

المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies

مجلة الدراسات الإعلامية

دورية دولية محكمة

المركز الديمقراطي العربي

Journal of Media Studies

International scientific periodical journal



مجلة الدراسات الإعلامية



العدد 07: ماي 2019

ISSN (Online) 2512-3203



المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies

مجلة الدراسات الإعلامية

مجلة الدراسات الإعلامية - مجلة دولية محكمة تصدر عن "المركز الديمقراطي العربي" ألمانيا - برلين تعنى بنشر الدراسات والبحوث في ميدان علوم الاعلام.
تصدر بشكل دوري ولها هيئة علمية دولية فاعلة تشرف على عملها وتشمل مجموعة كبيرة لأفضل الاكاديميين من عدة دول، حيث تشرف على تحكيم الأبحاث الواردة إلى المجلة.

وتستند المجلة إلى ميثاق أخلاقي لقواعد النشر فيها، وإلى لائحة داخلية تنظم عمل التحكيم، كما تعتمد "مجلة الدراسات الإعلامية" في انتقاء محتويات أعدادها المواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكمة.

ISSN : 2512-3203

Journal of Media Studies

Journal of Media Studies - International Journal Court issued by the "Arab Democratic Center" Germany - Berlin to publish studies and research in the field of information sciences.

It is published periodically and has a functioning international scientific body that oversees its work and includes a large group of the best academics from several countries. It supervises the arbitration of research received in the magazine.

The magazine is based on a moral code of publishing rules, an internal regulation governing the work of arbitration, and the Journal of Media Studies, in selecting the contents of their numbers, the formal and objective specifications of the international journals.

ISSN : 2512-3203

الناشر:

المركز الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية

برلين-ألمانيا

Germany:

Berlin 10315 GensingerStr: 112 Tel: 0049-Code Germany

030- 54884375

030- 91499898

030- 86450098

mobiltelefon : 00491742783717

E-mail : media@democraticac.de

الهيئة المشرفة على المجلة

رئيس المركز الديمقراطي العربي

د. عمار شرعان

رئيس التحرير ورئيس اللجنة العلمية

د. شيماء الهواري - دكتورة في القانون العام والسياسات العمومية متخصصة في الاعلام

السياسي جامعة الحسن الثاني. المغرب

مديرة التحرير

د. فاطمة الزهراء عبيدي

سكرتيرة التحرير

د. سليمة منادة بوشفرة

مساعد التحرير

د. نوال المجدوب

د. صالح الدين المختار لطيف

د. نبيل فتال

الهيئة الاستشارية

أ.د. محمد ضريف

د. سعيد الخمري

د. رشيد البكر

د. حسن الخطابي

د. محمد شادي

د. العربي بوعمامة

د. اسماء حسين ملكاوي

اللجنة العلمية :

- د. فاطمة الزهراء عبيدي : دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، أستاذة محاضرة جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر
- د. صالح الدين المختار لطيف: دكتور في القانون العام والعلوم السياسية، كلية سطات، المغرب
- أ. د. نصر الدين الشيخ : أستاذ المساعد بقسم اللغة العربية جامعة حائل. المملكة العربية السعودية
- أ. د. نداء مطشر : كلية العلوم السياسية الجامعة المستنصرية. العراق
- د. مجدوب نوال : دكتورة متخصص في القانون الجنائي للإعمال أستاذة مساعدة بالمركز الجامعي مغنية تلمسان. الجزائر
- أ. د. عائشة محمد أحمد محمد الجميل : دكتورة وباحثة علوم سياسية، معلم خبير بالتربية والتعليم ومدرية بالأكاديمية المهنية للمعلم المهنية ، مصر
- د. سليمة منادة بوشفرة: أستاذة باحثة في جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر
- د. امينة علاق: أستاذة محاضرة، بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر
- د. تركي احمد: استاذ الشعريات وتحليل الخطاب، المركز الجامعي احمد زبانه غليزان، الجزائر
- د. العربي بومسحة: أستاذ محاضر بمعهد الآداب واللغات، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر
- د. خولة الهواري: دكتورة في النص العربي القديم والخطاب التاريخي، جامعة عبد الملك السعدي. المغرب
- د. دلال وشن: جامعة الشهيد حمة لخضر. الوادي. الجزائر
- د. نبيل فتال: دكتور قانون العام والسياسات العمومية جامعة الحسن الثاني، المغرب
- د. عكوباش هشام: استاذ محاضر بجامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، الجزائر
- أ. د. علي محمد علي اسماعيل نداء : دكتور في اللغة العربية الادب والنقد، جامعة الحائل، السعودية

- د. سهام بدبودي: دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر
- د. السعيد خنيش: دكتور بجامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر
- د. نسيم حرار: دكتوراه في تحليل الخطاب، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، الجزائر
- د. سامية غشير : جامعة باجي مختار - عنابة- البلد الجزائر
- د. علي عبد الهادي الكرخي: استاذ في علوم الاتصال والعلاقات، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، العراق
- د. شهيناز لعيدلي: استاذة محاضرة قسم ب، جامعة عبد الرحمن ميرة- بجاية الجزائر
- د. مرتضي البشير عثمان: أستاذ مشارك بقسم الإعلام، جامعة وادي النيل، جمهورية السودان
- د. نادية لمهيدي: استاذة باحثة بالمعهد العالي للإعلام والاتصال، الرباط، المغرب، دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باريس الثانية للقانون والاقتصاد والعلوم الانسانية، paris 2 ، pantheon
- فيروز مطاعي: استاذة محاضرة أ، كلية الاعلام و الاتصال جامعة الجزائر، الجزائر
- سعيد مراح: استاذ محاضر قسم ب، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة، الجزائر
- رقاد حنان: أستاذ محاضر بقسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة المسيلة، الجزائر
- لكل سعاد: أستاذة محاضرة صنف ب- قسم العلوم الإنسانية، جامعة لونيبي علي - البلدية 2- الجزائر
- فتحي زرنيز: استاذ محاضر ب، علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر
- حبيبة نايلي: استاذة محاضرة أ، جامعة الجزائر 1 ، الجزائر
- طارق اسماعيل احمد: سناذ تصميم المنتجات والاتصال البصري كلية الإعلام - جامعة عجمان دولة الإمارات العربية المتحدة
- فاطمة سلومي : استاذة مساعدة كلية العلوم السياسية الجامعة المستنصرية، العراق
- عذراء عيواج : استاذة محاضرة بجامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الجزائر

شروط النشر:

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

أولاً: شروط قبول المقال الادارية

يجب ان يكون الباحث:

- حاصل على شهادة الدكتوراه
- ان يكون الباحث حاصل على ماستر
- ان يكون الباحث حاصل على الاجازة لكن يجب ان يكون المقال بإشراف من دكتور
- تقبل المقالات المشتركة مع وجوب تقديم رسالة من المشاركين يطلبون فيها نشر المقال مشتركاً بينهم

تقبل المقالات المشتركة بين دكتور وطلابه

يجب ارسال السيرة الذاتية للباحث مع نسخة المقال المرغوب نشره

ثانياً: إجراءات تقديم البحث ومواصفاته

- أن يكون البحث أصيلاً معدّاً خصيصاً للمجلة، وألا يكون قد نشر جزئياً أو كلياً أو نُشر ما يشبهه في أيّ وسيلة نشر إلكترونية أو ورقية
- أن يرفق البحث بالسيرة العلمية للباحث باللغتين العربية والإنكليزية.
- يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني :
media@democraticac.de
- يجب أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة سواء اللغة العربية او الانجليزية وحتى اللغات الاخرى المستعملة، مع العناية بما يلحق به من خصوصيات الضبط والرسم والأشكال
- يتمّ تقويم البحث من ثلاثة محكّمين، والرأي الاخير يكون للجنة العليا للمستشارين

- يتم ارسال ملاحظات التحكيم الى الباحث
- يقوم الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة وارسال البحث المعدل الى البريد الالكتروني المذكور اعلاه نفسه في غضون 3 ايام من تاريخ ارسال التعديلات
- التعديلات التي ترسل بعد الآجال القانون المحدد اعلاه تعتبر مرفوضة، الا في حالات استثنائية
- الباحث ملزم بالتقيد بالآجل النهائي القانونية لاستقبال المقالات المعن عنها من طرف المجلة
- أي مقال يرسل بعد الآجال النهائي يرفض
- أي تعديلات ترسل بعد الآجال النهائية ترفض
- الباحث ملزم بالتوقيع على تعهد قانوني ترسله له المجلة بعد الموافقة على المقال هذا التعهد يحفظ حقوق الباحث العلمية من السرقات الفكرية مستقبلا، ويلزم الباحث بانتساب المقال له، ويخلى ذمة المجلة قانونيا من أي التباسات مستقبلا.

ثالثا: كيفية إعداد البحث للنشر:

- يجب أن تكون المادة المرسله للنشر أصيلة ولم ترسل للنشر في أي جهة أخرى ويقدم الباحث إقرارا بذلك
- يجب ان تكون عدد كلمات المقال بين 4000 الى 9000 كلمة أي في حدود 20 صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والجداول والأشكال والصور
- أن يلتزم المؤلف بالأصول العلمية المتعارف عليها في إعداد وكتابة البحوث وخاصة المقدمة وعناصرها، والخاتمة، ابراز اهمية المقال، وإشكالياته، فرضياته...
- يجب إثبات مصادر المعلومات وتوثيق الاقتباس واحترام الأمانة العلمية في الاحالات والمراجع والمصادر (وجوبا)
- يجب ان تتضمن الورقة الأولى العنوان الكامل للمقال باللغة العربية وترجمة صحيحة لعنوان المقال باللغة الإنجليزية، كما تتضمن اسم الباحث ورتبته العلمية، والمؤسسة التابع لها، الهاتف، والفاكس والبريد الالكتروني.
- يجب ان تتضمن الصفحة الاولى من المقال ايضا: ملخصين، في حدود 200 مائتي كلمة للملخصين مجتمعين، حيث لا يزيد عدد أسطر الملخص الواحد عن 10 أسطر بخط

- Simplified Arabic 12 للملخص العربي و Times New Roman 12 للملخص باللغة الانجليزية، أحدهما بلغة المقال والثاني باللغة الانجليزية على أن يكون أحد الملخصين باللغة العربية. (وجوبا)
- يجب تكتب المادة العلمية العربية بخط نوع Simplified Arabic مقاسه 14 بمسافة 1.00 بين الأسطر، بالنسبة للعناوين تكون خط عريض Gras ، أما عنوان المقال يكون مقاسه 16
- يجب ان تكون هوامش (LES MARGES) الصفحة أعلى 2.5 وأسفل 2.5 وأيمن 3 وأيسر 3 ، رأس الورقة 2، أسفل الورقة 2 حجم الورقة عادي (A4) وجوبا)
- يجب أن يكون المقال خاليا من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية والمطبعية (وجوبا)
- بالنسبة للدراسات الميدانية ينبغي احترام المنهجية المعروفة كاستعراض المشكلة، والإجراءات المنهجية للدراسة، وما يتعلق بالمنهج والعينة وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية وعرض النتائج ومناقشتها
- يجب ترقيم الإحالات بطريقة أكاديمية تراتبية (1,2,3 ... 4, في آخر كل صفحة من المقال وجوبا وليس ضمن الفقرات أو في اخر المقال، بالترتيب التالي: المؤلف: عنوان الكتاب أو المقال، عنوان المجلة أو الملتقى، الناشر، البلد، السنة، الطبعة والصفحة.
- يجب ان تكون الاحالات بحجم خط 9 نوع الخط ARIAL للخط العربي وللخط الاجنبي،(وجوبا)
- يجب ترقيم الصفحات بشكل متتابع (وجوبا)
- يجب ذكر قائمة المراجع في نهاية البحث وترتيبها هجائيا، ومثال ذلك:
الكتاب: الإسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان الكتاب، ط (الطبعة إن وجدت)، دار النشر، مكان النشر، البلد.
- المقال: الإسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان المقال، المجلة، م(المجلد)، ع(العدد)، مصدر المجلة (الجامعة أو المخبر مثلا)، مكان النشر، البلد.
- الرسائل والأطروحات: الإسم الكامل لصاحب الرسالة(السنة)، عنوان الرسالة، نوع الرسالة وتخصصها، القسم، الكلية، الجامعة.

المؤتمرات والملتقيات: الإسم الكامل لصاحب الورقة العلمية(السنة)، عنوان الورقة، عنوان المؤتمر، منظم المؤتمر، البلد.

- إرفاق أدوات الدراسة في حالة الدراسات الميدانية
- المقالات المرسلّة لا تعاد إلى أصحابها سواء نشرت أو لم تنشر
- المقالات المنشورة في المجلة لا تعبر إلا على رأي أصحابها
- كل مقال لا تتوفر فيه الشروط لا يؤخذ بعين الاعتبار ولا ينشر مهما كانت قيمته العلمية.
- يحق لهيئة التحرير إجراء بعض التعديلات الشكلية على المادة المقدمة متى لزم الأمر دون المساس بالموضوع.
- يضع الباحث مقاله ضمن قالب المجلة قبل إرساله
- يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني media@democraticac.de

فهرس العدد

رقم الصفحة	المنوان
09	فهرس
12	الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع Facebook د. ريم فتيحة قدوري: أستاذة محاضرة ب، المركز الجامعي أحمد زبانة-غليزان/ الجزائر
47	الإعلام التربوي و التربية الإعلامية -مقاربة نسقية مفاهيمية - أستاذ مشارك بجامعة حائل - المملكة العربية* د. محمد النذير عبد الله ثاني
61	الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي د. خالد حامد أبو قوطة، أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام والفنون التطبيقية، كلية فلسطين التقنية- دير البلح، فلسطين Dr-Khaled Hamed Abu Quta. Assistant Professor and Head Of Media and Applied Arts Dep. Palestine Technical College Deir El-Balah, Gaza, Palestine
90	LE DEPLOIEMENT DES SYSTEMES D'INFORMATION AU MAROC ET PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT نشر نظم المعلومات ودورها في تحقيق التنمية بالمغرب D ^r . Jaouad BOUDAN . Docteur en Droit International et Relations Internationales. Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, Fès, Maroc
111	في جدلية العلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة د. شاهر إسماعيل الشاهر، بروفيسور في مدرسة الدراسات الدولية- جامعة صن بات سين- الصين

133	الاستخدام المنزلي للإنترنت لدى التلميذ الثانوي وتأثيره على التحصيل الدراسي الاسم واللقب: حنان بولـبـازين مؤسسة الإنتماء: جامعة باجي مختار- عنابة -
160	الحراك الشعبي في ظل إعلام النقرة. (دراسة ميدانية لعينة من المتظاهرين الجزائريين) للباحثة: خيرة مكرتار المؤسسة التابعة لها: جامعة مستغانم (الجزائر)
177	" تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية-دراسة ميدانية- د. سلمى حميدان أستاذة محاضرة بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية-قسم العلوم الإنسانية- جامعة محمد الشريف مساعدة-سوق أهراس- الجزائر أ.رمزي بوفجي: ماجستير بجامعة صباح الدين زعيم-اسطنبول- تركيا
199	الإعلام الأمني الأردني ودوره في التوعية الأمنية من مخاطر الألعاب الإلكترونية: دراسة ميدانية على عينة قصديّة من طلبة المرحلة الابتدائيّة والإعداديّة في مدراس منطقتي (مرج الحمام، ناعور) د. رانيا عبد النعيم العشران، باحثة في الشؤون الأمنية والاجتماعية،
227	تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية أحمد اسماعيلي: أستاذ فلسفة، وباحث في سلك الدكتوراه بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بوجدة، مختبر استراتيجيات صناعة الثقافة والاتصال ورهانات التنمية بالمغرب.
254	تجليات التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على بنية العملية الاتصالية أ.عائشة نواري، أستاذة مساعدة- أ-، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العقيد آكلي محند أولحاج-البويرة- (الجزائر)
279	اشكاليات الثقافة التكنولوجية وجاهزية التعليم الإلكتروني ومقراته الباحث حسيني وليد الباحثة بوطهرة اسيا جامعة الجزائر 03 جامعة الجزائر 03
303	التربية الإعلامية كألية لتحقيق الأمن الفكري والاستقرار الاجتماعي ط/د مدفوني جمال الدين: جامعة الجزائر3، ماجستير في الإعلام الاسلامي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية
323	القنوات التلفزيونية الخاصة في علاقتها بالسلطة السياسية وثنائية الدعاية والتحويل-قناة النهار TV أنموذجا

	كرايس الجيلالي : باحث دكتوراه علوم، الجامعة الاصلية: جامعة وهران 2 ، الجزائر عباس الزهرة: باحثة دكتوراه LMD، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر دريالي أحمد: دكتوراه علوم علم الاجتماع الجنائي، الجامعة الاصلية: جامعة الجزائر 03
340	الحاجة إلى التربية الإعلامية في المدرسة المغربية الشريف الهلالي، باحث دكتوراه، جامعة محمد الأول - وجدة، المغرب
362	دور "الفايسبوك" في تحسين صورة العلامة التجارية للمؤسسات الصناعية الجزائرية -دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة قسنطينة 03- الاسم واللقب: بن خليفة نوفل الاسم واللقب: بكار أمينة الجامعة: جامعة الجزيرة- السودان الجامعة: محمد لمين دباغين- الجزائر

الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع Facebook

The environmental awareness of users of social networking sites

A survey of a sample of users of Facebook

د. ريم فتيحة قدوري: أستاذة محاضرة ب، المركز الجامعي أحمد زبانة-غليزان/ الجزائر

ملخص:

يُعتبر الوعي البيئي أحد الوسائل الهامة في حماية البيئة، ودفع الأفراد والمؤسسات والدول إلى تبني السلوك البيئي الإيجابي، من هنا نجد أن جميع الدول أصبحت تُقر بالحاجة الماسة إلى خلق وعي بيئي وثقافة بيئية لدى جميع أفراد المجتمع، وذلك إدراكاً لأهمية البيئة وضرورة المحافظة على مقوماتها، من هنا نعتقد بأهمية البحث والتساؤل عن مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook).

هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وإتجاهاتهم وسلوكياتهم البيئية، إلى جانب معرفة نوع قضايا البيئة، ومصادر المعلومات البيئية التي يعتمد عليها مستخدمي موقع Facebook. وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستكشافية، التي تعتمد على المنهج الوصفي، وإعتمدت على الإستبانة الإلكترونية المحكمة، والمصممة والموزعة عبر موقع Google Drive كأداة لجمع المعلومات.

تكمن أهم نتائج الدراسة في أن مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي - موقع الفيسبوك- يتراوح بين المستوى العالي والمتوسط، وتميزت إتجاهاتهم نحو البيئية بالإيجابية. واعتبرت قضايا التلوث بمختلف أشكالها، والمحافظة على الغابات الأهم بالنسبة لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وبدرجة أقل قضايا النفايات البشرية والصلبة، وثقب الأوزون، وتعتبر وسائل الإعلام الجديدة والكتب والدراسات العلمية من أهم المصادر للمعلومات البيئية .

الكلمات المفتاحية: الوعي، البيئة، الوعي البيئي، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك (Facebook).

Summary:

Where environmental awareness is one of the important means of protecting environment and pushing individuals, institutions and countries to adopt positive environmental behavior, All countries recognize the urgent need to create environmental awareness and culture among all members of society in recognition of the importance of environment and the need to preserve its components.

The study aimed to try to identify the level of environmental awareness of social networking sites users and their environmental trends, as well as knowing the sources of environmental information and the type of environmental issues that users of social networking sites care of and exploring the environmental behaviors practiced by users of social networking sites.

Methodology: Our field study belongs to the descriptive approach which is one of the types of research methods in human sciences. The field research approach is usually used to study phenomena that are currently present and applied on large groups where the researcher can take almost everything he wants to reveal.

The main results of the study are: Users of social networking sites - Facebook - have an environmental awareness level between high and middle, and their attitudes were characterized by positively towards environment, as well as their attention to environment issues and problems by varying degrees, and the issues of pollution by its various forms and conservation of forests was considered more important for users of social networking sites, and to a lesser extent issues of human and solid waste, ozone hole and others, and the new media, books and scientific studies are important sources of environmental information .

Keywords: awareness, environment, environmental awareness, social networking sites, Facebook.

مقدمة:

البيئة وطن الإنسان ومقر إقامته ومعيشته، خلقها الله له، وقدر فيها كل شيء تقديراً دقيقاً، بحيث تتسجم فيها حياة الإنسان مع حياة جميع الأحياء الذين يشاركونه الحياة في هذه البيئة، وتتسجم كذلك مع كافة عناصر ومكونات البيئة غير الحية من هواء وماء وتربة وغذاء¹، والإهتمام بمجال

¹ عبد الرحمن محمد السعدني، ثناء مليجي السيد عودة، مشكلات بيئية طبيعتها، أسبابها، أثارها، كيفية مواجهتها، دار الكتاب الحديث، القاهرة الطبعة الأولى، 2006، مقدمة الكتاب بتصرف بسيط.

البيئة قديم العهد، وقد لعبت الأديان السماوية دوراً هاماً في تحسين علاقة الإنسان بمحيطه، وحثه على إحترام البيئة والمحافظة عليها.

ازداد الإهتمام في جميع أنحاء العالم بتبنيه الأذهان إلى المخاطر المحدقة بالأجيال القادمة نتيجة المخاطر والصعوبات التي تُعاني منها البيئة بمختلف مجالاتها، وقد أصبحت القضايا البيئية من القضايا المحورية والتحديات الرئيسية للتنمية المستدامة، وأحد أهم وأبرز محاورها. يُعتبر الوعي البيئي أحد الوسائل الهامة في حماية البيئة، ودفع الأفراد والمؤسسات والدول إلى تبني السلوك البيئي الإيجابي، من هنا نجد أن جميع الدول أصبحت تُقر بالحاجة الماسة إلى خلق وعي وثقافة بيئية لدى جميع أفراد المجتمع، وذلك إدراكاً لأهمية البيئة وضرورة المحافظة على مقوماتها. من هذا المنظور نعتقد بأهمية دراسة مستوى الوعي البيئي للأفراد، بإعتباره أحد الخطوات التي تعطي لمحة عن واقع وعي الفرد وثقافته بقضايا البيئة والمشكلات التي تواجهها، وسُبل علاجها، والتي تُمكن الحكومات والدول من اتخاذ تدابير وقائية لعلاج المشكلات البيئية، ووضع استراتيجيات مدروسة وقابلة للتنفيذ، وتحقيق النجاعة المطلوبة لسياساتها البيئية.

– الاجراءات المنهجية للدراسة:

– مشكلة الدراسة: تقوم دراستنا على محاولة معرفة مستوى الوعي البيئي لمستخدمي الفيسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي، ويتمثل السؤال الرئيسي للدراسة في: ما هو مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؟.

ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية قمنا بطرح بعض التساؤلات الفرعية التالية:

- ما نوع القضايا البيئية التي يهتم بها مستخدم موقع الفيسبوك؟
- ما هي مصادر المعلومات والمعرفة البيئية لمستخدمي الفيسبوك؟
- ما هي الإتجاهات البيئية لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هو السلوك البيئي الذي يتبناه مستخدم الفيسبوك؟

– أهمية الدراسة:

تأتي أهمية دراستنا من أهمية البيئة، التي أصبحت تحتل مساحة هامة في النقاشات الجادة على مستوى الدول والمنظمات العالمية، وتكمن أهميته من أهمية الوعي البيئي للحفاظ على الموارد الطبيعية، وأهمية دور الوعي لإنجاح مشاريع التنمية المستدامة.

إن البحث يسلط الضوء على مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تعكس الدراسة نظرة مستخدمو موقع الفيسبوك للبيئة وقضاياها، وتعتبر الدراسة هامة خاصة لطلاب والباحثين في هذا المجال.

- هدفت الدراسة إلى:

- معرفة مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
- معرفة الاتجاهات البيئية لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
- معرفة مصادر المعلومات البيئية ونوع قضايا البيئة التي يهتم بها مستخدمي الفيسبوك.
- التعرف على السلوكيات البيئية لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة:

تتنمي دراستنا الإستكشافية إلى المنهج الوصفي، وهو أحد أنواع مناهج البحث في العلوم الإنسانية، ويتم اللجوء إلى منهج البحث الميداني عادة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الراهن، ويطبق على مجموعات كبيرة يستطيع الباحث أن يأخذ منها بالتقريب كل ما يريد أن يكشف عنه.¹ واعتمدت الدراسة على الاستمارة كأداة لجمع المعلومات، وقد تم تصميم الإستمارة وتوزيعها إلكترونياً عبر موقع Google Drive، عقب تحكيم الاستمارة، وقياس خصائصها السيكمترية.²

- الخصائص السيكمترية للاستبيان المستعمل في الدراسة:

قمنا في هذه الدراسة بتصميم وإستعمال إستبانة الوعي البيئي لدى مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من أجل جمع البيانات التي نحتاجها في الجانب الميداني من أجل التحقق من التساؤلات المصاغة، وقبل استعمال أي أداة يجب التأكد من صلاحيتها، وعلى هذا الأساس قمنا بالتأكد من خصائصها السيكمترية والتمثلة في الصدق والثبات. ولتأكد من صدق وثبات الإستبانة، تم تطبيق الإستبيان على عينة مكونة من (100) مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، ثم إستعمال كل من طريقة الإتساق الداخلي في تقدير الثبات، أما الصدق فاستعملت طريقة إرتباط المحور بالدرجة الكلية.

أ- الثبات: تم تقدير ثبات الإتساق الداخلي عن طريق معادلة ألفا لكرونباخ لدرجة الكلية للإستبيان، بالإضافة إلى الدرجة الكلية لكل محور:

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، 2004-2006، ص106.
² تم تحكيم الاستمارة من قبل: أ.د فتيحة كركوش، جامعة البليدة2 لويسني علي، د. اليعقوب مسوس، المركز الجامعي أحمد زبانه-غليزان، أ. عبد القادر زروقي، جامعة وهران02 أحمد بين حمد.

جدول رقم (1) يبين قيمة الفا كرونباخ في استبيان الوعي البيئي لمستخدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

المحور	العينة	قيمة الفا كرونباخ
المحاور	100	257,0
البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك		
اتجاهات وسلوكيات مستخدم الفيسبوك نحو البيئة	100	587,0
الإستبيان الوعي البيئي لدى مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	100	743,0

(المصدر: هذا البحث)

من خلال الجدول السابق نلاحظ: أن قيمة الفا كرونباخ لأبعاد الاستبيان (البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك، اتجاهات وسلوكيات مستخدم الفيسبوك نحو البيئة) كانت تقدر بـ (0.75، 0.78) على التوالي في حين قدرت قيمة الفا كرونباخ للاستبيان ككل بـ (0.74)، وهي قيم كلها أكبر من 0.50 وهذا معناه أن الاستبيان على درجة مقبولة من الثبات، وتعني أن إجابة مستخدمو موقع الفيسبوك على بنود إستبانة الوعي كانت على درجة كبيرة من الإتساق، ومنه يمكن القول أنه يمكن إستعمال هذا الإستبيان في هذه الدراسة من أجل جمع البيانات.

ب-الصدق: تم تقدير صدق الإتساق الداخلي عن طريق إرتباط الأبعاد بالدرجة الكلية للاستبيان:

جدول رقم (2) يبين ارتباط المحور بالدرجة الكلية للاستبيان
الدرجة الكلية للاستبيان

المحور	قيمة الإرتباط	مستوى الدلالة
البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك	,717**0	دال عند 0,01
اتجاهات وسلوكيات مستخدم الفيسبوك نحو البيئة	,895**0	دال عند 0,01

(المصدر: هذا البحث)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن قيم ارتباط المحاور بالدرجة الكلية للإستبيان الذي تنتمي إليه كانت كلها قيم دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) حيث قدرت قيمة معامل الارتباط بيرسون بـ (0.71) في المحور الأول، والذي يُشير إلى البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك، أما في المحور الثاني إتجاهات وسلوكيات مستخدم الفيسبوك نحو البيئة فقدر الارتباط فيه بـ (0.89) وهي قيم ارتباط عالية جداً، ما يعني أن الأبعاد ترتبط بدرجة كبيرة بالإستبيان الذي تنتمي إليه، وبذلك نجد أن المحاور تقيس فعلاً ما يقيسه الإستبيان، أي أنها تؤدي الغرض الذي وضعت من أجله، وبالتالي فإن المحاور تقيس الوعي البيئي لدى مستخدمي مواقع شبكات التواصل الإجتماعي. عقب تحكيم الإستمارة، وقياس مستوى الصدق والثبات، تم وضعها وتوزيعها بصيغتها الإلكترونية على موقع الفيسبوك في الفترة الممتدة من 21 إلى 31 ديسمبر 2018. كما تم إستخدام برنامج تحليل البيانات الإحصائية في مجال العلوم الإجتماعية والإنسانية SPSS.

- مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي موقع الفيسبوك، بمختلف أجناسهم وأعمارهم، ومستوياتهم التعليمية بمختلف الدول العربية.

- عينة الدراسة: نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، اعتمدنا على العينة العشوائية الحصصية، والتي نعتقد أنها تتناسب مع نوع دراستنا، العينة العشوائية الحصصية تعني أخذ عينة بواسطة السحب بالصدفة العلمية المدروسة والسحب من مجتمع البحث بانتقاء العناصر المهيأة طبقاً لنسبتهم في هذا المجتمع.¹

وقد شملت عينة الدراسة 276 مستخدم لموقع الفيسبوك، ومن المهم أن نُشير هنا إلى ضعف التفاعل مع الإستمارة، نظراً إلى أن موضوع البيئة لا يحتل مكانة هامة في متابعات وإهتمامات مستخدمو موقع الفيسبوك، وهو ما أكدته لنا العديد من المستخدمين الذين طلبنا منهم ملئ وتوزيع الاستبيان عبر موقع الفيسبوك، لذا نؤكد أن كل من شارك بالدراسة يُعتبر من المهتمين بالبيئة، ونبين من خلال ما يلي خصائص عينة الدراسة:

¹ يُمكن العودة إلى موريس أنجرس، مرجع سابق، ص304-313.

جدول رقم (3): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية %	عدد الأفراد	الجنس
56.5%	156	الإناث
43.5%	120	الذكور
100%	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

قُدِّر عدد العينة المكونة للدراسة الأساسية بـ (276) مستخدم لموقع الفيسبوك، شكل الذكور نسبة (43.5%) بعدد (120) مستخدم، ونسبة الإناث (56.5%) بمشاركة (156) مستخدمة.

• توزيع العينة وفق متغير السن: تراوحت الفئة العمرية المشاركة في الدراسة الأساسية، بين

20 سنة إلى ما فوق 51 سنة، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (4): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

النسبة المئوية %	عدد الأفراد	السن
13%	36	24-20
23.6%	65	30-25
15.9%	44	35-31
20.7%	57	40-36
14.1%	39	45-41
5.4%	15	50-46

7.2% 51 فما فوق 20

100% 150 المجموع

(المصدر: هذا البحث)

يوضح الجدول السابق أن غالبية الفئة العمرية المشاركة في الدراسة الأساسية تتراوح أعمارهم بين 20 إلى 45 سنة، تليها بنسب أقل الفئة العمرية ما بين 46 إلى ما فوق 51 سنة.

• توزيع العينة وفق المستوى التعليمي:

تميزت عينة الدراسة بالمستوى العلمي الجامعي، وطلبة الدراسات العليا، وهو ما يعكسه الجدول التالي:

جدول رقم (5): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	عدد الأفراد	المستوى التعليمي
03.3%	09	أقل من ثانوي
11.6%	32	ثانوي
49.6%	137	جامعي
35.5%	98	دراسات عليا
100%	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

الجدول السابق أعلاه يُبين أن غالبية أفراد العينة من الجامعيين بنسبة (49.6%) تليها المتحصلين على الدرجة العلمية العليا (ماجستير - الدكتوراه) بنسبة (35.5%)، في حين شكل المستوى الثانوي ما نسبته (11.6%)، والمستوى الأقل من الثانوي بنسبة (03.3%). ويؤكد الجدول على أن عينة الدراسة تعتبر من المستوى التعليم الجامعي، وتنتمي إلى الفئة المتعلمة لمستخدمي موقع الفيسبوك.

- توزيع العينة حسب الجنسية: إن غالبية المشاركين في الدراسة من الجزائر والأردن، في حين كانت نسبة المشاركة ضعيفة بين باقي الدول العربية.

جدول رقم (6): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنسية

النسبة المئوية %	عدد الأفراد	الجنسية
46%	127	الجزائر
1.8%	05	مصر
3.6%	10	العراق
1.8%	05	تونس
35.5%	98	الأردن
1.8%	05	سوريا
0.4%	01	المغرب
0.4%	01	جزر
0.4%	01	جيبوتي
4.3%	12	ليبيا
2.9%	08	فلسطين
1.1%	03	لبنان
100%	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

- مصطلحات الدراسة:

- **الوعي:** هو حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك، وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس، وسلوكه.¹
- **البيئة:** مصطلح استخدمه العالم الفرنسي سانت هيلر St. Helier سنة 1835 دلالة به على المحيط الذي تعيش فيه الكائنات، مُبيناً تلك الرابطة القوية بين الكائنات الحية والمحيط الذي تعيش فيه، ليصبح مصطلح البيئة يعني (مجموع الظروف والمؤثرات الخارجية التي لها تأثير في حياة الكائنات بما فيه الإنسان).² كما عرفها كارتر جود Good بأنها كل القوى والظروف الفعالة المؤثرة في الفرد، وتشتمل على البيئة خارج الفرد، والبيئة الداخلية التي تتبعث من داخله.³
- **الوعي البيئي:** هو الإدراك القائم على الإحساس والمعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وآثارها ووسائل حلها.⁴
- **مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:** مصطلح يُطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يُعرف بإسم ويب2، وتتيح هذه الشبكات التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات إهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... الخ)، ويتم كل ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخر ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يُتيحونها للعرض.⁵
- وتصدرت الشبكات الإجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: "الفيسبوك" "تويتر"، وموقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.⁶
- موقع الفيسبوك أو فيس بوك (بالإنجليزية: Facebook) يُعتبر من أشهر مواقع شبكات التواصل الإجتماعي، تم انشائه سنة 2004، ويستخدمه حوالي 2.23 مليار مستخدم نشط شهريا.⁷

1 اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، الدار الثقافية للنشر، بدون سنة نشر، ص509. بتصرف طفيف.

2 مصطفى يوسف كافي، الإعلام والاتصال البيئي والسكاني، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2016م، ص15.

3 Karter Good, German and Russian Adolescents environmental awareness, 1973, ERIC, ED 367532.P14.

4 محمد صابريني، رشيد الحمد، البيئة والإنسان - التربية البيئية، مكتب الكناي، عمان الأردن، 1994.

5 ليلي أحمد جزار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.

6 محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص25.

7 آخر تحديث للإحصائية 30 يونيو 2018، يمكن زيارة الرابط التالي لمعرفة تفاصيل أكثر عن الفيسبوك:

<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83>

– الأدب النظري للدراسة:

أولاً: البيئة: مفهومها، ومشكلاتها

يؤكد علماء النفس والاجتماع على البيئة بأن: "الإنسان ابن بيئته"، وتشمل البيئة بمفهومها العام الجوانب الطبيعية والاجتماعية والثقافية والتربوية. ولعل أجمل الأقوال التي نعود إليها في حديثنا عن البيئة هو ما قاله جان جاك روسو الذي خاطب الإنسان المتعب، والمنهك من متاعب الحياة بقوله: "عد إلى الطبيعة واستلقي في أحضانها".

أ- في مفهوم البيئة:

تعددت التعاريف والمفاهيم التي قدمها الباحثين في مجال البيئة، ويعود هذا التعدد إلى اتساع مجال البحث في البيئة، وتعدد مجالاتها البحثية واتجاهات الباحثين نحو قضايا وموضوعات البيئة. يُقدم مؤتمر إستكهولم (1972) مفهوم البيئة بأنها: "مجموعة من النظم الطبيعية والاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها الإنسان والكائنات الأخرى، والتي يستمدون منها زادهم ويؤدون فيها نشاطهم".¹

وهناك المفهوم الأيكولوجي للبيئة: يُعرفها بأنها "مجموع كل المؤثرات والظروف الخارجية المباشرة وغير المباشرة المؤثرة على حياة ونمو الكائنات الحية".²

البيئة هي "الوسط المحيط بالإنسان والذي يشمل كافة الجوانب المادية وغير المادية البشرية وغير البشرية أي أنها تعني كل ما هو خارج عن كيان الإنسان وهي بذلك تشمل كل ما يحيط به من موجودات فالهواء والماء والأرض والكائنات الحية المحيطة به هي عناصر البيئة التي يعيش فيها والتي تعتبر الإطار الذي يمارس فيه الانسان حياته ونشاطاته المختلفة".³ من خلال تصفح العديد من التعريفات المختلفة نستشف أن للبيئة بُعدين أساسيين:⁴

1. بُعد طبيعي: وهو ما يُعرف بالبيئة الطبيعية، وتشمل كل مظاهر الوجودي المادي المحيط

بالإنسان أي اليابسة والماء والفضاء.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص15.

² نفس المرجع.

³ فتحي محمد الحسن، مشكلات البيئة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص7.

⁴ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص16.

2. **بُعد اجتماعي:** أي البيئة الاجتماعية وتشمل النظم والعلاقات التي تحدد أنماط حياة البشر فيما بينهم سواء كانت سياسية، اقتصادية، أو قانونية، كما تشمل القيم الروحية، الخلقية، التربوية، وأنماط السلوك الإنساني وتطورها.

ب-المشكلات البيئية:

إن المشكلات التي تعاني منها البيئة اليوم تُعد من أهم وأخطر ما يواجه الإنسان في هذا العصر، وتحمل البلدان المتقدمة عبئاً كبيراً من مشاكل البيئة وتلوثها لما فيها من تطور تكنولوجي واستنزاف لمزيد من السلع بسبب أنماطها الاستهلاكية، ولا نستثنى الدول النامية من مشكلات البيئة، خاصة مع ما تعانيه من ازدياد كبير في حجم السكان، وعدم القدرة على تحقيق الرقابة البيئية وإدارة النفايات على وجه الخصوص. وتتفاوت المشكلات البيئية، ونوعها ودرجة شدتها من بلد إلى آخر، نذكر أهمها على النحو التالي:¹

- مشكلة التلوث البيئي والطاقة.
- مشكلة التغيرات المناخية، وثقب الأوزون.
- مشكلة ثقب الأوزون.
- مشكلة المياه، والتصحر.
- مشكلة السكان.
- مشكلة المخلفات الصلبة والنفايات.
- الزلازل والكوارث الطبيعية.
- مشكلة حقول الألغام.

ثانياً: البيئة كُبعد أساسي من أبعاد التنمية المستدامة

التنمية: لغة هي "النماء" أو الازدياد التدريجي، ومصطلح التنمية يُستخدم عادة في المستويات الاقتصادية والاجتماعية وغيرها من المجالات²، والدارس لمجال التنمية يكتشف إتساع مجالاتها،

¹ يُمكن العودة إلى كتاب عبد الرحمن السعدي، ثناء مليجي السيد عودة، مشكلات بيئية: طبيعتها، أسبابها، آثارها وكيفية مواجهتها، دار الكتاب الحديث، القاهرة، الطبعة الأولى، 2006.

² إبراهيم حسين العسل، التنمية في الفكر الإسلامي، مفاهيم- عطاءات- معوقات- أساليب، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006، ص23.

وتعدد إتجاهات الباحثين في تناولها، حتى باتت التنمية تشمل جميع مناحي حياة الإنسان، وكل ما يتعلق بتوفير مناخ وظروف وبيئة أفضل له.*

ونظرا لمجال هذه الدراسة نُركز على التنمية وفق المفهوم البيئي، حيث يُشير علماء البيئة إلى أن علماء الاقتصاد بحاجة للمزيد من الاهتمام بالنواحي البيئية والأخلاقية، فيُعرفون التنمية وفق المفهوم البيئي بأنها:

- ✓ إن التعريف الجديد للتنمية المستدامة هو التنمية التي تقلص استخدام الموارد إلى الحد الأدنى.
- ✓ كما أن دروس البيئة يمكن (بل يجب) أن تطبق على العمليات الاقتصادية، وهي تشمل أفكار واستراتيجية الحماية العالمية التي توفر مبررا بيئياً يُمكن من خلاله تحدي واختيار دعوات التنمية لتطوير نوعية الحياة¹.
- ✓ ومنه التنمية المستدامة على الصعيد البيئي تعني حماية الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل للأرض الزراعية والموارد المائية².
- **البُعد البيئي للتنمية:** تتضمن التنمية بمفهومها الجديد أبعاد متعددة تتداخل فيما بينها، ومن أهم أبعادها: البُعد الاقتصادي، والبعد البيئي، والبعد الاجتماعي، والبعد التكنولوجي³.
- ويقتصر عرضنا هنا في أهم الأبعاد البيئية للتنمية المتواصلة كما يلي⁴:
- المحافظة على الجو، وذلك بتخفيض التلوث الناتج عن النقل والصناعة والرفع من قاعدة استخدام الطاقة، إلى جانب الإعتماد على الطاقات المتجددة كالتقوية الشمسية... الخ.
- حماية الموارد الطبيعية اللازمة لإنتاج المواد الغذائية، مع التوسع في الإنتاج لتلبية احتياجات السكان الآخذين في التزايد، لأن فشل صيانة الموارد الطبيعية التي تعتمد عليها الزراعة كفيلاً بحدوث نقص في الأغذية في المستقبل.

* ومن المهم الإشارة إلى أن هناك اختلاف بين مفهوم النمو CROISSANT والتنمية DEVELOPPEMENT، فالنمو يُشير إلى التقدم التقني أو الطبيعي أو العفوي دون تدخل من قبل الفرد والمجتمع، في حين أن التنمية هي العملية المقصودة التي تسعى إلى إحداث النمو بصورة سريعة في إطار خطط مدروسة وفترات زمنية معينة.

¹ دوناتو رومانو، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة، مشروع GCP/SYR/006/ITA وزارة الزراعة والاصلاح الزراعي (مصر) المركز الوطني للسياسات الزراعية بالتعاون مع منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، والتعاون الإيطالي، 2000، ص56.

² مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص29.

³ لتفاصيل أكثر يُمكن العودة إلى: مصطفى يوسف كافي، الإعلام والاتصال البيئي والسكاني، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2016م، ص 51-68.

⁴ ذكرها مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص53.

- تقليص ملاجئ الأنواع البيولوجية، وذلك من خلال صيانة ثراء الأرض في التنوع البيولوجي للأجيال المقبلة، وذلك بإبطاء عمليات الإنقراض وتدمير الملاجئ والنظم الايكولوجية بدرجة كبيرة وإن أمكن وقفها.
- الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون الحامية للأرض وهذا بالتخلص تدريجياً من الموارد الكيميائية المهددة للأوزون، ويتم ذلك بالتعاون بين الدول لمعالجة مخاطر البيئة الصناعية.*
- الحد من انبعاث الغازات وهذا عبر الحد بضرورة كبيرة من استخدام المحروقات، والبحث عن مصادر بديلة للطاقة لإمداد المجتمعات الصناعية أو استخدام المحروقات بكفاءة في البلدان النفطية.
- حماية المناخ من الإحتباس الحراري، وهذا لعدم المخاطرة بإجراء تغييرات كبيرة في البيئة العالمية.

ثالثاً: الوعي البيئي لمستخدمي موقع Facebook

الوعي البيئي هو "إدراك الأفراد للأخطار والمشكلات البيئية ووعيهم بأدوارهم في مواجهتها، وضرورة تحديد مسؤولياتهم تجاه البيئة ومن ثم صقل معارفهم ومعلوماتهم بما يؤهلهم للتعامل السليم والإيجابي مع مشكلات البيئة".¹

تعددت التعريفات التي تناولت الوعي البيئي، فيعرفه البعض بأنه "هو تكوين الاتجاهات البيئية التي تتحكم في سلوك الأفراد من خلال البرامج والنشاطات التي توجه إلى الأفراد بهدف توضيح مفهوم بيئي معين أو مشكلة بيئية وإحداث اهتمام وشعور بالمسؤولية، وبالتالي تغيير اتجاهاتهم ونظرياتهم وإشراكهم في إيجاد حلول مناسبة".²

ويشير غوش وكومود Ghosh & Kumud إلى أن الوعي البيئي يتضمن بشكل عام المعرفة بقضايا البيئة واكتساب المهارات اللازمة لحل المشاكل البيئية وتطوير الوعي البيئي للمواطنين

* تعتبر طبقة الأوزون مهمة جداً للحياة على سطح الأرض فهي تعزل أشعة الشمس الضارة خصوصاً الأشعة فوق البنفسجية والتي تسبب الإصابة بسرطان الجلد.

¹ سمير محمود، الإعلام العلمي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص148.

² عادل ربيع، التوعية البيئية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص61.

وتعديل سلوكهم ليتماشى مع المسؤولية البيئية¹. وهو أيضاً عملية تحديد القيم البيئية وتطوير السلوكيات الإيجابية لحل القضايا البيئية.²

وفي هذا الإطار فإن جُل تعريفات الوعي البيئي المختلفة تتفق على ضرورة تحديد مسئولية الأفراد تجاه البيئة، ومن ثم ضرورة صقل معارفهم ومعلوماتهم حيال البيئة ومشكلاتها بما يؤهلهم للتعامل الإيجابي مع مشكلاتها بما يقلل من تأثيرات هذه المشكلات كوعي علاجي أو يمنع حدوث هذه المشكلات من الأساس في ضوء تسليحهم بالمعلومات والأفكار والقيم والاتجاهات السليمة، أو ما يمكن أن يشكل أساس الوعي الجماهيري الوقائي حيال قضايا البيئة ومشكلاتها.

عناصر تكوين الوعي البيئي:

تقر الأدبيات في مجال الوعي البيئي بوجود صلة وثيقة بين الوعي البيئي والتربية البيئية، وذلك من حيث التركيز على إدراك الفرد للأخطار والمشكلات البيئية ووعيهم بأدوارهم في مواجهتها³، ويتكون الوعي البيئي من ثلاث حلقات منفصلات ومتداخلات في أن واحد وهي: التربية البيئية، والتعليم البيئي، والإعلام البيئي. ويمكننا أن نقدم أهداف تنمية الوعي البيئي كما يلي:

1- إكساب الفرد المعرفة والمهارة والقيم والاتجاهات والشعور بالالتزام نحو تحسين البيئة والمحافظة عليها بتكوين وعي بيئي لديه من أجل جعله إيجابياً في تفاعله معها.

2- ترسيخ السلوكيات الإيجابية لدى الأفراد من أجل التعامل مع مكونات وعناصر البيئة بالشكل الصحيح.

3- تفعيل دور المجتمع من أجل تحسين مستوى المعيشة عن طريق تقليل الاستهلاك المؤدي إلى المشكلات البيئية.

4- اكتشاف المشكلات البيئية وإيجاد حلول مناسبة لها بمساعدة أفراد المجتمع.⁴

وتتلخص أهم خصائص الوعي البيئي في:

- تكوين اتجاهات بيئية تتحكم بسلوك الأفراد.
- التنبؤ لما يمكن أن يصدر من سلوك للأفراد تجاه البيئة مستقبلاً.

¹ Ghosh, Kumud, Environmental awareness among secondary school students of Golaghat district in the state of Assam and their attitude towards environmental education. Journal of Humanities and Social Science, 2014, vol.19, no 3, p.30-34.

² Sebastian, S. & Nima, DAwareness of Bio-diversity and its Conservation among Higher Secondary School Students in Nayyatinkara District 2005. Research & Reflection on Education, 3 (2), 3-8.

³ ريم فتحيّة قدوري، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، ورقة بحث قدمت للملتقى الوطني حول واقع التربية البيئية في الجزائر - واقع وافاق- جامعة البليدة 2، 2014، ص8.

⁴ عادل ربيع، التوعية البيئية، مرجع سابق.

- استغلال الموارد الطبيعية والمحافظة عليها من خلال ترشيد استخدامها.

- إدراك أفراد المجتمع للمشكلات البيئية ومعرفة طرق علاجها.¹

كما تكوين الوعي البيئي وتنميته لا يتطلب بالضرورة تربية نظامية، لان البيئة المحيطة بالفرد لها أثرها الفعال في ذلك، كما أن الوعي البيئي لا يتضمن سلوكاً إيجابياً نحو البيئة في كل الظروف فكثير من المدخنين على وعي بأضرار التدخين ورغم ذلك يدخنون.²

- الدراسة الميدانية:

نقوم في هذا الجانب من الدراسة بتحليل البيانات الميدانية، مستثنين على معطيات الإستمارة البحثية التي تم توزيعها على مستخدمي موقع الفيسبوك، حيث سنقوم بتحليل محتوى الإستبيان وفق محاور الدراسة، من أجل الوصول إلى تحليل النتائج والتساؤلات الرئيسية للبحث.

- نتائج الدراسة

1- عرض وتحليل نتائج الاستبيان:

1.1.1 البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك:

يهدف هذا المحور إلى محاولة التعرف على معنى البيئة، ودرجة الاهتمام بها، ومصادر المعلومات البيئية، وأهم قضاياها ومشكلاتها بالنسبة للمبحوثين من مستخدمي موقع الفيسبوك.

- إهتمام مستخدمي الفيسبوك بالبيئة:

رغم التفاعل الضعيف مع الاستمارة التي نعتقد أنها تُشير إلى أن البيئة لا تحتل سلم الأولويات في الموضوعات التي يتفاعل معها مستخدمو موقع الفيسبوك، إلا أن إجابات المبحوثين عكست اهتمامهم بالبيئة، ما قد تُفسره بأن جُل من تفاعل مع الاستمارة يهتم بالبيئة، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

¹ سمير محمود، الإعلام العلمي، مرجع سابق.

² هبة صالح احمد الديب، دور الإذاعة المحلية بوسط الدلتا في تنمية الوعي بمشكلات البيئة الريفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، 1999، ص 42.

جدول رقم (7): يبين إجابات المبحوثين حول سؤال: هل أنت مهتم بالبيئة؟

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
97.8%	270	نعم
2.2%	06	لا
%100	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

الجدول السابق أعلاه يوضح أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت متوافقة إلى درجة كبيرة، حيث يُظهر أن جُل مستخدمي موقع الفيسبوك لديهم إهتمام بيئي، وقدّر عدد أفراد العينة الذين أجابوا بنعم بـ (270) بنسبة مئوية تقدر بـ (97.8%)، والذين أجابوا بـ لا فكان عددهم قليل جدا، حيث قدر بـ (06) أفراد بنسبة (2.2%)، وهو ما قد يعني أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لديهم إهتمام بيئي.

- درجة إهتمام مستخدمي موقع الفيسبوك بالبيئة:

يُحدد المستخدم لموقع الفيسبوك درجة إهتمامه بالبيئة بين الدرجة العالية والمتوسطة، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (8): يبين درجة الإهتمام البيئي لمستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
55.8%	154	عالية
40.6%	112	متوسطة
1.8%	05	ضعيفة
1.8%	05	لا أهتم
%100	276	المجموع

المصدر: هذا البحث

الجدول السابق يؤكد أن أفراد عينة الدراسة لديهم إهتمام كبير وعالي بالبيئة، حيث كانت نسبة كبيرة منهم مهتمون بدرجة عالية بالبيئة وقدر عددهم بـ(154) بنسبة مئوية تقدر بـ(55.8%)، وفيما يخص الذين كان إهتمامهم متوسط فقدر عددهم بـ(112) بنسبة (40.6%). أما بالنسبة إلى الذين كان إهتمامهم ضعيف أو غير مهتمين أصلا فكان عددهم قليل نسبيا حيث قدر بـ(05) أفراد بنسبة (1.8%)، ما نعتقد أنه يعني أن مستخدمو مواقع التواصل الإجتماعي لديهم إهتمام كبير بالبيئة.

- معنى البيئة لمستخدمي موقع الفيسبوك:

تتعدد معاني ومفاهيم البيئة بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، ورغم هذا التنوع إلا أن جميعها تصب في إحدى الجوانب التي تعني أو تُفيد البيئة، والجدول التالي يوضح معنى البيئة لمستخدم موقع الفيسبوك:

جدول رقم (9): يوضح معنى البيئة لمستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
48.9%	135	هي كل ما يحيط بالإنسان
20.3%	56	جميع المكونات الحية وغير الحية للأرض
15.9%	44	هي كوكب الأرض
14.9%	41	هي الطبيعة والمحيط
%100	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

تُبين نتائج الدراسة من خلال الجدول السابق أعلاه: أن أفراد عينة الدراسة لديهم مفاهيم مختلفة للبيئة، حيث تنوعت إجاباتهم، فمنهم من يرى أن البيئة تعني لهم كل ما يحيط بالإنسان، قدر عددهم بـ(135) بنسبة مئوية تقدر بـ(48.9%)، في حين هناك من يرى أن البيئة تعني له جميع المكونات الحية وغير الحية للأرض وقدر عددهم بـ(56) بنسبة (20.3%).

أما الذين تعني لهم البيئة كوكب الأرض فعدددهم قليل نسبياً حيث قدر بـ (44) فرد بنسبة (15.9%)، وهي تقريبا نفس نسبة الأفراد الذين تعني لهم البيئة الطبيعية والمحيط، حيث قدر عددهم بـ (41) بنسبة (14.9%)، وهو ما قد يُفيد في أن معنى ومفهوم البيئة لدى مستخدمو الفيسبوك يختلف من شخص لآخر، إلا أن غالبيتهم تعني لهم البيئة كل ما يحيط بالإنسان، ما يُفسر على أن رؤيتهم إلى البيئة لا تقتصر على الطبيعة.

- القضايا البيئية الأكثر اهتماماً لمستخدمي الفيسبوك:

نعتقد بحقيقة أن كل ما يمس البيئة يعتبر قضية بيئية، وقد تعددت القضايا والمشكلات البيئية لأفراد عينة الدراسة، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

جدول رقم (10): يبين أهم القضايا والمشكلات البيئية لمستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
33%	91	تلوث الهواء والمياه
17.4%	48	الاحتباس الحراري
7.6%	21	ثقب طبقة الأوزون
24.3%	67	المخلفات البشرية والمادية
8%	22	مشكلة السكان
9.8%	27	مشكلة التصحر
47.8%	132	أخرى (الحفاظ على الغابات)
%100	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

الجدول السابق يُبين تنوع القضايا والمشكلات البيئية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، حيث اختلفت إستجاباتهم نحو أهم القضايا البيئية، وذكرت الفئة الغالبة قضايا تلوث الهواء والماء ويقدر عددهم

ب(91) بنسبة مئوية تقدر ب(33%)، في حين هناك من يهتم لقضية الإحتباس الحراري وقدر عددهم ب(48) فرد بنسبة(17.4%).

ومنهم من يهتم بتقبة الأوزون ويقدر عددهم ب(21) فرد بنسبة(7.6%)، ومنهم من يهتم لأمر المخلفات البشرية والمادية والنفايات حيث قدر عددهم ب(67) بنسبة(24.3%)، في حين أن من يهتم لقضية البيئة من حيث مشكلة السكان ومشكلة التصحر فكان عددهم قليل حيث قدر عددهم ب(22) و(27) على التوالي بنسبة مئوية تقدر ب(8%) و(9.8%).

إضافة إلى المشكلات المذكورة طرح مستخدمو موقع الفيسبوك مشكلة المحافظة على الغابات كقضية هامة تدخل ضمن القضايا والمشكلات البيئية، وهو ما يمكن تفسيره أن مستخدمو موقع الفيسبوك لديهم وعي بالمشكلات البيئية وقضاياها المختلفة والمتنوعة.

- مصادر المعلومات البيئية لمستخدمي الفيسبوك:

تتنوع مصادر المعلومات البيئية وتتعدد حسب أفراد عينة الدراسة، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (11) يبين مصادر المعلومات البيئية لمستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
33%	91	وسائل الاعلام التقليدية
55.4%	153	وسائل الاعلام الجديدة
11.6%	32	الاسرة والاصدقاء
%100	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

يُوضح الجدول السابق أن غالبية أفراد عينة الدراسة يستمدون معلوماتهم حول البيئة من خلال الإعلام الجديد، حيث قدر عددهم ب(153) بنسبة(55.4%)، أما فيما يخص الذين يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر للمعلومات البيئية قدر عددهم ب(91) بنسبة (33%). كما تعتبر الأسرة والأصدقاء أحد مصادر المعلومات البيئية لمستخدمي الفيسبوك، وإن كان عددهم قليل نسبياً حيث قدر ب(32) بنسبة(11.6%). إضافة إلى مصادر أخرى ذكرها أفراد عينة الدراسة والمتمثلة في (الكتب، التقارير البيئية والدراسات العلمية، مصادر أجنبية، الكتب المدرسية والورشات البيئية).

ولعلنا نفسر تراجع الإعلام التقليدي كمصدر للمعلومات نظراً إلى حجم التعرض الكبير للإعلام الجديد الذي أصبح يأخذ حيزاً ومساحة كبيرة من اهتمامات المتلقي، كما نلاحظ تراجع الاعتماد على المحيط الاجتماعي الصغير المتمثل في الأسرة وجماعة الأصدقاء كمصدر للمعلومات ما يؤكد ضعف دورها في التوعية البيئية.

1.1.2 تحليل محور: اتجاهات وسلوكيات موقع الفيسبوك نحو البيئة

هدف هذا المحور إلى محاولة التعرف على أهمية القضايا البيئية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، ومعرفة اتجاهاتهم وسلوكياتهم البيئية، وتحديد المسؤولية البيئية كما يراها مستخدمو موقع الفيسبوك، وهو ما نوضحه فيما يلي:

- أهمية قضايا البيئة والحفاظ عليها بالنسبة لمستخدمي الفيسبوك:

إجابات المبحوثين من مستخدمي موقع الفيسبوك على السؤال الذي ينص على "هل تشعر بأهمية قضايا البيئة والحفاظ عليها؟" كانت متوافقة إلى درجة كبيرة، حيث أظهر غالبية المبحوثين أنهم مهتمين بقضايا البيئة، وقدّر عدد الأفراد الذين أجابوا بنعم بـ (252) بنسبة (91.3%) أما الذين أجابوا بـ لا فكان عددهم قليل جداً حيث قدر بـ (24) مستخدم بنسبة (8.7%). وهو ما يؤكد الجدول التالي:

جدول رقم (12) يبين الشعور بأهمية البيئة لمستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
91.3%	252	نعم
8.7%	24	لا
%100	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

الجدول السابق يوضح أن مستخدمي موقع الفيسبوك لديهم وعي بأهمية قضايا البيئة. وتُرجع سبب هذه الأهمية إلى أهمية البيئة كعنصر أساسي لضمان حياة الإنسان، حيث يرون أن الحفاظ على البيئة شرط أساسي للحفاظ على الإنسان وصحته، وضمان حق الأجيال القادمة في العيش.

كما يرى البعض الآخر من أفراد عينة الدراسة أن البيئة هي الوسط الذي يعيش فيه الإنسان، والحفاظ عليها يُعبر عن درجة وعي المجتمعات وتطورها، وأنها شرط أساسي لضمان التنمية المستدامة. ولأن العلاقة بين الإنسان والبيئة علاقة تفاعلية متبادلة يؤثر كل منهما في الآخر. ويرى البعض أن وجود بيئة جميلة تعني حياة صحية سليمة.

- الشعور بأن البيئة مهددة في عالمنا المعاصر:

إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي ينص: "هل تشعر بأن البيئة مهددة في عالمنا المعاصر؟" كانت متوافقة مع الأسئلة السابقة، حيث بينت أن غالبية مستخدمي الفيسبوك يشعرون بأهمية البيئة، وأنها مهددة في عالمنا المعاصر، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (13) يبين شعور مستخدمي موقع الفيسبوك حول تهديدات البيئة في عالمنا المعاصر

البدائل	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	254	92%
لا	22	8%
المجموع	276	%100

(المصدر: هذا البحث)

الجدول السابق أعلاه يوضح عدد الأفراد الذين أجابوا بنعم حول تهديدات البيئة في عالمنا المعاصر بـ(254) بنسبة(92%)، في حين كانت إجابات المبحوثين — لا تمثل ما نسبته 8% بـ(22). ما نعتقد أنه يُشير إلى وعي أفراد عينة الدراسة بأن البيئة مهددة في عالمنا المعاصر.

- اتجاهات مستخدمي موقع الفيسبوك نحو البيئة:

اختلفت اتجاهات مستخدمي موقع الفيسبوك نحو البيئة، بين اتجاهات إيجابية إلى حد كبير وهي الفئة الغالبة حيث قدر عددهم بـ(145) بنسبة مئوية تقدر بـ(52.5%)، واتجاهات إيجابية قدر عددهم بـ(121) بنسبة (43.8%). في حين أن الإتجاهات الحيادية قدر عددهم بـ(06) أفراد بنسبة (2.2%)، وقدر عدد الأفراد ذوو الإتجاهات السلبية بـ(01) بنسبة(0.4%)، أما من لديهم إتجاهات سلبية إلى حد كبير نحو البيئة فكان عددهم يقدر بـ(03) بنسبة(1.1%)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (14) يبين اتجاهات مستخدم موقع الفيسبوك نحو البيئة

النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
52.5%	145	إيجابي إلى حد كبير
43.8%	121	إيجابي
2.2%	6	محايد
0.4%	1	سلبي
1.1%	3	سلبي إلى حد كبير
%100	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

الجدول السابق يُفيد أن غالبية مستخدمي الفيسبوك لديهم اتجاهات ايجابية نحو البيئة.

- مسؤولية حماية البيئة: البيئة مسؤولية الجميع، وتكوين بيئة جيدة تبدأ أساساً من الفرد وجميع مكونات المجتمع، ويحدد الجدول التالي مسؤولية حماية البيئة حسب أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (15) يبين تحديد المسؤولية البيئية حسب مستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
17%	47	الفرد
8.3%	23	المجتمع
1.1%	3	الدولة
00%	0	الجمعيات
73.6%	203	جميعهم
%100	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

يوضح الجدول رقم (15): أن أفراد عينة الدراسة لديهم توجهات مختلفة بخصوص مسئولية حماية البيئة، فمنهم من يرى أن المسئولية تقع على عاتق الأفراد أنفسهم وقدر عددهم بـ(47) بنسبة بـ(17%) وهناك من يرى أن المجتمع هو من يجب عليه حماية البيئة، وقدر عددهم بـ(23) بنسبة (8.3%)، والبعض الآخر يرى أن الدولة هي من يجب عليها الحماية البيئة وقدر عددهم بـ(3) أشخاص بنسبة(1.1%)، في حين أنه لم يتم تحميل جمعيات ومنظمات المجتمع المدني مسئولية البيئة.

نلاحظ من خلال النتائج السابقة أن مستخدمو موقع الفيسبوك لم يُشيروا أو يحملوا المسئولية البيئية للعمل الجمعي أو للجمعيات، وهو ما نستغربه نوعاً ما ونفسره بأن رؤية أفراد عينة الدراسة حول مسئولية حماية البيئة تقوم أساساً على العمل الفردي الذي يؤكد العمل الجماعي، ورغم ذلك فإن النسبة الكبيرة أو الغالبة كانت تشير إلى كل ما سبق وأن كل العناصر هي مطالبة بحماية البيئة وقدر عددهم بـ(203). وهو ما قد يعني أن غالبية أفراد عينة الدراسة تعتقد أن مسئولية حماية البيئة تحتاج إلى التعاون بين مختلف شرائح المجتمع ومكوناته.

- محيط يحترم البيئة:

ينعكس المحيط البيئي الجيد على صحة الفرد وسلوكياته في المجتمع، وتعامله مع البيئة، وقد كانت إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي ينص: "هل تُقيم في محيط يحترم البيئة؟" غير متوقعة نظراً للإجابات السابقة، حيث أظهرت النتائج أن غالبية الأفراد من عينة الدراسة لا يُقيمون في محيط يحترم البيئة، وقدر عدد الأفراد الذين أجابوا بـ لا بـ(202) بنسبة(73.2%)، والذين أجابوا بنعم فكان عددهم قليل قدر بـ(74) بنسبة(26.8%)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (16) يبين إقامة مستخدم موقع الفيسبوك في محيط يحترم البيئة

البدائل	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	74	26.8%
لا	202	73.2%
المجموع	276	100%

(المصدر: هذا البحث)

نعلق على الجدول السابق بالقول: أنه وعلى الرغم من توفر وعي بيئي لمستخدم موقع الفيسبوك، إلا أنه غير كافي وغير فعال مالم يتحول هذا الوعي إلى حرص مستخدم موقع الفيسبوك وإدراكه إلى أهمية الإقامة في محيط بيئي جيد.

- تغيير السلوكيات من أجل المحافظة على البيئة:

الاستعداد لتغيير السلوكيات السلبية للفرد هو أحد أهم الخطوات الأساسية التي تؤسس للحفاظ على البيئة، وهو ما يوضحه الجدول رقم(17)، الذي نص سؤاله على "هل أنت على استعداد لتغيير سلوكياتك حتى تحافظ على البيئة؟ كما يلي:

جدول رقم (17) يبين استعداد أفراد العينة لتغيير سلوكياتهم من أجل المحافظة على البيئة

البدايل	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	272	98.6%
لا	04	1.4%
المجموع	276	%100

(المصدر: هذا البحث)

أكدت غالبية الإجابات على استعداد أفراد عينة الدراسة لتغيير سلوكياتهم من أجل المحافظة على البيئة، وقدر عدد الأفراد الذين أجابوا بنعم بـ(272) بنسبة(98.6%)، والذين أجابوا بـ لا فكان عددهم قليل حيث قدر بـ(04) بنسبة(1.4%). ما نفسره أن مستخدمو موقع الفيسبوك على استعداد تام من أجل تغيير وتعديل سلوكياتهم للمحافظة على البيئة.

- ممارسة سلوكيات بيئية:

إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي نص: "هل تمارس سلوكيات تحافظ على البيئة؟ كانت غالبيتها تشير إلى الإجابة بنعم حيث قدر عددهم بـ(214) بنسبة مئوية تقدر بـ(77.5%)، أما الذين أجابوا بـ لا فكان عددهم قليل، وقدر بـ(03) بنسبة (1.1%)، والذين أجابوا بـ أحيانا فقد عددهم بـ(59) بنسبة(21.4%)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (18) يبين ممارسة السلوكيات البيئية

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
77.5%	214	نعم
1.1%	03	لا
21.4%	59	أحيانا
%100	276	المجموع

(المصدر: هذا البحث)

يتضح من خلال الجدول السابق أعلاه: أن غالبية أفراد عينة الدراسة يمارسوا سلوكيات تحافظ على البيئة.

- السلوكيات البيئية التي يمارسها مستخدمي موقع الفيسبوك: الوعي البيئي ينعكس على السلوكيات والممارسات التي يقوم بها الفرد، والجدول التالي يوضح لنا أهم الممارسات البيئية للمبحوثين:

- جدول رقم (19) يبين السلوكيات البيئية لمستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
11.2%	31	الحرص على توفير مساحات خضراء في المحيط الذي أقيم به
24.3%	67	توفير استهلاك الطاقة.
15.2%	42	ترشيد استهلاك المياه.
9.4%	26	فرز النفايات قبل رميها.
31.2%	86	رمي النفايات في الأماكن المخصصة لها.
8.7%	24	المحافظة على الهواء.

المجموع

276 %100

(المصدر: هذا البحث)

يتضح من خلال الجدول السابق: أن أفراد عينة الدراسة لديهم سلوكيات وممارسات بيئية مختلفة، فمنهم من يمارس سلوك الحرص على توفير مساحات خضراء في المحيط الذي يُقيم به من أجل المحافظة على البيئة وهو ما ينعكس على نفسية ووضعية الفرد في المجتمع، ويقدر عدد هذه الفئة بـ(31) بنسبة مئوية تقدر بـ(11.2%) في حين من يُمارس سلوك توفير إستهلاك الطاقة من أجل المحافظة على البيئة قدر عددهم بـ(67) بنسبة(24.3%).

وهناك من يُمارس سلوك ترشيد إستهلاك المياه من أجل المحافظة على البيئة ويقدر عددهم بـ(42) بنسبة(15.2%)، ومن يُمارس سلوك فرز النفايات قبل رميها من أجل المحافظة على البيئة، قدر عددهم بـ(26) بنسبة(9.4%)، أما من يُمارس سلوك رمي النفايات في الأماكن المخصصة لها من أجل المحافظة على البيئة قدر عددهم بـ(86) بنسبة مئوية تقدر بـ(31.2%) ما يعني وجود وعي لدى المبحوثين بمجال تسيير الفضلات المنزلية، أما آخر فئة والتي تُمارس سلوك المحافظة على الهواء قدر عددهم بـ(24) بنسبة(8.7%)، ومن هنا يمكن القول أن السلوكيات والممارسات التي يمارسها مستخدمو موقع الفيسبوك لأجل المحافظة على البيئة متعددة ومتنوعة، ونعتقد أن جلها تعكس سلوك بيئي إيجابي يؤكد على توفر الوعي البيئي.

2.1 عرض وتحليل نتائج تساؤلات الدراسة:

لأجل الإجابة على تساؤلات الدراسة الخمسة المُعدة لهذه الدراسة، تم الإعتماد على

إختبار كاف مربع (كا2)، وستقوم بعرضها من خلال ما يلي:

نص التساؤل الأول الرئيسي: ما هو مستوى الوعي البيئي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي؟

تُشير قيمة (كا2) التي تقدر بـ(250.23) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، ما يعني وجود اختلاف بين أفراد عينة الدراسة بخصوص مستوى الوعي البيئي لديهم لصالح ذوو مستوى الوعي البيئي العالي والذي يقدر تكراره بـ(276/154)، ثم يأتي في المرتبة الثانية ذوو مستوى الوعي البيئي المتوسط بتكرار قدر بـ(276/112)، وفي المرتبة الأخيرة ذوو مستوى الوعي

البيئي الضعيف، ومن ليس لديهم أي وعي بيئي بتكرار قدر ب(276/05)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (20) يبين نتائج التساؤل الأول للدراسة

مستوى الوعي البيئي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

عالي	متوسط	ضعيف	لا اهتم	المجموع
154	112	05	05	276
التكرار				
المتغير				
		درجة	قيمة كاف مربع	مستوى الدلالة
		الحرية		
مستوى الوعي البيئي	03	250.23	دال عند 0.01	

(المصدر: هذا البحث)

من خلال الجدول السابق يمكننا الإجابة بالقول: أن مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجاً- يتراوح بين المستوى العالي والمتوسط.

نص التساؤل الثاني: ما نوع القضايا البيئية التي يهتم بها مستخدم الفيسبوك؟

تُشير قيمة (كا2) التي تقدر ب(87.65) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، وهذا معناه أنه يوجد إختلاف في نوع القضايا البيئية التي يهتم بها مستخدمو موقع الفيسبوك لصالح المستخدمين الذين يهتمون بتلوث الهواء والمياه والتي كانت في المرتبة الأولى بتكرار يقدر ب(276/91)، وفي المرتبة الثانية الأفراد الذين يهتمون بالمخلفات المادية والبشرية والنفايات بتكرار يقدر ب(276/67)، ثم في المرتبة الثالثة الأفراد الذين يهتمون بالإحتباس الحراري بتكرار يقدر ب(276/48)، وفي المرتبة الرابعة المستخدمين الذين يهتمون بمشكلة التصحر بتكرار يقدر ب(276/27)، أما المرتبة الأخيرة فكانت للأفراد الذين يهتمون بمشكلة السكان وثقب طبقة الاوزون بتكرار يقدر ب(276/22)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (21) يبين نتائج التساؤل الثاني

نوع القضايا البيئية التي يهتم بها مستخدم الفيسبوك

البدائل	التلوث	الاحتباس الحراري	ثقب الأوزون	مخلفات مادية/بشري	مشكلة سكان التصحر	مشكلة المجموع
التكرار	91	48	21	67	22	276
المتغير				درجة	قيمة كاف مربع	مستوى الدلالة
				الحرية		
				05	87.65	دال عند 0.01

(المصدر: هذا البحث)

من خلال ما سبق يمكننا الإجابة بالقول: أن مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك نموذجاً - يهتموا بعدة قضايا بيئية أهمها تلوث المياه والهواء والمخلفات البشرية والمادية والنفايات وبدرجة أقل الاحتباس الحراري.

نص التساؤل الثالث: ما هي مصادر المعلومات والمعرفة البيئية لمستخدمي الفيسبوك؟

تُشير قيمة (كا2) التي تقدر بـ (79.58) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) ما يعني وجود تباين وإختلاف في المصادر الذي يعتمد عليها مستخدم الفيسبوك في الحصول على المعلومات والمعارف حول البيئة لصالح الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام الحديثة والتي كانت في المرتبة الأولى بتكرار قدر بـ (276/151)، ثم في المرتبة الثانية الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية بتكرار يقدر بـ (276/91)، أما المرتبة الأخيرة فكانت تُشير إلى الأفراد الذين يعتمدون على الأسرة والأصدقاء بتكرار يقدر بـ (276/32)، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (22) يبين نتائج التساؤل الثالث

مصادر المعلومات والمعرفة البيئية لمستخدمي الفيسبوك

البدائل	وسائل الإعلام القديمة	وسائل الإعلام الحديثة	الأصدقاء	المجموع
التكرار	91	153	32	276
المتغير	درجة الحرية	قيمة كاف مربع	مستوى الدلالة	
مصادر المعلومات والمعرفة البيئية	02	79.58	دال عند 0.01	

(المصدر: هذا البحث)

ومنه يمكننا الإجابة على هذا التساؤل بأن: وسائل الإعلام الحديثة تعتبر المصدر الأول الذي يعتمد عليه مستخدمو مواقع شبكات التواصل الإجتماعي في الحصول على المعلومات والمعارف بخصوص البيئة.

نص التساؤل الرابع: ما هي اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي نحو البيئة؟

تُشير قيمة (كا2) التي قدرت بـ(370.95) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، ويعني أنه يوجد تباين كبير في اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي نحو البيئة لصالح المستخدمين ذوو الإتجاهات الإيجابية إلى حد كبير نحو البيئة والتي كانت في المرتبة الأولى بتكرار قدر بـ(276/145)، ثم يأتي في المرتبة الثانية الأفراد ذوو الإتجاهات الإيجابية نحو البيئة بتكرار يقدر بـ(276/121)، وفي المرتبة الثالثة الأفراد ذوو الإتجاهات المحايدة نحو البيئة بتكرار قدر بـ(276/06)، ثم في المرتبة الرابعة الأفراد ذوو الإتجاهات السلبية إلى حد كبير نحو البيئة بتكرار قدر بـ(276/03). أما المرتبة الأخيرة فكانت للأفراد ذوو الإتجاهات السلبية نحو البيئة بتكرار قدر بـ(276/01)، والجدول التالي يؤكد هذه النتائج:

جدول رقم (23) يبين نتائج التساؤل الرابع

اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو البيئة

البدائل	ايجابي الى ايجابي	محايد	سلبي	سلبي الى المجموع
	حد كبير			حد كبير
التكرار	145	121	06	01
المتغير				
اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل	04			
درجة الحرية				قيمة كاف مربع
				مستوى الدلالة
				دال عند 0.01
				370.95

(المصدر: هذا البحث)

ومنه يمكن القول بأن: اتجاهات مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجاً- لديهم اتجاهات إيجابية نحو البيئة.

نص التساؤل الخامس: ما هو السلوك البيئي الذي يتبناه مستخدمي الفيسبوك؟

نُشير أن قيمة (كا2) التي تقدر بـ (68.82) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) ما يعني وجود سلوكيات متباينة يتبناها مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في المحافظة على البيئة لصالح الأفراد الذين يقومون برمي النفايات في الأماكن المخصصة لها من أجل المحافظة على البيئة، والتي كانت في المرتبة الأولى بتكرار قدر بـ (276/86)، ثم يأتي في المرتبة الثانية الأفراد الذين يعملون على توفير استهلاك الطاقة من أجل المحافظة على البيئة بتكرار يقدر بـ (276/67)، وفي المرتبة الثالثة الأفراد الذين يعملون على ترشيد استهلاك المياه من أجل المحافظة على البيئة بتكرار قدر بـ (276/42)، وفي المرتبة الرابعة الأفراد الذين يعملوا على توفير مساحات خضراء في المحيط من أجل المحافظة على البيئة بتكرار يقدر بـ (276/31). وفي المرتبة الأخيرة الأفراد الذين يقوموا بفرز النفايات قبل رميها والمحافظة على المياه من أجل المحافظة على البيئة بتكرار قدر بـ (276/25)، الجدول التالي يوضح النتائج:

جدول رقم (24) يبين نتائج التساؤل الخامس

السلوك البيئي الذي يتبناه مستخدمو الفيسبوك

البدائل	مساحات الخضراء	توفير الطاقة	توفير المياه	فرز النفايات	المحافظة على الأماكن	المجموع
التكرار	31	67	42	26	86	276
المتغير	السلوك البيئي لدى مستخدم	درجة الحرية	قيمة كاف مربع	مستوى الدلالة		
	05	68.82	دال عند 0.01			

(المصدر: هذا البحث)

ومنه يمكن القول بأن: مستخدمو مواقع شبكات التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجاً- لديهم سلوكيات مختلفة ومتباينة من أجل المحافظة على البيئة، أهمها رمي النفايات في الأماكن المخصصة لها وتوفير استهلاك الطاقة، بالإضافة إلى ترشيد استهلاك المياه وبدرجة أقل توفير المساحات الخضراء وفرز النفايات ومحافظة على الهواء.

من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة نستنتج ما يلي:

- أن أفراد عينة الدراسة لديهم مستوى وعي بيئي يتراوح بين المستوى العالي والمتوسط، واتجاهات إيجابية نحو البيئة.
- كما تميزت أفراد عينة الدراسة باهتمامها بقضايا ومشكلات البيئة بدرجات مختلفة.
- تعتبر قضايا التلوث بمختلف أشكالها، والمحافظة على الغابات الأهم بالنسبة لمستخدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وبدرجة أقل قضايا النفايات البشرية والصلبة، وتقب الأوزون.
- تعتبر وسائل الإعلام الجديدة والكتب والدراسات العلمية أهم المصادر للمعلومات البيئية.

خاتمة:

نختتم دراستنا بالقول أن الوعي البيئي يعتبر شرط أساسي لإنجاح العملية التنموية، خاصة مع التطورات المتسارعة للمشاكل البيئية التي جعلت البيئة تحل مكانة هامة في النقاشات الجادة على مستوى الدول والمنظمات. ولا نستطيع الحديث عن تنمية مستدامة في ظل ضعف أو غياب الوعي بأهمية قضايا البيئة، التي تعتبر أحد الأبعاد الهامة لإنجاح مشاريع وخطط التنمية المستدامة. نؤمن بأهمية تنمية الوعي البيئي للفرد والمجتمع خاصة وأننا نعتقد بأن المستخدم العربي لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي لا يهتم بقضايا البيئة والنشر البيئي إلا نادراً، وهو ما عكسه التفاعل الضعيف مع الدراسة الميدانية. ولا يمكن إنجاز التنمية المستدامة دون العمل على زيادة الاهتمام وتكاتف الجهود لجعل البيئة ضمن الموضوعات الهامة بالنسبة للمستخدم العربي لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، لضمان تحسيس المثقفي العربي بأهمية البيئة وقضاياها المختلفة، وهو ما يحتاج إلى جهد وعمل كبير ومدروس من مختلف الجهات الرسمية والمجتمع المدني الناشط في هذا المجال.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم حسين العسل، التنمية في الفكر الإسلامي، مفاهيم - عطاءات - معوقات - أساليب، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006.
- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، الدار الثقافية للنشر، بدون سنة نشر.
- دوناتو رومانو، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة، مشروع GCP/SYR/006/ITA وزارة الزراعة والاصلاح الزراعي (مصر)ن المركز الوطني للسياسات الزراعية بالتعاون مع منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، والتعاون الإيطالي، 2000.
- سمير محمود، الإعلام العلمي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- عادل ربيع، التوعية البيئية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009.
- عبد الرحمن محمد السعدني، ثناء مليجي السيد عودة، مشكلات بيئية طبيعتها، أسبابها، أثارها، كيفية مواجهتها، دار الكتاب الحديث، القاهرة الطبعة الأولى، 2006.
- فتحية محمد الحسن، مشكلات البيئة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006.
- ليلي احمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان الأردن، الطبعة الأولى 2012.
- محمد صابريني، رشيد الحمد، البيئة والإنسان - التربية البيئية، مكتب الكنانني، عمان الأردن، 1994.
- مصطفى يوسف كافي، الإعلام والاتصال البيئي والسكاني، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2016.
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004-2006.

ثالثاً: البحوث والدراسات:

- رضوان سلامن، الإعلام والبيئة دراسة استطلاعية لعينة من الثانويين والجامعيين بمدينة عنابة، رسالة ماجستير، قسم علوم الأعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الموسم الجامعي 2005-2006.
- ريم فتيحة قدوري، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، ورقة بحث قدمت للملتقى الوطني حول واقع التربية البيئية في الجزائر - واقع وافاق - جامعة البليدة 2، 2014.
- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.
- هبة صالح أحمد الديب، دور الإذاعة المحلية بوسط الدلتا في تنمية الوعي بمشكلات البيئة الريفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، 1999.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

- Ghosh, Kumud, Environmental awareness among secondary school students of Golaghat district in the state of Assam and their attitude towards environmental education. Journal of Humanities and Social Science, 2014.
- Karter Good, German and Russian Adolescents environmental awareness, 1973.
- Sebastian, S. & Nima, DAwareness of Bio-diversity and its Conservation among Higher Secondary School Students in Nayyatinkara District 2005.

الإعلام التربوي و التربية الإعلامية

-مقاربة نسقية مفاهيمية -

Media Education and Education Media

- Conceptual approach-

د. محمد النذير عبد الله ثاني* أستاذ مشارك بجامعة حائل - المملكة العربية

ملخص:

لم يعد بالإمكان إغفال دور الإعلام واستثماره كأداة مهمة في العملية التربوية، فالتطور التكنولوجي فرض مظهرا مهما من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية، فقد أصبح الإعلام محورا من محاور العملية التربوية، وتم ادراجه ضمن برامج التدريس في مستويات تعليمية مختلفة وبدرجات متفاوتة. وإلى جانب تدريب التلميذ على استعمال الكمبيوتر وعلى التعامل مع الأنترنت وغيره من الرسائل الاتصال، ظهرت مادة دراسية جديدة تعرف بالتربية الإعلامية.

وأصبح لك مظهرا من مظاهر التطور في النظام التعليمي، والرقي بالنسبة للبلدان. و إذا ما تجاهلت بعض الدول تدريس الإعلام، فإن الثورة التكنولوجية جعلت التربية الإعلامية أكثر إلحاحا، ونتيجة لهذه التحولات التكنولوجية، أصبح الجمهور أكثر اقبالا على البرامج التلفزيونية وأكثر تعاملًا مع الأنترنت. وأصبح جمهور الطلب بالخصوص أكثر عرضة للمادة الإعلامية والثقافية الأجنبية وأكثر قابلية للتأثر بهذه المادة، وإن شاء البعض أم رفض فقد أصبح طيف واسع من التلاميذ يتعرضون ويتفاعلون مع تيارات ثقافية ومذهبية وسياسية ضمن فضاءات ثقافية وإعلامية لا تخلو من فوضى حيث تتداخل وتتنافس وتتصارع شتى أنماط الثقافة المحلية والأجنبي. فسؤال المطروح هو تسليط الضوء على ماهية الإعلام التربوي والتربية الإعلامية؟

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، الإعلام التربوي، العملية التربوية، المادة الإعلامية.

Abstract:

It is no longer possible to ignore the role of the media and its investment as an important tool in the educational process. Technological development has imposed an

important aspect of the integration of media and education. The media has become one of the axes of the educational process and has been included in teaching programs at different levels of education. In addition to training the student in the use of computers and in dealing with the Internet and other communications communication, a new material has emerged, known as media education.

You have become a manifestation of evolution in the education system, and for countries. If some countries ignore the teaching of the media, the technological revolution has made media education more urgent. As a result of these technological transformations, the public has become more popular with television programs and more interacting with the Internet. A large number of students are exposed to and interact with cultural, sectarian and political currents within cultural and media spaces that are free of chaos, where various types of local culture, And foreigner. The question posed is to highlight the nature of educational media and media education?

Keywords: Media Education, Educational Media, Educational Process, Media Article.

تمهيد:

لم يعد بالإمكان إغفال دور الإعلام واستثماره كأداة مهمة في العملية التربوية، فالتطور التكنولوجي فرض مظهرا مهما من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية، فقد أصبح الإعلام محورا من محاور العملية التربوية، وتم ادراجه ضمن برامج التدريس في مستويات تعليمية مختلفة وبدرجات متفاوتة. وإلى جانب تدريب التلميذ على استعمال الكمبيوتر وعلى التعامل مع الأنترنت وغيره من الرسائل الاتصال، ظهرت مادة دراسية جديدة تعرف بالتربية الإعلامية.

وأصبح لك مظهرا من مظاهر التطور في النظام التعليمي، والرقي بالنسبة للبلدان. و إذا ما تجاهلت بعض الدول تدريس الإعلام، فإن الثورة التكنولوجية جعلت التربية الإعلامية أكثر إلحاحا، ونتيجة لهذه التحولات التكنولوجية، أصبح الجمهور أكثر اقبالا على البرامج التلفزيونية وأكثر تعاملًا مع الأنترنت. وأصبح جمهور الطلاب بالخصوص أكثر عرضة للمادة الإعلامية والثقافية الأجنبية وأكثر قابلية للتأثر بهذه المادة، وإن شاء البعض أم رفض فقد أصبح طيف واسع من التلاميذ يتعرضون ويتفاعلون مع تيارات ثقافية ومذهبية وسياسية ضمن فضاءات ثقافية وإعلامية لا تخلو من فوضى حيث تتداخل وتتنافس وتتصارع شتى أنماط الثقافة المحلية والأجنبي. فسؤال المطروح هو تسليط الضوء على ماهية الإعلام التربوي والتربية الإعلامية؟

أولاً: مفهوم الإعلام التربوي

1-1 - ماهية الإعلام التربوي: عرفه البدر حمود عبد العزيز بأنه: "المحاولة الجادة للاستفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق أهداف التربية من غير تفريط في جدية التربية وأصالتها، أو إفراط في سيطرة فنون الاتصال وإثارته عليها" و هذا ما تبناه بعض الباحثين في الدول العربية (1). أما معهد الإنماء العربي فينظر إلى الإعلام التربوي بما تقوم به البرامج التربوية في الإذاعة والتلفزيون، والمجلات والنشرات التربوية، والمحاضرات والندوات(2).

فالإعلام التربوي مطالب بمتابعة سلوكيات الطلاب في داخل المدرسة وفي المجتمع، وأن يؤكد لهم ضرورة الحفاظ على المدرسة بمبناها ومعناها، والمحافظة على سلوكيات طالب العلم بالتحلي بالأخلاق الكريمة، واحترام المعلم، وحب الوالدين، والرغبة الملحة في العلم، وحبه لزملائه، وولائه لوطنه، والحفاظ على النظام، والنظافة والبعد عن كل ما هو مشين، والتعاون في الخير، والارتباط بالأسرة والمجتمع، والمحافظة على البيئة، والاتصاف بصفات المسلم الكريم والعربي الأصيل.

الإعلام التربوي فهو مصطلح جديد نسبياً، ظهر في أواخر السبعينات عندما استخدمته المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، للدلالة على التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية، وأساليب توثيقها، وتصنيفها، والإفادة منها، وذلك أثناء انعقاد الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية عام 1977م(3)، ولا يوجد تعريف محدد للإعلام التربوي يحظى بإجماع بين الباحثين، بل إن ثمة فروقا بين التعريفات المقدمة له، وربما يعود ذلك إلى حداثة الأبحاث في مجال الإعلام التربوي، واتساع هذا المفهوم، وتداخله في كثير من مجالات الأنشطة والعلاقات الإنسانية، و تباين وجهات نظر ومذاهب الباحثين فيه.

والإعلام التربوي مطالب بأن يكون معيناً للآباء والأمهات في تقريب المعلومة لذهن الطلبة، ومشجعاً لهم على تحصيل العلم والمعرفة، وغرس القيم الإسلامية النبيلة، ومعايشة ظروف المجتمع، وتأكيد المفاهيم الحقيقية للتعليم، والعمل، والانتماء للوطن.

1 البدر حمود عبد العزيز، "الإعلام التربوي في دول الخليج العربية"، اجتماع مسؤولي الإعلام التربوي في دول الخليج العربية - قطر، مكتب التربية العربي لدول الخليج، 1992م، ص 35-105.

2 عبد الرزاق محمود الدليمي، الاعلام التربوي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011، عمان، ص78.

3 سعد الدين، محمد منير، دراسات في التربية الإعلامية، المكتبة العصرية للطباعة والنشر، 1995، ص 9.

إن العمل الإعلامي التربوي المشترك يحتاج إلى كثير من الإصلاح والجهد ليصبح في إمكانه، ليس فقط دحض افتراءات المغرضين وإظهار مبادئ التربية وقيمها بصورتها الصحيحة، بل النهوض بأكثر الميادين أهمية وتأثيراً في حياة الشعوب والأمم وهو ميدان التربية والتعليم، فهو يشجع التعلم واكتساب المعارف والحصول على معلومات تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والجماعي وإسهام هذه الوظيفة في بناء شخصية المعلمين كإحدى الشرائح المستهدفة أو المتعرضة لمضامين وسائل الإعلام وانعكاسات ذلك على أدوارهم في تنشئة الأجيال وتربيتهم على النحو الذي أعطى لوسائل الإعلام اسهاماً واضحاً في عملية التغيير والتطور الحضاري للأمة وتعزيز القيم والتصرفات الاجتماعية والارتقاء بالأمة فكرياً وثقافياً إذا أحسن استخدام هذه الوسائل على النحو المأمون.⁽¹⁾

إن بإمكان وسائل الإعلام أن تكمل الدور التربوي للمؤسسات التعليمية، بل وقد تكون الساعد الأيمن للتربويين في حل هذه القضايا ولكن إلى حد ما فهناك عزلة بين التربويين والإعلاميين على الرغم من أن وسائل الإعلام تساهم في تشكيل بناء الإنسان وصياغة فكره وتوجيهه الوجهة السليمة في حال توفر القيادة الإعلامية الناجحة.

و اليوم علينا أن نتخذ قراراً مصيرياً وذلك بأن نكون مشاركين فاعلين في مجتمع الإعلام والمعرفة.⁽²⁾

أما الإعلام التربوي الإسلامي فقد عرفه عبد الرؤوف بني عيسى وهيفاء الفوارس بأنه "استخدام تقنيات الاتصال ووسائل الإعلام وعلومه، ضمن منهج إسلامي، وبأسلوب فني إعلامي، يقوم به أصحاب العلم بالعملية التعليمية والتربوية الإسلامية، ويستهدف الاتصال بأفراد العملية التربوية من معلمين ومتعلمين، بغرض تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويوجه بها توجهاتهم ومعتقداتهم وسلوكهم ضمن الشريعة الإسلامية"⁽³⁾.

¹ فائزة بنت محمد بن حسن أخضر، تعرض المعلمين لوسائل الإعلام وانعكاساته على الناشئة (دراسة وصفية تحليلية)، ورقة عمل مقدمة إلى اللجنة العلمية للمؤتمر 14-17/2-1428 هـ الموافق 4-7/3/2007م، ص4-5.

² فائزة بنت محمد بن حسن أخضر، المرجع نفسه، ص5.

³ عبد الرؤوف بني عيسى، هيفاء الفوارس، الإعلام التربوي من منظور إسلامي، ودوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالأمة المسلمة، مجلة المنارة، المجلد 21، العدد 4/ب، 2015.

1-1- أهداف الإعلام التربوي:

يسعى الإعلام التربوي إلى تحقيق الأهداف التالية⁽¹⁾.

- 1 - المشاركة في غرس القيم النبيلة ونشرها، وتزويد المتلقين بالقيم والتعاليم السمحة، والمثل العليا، وتنمية الاتجاهات السلوكية البناءة، والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني للمتلقين.
- 2 - المحافظة على التراث التربوي ونشره، والتعريف به وبرجالته وجهودهم التربوية والعلمية.
- 3 - تنمية اتجاهات فكرية تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي وتحقق تكوين الضمير الذي يوجه سلوك الفرد في الحياة، ويعزز الضبط الاجتماعي لدى الفئات الطلابية.
- 4 - المشاركة في نشر الوعي التربوي على مستوى القطاعات التعليمية المختلفة، وعلى مستوى المجتمع بوجه عام، والأسرة بوجه خاص.
- 5 - التأكيد على أن الجيل الجديد هم الثروة الحقيقية للمجتمع، وأن العناية والاهتمام بهم وتربيتهم مسؤولية عامة يجب أن يشارك فيها الجميع.
- 6 - التنسيق بين المؤسسات التربوية والمؤسسات الإعلامية سعياً لتحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة.
- 7 - التغطية الموضوعية لمختلف جوانب العملية التربوية والتعليمية، وتوثيق نشاطاتها.
- 8 - تبني قضايا ومشكلات التربية والتربويين والطلاب ومعالجتها إعلامياً.
- 9 - إبراز دور المدرسة بصفقتها الوسيطة الأساسية للتربية والتعليم في المجتمع، والتأكيد على ضرورة دعمها ومساعدتها في أداء رسالتها.
- 01 - إيجاد قنوات إعلامية للتعليم المستمر والتعليم عن بعد، وتعليم ذوي الحاجات الخاصة.

¹ (بتصرف) الصاوي، أمينة، وعبدالعزیز شرف. نظرية الإعلام في الدعوة الإسلامية، القاهرة: مكتبة مصر. (1998م)، ص52.

11 - توثيق الصلة بين المسؤولين والعاملين والمهتمين بشؤون التربية والتعليم في المملكة، وتنمية الوعي برسالة المعلم ومكانته في المجتمع.

21 - التعريف بالتطورات الحديثة في مجالات الفكر التربوي، والتقنيات التعليمية والمعلوماتية، وتشجيع البحوث في مجال الإعلام التربوي⁽¹⁾.

ثانيا: التربية الإعلامية:

2-1- مفهوم التربية الإعلامية:

التربية الإعلامية هي عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة. ولذا لا يقتصر تأثيرها على الطلبة في المدرسة، وإنما يتعدى ذلك إلى التأثير في الآباء والأمهات والأخوة والأخوات داخل الأسرة، وإلى التأثير في كافة أفراد المجتمع⁽²⁾.

وتعرف جوس إم وبرون Jose M, Brown "التربية الإعلامية بأنها " الأسلوب الذي يستخدم لتوضيح مهارات وقدرات طلاب الجامعات التي تتطلب الوعي بالتعليم المتطور في مجال الاتصالات الحديثة مثل التعليم الإلكتروني والوسائط المتعددة في مجتمع المعلومات⁽³⁾.

وعرف " J. Share, 2013 " التربية الإعلامية على أنها إكساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية هادفة، وكما يعبر عن إكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة⁽⁴⁾.

¹ (بتصرف) الصاوي، أمينة، مرجع سابق، ص52.

² شحاته، حسن، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية. 2003، القاهرة: ص25.

³ Jose M, Brown. **Media Literacy, New Conceptualization, New Approach**, Empowerment Through Media Education, An Intercultural Dialogue, Ulla Carlson, Samy Tayie, Genevieve Jacquinot, published by: the international Clearinghouse on children, Youth & Media, Sweden , 2008. P.103.

⁴ Share, J. **Media literacy is elementary: Teaching youth to critically read and create media**. New York, NY: Peter Lang, . 2013. P. 119.

يرى الخطيب أن التربية الإعلامية توفر الكثير من الفرص المناسبة لمعالجة المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يعاني منها الطلاب في المدرسة كمشكلة الأمية الحضارية، والأمية التكنولوجية، والأمية السياسية، علاوة على التوترات التي تنشأ بفعل الاتصال مع الآخرين، وعدم الألفة، والتعصب والاستغراق في المحلية وغيرها⁽¹⁾.

ويتم وصف التربية الإعلامية في إطار العالم الحديث كعملية بناء الإنسان، والمساعدة على جودة استخدام وسائل الإعلام، وتهدف إلى تشكيل ثقافة التفاعل مع تلك الوسائل، وتنمية المهارات الابتكارية والاتصالية، والتفكير الناقد، والاستقبال، والتفسير، والتحليل، وتقييم النصوص الإعلامية، وتدريب جميع صور التعبير الذاتي باستخدام تكنولوجيا الإعلام⁽²⁾.

إن الجدل القائم حول العلاقة بين التربية والإعلام ليس بالجديد، وقد أوضحت الدراسات والندوات التي تناولت هذه العلاقة أن هناك كثيراً من جوانب المقاربة والمفارقة بينهما، وأن التطور التكنولوجي فرض مظهراً مهماً من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية، وأن الإعلام قد أصبح محوراً من محاور العملية التعليمية، وتم إدراج الإعلام التربوي ضمن التخصصات التربوية المنتشرة في المؤسسات التربوية⁽³⁾.

إن الثورة التكنولوجية جعلت التربية الإعلامية أكثر إلحاحاً وبخاصة بعد أن فقدت الدول السيطرة الكاملة على البث المباشر للبرامج التليفزيونية، وفقدت قدرتها على التصدي للبث الإعلامي الخارجي والاكتماس الثقافي الأجنبي. وبعد أن ساعدت شبكة الانترنت على الغزو الثقافي وتهديد كثير من الثقافات الوطنية، وتفاعل معها الصغار والشباب والكبار في تناول التيارات الثقافية والمذهبية والسياسية⁽⁴⁾.

¹ الخطيب محمد، "دور المدرسة في التربية الإعلامية"، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم ومنظمة اليونسكو، الرياض، المملكة العربية السعودية. 2007.

⁴ Baranov, O. **Media Education in School and University**. (in Russian). Tver: Tver State University, 2012.P. 87.

³ حمدان محمد، العلاقة بين الإعلام والتربية في الوطن العربي: أية إشكاليات؟ أي مستقبل؟، ورقة مقدمة إلى ندوة معهد الصحافة وعلوم الأخبار بتونس خلال الفترة 15-17 ابريل 2004.

⁴ Hamdan, M. (2004). <http://www.afkaronline-orglarabic/archives/avr-mail>.

ويعرفها " Greenaway, P. " على أنها مجموعة المبادئ الأساسية والمعلومات التي يكتسبها الفرد من الوسائل في مواجهة التقدم والعشوائية الإعلامية، والتعريف بالأسلوب الصحيح للتعامل معها⁽¹⁾.

غير أن التربية الإعلامية أخذت تتجه صوب إتباع نهج ذي طابع تمكيني أوضح (مهارات التعامل) حيث يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة. كما أن التربية الإعلامية هي التعليم والتعلم بشأن الإعلام، فالأطفال والشباب هم المستهلك الرئيسي للخدمات الإعلامية، وبالإضافة إلى ما يختارونه بأنفسهم من مواد إعلامية يشغلون بها أوقات فراغهم، يستمد الأطفال جانباً هاماً من تعلمهم من وسائل الإعلام، فقد أصبح الإعلام جزءاً من خلفيتنا الثقافية التي تحيط بالصغار والكبار على حد سواء، ولذا يستحق أن يدرس كمجال قائم بذاته. وهنا يجب التفريق وعدم الخلط بين التربية الإعلامية وبين استخدام وسائل الإعلام "كوسائل تعليمية"⁽²⁾.

ولقد برزت عدة تعريفات للتربية الإعلامية في الدراسات والأبحاث الغربية والعربية تفاوتت وتباينت في مضامينها وتطورت في استخداماتها تبعاً للتطورات المتسارعة للثورة الإعلامية والمعلوماتية التي تُعد السمة البارزة للقرن الحادي والعشرين، ومن أبرز المفاهيم التي تناولت التربية الإعلامية ما يلي:

يرى سلفبلات " 2001 Silveblatt.A. " أن التربية الإعلامية هي "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير إستراتيجيات تمكننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام"⁽³⁾.

(1) Greenaway, P. **Media and Arts Education: A Global View from Australia**. In: Kubey, R. (Ed.) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers, . 2015. pp.187-198.

² ليلي البيطار، علياء يحي العسالي، مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني، بحث مقدم في مؤتمر " العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات " بجامعة النجاح الوطنية. فلسطين 17-18/10/2009.

³ Silveblatt.A. (2001). **Media literacy: Keys to interpreting media messages** (2ne ed) Westport, CT: praeger, p.8.

ووفقاً لهذا المفهوم فإن العناصر الأساسية للتربية الإعلامية يمكن أن تتمثل في :

1- الوعي بتأثير تلك الوسائل على المجتمع ودفع أفرادها لاتخاذ مواقف معينة من التجارب التي يمرون بها.

2- فهم عملية الاتصال الجماهيري فهماً واعياً وشاملاً مبنياً على التربية الإعلامية بمقوماتها المختلفة.

3- استخدام أساليب واستراتيجيات مناسبة؛ لتفسير المضامين الإعلامية وتثقيفها.

4- مراعاة الجوانب الجمالية عند فهم وتقدير تلك المضامين، في ضوء ما يتمتع به الأفراد من تذوق.

5- الفهم العميق للمعاني الخفية التي تحتويها الرسالة الإعلامية، وترجمة المناسب منها في حياتنا اليومية.

وقد عرفها كل من "محمد عبد الحميد" و"آمال سعد" بأنها (تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب في مراحلهم المتقدمة بما يؤدي إلى تكوين حس نقدي صحيح يجعلهم يستطيعون اختيار الرسائل الاتصالية بفهم ووعي).⁽¹⁾

2-2- أساليب التربية الإعلامية:

يمكن تحقيق التربية الإعلامية من خلال نهجين:

1- النهج النظامي: فالتربية الإعلامية النظامية هي التعليم الذي يُوفر داخل المدرسة. ويركز مشروع "الموجه" على النهج النظامي، أي على: تدريب المعلمين على تدريس التربية الإعلامية لطلابهم داخل الفصول الدراسية، ويتميز هذا النهج بسهولة دمجها في البرامج الحالية لإعداد المعلمين، وكذلك يتميز بأنه أيسر تصميماً ورصداً وتطويراً وتحديثاً.

2- النهج غير النظامي: وهو أوسع نطاقاً حيث يشمل مجموعة واسعة من النشاطات التي تنفذ خارج إطار المناهج المدرسية.

¹ محمد عبد الحميد، آمال سعد المتولي: الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية، طنطا: دار مكتبة الإسراء، 2003، ص ص 21-32.

ومع التطور التقني الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام في العقود الثلاثة الأخيرة، والذي تمثل في إلغاء الحواجز الزمنية والمكانية من خلال تقنية البث الفضائي عبر الأقمار الاصطناعية، تطور مفهوم الإعلام التربوي، وامتد ليشمل الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة، المتمثلة في السعي لتحقيق الأهداف العامة للتربية في المجتمع، والالتزام بالقيم الأخلاقية، ويعزى هذا التطور للأسباب التالية :

1. تطور مفهوم التربية الذي أصبح أوسع مدىً، وأكثر دلالة فيما يتصل بالسلوك وتقويمه، والنظرة إلى التربية على أنها عملية شاملة ومستدامة، وتحررها من قيود النمط المؤسسي الرسمي .
2. انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع، وتنامي قدرتها على جذب مستقبل الرسالة الإعلامية، وبالتالي قدرتها على القيام بدور تربوي مواز لما تقوم به المؤسسة التربوية الرسمية.
3. تسرب بعض القيم السلبية، والعادات الذخيلة على ثقافة المجتمعات، وتحديدًا في البلدان النامية تحت غطاء حرية الإعلام⁽¹⁾.

2-3- أهمية التربية الإعلامية:

1. العناية بالوعي الإعلامي، مما يؤكد التربية على التفكير النقدي التأملي. إذ أننا نعيش في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، وينبغي لنا أن نعي أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي، بل هي تعرض تراكيب مصاغة بعناية تعبر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، والوعي الإعلامي يساعدنا على تفكيك عملية تصنيع المواد الإعلامية، وعلى فهم المنتجات الإعلامية، ومن ثم فهم كيفية استخدامها.
2. العناية بالوعي الإعلامي جزء من تكوين المواطن المستنير، إذ يؤكد الخبراء أن الشباب وخاصة الذي لم يصب حظاً كافياً من التعليم إذا كان واعياً ببيئته وملماً بأحداث الساعة من خلال اطلاعه على الوسائل الإعلامية، وقادراً على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن ذاته، سيصبح مواطناً أفضل تكويناً وأكثر التزاماً*.

¹ ليلي البيطار، علياء العسالي، مرجع سابق، ص4
* اجتهاد شخصي.

3. العناية بالوعي الإعلامي يشجع على المشاركة الفعالة في المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكن الناس من تفسير المواد الإعلامية ومن تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، فالغاية التي تتوخاها التربية الإعلامية هي تطوير الملكات النقدية والإبداعية لدى الطلاب.
4. بث وسائل الإعلام مضامين غير هادفة لها أيديولوجيات خاصة لا تخدم مصالح النشء والشباب، قد يؤثر سلباً على معتقداتهم وخلفياتهم المعرفية والثقافية، مما يستلزم وجود التربية الإعلامية.
5. في ظل التطور الهائل والزخم الإعلامي لكل وسائل الإعلام بأنواعها المتباينة وأيضاً لوسائل تكنولوجيا الاتصال والوسائط التقنية في المجتمع المعلوماتي؛ أصبحت الحاجة ضرورة ملحة لوجود درع واقى يحمي الأطفال والنشء والشباب من التلوث الإعلامي المقدم ألا وهو (التربية الإعلامية).
6. أيضاً في ظل التراكم القوي والمؤثر للمضامين الإعلامية وكل الرسائل المقدمة أصبح من الضروري وجود التربية الإعلامية للتخلص من تلك الشوائب الضارة الهدامة.
7. التربية الإعلامية وسيلة هادفة لتحقيق الاتصال الفعال بين كل الأطراف (الشباب - الوسائل - المضامين) لتحقيق الفهم الواعي والإدراك السليم.
8. التربية الإعلامية كالمؤسسات التربوية تُعَلِّمُ لنقرأ وتُعَلِّمُ لنراقب وتُعَلِّمُ لنستمع بحرص وحذر.
9. نحتاج للتربية الإعلامية لأنها تُثمي لدى النشء والشباب التفكير الناقد والإبداع للتعرف على شخصياتهم المختلفة واستكشاف ما بداخلها⁽¹⁾.

خاتمة:

لا شك أن التربية الإعلامية أصبحت المنهاج الوحيد المراد منه تنوير أطفالنا، وبالتالي ندعوا المتخصصين والمهتمين إلى وضع مدونات في المقررات الدراسية و إدماج مادة التربية الإعلامية في المناهج التربوية لتحسيس الطفل والتلميذ بمخاطر مضامين الإعلام المتواجدة عبر وسائل الإعلام وعير الانترنت أو بالأحرى الفضاء الافتراضي الذي أصبح غير مراقب من ناحية

¹ رشا عبد اللطيف محمد عبد العظيم: معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التلفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير جامعة القاهرة، 2011، ص77.

مضامينه، فمن خلال هذه المقاربة المفاهيمية التي حاولنا الاقتراب والتعرف فيها على ماهية الإعلام التربوي والتربية الإعلامية، كما نأمل بوضع خطة إعلامية المراد منها الوعي الإعلامي والتحسيس بهذه المسألة المطلوب لدى الأولياء والمربين في المدارس وفي الأوساط التربوية، ولدى المجتمع المدني..

قائمة المراجع:

1. البدر حمود عبد العزيز(1992)، الإعلام التربوي في دول الخليج العربية"، اجتماع مسئولو الإعلام التربوي في دول الخليج العربية - قطر، مكتب التربية العربي لدول الخليج.
2. عبد الرؤوف بني عيسى، هيفاء الفوارس(2015)، الإعلام التربوي من منظور إسلامي، ودوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالأمة المسلمة، مجلة المنارة، المجلد 21، العدد 4/ب،.
3. الخطيب محمد(2007)، "دور المدرسة في التربية الإعلامية"، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم ومنظمة اليونسكو، الرياض، المملكة العربية السعودية.
4. رشا عبد اللطيف محمد عبد العظيم(2011): معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير جامعة القاهرة.
5. شحاته، حسن، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية. 2003، القاهرة:ص:25.
6. عبد الرزاق محمود الدليمي(2011)، الاعلام التربوي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
7. (بتصرف) الصاوي، أمينة، وعبدالعزيز شرف(1998). نظرية الإعلام في الدعوة الإسلامية، القاهرة: مكتبة مصر.
8. حمدان محمد(2004)، العلاقة بين الإعلام والتربية في الوطن العربي: أية إشكاليات؟ أي مستقبل؟، ورقة مقدمة إلى ندوة معهد الصحافة وعلوم الأخبار بتونس خلال الفترة 15-17 ابريل .
9. سعدالدين، محمد منير(1995)، دراسات في التربية الإعلامية، المكتبة العصرية للطباعة والنشر.
10. فايزة بنت محمد بن حسن أخضر(2007)، تعرض المعلمين لوسائل الإعلام وانعكاساته على الناشئة (دراسة وصفية تحليلية)، ورقة عمل مقدمة إلى اللجنة العلمية للمؤتمر 14-17/2/1428 هـ الموافق 4-7/3/2007م.

11. ليلي البيطار، علياء يحي العسالي (2009)، مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني، بحث مقدم في مؤتمر " العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات" بجامعة النجاح الوطنية. فلسطين 17-18/10/2009.
12. محمد عبد الحميد، أمال سعد المتولي (2003): الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية، طنطا: دار مكتبة الإسراء.

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

13. Baranov, O. (2012). Media Education in School and University. (in Russian).Tver: Tver State University.
14. Greenaway, P. (2015). Media and Arts Education: A Global View from Australia. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
15. Hamdan, M. (2004). <http://www.afkaronline-orglarabic/archives/avr-mail>.
16. Jose M, Brown. (2008) Media Literacy, New Conceptualization, New Approach, Empowerment Through Media Education, An Intercultural Dialogue, Ulla Carlson, Samy Tayie, Genevieve Jacquinot, published by: the international Clearinghouse on children, Youth& Media, Sweden ,.
17. Share, J. (2013) Media literacy is elementary: Teaching youth to critically read and create media. New York, NY: Peter Lang.
18. Silveblatt.A. (2001). Media literacy: Keys to interpreting media messages (2 ed) Westport, CT: praeger.

الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م عبر موقع تويتر: دراسة
حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي

**Great March of Return 2018 Movement in the Israeli
Propaganda Discourse on twitter, A case study of the page of
the Israeli occupation army spokesperson**

د. خالد حامد أبو قوطة، أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام والفنون التطبيقية،
كلية فلسطين التقنية - دير البلح، فلسطين

**Dr-Khaled Hamed Abu Quta. Assistant Professor and Head
Of Media and Applied Arts Dep. Palestine Technical College
Deir El-Balah, Gaza, Palestine**

ملخص:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م، عبر وسائل الإعلام الاجتماعية وتحديداً التي تتبع لجيش الاحتلال في موقع تويتر، وقد امتدت على مدار ستة شهور من 1 مارس 2018م، وحتى 31 أغسطس 2018م، وهي عينة عمدية بأسلوب المسح الشامل، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: اهتمام الخطاب الدعائي الإسرائيلي بتناول مسيرات العودة، حيث تنوعت قضايا وموضوعاتها، فجاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في مقدمتها، تلتها فئة القضايا المرتبطة بأفعال فصائل المقاومة الفلسطينية في الترتيب الثاني، وأخيراً فئة القضايا المتعلقة بأفعال الجيش الإسرائيلي.

وحظي هدف تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها على أعلى نسبة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي، كما اعتمد الخطاب الدعائي الإسرائيلي في جمع معلوماته عن المسيرات بشكل رئيسي على المصادر الرسمية الإسرائيلية، واشتملت ثلثي منشورات مسيرات العودة على مادة مصورة، وتبين وجود تفاعلية كبيرة من قبل الجمهور مع هذه المنشورات سواء بالرد أم إعادة التغريد أم التفضيل.

الكلمات المفتاحية: الفلسطينيون، مسيرات العودة، الخطاب الدعائي الإسرائيلي، موقع تويتر، المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي.

Abstract:

The study aimed to monitor and analyze the Israeli propaganda discourse towards the 2018 great march of return through social media specifically pro-Israeli army twitter accounts, the sample duration spanned over six months starting on the 1st of march 2018 and ended on 31st of August 2018, which is a comprehensive survey method purposive sample, The study reached several results, the most important are:-

The interest of the Israeli propaganda discourse to address the march of return with its diverse subjects and issues, the category of issues related to the acts of demonstrators came first. The goal of distorting the image of the great march and those who carried them was the highest proportion in the Israeli propaganda discourse.

Keywords: Palestinians, Return marches, Israeli propaganda, Twitter, spokesman for the Israeli army.

مقدمة:

في ظل التحولات الإعلامية الجديدة والتغيرات السريعة التي شهدتها ميدان الإعلام والاتصال، حيث كان للتطور التكنولوجي أثراً كبيراً في ظهور الإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد إلى جانب الوسائل الإعلامية التقليدية، وما نتج عنه من سلوكيات إعلامية عصرية غيرت مفاهيم وتطبيقات العمل الإعلامي بل وغيرت البنية الإعلامية جمعاء، فلم يعد شرط المهنية أمراً ضرورياً بقدر التحكم في قاعدة البيانات الرقمية لنشر مضامين متعددة الأشكال على نطاق واسع جغرافياً وزمناً وبلغات مختلفة، فتكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أفرزته من مواقع وشبكات اجتماعية، منحت الأفراد سلطة إنتاج ورعاية حملاتهم الدعائية الخاصة متجاوزين بذلك حدود الرقابة والسيطرة التقليدية⁽¹⁾.

فأدركت الدول والجهات الحكومية قيمة الإعلام الجديد فسارعت بهيئاتها المختلفة المدنية والعسكرية وكذلك التنظيمات والأحزاب السياسية إلى استخدام وسائل الإعلام الجديدة ومنها شبكات

(1) Nicholas, O.(2012). The death and life of propaganda. Journal of Public Affair, Vol.12, No.1. February 2012. p.33.

التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات وحشد الجماهير وتوجيههم والتأثير فيهم، أما في أوقات الصراع والأزمات فيزداد هذه الاستخدام وتحديداً من قبل القوات المسلحة.

لذا طوّر الجيش الإسرائيلي أساليب جديدة للتأثير في وعي الجماهير على مواقع الإعلام الاجتماعي، فأنشأ فرع الإعلام الاجتماعي عام 2009م الذي يتولى تنفيذ أشكالها الخفية في التواصل مع الجمهور الدولي⁽¹⁾، وتزايد حضور المتحدث العسكري الإسرائيلي على شبكات التواصل الاجتماعي بهدف الانفتاح على الجمهور الدولي، بما يعرف بالدبلوماسية العامة العسكرية عبر الإنترنت لرغبتها في إقامة اتصال ثنائي الاتجاه مع الجمهور، بخاصة الجمهور العربي الذي يقوم عليه المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي باللغة العربية أفيخاي أدرعي⁽²⁾.

وحيثما نشطت الأحزاب الفلسطينية للحشد لمسيرات العودة مبكراً وبلغت ذروة هذا النشاط قبل أيام من انطلاق المسيرات المقرر بتاريخ 30 مارس 2018م، الأمر الذي دفع بآلة الدعاية الإسرائيلية الحكومية تحديداً للتصدي لتلك المسيرات وتشويهها وبث الذعر في صفوف الفلسطينيين للتخفيف من زخمها، حيث أضحت هذه المسيرات ميدان مختلف للصراع الفلسطيني الإسرائيلي اعتمدت في محورها على الوعي وعلى المقامة الشعبية السلمية.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تناول جيش الاحتلال الإسرائيلي لمسيرات العودة في موقع تويتر عبر صفحة المتحدث باسمه للإعلام العربي "أفيخاي أدرعي".
أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة.

مراجعة لأهم الدراسات السابقة.

حظي الخطاب الدعائي الإسرائيلي بالاهتمام البحثي على عدة مستويات، وفي إطار ما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة ذات صلة بالموضوع سيتم عرضها تحت محور الدراسات المرتبطة بالخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو القضايا الفلسطينية.

(1) Shai, N.(2018) Hearts and Minds: Israel and the Battle for Public Opinion. Translated by: Ira Moskowitz, Albany: State University of New York Press. P.88.

(2) Azran, T. & Yarchi, M. (2018). Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson. The Hague Journal of Diplomacy, Vol.13, January 2018. P3.

هدفت دراسة (الدلو والكرنيز، 2018م)⁽¹⁾ إلى التعرف على سمات الصورة الصحفية لمسيرات العودة الكبرى في الصفحات الإخبارية في موقع انستغرام، وجاء موقع شبكة قدس الإخبارية في المرتبة الأولى من حيث الاهتمام بالصورة الصحفية لمسيرة العودة الكبرى، تلاه موقع وكالة شهاب الإخبارية، وحظيت صور موضوعات المقاومة الفلسطينية في موقعي الدراسة بالمرتبة الأولى، مقابل ضعف اهتمامهما بالاعتداءات الإسرائيلية.

وسعت دراسة (أبو عامر، 2018م)⁽²⁾ إلى تحديد أطر وأبعاد الصورة الذهنية التي يُشكّلها الإعلام الإسرائيلي عن الذات الفلسطينية، وإبراز مدى تحكم العامل الأمني في تغطية الشأن الفلسطيني، لاسيما في أوقات الحروب والأزمات السياسية. وتبين أن المؤسسة الأمنية الإسرائيلية تمارس صلاحياتها وسطوتها على ما تبثه وسائل الإعلام الإسرائيلية، بحيث يظهر الفلسطيني هو المعتدي، والإسرائيلي معتدى عليه معتمدة على وجهة النظر الإسرائيلية فقط.

وكشفت دراسة (المصدر، 2018م)⁽³⁾ أن آليات الدعاية السيبرانية الإسرائيلية تستغل النشاط الاتصالي للجمهور الفلسطيني عبر منصات التواصل الاجتماعي لإعادة "تدوير" الرسائل التي ينتجها بعد معالجتها دعائياً بما يتلاءم مع أهدافها السياسية. وتبيّن إحرار التنقيب الدعائي بنسبة 56.8% من إجمالي المواد التي تناولت مسيرات العودة، وجاءت صفحة "الناطق باسم الجيش الإسرائيلي، أفيخاي أدري" بالترتيب الأول.

وأكدت دراسة (Azran and Yarchi، 2018م)⁽⁴⁾ على أهمية وفعالية الدبلوماسية العامة العسكرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتبين أن صفحة المتحدث العسكري على الفيس بوك

(1) الدلو، جواد والكرنيز، ختام (2018). الصورة الصحفية لمسيرة العودة الكبرى في الصفحات الإخبارية لموقع انستغرام: دراسة تحليلية مقارنة. المؤتمر العلمي بعنوان، القدس في قلب الصراع العربي الإسرائيلي: رؤية استراتيجية نحو المستقبل، جامعة القدس المفتوحة- غزة، فلسطين. بتاريخ 2018-10-16.

(2) أبو عامر، عنان(2018). أيديولوجيا الإعلام الإسرائيلي في تغطية الشأن الفلسطيني. دراسة منشورة. مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية. قطر. تاريخ الزيارة 2018/10/1م

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/02/180218100540480.html>.

(3) المصدر، حيدر(2018). الدعاية السيبرانية الإسرائيلية لمحاصرة مسيرات العودة الفلسطينية. دراسة منشورة. مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية. قطر. تاريخ الزيارة 2018/10/20م.

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/07/180711072804036.html>

(4) Azran, T. & Yarchi, M. Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson. pp.1-23.

باللغة العربية استقطبت عدد كبير من الجمهور العربي، وأنه يخدم بشكل فريد من نوعه الدبلوماسية العامة العسكرية من خلال رسائله التي تخط بين القوة والردع.

وركزت دراسة (Yarchi، 2018م)⁽¹⁾ على تأثير الأعمال المناهضة للديمقراطية الذي اتخذتها إسرائيل خلال عام 2015 على صورتها الدولية، كما هو متوقع في الصحافة الأجنبية على وسائل التواصل الاجتماعي، وتشير النتائج إلى أن الإجراءات المناهضة للديمقراطية لم يكن لها تأثير فوري أو طويل المدى على طبيعة التغطية تجاه إسرائيل، بينما القضايا الأمنية تميل إلى أن تكون بارزة وأن يكون لها تأثير كبير على أسلوب التغطية، في حين أن الأحداث الروتينية يتم تغطيتها بشكل محدود.

وتوصلت دراسة (نعيم، 2017م)⁽²⁾ إلى أن مواضيع المقاومة الشعبية وتصنيع السلاح وإطلاق النار قد تصدروا الخطاب الدعائي الإسرائيلي، وأن هدف تشويه صورة المقاومة الفلسطينية أحد أهم أهداف هذا الخطاب، وتبعه هدف تبرير الاعتداءات الإسرائيلية ضد الشعب الفلسطيني، وجاء أسلوب التضليل والتعتيم في مقدمة الأساليب التي استخدمها الخطاب الدعائي الإسرائيلي.

وخلصت دراسة (أبو شنب، 2017م)⁽³⁾ إلى أن الخطاب الدعائي الإسرائيلي عمل على تبرير استهداف المدنيين الفلسطينيين وإظهار الحرص على سلامتهم، كما ركزت على تحميل حركة حماس المسؤولية وحدها عن القتل والدمار ونزع عنها صفة الإسلامية، مقابل تضخيم إنجازات الجيش الإسرائيلي وترسيخ صورته كجيش لا يقهر.

وكشفت دراسة (قتوع، 2017م)⁽⁴⁾ أن المقاومة الفلسطينية بنوعها الشعبي والمسلح حاضرة في صحيفة جيروزيلم الإسرائيلية وأن المسلحة حازت على الأولوية في عام 2014م، أما الشعبية

(1) Yarchi, M. (2018). The impact of anti-democratic actions on a country's international image, as projected in the foreign press and on social media: The case of Israel. Democracy and Security Vol. 14, No.2. pp.159-173 .

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

(3) أبو شنب، حمزة (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

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

فكانت في عام 2015م، وكانت الصورة الأكثر سلبية في الصحيفة لحركة حماس بما يقارب 50%، وأن أكثر الأدوار المنسوبة للمقاومة الفلسطينية هي الإرهابي.

وحاولت دراسة (Kohen، 2015م)⁽¹⁾ التعرف على إمكانية استغلال خصائص انستجرام وتوظيفها كأداة دعائية تهدف إلى تعزيز التضامن مع أجنادات الدولة الإسرائيلية، وتبين أن هناك تقارب في المضامين والمفاهيم الكبرى للجيش الإسرائيلي من جهة وما ينشر على الشبكة الاجتماعية انستجرام من جهة أخرى وهو ما يسعى الجيش إلى ترسيخه في الثقافة الإسرائيلية للأفراد في المجتمع مستعيناً بالرموز والنصوص البصرية واللفظية.

وأوضحت نتائج دراسة (SEO، 2015م)⁽²⁾ التي تهدف إلى تحليل الصورة المنشورة من قبل كتائب القسام والجيش الإسرائيلي على موقع تويتر خلال حرب عام 2012م، أن المقاومة والوحدة الداخلية كانتا على رأس موضوعات الدعاية الإسرائيلية في الصور المنشورة بينما موضوعات المقاومة والضحايا على رأس موضوعات كتائب القسام، تقريباً تساوت أطر الدعاية العلنية وأطر الدعاية الخفية لدى الجيش الإسرائيلي وكتائب القسام وكانت تقريباً بنسبة 50%.

وأكدت دراسة (أبو شنب، 2014م)⁽³⁾ أن الصحافة الإسرائيلية "هآرتس، يديعوت أحرنوت، معاريف" أسهمت بدور مهم في الحرب النفسية على الجبهة الداخلية والخارجية أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة في العام 2008-2009م، وأنها صورت قوة الجيش وعظمته في ردع الطرف الفلسطيني وقدمت لنفسها كافة التبريرات لعمليات القتل والمجازر التي ارتكبت بحق الفلسطينيين. وأظهرت نتائج دراسة (عدوان، 2012م)⁽⁴⁾ استغلال صحف الدراسة الإسرائيلية "هآرتس- يديعوت أحرنوت- معاريف" للمصدر الرسمي الفلسطيني للتعزيز من سياسات الحكومة لدى الرأي

(1) Kohen, A. (2015). Instagram as a naturalize Propaganda tool :The Israel Defense Forces Web site and the phenomenon of shared values. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. Vol.23, No.2. PP.1-17.

(2) Seo, H. (2015). Visual propaganda in the age of social media: Twitter images during 2012 Israeli-Hamas conflict. Visual Communication Quarterly, Vol.21, No.3. PP. 150-181.

(3) أبو شنب، حمزة (2014). ممارسة الصحافة الإسرائيلية للحرب النفسية أثناء الحروب: عدوان الرصاص المصوب 2008-2009م نموذجاً. ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني للإعلام والأزمات فن التلاعب والتضليل والدعاية. جامعة قطر. الدوحة.

(4) عدوان، أحمد (2012). تغطية الصحافة الإسرائيلية للحرب على غزة 2008-2009م. دراسة تحليلية وصفية لثلاث صحف عبرية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.

العام الإسرائيلي، وأنها تقوم بدور تعبوي يميل للتصرف كامتداد للمؤسسة السياسية والعسكرية الإسرائيلية انعكس سلباً على مصداقيتها وحياديتها في أدائها.

وكشفت نتائج دراسة (روبيبي، 2011م)⁽¹⁾ أن أساليب الدعاية الإسرائيلية تنوعت في جريدة "جيزورلم بوست" وهي التكرار والإنكار والتضخيم واستمالة العواطف اللاسامية "الهولوكوست" وتشويه الآخر، كما هدفت إلى إظهار حماس في صورة حركة إرهابية تستمد تطرفها من تعاليم الدين الإسلامي، وأنها تستغل المساعدات الإنسانية الدولية المقدمة لها في التسلح والقيام بأعمال إرهابية تهدد إسرائيل وأمنها القومي.

وتوصلت دراسة (ماضي وموسى، 2009م)⁽²⁾ إلى أن إسرائيل أثناء العدوان على قطاع غزة 2008-2009م استخدمت أساليب الدعاية كالتكرار وحصر المسؤولية وإطلاق النعوت وأسلوب الكذب والتضليل، وكان أبرز الوسائل المستخدمة في ذلك الصورة النمطية للواقع الإنساني للإسرائيليين، ومعاداة السامية للفلسطينيين، وأنها اعتمدت على موقع تويتر لتبرير العدوان على غزة والتركيز على أنها لا تقتل المدنيين.

وانتهت دراسة (قاسم، 2007م)⁽³⁾ إلى أن إسرائيل استطاعت من خلال الأوراق والوثائق الإسرائيلية المنشورة تحقيق عدد من أهداف الحرب النفسية في انتفاضة الأقصى، من بينها تحقيق هدف الاستفراء بالخصم وعزله عالمياً وعربياً وشعبياً، واستطاعت قلب المفاهيم من خلال تصوير الإسرائيلي بالضحية والفلسطيني بالقاتل، كما أنها من خلال الآليات المختلفة للحرب النفسية حققت عامل الردع والقيام بعملية تضليل شاملة للرأي العام العالمي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت مراجعة الدراسات السابقة في عدة نواحي:

1- بلورة مشكلة الدراسة وتحديدها فأتضح أن أياً من الدراسات السابقة لم يدرس بشكل محدد الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م وتحديداً عبر الناطق باسم الجيش

(1) روبيبي، ريمة (2011). استراتيجية الدعاية الإسرائيلية خلال الحرب على غزة ديسمبر 2008- جانفي 2009م (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.

(2) ماضي، جمال، وموسى، ياسين (2009). الدعاية مفهوماً وتعريفياً وأسلوبياً، دراسة تحليلية على الدعاية الإسرائيلية خلال حربها الأخيرة على غزة لعام 2008-2009م. مجلة مجلس آداب الفراهيدي، جامعة تكريت، العراق. (1)، 554-578.

(3) قاسم، يوسف (2007). أثر الحرب النفسية الإسرائيلية على الذات الفلسطينية، انتفاضة الأقصى نموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بيرزيت- رام الله، فلسطين.

- الإسرائيلي، فاقترنت معظم الدراسات على قضايا فلسطينية مختلفة، فيما تم دراسة تغطية مسيرات العودة عبر بعض المواقع الفلسطينية.
- 2- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات على مستوى الجمهور والنخبة في فلسطين والدول العربية.
- 3- التعرف على المناهج والأدوات والأساليب البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها وتوظيفها لخدمة الدراسة.
- 4- الاسترشاد في تصميم صحيفة التحليل، وعرض نتائج الدراسة والتعليق عليها.
- مشكلة الدراسة:**

تحدد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م، من خلال صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للإعلام العربي "أفيخاي أدري" على تويتر، والكشف عن الأهداف والأساليب وعناصر الإبراز التي اعتمد عليها في تغطيته لتلك المسيرات، وكشف مستوى تفاعل الجمهور معها.

أهمية الدراسة:

- 1- تتبع أهمية الدراسة في الموضوع الذي تتناوله وهي قضية مسيرات العودة التي بدأت في 30 مارس 2018م وهي محور الدراسة حيث سيتم استخدامها كوحدة تحليل.
- 2- تأتي الدراسة في توقيت إجرائها حيث أن مسيرات العودة مازالت مستمرة، وعلى حد علم الباحث فهي تعد أول دراسة أجريت على هذا الموضوع ويمكن أن تفتح آفاق جديدة للباحثين.
- 3- أهمية دراسة الخطاب الدعائي الإسرائيلي الحكومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كونه يستهدف العرب والفلسطينيين.
- 4- أهمية تحليل الطريقة والأدوات التي يستخدمها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي في تغطية مسيرة العودة.
- 5- التأكيد على أهمية صقل معرفة الجمهور الفلسطيني وزيادة وعيه بقضايا الوطنية، وذلك بالحد من الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعية الإسرائيلية وتحديداً التابعة لجيش الاحتلال.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة عام 2018م عبر وسائل الإعلام الاجتماعية وتحديداً التي تتبع لجيش الاحتلال في موقع تويتر، وتندرج تحته مجموعة من الأهداف:

- 1- التعرف على قضايا وموضوعات مسيرات العودة ومدى تناولها من قبل المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للإعلام العربي عبر صفحته على تويتر.
- 2- الكشف عن دور المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للإعلام العربي في الدعاية الإسرائيلية من خلال تناوله لمسيرات العودة عبر صفحته على تويتر.
- 3- التعرف على الأساليب الدعائية المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي وأهدافها من معالجة قضايا مسيرات العودة، والمصادر التي اعتمدها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي في تناوله لها عبر صفحته على تويتر.
- 4- الكشف عن عناصر الإبراز المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي اتجاه مسيرات العودة عبر صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على تويتر.
- 5- التعرف على مستوى تفاعل الجمهور مع أخبار مسيرات العودة التي ينشرها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر.

تساؤلات الدراسة:

تجيب الدراسة عن التساؤل الرئيس الآتي: ما خصائص وسمات الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م في موقع تويتر عبر صفحة المتحدث باسمه للإعلام العربي "أفيخاي أدري"؟ وتندرج تحته مجموعة من التساؤلات:

- 1- ما مستوى اهتمام المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي بتناول قضايا مسيرات العودة عبر صفحته على تويتر؟
- 2- ما أهم موضوعات مسيرات العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر؟
- 3- ما أهداف الدعاية نحو مسيرات العودة التي يحاول الخطاب الدعائي الإسرائيلي تحقيقها من خلال المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر؟

- 4- ما أساليب الدعاية نحو مسيرات العودة التي استخدمها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر؟
- 5- ما المصادر الأولية التي اعتمد عليها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي في تناوله لمسيرات العودة عبر صفحته على تويتر؟
- 6- ما الوسائط والعناصر التفاعلية المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي اتجاه مسيرات العودة عبر صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على تويتر؟
- 7- ما مستوى تفاعل الجمهور مع أخبار مسيرات العودة التي ينشرها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية وتم الاعتماد على منهج المسح باعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة⁽¹⁾، وتم في إطاره استخدام أسلوب تحليل المضمون للتعرف على مستوى اهتمام صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر حسابه على تويتر بمسيرات العودة 2018م، وبيان طبيعة الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحوها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون بوصفها أداة لتحليل مضمون قضايا مسيرات العودة 2018م التي تناولها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر حسابه على تويتر.

فئات تحليل المضمون:

وهي الفئات التي تتعلق بوصف المضمون المقدم وتحليله للوقوف على دلالات تناول مسيرات العودة 2018م، فبعد إجراء تحليل لعينة من منشورات المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر حسابه على تويتر والمتعلقة بمسيرات العودة 2018م؛ لتحديد الفئات الخاصة بالدراسة، تم تقسيم فئات تحليل المضمون إلى مجموعة من التصنيفات الفرعية لتحقيق أهداف الدراسة.

(1) ذو الفقار، شيماء (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص110.

مجتمع الدراسة وعينتها.

يتمثل مجتمع الدراسة في الحسابات الرسمية الإسرائيلية الناشطة على تويتر، والتي تستخدم اللغة العربية في توجيه خطابها للجمهور، مثل حساب رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتانياهو، وحساب منسق أعمال الحكومة الإسرائيلية يواف مردخاي، وحساب المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي باللغة العربية أفيخاي أدري، وحساب إسرائيل بالعربية التابعة لوزارة الخارجية، وحساب المتحدث باسم رئيس الوزراء الإسرائيلي للإعلام العربي أوفير جندلمان، وحساب المسؤول عن الدبلوماسية الرقمية بالعربية في وزارة الخارجية الإسرائيلية يوناتان جونين، وحساب مسؤول هيئة البث الإسرائيلي المحلل السياسي شمعون آران، وغيرها من والحسابات الرسمية الإسرائيلية المستخدمة للغة العربية.

وتمثلت عينة الدراسة في حساب المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي باللغة العربية أفيخاي أدري على تويتر. أما بخصوص الإطار الزمني للعينة فهو على مدار ستة شهور يمتد من 1 مارس 2018م، وحتى 31 أغسطس 2018م. فهي عينة عمدية بأسلوب المسح الشامل.

أسباب اختيار عينة الدراسة التحليلية:

- بناء على دراسة استطلاعية قام بها الباحث بتاريخ 2018/9/10م تبين أنه أكثر متابعة في التويتر من باقي الصفحات حيث بلغ عدد متابعيه 217 ألف.
- تبين أنه الأكثر تغريداً بصفة عامة حيث بلغ عدد منشوراته 13.2 ألف تغريدة.
- تبين أنه الأكثر تغريداً بأحداث مسيرات العودة من باقي الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية، وأنها غالباً ما تعيد تغريداته وليس العكس، وأنه الأكثر شهرة لدى الجمهور الفلسطيني والعربي تحديداً بعد استضافته المتكررة على القنوات الإخبارية العربية.
- كثيراً ما تثير تغريداته الجدل في الإعلام العربي وعلى صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لأنه يستخدم أسلوب الخطاب الديني الإسلامي في بعضها.

وحدة التحليل وأسلوب القياس:

تم الاعتماد على الوحدة الاتصالية (التغريدة) المنشورة على حساب المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للإعلام العربي عبر حسابه على تويتر باللغة العربية، ويمكن أن تكون وحدة التحليل مجرد كلمة "مسيرة الفوضى" أو مسيرة اللاعودة أو السياج الأمني أو مش عودة - فوضة أو

حماس تستغلكم" لتحليل الخبر الخاص بمسيرات العودة 2018م، واعتمد الباحث على العدد والتكرار كأسلوب للقياس للتعرف على طبيعة الخطاب الدعائي الإسرائيلي الموجه باللغة العربية. إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية:

1- إجراءات صدق التحليل: المقصود بالصدق مدى صلاحية استمارة تحليل المضمون لقياس ما وضعت لقياسه لتحقيق أهداف الدراسة، وقد تم قياس صدق التحليل كما يلي:

أ- تحديد فئات ووحدات التحليل.

ب- تعريف فئات ووحدات التحليل تعريفاً واضحاً وشاملاً.

ج- تصميم استمارة تحليل المضمون في ضوء أسئلة الدراسة التحليلية المحددة سابقاً وبما يغطي أهداف الدراسة.

د- عرض استمارة تحليل المضمون في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين والخبراء(*) المختصين في مجال الإعلام، ليتم التعرف على الصحة المنطقية لأسلوب القياس، وتم عمل التعديلات التي طلبت من قبل المحكمين والخبراء لتصبح استمارة التحليل في صورتها النهائية قابلة للقياس.

هـ- قام الباحث بالتأكد من صدق الاستمارة بعمل اختبار قبلي؛ للتغلب على أي ضعف في الفئات قبل وبعد التحليل، بالتطبيق على عينة من منشورات الناطق باسم الجيش الإسرائيلي على تويتر وذات علاقة بمسيرات العودة 2018م وبلغ عددها عشر منشورات، ليصبح عدد الفئات النهائية لاستمارة التحليل بعد إجراء التعديلات النهائية 8 فئات.

2- إجراءات ثبات التحليل: ويقصد بالثبات توصل أكثر من باحث إلى النتائج ذاتها بتطبيق وحدات وفئات التحليل لنفس المضمون، واختبار درجة ثبات التحليل فقد أعاد الباحث التحليل على عينة تمثل 10% من العينة الكلية للمنشورات التي تحتوي على أخبار مسيرات العودة 2018م بطريقة عشوائية بحيث تمثل فترات زمنية مختلفة، وتبين وجود اتفاق في النتائج بنسبة

(*) أسماء الأساتذة محكمي استمارة تحليل المضمون:

- أ.د. جواد الدلو. أستاذ الإعلام بقسم الصحافة والإعلام بكلية الآداب - الجامعة الإسلامية - غزة.
- د. طلعت عيسى. أستاذ الإعلام المشارك بقسم الصحافة والإعلام بكلية الآداب - الجامعة الإسلامية.
- د. أحمد مغاري. أستاذ الإعلام المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة الأقصى - غزة.

بلغت 87.3% وهي نسبة اتفاق مقبولة في الدراسات الإعلامية، وتشير إلى ثبات استمارة تحليل المضمون وصلاحيه المقياس المستخدم للتطبيق.

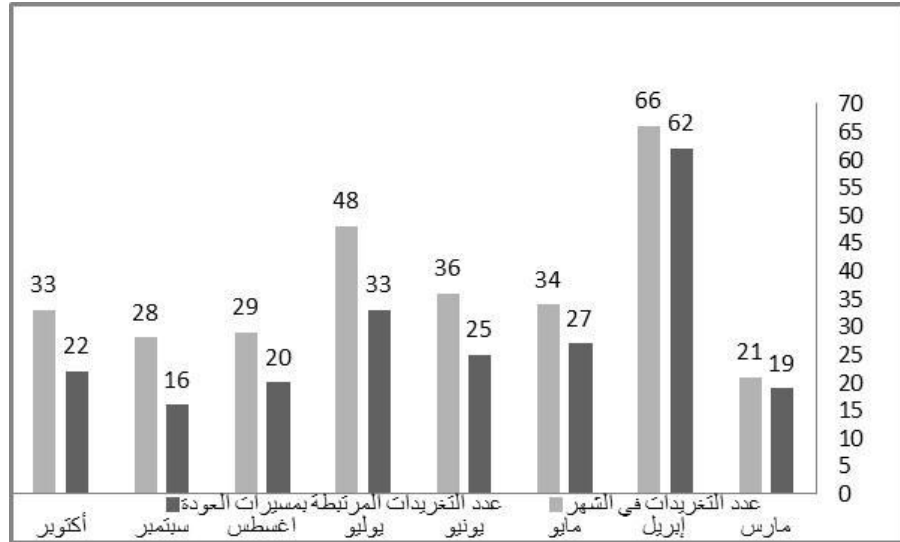
ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية:

1- خصائص منشورات صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تويتر.

حتى نستطيع إعطاء نظرة عامة حول كيفية الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م من خلال صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي من خلال حسابه على تويتر تم عمل حصر شامل للمنشورات التي تم إجراؤها والتي كانت خلال فترة المسيرات حيث تم تناولها بشكل متكرر شبه يومي ، فكان هناك 295 منشوراً مقسمة على 31 أسبوعاً خلال فترة ثمانية شهور من 30 مارس حتى 31 أكتوبر ، وكان من بينها عدد 71 منشوراً غير مرتبط بمسيرات العودة وكذلك كان هناك منشورات على شكل سلسلة - خاصة أضافتها تويتر - فكانت تحسب على أنها منشور واحد لأنه يتناول نفس القضية ويتم تحديثها، ليصبح عدد المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة 224 منشوراً بنسبة 75.9% من إجمالي عدد المنشورات.

2- حجم الاهتمام بأخبار مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي

على تويتر:



شكل رقم (1)

توزيع أخبار مسيرات العودة وفقاً لشهور الدراسة

يتبين لنا من الشكل السابق أن غالبية المنشورات خلال هذه الفترة كانت مرتبطة بمسيرات العودة كونها موضوعاً أساسياً لجيش الاحتلال الإسرائيلي خلال فترة الدراسة وانعكس ذلك على أهميتها بالنسبة للمتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي، وبلغ متوسط عدد المنشورات في اليوم الواحد 9.5 خلال الثمانية شهور، وبلغ عدد المنشورات اليومية المرتبطة بمسيرات العودة 7.2، وفي بعض الأيام كانت المنشورات بمعدل منشور كل ساعتين، وكان اليوم الأول لانطلاق مسيرات العودة 30 مارس هو أكثر الأيام من حيث المنشورات حيث بلغت عدد 19 منشوراً. وقد تم تحليل المنشورات وفقاً للتواريخ مقسمة على ثمانية شهور.

ويتضح أن عدد المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة 224 منشوراً بنسبة 75.9% من إجمالي عدد المنشورات موزعة على شهور الدراسة، وتوزعت هذه النسبة على شهور الدراسة فبلغت نسبتها في شهر مارس 90.5%، وفي شهر إبريل بلغت نسبتها 93.9%، وفي شهر مايو بلغت 79.4%، وفي شهر يونيو بلغت 69.4%، وبلغت في شهر يوليو 68.8%، وبلغت في شهر أغسطس 70%، وفي شهر سبتمبر بلغت 57.1%، وأخيراً في شهر أكتوبر بلغت 66.7%، وتشير النتائج إلى اهتمام المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي بتناول مسيرات العودة عبر حسابه على تويتر مع مرور الأشهر بنسب متفاوتة بسبب كثافة المسيرات وعدد المشاركين فيها وتجديد الدعوة الأسبوعية لها كل يوم جمعة من قبل الهيئة العليا لمسيرات العودة التي تضم القوى والفصائل الفلسطينية وكانت ذروتها في شهر مارس وإبريل.

3- أنواع قضايا وموضوعات مسيرة العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر:

جدول رقم (1)

ترتيب قضايا وموضوعات مسيرات العودة

الترتيب	%	ك	موضوعات مسيرات العودة	قضايا مسيرات العودة
الأول	22.6	21	القيام بأعمال شغب أو نشاط مشبوه	أفعال المتظاهرين
	19.4	18	إطلاق طائرات وبالونات مشتعلة	

41.5 %	17.2	16	اجتياز الحدود وخرق السيادة الإسرائيلية	
	14	13	قص السياج الأمني والإضرار بالبنية التحتية	
	10.7	10	حرق إطارات	
	7.5	7	استعمال مرايا عاكسة وإصدار أصوات مزعجة	
	5.4	5	إلقاء الحجارة والزجاجات الحارقة	
	3.2	3	حرق الأعلام الإسرائيلية ورفع الإشارة النازية	
	100	93	المجموع	
الثاني 38.4 %	22.1	19	استغلال الأطفال والنساء والمعاقين وإرسالهم للحدود	أفعال فصائل المقاومة الفلسطينية
	19.8	17	تعريض حياة المواطنين للخطر	
	16.3	14	إطلاق صواريخ أو قذائف هاون أو عبوات ناسفة	
	11.6	10	تلقي الدعم من إيران	
	9.3	8	تناقض تعاليم الدين الإسلامي	
	8.1	7	عيش قيادات حماس والتنظيمات في ترف ونعيم	
	8.1	7	استخدام الأموال في دعم المسيرات وتدمير غزة	

	4.7	4	إرسال مسلحين للحدود لإطلاق نار وقنص الجنود	
	100	86	المجموع	
الثالث 20.1 %	24.4	11	تحذير وتفريق المتظاهرين	أفعال الجيش الإسرائيلي
	20	9	الحفاظ على أمن إسرائيل ومواطنيها	
	17.8	8	تنفيذ غارات بالطائرات	
	15.6	7	إطلاق نار وفق قواعد الاشتباك	
	13.3	6	عقد اجتماعات وتفقد جاهزية القوات على الحدود	
	8.9	4	القاء مناشير تحذيرية وإعلان المنطقة عسكرية مغلقة	
	100	45	المجموع	
	100	224	المجموع الكلي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد أنواع قضايا وموضوعات مسيرة العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر، فجاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في الترتيب الأول بنسبة 41.5%، وتركزت موضوعاتها في قيامهم بأعمال شغب أو نشاط مشبوه، ثم إطلاق الطائرات وبالونات مشتعلة، تلاها اجتيازهم للحدود وخرقهم للسيادة الإسرائيلية، ثم قص السياج الأمني والإضرار بالبنية التحتية، وأخيراً حرق الأعلام الإسرائيلية ورفع الإشارة النازية. فكان هناك نمط واضح يربط أفعال المتظاهرين بالعنف ووصفهم بالإرهاب فلم يتم وصفهم بالمتظاهرين أو ذكر سبب هذه المسيرات والتركيز على أن أفعال المتظاهرين هي عبارة عن نشاطات إرهابية وليست سلمية.

تلتها فئة القضايا المرتبطة بأفعال فصائل المقاومة الفلسطينية في الترتيب الثاني بنسبة 38.4%، وتمثلت في استغلالهم للأطفال والنساء والمعاقين وإرسالهم للحدود، ثم تعريض حياة المواطنين للخطر، وأخيراً إرسال مسلحين للحدود لإطلاق نار وقنص الجنود، فكان تركيز واضح على دعم فصائل المقاومة لهذه المسيرات وتحديدًا حركة حماس كونها مسؤولة عن قطاع غزة. وأخيراً فئة القضايا المتعلقة بأفعال الجيش الإسرائيلي بنسبة 20.1% في الترتيب الثالث. وتوزعت على تحذير وتفريق المتظاهرين، ثم الحفاظ على أمن إسرائيل ومواطنيها، وأخيراً القاء منشائر تحذيرية وإعلان منطقة الحدود ونقاط التماس منطقة عسكرية مغلقة.

4- أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي:

جدول رقم (2)

أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة

أهداف الدعاية الإسرائيلية	ك	%
تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها	44	17.1
تحريض سكان القطاع ضد المسيرات والقائمون عليها	39	15.2
تشويه صورة المتظاهرين	36	14
تبرير أفعال الجيش الإسرائيلي	31	12.1
تحميل حماس وفصائل المقاومة المسؤولية	27	10.5
التهديد والوعيد لكل من يشارك أو يساند المسيرات	21	8.2
إظهار أن الاحتلال الإسرائيلي إنساني	17	6.6
إظهار دعم إيران للمسيرات والتنظيمات الفلسطينية	16	6.2
إظهار أن الإسرائيليين ضحية الإرهاب الفلسطيني	14	5.4

4.7	12	استعراض قوة الجيش الإسرائيلي
100	257	المجموع(*)

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر، فحظي هدف تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها على أعلى نسبة حيث بلغت 17.1%، ثم هدف تحريض سكان القطاع ضد المسيرات والقائمين عليها بنسبة 15.2%، تلاه هدف تشويه صورة المتظاهرين بنسبة 14%، ثم هدف تبرير أفعال الجيش الإسرائيلي بنسبة 12.1%، ثم هدف تحميل حماس وفصائل المقاومة المسؤولية بنسبة 10.5%، تلاه هدف التهديد والوعيد لكل من يشارك أو يساند المسيرات بنسبة 8.2%، ثم هدف إظهار الاحتلال الإسرائيلي إنساني بنسبة 6.6%، تبعه هدف إظهار دعم إيران للمسيرات والتنظيمات الفلسطينية بنسبة 6.2%، ثم هدف إظهار أن الإسرائيليين ضحية الإرهاب الفلسطيني بنسبة 5.4%، وأخيراً هدف استعراض قوة الجيش الإسرائيلي بنسبة 4.7%.

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة (صبار، 2011م)⁽¹⁾ حيث توصلت إلى أن هدف الدعاية الإسرائيلية بعد أحداث 11 سبتمبر تمثل في تشويه الصورة العربية والإسلامية.

5- أساليب الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي:

جدول رقم (3)

أساليب الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة

أساليب الدعاية الإسرائيلية	ك	%
تشويه صورة الفلسطينيين وتحميلهم المسؤولية وتجريدهم من الشرعية	55	17
التضليل والتعتيم	51	15.7

(*) مجموع التكرارات يختلف عن عدد المنشورات عينة الدراسة لأن المنشور الواحد يحتوي على أكثر من هدف.

(1) صبار، محمد (2011). الأساليب الدعائية للإعلام الصهيوني بعد أحداث 11 سبتمبر وسبل مواجهتها، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية. مركز الدراسات الفلسطينية. جامعة بغداد. العراق. عدد (36)، 94-117.

11.4	37	التبرير
10.5	34	التهديد والوعيد
9.6	31	التحريض
8.6	28	الاستهزاء والتهكم
8.6	28	إطلاق التسميات
7.7	25	الاستعفاف وتمثيل دور الضحية
6.8	22	استعراض الإنسانية
4	13	استعراض القوة
100	324	المجموع(*)

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد أساليب الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر، حيث حصل أسلوب تشويه صورة الفلسطينيين وتحميلهم المسؤولية وتجريدهم من الشرعية على الترتيب الأول بنسبة 17%، تلاه أسلوب التضليل والتعتيم بنسبة 15.7%، ثم أسلوب التبرير بنسبة 11.4%، وجاء أسلوب التهديد والوعيد بنسبة 10.5%، تلاه أسلوب التحريض بنسبة 9.6%، ثم أسلوب الاستهزاء والتهكم بنسبة 8.6%، تلاه أسلوب إطلاق التسميات بنسبة 8.6%، ثم أسلوب الاستعفاف وتمثيلاً لدور الضحية بنسبة 7.7%، ثم أسلوب استعراض الإنسانية بنسبة 6.8%، وجاء في المرتبة الأخيرة أسلوب استعراض القوة بنسبة 4%.

ويعكس الاهتمام بأسلوب تشويه صورة الفلسطينيين وتحميلهم المسؤولية وتجريدهم من الشرعية مدى رغبة الخطاب الدعائي الإسرائيلي في تضليل الرأي العام وتشويه صورة المتظاهرين وتحميلهم الذنب من خلال إطلاق التسميات عليهم بانهم إرهابيون وبأنها ليس مظاهرات شعبية بل

(*) مجموع التكرارات يختلف عن عدد المنشورات عينة الدراسة لأن المنشور الواحد يحتوي على أكثر من أسلوب.

مسلحة تقودها حركة حماس وأن الإسرائيليين معتدى عليهم وأن الجيش الإسرائيلي يقوم بحمايتهم ووبرر أفعاله بأنها تأتي في إطار رد الفعل وفق قواعد الاشتباك.

6- المصادر الأولية للخطاب الدعائي الإسرائيلي على صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي:

جدول رقم (4)

المصادر الأولية للخطاب الدعائي الإسرائيلي

مصادر الدعاية الإسرائيلية		ك	%
المصادر الرسمية	الإسرائيلية	185	82.6
	الفلسطينية	11	4.9
المصادر غير الرسمية	الفلسطينية	9	4
	الإسرائيلية	6	2.7
المصادر والوثائق		13	5.8
المجموع		224	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد المصادر الأولية للخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة، فحصلت فئة المصادر الرسمية على الترتيب الأول بنسبة 87.5%، وتوزعت على المصادر الرسمية الإسرائيلية بنسبة 82.6% ثم المصادر الرسمية الفلسطينية بنسبة 4.9%. تلتها فئة المصادر غير الرسمية في الترتيب الثاني بنسبة 6.7%، وتركزت في المصادر غير الرسمية الفلسطينية بنسبة 4%، ثم المصادر غير الرسمية الإسرائيلية بنسبة 2.7%. وأخيراً فئة المصادر والوثائق في المرتبة الثالثة بنسبة 2.8% واعتمدت فيها فقط على وسائل الإعلام العربية والأجنبية تمثلت في قناة الجزيرة وقناة BBC العربية وقناة روسيا اليوم، ولم تعتمد على الكتب والوثائق كونها قضية جديدة. وهذا يعكس مدى اعتماد الخطاب الدعائي الإسرائيلي على المصادر الرسمية الإسرائيلية فيما يخص مسيرات العودة كونها تنتشر على صفحة الناطق باسم

الجيش فهو مصدر رسمي ومسؤول، حتى وإن كانت خاطئة فهي تلبى احتياجات الجيش الإسرائيلي وتعتبر مصدر لوسائل الإعلام الإسرائيلية وغيرها، لكي تستطيع إقناع الرأي العام والتأثير فيه.

7- مدى وجود مادة مصورة مصاحبة للخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي:

جدول رقم (5)

وجود مادة مصورة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة

مادة مصورة	ك	%
يوجد	151	67.4
لا يوجد	73	32.6
المجموع	224	100

توضح بيانات الجدول السابق أن معظم منشورات مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي تحتوي على مادة مصورة بنسبة 67.4%، تمثلت في الصور الثابتة من موقع الحدث والكاريكاتير والوثائق والإنفو جرافيك، وكذلك في المادة الفيديوية من موقع الحدث والأرشيفية، تلتها منشورات مسيرات العودة التي لا تحتوي على مادة مصورة بنسبة 32.6%، ويرجع هذا إلى العديد من التحديثات والرسائل النصية القصيرة عن مسيرات العودة التي يقوم بها أفيخاي أدري غالبا من جهاز الأيباد الخاص به ولم يتم تضمينها في الغالب على مادة مصورة كما أظهرت العديد من منشوراته.

فتمثل المادة المصورة جوانب مهمة في شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وكذلك على موقع تويتر، فهي أداة قوية لتعزيز ونشر رسالة معينة، وقد اعتمدت الدعاية الإسرائيلية كثيراً على الصور التي ينشرها المواطنون والنشطاء الفلسطينيون، وكأن الدعاية الإسرائيلية "تتغذى" على ما تنتشره هذه الصفحات من محتوى. فالعديد من المنشورات الفلسطينية تضمنت موضوعات متنوعة، كإشعال الإطارات، ورشق الحجارة، وزيارات لمسؤولين، وزجاجات مولوتوف، وشهداء، وجرحى، واحتفالات تأبين، ومحاولات قطع أو اجتياز للخط الفاصل، إلى جانب الفيديوهات التي كان يسجلها أفيخاي أدري بنفسه من مكتبه يتناول فيها مسيرات العودة بالتهديد والوعيد وبالسخريّة

مستخدماً في معظمها الآيات القرآنية والأحاديث النبوية بحيث تثير الجدل والتعليقات عليها من قبل الفلسطينيين والعرب بشكل عام.

8- عناصر الإبراز والوسائط المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة:

جدول رقم (6)

عناصر الإبراز والوسائط المتعددة المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي

عناصر الإبراز والوسائط المتعددة		ك	%
الوسم "الهاشتاغ"		117	32.8
الصور والرسوم	صور خبرية من موقع الحدث	39	10.9
	تصميم	25	7
	إنفو جرافيك	13	3.6
	كاريكاتير	11	3.1
	صور شخصية	4	1.1
نص منفرد أقل من 140 حرف.		65	18.2
مادة فيلميه	من موقع الحدث	34	9.5
	فيديو لأفيخاي أدري	10	2.8
	أرشيفية	7	2
العلامة أو الإشارة		10	2.8
إعادة التغريد ومشاركة منشورات جاهزة		8	2.2
الروابط والإحالات		6	1.7

جرافيك	5	1.4
رسوم بيانية وخرائط	3	90.
المجموع(*)	357	100

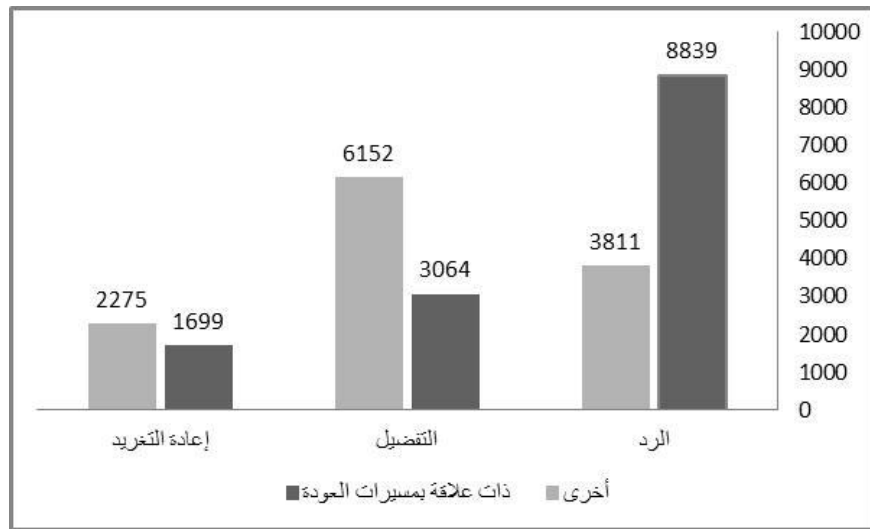
تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد عناصر الإبراز والوسائط المتعددة المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة عبر صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تويتر، فحصلت فئة الـ "هاشتاغ" على الترتيب الأول بنسبة 32.8%، تلتها فئة الصور والرسوم في الترتيب الثاني بنسبة 25.7% وتوزعت على الصور الخبرية من موقع الحدث، ثم التصميم، تلاه الإنفو جرافيك، ثم الكاريكاتير، وأخيراً الصور الشخصية. وجاءت فئة النص المنفرد في الترتيب الثالث بنسبة 18.2%، تلتها فئة المادة الفيلمية في الترتيب الرابع بنسبة 14.3%، وتركزت في المادة الفيلمية من موقع الحدث، ثم فيديو لأفيخاي أدري، وأخيراً المادة الفيلمية الأرشيفية. وجاءت فئة العلامة أو الإشارة في الترتيب الخامس بنسبة 2.8%، تلاها فئة إعادة التغريد ومشاركة منشورات جاهزة بنسبة 2.2%، ثم فئة الروابط والإحالات بنسبة 1.7%، ثم فئة جرافيك بنسبة 1.4%، وأخيراً فئة الرسوم البيانية والخرائط في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.9%.

وتبين أن فئة الـ "هاشتاغ" جاءت في مراتب متقدمة للتركيز عليها من قبل المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي حيث استخدمها أكثر من مرة في المنشور الواحد وكان يطلق هاشتاغ باسم مشتق من الهاشتاغ الفلسطيني مثل #مسيرة الفوضى، #مسيرة العودة، #جمعة الالهاب الفلسطيني، ويرجع ذلك لتسهيل عملية تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول موضوع مسيرات العودة في مكان واحد، ويساهم ذلك في زيادة المتابعة والتصنيف والفرز وفي تحديد الأشخاص الذين تربطهم مصالح واهتمامات مشتركة وكذلك من ينشرون على نفس الهاشتاغ، وظهرت الكثير من تغريدات أفيخاي أدري التي تم مشاركتها على العديد من الصفحات الرسمية الإسرائيلية المستخدمة للغة العربية منها صفحة رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو، و صفحة منسق أعمال الحكومة الإسرائيلية يواف مردخاي، و صفحة المتحدث باسم رئيس الوزراء الإسرائيلي

(*) مجموع التكرارات يختلف عن عدد المنشورات عينة الدراسة لأن المنشور الواحد يحتوي على أكثر من عنصر إبراز.

للإعلام العربي أوفير جندلمان، وصفحة المسؤول عن الدبلوماسية الرقمية بالعربية في وزارة الخارجية الإسرائيلية يوناتان جونين، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سكيك، 2014م)⁽¹⁾ حيث جاءت الصور بالمرتبة الثانية كأحد الوسائط المتعددة في عرض القضايا على شبكات التواصل الاجتماعي بينما الكاريكاتير جاء في المرتبة الرابعة والفيديو في المرتبة الأخيرة.

9- تفاعلية الجمهور مع الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة:



شكل رقم (2)

التفاعلية مع منشورات مسيرات العودة

يتضح من الشكل السابق وجود تفاعلية كبيرة من قبل الجمهور مع منشورات الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تويتر سواء بالرد أم إعادة التغريد أم التفضيل، بغض النظر كون هذه المنشورات لها علاقة بمسيرات العودة أو غير ذلك، فجاءت فئة الردود في الترتيب الأول ثم فئة التفضيل وإبداء الإعجاب في الترتيب الثاني وأخيراً فئة المشاركة وإعادة نشر المنشور في المرتبة الأخيرة.

وتم توزيع تفاعلية الجمهور بناء على علاقتها بمنشورات ذات علاقة بمسيرات العودة وبالمشورات الأخرى فتبين على مستوى الردود أن نسبتها على المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة

(1) سكيك، هشام (2014). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية: دراسة تحليلية وميدانية. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين. ص 124.

69.9% وكان معظمها يكذب الرواية الإسرائيلية ويتعاطف مع القضية الفلسطينية بينما بلغت نسبة الردود على المنشورات الأخرى 30.1%. أما فئة إعادة نشر المحتوى فقد بلغت نسبة مشاركة المنشورات غير المرتبطة بمسيرات العودة 57.2% وفي معظمها كانت تتعلق بقضايا تخص لبنان وإيران وسوريا وكأس العالم والحج إلى بيت الله الحرام والأعياد اليهودية والإسلامية ورمضان وما تبعه من تسهيلات إسرائيلية للمصلين في القدس، بينما المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة فقد بلغ نسبة مشاركتها 42.8% وكانت في معظمها للفيديوهات التي يتحدث فيها أفيخاي أدري عن المسيرات حيث يستخدم الآيات القرآنية ويسخر من المقاومة الفلسطينية والمتظاهرين، وجاءت فئة التفضل وإبداء الإعجاب بالمنشورات غير المرتبطة بمسيرات العودة 66.8%، بينما المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة فقد بلغ نسبة تفضيلها 33.2% رغم احتوائها على الإعجاب فقط وليس الإعجاب وعدم الإعجاب مثلما في اليوتيوب أو التفاعلية التي تتيحها الفيس بوك بالإعجاب والضحك والمفاجأة والحزن والغضب. وتعتبر قدرة الجمهور على التفاعل مع منشورات شبكات التواصل الاجتماعي إحدى المميزات الهامة، فهي بمثابة تفاعل مع منتج المحتوى الرقمي ومنها تويتر، وتعد مقياس لانتشار هذا المحتوى ولكنها ليست مطلقة ولكنها تعطي فكرة عن مدى تداول تلك المنشورات، فهذه الميزة لا تتوفر في وسائل الإعلام التقليدية حيث تفتقر لها.

ثالثاً: خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات:

- 1- تشير نتائج الدراسة إلى اهتمام الخطاب الدعائي الإسرائيلي بتناول مسيرات العودة، فتبين أن غالبية المنشورات كانت مرتبطة بمسيرات العودة كونها موضوعاً أساسياً لجيش الاحتلال الإسرائيلي وانعكس ذلك على أهميتها بالنسبة للمتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي.
- 2- تنوعت قضايا وموضوعات مسيرات العودة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي، فجاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في المقدمة، تلتها فئة القضايا المرتبطة بأفعال فصائل المقاومة الفلسطينية، وأخيراً فئة القضايا المتعلقة بأفعال الجيش الإسرائيلي في الترتيب الثالث.
- 3- تعددت أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة، فحظي هدف تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها على أعلى نسبة.
- 4- تنوعت أساليب الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة فجاء في مقدمتها أسلوب تشويه صورة الفلسطينيين وتحميلهم المسؤولية وتجريدتهم من الشرعية.

- 5- اعتمد الخطاب الدعائي الإسرائيلي في جمع معلوماته بشكل رئيسي على المصادر الرسمية وتحديداً المصادر الإسرائيلية، تلتها المصادر غير الرسمية وتركزت في المصادر غير الرسمية الفلسطينية، وأخيراً المصادر والوثائق وتمثلت في وسائل الإعلام العربية والأجنبية.
- 6- اشتملت ثلثي منشورات مسيرات العودة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي على مادة مصورة، تمثلت في الصور الثابتة من موقع الحدث والكاريكاتير والوثائق والإنفو جرافيك، وكذلك في المادة الفيلمية من موقع الحدث والأرشيفية.
- 7- تنوعت الوسائط والعناصر التفاعلية المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي اتجاه مسيرات العودة، فحصلت فئة الوسم "الهاشتاغ" على الترتيب الأول بينما فئة الرسوم البيانية والخرائط في المرتبة الأخيرة. وتبين وجود تفاعلية كبيرة من قبل الجمهور مع منشورات مسيرات العودة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي على تويتر سواء بالرد أو إعادة التغريد أو التفضيل.
- توصيات الدراسة:**

- 1- العمل على تصحيح صورة مسيرات العودة وصورة الفلسطينيين وفق خطاب إعلامي مدروس لمواجهة الخطاب الدعائي الإسرائيلي الذي يضيف الشرعية على أعمال الجيش الإسرائيلي.
- 2- إيجاد استراتيجية إعلامية فلسطينية وعربية موحدة تهدف بشكل أساسي إلى كشف حقيقة صورة الاحتلال الإسرائيلي الذي يسعى إلى الظهور في دور الضحية.
- 3- إنشاء صفحات الكترونية رسمية على كافة شبكات التواصل الاجتماعي بكافة اللغات لمواجهة الخطاب الدعائي الإسرائيلي.
- 4- العمل على تطوير كادر إعلامي متخصص في مجال الإعلام عبر شبكات التواصل الاجتماعي بلغات مختلفة، مستعيناً بخبرات إعلاميين عرب وأجانب.
- 5- إنشاء مرصد إعلامي فلسطيني بجميع اللغات وبمصطلحات إعلامية فلسطينية تتوحد فيه إحصائيات ذات علاقة بالقضايا الفلسطينية المحورية.
- 6- تبني جهود تثقيفية من أجل رفع منسوب وعي مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من المواطنين والنشطاء على حد سواء.

المراجع العربية:

1. الدلو، جواد والكرنز، ختام (2018). الصورة الصحفية لمسيرة العودة الكبرى في الصفحات الإخبارية لموقع انستغرام: دراسة تحليلية مقارنة. المؤتمر العلمي بعنوان، القدس في قلب الصراع العربي الإسرائيلي: رؤية استراتيجية نحو المستقبل، جامعة القدس المفتوحة- غزة، فلسطين. بتاريخ 16-10-2018.
2. ذو الفقار، شيماء (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص 110.
3. رويبي، ريمة (2011). استراتيجية الدعاية الإسرائيلية خلال الحرب على غزة ديسمبر 2008- جانفي 2009م (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.
4. سكيك، هشام (2014). دور شبكات التواصل الإجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية: دراسة تحليلية وميدانية. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين. ص 124.
5. أبو شنب، حمزة (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.
6. أبو شنب، حمزة (2014). ممارسة الصحافة الإسرائيلية للحرب النفسية أثناء الحروب: عدوان الرصاص المصبوب 2008-2009م نموذجاً. ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني للإعلام والأزمات فن التلاعب والتضليل والدعاية. جامعة قطر. الدوحة.
7. صبار، محمد (2011). الأساليب الدعائية للإعلام الصهيوني بعد أحداث 11 سبتمبر وسبل مواجهتها، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية. مركز الدراسات الفلسطينية . جامعة بغداد. العراق. عدد (36)، 94-117.
8. صوان، أحمد. "الإعلام الصهيوني والانتفاضة"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة، العدد 106، يناير/كانون الأول 2002، ص 45.
9. أبو عامر، عدنان (2018). أيديولوجيا الإعلام الإسرائيلي في تغطية الشأن الفلسطيني. دراسة منشورة. مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية. قطر. تاريخ الزيارة 2018/10/1م.

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/02/180218100540480.html>

10. عدوان، أحمد (2012). تغطية الصحافة الإسرائيلية للحرب على غزة 2008-2009م. دراسة تحليلية وصفية لثلاث صحف عبرية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.
11. قاسم، يوسف (2007). أثر الحرب النفسية الإسرائيلية على الذات الفلسطينية، انتفاضة الأقصى نموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بيرزيت - رام الله، فلسطين.
12. قنوع، ربا (2017). صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيزورليم بوست الإسرائيلية: دراسة حالة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية - غزة، فلسطين.
13. ماضي، جمال. وموسى، ياسين (2009). الدعاية مفهومًا وتعريفًا وأسلوبًا، دراسة تحليلية على الدعاية الإسرائيلية خلال حربها الأخيرة على غزة لعام 2008-2009م. مجلة مجلس آداب الفراهيدي، جامعة تكريت، العراق. (1)، 554-578.
14. المصدر، حيدر (2018). الدعاية السيبرانية الإسرائيلية لمحاصرة مسيرات العودة الفلسطينية. دراسة منشورة. مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية. قطر. تاريخ الزيارة 2018/10/20م.

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/07/180711072804036.html>

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

المراجع الأجنبية:

1. Azran, T. & Yarchi, M. (2018). Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson. The Hague Journal of Diplomacy, Vol.13, January 2018. P3.

2. Kohen, A. (2015). Instagram as a naturalize Propaganda tool :The Israel Defense Forces Web site and the phenomenon of shared values. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. Vol.23, No.2. PP.1-17.
3. Nicholas, O.(2012). The death and life of propaganda. Journal of Public Affair, Vol.12, No.1. February 2012. p.33.
4. Seo, H. (2015). Visual propaganda in the age of social media: Twitter images during 2012 Israeli-Hamas conflict. Visual Communication Quarterly, Vol.21, No.3. PP. 150-181.
5. Shai, N.(2018) Hearts and Minds: Israel and the Battle for Public Opinion. Translated by: Ira Moskowitz, Albany: State University of New York Press. P.88.
6. Yarchi, M. (2018). The impact of anti-democratic actions on a country's international image, as projected in the foreign press and on social media: The case of Israel. Democracy and Security Vol. 14, No.2. pp.173-159 .

LE DEPLOIEMENT DES SYSTEMES D'INFORMATION AU MAROC ET PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT

نشر نظم المعلومات ودورها في تحقيق التنمية بالمغرب

D^r. Jaouad BOUDAN

Docteur en Droit International et Relations Internationales

Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, Fès, Maroc

ABSTRACT

This paper aims to show that Morocco can adopt a sustainable managerial practice through the establishment of Information Systems that would ensure and strengthen its governance.

For this purpose, the importance of new information and communication technologies "NICT" for economic and social development is recognized since the rapid development of these technologies. This article shows that Morocco has been fully ready to take advanced steps towards sustainable development, relying on the deployment of information systems in the various administrations.

Keywords: Deployment, Development, Governance, Information systems, New technologies.

ملخص:

تسعى هذه الورقة البحثية إلى إبراز إمكانية تبني المغرب لممارسة إدارية مستدامة، من خلال إنشاء نظم معلومات لضمان وتعزيز حكامتها.

وتحقيقاً لهذه الغاية، اعترف المغرب بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك نظراً للتقدم الملحوظ لهذه التقنيات في الآونة الأخيرة. هكذا، تحاول هذه الورقة أن توضح مدى قدرة المغرب على تطوير مسلسل تنميته المستدامة عبر رقمنة ونشر نظم المعلومات في مختلف مرافقه الإدارية ومؤسساته العمومية.

الكلمات المفتاحية: النشر ، التنمية، الحكامة، نظم المعلومات ، التكنولوجيا الحديثة.

Introduction

Conscient de la nécessité des systèmes d'informations, Le Royaume du Maroc a construit une panoplie des systèmes d'information pour améliorer les capacités de gestion de l'administration, simplifier les procédures et s'ouvrir sur son environnement. La fiabilité

desdits systèmes, leurs particularités, leurs techniques permettent la collecte de l'information et conditionnent les données produites¹.

Au vue de l'importance de ces projets et les choix stratégiques en termes d'architecture, d'outils technologiques et de mode de gouvernance des projets qui ont été opérés le Royaume a mis en œuvre des systèmes métiers s'appuyant sur des solutions fonctionnelles de type progiciel au niveau de développement de l'enseignement, de la diplomatie économique, des Centres Régionaux d'Investissement et de douanes.

A cet égard, la bonne utilisation des nouvelles technologies au Maroc est un facteur clé pour améliorer le travail administratif. Il convient, par conséquent, de tendre vers une généralisation de l'administration électronique par la fourniture de services à distance et la facilitation, pour les différents départements, de l'accès commun aux informations. En contrepartie, l'édification d'une société de l'information dépend autant du développement humain que du développement technologique.

Intérêt du sujet

Le choix du thème s'appuie sur des données objectives inhérentes, d'une part, à l'impact de la libéralisation et la mondialisation de l'économie numérique, et d'autre part. Les systèmes d'information ont également, de portée stratégique sur les plans, politique, économique et social.

Problématique

Le développement de la société de l'information et du savoir au Maroc, au moyen du développement des systèmes d'information, des applications et de l'innovation technologique, est une véritable opportunité. En réduisant les barrières du temps et des distances et grâce à leur caractère transversal et à leurs effets structurants sur les autres secteurs, les systèmes d'information ont un rôle essentiel à jouer dans le processus de modernisation, de mise à niveau et de création de richesses.

Ainsi, l'ambition est non seulement de faire émerger un nouveau modèle de développement pour le Maroc mais également de lui faire réaliser un «saut historique», le positionnant dans le paysage mondial des NTIC. D'autres pays émergents ont pu relever ce défi en faisant du développement de la société de l'information et du savoir une de leurs priorités nationales. Donc Cet article consiste en un essai de réponse à la problématique suivante : **Quelles sont les programmes et les bonnes pratiques pour l'adoption de technologies de l'information au Maroc?**

¹ BENABDELHADI Abdelhay & CHEMAO Mariam, Décentralisation et déconcentration : les règles de la bonne gouvernance : cas du ministère de l'équipement et du transport, REMALD, 1^{ère} éditions, Rabat, 2015, p. 131.

I. Programmes de généralisation des NTIC dans le secteur de l'enseignement

Trois projets inscrits dans le cadre du plan «Maroc Numeric 2013» sont financés par le Fonds du Service Universel des Télécommunications. Il s'agit de programme Nafid@, programme Injaz, et le programme GENIE et GENIE-SUP.

A. Le programme NAFID@

Dans l'objectif d'encourager et de faciliter l'accès et l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans le système éducatif national¹, la Fondation Mohammed VI de Promotion des Œuvres Sociales de l'Education et de la Formation, en collaboration avec le Ministère de L'Education Nationale, a lancé en faveur de ses adhérents le 14 Mai 2008, le programme Nafid@. Ce dernier s'étale sur trois années et s'articule autour de quatre axes :

- ↪ Accessibilité : ordinateur portable avec le système d'exploitation Windows Vista Business et la suite bureautique MS Office Standard ;
- ↪ Connectivité : connexion Internet mobile ;
- ↪ Formation : E-Learning permettant aux adhérents de la Fondation de suivre des formations en ligne sans contrainte ni de temps ni d'espace;
- ↪ Contenu : à travers le portail Internet de la Fondation, les adhérents auront accès à plusieurs services en ligne, notamment, le suivi de leurs dossiers (logement, maladie ...), une adresse email personnalisée, la plateforme E-Learning et la médiathèque en ligne de la Fondation qui offrira un contenu riche et diversifié, ainsi que des liens à plusieurs bibliothèques numériques internationales.

B. Le programme INJAZ

Ce programme permet aux étudiants universitaires, selon des critères spécifiques d'éligibilité d'acquérir un ordinateur portable et un abonnement annuel à Internet mobile, moyennant une subvention accordée par le Fonds du Service Universel des Télécommunications. Enrichie par les 3 opérateurs télécoms (Maroc Telecom, Orange et Wana Corporate), l'offre ciblera un plus grand nombre d'étudiants que les 4 premières éditions. En effet, 24 400 étudiants seront visés grâce à un budget de 81 Mdhs².

La première édition, qui ne concernait alors que les étudiants ingénieurs dont l'établissement participe à l'opération «10 000 ingénieurs» et les étudiants en master inscrits dans les Ecoles d'ingénieurs, Facultés des Sciences et Facultés des Sciences et Techniques, avait permis à 15 000 étudiants de s'équiper. Pour la deuxième édition, le programme s'est élargi aux doctorants en sciences et techniques inscrits dans les centres

¹le 09 - 05 - 2008 <http://www.aujourd'hui.ma/imprimer/?rub=actualite&ref=61629>.

²<http://www.lavieeco.com/news/economie/maroc-numeric-2013-les-4-editions-du-programme-injaz-ont-profite-a-86-000-etudiants-26915.html>.

d'études doctorales dans 20 villes marocaines et 48 établissements. Près de 11 000 étudiants ont profité de la subvention¹.

Pour l'année universitaire 2011-2012, le programme a été élargi aux étudiants inscrits en Master et en Doctorat (CEDoc) au niveau de l'ensemble des établissements d'enseignement supérieur publics, ainsi qu'aux ceux inscrits à partir de la 3^{ème} année dans les Facultés de Médecine et Pharmacie, les Facultés de Médecine Dentaire, les Ecoles Nationales de Commerce et de Gestion (E.N.C.G), l'Ecole Roi Fahd de Traduction, les ENS et les ENSET, et dans les établissements publics de l'Enseignement Supérieur ne relevant pas des universités.

La 4^{ème} édition est lancée au titre de l'année universitaire 2012-2013 concernera les étudiants non-salariés :

- Inscrits en 1^{ère} année des filières accrédités des cycles Ingénieur, Master et Doctorat (CEDoc) au niveau de l'ensemble des établissements d'enseignement supérieur publics ;
- Inscrits à la 3^{ème} année des Facultés de Médecine et Pharmacie, des Facultés de Médecine Dentaire, des Ecoles Nationales de Commerce et de Gestion, de l'Ecole Roi Fahd de Traduction, des ENS et des ENSET, et dans les établissements de l'Enseignement Supérieur ne relevant pas des universités.

Au cours de l'année universitaire 2015-2016 l'édition du programme INJAZ à a été lancée le 10 Juin 2016 et a pris fin le 27 Juillet 2016, ciblant 54000 étudiants. Au terme de cette édition, 32600 étudiants éligibles ont bénéficié des offres INJAZ².

Pour rappel, Injaz facilite l'achat d'un ordinateur et/ou d'un abonnement Internet 3G aux étudiants. L'Etat participe à hauteur de 85% de l'achat, avec un plafond de 3 600 DH.

C. Le programme GENIE et GENIE-SUP

Le gouvernement a adopté, en Mars 2005, une stratégie ayant pour objectif la généralisation des TIC dans l'enseignement public³. Sa mise en œuvre au niveau de l'enseignement primaire et secondaire devrait permettre de garantir l'accès aux moyens et services TIC à plus de 22 % de la population marocaine, avec des contenus appropriés, à travers tout le Royaume.

Le programme GENIE est la dimension opérationnelle de cette stratégie de généralisation des TICE. Lancé début 2006 et révisé en 2009, le programme, qui concerne tous les établissements scolaires du Royaume, se décline selon quatre axes principaux :

- Infrastructure : Installation des environnements multimédia connectés à Internet ;

¹Ibid.

²Rapport d'activité de l'ANRT au titre de l'année 2016, Rabat, 2017, p.44.

³LAHJOMRI Hicham, Internet au Maroc : Bilan & Perspectives, Séminaire INET « L'avenir de l'Internet : vers une nouvelle ère ? », Rabat, le Mardi 10 Mai 2011, p. 15.

- Formation des enseignants : il s'agit de former plus de 200 000 des inspecteurs, directeurs et enseignants dans le domaine des TI et de développer des contenus numériques pédagogiques adaptés à l'apprentissage¹.

Poursuivre l'action du programme de généralisation des TI dans l'enseignement ainsi que le déploiement des Environnements Numériques de Travail (ENT) dans les établissements de l'enseignement supérieur.

- Ressources numériques : acquisition des ressources numériques et création d'un laboratoire national des ressources numériques et d'un portail national TICE² ;
- Développement des usages : assurer un bon accompagnement aux usagers.

La nouvelle feuille de route du programme GENIE a prévu le déploiement de la couverture des établissements scolaires sur cinq ans. De 2009 à 2013, 9260 établissements seront couverts³.

II. L'introduction de l'Internet dans les systèmes d'information de la diplomatie économique

L'utilisation de l'Internet devenue une nécessité absolue dans la diplomatie économique marocaine, elle apportera certainement des facteurs de changements potentiels à tous les niveaux de son organisation et ne va pas sans infléchir ses choix stratégiques. L'innovation devient plus importante que la production de masse, et ou les avantages concurrentiels sont liés à la maîtrise des nouvelles technologies de l'information et de la communication⁴. Elle permettra, également, d'assurer la rapidité de la collecte des informations, la facilité de leur exploitation et la réduction des coûts de leur circulation.

Quant à l'Internet, étant donné qu'il s'agit d'un média à part qui conjugue les caractéristiques des directs⁵, le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération doit s'efforcer de faire de la simple présence sur le net une véritable composante de sa stratégie de communication.

III. Le déploiement de système d'information SI-INVEST aux CRI

Depuis la création des Centres Régionaux d'Investissement (CRI) au Maroc, suite à la Lettre Royale adressée le 09 Janvier 2002⁶, par Sa Majesté le Roi Mohammed VI, à monsieur le Premier Ministre Abderrahmane YOUSSEFI, au sujet de la Gestion

¹ Ministère de l'industrie et du commerce et des nouvelles technologies, Maroc Numeric 2013, Stratégie Nationale pour la Société de l'Information et de l'Economie numérique, Rabat, p. 31.

²<http://www.lesoir-echos.com/economie/programme-genie-premier-bilan-de-lastrategie-2009-2013/10161/>.

³<http://www.anrt.ma/missions/service-universel/genie>.

⁴ BOYER Luc – EQUILBEY Noel, Organisation, Théorie et application, édition d'organisation, Paris, 2003, p. 349.

⁵ CHANNAM ZAIM Ouaffa, Le Marketing au Maroc, concepts et réalités, éditions AL Madariss, Casablanca, 2002.

⁶ Lettre Royale au Premier Ministre relative à la Gestion Déconcentrée de l'Investissement, publiée dans le bulletin officiel n° 4970 du 4 Kaada 1422 (17 Janvier 2002), p. 50.

Déconcentrée de l'Investissement, ils s'efforcent de faciliter l'accueil des projets d'investissement dans leurs Régions en offrant un service de guichet unique aux porteurs de projets. Afin de les accompagner les CRI dans leur mission, le Ministère de l'Intérieur a développé en collaboration et en concertation avec l'ensemble des Centres Régionaux d'Investissement du Royaume, un système d'information nommé « SI-INVEST » permettant d'informatiser la gestion des projets d'investissement au niveau de leurs guichets d'aide aux investisseurs et d'assurer le suivi des dossiers.¹

Le système d'information SI-INVEST offre aux utilisateurs plusieurs services dont notamment la saisie et le traitement des dossiers d'investissement, la gestion des commissions administratives compétentes et la production de tableaux de bord et des statistiques sur les projets d'investissement traités au niveau de chaque C.R.I.

Par ailleurs le projet permet à l'investisseur de s'informer sur les procédures administratives et les pièces justificatives afférentes à son dossier, de fournir au CRI des dossiers d'investissement, de sécuriser les données fournies et échangées et de suivre l'avancée de son projet en accédant via le web à un espace personnalisé grâce à son identifiant de dossier et son nom.

En outre, ce système permet aux C.R.I de saisir et instruire les dossiers d'investissement, de planifier les réunions, d'informer ses membres de la programmation desdites réunions et de générer automatiquement et séance tenante les décisions de la Commission Régionale d'Investissement.

Conçu pour permettre la numérisation des éléments d'un dossier d'investissement, SI-INVEST permet le partage des informations entre les différentes administrations impliquées, au niveau régional et national, dans les formalités administratives nécessaires à la bonne réalisation des projets d'investissement².

Ce projet met à la disposition des Walis des Régions, aux Gouverneurs des Provinces et les administrations au niveau régional et central concernées une information détaillée sur les projets d'investissement et un ensemble de tableaux de bord et de statistiques relatifs à la situation de l'investissement aux niveaux régional et national.

Les investisseurs bénéficieront également d'un accès leur permettant de suivre l'état d'avancement de leurs demandes et télécharger les formulaires uniques vierges.

Par ailleurs, le déploiement de ce système offre de nombreux avantages et des retombées positives pour les acteurs suivants à savoir :

➤ Pour l'administration centrale

L'outil « SI-INVEST » offre la possibilité de disposer de tableaux de bord et de statistiques sur les projets d'investissement instruits au niveau régional et de faire le suivi des délais de traitement des dossiers d'investissement. Et ainsi, un suivi régulier de

¹Ministère de l'Intérieur, Guide SI-INVEST, DCAE et DCIC, Rabat, 2014, p. 3.

²Lettre circulaire émanant de M. le Ministre de l'Intérieur n° 55 en date du 16 Décembre 2014.

l'utilisation du système d'information « SI-INVEST » au niveau des différents CRI est assuré en vue d'évaluer le degré de mise en place de cet outil au niveau régional¹.

➤ **Pour les Centres Régionaux d'Investissement**

Le système SI-INVEST permet de saisir, valider et instruire les dossiers d'investissement, de planifier les réunions de la CRI, CRCOF, CREIE,...ETC d'informer ses membres de la programmation desdites réunions et de générer automatiquement et séance tenante les décisions des commissions susvisées².

➤ **Pour les administrations, membres de commissions**

Le système d'information SI-INVEST permet d'accéder aux dossiers d'investissement les concernant en temps réel, de visualiser les pièces justificatives fournies par l'investisseur, de s'informer sur les procédures déclenchées et procéder à une pré-instruction des dossiers d'investissement avant la tenue de la réunion³.

➤ **Pour l'investisseur**

Le système permet de s'informer sur les procédures administratives et les pièces justificatives afférentes à son dossier, de fournir au CRI son dossier d'investissement format papier et numérique de sécuriser les données fournies et échangées. Il permet également à l'investisseur de disposer d'une plateforme électronique, disponible via un portail Web : www.investinmorocco.ma et de suivre l'avancée de son projet grâce à son identifiant de dossier et son nom⁴.

Il convient de signaler que le déploiement de système s'inscrit parmi les initiatives entreprises par les pouvoirs publics pour la promotion de l'investissement, le renforcement de l'attractivité de l'économie et l'amélioration du climat des affaires au sein des régions du Royaume.

IV. L'informatisation des Douanes

Le système d'information de Douanes comprend :

- Un système de dédouanement en temps réel SADOQ qui concentre les principales applications des Douanes et représente le système d'informatique visible pour les opérateurs économiques. Ce système est performant et répond aux exigences en terme de stabilité d'exploitation et de performance en temps réel⁵ ;
- En outre, le système BADR est une application web qui remplace progressivement, depuis 2004, le système SADOQ en apportant de nouvelles

¹ Lettre circulaire émanant de Ministre de l'Intérieur n° 32 en date du 4 Juillet 2011.

² Ibid.

³Ibid.

⁴Ibid.

⁵ Ministère de l'Équipement et du Transport, La logistique du commerce et la compétitivité du Maroc, impression Okad, Rabat, 2006, p. 63.

fonctionnalités, par exemples la déclaration sommaire est prise en charge par BADR. A cet effet, il sera mis en œuvre en trois Paliers¹ :

- Palier 1 : Prise en charge de la déclaration sommaire (déjà lancé en Janvier 2004) ;
- Palier 2 : Prise en charge de la déclaration en détail, les régimes économiques et la comptabilité ;
- Palier 3 : nouvelle fonctionnalité (dédouanement des véhicules, contentieux...etc.).

Le système d'information BADR a été lancé dans sa version complète le 5 Janvier 2009. C'est donc l'occasion de revenir sur certaines de ses caractéristiques et quelques-uns de ses apports, mais aussi de rappeler les principales actions qui ont jalonné l'année écoulée, actions de stabilisation durant les premières semaines de démarrage, mais orientées depuis vers le perfectionnement continu d'un système aujourd'hui en rythme de croisière.²

Par ailleurs, BADR s'inscrit dans le droit fil de la logique e-gov en visant à travers la dématérialisation des formalités douanières, à faciliter la tâche à l'opérateur et au citoyen. Concrètement, le déclarant peut réaliser toute une panoplie d'opérations directement à partir de chez lui³.

V. Equipements et matériels informatiques

Le marché des technologies de l'information au Maroc se caractérise par une dominance de la vente de matériel informatique qui enregistre un chiffre d'affaire de près de 2,8 milliards de DH en 2004. En effet, le développement du marché nécessitera davantage d'infrastructure (matériels, logiciels) et de service (développement de logiciel, intégration, conseil, formation)⁴.

A cet égard, le marché de l'équipement reste marqué par la domination, en valeur, de l'activité des PC et des imprimantes (75%) au détriment des serveurs (15%) et des équipements réseaux (10%).

Selon les estimations des professionnels et des membres de l'APEBI⁵ (Association des Professionnelles des Technologies de l'Information), le parc du matériel informatique

¹ GHARBI Karim, Etude d'un projet de réseau EDI communautaire au Maroc pour la simplification des formalités de la logistique du commerce extérieur, rapport d'étude, N° version : 1.1, Banque Mondiale, 5 Mars 2005, p. 27.

² Ibid.

³ Ibid.

⁴ BESSAMRA Sonia et Bénédicte SAINT-LAURENT, Investir dans la région MEDA, pourquoi, comment ? Ouvrage collectif, note et études ANIMA n°22, Avril 2007, p. 249.

⁵ Créée en mai 1989, elle a fait suite à la création de l'Association des Professionnels de la Mécanographie dans les années 70, et celle des Professionnels de l'Équipement de Bureau et de l'Informatique dans les années 80. Désormais, elle compte 88 sociétés adhérentes dont l'objectif commun consiste en l'instauration d'une culture multimédia ainsi que la promotion des produits de hautes technologies au Maroc.

(PC) est estimé à 500.000 micros ordinateurs productifs¹. Malgré ce faible taux d'équipements, le Maroc enregistre une croissance annuelle moyenne de près de 21% sur la période 2002-2003, passant de plus de 68.000 unités vendues en 2000 à quelques 120.000 unités au terme de l'année 2003. L'année 2004 a été marquée par un certain attentisme. Les prix du matériel ont baissé de 10% en moyenne².

La structure du marché quant à elle s'est inversée. Contrairement aux deux dernières années, le portable compte pour 60% des ventes contre 40% pour les micro-ordinateurs. En effet, le marché intéresse plusieurs types d'intervenants : au premier rang, les professionnels qui commercialisent à la fois matériels et solutions et dont le cœur de cible est constitué des grands comptes, ensuite les détaillants constitués par les chaînes de magasins de distribution et les petits revendeurs. Ceux-ci réaliseraient quelque 40% de l'activité qui intègre tous les types de matériels (micro-ordinateurs et imprimantes).

Le parc estimé d'ordinateurs individuels est de 1 100 000 unités en 2007 (contre 920 000 unités en 2006 et 745 000 unités en 2005). Les principaux usages de l'ordinateur personnel restent la bureautique (69% des individus) et l'Internet (55% des individus)³.

Le taux d'équipement en micro-ordinateurs chez les ménages marocains atteint 43% en 2012, soit 4 points de plus qu'en 2011 et 32 de plus par rapport à 2004. Les zones urbaines sont toujours beaucoup plus équipées que les zones rurales soit 18% et spécialement la catégorie socio-professionnelle supérieure qui sont le mieux équipés avec un parc global de 4,058 millions d'unités au titre de l'année 2012 contre 3,5 millions d'unités en 2011. 24% des foyers marocains sont en effet équipés de 2 ordinateurs et 7% des foyers équipés disposent de 3 ordinateurs ou plus. Au total, 31% des foyers sont multi équipés et en moyenne, les ménages équipés possèdent 1,4 ordinateurs et/ou tablettes⁴.

¹ BOUDAN Jaouad, « La stratégie marocaine d'attractivité des investissements directs étrangers : Le cas des télécommunications », mémoire de DESA en droit international et relations internationales, Université Sidi Mohamed ben Abdellah, FSJES, Dhar Elmahraz, Fès, 2008-2009, p. 116.

²Rapport d'activité de l'ANRT au titre de l'année 2004, Rabat, 2005, p. 30.

³BOUDAN Jaouad, La stratégie marocaine d'attractivité des IDE : le cas des télécommunications, op.cit, p. 117.

⁴<http://www.anrt.ma/sites/default/files/CP-Resultats-enquete-annuelle-usage-TIC-2012-fr.pdf>.

De plus en plus, les ménages marocains adoptent des équipements portables. L'ordinateur portable est de plus en plus présent dans les foyers (57% en 2012 contre 56% en 2011 et 45% en 2010).¹ Les tablettes font leur apparition en 2011 (2% du parc), leur croissance est assez rapide pour atteindre 7% du parc résidentiel d'ordinateurs en 2012. Une tendance appelée à se renforcer dans les années à venir puisque 5% des foyers manifestent l'envie d'acquérir une tablette². Comme en 2011, le principal frein à l'achat d'un ordinateur n'est plus le prix trop élevé mais le manque de besoin³.

A cet effet, Le taux d'équipement des ménages en ordinateur et/ ou tablette a enregistré une nouvelle augmentation en 2016 pour atteindre 54,9%. Il s'agit d'un taux d'équipement cinq fois plus élevé que celui observé 10 ans auparavant (11% en 2004). Même si l'écart tend à se réduire, l'équipement en ordinateurs est plus important en milieu urbain (69,2% contre 26,6% d'équipement dans le rural).⁴ Voir les graphiques ci-dessous :

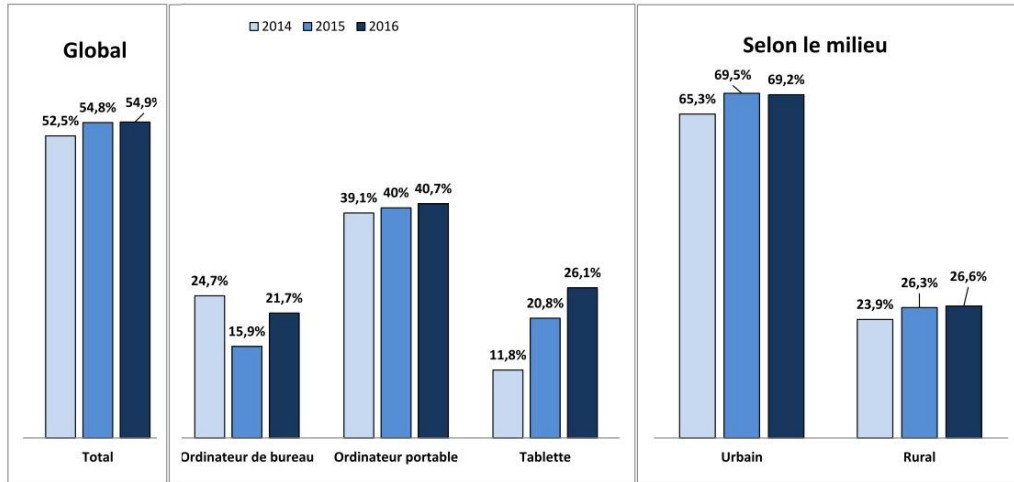
¹ http://www.lopinion.ma/def.asp?codelangue=23&id_info=32591.

² A l'instar de 2012, le principal frein à l'achat d'un ordinateur/tablette est le manque de besoin. Près de la moitié (48%) des ménages non équipés évoque le manque de besoin comme un des facteurs de non équipement.

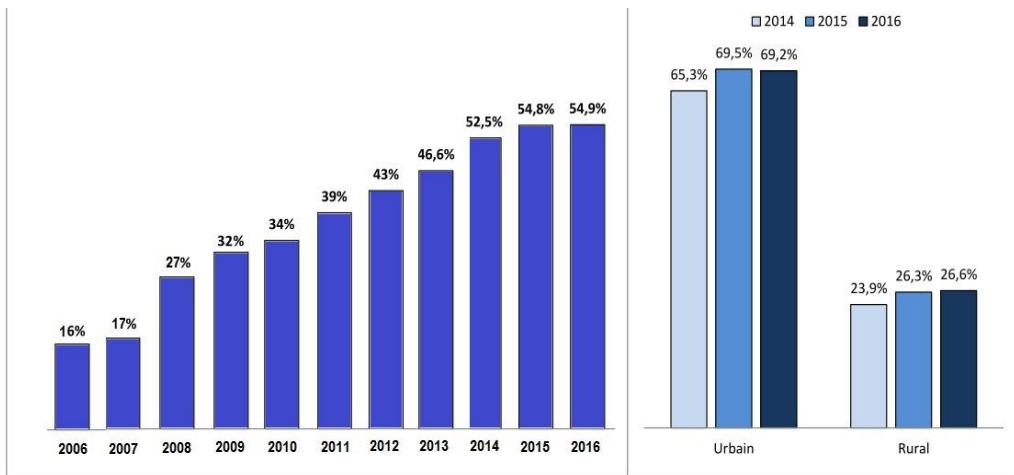
³ Rapport annuel d'activité de l'ANRT au titre de l'année 2012, Rabat, 2013, p. 57.

⁴ Rapport annuel d'activité de l'ANRT, au titre de l'année 2013, Rabat, 2014, p. 56.

Equipement en ordinateur et/ou tablette (ménages%)



Source : Enquête annuelle de collecte des indicateurs TIC auprès des ménages et des individus



Source : Enquête annuelle de collecte des indicateurs TIC auprès des ménages et des individus

Le taux d'équipement des ménages en ordinateurs (y compris la tablette) enregistre une stabilisation et s'élève à 54,9% en 2016 (54,8% en 2015) ¹. Par ailleurs, l'équipement des ménages en tablette continue sa progression avec 26,1% des ménages qui en sont équipés en 2016 contre 20,8% en 2015.

Par ailleurs, l'outil informatique ne serait opérationnel sans le domaine immatériel des logiciels, en effet, les marchés informatiques et de télécommunications ne peuvent offrir Le marché des logiciels au Maroc est dominé par les multinationales, cependant on peut dire qu'on a une industrie embryonnaire du logiciel. Les sociétés les plus actives sur le marché du logiciel au Maroc à savoir :

- HPS, S2M, M2M qui sont des éditeurs de logiciels de monétique ;
- BATISOFT qui édite des logiciels CAO bâtiment ;

¹ Rapport annuel d'activité de l'ANRT, au titre de l'année 2016, Rabat, 2017, p. 22.

- INTELLA, SYSCAD qui éditent des logiciels pour le secteur de l'automobile¹.

Les logiciels assurent également, une fonction d'interconnexion et d'intégration des secteurs de l'informatique, de l'électronique, et des télécommunications, en plus de leurs introductions dans l'économie des industries culturelles et des médias, en se disséminant dans toutes activités, de centraux de télécoms ou de créations des vidéos, en passant par tous les systèmes d'exploitation et les réseaux sociaux numériques².

Il est à signaler que le marché de l'informatique au Maroc compte plus de 1000 intervenants. En s'installant au Maroc, Afina³ aspire à contribuer au développement du secteur des technologies de l'information dans le pays. Cette antenne d'Afina à la manière de développer les multiples synergies existant entre le marché marocain et français⁴.

Par ailleurs, l'industrie des équipements de télécommunications a été développée durant ces dernières années, par l'afflux massif d'investisseurs européens, notamment français et allemands, en vue de la production de composants passifs, comme les circuits imprimés, fortement intenses en travail. Par exemple Le groupe français Thomson a délocalisé la production de diodes et de circuits imprimés, dans le cadre de la société qu'il a formée avec le groupe italien SGS, en vue de l'exportation⁵.

VI. Les centres d'appels au Maroc : Clefs de renforcement et opportunités d'investissement

Depuis une quinzaine d'années, l'Etat marocain a engagé des stratégies visant l'attraction des investisseurs étrangers, notamment la libéralisation des infrastructures des télécommunications, la réforme du commerce extérieur et la réforme du secteur monétaire et financier en vue de créer un climat propice à l'investissement dans le secteur des centres d'appels.

Plus fréquemment aujourd'hui, cependant, les centres d'appels sont des sections ou des départements internes d'entreprises, d'administrations, des collectivités locales, d'associations ou un complément, encore modeste quoique de plus en plus affirmé, de l'activité principale⁶.

¹ Revue d'information BMCE, Août-Septembre, 2000, p. 13.

² CHANTEPIE Philippe et LE DIBERDER Alain, Révolution numériques et industries culturelles, éditions La Découverte, Paris, 2010, p. 13.

³ Le groupe Afina a été fondé en 1990 en Espagne. Il se revendique comme leader des secteurs des systèmes d'information, d'infrastructure et de sécurité en Amérique latine et en Europe du sud. Le groupe est présent en Espagne, son pays d'origine, en France, Portugal, Mexique, Etats-Unis, Colombie, Venezuela, Chili, Argentine, Costa Rica, Maroc et au Caraïbes. Afina emploie 220 personnes dans le monde.

⁴ HAJJAJ Redouane, Informatique : Afina s'implante au Maroc, L'économiste, 6 Décembre 2007, p. 11.

⁵ YACHIR Fayçal, La méditerranée dans la révolution technologique, éditions l'Harmattan, Paris, 1992, p. 93.

⁶ LECHAT Noël et DELAUNAY Jean Claude, Les centres d'appels : un secteur, clair-obscur, éditions l'Harmattan, Paris, 2003, pp. 405-406.

A. Concept et apparition des Centres d'Appels au Maroc

Le concept du centre d'appels existe au Maroc depuis plusieurs années dans certains secteurs d'activité très ciblés, notamment les renseignements téléphoniques, les services d'urgence et de sûreté.

Le centre d'appel peut être défini comme bureau où un groupe de personnes spécifiquement formées sont chargées du service client ou des services téléphoniques, est également peut être défini comme un ensemble de moyens, humains, immobiliers et techniques, qui permet de prendre en charge la relation à distance entre une marque et son marché. Il est le plus souvent concrétisé par un ou plusieurs espaces de bureaux où sont distribués des appels téléphoniques, mais aussi des courriels, des courriers, etc.¹.

Les centres d'appels ayant pour mission l'assistance des utilisateurs :

- D'un service après-vente ;
- D'une télévente ;
- D'un support technique (dans ce cas il porte le nom de centre de support ou help desk ou hot line)².

Ceux qui travaillent dans un centre d'appel³ peuvent faire des appels (pour essayer de vendre un produit ou un service, effectuer un sondage, etc.) ou les recevoir (pour répondre aux doutes et aux questions des clients, s'occuper des commandes, enregistrer les plaintes/réclamations). Dans certains cas, les centres d'appels sont spécialisés dans l'une des deux tâches (faire ou recevoir des appels), tandis que dans d'autres, ils remplissent les deux fonctions.

Evidemment, d'un centre d'appels à l'autre de multiples dénominations sont employées pour définir les différents types de postes existants : superviseur responsable de plateau ou de site, responsable de la planification, statisticien, pour la partie encadrement, et puis téléacteur, télévendeur, téléconseiller, télé-enquêteur, téléprospecteur, chargé de projet ou téléopérateur, pour l'équipes en contact direct avec les clients⁴.

Les centres d'appels⁵ deviennent un canal de communication incontournable dans la mise en place d'une stratégie de gestion de la relation client.

¹ La définition de centre d'appel publié sur le site officiel de l'encyclopédie Wikipédia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Centre_d'appel.

² Publications de REMALD, Guide juridique de l'Offshoring, série guide et gestion n° 27, 2010, p. 292.

³ Il est important de souligner que le centre d'appels peut être exploité par la société elle-même ou être sous-traité à une entreprise extérieure. Il y a des entreprises qui se consacrent à la création de centres d'appels (avec l'infrastructure nécessaire et du personnel qualifié) et qui commercialisent cette prestation.

⁴ CAIAZZO Bernard, les centres d'appels, les nouveaux outils de la relation client, éditions Dunod, Paris 2000, p. 42.

⁵ Le centre d'appel, cependant, est destiné uniquement à faciliter la communication. Les opérateurs sont formés pour résoudre les problèmes tous seuls et ne passent les appels à un cadre que dans des cas exceptionnels.

Il ne s'agit pas de simples plateaux téléphoniques, installés dans des locaux ergonomiques, mais plutôt de cellules stratégiques incontournables pour approfondir et rationaliser la relation avec la clientèle.

La libéralisation des télécommunications au Maroc entamée depuis 1998, a dynamisé le marché des centres d'appels. De nouveaux opérateurs se sont installés et de nouveaux services sont offerts. Parallèlement, une infrastructure des télécommunications basée sur les technologies modernes a été mise en place, ce qui a fait du Maroc une destination privilégiée des entreprises étrangères, notamment francophones, pour y installer leurs centres d'appels.

Par ailleurs, le premier centre d'appel marocain a été créé en 1999. Mais, le développement des centres d'appels a réellement commencé en 2000, avec notamment la création de centres d'appels offshore ou délocalisés¹.

L'activité des centres d'appels au Maroc est en développement dans un contexte d'ouverture économique croissante, marqué en particulier par la renégociation de l'accord de libre-échange entre le Maroc et l'Union Européenne.

La concurrence s'est intensifiée sur le marché intérieur. Les grandes entreprises commencent à adopter les formes mondiales de la compétition : veiller à la maîtrise de leur part de marché en innovant, en procédant à un suivi de proximité de leur clientèle pour la fidéliser et en comprimant les coûts par le biais de l'externalisation de certaines fonctions et du recentrage sur leur métier de base.

B. Prolifération des Centres d'Appels au Maroc : états des lieux

Le secteur des centres d'appels au Maroc proliféré d'une manière douce au début d'implantation de ces genres des services et spécialement entre 1999 et 2000, puisque seulement 8 centres d'appels se sont installés au Maroc mais depuis 2000, le Maroc est devenu en quelques années le leader des activités d'Offshoring des centres d'appels francophones en Afrique², et ainsi d'autres langues (espagnole ,anglaise, italienne, allemande et néerlandaise), agissant pour le compte de sociétés internationales dans cette branche de services : Transcom (suédois, numéro deux mondialement), Phone Assistance, CBI, CRM value, Outsourcia, Accolade, Sitel, Primarius et le centre(SICCAM) a eu lieu en Mai 2000 à Casablanca et témoigne de la vitalité de ce secteur dans le Royaume³. Les centres d'appels (IBERIA) fleurissent à Tanger car on trouve une main d'œuvre qualifiée (maîtrise de la langue) et beaucoup moins chère qu'en Europe et d'autres⁴. En fait,

¹EL KHILI Lhoucine et ZOUHAYR Abdellatif, Les centres d'appels : un nouveau secteur en pleine développement au Maroc, Quelle opportunité pour Maroc Telecom, Mémoire pour l'obtention du diplôme du cycle supérieur de gestion, institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises, Rabat, 2004, p. 16.

² News ANIMA, Juin 2005 bulletin n° 10, France, p. 3.

³ Rapport de Banque Mondiale, Promouvoir la croissance et l'emploi par la diversification productive et la compétitivité, Mémoire économique pays, Groupe de Développement économique et social, Moyen-Orient et Afrique du Nord Volume I, le 14 Mars 2006, p. 36.

⁴ ABOUYOUB Hassan Conférence de lancement du pôle lyonnais de Maroc Entrepreneurs le sur le thème, L'investissement au Maroc : Barrières et opportunités, Lyon le 14 Février 2003.

plusieurs sociétés françaises ont décidé de fermer leurs centres d'appels en Europe pour s'établir au Maroc. Les centres d'appels ont ciblé un marché en pleine expansion portant sur la fourniture d'informations interactives et de services commerciaux pour des sociétés des télécommunications françaises (la première a été Webhelp à Paris). Sans subventions de l'Etat, hormis l'exonération de la TVA pour l'exportation des services, les centres d'appels se sont multipliés à travers tout le Maroc. Leur nombre est passé de 3 en 2001 à 50 en 2004 avec un chiffre d'affaires annuel estimé à 85 millions Dollars. Ils auraient permis la création de 60 entreprises du secteur formel employant 7500 personnes, en majorité des femmes travaillant comme opératrices. Leurs bénéfices annuels nets dépasseraient aujourd'hui 100 millions dollars. Le Maroc peut tirer profit de l'expansion rapide de ce marché à travers le monde, malgré une forte concurrence en provenance de l'Inde, des Philippines, du Mexique, de la Tunisie et du Sénégal, et peut renforcer sa position de plaque tournante pour les prestations en télécoms pour le restant de l'Afrique. Mais le Maroc doit faire face, malgré son succès rapide dans ce secteur, à des externalités d'information¹.

A la fin de l'année 2004 une soixantaine de centres d'appels se sont installés au Maroc et cette activité a permis la création de 7000 emplois et la réalisation d'un chiffre d'affaires de 900 millions de dirhams grâce à :

- L'implication du gouvernement marocain ;
- La qualité des acteurs dans ce secteur d'activité ;
- Une proximité géographique et culturelle par rapport à l'Europe ;
- Une main d'œuvre jeune, qualifiée, disponible à faible coût et en quantité, prête à s'investir dans ce secteur d'activité ;
- Un modèle social souple qui permet une certaine flexibilité au niveau des horaires de travail ;
- La maturité de l'activité des centres d'appel ;
- Un secteur des télécommunications bien développé ;
- La présence sur le sol marocain de nombreuses filiales des sociétés étrangères pouvant potentiellement agir en tant que donneurs d'ordres².

L'activité des centres d'appels a connu ces dernières années une hyper croissance faisant passer le marché de 3 acteurs à plus de 50 pour un chiffre d'affaire de 85 millions d'euros à la fin de l'année 2004, et offrant ainsi près de 6500 emplois.³ Et dans la même

¹Ministère des Affaires Economiques et Générales, Bilan & plan d'action 2005-2007, Département de la poste et des Télécommunications et des technologies de l'information, p. 5.

² LAYACHI Khadija, Les investissements directs étrangers dans le secteur des télécommunications au Maroc, mémoire de DESA, Rabat, Souissi, 2006, p. 39.

³ JAFFRIN Stéphane, Les investissements directs étrangers dans la région MEDA, ANIMA, notes & Etudes, n° 15 Janvier 2005, p. 40.

année, 11 nouveaux centres d'appels étaient en cours d'installation, générant plus de 1500 emplois¹. Ces centres emploient environ 5500 personnes et réalisent un chiffre d'affaires de l'ordre de 90 millions d'euros. Leurs localisations fin 2003 étaient Casablanca (75% des centres, 68% des positions), Rabat (22% des centres, 20% des positions) et Tanger (3% des centres, 12% des positions). Le canal de communication majeur de l'activité est la téléphonie (95%)².

Le nombre des Centres d'appels installés au Maroc a atteint 180 Centres en 2006 en assurant un chiffre d'affaires de 350 Millions d'euros³. Ces chiffres expliquent l'impact très positif ressenti au niveau de l'emploi (25000 postes en 2006), malgré que l'essentiel de l'activité des centres d'appels soit essentiellement orienté vers la France et l'Espagne. Pour continuer à se développer, ce segment d'activité doit privilégier les actions de formation, notamment linguistique orientées vers les métiers, pour les téléopérateurs ou les superviseurs ; Poursuivre la mise en place des infrastructures adéquates ; Assurer une montée dans la valeur ajoutée des services rendus et passer désormais d'une activité de simple détournement du traitement des appels à une stratégie de BPO (Business Process Outsourcing)⁴.

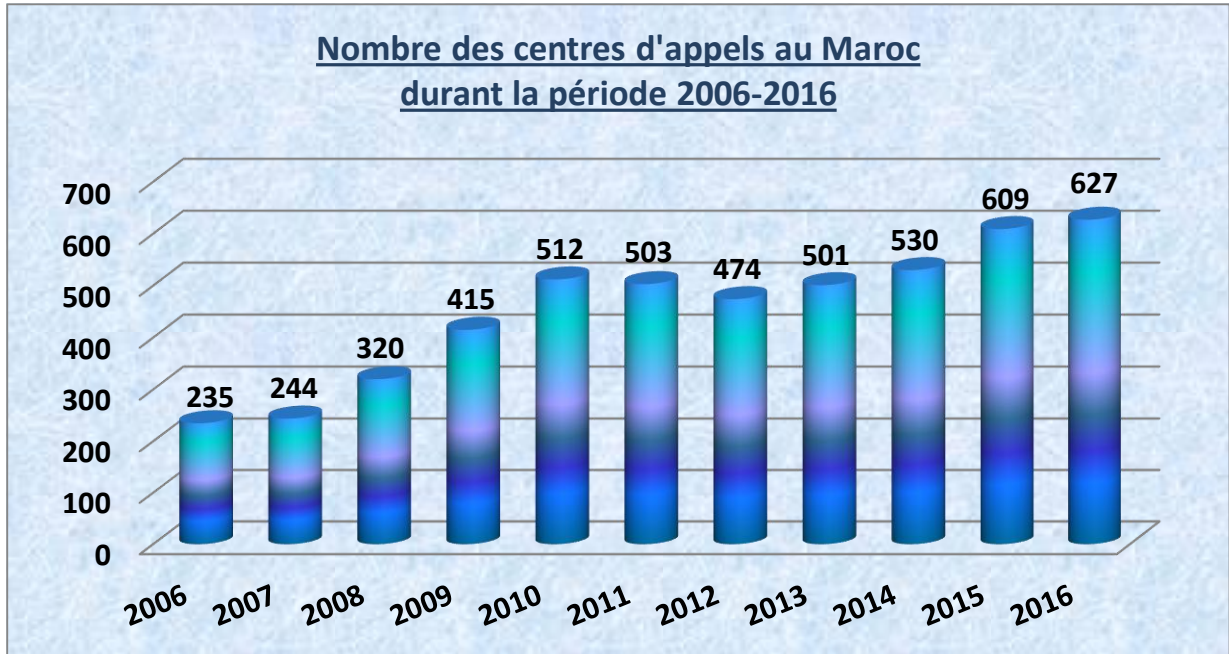
Portée par une forte croissance, l'activité des centres d'appels constitue désormais un secteur clé pour l'économie nationale, notamment en termes de créations d'emplois. Le nombre des centres d'appels déclarés au 31 Décembre 2016 est de 627. (Voir les graphiques ci-après) :

¹BOUDAN Jaouad, La stratégie marocaine d'attractivité des IDE : le cas des télécommunications, op.cit, p. 142.

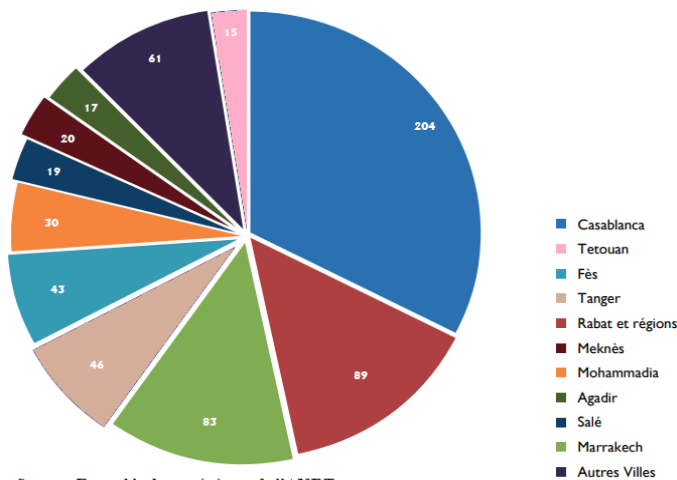
²JAFFRIN Stéphane, Les investissements directs étrangers dans la région MEDA, op.cit, p. 40.

³Ministère des Affaires Economiques et Générales, Département de la Poste, des Télécommunications et des Technologies de l'Information, Stratégie e-Maroc 2010 Réalisations, Orientations & Plans d'action, op.cit, p. 87.

⁴GUEDIRA Yasmina, Attractivité des investissements directs étrangers au Maroc : cas du secteur des télécommunications, mémoire de DESA, Rabat, Agdal, 2004, p. 56.



Répartition des centres d'appels par ville

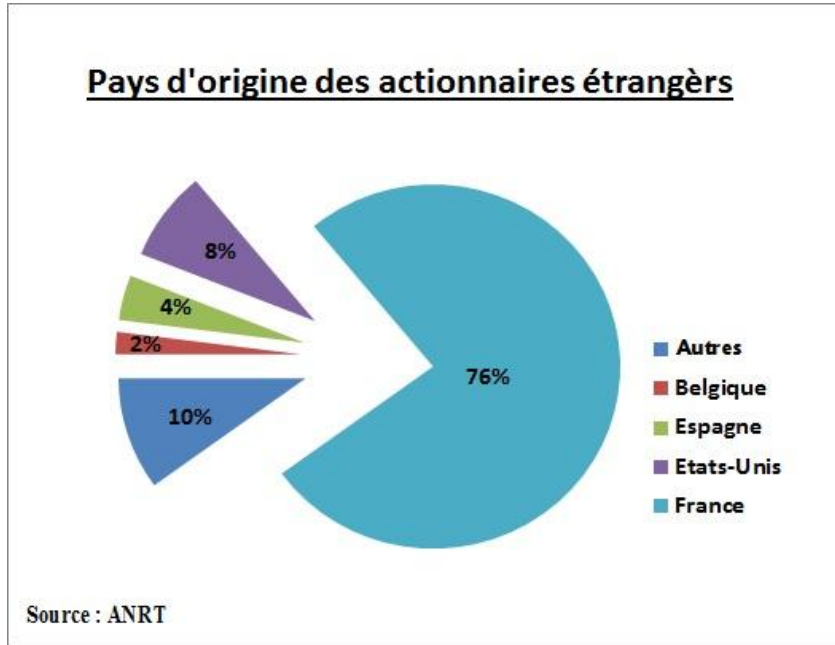


Source : Ensemble des statistiques de l'ANRT

Le Maroc possède deux des trois plus grands centres d'appel délocalisés en Afrique : Phone Assistance à Casablanca et Webhelp¹ à Rabat. Ce dernier propose ses services téléphoniques à douze clients français (Tiscali, Cdiscount.fr, Yves Rocher, FEDEX...).² Sont aussi présents l'américain Dell qui a créé son propre centre, Arvato Services, B2S, Cegetel /SFR, Bouygues Telecom, AOL, Atento... (Voir le graphique ci-après) :

¹Webhelp est un opérateur international de centres de contacts, spécialisé dans la gestion externalisée de la relation client avec une offre multicanal, multiservice et multilingue.

² BOUDAN Jaouad, La stratégie marocaine d'attractivité des IDE : le cas des télécommunications, op.cit, p. 142.



Les professionnels du secteur ainsi que les autorités marocaines anticipent un développement rapide de l'activité (10000 à 20000 emplois en 2007), compte tenu notamment de l'important potentiel d'Offshoring en provenance des pays européens (France, Espagne, Belgique, Suisse)¹.

Les centres d'appels marocains travaillent essentiellement pour des clients européens mais opèrent également pour de grandes entreprises marocaines, dont la demande augmente vite. Citons, parmi les principaux utilisateurs locaux, Maroc Télécom, l'Office National des Aéroports, la poste, ainsi que les filiales marocaines de firmes étrangères comme Lesieur ou Danone².

En contrepartie, il existe un nombre considérable de centres d'informations téléphoniques pour les administrations marocaines. Une liste en est dressée sur le site web : www.servicepublic.ma.

Alors que certains de ces centres d'appels sont parfaitement fonctionnels (ex : Centre d'appel de l'Agence Nationale de la Conservation Foncière, du Cadastre et de la Cartographie, Centre d'appel de l'Administration des Douanes et Impôts Indirects, d'autres ne répondent pas (Centre d'appel du Ministère du Tourisme, Centre d'appel du Haut-Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte contre la Désertification, ou leurs numéros ne sont simplement pas attribués (Service d'information « Mokawalati », Centre d'appel « kounouz biladi » de l'Office National Marocain du Tourisme³. Par ailleurs, presque aucun de ces centres d'appels n'est disponible après 15 heures. Exemple parlant,

¹Ibid, p. 143.

² Rapport – Conseil d'administration de l'ANRT, Rabat, Juillet 2007.

³ CANAVAGGIO Perrine et BALAFREJ Alexandra, Vers un droit d'accès à l'information publique au Maroc, Etude comparative avec les normes et les meilleures pratiques dans le monde, UNESCO, Rabat, 2011, pp. 26-127.

le numéro des procédures administratives communiqué par le Ministère de la fonction publique et de la modernisation de l'administration ne répond que épisodiquement¹.

Par conséquent, Le développement de cette activité au Maroc s'explique par les coûts d'exploitation moins élevés puisque les téléopérateurs sont plus disponibles et moins chers qu'en Europe. De plus le taux de turn-over du secteur reste très faible, environ 5% contrairement à ce qui se passe en Europe, où il peut atteindre des niveaux très élevés, autour de 40%².

Conclusion :

En guise de conclusion, le développement des systèmes d'information apparaît comme un challenge pour le Maroc en dépit de ses efforts pour moderniser l'administration et rendre le contenu numérique plus accessible, plus facile à utiliser et plus exploitable, l'économie numérique demeure en retard au Maroc. En effet, sur 138 pays Le Royaume n'est classé qu'à la 78^{ème} position au Network Readiness Index 2017.

Il convient de signaler que le développement des systèmes d'information à effectuer dans l'avenir, peuvent entrainer le Maroc dans un véritable cycle de croissance. A cet effet, pour ce, le Maroc doit maîtriser les technologies et s'inscrire résolument dans l'économie du savoir, ce qui ouvrira pour le Royaume des nouveaux horizons pour adhérer au monde de l'information.

¹ Idem.

² Rapport annuel de l'ANRT au titre de l'année 2004, op.cit, p. 20.

Références bibliographiques

1. ABOUYOUB Hassan Conférence de lancement du pôle lyonnais de Maroc Entrepreneurs le sur le thème, L'investissement au Maroc : Barrières et opportunités, Lyon le 14 Février 2003.
2. CAIAZZO Bernard, les centres d'appels, les nouveaux outils de la relation client, éditions Dunod, Paris 2000.
3. CANAVAGGIO Perrine et BALAFREJ Alexandra, Vers un droit d'accès à l'information publique au Maroc, Etude comparative avec les normes et les meilleures pratiques dans le monde, UNISCO, Rabat, 2011.
4. BENABDELHADI Abdelhay & CHEMAO Mariam, Décentralisation et déconcentration : les règles de la bonne gouvernance : cas du ministère de l'équipement et du transport, REMALD, 1^{ère} éditions, Rabat.
5. BESSAMRA Sonia et Bénédict SAINT-LAURENT, Investir dans la région MEDA, pourquoi, comment ? Ouvrage collectif, note et études ANIMA n°22, Avril 2007
6. BOUDAN Jaouad, « La stratégie marocaine d'attractivité des investissements directs étrangers : Le cas des télécommunications », mémoire de DESA en droit international et relations internationales, Université Sidi Mohamed ben Abdellah, FSJES, Dhar Elmahraz, Fès, 2008-2009.
7. BOYER Luc – EQUILBEY Noel, Organisation, Théorie et application, édition d'organisation, Paris, 2003.
8. CHANNAM ZAIM Ouaffa, Le Marketing au Maroc, concepts et réalités, éditions AL Madariss, Casablanca, 2002.
9. CHANTEPIE Philippe et LE DIBERDER Alain, Révolution numériques et industries culturelles, éditions la Découverte, Paris, 2010.
10. EL KHILI Lhoucine et ZOUHAYR Abdellatif, Les centres d'appels : un nouveau secteur en pleine développement au Maroc, Quelle opportunité pour Maroc Telecom, Mémoire pour l'obtention du diplôme du cycle supérieur de gestion, institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises, Rabat, 2000
11. GUEDIRA Yasmina, Attractivité des investissements directs étrangers au Maroc : cas du secteur des télécommunications, mémoire de DESA, Rabat, Agdal, 2004.
12. JAFFRIN Stéphane, Les investissements directs étrangers dans la région MEDA, ANIMA, notes & Etudes, n° 15 Janvier 2005.
13. HAJJAJ Redouane, Informatique : Afina s'implante au Maroc, L'économiste, 6 Décembre 2007.
14. LAYACHI Khadija, Les investissements directs étrangers dans le secteur des télécommunications au Maroc, mémoire de DESA, Rabat, Souissi, 2006.
15. LECHAT Noël et DELAUNAY Jean Claude, Les centres d'appels : un secteur, clair-obscur, éditions l'Harmattan, Paris, 2003.
16. LAHJOMRI Hicham, Internet au Maroc : Bilan & Perspectives, Séminaire INET « L'avenir de l'Internet : vers une nouvelle ère ? », Rabat, le Mardi 10 Mai 2011.
17. Lettre circulaire émanant de Ministre de l'Intérieur n° 55 en date du 16 Décembre 2014.
18. Lettre circulaire émanant de Ministre de l'Intérieur n° 32 en date du 4 Juillet 2011.

19. Lettre Royale au Premier Ministre relative à la Gestion Déconcentrée de l'Investissement, publiée dans le bulletin officiel n° 4970 du 4 Kaada 1422 (17 Janvier 2002).
20. Ministère des Affaires Economiques et Générales, Département de la Poste, des Télécommunications et des Technologies de l'Information, Stratégie e-Maroc 2010 Réalisations, Orientations & Plans d'action.
21. Ministère de l'Equipement et du Transport, La logistique du commerce et la compétitivité du Maroc, impression Okad, Rabat, 2006.
22. Ministère de l'industrie et du commerce et des nouvelles technologies, Maroc Numeric 2013, Stratégie Nationale pour la Société de l'Information et de l'Economie numérique, Rabat.
23. Ministère de l'Intérieur, Guide SI-INVEST, DCAE et DCIC, Rabat, 2014.
24. GHARBI Karim, Etude d'un projet de réseau EDI communautaire au Maroc pour la simplification des formalités de la logistique du commerce extérieur, rapport d'étude, N° version : 1.1, Banque Mondiale, 5 Mars 2005.
25. News ANIMA, Juin 2005 bulletin n° 10, France.
26. Rapport annuel de l'ANRT au titre de l'année 2004, Rabat, 2013.
27. Rapport annuel d'activité de l'ANRT au titre de l'année 2012, Rabat, 2013.
28. Rapport annuel d'activité de l'ANRT, au titre de l'année 2013. Rabat, 2014.
29. Rapport annuel d'activité de l'ANRT, au titre de l'année 2016, Rabat, 2017.
30. Rapport – Conseil d'administration de l'ANRT, Rabat, Juillet 2007.
31. Rapport de Banque Mondiale, Promouvoir la croissance et l'emploi par la diversification productive et la compétitivité, Mémoire économique pays, Groupe de Développement économique et social, Moyen-Orient et Afrique du Nord Volume I, le 14 Mars 2006.
32. REMALD, Guide juridique de l'Offshoring, série guide et gestion n° 27, 2010.
33. Revue d'information BMCE, Août-Septembre, 2000.
34. YACHIR Fayçal, La méditerranée dans la révolution technologique, éditions l'Harmattan, Paris, 1992.

Webographie :

35. <http://www.lesoir-echos.com/economie/programme-genie-premier-bilan-de-lastrategie-2009-2013/10161/>.
36. <http://www.anrt.ma/missions/service-universel/genie>.
37. <http://www.lavieeco.com/news/economie/maroc-numeric-2013-les-4-editions-du-programme-injaz-ont-profite-a-86-000-etudiants-26915.html>.
38. <http://www.anrt.ma/sites/default/files/CP-Resultats-enquete-annuelle-usage-TIC-2012-fr.pdf>.
39. http://www.lopinion.ma/def.asp?codelangue=23&id_info=32591

في جدلية العلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة

In The Dialectic Relationship Between The Media and Authority

د. شاهر إسماعيل الشاهر، بروفييسور في مدرسة الدراسات الدولية - جامعة صن يات
سين - الصين

ملخص:

هناك خلط كبير بين مفهومي السلطة والدولة في وسائل الاعلام، فالسلطة لا تعني الدولة بالضرورة، كما أن الدولة ما كانت أبداً تلك الفكرة التي تفسرها بعض النظريات ضيقة الأفق والتي سعت إلى تبني أفكار غير منهجية في محاولة منها لإرضاء الحاكم. فالعلاقة بين النظامين السياسي والإعلامي علاقة تأثير متبادل، لكن حجم التأثير يختلف بين الطرفين وفقاً لطبيعة العلاقة بينهما، وشكل النظام السياسي القائم. لذا فمن الخطأ أن نتخذ مواقف كثيرة بناءً على متابعتنا لوسائل الاعلام، ونتناسى أن إعلام ما بعد الحداثة يصنع الحدث ولا ينقله فقط، فليس كل ما هو مكتوب حقيقة، وليست كل حقيقة تكتب.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاعلام - السلطة - العلاقة - جدلية.

Summary:

There is great confusion between the concepts of authority and state in the media. The authority does not necessarily mean the state, The state has never been that idea, which is interpreted by some narrow-minded theories that aimed to adopt non-systematic ideas in an attempt to appease the ruler. The relationship between the political and media systems has a mutual influence, but the extent of the influence varies between the two parties according to the nature of their relationship and the form of the existing political system. So it is wrong to take many attitudes based on our follow-up to the media, and forget that the post-modern media makes the event and not only transfers it , Not everything that is written is true, and not every truth is written

key words: Media- Authority- Relationship- Dialectic.

مقدمة:

الدولة من أهم المنظمات السياسية الموجودة في المجتمع، ولا يمكن مقارنة أهميتها وسيادتها بأهمية وسيادة أية منظمة أخرى، وذلك نظراً لسلطانها العليا التي تمارسها مع الأفراد والمنظمات، ونظراً للوظائف المهمة التي تقدمها لأبناء المجتمع.

مر الاهتمام بدراسة الدولة بمراحل عدة، منها ما اهتم بتفسير نشأتها، من خلال تحليل علاقتها بالمجتمع، مثل المدرسة الماركسية الجديدة، التي ترى أن الدولة تتشكل نتيجة الصراع بين الطبقات، ومنها ما سعى لتحليل تراجع دورها لصالح فاعلين آخرين من غير الدولة. ولكن إمعان النظر في هذه المراحل يؤكد استمرار كون الدولة محور الاهتمام.

لقد اتضح أن الدولة ليست بالصورة التي تحدث عنها أنجلز، حين رآها "القوة المفروضة على المجتمع"، وليست كياناً مبسطاً، يتألف من شعب وإقليم وسيادة، حيث اتضح أن الدولة هيكل أكثر عمقاً وتداخلاً مع المجتمع، فهي ليست هياكل فقط، وإنما جماعات ومصالح وقوى. وربما هذا ما يعطي أهمية لمفهوم الدولة العميقة، الذي كثر تداوله هذه الأيام من قبل المتابعين للتطورات في دول "الربيع العربي"، في استدعاء لفكرة الدولة التركية. حيث تطرح هذه المرحلة فكرة السلطة اللامركزية في مواجهة السلطة المركزية، والدولة غير الموحدة في مواجهة الدولة الموحدة، والدولة المنهارة في مواجهة الدولة المتماسكة، والدولة الكينزية في مواجهة دولة الرفاه، والمجتمع الذي يقود العلاقة مع الدولة في مواجهة الدولة التي تقود العلاقة مع المجتمع.

ولا تتضح الدولة بدون إعلام يعي ماله وما عليه، ولا يتأتى ذلك إلا بمرجعية سياسية تؤمن بالعمل الإعلامي كقرين أساسي لعمل الدولة، بل هو وجهها وأيقونتها في زحمة التنافس والمغريات¹. والسياسة الإعلامية الحديثة تقوم على أساس الصدق في المعلومة، والتواصل المستمر والمنظم مع الناس، والحوار الذي يسمح بالاختلاف، والسماح للأراء المختلفة والمخالفة التعبير عن نفسها بحرية، وعدم البخل في تقديم المعلومة المفصلة لشرح وجهة نظر الحكومة. وفي ظل عصر التكنولوجيا الذي يتيح للناس الوصول إلى ما يريدونه من معلومات، لن يكتب النجاح لأي سياسة

1 - عبدالرحمن غيلان: "أهمية الإعلام للدولة"، صحيفة الثورة، اليمن، تاريخ 14 يوليو 2016.

أخرى. كما أن المعلومات التي يثبت خطؤها تضعف من ثقة الناس بالحكومة فلا يعودون يصدقون أي معلومة تعطى لهم ولو كانت صادقة، وفي جميع المواضيع السياسية والاقتصادية¹.

أهمية البحث:

بعد أن أصبحت وسائل الإعلام تصنع الأحداث ولا تنقلها فقط، فإن مواقفنا التحليلية والسياسية معرضة بشكل كبير للتشوش. لذا فإننا أصبحنا نحتاج إلى أن نوجه الاسهامات الأكاديمية لخدمة السياسة العامة. فوسائل الإعلام هي الأداة التي عن طريقها يتم إيصال الرسائل السياسية للجماهير والترويج لأية مصطلحات سياسية تسعى الحكومات لجعلها ثقافة في الشارع، وبالتالي فإن السياسة لا غنى لها عن الإعلام.

فرضية البحث:

على الرغم من أن جميع الحكومات تنادي بحرية وسائل الاعلام، إلا أن وسائل الإعلام تتأثر كثيراً بسياسة الحكومات التي تتبّع لها، وهو ما يخرجها عن الوظيفة الإعلامية الأساسية التي ينبغي أن تقوم عليها، كما أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قلل تأثير الحكومات في توجيه السياسات الاعلامية.

سؤال البحث:

يحاول البحث الاجابة على السؤال التالي: ما دمنا لم نتفق على مفهوم السياسة، فمن الطبيعي جداً أن نختلف في طبيعة ممارستها. فإذا كان من حق الإعلام أن يوجه السياسة، أليس من حق السياسة أن تضبط الاعلام..؟

إشكالية البحث:

تكمن إشكالية البحث في التعرف على تأثير السلطة على عمل وسائل الإعلام المختلفة، وخاصة بعد أن أصبح الاعلام سلاحاً خطيراً يضاهي، بل قد يزيد عن الأسلحة النارية، فالحروب

1 - مروان المعشر: "السياسة الإعلامية الناجمة ضرورة لا ترف"، مركز كارنيغي للشرق الأوسط، تاريخ 16 آب 2017.

اليوم إعلامية في المقام الأول قبل أن تكون عسكرية، والسلطة تجد نفسها مسؤولة عن إدارة هذه الحروب.

أولاً: الخلط بين مفهومي السلطة والدولة في وسائل الإعلام

رغم الاهتمامات المشتركة التي يوليها علماء العلوم الاجتماعية بمختلف تخصصاتهم بموضوع الدولة، إلا أن تعريفاتهم للدولة اختلفت وتعددت تبعاً لطبيعة تلك الاهتمامات، لذلك فقد طرح علماء القانون، والاجتماع، والسياسة، والتاريخ، والفلسفة، والاقتصاد وغيرهم، الكثير من التعريفات للدولة، سنشير إلى بعضها، إلا أنه من الجدير بالذكر أن هناك تداخل كبير بين مفهوم الدولة وعدة مفاهيم أخرى، مثل المجتمع، والسلطة، والقوة، والنفوذ، والسيادة، وغيرها من المفاهيم التي تحتاج عند تفسيرها إلى توضيح معانيها بشكل يبين الفروقات الجوهرية التي تميز كل منها، وقد أدى هذا الارتباط في تفسير هذه المفاهيم بتفسير مفهوم الدولة، إلى صعوبة وضع تعريف محدد لها، ومن هذه التعريفات:

1 - تعريف (ديجي): الدولة عبارة عن مجموعة من الناس الاجتماعيين بينهم: طبقة حاكمة وأخرى محكومة.

2. تعريف (جارنر): الدولة كمفهوم في علم السياسة والقانون العام هي: مجموعة من الناس يزيدون أو يقلون عدداً و يشغلون بصفة دائمة قطعة محددة من الأرض ويكونوا مستقلين تماماً أو تقريباً من السيطرة الخارجية، ولهم حكومة منظمة تدين لها هبة المواطنين بالطاعة المعتادة.

3 — تعريف (ماكيفر): الدولة تنظيم أعم وأشمل من الحكومة ولها دستورها وقوانينها وطريقتها في تكوين الحكومة وهبة مواطنيها وليست مرادفة للحكومة¹.

4 - تعريف (ماكس فيبر): الدولة تنظيم عقلي يوفر القيادة الرشيدة التي تسعى إلى استخدام القهر لتحقيق أغراضها، كما يعرفها بأنها: مشروع سياسي ذو طابع مؤسساتي تطالب قيادته الإدارية بالنجاح وفي تطبيقها للأنظمة باحتكار الإكراه أو القهر البدني المشروع ذو الصفة الشرعية.

1 - عبد الله محمد عبد الرحمن: علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 1999، ص 295.

5 — التعريف الذي يوجد شبه اتفاق عليه بين علماء العلوم الاجتماعية والدارسين لموضوع الدولة فهو أن الدولة هي: مجموعة من الأفراد يقيمون بصفة دائمة في إقليم معين و تسيطر عليهم هيئة منظمة استقر الناس على تسميتها الحكومة.

وربما نجد ثمة خلط بين مفهومي السلطة والدولة في التداول بين رجال الإعلام والسياسة وبعض المفكرين، على الرغم من أن الإدراك المعرفي يفترض وضع مساحة لتحديد معايير السلطة، ومعايير الدولة، باعتبار أن العلاقة بين السلطة والدولة علاقة تركيبية، فالسلطات الحاكمة قد اتخذت أشكالاً عدة عبر حركة التاريخ، وتبنت قيماً ومفاهيماً قد تعتبر متناقضة، لكنها في الأغلب لم تتبنى فهماً لموقعها في مساحة الزمن، ومن هنا كانت السلطات الحاكمة تتبدل، أو تعيش مراحل تغير، بعضها يطول، والآخر يقصر، وكما أنه لا يمكن أن يتم تفسير الدولة بالسلطة، فالسلطة لا تعني الدولة بالضرورة، كما أن الدولة ما كانت أبداً تلك الفكرة المتهافئة التي تفسرها بعض النظريات ضيقة الأفق والتي سعت إلى تبني أفكار غير منهجية في محاولة منها لإرضاء الحاكم، ففسرت الدولة باعتبارها (مساحة من الأرض تسكنها مجموعة بشرية وهذه الأخيرة يقودها حاكم)، فهذا التفسير من التهافت بحيث أنه لا يمكن أن ينطبق على أدنى معايير الدولة. وإذا كان الأمر كذلك فكل عائلة أو عشيرة يمكن أن تصبح دولة. وهذا التفسير هو في الحقيقة يجافي ما اتفق عليه المؤرخون وعلماء السياسة والاجتماع في تفسير مفهوم الدولة.

ثانياً: وسائل الإعلام كمصدر من مصادر السلطة

العلاقة بين النظامين السياسي والإعلامي، علاقة تأثير متبادل، لكن حجم التأثير يختلف بين الطرفين وفقاً لطبيعة العلاقة بينهما، ووفق شكل النظام السياسي ودرجة الديمقراطية التي يتمتع بها، ودرجة الحرية السياسية المتاحة للإعلام في معالجة القضايا السياسية والاجتماعية، ودرجة استجابة النظام السياسي لملاحظات وسائل الإعلام وآرائها تجاه القضايا، وتجاه الأداء الحكومي لتلك القضايا، حيث تعد وسائل الإعلام قنوات اتصالية فعالة بين النخب السياسية الحاكمة والرأي

العام، انطلاقاً من تصورات النخب الحاكمة لمجريات الأحداث وعكسها للرأي العام من خلال وسائل الإعلام، كما تعكس اتجاه الرأي العام بشأن معالجة النظام السياسي للقضايا المختلفة¹.

فالأفراد الأكثر وعياً بالسياسة يتلقون معظم الرسائل وهم على وعي بها وأكثر قدرة على انتقادها وممارسة العملية الانتقائية، لأنهم يقيمون هذه الرسائل في ضوء خلفياتهم الأيديولوجية، ولكن في المقابل فإنهم يكونون في حالات أخرى أكثر قابلية للتأثير. أما الأفراد الأقل وعياً بالسياسة فهم أقل اهتماماً بها، وبالتالي فهم يتلقون قدرًا محدوداً من الرسائل، ويحكمون عليها من خلال خلفياتهم السابقة، لأنهم يفتقرون إلى المعلومات ذات السياقات السياسية الآتية، فينخفض بالتالي معدل التأثير بوسائل الإعلام.

وهنا سوف نستعرض الأمور التي تشكل مصادر السلطة الفردية والاجتماعية، وهي²:

1- **العلم:** في المجتمع المتعلم لا يمكن لأي قائد أن يصل إلى السلطة أو يقوم بتطبيقها ما لم يكن يتحلّى بالعلم الصحيح والمناسب.

2- **التنظيم:** التنظيم بحد ذاته سلطة، وما تشكل الأحزاب السياسية في الأنظمة الديمقراطية إلا لتحقيق هذا الهدف.

3- **المكانة:** تعد المكانة منبع القدرة. فالمكانة الاقتصادية تساعد صاحبها على التغلب على معارضيها. كما أن المكانة الاجتماعية تساعد الآخرين من أجل كسب السلطة والنفوذ. كذلك فإن المكانة الدينية تعد أحد مصادر السلطة والنفوذ.

4- **الاقتدار:** الاقتدار هي السلطة المشروعة. أي الوصول إلى المكانة السياسية أو الحقوقية وفقاً للقانون وبشكل مشروع، يزيد من سلطة الفرد و نفوذه.

1 - عبد الله بن علي العليان: "الإعلام والسلطة بين التفاهم والاختلاف"، تاريخ 2015/12/20، على الرابط:

<https://webcache.googleusercontent.com>

2 - شاهر إسماعيل الشاهر، الدولة: دراسة في علم الاجتماع السياسي، ط1، عمان: دار الاصدار ، 2018، ص148-149.

5- المهارة: تزيد هذه الخصلة من سلطة الفرد. حيث أن الشخص الذي يتمتع بالمهارة والتخصص في مجال من المجالات، يمكنه التفوق على الآخرين الذي لا يمتلكون المهارة في هذه المجالات.

6- الإيمان: للحفاظ على الاقتدار أو تطبيق السلطة، لا يكفي الاعتماد على القوة وحدها. لذلك فينبغي للحكومة أو القائد التحلي بالإيمان من أجل ديمومة سلطته.

7- وسائل الإعلام : فوسائل الإعلام هي أحد المصادر الهامة للسلطة. حيث يمكن لرؤساء التحرير في المطبوعات المختلفة أن يمارسوا تأثيراً كبيراً على المجتمع. كما أن للراديو والتلفزيون تأثيراً كبيراً على الأفكار العامة. لذلك تعد وسائل الإعلام مصدراً هاماً في خدمة الحكام.

ثالثاً: وسائل الإعلام في النظم الديمقراطية الغربية

ترتكز النظم الديمقراطية الغربية على عدد من المبادئ، وهي:¹

1- احترام مبدأ الفصل بين السلطات:

ويعد أحد أهم المبادئ التي ترتكز عليها النظم الديمقراطية الغربية أو هو مبدأ رئيسي للديمقراطية في جوهرها تماماً على نحو يماثل في ذات الأهمية مبدأ سيادة الأمة أو الشعب.

ويرجع هذا المبدأ إلى المفكر الفرنسي مونتسكيو والمتمثل في الفصل بين السلطات الثلاث: التشريعية، والتنفيذية والقضائية. والذي كان تأثيره على النظام الديمقراطي للثورة الفرنسية كبيراً مثلما كان تأثير المفكر الفرنسي الكبير جان جاك روسو في كتابه العقد الاجتماعي الذي أبرز فيه نظرية أو مبدأ سيادة الأمة. ويدعو هذا المبدأ إلى²:

- حماية الحريات ومنع الاستبداد.
- ضمان احترام مبدأ سيادة القانون.
- حسن وإتقان أداء وظائف الدولة.

1 - علي خليفة الكواري: "مفهوم الديمقراطية المعاصرة"، في: قراءات أولوية مئة خصائص الديمقراطية والمبادئ العامة المشتركة للدستور الديمقراطي في المسألة الديمقراطية في الوطن العربي، (مجموعة باحثين)، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000، ص20.

2 - شاهر إسماعيل الشاهر، الدولة: دراسة في علم الاجتماع السياسي، مرجع سابق، ص 163.

2- احترام الحقوق والحريات الفردية: تتأسس الديمقراطية الغربية على فكرة الحرية ولذلك تسمى الديمقراطية بالديمقراطية الحرة. والمقصود بهذا المبدأ هو أنه لكل فرد من أفراد الشعب حقوق وعلى قدم المساواة. والحريات الفردية منذ القرن الثامن عشر تسمى بالحريات التقليدية لكي تتميز عن تلك الحريات والحقوق الأخرى الاجتماعية والاقتصادية التي ظهرت خلال القرن العشرين. وأضاف إعلان حقوق الإنسان للثورة الفرنسية وأعطى أهم الأمثلة على الحقوق والحريات الفردية فنصت إحدى موادها الهامة على أن غاية كل نظام سياسي هو المحافظة على الحقوق الطبيعية أي الفردية للإنسان وهي: الحرية والملكية وحق الأمن وحق مقاومة الظلم. ومن الأساسيات التي ينبغي على النظام الليبرالي أن يتبعها في احترامه للحريات الفردية هو أن يسعى إلى ضمان حماية الحريات التالية لأفراد الشعب:

أ- الحريات الشخصية: وتحتوي الحق في الوجود الإنساني، حرية وحق الأمن، حرية التنقل، حرمة المسكن... الخ.

ب- الحريات الفردية: وتحتوي حرية العقيدة وممارسة الشعائر الدينية، حرية الرأي والتعبير، حرية التعليم، حرية الصحافة وغيرها من وسائل الإعلام، حرية التجمع في المحافل والتنظيمات الحرة في ظل ما يسمى بمؤسسات المجتمع المدني..

ت- الحريات الاقتصادية: أي الحق في التملك للأموال والعقار وواجب الدولة في حماية ملكه وتأمين حقه القانوني في استعمال واستغلال هذا المال والتصرف فيه فيما يحقق الصالح الخاص ومن ناحية ثانية، حق كل فرد في مباشرة كافة الأنشطة الاقتصادية الحرة والمشروعة كالتجارة ومشروعات التجارة والصناعية والزراعية .

ث- الحريات أو الحقوق السياسية: وتتجمع حول فكرة أساسية هي حق المواطنين في المشاركة في الحكم والشؤون العامة للدولة والحريات السياسية التي تتضمن حق المشاركة الشعبية في الحكم أو السلطة وتشمل أيضاً حق الانتخاب والترشح.¹

ولكي تتمكن وسائل الاتصال من القيام بوظائفها الديمقراطية، لابد من توافر أربعة شروط

أو محددات رئيسية، وهي²:

1 - محمد رفعت عبد الوهاب: الأنظمة السياسية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005، ص 193.
2 - Jurgen Habermas : Structural Transformation of The Public Sphere (Cambridge , MA: Mit Press ,1989) pp. 171-179.

1- القدرة على تمثيل الاتجاهات المختلفة داخل المجتمع: حيث إنه توجد في كل مجتمع مجموعة من الجماعات ذات الأهداف والاحتياجات والأيدولوجيات المختلفة، وحتى تستطيع وسائل الإعلام أن تمثل المجتمع في تنوعه فإنها لابد أن تتيح لكل هذه الاتجاهات فرصة الوصول إلى الجماهير، وأن تعرض أفكارها دون أية قيود من السلطة الحاكمة، وعندما يتحول استخدام وسائل الإعلام إلى نوع من الامتياز والاحتكار لبعض الأشخاص والجماعات والاتجاهات الفكرية والأيدولوجية المسيطرة تتراجع الديمقراطية، وتتقي وظائف الإعلام الديمقراطي.

2- حماية المجتمع: فيرى Habermas أن الشرط الثاني لقيام وسائل الإعلام بوظيفتها في المجتمع الديمقراطي هو أن تتوفر لها القدرة على حماية مصالح المجتمع، بأن تكون حارساً للمجتمع. حيث يتطلع الجمهور لوسائل إعلام تراقب تركيب السلطة داخل المجتمع، وتمثل مصالح المجتمع في مواجهة السلطة، وإخبار الجمهور بأية انحرافات ترتكبها السلطة.

3- توفير المعلومات للجمهور: حيث إن توفير وسائل الإعلام للمعرفة يتم لصالح الأفراد والمجتمع في الوقت نفسه، ومن خلال ذلك يتكامل دور وسائل الإعلام مع دور المؤسسات التعليمية، فلكي يزدهر المجتمع الديمقراطي فإن أعضائه يجب أن يتقاسموا المعرفة، وتقاسم المعرفة هو شكل من أشكال التعليم الذي يضمن أن تكون عملية صنع القرار صحيحة وقائمة على المعرفة، فيشير Habermas إلى ضرورة توفير المعرفة للجميع لكي يستطيعوا أن يتخذوا القرارات الصحيحة، ولكي تكون تلك القرارات في صالح المجتمع، وهذا لا يمكن تحقيقه إلا إذا حصل كل مواطن على المعلومات عما يحدث في العالم، وأصبح هناك فهم مشترك بين المواطنين لهذه الأحداث.

4- المساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية: فوسائل الإعلام تساهم عن طريق تقاسم المعرفة في تحقيق الوحدة الاجتماعية، كما تساعد المجتمع على أن يظل موحداً حيث توجد ثقافة عامة مشتركة لكل أعضاء المجتمع، ووسائل الإعلام تقوم بنشر هذه الثقافة العامة المشتركة، فكلما شعر أعضاء المجتمع بهذا المشترك الثقافي زاد توحدهم وازدادت قدرتهم على اتخاذ القرارات التي تحقق المصلحة العامة؛ فالمساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية والترابط تعد من الوظائف الرئيسية للإعلام كما حددها Lasswell (حيث يرى أن من الوظائف المهمة للاتصال تحقيق الترابط في المجتمع تجاه البيئة الأساسية وقضاياها، وتفسير ما يجري من أحداث وما يبرز من قضايا بما يساعد على توجيه

السلوك؛ حيث للاتصال دور في تشكيل الرأي العام الذي به تتمكن الحكومات في المجتمعات الديمقراطية من أداء مهامها.

رابعاً: علاقة الدولة بالثقافة والإعلام:

عادةً، ما ترتبط الدولة في الخيال العام بالخوف، في الشرق الأوسط على وجه الخصوص، فيما ترتبط الثقافة بالمعرفة، وبإضفاء العقلانية على الأشياء والظواهر.

ومن واجبات الدولة الديمقراطية الحديثة أن توفر مناخ الحرية للثقافة والمتقنين، فكل خنق لهذه الحرية ولو بمسميات تحاول أن تشرعن هذا الخنق، كمسمى الثقافة الموجهة، والأدب الموجه، والفن الموجه، والإعلام الموجه، ما هو إلا أساليب لقتل روح الإبداع الثقافي في الأمة، وبالتالي شل طاقتها في التقدم والازدهار. ومن لوازم الحرية التي يجب على الدولة الديمقراطية توفيرها هو وعي لازم من لوازم التقليد الديمقراطي، والالتزام المساوق للوعي بذلك التقليد، ألا وهو - أي ذلك اللازم للتقليد الديمقراطي - هو الفصل بين ما هي البرامج الثقافية والإعلامية للدولة، وما هي البرامج الثقافية والإعلامية للسلطة، باعتبار أن الدولة تمثل العنصر الثابت، بينما السلطة تمثل العنصر المتحول على ضوء مفهوم التداول السلمي للسلطة، ومن هنا لا يجوز للسلطة أن تؤدج الثقافة أو تسيئها طبقاً لإيديولوجيتها السياسية.¹

ولا يمكن أن تحلّ الدولة محلّ الثقافة، ولا الثقافة محلّ السلطة، وعبر التاريخ فشلت كل المحاولات إلى تحقيق ذلك. طبعاً، الدولة تسعى بقوة إلى احتواء الثقافة بكلّ الطرق المتيسرة لديها، وفعلاً تمكنت من ترويض الحصان الجامح للخطاب الثقافي، بيد أنها في المنظور الكلي لم تستطع أن تحوّل الثقافة إلى رعية من رعاياها الخاضعة لإرادتها والمشمولة بعطفها.

لكنّ هذا لا ينطبق على كلّ الثقافة، وينبغي الاعتراف بأنّ قسماً منها تحوّل إلى مجرد أداة رخيصة في يد الدولة لخداع الناس، وتميرير المشاريع المنافية لحقوق الإنسان.

¹ - ضياء الشكرجي: " بين ثقافة الدولة وثقافة السلطة"، تاريخ المقال: 2006/6/4، على الرابط: <http://www.nasmaa.com/ArticleShow.aspx?ID=155>

ولأن الإعلام انعكاس للحالة التي يعيشها المجتمع، وجب عليه أن يقوم بالوظائف التي يتوقعها منه الجمهور، وهو ما يعطي المادة المقدمة قيمة حين يلتف حولها الجمهور. من هنا كانت أهمية قيام وسائل الإعلام بتعزيز الأدوار الثقافية عبر إتاحتها للجميع ببسر وسهولة، وهو ما يطلق عليه "ديمقراطية الثقافة"، باعتبارها تمثل للعديد من الناس الوسيلة الأيسر للتثقيف وتنمية الفكر، وتهذيب النفس، كما أنها تعد الذاكرة المرئية التي يمكن استدعاؤها كل حين¹.

وينبغي أن نذكر باستمرار، أن الثقافة عين المراقبة التي لا تطرف قط، وفي المقابل فإن الدولة الممثلة في السلطة هي عين مراقبة أيضاً، الأولى تراقب أداء الدولة/السلطة، والثانية تراقب الأداء التفسيري للثقافة. بمعنى آخر، الثقافة تراقب الكيفية التي تسوس بها الدولة، ومنظومة التجاوزات المصاحبة لتلك السياسة، بيد أن هذه المراقبة ليست حيادية مطلقاً، إنما مشاكسة، متمردة، رافضة، مؤجّجة ومحرضة، وهنا تكمن خطورتها الأزلية. وفي الطرف الآخر، فإن مراقبة الدولة/السلطة تتجه إلى فهم الشيفرات التي تخاطب بها الثقافة المجتمع. لأن تلك الشيفرات، إحدى أهمّ الطرائق التي تخادع بها الثقافة الدولة، لكي تمرر خطابها الموصوف بالتحريض على مقاومة الاستبداد.

ولم تعد الثقافة محصورة في نخبة محددة، إنما ثمة ثقافة شعبية لا يمكن إهمالها أو التقليل من شأنها في حياة المجتمعات الحديثة، وهو ما أدركته حركة ما بعد الحداثة الغربية. ونظراً لذلك، فإن الدولة التي صارت تستثمر كل شيء، فإن بعض الأنشطة الثقافية صارت هي الأخرى قابلة للاستثمار، وهذا يعني ثمة منظور اقتصادي يمكن الاستفادة منه في إدارة شؤون الثقافة الحديثة.

إنّ خسارة الثقافة التي ظلت تسير معها جنباً إلى جنب، تتمثل في عدم وضع خطط لتقريب الثقافة من الواقع، وهو ما يقتضي من الدولة الحديثة أن تأخذ في الحسبان، لتحويل النشاط الثقافي إلى نشاط يجري بين الناس، وإلى الناس بصورة مباشرة. بيد أن هذا، يتطلب وعياً جديداً من الدولة بوظيفة الثقافة الجديدة، تلك الوظيفة التي نقلت الثقافة من مفهوم ضيق إلى مفهوم تنضوي تحت مظلتها جملة من النشاطات المتعددة. وبعد أن كانت السياحة نشاطاً اقتصادياً في المقام الأول، فإنها الآن نشاط مزدوج: ثقافي واقتصادي في الوقت نفسه. وهو ما يحتم أن يعاد النظر في مفهوم

1 - خالد الخاجة: "جدلية العلاقة بين الثقافة والإعلام"، صحيفة البيان، تاريخ 28 أكتوبر 2014.

الثقافة نفسه، من مجرد تدريب على استعمال المحسنات اللغوية في الكلام إلي محاولة جادة إلى الاندماج في الحركة الناسية المثيرة للدهشة والجدل على نحو مستمر. وهكذا، فإنّ الثقافة تصبح عموداً من أعمدة بناء الدولة الحديثة، إذ لا تتمكن هذه الأخيرة من إنجاز أيّ مشروع دون أن يتمتع بأرضية من الاستهلاك الثقافي على الصعيد العام¹.

إنّ تخلص الثقافة من قبضة الأيديولوجية، كفيل ببناء المؤسسة الثقافية نفسها على أسس تتمكن من خلالها إنجاز مشاريعها بفضاء واسع من الحرية، ومن ثمّ تتمتع بقسط وافر من المصادقية الاجتماعية، الضرورية لنجاح المشاريع والأفكار الثقافية الجديدة.²

خامساً: دور وسائل الإعلام في تعميق قيم المواطنة

يقوم مفهوم المواطنة على عدة مبادئ، في مقدمتها تساوى الناس في الحقوق والواجبات بغض النظر عن العرق أو الدين أو اللهجة أو النوع أو الوضع الطبقي. وبما أن الاعلام هو معالجة فكرية وحضور وتفاعل ومناقشة صريحة وجريئة لمشكلات البلاد، ومن بينها مشكلة المواطنة التي باتت في حاجة إلى حل ناجع وسريع، لمقاومة استراتيجيات ترمي إلى النيل من وحدة بلادنا، وتكاملها الوطني. فإن تعميق قيم المواطنة يتم من خلال تطبيق عدد من الاجراءات، ومنها:

- تطبيق مبدأ تكافؤ الفرص وحظر التمييز خاصة في مجال العمل والتي تمس حياة الناس جميعاً، متضمناً وسائل التقدم للعمل وتنظيم الاختبارات لشغل الوظيفة وحق المواطن في الحصول على شهادة تكشف النقاب عن اسباب عدم قبوله وتنظيم كافة التزامات أرباب العمل تجاه المواطن سواء كانت الحكومة أو القطاع العام أو الخاص أو الاهلي؛ لتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص وعدم التمييز بين المواطنين إلا على أساس الجدارة الحقيقية مع الاهتمام بحقوق المعاقين وأصحاب الاحتياجات الخاصة في شغل وظائف حقيقية لهم، وضرورة انتهاء المحسوبية والواسطة، فنحن في حاجة إلى مجتمع بلا معسكرات ذات نسيج واحد³.

1 - ناظم عودة: مشكل الدولة والثقافة، مركز النور، تاريخ 2007/6/16، على الرابط: <http://www.alnoor.se/article.asp?id=6837>

2 - رياض عزيز هادي: "حقوق الإنسان (تطورها- مفاهيمها- حمايتها)"، كلية العلوم السياسية جامعة بغداد، 2005، ص 71.

3 - ابراهيم أحمد ابراهيم: مفهوم المواطنة بين المحلية والعولمة: مصر نموذجاً، عرض لرسالة دكتوراه بنفس العنوان للباحث فايد دياب فايد، كلية الآداب، جامعة بنها، 2006، شؤون اجتماعية، العدد 101، ربيع 2009، السنة 26، ص 280.

- خطورة التمييز ضد المرأة في العمل، فليس من المقبول أن يرفض البعض تشغيل المرأة بسبب حصولها علي إجازات رعاية الأطفال والحمل والولادة وغيرها. ويظهر مبدأ تكافؤ الفرص بالنسبة لعمل المرأة الكثير من التناقضات حتى في أوروبا؛ فدائماً ما تكون المرأة هي الضحية لأن المستوي التعليمي متساو بين المرأة والرجل وبالرغم من تلك لاتزال فرص العمل للمرأة أقل ولا يزال هناك عدم مساواة بالنسبة للنساء في تولي المراكز القيادية والاقتصادية والعلمية ولا يزال أجر المرأة أقل من الرجل حتى وان قام الاثنان بالعمل نفسه.

- الانتهاء من مراجعة المناهج الدراسية بواسطة الخبراء المختصين لتنقية المناهج من أي تمييز بين المواطنين مهما كانت اختلافات المكانة الاجتماعية أو الجنس أو الدين.

- ضرورة رفض التهميش لفئات في المجتمع، مع قبول مبدأ التعددية الثقافية والتعبير عنها؛ فدولة المواطنة هي دولة القانون والحرية والعدالة. يتساوى فيها المواطنون أمام القانون. وهي قوية بوحدتها، وثرية بتعددتها.

- نشر الديمقراطية في إطار النظام العام واحترام مصالح المجتمع ومصالح الأفراد داخله، ولو اقتنعنا بحق الفرد في التعبير عن رأيه والاختلافات في الرأي والتأكيد على أنه لا يمتلك أحد الحقيقة المطلقة وهي غير موجودة إلا في الذات العليا وهي وجود الله سبحانه وتعالى فقط، وهذه هي الحقيقة الوحيدة وغير ذلك هي حقائق نسبية والفكر أيضاً نسبي، ومن حق كل فرد أن يعتقد في شيء وأن يتحاور حوله ويختلف أو يتفق مع غيره ويجب على المحاور أن يعترف بحق من يحاوره في الاتفاق والخلاف وحقه في إبداء الرأي. ولكل مواطن الحق في إبداء رأيه سواء اختلف أو اتفق مع الآخرين ويجب أن يعبر عن وجهة نظره بحرية كاملة طالما أن هذا الحوار لم يتعرض للكيان الوطني أو النظام العام أو صالح المجتمع.

- تغيير البرامج الإعلامية بشكل جذري؛ فالإعلام لا يشجع على إقرار وتأكيد أفكار المواطنة وأفكار المساواة بين الأفراد بعضهم بعضاً، فهو إعلام يفرق ويفرز بين الحاكم والمحكوم، وبين الغني والفقير، وبين المنتمي إلى مجتمع ومجتمع آخر، وهي أفكار تتنافى وفكر المساواة بين الأفراد.

سيظل مفهوم المواطنة والدولة الحديثة، مغيباً في فكر تيارات الإسلام السياسي، باختلاف تشعباتها، ما لم تحدث نقلة نوعية في بنيتها ومنطقاتها، بحيث تتمكن من تجاوز غربتها التاريخية. إن ذلك يستدعي تغييراً في المرتكزات الثقافية والفكرية التي تستند عليها هذه التيارات، وقبول فكرة التعدد والتسامح والتعايش السلمي مع الآخر، بما يعزز مفهوم الشراكة والتوافق الوطني. وهو وحده سبيلها، إذا أرادت التخلص من غربتها، والعيش في القلب من أوطانها وليس على هامش التاريخ¹. فلكي ينتصر الإعلام للمواطنة، فلا بد أن يشارك المجتمع كله بمختلف طبقاته وفئاته وشرائحه وتوجهات أفرادهم ومشاريهم في صياغة السياسة الإعلامية.

سادساً: خصائص العملية الإعلامية في ظل النظم السياسية الدكتاتورية

الدكتاتورية كلمة لاتينية:، هي شكل من أشكال الحكم المطلق حيث تكون سلطات الحكم محصورة في شخص واحد كالمملكية أو مجموعة معينة كحزب سياسي أو ديكتاتورية الجيش. وكلمة ديكتاتورية مشتقة من الفعل (dictātus ديكتاتوس) بمعنى يُملي أو يفرض أو يأمر. وللدكتاتورية أنواع حسب درجة القسوة فالأنظمة ذات المجتمعات المغلقة التي لا تسمح لأي أحزاب سياسية ولا أي نوع من المعارضة وتعمل جاهدة لتنظيم كل مظاهر الحياة الاجتماعية والثقافية وتضع معايير للأخلاق وفق توجهات الحزب أو الفرد الحاكم تسمى أنظمة شمولية مثل ألمانيا النازية والاتحاد السوفييتي والفاشية، ويمكن اعتبارها نسخة متطرفة من السلطوية حيث أن الأنظمة السلطوية لا تتحكم في المنظومة الاقتصادية والاجتماعية للبلد من الناحية النظرية على الأقل، والأنظمة السلطوية بشكل أدق هي الأنظمة التي لا تحكم وفق أيديولوجية سياسية محددة ودرجة الفساد فيها أعلى من تلك الشمولية².

ظهرت في تلك الفترة عدد من الأنظمة السياسية التي وصفت من قبل أصحاب المذهب الليبرالي بالدكتاتورية مثل الأنظمة الفاشية في إيطاليا وألمانيا والنظام الشيوعي في الاتحاد السوفييتي السابق، حيث اتسمت تلك الأنظمة حسب الليبراليين بسمات الدكتاتورية مثل نظام الحزب الواحد، تعبئة الجماهير بأيديولوجيا النظام الحاكم، السيطرة على وسائل الإعلام وتحويلها إلى بوق للدعاية

1 - شاهر إسماعيل الشاهر: "من تشخيص السلطة... إلى تأسيس السلطة... دور مؤسسة الرئاسة في عملية صنع القرار"، الفكر السياسي، العدد 50، دمشق: اتحاد الكتاب العرب، 2014.

2 - Pipes, Richard (1995), Russia Under the Bolshevik Regime, New York: Vintage Books, Random House Inc., ISBN 6-50242-394-0 p.240-281

لصالح النظام، توجيه النشاط الاقتصادي والاجتماعي للجماهير توجهاً إيديولوجياً لصالح النظام الحاكم والاستخدام التعسفي لقوة الأجهزة الأمنية من أجل ترويع المواطنين. ومن الأمثلة على الحكام الدكتاتوريين.

عادة ما تكون وسائل الإعلام في النظم الدكتاتورية ناطقةً باسم السلطة الحاكمة، ولا تنتشر الأخبار إلا بما يتوافق مع أهدافها وغاياتها، ومن خلال ذلك يمكن لنا أن نطلق عليها نظرية خاصة تحت مسمى: "نظرية السلطة"، وتقوم هذه النظرية على أساس أن الحاكم والحكومة هما الدولة، وهما الصالح العام، وأن سعادة أي شعب واستقراره تكمن في التسليم المطلق للحاكم والحكومة، والانقياد بالولاء والطاعة، ومن ثم يكون الفرد أداةً في خدمة الحاكم والحكومة، التي تعتبر نفسها صاحبة الحق الأول في تقرير الحقائق أو المعلومات التي تصل إلى أذهان الناس¹.

ويمكن إجمال أبرز خصائص العملية الإعلامية في ظل النظم السياسية الدكتاتورية بما

يلي²:

- الحاكم والحكومة: هما صاحبا الحق المطلق في السماح بظهور وسائل الإعلام والترخيص لها بممارسة عملها في حدود ما يُقرّنه ويسمحان به.
- هذه الوسائل مقيدة بقيود رقابية سابقة للنشر ولاحقة عليه.
- يُحظر على وسائل الإعلام حظراً تاماً توجيه أي نقد للحاكم أو سياسته أو سلوكه الشخصي.
- السلطة هي المصدر الوحيد للحقائق والمعلومات.
- الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي تأييد سياسة الحكومة، والدعوة إلى تعضيدها.

1 - شلبي: كرم، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، بيروت: دار الشروق، 2007، ص 23.
2 - المرجع السابق، ص 23-24.

سابعاً: وسائل الاعلام والدولة العميقة

لقد أصبحت وسائل الاعلام المساندة للدولة العميقة هي من يضع أجندة اهتمامات الرئاسة والحكومة والجمهور العام، وإعلام الدولة العميقة هو إعلام انتزعت منه السلطة الرابعة وتحول لخدام مطيع يسير في أفلاك الحكومات، يحرص على استمرار إغماض الناس لأعينهم¹.

وكان مصطلح الدولة العميقة قد نشأ أولاً في تركيا في تسعينيات القرن الماضي للتعبير عن شبكات من المجموعات وضباط القوات المسلحة الذين أخذوا على عاتقهم حماية علمانية الدولة التركية بعد قيامها على يد مصطفى كمال أتاتورك ومحاربة أي حركة أو فكر أو حزب أو حكومة تهدد مبادئ الدولة التركية العلمانية، وكان ذلك أول تعريف وظهور لمفهوم الدولة العميقة².

تردد بعد ذلك مفهوم الدولة العميقة بين العديد من الدول، ولا سيما في منطقتنا العربية والإسلامية وخاصة فيما بعد الانتفاضات العربية التي تعاقبت على العديد من العواصم العربية وما آلت إليه الأحداث خاصة في دولة بحجم مصر، والتي شهدت تحولاً أظهر مفهوماً واضحاً للدولة العميقة التي لعبت دوراً مهماً في مجريات الأحداث، ذلك المفهوم هو أنها تمثل المؤسسات العسكرية والأمنية والقضائية والإعلامية التي تجتمع على هدف الحفاظ على مصالحها ضد أي تهديد والعمل على إبقاء الوضع على ما هو عليه بما يحفظ تلك المصالح المتشابكة، كما تقوم بذلك بدعوى الحفاظ على الأمن القومي ضد التهديدات الخارجية.

يمكن تتبع تاريخ الدولة العميقة في تركيا كمثل لأنها مصدر كلمة الدولة العميقة *derin devlet* وهو مصطلح تركي شائع يصف ما تم ذكره في التعريفات السابقة ويرمز لها في السياسة التركية بالذئب الأعبر المعبر عن القومية التركية كما تقول الأساطير التركية³.

1 - ياسر سليمان أبو غليون: "إعلام السلطة.. عندما يصبح الصحفي مخبر الدولة"، مدونات الجزيرة، تاريخ 2018/5/13.

2 - إبراهيم السيد: ما هي الدولة العميقة؟، تاريخ 2015/8/2، مركز الروابط للبحوث والدراسات الاستراتيجية، على الرابط: <http://rawabetcenter.com/archives/10366>

3 - Peter Dale Scott: The «Deep State» behind U.S. democracy, Voltaire Network Berkeley (États-Unis) | 6 April 2011: <http://www.voltairenet.org/The-Deep-State-behind-U-S>

يرجع بعض المؤرخين السياسيين الأتراك الدولة العميقة إلى اللجنة السرية التي أنشأها السلطان سليم الثالث 1761-1808 لحمايته بعد محاولة اغتياله وهو عائد من حربه مع روسيا والنمسا الجدير بالذكر هنا أن الصدر الأعظم لم يكن يعلم بوجود هذه الجمعية.

بعض المؤرخين كذلك يرجع وجودها إلى تاريخ اقرب من هذا ويدعون أن بداية تكون الدولة العميقة كان مع جمعية الاتحاد والترقي التي كانت تعمل على إلغاء السلطنة وإنشاء الجمهورية.

لقد نجحت الدولة العميقة في وقف تقدم الفكرة الإسلامية نحو كيان الدولة لعقود من الزمان. منذ إعدام الزعيم الإسلامي المعروف عدنان مندريس في ستينيات القرن الماضي بعد وصوله للسلطة بالطريق الديمقراطي. وانتهاء بحل حزب الرفاه في نهاية القرن الماضي بعد وصول الزعيم الإسلامي أربكان للسلطة بالطريق الديمقراطي أيضاً.¹

وارتبط مصطلح «الدولة العميقة» بمصطلح آخر، وهو «دولة داخل الدولة»، ويعني الأخير أن هناك حكومة على رأس حكومة أخرى، ويتم انتخاب واحدة من قبل غالبية الناس في حين أن الأخرى لا تمر بأي عملية انتخابية، وعادة ما تتألف حكومة ما وراء الكواليس من عناصر داخلية تتمثل في التالي:²

1- كبار الموظفين الحكوميين السابقين المدنيين والعسكريين، فهؤلاء يتفقون على التناوب على السلطة، وعلى تقاسم الثروة والامتيازات، وأحياناً يتنافسون فيما بينهم.

2- النخب الرأسمالية، أي رجال الأعمال الذين يحاولون استخلاص رأس المال، واحتكار الاستثمارات، استمرار امتيازاتهم المالية.

3- عناصر من الأوساط الأكاديمية والمتقنين والتكنوقراط، لاسيما أولئك الذين يعرفون كيفية السيطرة على الدولة من خلال عملية صياغة الدستور ووضع القوانين والتشريعات الأخرى التي لديها أجندة خفية أو البنود التي تسمح لقوى الوضع القائم بالاستمرار في امتيازاتها ونفوذها. وذلك فضلاً عن الدعم الخارجي الذي يتمثل في التحالفات أو الاتفاقات

¹ - Joshua E. Keating, Coups Ain't What They Used to Be, Foreign Policy, 27-6-2012: http://www.foreignpolicy.com/articles/2012/06_ain_t_what_they_used_to_be

² - إسراء أحمد إسماعيل: "الدولة العميقة... مرجعية جديدة"، مجلة الديمقراطية، العدد 49، تاريخ 2013/1/26.

مع الدول القوية خاصة الولايات المتحدة الأمريكية، فيما يتعلق بحماية المصالح المتبادلة.

وتتمثل المهمة الرئيسة لهذه «الدولة داخل الدولة» في عدم السماح بحدوث أي تطور من شأنه أن يفقدها قوتها لصالح حدوث منافسة حقيقية ديمقراطية، وكذلك تهدف الحكومة الخفية إلى:¹

1- خلق صورة مشوهة عن النظام السياسي الديمقراطي الجديد، وجعل الناخبين يشعرون بأنهم لا يستطيعون الاعتماد على النظام الديمقراطي.

2- جعل الحكومة الديمقراطية عاجزة، لا قيمة لها، وإذا كانت تبدو جديرة بالثقة، تُثار على الفور اتهامات بالفساد والدكتاتورية لهز ثقة المواطنين فيها.

3- تعقيد النظام البيروقراطي في الدولة، والعمل على إعاقة إنجازات النظام الجديد سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية.

4- استغلال الدعاية الإعلامية لصالح رموز النظام السابق، ومقاومة النظام الجديد.

5- التأكيد للقوى الخارجية أن ضمان مصالحها مشروط باستمرار عناصر هذه الدولة الخفية في السلطة، وأن تغييرهم من شأنه أن يهدد مصالح الدول الخارجية.

وفي سعيهم لتحقيق هذه الأهداف، يحرص القائمون على هذه الشبكة على أمرين، الأول: عدم الكشف عن أنفسهم بغض النظر عن مدى الضغط، ويتم تمرير أي أوامر تخريبية من خلال رموز لتجنب تتبع مصدر الأوامر. والأمر الثاني: تعزز السلطة من خلال خلق حالة تنافسية بين الموظفين والتابعين لهم، بحيث يتم التخلص من الذين يفشلون في تحقيق أهداف الشبكة، ويتم ترقية المفضلين دون مسؤولية أو مراعاة للمصالح العام.

¹ - Dexter Filkins: The Deep State: The Prime Minister is revered as a moderate, but how far will he go to stay in power?, The New Yorker, March 12- 2012:
http://www.newyorker.com/reporting/2012/03/12/120312fa_fact_filkins

ثامناً: الاعلام الجديد والعلاقة مع السلطة

بعد ظهور الفضاء الإلكتروني، أصبحت هناك وسائل جديدة لتقديم الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات، وكل ما من شأنه أن يقدم الحقيقة للمجتمع. وهذه البيئة الجديدة والفضاء الجديد، حررا المجتمع من سيطرة السلطة على صناعة الكلمة والصورة والرأي العام. وبرز نمط جديد من الديمقراطية وانتشار القيم الليبرالية داخل المجتمع، وهو ما ساعد على إيجاد أشكال جديدة من الثقافة السياسية، وعمل على إعادة تشكيل المجال السياسي وعلاقته بعملية التداخل بين المجال العام والخاص، وما بين مؤسسات الدولة ومؤسسات المجتمع المدني¹. ومع اتساع نطاق الحرية، أصبح بالإمكان نشر معلومات غير صحيحة ومضللة للرأي العام، تتباين في اتجاهاتها وأهدافها². ومن ثمّ، فقد بات الإعلام الجديد بحاجة لسلطة بهدف التنظيم والضبط، لا التعقيد والسيطرة. فالممارسة الإعلامية النزيهة لا بدّ أن تلتزم بحقين أساسيين، هما: الحق في الاطلاع والمعرفة، والثاني هو الحق في التعبير؛ ذلك أن الدور الاجتماعي للإعلام يساعد على الموازنة بين مفهوم الحرية والمسؤولية الاجتماعية، وهذين الدورين يجب على السلطة أن تكون هي الضامن لهما.

خاتمة:

مما تقدم يمكننا القول: إن الخطاب السياسي والإعلامي مؤثر قوي على مستوى الممارسة السياسية، وأن الموضوعية المطلقة هي أكبر مغالطة ابستمولوجية، وأن الحرية السلبية هي أن يعطى لك حق الاختيار بين الأشياء السيئة فقط. لذا فإننا نحتاج إلى ثقافة المشكلات السياسية، وليس إلى تسييس المشكلات الثقافية. كما أن على من ينتقد التضيق على حرية الرأي كوسيلة للتعبير، عليه أيضاً أن ينتقد توسيع حرية الرأي كوسيلة للتغليب.

1 - عادل عبدالصالح: الفضاء الإلكتروني والديمقراطية بين التحولات والتحديث، القاهرة: المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2012، ص 23.
2 - ياسر خضير البياتي، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الرقمي"، جريدة العرب اللندنية، 2017/3/23. <http://cutt.us/k9iJN>.

المراجع:

الكتب:

1. رياض عزيز هادي: "حقوق الإنسان (تطورها - مفاهيمها - حمايتها)", كلية العلوم السياسية جامعة بغداد، 2005.
2. شاهر إسماعيل الشاهر، الدولة: دراسة في علم الاجتماع السياسي، ط1، عمان: دار الاعصار ، 2018.
3. شلبي: كرم، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، بيروت: دار الشروق، 2007.
4. عادل عبدالصديق: الفضاء الإلكتروني والديمقراطية بين التحولات والتحديث، القاهرة: المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2012.
5. عبد الله محمد عبد الرحمن: علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 1999.
6. علي خليفة الكواري: "مفهوم الديمقراطية المعاصرة"، في: قراءات أولوية منة خصائص الديمقراطية والمبادئ العامة المشتركة للدستور الديمقراطي في المسألة الديمقراطية في الوطن العربي، (مجموعة باحثين)، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000.
7. محمد رفعت عبد الوهاب: الأنظمة السياسية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005.

الدوريات:

1. إبراهيم أحمد إبراهيم: مفهوم المواطنة بين المحلية والعدولمة: مصر نموذجاً، عرض لرسالة دكتوراه بنفس العنوان للباحث قايد دياب قايد، كلية الآداب، جامعة بنها، 2006، شؤون اجتماعية، العدد 101، ربيع 2009، السنة 26.
2. إسراء أحمد إسماعيل: "الدولة العميقة... مرجعية جديدة"، مجلة الديمقراطية، العدد 49، تاريخ 2013/1/26.
3. شاهر إسماعيل الشاهر: "من تشخيص السلطة... إلى تأسيس السلطة... دور مؤسسة الرئاسة في عملية صنع القرار"، الفكر السياسي، العدد 50، دمشق: اتحاد الكتاب العرب، 2014.

4. مروان المعشر: "السياسة الإعلامية الناجمة ضرورة لا ترف"، مركز كارنيغي للشرق الأوسط، تاريخ 16 آب 2017.

الانترنت:

1. إبراهيم السيد: ما هي الدولة العميقة؟، تاريخ 2015/8/2، مركز الروابط للبحوث والدراسات الاستراتيجية، على الرابط:

<http://rawabetcenter.com/archives/10366>

2. ضياء الشكرجي: "بين ثقافة الدولة وثقافة السلطة"، تاريخ المقال: 2006/6/4، على

الرابط: <http://www.nasmaa.com/ArticleShow.aspx?ID=155>

3. عبد الله بن علي العليان: "الإعلام والسلطة بين التفاهم والاختلاف"، تاريخ 2015/12/20،

على الرابط: <https://webcache.googleusercontent.com>

4. ناظم عودة: مشكل الدولة والثقافة، مركز النور، تاريخ 2007/6/16، على الرابط:

<http://www.alnoor.se/article.asp?id=6837>

5. ياسر سليمان أبو غليون: "إعلام السلطة.. عندما يصبح الصحفي مخبر الدولة"، مدونات

الجزيرة، تاريخ 2018/5/13.

الصحف:

1- خالد الخاجة: "جدلية العلاقة بين الثقافة والإعلام"، صحيفة البيان، تاريخ 28 أكتوبر 2014.

2- عبدالرحمن غيلان: "أهمية الإعلام للدولة"، صحيفة الثورة، اليمن، تاريخ 14 يوليو 2016.

3- ياسر خضير البياتي، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الرقمي"، جريدة العرب اللندنية،

<http://cutt.us/k9iJN>، 2017/3/23.

المراجع الأجنبية:

- Dexter Filkins: The Deep State: The Prime Minister is revered as a moderate, but how far will he go to stay in power?, The New Yorker, March 12- 2012:

http://www.newyorker.com/reporting/2012/03/12/120312fa_fact_filkins

- Joshua E. Keating, Coups Ain't What They Used to Be, Foreign Policy, 27-6-2012:http://www.foreignpolicy.com/articles/2012/06_ain_t_what_the_y_used_to_be
- Jurgen Habermas : Structural Transformation of The Public Sphere (Cambridge , MA: Mit Press ,1989) pp. 171-179.
- Peter Dale Scott: The «Deep State» behind U.S. democracy, Voltaire Network Berkeley (États-Unis) | 6 April 2011:
<http://www.voltairenet.org/The-Deep-State-behind-U-S>
- Pipes, Richard (1995), Russia Under the Bolshevik Regime, New York: Vintage Books, Random House Inc ,[ISBN 6-50242-394-0](https://www.randomhouse.com/isbn/6-50242-394-0) p.240-281

الاستخدام المنزلي للإنترنت لدى التلميذ الثانوي وتأثيره على التحصيل الدراسي

The home use of the Internet by the secondary student and its impact on academic achievement

الاسم واللقب: حنان بولبـازين

الرتبة العلمية: دكتوراه علوم

مؤسسة الإنتماء: جامعة باجي مختار - عنابة -

ملخص:

يلعب الإنترنت اليوم دورًا مهمًا في مختلف مجالات الحياة، خاصة في المجال التعليمي والتربوي أين تعمل كوسيلة تعليمية فعالة، نظرًا لما تتوفر عليه من مواقع متعددة تضم مواد تعليمية لجميع المراحل الدراسية وتزود التلميذ بكل ما هو جديد.

فللإنترنت هي مصدر مساعد للحصول على المعلومات، واستخدامها في التعلم يخلق بيئة تعليمية مشوقة وممتعة تزيد من دافعية التلميذ للتعلم والإبتكار وتنمية مهارة البحث وزيادة مستوى تحصيله الدراسي. وبالتالي، يصبح الإنترنت من يستكشف ويبحث عن المعلومات، وهذا يتماشى مع النظرة الحديثة للعملية التعليمية بأن الطالب هو محور العملية التعليمية.

ومن خلال ما سبق، نحاول معرفة مدى استخدام التلميذ للإنترنت وتأثيرها على تحصيله الدراسي.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام المنزلي - الإنترنت - التلميذ - الثانوي - التحصيل الدراسي.

Résumé:

Today, the Internet plays an important role in the various fields of life, especially in the educational field, where it functions as an effective educational tool, as it is available from multiple sites including educational materials for all levels of study and provides the student with everything that is new. The Internet is an auxiliary source for information, and its use in learning creates an interesting and enjoyable learning environment that increases student motivation to learn, innovate, develop research skills, and increase the level of learning achievement.

Thus, the Internet becomes one that explores and searches for information. This is in keeping with the modern view of the education process that the student is the focus of the educational process.

Through the above, we try to find out how much the student is using the Internet and how it affects his or her academic achievement.

Key words: Home use - Internet - Pupil - Secondary school - Academic achievement.

مقدمة:

نعيش اليوم في عالم سريع التغير تحيطه تحديات محلية وعالمية لعل أهمها الانفجار المعلوماتي والتطور التكنولوجي والانفتاح على العالم، فقد أصبح العالم قرية صغيرة كما يقول العالم "ماكلوهان"، إذ لا يمكن لأي دولة أن تغلق حدودها أمام المد المعلوماتي وأثاره الوافدة إليها من بلدان العالم الأخرى.

يشير لال زكريا يحي بأنه: "لم توجد تقنية حولت وجه الحياة بالسرعة والقوة التي حولت بها الأنترنت مجريات حياتنا، فهذه الشبكة الترابطية بكل ما تضمنه من خدمات قد صبغت تسعينات القرن الماضي وبدايات القرن 21 بصبغتها ونقلت مسيرة الحضارة من مرحلة عصر المعلومات إلى ما يمكن الإشارة إليه اليوم بعصر الشبكة، وتنمو الأنترنت اليوم بسرعة كبيرة حتى ليبدو أنها تتجاوز الغاية الأولى من بنائها والمتمثلة في إيجاد قناة تواصل سريعة بين أركان العالم"¹.

فلم يعد هناك خلاف حول أهمية هذه الشبكة ولما لها من فوائد جمة في مختلف المجالات ولمختلف الأعمار، فكما هي مفيدة في التجارة والألعاب والتسلية فهي مفيدة كذلك في التنقيف والتعلم الذاتي وإعداد البحوث... وغيرها من الفوائد في مختلف المجالات التعليمية والإقتصادية والسياسية... ولهذا فإن معرفة استخدام الأنترنت بات أمراً ضرورياً للجميع سواء كانوا الكبار أو الصغار.

ولقد تطورت أساليب التعليم والتعلم في الأونة الأخيرة تطوراً كبيراً خاصة بدخول الأنترنت في المنزل للاستفادة منها أكثر في التعلم، مما يتيح للأجيال القادمة مستقبل أفضل وذلك بتوظيفها لتحسين مستواهم العلمي، وهذا ما قد يرفع تحصيل التلاميذ في مختلف المواد.

¹ - رانيا بنت أوبكر سالم بلجون، فاعلية استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية لأداء الواجبات المنزلية وأثر ذلك على تنمية التحصيل الدراسي لدى طالبات الصف الأول ثانوي في الكيمياء بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس العلوم، جامعة أم القرى، كلية التربية بمكة المكرمة، قسم المناهج وطرق التدريس، 1428هـ - 1429هـ، ص 21-22. من الموقع الإلكتروني: <http://libback.uqu.edu.sa/hipres/FUTXT/7101.pdf>

وتأتي هذه الدراسة لمعرفة أثر الأنترنت على الإستخدام التعليمي للتلاميذ، من خلال معرفة مدى إستفادتهم من الأنترنت في مجال التعليم كإجراء البحوث أو الحصول على معلومات علمية مختلفة وتأثيرها على تحصيلهم الدراسي.

أولاً: الإشكالية:

تعد شبكة الأنترنت إحدى التقنيات الحديثة ذات تأثير إيجابي في الحياة المعاصرة، وخاصة بعد استخدامها في مجال التعليم كوسيلة تعليمية.

ولقد زاد الإهتمام بالأنترنت واستخدامها في التعليم بشتى صورته ومراحله في الفترة الأخيرة، حيث تتوفر هذه الشبكة على مواقع إلكترونية صممت وبرمجت في شتى العلوم والتخصصات في كل المستويات، ومن تلك المواقع ما يعنى بتعلم اللغة ومواضيع تخص لتحضير الشهادات ومواقع خاصة بنماذج عن الدروس في مختلف التخصصات ...

كما أنها تشكل وسيلة إتصال فعالة بين التلميذ والأستاذ وبين التلميذ وزملائه بفضل الخدمات التي تقدمها الأنترنت كالبريد الإلكتروني وغرف الدردشة، مما قد يزيد ويحفز التلميذ على المشاركة والتفاعل مع الموضوعات المطروحة حول الدراسة أو أي موضوع آخر، ما يتيح فرص لتبادل وجهات النظر ويزيد فرص الإستفادة من الآراء المقترحة وبرا مجها مع الآراء الخاصة بالتلميذ واكتساب معارف ومهارات عن طريق هذه الخدمات.

وقد أثبتت كثير من الدراسات أهمية إستخدام تقنيات المعلومات والإتصالات في زيادة فعالية المتعلم، فمن شأن استغلال تقنيات التعليم الحديثة أن يقود إلى تزويد المتعلم بأدوات قوية قادرة تساعده على أن يكون معلم نفسه، وأن يساعد على إقبال التلميذ على التعلم ومحبتهم له وتفتيح طاقاتهم ومواهبهم من خلال ذلك¹.

وربما يكون توفر الأنترنت في المنزل من شأنه أن يغير من الطريقة التي تؤثر بها التكنولوجيا على تعلم التلميذ لأنه لا يتعامل مع المعلومة فقط، بل هي متعددة الوسائط أي تتوفر على الصورة والصوت والفيديو... ولمواكبة عصر التكنولوجيا والإستفادة من مختلف أساليب التكنولوجيا الحديثة في التعليم والتعلم عمل الآباء على استخدام التكنولوجيا التربوية في البيت من خلال الإشتراك بالأنترنت، فحسب رأيهم أنها تساعد أبنائهم على التعلم ورفع مستوى التعليم في بعض المواد،

¹ - أحمد جميل حمودي، المتغيرات الإجتماعية - غير المدرسية - المرتبطة بكل من التحصيل الدراسي والإستبعاد الإجتماعي: دراسة سوسيولوجية نقدية، مجلة علوم إنسانية، العدد 41، ربيع 2009، الموقع الإلكتروني: www.ulum.nl

وتساعد في التغلب على مشكلة تدني مستوى التحصيل الدراسي لدى أبنائهم، كما أن إستخدامها كوسيلة تعليم تعتبر ذات تكلفة منخفضة.

وقد علق "جوردن وجينتي **Jordon and**" بقولهما: "نحن بحاجة إلى إعادة تصميم منازلنا من حيث أنها سوف تكون مصدرا من مصادر التعلم في القرن القادم"¹. وقد أشارت "إيمان محمد الغراب": "إلى أن استخدام شبكة الأنترنت أدى إلى ظهور مفهوم التعلم المرن وهو التعلم الذي يجعل المتعلم أكثر تحكما في العملية التعليمية بحيث يحدد الأوقات المناسبة له والموضوعات التي تستهويه وتهم تخصصه، بالإضافة إلى التحكم في سرعة التعلم ودقته وإمكاناته"².

فالأنترنت تتوفر على مواقع متعددة تتضمن مواد تعليمية لجميع المراحل الدراسية وتزود التلميذ بكل ما هو جديد، مما يؤدي إلى توظيفها كمصدر أول للمعلومات، ويخلق بيئة تعليمية مشوقة وممتعة تزيد من دافعيته للتعلم والإبتكار وتنمية مهارة البحث والتفكير العلمي والإبداع وزيادة مستوى تحصيلهم.

وبهذا يصبح التلميذ هو من يستكشف ويبحث عن المعلومة، وهذا مواكب للنظرة الحديثة لعملية التعليم بأن التلميذ هو محور العملية التربوية والمعلم هو الموجه والمرشد الذي يأخذ بيد المتعلمين للوصول إلى الأهداف المراد بلوغها.

تعد الجزائر من الدول التي أهتمت بوسائل الإعلام و التكنولوجيا الحديثة، حيث تشهد الجزائر حاليا تحولا كبيرا في إستخدام الأنترنت ودعم إقتنائها من طرف الأسر خاصة وأن البيوت تتجهز أكثر فأكثر بوسائل الإعلام والتقنيات الإلكترونية، إذ تحصي الجزائر حوالي 600 ألف إشتراك منزلي بالأنترنت³.

وبما أن التحصيل الدراسي أصبح الشغل الشاغل للمجتمع بصفة عامة والأسرة بصفة خاصة، وأن تفوق التلاميذ في دراستهم أصبح معيارا لقياس تطور المجتمعات الحديثة والتي دخلت في عصر المعلوماتية والرقمنة، فلهذا أصبح لزاما على هذه المجتمعات وأفرادها مسايرة هذا التطور

1- عبد الله بن عبد العزيز الموسى، استخدام خدمات الإتصال في الأنترنت بفاعلية في التعليم، ص2. الموقع الإلكتروني: <http://www.riyadhedu.gov.sa>

2- إيمان محمد ترسن هاشم، محمد نيازي البخاري، أهمية استخدام مواقع تعليم اللغة الإنجليزية على شبكة الأنترنت في تحسين مهارتي الاستماع والتحدث مع وجهة نظر معلمات ومشرفات المرحلة الثانوية بمدينة جدة، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس اللغة الإنجليزية، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس، 1428هـ-1429هـ، ص17. الموقع الإلكتروني: libback.uqu.edu.sa/hipres/FUTXT/7271.pdf

3- إيمان ب، تحقيق (ويب ديالنا) يكشف مشتركوا الأنترنت في الجزائر سلبيون، العدد 2732، جريدة الشروق، السبت 03 أكتوبر 2009.

التكنولوجي والمد المعلوماتي بزيادة وتطوير خبراتهم وتحصيلهم في كافة المجالات وخاصة المجال التعليمي والذي يعتبر العمود الفقري للمجتمع.

فالتحصيل الدراسي الجيد يتوقف على مدى جاهزية التلميذ من حيث نضجه الفكري الذي يساعده على إنتقاء وحسن إستغلال المعلومات سواء في القسم أو عن طريق وسائل تعليمية أخرى كالإنترنت، كما أن للإرشاد والتوجيه الأسري والمدرسي أهمية كبيرة في مساعدة التلميذ على فهم ذاته ودراسة شخصيته ومعرفة خبراته ومواهبه، مما يساعده ويحفزه على التعلم وتطوير ذاته. وهذا ما شجع الآباء على توفير الإنترنت في المنزل بغية زيادة تحصيل أبنائهم، ولكي يحسن الأبناء إستخدامها والإستفادة منها لابد من الآباء تنظيم أوقات إستخدامها وتوجيههم إلى مواقع تفيدهم في دراستهم، وكذا الإشراف ومراقبتهم من حين لآخر.

وسنحاول من خلال دراستنا معرفة مدى إستفادة التلاميذ من خلال إستخدامهم للإنترنت في التعليم وتأثير ذلك على تحصيلهم الدراسي، ومدى إشراف ومتابعة الآباء لأبنائهم عند إستخدامهم لهذه الوسيلة وتوجيههم إلى إستخدامها بما ينفعهم ويحقق لهم تميزا في مستواهم التعليمي.

وتتعلق هذه الدراسة من تساؤل رئيسي مؤداه:

هل هناك علاقة بين إستخدام الإنترنت والتحصيل الدراسي للتلميذ؟

ويقودنا التساؤل الرئيسي إلى طرح تساؤلات فرعية كما يلي:

1- هل توجد فروق بين الجنسين في ساعات ومعدل استخدام الإنترنت؟

1- هل توجد علاقة بين ساعات استخدام الإنترنت ومستوى التحصيل الدراسي للتلميذ؟

2- هل توجد علاقة بين معدل استخدام الإنترنت ومستوى التحصيل الدراسي للتلميذ؟

3- هل يشرف الآباء على تنظيم إستخدام أبنائهم للإنترنت؟

للمفاهيم أهمية كبيرة في أي بحث إجتماعي، حيث تمثل ترميز الواقع أو الظاهرة المدروسة بمفردات علمية مجردة وواضحة، بإعتبار أن إدراك هذه الوقائع يختلف من بيئة لأخرى بل ومن باحث إلى آخر. ومن هنا سنعرض التعريفات الإجرائية للمفاهيم الخاصة بدراستنا.

ثانيا: التعريفات الإجرائية للبحث:

1- الإنترنت:

نعرف الإنترنت إجرائيا بأنها: "شبكة تربط بين الكثير من أجهزة الحواسيب في جميع أنحاء العالم، وهي تتميز بعدة خصائص وميزات من أهمها هو تبادل المعلومات بين مستخدمي الإنترنت، وبهذا تعتبر أحد الوسائل التي يمكن استخدامها في التعليم، حيث يستخدمها التلاميذ وهم في منازلهم من أجل الحصول على المعلومات والمعارف التي تفيدهم في دراستهم وإنجاز بحوثهم وواجباتهم المنزلية".

2- التلميذ:

نعرف التلميذ إجرائيا بأنه: "المتعلم الذي يدرس بالمرحلة الثانوية التي تعتبر مرحلة إعداد علمي للمرحلة التالية، وهي المرحلة الجامعية، حيث يلحق الأستاذ تلميذه معلومات تعليمية فيكتسب مجموعة من المعارف والمعلومات والقيم التي يهدف بها إلى رفع مستواه الدراسي والتعليمي".

3- التحصيل الدراسي:

نعرف التحصيل الدراسي إجرائيا بأنه: "منظومة المعارف والمهارات والمعلومات التي أكتسبها التلميذ من خلال تعلمه للمواد الدراسية المختلفة على مدار الفصل الدراسي، وكذا استخدامه للإنترنت من خلال تجوله بين المواقع التعليمية التي تزوده بالمعلومات عن المنهج والدروس المدرسية، ويعبر عن هذا بالمعدل النهائي لجميع المواد الدراسية الذي يحصل عليه التلميذ في نهاية الفصل أو السنة الدراسية".

ثالثا: أدبيات دراسة استخدام التلميذ للإنترنت في المجال التعليمي وعلاقته بالتحصيل الدراسي:

1- أهمية الإنترنت كوسيلة تعليم:

نظرا للتغيرات التي يشهدها العالم اليوم، أصبح استخدام الإنترنت من الأمور الأساسية لمواكبة التطورات في كل المجالات خاصة المجال التعليمي لأنها تقدم منافع عديدة وخدمات بحثية كثيرة، من خلال زيادة معرفة التلميذ ومعلوماته الدراسية والبحثية وتنمية ثقافته وتوسيع روح البحث وحب الإطلاع، و كذا التواصل مع أصدقائه وأفراد آخرين عبر العالم عن طريق البريد الإلكتروني وغرف

الدرشة وغيرها من الخدمات التي تقدمها هاته الوسيلة، وبهذا أصبحت الأنترنت تحظى بشعبية كبيرة بين أوساط المتعلمين.

ونظرا لهذه الأهمية سنوضح فوائد استخدام التلميذ للأنترنت في المجال التعليمي، حيث تعتبر أداة إتصالية واسعة الإنتشار من خلال توفرها على خدمات تقوم بتقديم المعلومات، بالإضافة إلى وظيفتها الإعلامية المتطورة، والسماح للمشاركين فيها بالتنقل بحرية بين مواقعها ونقل الملفات التي تتمثل في: بيانات، معلومات، أخبار، صور، الفيديو وبرامج إذاعية وتلفزيونية بين حاسوب وآخر¹. وقد وظفت الأنترنت في مجال التعليم بإعتبارها الوسيلة الأسرع للوصول إلى المعلومات، فقامت العديد من الجامعات في العالم بإستخدامها كمصدر هام من مصادر التعليم، حيث أصبح الطلبة يستخدمون الأنترنت لجمع أحدث المعلومات التي قد لا يجدونها في الكتب المنهجية، بالإضافة إلى توفرها على جو تعليمي يجعل أفاق التعليم مفتوحة وغير محددة بزمان ومكان، وهذا ما يعطي للطلبة جوا من التحفيز والتحدي والإثارة².

إن استخدام شبكة الأنترنت في التعليم قد يحدث تطور سريع في العملية التعليمية، وبالتالي يؤثر في طريقة أداء المتعلم وإنجازاته، حيث أوضح كلا من **كوفيني وهايفليد**: " أن إستخدام الأنظمة المتعددة في الأنترنت سوف يغير الطريقة التي تؤثر بها التكنولوجيا في الحياة والعمل، فشبكة الأنترنت لا تتعامل مع المعلومات فقط وإنما تتعامل مع الصورة، الصوت، الخرائط، الفيديو، الأحداث العالمية والموسيقى... وتعرض جميعا أمام المتعلم، كما تقدم لهم الوثائق والمعلومات المتطورة³. وبهذا تصبح الأنترنت أداة للبحث والإكتشاف من قبل التلاميذ، كما تساعدهم على نقل المعلومات وإستخدامها ومشاركتها مع الآخرين.

وتتجلى أهمية الأنترنت فيما تقدمه من فائدة وعون لمستخدميها في مختلف مجالات العلوم، بحيث تجعل الفرد في حالة معايشة فعلية مباشرة وتلقي فوري لما يستجد من خبرات في هذه المجالات⁴.

وقد ذكر **Williams** أن هناك أربعة أسباب رئيسية لإستخدام الأنترنت في التعليم:

1- الأنترنت مثال واقعي للقدرة الحصول على المعلومات في مختلف أنحاء العالم.

1- محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص45.
2- جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006، صص 257-258.
3- مجد هاشم الهاشمي، الاتصال التربوي وتكنولوجيا التعليم، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001، ص169.
4- كمال عبد الحميد زيبون، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصالات، عالم الكتب، دون بلد، ط2، 2004، ص260.

2- تساعد الأنترنت على التعلم التعاوني الجماعي، نظرا لكثرة المعلومات المتوفرة عبرها لأنه يصعب على التلميذ البحث في كل القوائم، لذا يمكن إستخدام طريقة العمل الجماعي بين التلاميذ حيث يقوم كل تلميذ بالبحث في قائمة معينة ثم يجتمع التلاميذ لمناقشة ما تم التوصل إليه.

3- تساعد على الإتصال بالعالم بأسرع وقت وأقل تكلفة.

4- تساعد على توفير أكثر من طريقة في التدريس، ذلك أن الأنترنت بمثابة مكتبة كبيرة تتوفر فيها جميع الكتب سواء كانت سهلة أو صعبة، كما توجد بعض البرامج التعليمية بإختلاف المستويات¹.

ونظرا لكون الأنترنت من أهم الوسائل المعلوماتية التي يمكن إستخدامها في التعليم، فقد اقترح

نبهان (2008) مجموعة تطبيقات، هي:

أ- الأنترنت كوسيلة تساعد في المناهج، بحيث يمكن وضع المناهج الدراسية في صفحات مستقلة في الأنترنت، مما يتيح فرصة للتلاميذ الدخول لتلك الصفحات في المنزل.

ب- إستخدام الأنترنت في الحصول على المعلومات المطلوبة والإطلاع على الدروس النموذجية في العديد من المواقع، وهذا ما يؤدي إلى زيادة ثقة التلميذ بنفسه وتنمية المفاهيم الإيجابية تجاه التعليم الذاتي².

من خلال ما تقدم، يمكن للأنترنت أن تقدم للتلميذ العديد من البدائل التعليمية التي تدعمه وتساعد على تنمية قدراته العقلية وزيادة مهاراته وإبداعاته، وكذا تحسين مستواه الدراسي والثقافي نظرا لمرونتها وسهولة إستخدامها، وما تتوفر عليه من معلومات في مختلف المجالات.

ولقد تعددت مجالات إستخدام الأنترنت بتعدد المعلومات والخدمات التي تحتويها، فهذه

المجالات شملت تقريبا مختلف أنشطة الحياة.

فيرى **محمد محمود الحيلة**: "أن الأنترنت تقدم للمشاركين خدمات عديدة في مختلف المجالات منها خدمة البريد الإلكتروني التي من خلالها يستطيع المستخدم إرسال أو إستقبال رسائل من وإلى أي شخص في العالم بأسرع وقت وأقل تكلفة مع ضمان الوصول، بالإضافة إلى الحصول على معلومات تجارية وإقتصادية ونشرات فنية وصناعية من مختلف أنحاء العالم والحصول على البرامج التطبيقية والتعليمية والإطلاع على الموسوعات الأدبية والعلمية"³.

ونبين أهم المجالات لهذه الوسيلة في ما يلي:

1- عبد اللطيف حسين فرج، تحفيز التعلم، دار الحامد، عمان، ط1، 2007، صص 373-374.

2- رانيا بنت أبو نكر سالم بلجون، مرجع سابق، ص70.

3- أكرم فتحي مصطفى علي، إنتاج مواقع الأنترنت التعليمية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2006، ص32.

1- المجال التعليمي والتربوي:

تمتلك الأنترنت العديد من الإمكانيات التي يمكن الإستفادة منها في المجال التعليمي، مما دفع العديد من المؤسسات التعليمية لإستخدامها في الكثير من الأغراض التعليمية، وتتعدد التطبيقات التربوية للأنترنت فهي تتيح طرقاً مختلفة لتطوير التعليم عن بعد من خلال خدمات عديدة كالمكتبات الافتراضية، البريد الإلكتروني، الدردشة، شبكة الوب وبرتوكولات نقل الملفات¹. وقد حددت دراسة **ناجح محمد حسن (2002)** مجالات توظيف الأنترنت في المجالات التعليمية والبحثية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الأزهر كالتالي:

أ- المجالات التعليمية:

يمكن الإستفادة من الأنترنت في طرح مقررات دراسية متنوعة وتقديم الأنشطة الإثرائية للمقررات الدراسية، وتعليم مهارات البحث عن المعلومات لدى التلاميذ. بالإضافة إلى تطور مهاراتهم على إستخدام الأنترنت، وإرسال الواجبات والتكليفات للتلاميذ في منازلهم وأماكن تواجدهم.

ب- المجالات البحثية:

يمكن الإستفادة منها في الإتصال بأعضاء التدريس في الجامعات العالمية الأخرى، للتعرف على أحدث الإصدارات العلمية والحصول على مراجع ودوريات حديثة في مجال التخصص والإتصال بالمكتبات العالمية، والحصول منها على مراجع متخصصة ونشر البحوث العلمية في مجال التخصص. بالإضافة إلى الإستفادة من نظم الترجمة الآلية لملاحقة التطور العلمي². وهذا ما أكدته دراسة **الشماس سنة (2008)** التي هدفت للكشف عن إستخدام الأنترنت في البحوث التربوية التي يكلف بها طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة دمشق، حيث كانت نسبة 66.7% من الطلبة يستخدم الأنترنت أقل من 4 ساعات في الأسبوع في البحث التربوي، كما أفاد 68% من أفراد العينة أن تحسن اللغة الأجنبية، يأتي في المرتبة الأولى من فوائد الأنترنت في البحث التربوي يليه الإطلاع على البحوث والدراسات والمؤتمرات التربوية³.

إن إستخدام الأنترنت كأداة أساسية مساعدة في التعليم سوف يحقق الكثير من الإيجابيات، وذلك لتوفرها على كم هائل من المعلومات العلمية والتربوية في مختلف مجالات العلم، حيث يتصفح

1- أكرم فتحى مصطفى، مرجع سابق، ص37.

2- نفس المرجع، صص44-45.

3- فواز العبد الله، اتجاهات طلبة كلية التربية نحو إستخدام الأنترنت في التعليم والتعلم في ضوء مجموعة من المتغيرات، جامعة دمشق، كلية التربية، قسم المناهج وطرائق التدريس، 2008-2009، الموقع الإلكتروني: www.damas.univ.shern.net

التلميذ الكثير من المواقع المتخصصة في المجال التعليمي، ويكتسب من خلالها معلومات ومهارات تساعده في دراسته وإنجاز بحوثه والإطلاع على مختلف التخصصات. مما يزيد ويحسن مستوى تحصيله الدراسي والمعرفي.

2- المجال الترفيهي:

تشمل الأنترنت على عدد كبير من ألعاب الكمبيوتر والمجلات الترفيهية التي تلبي الأذواق المختلفة والمتنوعة للمستخدمين التي تدعم معارفهم وإرتباطهم الإجتماعي من خلال اللعب الفردي أو الجماعي في أنحاء العالم¹.

فالأنترنت لها قدرة وإمكانات لا نهائية لكي تصبح مصدرا أداة ترفيهية وترويجية للمستخدمين على كافة أعمارهم ومستوياتهم وإهتماماتهم في أنحاء العالم.

ويمكن لكثير من المستخدمين الترويج والترفيه عن أنفسهم ساعات طويلة على الأنترنت، يحصلون فيها على المعلومات والأشكال التي تنمي حسهم الجمالي والإبداعي تدعم تفاعلهم مع بعضهم البعض من خلال حلقات المناقشة المتصلة بإهتماماتهم المختلفة².

تم تقييم الأنترنت كوسيلة إتصالية لدى طلبة فيلادلفيا كما يلي:

تعد الأنترنت بديلا لوسائل الاعلام التقليدية بنسبة 42.2% و أنها و سيلة أساسية للترفيه بنسبة 34.5%³. وهذه النسبة لا بأس بها، حيث تعتبر هاته الفئة على دراية بإستخدامها للأنترنت بالشكل الإيجابي عكس فئة التلاميذ الذين هم في مرحلة المراهقة الذين يتصفحون الأنترنت ويقضون أكبر وقت للترفيه والتسلية أكثر من التعلم منها، مما يؤثر على تحصيلهم الدراسي.

فالتلميذ قد يستخدم الأنترنت للترويج عن نفسه من الضغوطات والتسلية وتمضية الوقت من خلال ما تتيحه من إمكانات للترفيه كالموسيقى والألعاب وغيرها. كما تعتبر وسيلة إتصالية ملائمة ومناسبة يتمكن التلميذ من الإتصال بزملائه وأشخاص آخرين عبر غرف الدردشة أو البريد الإلكتروني ويتبادل من خلالها الأفكار والخبرات، وكذا معلومات في مختلف الميادين، وهذا ما يساعده على الحوار والنقاش وإبداء آراءه في بعض الأمور والتخلص من الخجل الذي يشعر به في حالة الإتصال الشخصي.

1- أكرم فتحي مصطفى، مرجع سابق، ص36.

2- محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الإتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص216.

3- صالح خليل أبوإصبع، استراتيجيات الإتصال وسياساته وتأثيراته، دار مجدلاوي، عمان، ط1، 2005، ص328-329.

3- مجال البريد الإلكتروني:

فهو بمثابة العمود الفقري لشبكة الأنترنت والدافع الأساسي الذي أنشئت على أساسه هذه الشبكة، ويعتبر أداة فعالة من أدوات الإتصال الجماهيري على النطاقين المحلي والعالمي، ومع تطور تقنية الأنترنت أتحت لمستخدميها إمكانية الإطلاع على نتائج البحوث العلمية التي تجرى في المجتمعات المتقدمة بسهولة وبتكلفة أقل والإستفادة من نشر المعلومات والإكتشافات كل في مجاله، وبهذا يحدث تفاعل وتبادل الأفكار والمعلومات بين أفراد المجتمع الواحد ومن ناحية أخرى بين المجتمعات العالمية¹.

فيمكن من خلال البريد الإلكتروني تبادل النصوص والرسائل والملفات التي تحتوي على المعلومات من (نص، برامج، صور وموسيقى...) من حاسوب لآخر والحصول على معلومات عن المناهج والتطوير التربوي والأكاديمي وطرائق التعليم من خلال مركز مصادر المعلومات التعليمية². ومن خلال هذا، يتمكن التلاميذ من تبادل الرسائل والمعلومات بين بعضهم من خلال البريد الإلكتروني أو بين المدرس والتلاميذ للتواصل بين بعضهم خارج الصف الدراسي.

وبهذا أصبحت للأنترنت أهمية في مجال التعليم، حيث تشكل وسيلة إتصال فعالة بين المتعلم والمعلم من ناحية وبين المتعلم وزملائه من ناحية أخرى بفضل خدمات البريد الإلكتروني، فمثلا ما تقدمه جريدة الشروق اليومي من مسابقات تفاعلية تطرح من خلالها أسئلة موجهة للتلاميذ يقومون فيها باختبار أنفسهم ثم يرسلون الأجوبة على أن يتكفل الأساتذة بتصحيحها وتقويمها ويتم الإرسال عبر البريد الإلكتروني المخصص لـ (بكالوريا الشروق)، وبهذا يحصل التلاميذ على نقاط نظير إجاباتهم في مختلف المواد والشعب، وهذا يساعدهم على إكتشاف مستواهم وإمكانياتهم قبل خوض الإمتحانات النهائية في البكالوريا. كما يتواصل المختصين والأساتذة بطريقة مباشرة مع التلاميذ عبر البريد الإلكتروني لتقديم النصائح والتوجيهات³.

ويتفق العديد من التربويين ومنهم **الموسى عبد الله (2002)** و**سويدان أمل ومبارز منال (2007)** أن من أهم تطبيقات وإستخدامات البريد الإلكتروني في التعلم كما يلي:

1- محمد علي البدوي، دراسات سوسيو-إعلامية، دار النهضة العربية، بيروت، ط1، 2006، صص 245-246.

2- ماهر حسن رباح، التعليم الإلكتروني، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2004، ص87.

3- فضيلة مختاري، مسابقة وجوائز لمترشحين و"بكالوريا بيضاء" نهاية الموسم، جريدة الشروق اليومي، العدد 2845، الثلاثاء 09 فيفري 2010، صص 24.

- استخدام البريد الإلكتروني كوسيط بين المعلم والتلاميذ لإرسال الرسائل لجميع التلاميذ سواء فيما يتعلق بإرسال جميع الأوراق المطلوبة في المقررات المدرسية المختلفة أو في إرسال الواجبات المنزلية أو الرد على الإستفسارات.

- استخدامه كوسيط لتسليم الواجبات المنزلية، حيث يقوم المعلم بتصحيحها ثم إرسالها مرة أخرى لتلاميذه ويعتبر هذا العمل توفير للورق والجهد والمال.

- مساعدة التلاميذ على الإتصال بالمتخصصين في مختلف دول العالم والإفادة من خبراتهم وأبحاثهم في شتى المجالات بأقل تكلفة ووقت وجهد¹.

فللبريد الإلكتروني فوائد في التعليم لأنه يسمح بحرية التعبير بين التلاميذ مع بعضهم البعض أو مع مدرسيهم، كما يمكن استخدام مجموعات الأخبار في وضع منتديات عامة لتلاميذ التعليم، حيث يتبادل فيها وجهات النظر والأفكار وطرح سبل التعاون والإستفادة بينهم. وكذا تبادل الملفات المكتوبة، مما يجعلهم يساعدون بعضهم في الموضوعات الصعبة أو الغامضة وتقديم الشروحات، وهذا التعاون قد يزيد من تحصيلهم المعرفي والدراسي ويطور معلوماتهم ومهاراتهم في استخدامهم للتكنولوجيا الجديدة.

رابعا- أهمية التحصيل الدراسي للفرد والمجتمع:

يشير مصطلح التحصيل الدراسي إلى ما تم إستعباه من طرف التلميذ من معارف ومعلومات وما تعلمه وأتقنه من مهارات التي أكتسبها من خلال فترة دراسته، والتي يتم قياسها عن طريق الدرجات التي يحصل عليها من خلال الإمتحانات والتي تسمح له بالإننتقال إلى السنوات الأخرى. وبوصف التحصيل الدراسي بعملية تربوية وإنسانية وإجتماعية، فإنه يرتبط ارتباطا وثيقا بما يملكه التلميذ من قدرات وإستعدادات وما يتأثر به من عوامل ذاتية ومدرسية وأسرية وبيئية على تحصيله الدراسي.

فلا أحد ينكر أهمية التحصيل الدراسي على الفرد والأسرة وعلى مجتمع ككل، وبالتالي لا يوجد مجتمعا واحدا في العالم لا يقدر الأهمية الكبرى للتحصيل العلمي في تحقيق التقدم وإجتثاث رواسب التخلف.

1- رانيا بنت أبو بكر سالم بلجون، مرجع سابق، ص66.

وقد أصبحت المجتمعات الحديثة اليوم، تستمد بناء قطاعاتها المختلفة من ما توفره لها مخرجات التعلم بأنواعها، فإن هذه المخرجات تقاس في إنجازاتها وكفاءاتها بمقياس يسمى التحصيل الدراسي الذي أصبح أداة لقياس الجدارة الأهلية والمفتاح الذي بواسطته تفتح أبواب التدرج العلمي الذي قاده أبنائها¹.

وتتمثل أهمية التحصيل الدراسي في إحداث تغير سلوكي إدراكي أو عاطفي أو إجتماعي لدى التلاميذ ما يسمى *بالتعلم* والذي هو عملية باطنية وغير مرئية تحدث نتيجة تغيرات في البناء الإدراكي للتلاميذ، ويتم التعرف عليه بالتحصيل². إذن التحصيل هو نتاج العملية التعليمية. كما تكمن أهميته أيضا، أنه يسمح للشباب القيام بدور إيجابي في المجتمع ومواجهة مشاكل الحياة واكتساب القدرة على تحقيق مشاعرهم الشخصية في الحياة من خلال معرفة كيف يتعلم، وكيف يحصل على المعلومات، كيف يتصل، حب الثقافة، معرفة معنى التعاون وتحمل المسؤولية وغيرها³.

يؤكد "قرازة" على أهمية التحصيل أنه: "يبرز بمقدار ما يحققه من الأهداف السلوكية (المعرفية، الوجدانية والسيكوحركية)، فكلما كان هذا التحصيل مؤثرا في هذا المردود التنموي الشامل عند التلاميذ، كانت فعاليته إيجابية وأهميته التربوية في سلوك التلاميذ نحو الأفضل ومساعدتهم على التفاعل مع بيئتهم⁴.

فلهد أصبحت مسألة التحصيل الدراسي من أهم إهتمامات المجتمع الحديث فتطوره وتقدمه مرتبط بمدى تعلم أفرادهم وتحصيلهم، ولأن رفع مستوى التحصيل الدراسي حتما سيؤدي إلى رفع مستوى مخرجات التعليم الذي ينعكس على الأفراد، بإعتبارهم دعائم وقوة وتقدم المجتمعات، كما أن بلوغ مستويات متقدمة في التحصيل الدراسي له أثر بارز على حياة كل من التلميذ وأسرته ومجتمعه، والسعي نحو مستويات أفضل في التحصيل أصبح له مظهرا إجتماعيا وثقافيا في حياتنا اليومية.

1- أميمة محمد ضاهر، التحصيل الدراسي وعلاقته بمفهوم الذات لدى طلاب الثانوية الفني، جامعة دمشق، كلية التربية، قسم ارشاد نفسي، 2005-2006. الموقع الإلكتروني: www.gulfkids.com/AR/index

2- أكرم مصباح عثمان، مستوى الأسرة وعلاقته بالسمات الشخصية ولتحصيل الدراسي للأبناء، دار ابن حزم، لبنان، 2002، ص54.

3- بخوش لامية، العلاقة التربوية بين المعلم والمتعلم المراهق وانعكاسها على التحصيل الدراسي من وجهة نظر التلميذ، مذكرة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2002-2003، ص119.

4- أكرم مصباح عثمان، مرجع سابق، ص54، 55.

هناك عدة عوامل لها تأثير على مستوى التحصيل الدراسي لدى التلاميذ من أهمها العوامل الذاتية المتعلقة بالتلميذ (جسمية، صحية، عقلية، نفسية، انفعالية)، وعوامل أسرية وثقافية ومدرسية وبيئية... ومن أبرز هذه العوامل البيئية، والتي نقصد بها الأشياء المحيطة بالتلميذ خارج المدرسة والعائلة، من أهمها وسائل الإعلام كالتلفزيون، الأنترنت، المجالات ووسائل الترفيه المتوفرة كبلادي ستيشن... حيث لا يخفى علينا لما لها بكل أنواعها من أثر في حياة الناس بصفة عامة والتلميذ بصفة خاصة على تحصيله الدراسي. فهذه الوسائل تتفنن وتتنافس في إرسال الوسائل الإعلامية والإغراء بعرضها؛ بل أنها تتوسل بشهوات الإنسان لتحقيق مرادها والتأثير الذي تريده على اتجاهات الفرد والمجتمع.

ومن بين أهم الوسائل التي تؤثر على التحصيل الدراسي لتلاميذ المدارس، والتي أصبح يطلق على عصرنا هذا بعصر الأنترنت بلا منازع؛ حيث تدخلت في شتى المجالات العملية والنظرية؛ بل حتى في التربية وصياغة عقول الناشئة من هذا الجيل، كما أنه قيل أن الأنترنت رب الأسرة الجديد، ونلاحظ بالفعل أنها تتدخل وبشكل كبير وواسع في تربية الأبناء وفي ثقافتهم وتعلمهم سلبا كانت أو إيجابا.

وقد يتضح أثر الأنترنت على التلاميذ خاصة خارج وقت الدوام المدرسي، حيث يقضون معظم الساعات في مقاهي الأنترنت أو في المنزل يتصفحون من موقع إلى آخر للإطلاع على مختلف الأخبار، ولقد وجد أن الغالبية من رواد الأنترنت هم تلاميذ المرحلة الثانوية. يعود ذلك للمرحلة العمرية التي يعيشونها فيبحثون عن الغريب والعجيب، أما أكثر ما يقضون فيه وقتهم هو مواقع المحادثة يتحدثون مع أشخاص كثيرين، وبهذا يقضون معظم ساعات النهار والليل في المحادثات. وهذا قد يؤثر على تذكر دروسهم أو إنجاز واجباتهم المنزلية وإستعدادهم للإختبار.

فالأنترنت سيف ذو حدين، فإذا لم يحسن التلميذ إستخدامها والإستفادة من المعلومات المتحصل عليها في دراسته، فإنها تؤدي إلى ضعف مستواه الدراسي وإنخفاض معدله، أما إذا استخدمها فيما يفيده في دراسته فقد يؤدي إلى تحسين مستواه ومعدله الدراسي. وهذا ما سنتحقق منه في الدراسة الميدانية، كما يلي:

خامسا: تحليل وتفسير البيانات الميدانية:

إن كل بحث علمي يتطلب مجموعة من الخطوات والإجراءات اللازمة والمناسبة بطريقة منظمة ومنسقة، وبهذا سيتم التطرق أولا للإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية للحصول على المعلومات وثانيا تحليل النتائج المتوصل إليها.

1- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

نظرا لطبيعة الدراسة المتعلقة بمعرفة "مدى استخدام التلميذ للأنترنت وتأثيره على تحصيله الدراسي"، فسنحاول تسليط الضوء على المتغيرات التي تتدخل في العلاقة بين استخدام الأنترنت والتحصيل الدراسي، وذلك بالوصف والتحليل سواء كميًا أو كفيًا لمعرفة مدى إستفادة التلاميذ من هذه التقنية في الحصول على المعلومات في تحسين مستوى تحصيلهم الدراسي، وكذا مدى إشراف وتنظيم الآباء لأبنائهم ساعات (أوقات) استخدامهم للأنترنت.

وهذا ما اقتضى منا استخدام المنهج الوصفي الذي يعد أنسب المناهج لمثل هذه الدراسات، حيث يصف الظاهرة كما هي في الواقع ولا يكتفي بالوصف والتشخيص فقط، بل يتعدى إلى دراسة العلاقات السببية لغرض إكتشاف الحقائق المرتبطة وتحليلها وتعميمها أيضا. ومن أهم الأدوات المستخدمة في هذه الدراسة المقابلة كأداة أساسية لمعرفة وجمع البيانات الضرورية المتعلقة بالمجال المكاني، والإستمارة كأداة أساسية لجمع المعلومات والبيانات للإلمام بكافة جوانب الظاهرة المدروسة، تضمنت 89 سؤالاً وهي مقسمة إلى قسمين: إستمارة خاصة بالتلاميذ تكونت من 61 سؤالاً، وإستمارة خاصة بالآباء تكونت من 28 سؤالاً.

وقد تم تحديد مجال دراستنا في تلاميذ ثانوية بلخير ومقن شعلال مسعود بولاية قالمه، من كلا الجنسين (إناث وذكور) ومن جميع المستويات التعليمية المتمثلة في: أولى ثانوي، ثانية ثانوي، وثالثة ثانوي والذين يدرسون في الشعب العلمية، الأدبية والتقنية.

وتم إختيار عينة البحث بشكل قصدي وعمدي، حيث أختارنا فئة التلاميذ الثانوي الذين يملكون الأنترنت في المنزل فقدر عدد أفراد العينة بـ (106 تلميذ وتلميذة)، تتراوح أعمارهم ما بين (16-19 سنة)، وعينة من الآباء قدر عددهم بـ (106 ولي) بلغ العدد النهائي لعينة الدراسة (212 فرد). وامتدت الدراسة الميدانية من 2010/02/21 إلى غاية 2010/04/22.

وتمثلت خصائص العينة المدروسة كما يلي:

من حيث جنس أفراد العينة كانت نسبة الذكور 51% ونسبة الإناث 49%. أما توزيع الفئات حسب المستوى الدراسي، فقد بلغت نسبة التلاميذ في السنة أولى ثانوي بـ 23,6%، والسنة ثانية ثانوي بـ 40,5%، والسنة الثالثة ثانوي بـ 35,9%. أما بالنسبة للشعب العلمية قدرت نسبة التلاميذ بـ 56,6%، وفي الشعب الأدبية قدرت بـ 28,3%، وفي الشعب التقنية قدرت بـ 15,1%.

2- نتائج الدراسة:

بعد مراجعة إستمارات البحث وتمييزها، قمنا بتفريغ البيانات وتحليل وتفسير المعطيات الإحصائية، وبعد فحص البيانات نقدم صورة عن خصائص مجتمع البحث وفق المتغيرات الديمغرافية، ثم نحاول عرض أهم ما توصلت إليه الدراسة وتحليل علاقة استخدام الانترنت على التحصيل الدراسي للتلميذ.

-نتائج توضح عدد ساعات استخدام الأنترنت وعلاقتها بجنس التلاميذ:
الجدول رقم (01): يوضح ساعات الاستخدام وعلاقتها بجنس التلاميذ:

الجنس	ذكور		إناث		ساعات الاستخدام
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
[1 سا - 3 سا]	26	24.5%	26	24.5%	
[4 سا - 6 سا]	12	11.4%	08	07.5%	
أكثر من 6 سا	16	15.1%	18	17%	
المجموع	54	51%	52	49%	

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن النسب متساوية بين الجنسين في عدد ساعات استخدام الأنترنت لمدة 3 ساعات، وهي المدة المناسبة والمطلوبة للتلاميذ في جمع المعلومات التي يحتاجونها في دراستهم كإنجاز بحوثهم وواجباتهم المنزلية؛ لأن الأنترنت قد تثير في التلميذ روح المغامرة ونشوة تحقيق الذات عبر ما يصل إليه، ويجعله متلهفا لمعرفة كل جديد وبالتالي قد ينساق وراء مضامين هذه المواقع المختلفة.

أما التلاميذ الذين يستخدمون الأنترنت لأكثر من 6 ساعات وهي نسبة معتبرة للجنسين، حيث يجلس التلاميذ أمام الأنترنت لساعات طويلة في تصفح مختلف مواقعها كتقصي أخبار الفنانين أو التراسل عبر البريد الإلكتروني مع الزملاء الدراسة والدرشة عبر الشات مع الأصدقاء أو الأجنب أو إنجاز البحوث.... أو التسلية من خلال تحميل ألعاب الأنترنت ... وللتأكد من دلالة هذه الفروق بين النسب قمنا بحساب k^2 والذي يساوي $k^2=0.86$ وعند درجة حرية 2 وبمستوى الدلالة 0.05، وجدنا أن k^2 المحسوبة أقل بكثير من k^2 الجدولة، وهذا يعني عدم وجود علاقة بين المتغيرات، أي لا توجد فروق بين الجنسين في ساعات الإستخدام.

* الجدول رقم (02): يوضح ساعات الإستخدام وعلاقتها بالمستوى التعليمي للتلميذ:

مستوى التعليم		متوسط		جيد		ساعات الاستخدام
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%23.5	25	%17	18	%08.5	09	[1سا - 3سا]
%17	18	%02	02	-	-	[4سا - 6سا]
%15	16	%17	18	-	-	أكثر من 6 سا
%55.5	59	%36	38	%08.5	09	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد العينة لكل مستوى تعليمي يقضون من [1 سا - 3 سا] في تصفح الأنترنت، وهي المدة المعقولة لجمع المعلومات لإنجاز البحوث وتحضير الدروس لليوم الموالي، وهذا قد يرجع إلى مراقبة الآباء لأبنائهم وتنظيم أوقات إستخدامهم للأنترنت ومراجعة الدراسة.

كما نلاحظ أن التلاميذ ذوي المستوى الجيد تتعدم نسبتهم في إستخدام الأنترنت أكثر من 4سا إلى 6سا، وهذا قد يرجع إلى إستخدامهم للأنترنت إلا عند الحاجة أو تدخل الآباء في تنظيم ساعات إستخدامهم للأنترنت حتى لا تؤثر على مستوى تحصيلهم الدراسي.

أما التلاميذ ذوي المستوى المتوسط والضعيف الذين يستخدمون الأنترنت أكثر من 6 ساء، ربما للهروب من الضغوطات والمشاكل التي يعيشونها وفشلهم الدراسي، وقد تصل إلى حد مرحلة الإدمان.

وللتحقق ما إذا كانت هناك فروق بين النسب المئوية قمنا بحساب k^2 والذي يساوي $k^2=16.49$ عند درجة حرية 4 وعند مستوى الدلالة 0.05 ، وجد أن k^2 المحسوبة أكبر بكثير من k^2 المجدولة. ومنه يتضح أنه توجد علاقة بين المتغيرات، حيث وجد أن عدد ساعات التي يقضيها التلاميذ في استخدام الأنترنت تتأثر بالمستوى التعليمي للتلاميذ.

- نتائج توضح معدل استخدام التلاميذ للأنترنت وعلاقتها بمستوى التحصيل الدراسي
* الجدول رقم (03): يوضح معدل استخدام الأنترنت وعلاقتها بجنس التلاميذ:

الجنس	ذكور		إناث	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معدل الاستخدام				
يومي	44	%41.5	36	%33.9
مرة في الأسبوع	04	%03.8	12	%11.3
أكثر من ذلك	06	%05.7	04	%03.8
المجموع	54	%51	52	%49

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلب المبحوثين يستخدمون الأنترنت بشكل يومي، حيث يستخدمون الأنترنت بشكل مستمر نتيجة لتوفرها في المنزل، ونلاحظ أن الذكور أكثر استخداما للإطلاع على مختلف الأخبار وتحميل البرامج والملفات والدرشة مع الأصدقاء والزملاء... أما الإناث فيستخدمنها للبحث وجمع المعلومات التي تخص الدراسة.

أما التلاميذ الذين يستخدمون الأنترنت بمعدل مرة في الأسبوع وجد أن الإناث أكثر استخداما مقارنة بالذكور فهي ضئيلة جدا، وهذا ما يوضح أن الإناث ينظمن أوقاتهن في استخدام الأنترنت

بعد مراجعة دروسهن، وكذا إستخدامها عند الحاجة أو إنجاز البحوث، أو وجود الرقابة من طرف الآباء ومساهمتهن في تنظيم أوقات إستخدام الأنترنت حتى لا تؤثر على دراستهن. وللتحقق من وجود علاقة بين المتغيرات قمنا بحساب k^2 الذي يساوي $k^2 = 5.14$ عند درجة حرية 2 وعند مستوى دلالة 0.05، فتوصلنا إلى أن k^2 المحسوبة أقل من k^2 الجدولة، وهذا يعني عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي لا توجد فروق بين الجنسين ومعدل الإستخدام.

* الجدول رقم (04): يوضح معدل الاستخدام وعلاقته بمستوى التحصيل الدراسي للتميز:

مستوى التحصيل		متوسط		جيد		معدل الاستخدام
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%44.3	47	%26.4	28	%04.7	05	يومي
%07.5	08	%01.9	02	%05.7	06	مرة في الأسبوع
%05.7	06	-	-	%03.8	04	أكثر من ذلك
%57.5	61	%28.3	30	%14.2	15	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن التلاميذ ذوي المستوى الضعيف هم أكبر نسبة تستخدم الأنترنت بشكل يومي، فقد يستخدمونها للبحث عن المعلومات لتطوير أنفسهم والتخلص من ضعفهم في الدراسة وفشلهم أو يستخدمونها لقضاء وقت الفراغ والتسلية والتحدث مع الآخرين، مما يؤثر على مستواهم الدراسي وضعف معدلاتهم، أما التلاميذ ذوي المستوى المتوسط يستخدمون الأنترنت بشكل يومي، فهذه الفئة تستخدم الأنترنت لجمع المعلومات التي تخص الدراسة والإطلاع على مختلف المواقع التعليمية، التي قد تساعدهم على في دراستهم وتحسين مستواهم ومعدلاتهم الدراسية. وبالنسبة للتلاميذ ذوي مستوى جيد يستخدمون الأنترنت بمعدل مرة في الأسبوع، حيث يقضون معظم أوقاتهم في مراجعة دروسهم وممارسة أنشطتهم المختلفة ويستخدمونها بعد الإنتهاء من المراجعة وإنجاز بحوثهم أو للترفيه عن أنفسهم، وهذا ما يوضح أنهم يخضعون للرقابة الوالدية. نلاحظ من خلال هذا الجدول أن التلاميذ الذين يستخدمون الأنترنت بمعدل يومي قد يؤثر على دراستهم ومنه تحصيلهم الدراسي من خلال قضائهم لوقت طويل في تصفح مواقع الأنترنت وإهمال مراجعة الدروس أو تأخرهم عن الدراسة. ولإختبار ما إذا كانت هناك علاقة بين المتغيرات

قمنا بحساب k^2 الذي يساوي $k^2=17.29$ عند درجة حرية 4 وعند مستوى دلالة 0.05، وجدنا أن k^2 المحسوبة أكبر بكثير من k^2 المجدولة. وهذا يعني وجود علاقة بين معدل الإستخدام ومستوى التحصيل الدراسي.

الجدول رقم (05) : يوضح الأوقات التي يسمح بها الآباء إستخدام الأنترنت:

النسبة	التكرار	أوقات استخدام الأنترنت
-	-	قبل المراجعة
35.9%	38	بعد المراجعة
20.7%	22	في أي وقت
43.4%	46	حسب الحاجة
100%	106	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن إستخدام الأنترنت قبل المراجعة تمثل نسبة منعدمة ويرجع السبب لعدم سماح الآباء لأبنائهم بإستخدام الأنترنت إلا بعد مراجعة الدروس ولبعض الساعات فقط دون قضاء وقت طويل، حيث يستغلونها لجمع بعض المعلومات تخص الدراسة، وكذا الترفيه عن أنفسهم من الضغوط.

وبالنسبة للآباء الذين يسمحون لأبنائهم بإستخدام الأنترنت وقت الحاجة كإنجاز البحوث والواجبات المنزلية أو للحصول على معلومات من المواقع التعليمية لتوسيع دائرة المعارف لديهم وتدعيم دروسهم وكذا لتحضير أنفسهم للفروض والإختبارات.

أما الآباء الذين يسمحون لأبنائهم بإستخدام الأنترنت في أي وقت، قد يرجع هذا لعدم درايتهم بسلبيات الأنترنت التي قد تؤثر على دراستهم ومستواهم الدراسي، إذ لم تستغل بالشكل الجيد، وذلك يرجع لكون مرحلة المراهقة التي تجعله شغوف بها وكذا إشباع إحتياجاته، أو تركهم على حريتهم للحصول على معلومات من المواقع التعليمية لتوسيع دائرة المعارف لديهم وتدعيم دروسهم، وكذا لتحضير أنفسهم للفروض والإختبارات.

الجدول رقم (06): يوضح تنظيم الآباء ساعات استخدام أبنائهم للإنترنت:

النسبة	التكرار	تنظيم ساعات استخدام الأنترنيت
34%	36	نعم
35.9%	38	لا
30.1%	32	أحيانا
100%	106	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (06) أن نسبة معتبرة من الآباء ينظمون لأبنائهم ساعات استخدامهم للإنترنت، وهذا نتيجة لوعي بعض الآباء ومعرفتهم بمدى خطورة الإنترنت في حالة الإستعمال المفرط لها والتأثيرات السلبية التي قد تتجم عنها كالإدمان عليها، إنخفاض التحصيل الدراسي والعزلة... أما نسبة الآباء الذين لا ينظمون لأبنائهم ساعات استخدامهم للإنترنت هي أكبر نسبة، ويبرر بعض الآباء بأن أبنائهم يستخدمون الإنترنت في أوقات الفراغ والحاجة، كما ينظمون بأنفسهم أوقاتهم لمراجعة الدروس واستخدام الإنترنت باعتبارها وسيلة لدعم وتسهيل البحث، وقد برر البعض بأنهم يعملون بعيدا وكثرة إنشغالاتهم وتعدد مسؤولياتهم لا يوجد الوقت للجلوس مع الأبناء وتنظيم ساعات استخدامهم للإنترنت.

* الجدول رقم (07): يوضح جلوس الآباء مع أبنائهم عند تصفحهم للإنترنت من فترة لآخرى:

النسبة	التكرار	جلوس الآباء مع الأبناء
24.5%	26	نعم
28.3%	30	لا
47.2%	50	أحيانا
100%	106	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم الآباء يجلسون مع أبنائهم من فترة لآخرى في تصفح مختلف مواقع الإنترنت، حيث يقومون بتوجيههم وتعليمهم كيفية البحث عن المعلومات بين

المواقع وإرشادهم للمواقع التي تقيدهم في دراستهم وترك الحرية لأبنائهم في التصفح لوحدهم حتى لا يشعروا بالضغط من المراقبة المستمرة.

كما لاحظنا نسبة معتبرة من الآباء أجابوا بنعم أي يجلسون مع أبنائهم أثناء تصفح الأنترنت، وذلك لتقديم المساعدة في البحوث العلمية والدراسة من جهة، ومن جهة أخرى يتم توجيههم إلى بعض المواقع التي تساعد في تخصصهم وتزويد من معلوماتهم وثقافتهم.

أما بالنسبة للآباء الذين لا يجلسون مع أبنائهم عند تصفحهم للأنترنت، قد يرجع إلى أن بعض الآباء لا يحسنون استخدام الأنترنت ليسوا على دراية بهذا الفضاء الواسع من جهة، ومن جهة أخرى نجد أن بعض التلاميذ يجلسون من مراقبة أحد الآباء في تصفح الأنترنت، وذلك لأنهم يزورون بعض المواقع لا يصح أن يراها أوليائهم.

و منه نستنتج أن التلميذ يسعى إلى الإستقلال عن والديه وعدم الخضوع لسلطتهم، فهو يود أن يكون مسؤولاً عن نفسه وعن تصرفاته وأن يفعل أي شيء يريد دون تدخل الوالدين في حياته الشخصية لأنه يعتبره تطفل ومحاولة للمساس بقيمته ومكانته، فهو يحاول أن يظهر شخصية الراشد ولا يحتاج لمراقبة أو توجيه لأنه يشعر أنه قادر على توجيه نفسه والتخطيط لها وتحمل المسؤولية.

* الجدول رقم (08): يوضح مدى تأثير الأنترنت منذ بداية إستخدامها على مستوى التحصيل الدراسي للتلميذ:

النسبة	التكرار	تأثير الأنترنت على التحصيل الدراسي
24.5%	26	زاد المعدل
54.7%	58	انخفض المعدل
20.8%	22	لم يتغير
100%	106	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن الأنترنت أثرت سلباً على التحصيل الدراسي للتلاميذ، حيث وجد أن أكثر من نصف المبحوثين انخفض معدلهم التحصيلي منذ بداية استخدام الأنترنت، وهذا يبين أنها تستهلك وقت التلميذ، لما تتميز به من مميزات جعلتها تجذب كل الفئات إليها

وقضائهم وقت طويل في تصفح مواقعها المتنوعة، مما أثر على نشاطاتهم كالدراسة والنوم والجلوس مع العائلة... كما سلبتهم وقت كان يجب أن يكسبهم تجارب وخبرات مباشرة من الحياة، وكذا تسببت لهم من إنحدار في مستوى التذكر والحد من الخيال والمقدرة على التعلم.

أما التلاميذ الذين اثرت عليهم الانترنت ايجابا، حيث زادت من معدل تحصيلهم الدراسي، وهذا يبين أنهم ينظمون أوقاتهم في المراجعة وإستخدام الأنترنت ولا يستغلونها إلا في أوقات فراغهم لإزالة القلق والترفيه عن أنفسهم من خلال اللعب بالألعاب الإلكترونية التعليمية التي تنمي ذكائهم وتوسع خيالهم، كما ساعدتهم مختلف المواقع على إكتساب معلومات جديدة ومتنوعة وتوظيفها بطريقة إيجابية في حل مشاكلهم، وكذا تدعيم دروسهم، وحصولهم على معلومات لإنجاز بحوثهم من عدة مواقع، مما يؤدي بهم إلى مراجعتها وإعادة صياغتها وبهذا تترسخ المعلومات في أذهانهم.

3- مناقشة نتائج الدراسة:

بعد المعالجة الإحصائية لمختلف البيانات التي استخدمناها لإختبار فروض الدراسة الخاصة بظاهرة الإستخدام المنزلي للأنترنت لدى التلميذ الثانوي وعلاقته بتحصيله الدراسي، توصلنا إلى العديد من النتائج أهمها:

- لا توجد فروق بين الجنسين (الذكر والأنثى) في ساعات استخدام الانترنت عند تصفحها أي استقلالية متغير الجنس عن ساعات الاستخدام، وهذا ما أكدته بعض الدراسات بأنه لا توجد علاقة بين الجنسين وتخصص الطلبة من جهة وعدد الساعات التي يقضونها في تصفح الأنترنت من جهة أخرى (فواز عبد الله، 2009؛ ابراهيم شوقي عبد الحميد، د س).
- لكن توجد علاقة بين ساعات الإستخدام والمستوى التحصيلي للتلاميذ، حيث وجد أن التلاميذ ذوي التحصيل المتوسط والضعيف يستخدمون الأنترنت للتسلية والترفيه من خلال قضائهم ساعات طويلة في تصفح الأنترنت، مما قد يؤدي إلى اضطراب وتغير في عادات النوم وتوقفهم عن ممارسة الهوايات والأنشطة الأخرى المفيدة، وبالتالي وجود مشكلات في التوافق مع الدراسة ومتطلباتها، مما يفسر تدني مستوى تحصيلهم الدراسي مقارنة بالذين يستخدمون الأنترنت من أجل التعلم بإعتبارها وسيلة ميسرة للتعلم وتحسين المستوى الدراسي.

- كما تبين أنه لا توجد فروق بين الجنسين (الذكر والأنثى) في معدل إستخدام الأنترنت، ولكن وجدت علاقة بين معدل الإستخدام ومستوى التحصيل الدراسي، أي أن التلاميذ منخفضي التحصيل

يستخدمون الأنترنت بمعدل يومي لمدة 3 ساعات إلى 6 ساعات بدافع شغل وقت الفراغ أو محاولة الهروب من الضغوط الدراسية لتجنب الشعور بالفشل نتيجة ضعف تحصيلهم الدراسي أو الصعوبات التي يواجهونها في دراستهم.

- إن التلاميذ الذين يستخدمون الأنترنت في مجال التعليم من أجل التعلم و إنجاز البحوث وزيادة رصيدهم المعرفي أثر على تحصيلهم الدراسي إيجابا، وكان التأثير على الذكور أكثر منه عند الإناث، أما بالنسبة للتلاميذ الذين يستخدمون الأنترنت في المجال الترفيهي كالتراسل عبر البريد الإلكتروني والتواصل مع الآخرين عبر غرف الدردشة كان تأثيرها سلبي على التحصيل الدراسي لكلا الجنسين من التلاميذ من خلال قضائهم ساعات طويلة في التراسل والتحدث مع الآخرين وتأجيل مراجعة الدروس وإنجاز الواجبات اليومية.

- وقد تبين أنه لا توجد علاقة بين تنظيم الآباء لوقت استخدام أبنائهم للأنترنت ومستوى التحصيل الدراسي، وهذا ما يوضح نظريا أن الآباء يقدمون توجيهات لأبنائهم ويشجعونهم على استخدام الأنترنت لزيادة معارفهم واستفادة منها لتحسين مستواهم التعليمي، ولكن لا توجد رقابة مستمرة ودائمة لتنظيم ساعات الاستخدام، مما أدى بالتلاميذ إلى قضائهم ساعات طويلة في تصفح مختلف المواقع والترفيه عن أنفسهم وعدم توظيف المعلومات المتحصل عليها في تحسين تحصيلهم الدراسي. وفي الأخير، توصلنا إلى أنه منذ بداية استخدام التلاميذ للأنترنت أثر سلبا على تحصيلهم الدراسي وانخفضت معدلاتهم الدراسية. وهذا عكس ما أثبتته دراسة (محمد محمود الحيلة، 2000) بأنه توجد فروق بين معدلات الطلبة في نهاية الفصل الثاني ونهاية الفصل الأول وترجع النتيجة إلى وجود متابعة من طرف الآباء في المنزل من حيث تنظيم ساعات استخدام أبنائهم للأنترنت ونوعية البرامج المراد الحصول عليها والمواقع التي يزورها أبنائهم، وهذا ما يعزز المشاركة بين الآباء والأبناء في الوصول إلى المعرفة والمعلومات التي يحتاجونها في دراستهم وتوظيفها إيجابيا، مما يساعد على زيادة معدلاتهم الدراسية.

خاتمة:

أصبح التلاميذ يستخدمون الأنترنت كوسيط للحصول على المعلومات من خلال مواقع متعددة تتضمن مواد تعليمية تهم تخصصهم الدراسي، وبهذا فهم يوظفونها كمصدر للمعلومات ووسيط في

التعليم، وبالتالي نشوء بيئة تعليمية جديدة مشوقة وممتعة لتعليم وتعلم التلميذ، مما يزيد من دافعيته للتعلم وإتقان ما تعلمه وتنمية مهارة البحث لديه.

فوجد أن معظم التلاميذ يشتركون بالمنتديات التعليمية لإكتساب معارف وخبرات أكثر، والإطلاع على أهم ما توصل إليه العلم وتنمية ثقافتهم وتطوير قدراتهم وأفكارهم في مجال الدراسة من خلال تحميل الملفات الخاصة بالدروس الملخصة، إنجاز البحوث والواجبات المدرسية بالتعاون مع الزملاء أو أعضاء المنتدى وحل المسائل الصعبة... وهذا ما مكنهم من الحصول على معلومات أفادتهم في دراستهم وتخصصهم الدراسي.

كما وجدنا بعض التلاميذ يستخدمون الأنترنت للمتعة والترفيه من خلال مشاركتهم في غرف الدردشة للتواصل مع الزملاء أو أفراد آخرين عبر العالم أو التراسل عبر البريد الإلكتروني ملفات متنوعة وتكوين علاقات إجتماعية جديدة وزيادة ثقافتهم والإطلاع على كل ما هو جديد. ولكن لا يغفل علينا بأن الأنترنت سلاح ذو حدين لأن التلاميذ يجدون في هذه الوسيلة متعتهم وضالتهم، مما قد يؤدي بهم إلى الإفراط في إستعمالها لوقت متأخر من الليل ما يجعلهم يتأخرون في الإلتحاق بمقاعد الدراسة وإهمال المراجعة اليومية للدروس، وبالتالي حصولهم على علامات ضعيفة في مختلف المواد وهذا ما أثر سلبا على تحصيلهم الدراسي وضعف معدلاتهم.

وبهذا، لا بد على الآباء من متابعة أبنائهم في المنزل عند استخدامهم للأنترنت من حيث تحديد ساعات استخدامهم للأنترنت ومعرفة نوعية البرامج والمواقع التي يتصفحونها وتوعيتهم بإيجابيات وسلبيات هذه الشبكة، وأن لا يتركوا لأبنائهم مجالا للوصول إلى برامج فيها مضيعة للوقت كغرف الدردشة والبريد الإلكتروني أو مشاهدة مواضيع لا أخلاقية.

قائمة المراجع:أولاً- الكتب:

- 1- أكرم مصباح عثمان(2002)، مستوى الأسرة وعلاقته بالسمات الشخصية والتحصيل الدراسي للأبناء، دار إبن حزم، لبنان.
- 2- أكرم فتحي مصطفى(2006)، إنتاج مواقع الأنترنت التعليمية، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- 3- جمال محمد أبو شنب(2006)، نظريات الاتصال والاعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر.
- 4- كمال عبد الحميد زيتون(2004)، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصالات، ط2، عالم الكتب، دون بلد.
- 5- ماهر حسن رباح(2004)، التعليم الالكتروني، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
- 6- مجد هاشم الهاشمي(2001)، الاتصال التربوي وتكنولوجيا التعليم، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
- 7- محمد محمد الهادي(2001)، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.
- 8- محمد علي البدوي(2006)، دراسات سوسيو-إعلامية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت.
- 9- عبد اللطيف حسين فرج(2007)، تحفيز التعلم، ط1، دار الحامد، عمان.
- 10- صالح خليل أبو اصبع(2005)، استراتيجيات الإتصال وسياساته وتأثيراته، ط1، دار مجدلاوي، عمان.

ثانياً: الجرائد:

- 1- إيمان ب. (2009)، تحقيق (ويب ديالنا) يكشف مشتركو الأنترنت في الجزائر سلبيون، جريدة الشروق، العدد 2732، الجزائر.
- 2- فضيلة مختاري(2010)، مسابقة وجوائز لمترشحين و"بكالوريا بيضاء" نهاية الموسم، جريدة الشروق اليومي، العدد 2845، الجزائر.

ثالثاً: الرسائل:

1- بخوش لامية(2003)، العلاقة التربوية بين المعلم والمتعلم المراهق وانعكاسها على التحصيل الدراسي من وجهة نظر التلميذ، رسالة الماجستير في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر .

رابعا: المواقع الإلكترونية:

1- أحمد جميل حمودي، المتغيرات الاجتماعية - غير المدرسية - المرتبطة بكل من التحصيل الدراسي والإستبعاد الإجتماعي: دراسة سوسيولوجية نقدية، مجلة علوم إنسانية، العدد 41، ربيع 2009. الموقع الإلكتروني: www.ulum.nl

2- إيمان محمد ترسن هاشم ومحمد نيازي البخاري، أهمية استخدام مواقع تعليم اللغة الإنجليزية على شبكة الأنترنت في تحسين مهارتي الاستماع والتحدث مع وجهة نظر معلمات ومشرفات المرحلة الثانوية بمدينة جدة، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس اللغة الإنجليزية، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس، 1428هـ-1429هـ. الموقع الإلكتروني: libback.uqu.edu.sa/hipres/FUTXT/7271.pdf

3- أميمة محمد ضاهر، التحصيل الدراسي وعلاقته بمفهوم الذات لدى طلاب الثانوية الفني، جامعة دمشق، كلية التربية، قسم ارشاد نفسي، 2005-2006. الموقع الإلكتروني: www.gulfkids.com/AR/index

4- عبد الله بن عبد العزيز الموسى، استخدام خدمات الإتصال في الأنترنت بفاعلية في التعليم. الموقع الإلكتروني: <http://www.riyadhedu.gov.sa>

5- فواز العبد الله، إتجاهات طلبة كلية التربية نحو إستخدام الأنترنت في التعليم والتعلم في ضوء مجموعة من المتغيرات، جامعة دمشق، كلية التربية، قسم المناهج وطرائق التدريس، 2008-2009. الموقع الإلكتروني: www.damas.univ.shern.net

6- رانيا بنت أبوبكر سالم بلجون، فاعلية استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية لأداء الواجبات المنزلية وأثر ذلك على تنمية التحصيل الدراسي لدى طالبات الصف الأول ثانوي في الكيمياء بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس العلوم، جامعة أم القرى، كلية التربية بمكة المكرمة، قسم المناهج وطرق التدريس، 1428هـ-1429هـ. الموقع الإلكتروني: <http://libback.uqu.edu.sa/hipres/FUTXT/7101.pdf>

الحراك الشعبي في ظل إعلام النقرة.

(دراسة ميدانية لعينة من المتظاهرين الجزائريين)

**the popular mobilization and the context of the press.
(field study on a sample of Algerian protesters)**

للباحثة: خيرة مكرتار

الدرجة العلمية: دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال.

المؤسسة التابعة لها: جامعة مستغانم (الجزائر)

ملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على دور إعلام النقرة في دفع و تحريض الشعب الجزائري للمشاركة في فعاليات الحراك الشعبي، باستخدام منهج المسح الاجتماعي، على عينة قوامها 200 مفردة، مكونة من عدد من المواطنين الجزائريين على اختلاف سماتهم وخصائصهم والذين خرجوا في مظاهرات سلمية عام 2019.

فقد انطلقت منذ 22 فيفري 2019 مظاهرات سلمية على مستوى مختلف الولايات الجزائرية، طالب فيها الشعب الجزائري من القائمين على النظام الحاكم الرحيل، إضافة إلى عدول رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة عن الترشح لعهدة خامسة، وإبعاد المفسدين أيا كان انتماءهم السياسي. هذا، و قد طالب المنظمون لهذه المسيرات و الاحتجاجات بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية و اجتماعية على مستوى الوطن، بحيث تحظى هذه المسيرات و الاحتجاجات بمشاركة جميع أطياف المجتمع الجزائري.

و تبعا لذلك جاءت هذه الدراسة لتحاول رصد دور إعلام النقرة في دفع المواطن الجزائري للمشاركة في الحراك الشعبي.

الكلمات المفتاحية: إعلام النقرة، مواقع التواصل الاجتماعي، المظاهرات السلمية، الويب 0.2، الحراك الشعبي.

Abstract

The purpose of this study is to identify the role of press freedom for encouraging the Algerian people to participate in the activities of the popular mobilization, we use the survey method, on a sample of 200 persons, , which participated on February 22, 2019 in the peaceful demonstrations.

key words:

Social media, web 0.2, popular mobilization, context of the press.

مقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالمي الاعلام و الإتصال، الأمر الذي جعل أفراد المجتمع يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم و أوقاتهم، و من بين أبرز تلك الإهتمامات "التواصل الإجتماعي" بين الأفراد، فقد توفر لهم ذلك عن طريق شبكات اجتماعية عبر شبكة الأنترنت، و كان لهذا العالم أثره الكبير على الهوية الإجتماعية و الوطنية وعلى الترابط الإجتماعي داخل المجتمع الواحد و حتى في التحفيز على الحراك الشعبي، فقد أثرت في تغيير أوضاع العديد من المجتمعات، و هذا الأثر على جانبيين إيجابي وسلبي، وبحكم أن الإنسان اجتماعي بطبعه فأغفال الجانب الإيجابي لهذه الشبكات أمر لا يخفى عن أحد، فأصبح الإنسان اليوم يعتبر مجتمعه الافتراضي من ضمن اهتماماته وربما طغى على الجانب الإجتماعي الواقعي.

و تعرف مواقع التواصل الإجتماعي بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب web 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الإطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الإجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية.

و سنتناول في هذه الدراسة دور إعلام النقرة بوسائطه المختلفة في دفع الشعب الجزائري للتظاهر وخلق الحراك الشعبي.

الإشكالية:

أفرزت التكنولوجيا الحديثة للمعلومات و الإتصال ظهور و تطور ما يسمى بإعلام النقرة وشبكات التواصل الإجتماعي، التي بدأت تظهر بوادرها خلال العقد الأخير من القرن الماضي، فتعددت وجهات النظر و الدراسات حول المضامين التي تنتشر من خلالها في مختلف المجالات السياسية، الإقتصادية، الإجتماعية... الخ و خاصة على المستوى الإعلامي، فسرعة و تحديث المعلومات التي تنتشرها، إضافة إلى إفساحها المجال للفرد العادي في التفاعل معها و التعليق على محتوياتها، كلها مميزات جعلت العديد من الناس يقبلون عليها من مختلف الأعمار و الأجناس، فقربت الشعوب من مختلف أقطار العالم، بالنظر للمعلومات المتدفقة فيها ذات الطابع المحلي، الدولي و الإقليمي، فقد قال "كريس هيوز" أحد مؤسسي موقع "فيسبوك" في بوسطن أنه " خلال عامين إلى خمسة أعوام من الآن سيختفي السؤال عن أي المواقع تستخدم بخلاف الشبكات الإجتماعية لأن جميعها ستكون اجتماعية"، و قال "هيوز" خلال حلقة نقاشية في مؤتمر استثمار "تشارلز شواب" "المواقع الإجتماعية أصبحت الإطار... المصفاة لكثير من المعلومات." أما "بيز ستون" و هو أحد مؤسسي موقع "تويتر" يقول أن "اتساع نطاق التواصل الإجتماعي عبر الأنترنت سيتواكب مع ارتفاع في حركة التنقل الشخصي وذلك في ظل إحلال أجهزة الكمبيوتر التقليدية بالهواتف النقالة الذكية"¹.

كل هذه التطورات أدت إلى ظهور وعي واضح وفي مختلف المجالات على مستخدمي هذه المواقع واتفاقهم على مسائل تخص مشاكل مجتمعاتهم، فخلقت بذلك حراكا شعبيا في العديد من الدول كالجزائر من خلال طريقة تفاعل المستخدمين مع هذه الوسائل و فضاءاتها المختلفة.

و من هنا فإن مشكلة هذه الدراسة تتحدد في رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك الشعبي بالجزائر خلال سنة 2019.

مما سبق، نطرح الإشكال التالي:

1- إحصائيات: تاريخ دخول الموقع 2019-03-14، على الرابط التالي:

<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

- إلى أي مدى ساهم إعلام النقرة في خلق وتنظيم الحراك الشعبي بالجزائر؟
- و في ظل التحولات الراهنة نستهدف معالجة هذا الإشكال من خلال طرح التساؤلات الآتية:
- ما هي أسباب ودوافع خروج الشعب الجزائري للشارع في مظاهرات سلمية؟
- ما مدى اعتماد مفردات العينة على وساطة إعلام النقرة في إيصال مطالبهم؟
- كيف أثر ظهور إعلام النقرة في التحفيز على الحراك الشعبي بالجزائر؟

أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف ممكنة التحقق وهي كالاتي:
- الكشف عن دور إعلام النقرة في تنظيم وتحفيز الحراك الشعبي في الجزائر.
 - التعرف على أهم وسائل إعلام النقرة المستخدمة لدى المتظاهرين الجزائريين.
 - التعرف على المطالب التي يطالب بها الشعب الجزائري في مظاهراته السلمية.
 - قياس مستوى الوعي السياسي لدى الفرد الجزائري.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تسليطها الضوء على موضوع سياسي راهن، تشهده الجزائر ألا وهو دور إعلام النقرة في التحفيز على الحراك الشعبي، حيث يعد إحدى الاشكاليات الهامة خلال هذا العقد الأخير في المنطقة العربية عموماً والجزائر خصوصاً، أين اكتسب الفرد الجزائري وعياً سياسياً غير مسبوق، عبر فيه عن مطالبه بمظاهرات سلمية تناقلتها كبريات وسائل الاعلام العربية والدولية.

الإجراءات المنهجية:

تندرج هذه الدراسة ضمن مجموعة الدراسات الوصفية، و التي تهتم بوصف البيانات و تكميمها ثم تحليلها، إذ يعنى هذا النوع من الدراسات بجمع و تلخيص و تصنيف المعلومات و الحقائق المدروسة و المرتبطة بسلوك عينة من الناس أو وضعيتهم، أو عدد من الأشياء أو سلسلة من الأحداث أو أي

نوع آخر من الظواهر أو القضايا أو المشكلات التي يرغب الباحث في دراستها بغرض التحليل و التفسير و التقييم، للتنبؤ بها و التحكم في مختلف جوانبها¹.

1- منهج الدراسة:

اقتضت ضرورة البحث العلمي -كما يقول موريس أنجرس- تخصيص جزء منه لتعريف و توضيح المنهج المستعمل²، حيث أن النتائج في حد ذاتها لا تعني شيئاً بل إن الأساس المتين لبحث ما يكمن في منهجه. وقد لجأنا في هذه الدراسة إلى المنهج المسحي، الذي يعد من أكثر مناهج البحث الأكاديمي استعمالاً، بالنظر لكونه يمكننا من جمع وقائع و معلومات موضوعية قدر الإمكان عن ظاهرة معينة، أو حادثة مخصصة، أو جماعة من الجماعات، أو ناحية من النواحي و يعمل الباحث فيه على تحليل واقع الحال للأفراد في منطقة معينة من أجل توجيه العمل في الوقت الحاضر وفي المستقبل القريب.

2- أداة جمع البيانات:

انطلاقاً من طبيعة موضوع هذه الدراسة اعتمدنا على أداة استمارة الاستبيان، التي تساعد في جمع المعلومات من الميدان (الحراك الشعبي) ثم تكميمها للوصول إلى نتائج و إحصائيات رقمية تخدم أهداف البحث و من ثمة تدعيم النتائج الرقمية التي توصلت إليها نتائج الاستمارة بتحليل و تفسير يتعمق أكثر في أسباب ظهور هذا الحراك الشعبي في الجزائر و دور إعلام النقرة في تحفيزه، بغية الوصول إلى نتائج دقيقة و موضوعية، و يعرف الاستبيان بأنه أسلوب لجمع البيانات، حيث يستهدف استمارة المبحوثين بطريقة ممنهجة و مقننة، لتقديم حقائق و أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة و أهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات³، و يعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعاً و استخدامها في منهج المسح، و ذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.

¹ - موسى بن ابراهيم حريزي و صبرينة غربي: دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية و موضوعاتها في البحوث الإجتماعية و التربوية و النفسية، مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ديسمبر 2013، العدد 13، ص 26.

³ - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، (د.ط)، ص 33 .

3- مجتمع الدراسة:

يعد تحديد مجتمع البحث خطوة أساسية من الخطوات المنهجية لأية دراسة، إذ لا يمكن لأي باحث إقامة حصر شامل لكل المفردات و إنما اختيار جمع محدود و غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المدروسة.

يقصد بمجتمع البحث " مجموع محدود أو غير محدود من المفردات، العناصر و الوحدات المحددة مسبقا، حيث تنصب الملاحظات و هو أيضا جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، و قد عرفه أحمد بن مرسل على أنه: "المجموع الكلي من المفردات و الأشياء الأخرى المحدودة أو غير المحدودة"¹.

و قد تمثل مجتمع بحث هذه الدراسة في جميع المتظاهرين في الحراك الشعبي بالجزائر من شعب من كلا الجنسين وبمختلف مستوياتهم العلمية و على اختلاف أعمارهم، والمناصب التي يتقلدونها والذين خرجوا في الحراك الشعبي بالجزائر منذ 22 فيفري سنة 2019.

4- عينة ومعاينة الدراسة:

لقد اخترنا في هذه الدراسة من المجتمع الأصلي (الحراك الشعبي) عينة ممثلة، " فالعينة جزء من الظاهرة الواسعة معبرة عنه كله، تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت، بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العينة على الظاهرة كلها² و نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة، حيث اكتفينا بعدد من المفردات، أخذناها في حدود الوقت والجهد والإمكانات، حيث اشتملت عينة هذه الدراسة على (200) مفردة، تم توزيع استمارات الاستبيان عليهم يدويا خلال مظاهرات الفاتح من مارس بالجزائر، بطريقة عشوائية، معتمدين في ذلك على معاينة عشوائية بسيطة لصعوبة وصولنا للمبحوثين ككل، لأن الظاهرة حديثة في الجزائر وهي تلك العينة التي يقوم الباحث فيها باختيار مفرداتها، أين تكون الفرص متكافئة أمام كل مفردة من مفردات المجتمع للظهور فيها باحتمال متساو مع المفردات الأخرى³.

1- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، (ط. 1)، ص 166.

2- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، المرجع نفسه، ص 197.

3- نوقان العبيدي وآخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 1997، ص 90.

المدخل المفاهيمي:

أحدث ظهور "الدوت-كوم" (dot-com) في خريف 2001 نقلة نوعية في الويب 2.0 الكثير من الباحثين استنتجوا أن الويب أخذ أكثر من حجمه الطبيعي، بينما في الحقيقة تشير التقلبات في السوق (Shakeouts) عادة إلى النقطة التي تكون فيها التقنية الصاعدة جاهزة لأن تأخذ مكانها في مكان ما في المنتصف، بدأ مفهوم الويب 2.0 لأول مرة في جلسة اجتماع جمع جهتين هما: "أو ريلي وميديا لايف" الدولية، ديل داوتيري - رائد في مجال الويب و نائب الرئيس في أو ريلي - أشار إلى أن الويب أصبح أكثر أهمية من ذي قبل، بوجود تطبيقات جديدة ومواقع تظهر بشكل منتظم علاوة على ذلك، الشركات التي اجتازت الفشل بدت وكأن بينها عوامل مشتركة¹، هل هناك احتمال أن يكون "الدوت كوم" حدد نقاط تحوُّلية للويب أدت إلى ظهور حدث مثل: الويب 2.0 ، هل مثل هذا الاحتمال يمكن أن يكون وجيها؟ اتفقوا في تلك الجلسة على أنه تلك اللحظة قد ولد مؤتمر "الويب" 2.0.

سنحاول التعرض إلى الدراسة نظريا من خلال التطرق الى العناصر التالية:

أولا: الويب 2.0

يمكن القول بأن الويب 2.0 هو "مجموعة من المبادئ والممارسات التي تجتمع مع بعضها البعض لتكون أشبه ما يكون بنظام من المواقع التي توضح بعضاً من تلك المبادئ أو كلها على اختلاف بعدها من تلك النقطة المركزية الأساسية".

¹ - Edward Elgar, Cheltenham : **Technological Revolutions and Financial** , UK, Capital, The Dynamics of Bubbles and Golden Ages,2002,p97.



المصدر: Edward Elgar, Cheltenham

يوضح هذا الشكل باختصار الويب 2.0* الذي تم إنتاجه بعد جلسة في مؤتمر FOO Camp أحد مؤتمرات "أورابلي ميديا" العمل عليها لا يزال جارياً، و كما يظهر الشكل أن كثيرا من المشاريع انطلقت من جوهر الويب 2.0 على سبيل المثال، في الإجتماع الأول للويب 2.0، في أكتوبر 2004 م، أعد "جون باتيل" و صديقه مجموعة من المبادئ التمهيدية، أول تلك المبادئ كان "الويب كمنصة" وكان هذا أشبه ما يكون بصدمة لمدعم الويب 1.0 نتسكيب*، والذي تحطم بعد منافسة حادة مع مايكروسوفت، و لتوضيح مفهوم الويب 1.0 "دبل كليك و أكامي" كانا رواداً في التعامل مع الويب كمنصة لدرجة أن الناس كانوا يظنون أن "خدمات الويب" في موقع دبل كليك يعامل كل حدث إعلاني بمعزل عن المواقع الأخرى، ويعرض للقارئ معلومات ذات صلة في كمبيوتر آخر، و كذلك "أكامي" التي تعاملت هي الأخرى مع الشبكة كمنصة حيث بنت في طبقة سفلية جداً طبقة خفية عملت على تسهيل وصول المعلومة بين الأطراف المستفيدة و تقليل الإزدحام.

مع ذلك قام هؤلاء الرواد بتوفير بدائل مفيدة استفادت منها شبكات النطاق العريض entrants مع الإستفادة من التجارب وتطويرها لفهم حقيقة المنصة الجديدة وطبيعتها، لقد كان كل من "دبل كليك

* Web 2.0 Summit: قمة الويب 2.0 المعروف سابقاً باسم مؤتمر ويب 2.0 هو الحدث السنوي، الذي يعقد في سان فرانسيسكو، ويضم مناقشات حول شبكة ويب العالمية. وقد بدأ هذا الحدث في عام 2004 من قبل تيم أورابلي، Tim O'Reilly، الذي هو أيضا صاحب مصطلح "ويب 2.0 و ينظم من قبل شركة أورابلي، و أورابلي وسائل الإعلام O'Reilly Media، و تعد قمة ويب 2.0 من أهم الأحداث في الساحة العالمية لتكنولوجيا المعلومات، و عقد بمدينة سان فرانسيسكو San Francisco بولاية كاليفورنيا الأمريكية California CA أيام 17-19/10/2012. * نتسكيب باللغة الإنجليزية "netscape communications": و هي شركة خدمات حاسوب أمريكية اشتهرت على خلفية مستعرض الويب الذي طوره تحت اسم "نتسكيب نيفيغاتور" netscape navigator، و الذي سيطر لفترة على سوق مستعرضات الويب.

و أكامي" من رواد الويب 2.0 ، وفي المقابل بالإمكان النظر لرؤية احتمالات أكثر تتضمن أساليب تصميم ويب 2.0 لاختبار العناصر الأساسية للفروقات، وللتعمق أكثر نستعرض هذه الأمثلة الثلاث:

-نتسكيب و غوغل ودبل كليك Netscape & Google & DoubleClick :

إذا كان "نتسكيب" المثال النموذجي الذي يعكس الويب 1.0 فإن غوغل هي المثال النموذجي الذي يمثل ويب 2.0 لأن القائمين على غوغل قاموا بإعداد فعاليات متنوعة لكل حقبة من الزمن، و بمقارنة الشركة مع منافستها، قامت نتسكيب بتأطير "الويب كمنصة بناء على النهج القديم حيث كان الاعتماد الأساسي على متصفح الويب، وتطبيق سطح المكتب، بالإضافة إلى استراتيجيتهم القائمة على الإستفادة من سيطرة الشركة على سوق المتصفحات لبدء سوق من المنتجات الباهظة المعتمدة على الخوادم.¹

لقد أصبحت متصفحات الويب و خدماتها في نهاية المطاف مجرد وسيلة، في حين انتقلت القيمة الفعلية إلى الخدمات التي تقدم عن طريق منصة الويب والتي يتم الوصول إليها عبر محركات البحث وأهمها هو محرك شركة غوغل Google* و على النقيض تماماً فإن غوغل عندما بدأت كتطبيق ويب لم يتم بيعها أو توزيعها، و إنما تم تقديمها كخدمة تُستخدم من قبل الذين يدفعون بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مقابل استخدام تلك الخدمة. و كما هو حال برامج شركات العهد القديم قامت "غوغل" بتقديم خدماتها للعالم وقتها لم يكن هناك إصدارات للتطبيقات ولكن تحسينات مستمرة ولم يكن هناك بيع أو ترخيص وإنما كان هناك استخدام.

لقد كانت تطبيقات غوغل تعمل على جميع الأجهزة بدون الحاجة إلى تنصيب برامج خاصة لتتوافق مع المنصات على عكس التطبيقات الأخرى المصممة من قبل شركات أخرى، وكل هذا تم إنتاجه داخل الشركة الأم تحت أنظمة مفتوحة المصدر ودون الاستعانة بجهات أخرى من خارج الشركة، تتطلب غوغل نوعاً من المنافسة التي لم تحتجها نتسكيب ألا وهي إدارة قواعد البيانات، فغوغل ليست مجرد مجموعة من أدوات التطبيقات وإنما قاعدة بيانات متخصصة، بدون البيانات تصبح الأدوات عديمة المنفعة وبدون البرامج لا يمكن إدارة البيانات، إن ترخيص البرامج و التحكم بها عن طريق APIs التي كانت الإنتصار الأكبر في الحقبة السابقة لم يعد لها مكان الآن لأن

¹ -Beer, David: **Social network(ing) sites...revisiting the story so far**, A response to danah boyd & Nicole Ellison, Journal of Computer-Mediated Communication, p 13.

التطبيقات يتم تنفيذها ولا يتم توزيعها، إضافةً إلى ذلك إن المنفعة من التطبيقات لن تكون كبيرة من دون القدرة على جمع وإدارة المعلومات، في الواقع إن قيمة التطبيق تتناسب طردياً مع ديناميكيته وقدرته على معالجة المعلومات، لا تعد خدمات غوغل خوادم و على الرغم من أنها تقدم عن طريق مجموعة من خوادم "الويب" و ليس المتصفح إلا أن المستخدمين يتعاملون معها عن طريق المتصفح ، فمحرك بحث غوغل الشهير لا يتطلب تنصيب أية برامج إضافية، حيث يتم الوصول إليه واستخدامه عن طريق المتصفح فقط، هذا الأمر أشبه ما يكون بمكالمة هاتفية، والتي تكون بين متصل ومتلقي لهذا الاتصال، فغوغل هنا تلعب دور شبكة الإتصال التي توفر لهذا الاتصال المناخ الملائم والربط مع الخوادم للوصول للنتيجة النهائية لخلاصة تجربة المستخدم لخدمة محرك البحث.

بالرغم من أن كلا من "نتسكيب" و "غوغل" تصنف على أنها شركات تطبيقات حاسوبية إلا أننا نستطيع القول وبوضوح أن نتسكيب تنتمي إلى نفس عالم شركات التطبيقات التي تنتمي لها شركات الجيل الأول مثل لوتس، مايكروسوفت، وأوراكل، وساب، وغيرها من الشركات التي بدأت نشاطها في ثورة التطبيقات الحاسوبية عام 1980 ، بخلاف غوغل حيث يمكن تصنيفها على أنها تتبع تطبيقات "ويب" شهيرة مثل: " أمازون"، "إوي باي"، و"تاب ستار"، و"دبل كليك"¹.

يُظهر بت تورنت Bit Torrent² بوضوح مبدأً أساسياً من مبادئ الويب 2.0 ألا وهو أن الخدمة تتحسن تلقائياً عندما يتم استخدامها من قبل عدد أكبر من الناس، بينما تقوم آكمي بإضافة خدمات إضافية لتحسين خدمتها، فإن "البت تورنت" تتحسن خدمتها بمجرد استخدام المستخدمين لها، هناك أشبه ما يكون ب "هندسة المشاركة"، ثقافة جزئية للمشاركة و هي تقوم على أن الخدمة تعمل عمل وسيط ذكي يربط الآخرين ببعضهم البعض و يفعل إمكانيات المستخدمين بعضهم ببعض³.

¹ - Beer, David: **Social network(ing) sites...revisiting the story so far**, (Op.cit),p 15.

"بت تورنت ورننت" Bit Torrent : هو بروتوكول يستخدم لتوزيع كميات كبيرة من البيانات عبر شبكة الإنترنت، تورنت هو واحد من البروتوكولات الأكثر شيوعاً لنقل الملفات الكبيرة، وتشير التقديرات إلى أنه يمثل من 43% إلى 70% من مجموع حركة المرور على الإنترنت .

²-Schulze, Hendrik , Klaus Mochalski : **"Internet Study 2008/2009"**

generates by far the Leipzig, Germany: ipoque Retrieved 3 Oct 2011. "Peer-to-peer file sharing (P2P) still most traffic in all monitored regions – ranging from 43 percent in Northern Africa to 70 percent in Eastern Europe.

ثانيا: إعلام النقرة ومواقع التواصل الاجتماعي

1- إعلام النقرة:

ويشار به إلى حالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو والتي يلجأ فيها المتلقي إلى استخدام نقرة الإصبع للحصول على المعلومة أو التفاعل معها، فهو يمكن من خلق شبكة معلومات متصلة ببعضها البعض عن طريق وصلات تشعبية (Hyperlinks) ومن أهم وسائله نجد مواقع التواصل الاجتماعي.

2- مواقع التواصل الاجتماعي:

ويصطلح بها على مجموعة من المواقع في شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف بالويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعي افتراضي يجمعهم حسب جماعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة ... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض¹.

هذا وتعرف أيضا بأنها حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية، إنما الفرق في أنها تضم مواضيع خاصة و عامة من كتابات وصور و أفلام ودرشات و تعارف و هي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم² مثل: Facebook و Myspace "

وعموما يمكن تعريفها بأنها عبارة عن مواقع اكتسبت صفة مواقع الشبكة الاجتماعية، التي تجمع بين العديد من أدوات الانترنت المختلفة، و ذات شعبية كبيرة، فعلى سبيل المثال، الفيسبوك يعمل كأداة للاتصال الشخصي و التفاعل الذاتي مثله مثل ما يعرف ب Blog و موقع على شبكة الانترنت الشخصية، يتيح خدمة الرسائل الفورية، ويمكن استخدامه كمنتدى للنقاش³...الخ"

¹ -Bonneau, Joseph, Anderson, Jonathan, and Danezis, George: **Prying Data Out of a Social Network**, opcit, p 55.

² - سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، سوريا، 2010، المجلد 26، العدد الأول و الثاني، ص 85.

³ - بارعة شقير وسميرة شيخاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مطابع جامعة دمشق، سوريا، 2004، ص 205.

ثالثاً: الحراك الشعبي (الجماهيري)

يعرف الحراك على أنه سعي الأفراد للتحويل من مكانة إلى أخرى داخل إطار الجماعة الأهلية الواحدة، وذلك بتبني أسلوب جديد نوعياً ومؤقت من أجل إحداث النقلة، والحراك بمعناه الإجرائي هنا هو التخلي عن البيوت والمنازل التي تفرق الجمهور وتشتتته، والنزول إلى الميادين العامة لإيصال فكرة واحدة إلى القائمين على الشأن العام، ملخصها أنه يريد المشاركة في تحديد المصير العام للجماعة الأهلية، بحيث لا يجد القائمون على الشأن العام إلا الاستجابة، فتكون الغاية اثنتان:

1- السعي لبناء هيكل تسيير الشأن العام على المدى القريب بإرساء أشخاص ونظم جديدة للتأسيس لمرحلة جديدة.

2- انتظار النتائج الإيجابية التي تترتب عن ذلك مستوى الشأن الفردي على المدين المتوسط والطويل¹.

أما الحراك الشعبي في هذه الدراسة فنقصد به جميع الفعاليات و المظاهرات السلمية التي نظمها الجزائريون منذ 22 فيفري من هذه السنة (2019)، والتي تشتمل على المسيرات و الاحتجاجات و الاعتصامات المطالبة بالإصلاحات السياسية، الاقتصادية و الاجتماعية، الراضة لترشح الرئيس بوتفليقة لعهدة خامسة.

رابعاً: دور إعلام النقرة في التحفيز على الحراك الشعبي بالجزائر.

إن ما جاء به الويب2.0 في عالم التكنولوجيا، أنتج أشكالاً و ممارسات إعلامية جديدة، ما خلق أدواراً جديدة في المجتمع، فقد تم توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط من وسائط إعلام النقرة في توعية الشباب الجزائري وتعزيز قيم المواطنة الرقمية والديمقراطية الرقمية والحفاظ على السلم بالدولة الجزائرية و المشاركة السياسية الديمقراطية المبنية على انتخابات رئاسية نزيهة ومرشحين صالحين، من خلال تنظيم ورشات افتراضية توعوية حول أخلاقيات التظاهر السلمي و الطرق السلمية للتعبير عن القضايا السياسية حتى لا يتم إساءة استغلال شعبية إعلام النقرة في نشر معلومات مشوهة و بث الإشاعات المغرضة².

1- محمد عبد النور: الحراك الجزائري من منظور اجتماعي، مدونات الجزيرة، مقال منشور يوم 14-03-2019 على الرابط التالي: <https://blogs..aljazeera.net>

2- مراد كامل خورشيد: دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام جامعة البتراء، عمان، 2011.

هذا، و قد تم إنشاء العديد من الصفحات الإلكترونية التي تروج لبعض المشاكل الداخلية كالبطالة و الفقر والفساد، بحيث تنشر تلك الصفحات أخبارا سلبية عن الوضع السياسي و الاجتماعي و الاقتصادي في الجزائر.

لجأ العديد من مستخدمي شبكة الأنترنت إلى طرح مشاكلهم الاجتماعية والسياسية الكترونيا عبر شبكات التواصل الاجتماعي و ذلك لتحفيز باقي الجزائريين و تحريضهم على التظاهر، لتغيير الوضع المعاش و الإحتجاج عن ترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لعهدة خامسة ومحاربة الفساد السياسي في الجزائر أو ما يسميه متظاهري هذا الحراك الشعبي بالعصاة.

نتائج الدراسة:

لقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- أظهرت النتائج أن ما يقارب 78.6% من المتظاهرين يشاركون مشاكلهم وآراءهم السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أهم وسائط إعلام النقرة وأن ما نسبته (21.4%) لا يستخدمونها، ما يعكس الدور الذي باتت تلعبه هذه الوسائط في توعية الشباب لبعضهم البعض على رغم بعد المسافات، فساهمت بذلك في إيصال صوت مستخدمي هذه الوسائط لمختلف شرائح المجتمع، على عكس ما كان عليه الأمر في وسائل الإعلام التقليدية التي اكتفت ببث كل ما يخدم النظام فقط، وبالتالي يكون إعلام النقرة قد ساهم بشكل كبير في التحفيز على تنظيم الحراك الشعبي بالجزائر.
- يشر ما نسبته (65,5%) إلى أن أسباب خروجهم في مظاهرات سلمية بالشوارع الجزائرية ترجع إلى رفضهم للعهدنة الخامسة تلاها القضاء على الفساد بنسبة (13,5%) ورغبتهم في تحسين الظروف المعيشية للمواطن الجزائري بنسبة (21%) وهو ما يعكس وعي متظاهري هذا الحراك الشعبي بمواد الدستور و المطالبة بتغيير الوضع السسيو-سياسي في الجزائر إلى ما هو أحسن.
- اقتصر استخدامات أفراد العينة المدروسة على ثلاثة مواقع هي: فيسبوك بنسبة (67.5%)، يوتيوب بنسبة (24,7%) وتويتر بنسبة (7.8%) وهو ما يعكس الواقع التكنولوجي في الجزائر خاصة وأن الفيسبوك هو الموقع الوحيد المتاح للشعب الجزائري مجانا، ما يجعله الأكثر استخداما بين مختلف المتظاهرين على اختلاف دخلهم وبالتالي أصبح هو الوسيط الوحيد بين المتظاهرين الجزائريين لإيصال صوتهم للعالم كله والتعبير عن مطالبهم الراضة للنظام وحاشيته.

- بينت النتائج أن (58.5%) من المبحوثين يشاركون في الحراك الشعبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة وأن (26.3%) منهم يشاركون أحيانا، فيما أن (15.2%) لا يشاركون.
- توضح النتائج أن (87,5%) من المبحوثين يقدمون أنفسهم للآخرين عبر إعلام النقرة بصورة واضحة و حقيقية، وأن ما نسبته (12,5%) لا يعرضون أنفسهم بهوياتهم وصورهم الحقيقية.
- توصلت النتائج إلى أن دوافع استخدام الشعب الجزائري لإعلام النقرة عموما ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصا كانت متفاوتة، وجاء في مقدمتها الدافع المتعلق بأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية بما نسبته (71,5%)، تلاه الدافع المتعلق بالاتصال مع الأصدقاء والمجتمع والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (28.5%).
- يرى ما نسبته (67,5%) من متظاهري الحراك الشعبي أن إعلام النقرة قد وعاهم بمواد الدستور وبالتالي خلق مواطنين واعيا سياسيا، وهو ما ظهر جليا في شكل المظاهرات التي كانت سلمية و لاقت اهتماما من كل الدول، بينما يرى ما نسبته (42,5%) أن التراكمات السياسية والأحداث الاجتماعية التي حصلت خلال العقدين الماضيين هي التي حفزت على هذا الحراك الشعبي وما كان لإعلام النقرة إلا أنه نظمها لتشمل مختلف ولايات الجزائر فقط، وهو ما يعكس الوعي السياسي والمستوى الحضاري الذي خلقه إعلام النقرة في أوساط الحراك الشعبي ليكون بهذا الانسجام و التلاحم.

خاتمة

إذن أصبح إعلام النقرة أو مواقع التواصل الاجتماعي يحظى باهتمامات الفرد الجزائري على جميع المستويات، كعالم جديد مختلف عن سابقه، حيث تقدم هذه المواقع مجموعة من الخدمات الاجتماعية، السياسية و الثقافية و تشارك في دفع الحراك الشعبي، كانت هذه الشبكات وليدة تطورات تكنولوجية تمثلت في ظهور الويب 2.0، و عليه فإنها لديها تأثير مباشر على واقعنا كمستخدمين، نحن لا نمثل أدوارا فيها فحسب، بل نحاكيها ونتفاعل مع مواقعها فنقبلها و نتعامل معها كحقيقة واقعة في عالم افتراضي رقمي.

فلم يعد مصطلح "المجتمع الافتراضي" من المفاهيم الغامضة، إذ أصبح ذا عمومية و انتشار، ليس على مستوى التحليلات العلمية فحسب، بل أصبح مفهوما متداولاً لدى العديد من المستخدمين لشبكة الأنترنت، و يرجع المفهوم إلى هاوارد رينجولد الذي وضع كتابا هو الرائد في هذا السياق

بعنوان المجتمع الافتراضي "Community Virtual" ، و الذي عرف المجتمع الافتراضي بأنه: "تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني، يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات، و لكن عن بعد من خلال آلية اتصالية هي الأنترنت، حيث يشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو الشبكات الاجتماعية، و يشكل الفضاء المعلوماتي (Space Cyber) الحيز و الإطار الذي يتم في سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية.

إن ساعد إعلام النقرة في الجزائر بوسائطه المتعددة على دفع المواطن الجزائري و توعيته بالواقع المعاش و المشاكل التي يعيشها، فخلقت نوعا من الحراك الشعبي انتفض فيه الشعب بمختلف أطيافه مطالبا بحقوقه و بانتخابات نزيهة، رافضا لعهدة خامسة مع تغيير راديكالي لجهاز الحكم في البلاد، حيث شددت مظاهرات الجزائر انتباه العالم، بعدما راح الشعب يطالب الرئيس بوتفليقة بالعدول عن الترشح للانتخابات الرئاسية بطرق سلمية ، وقد كان لهم ذلك، باستقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة مطلع شهر أفريل من هذه السنة، ليكون بذلك أول حراك شعبي يأتي بثماره في أقل من شهرين، مزيجا رئيسه دون شغب أو عنف، لتتشهد بذلك هذه المظاهرات الجزائرية ملايين الرافضين لاستمرار الوضع السياسي والاقتصادي للبلاد، فاهتمت كبريات وسائل الاعلام في العالم بهذا الحراك الشعبي.

وفي نهاية هذه الدراسة نقترح عددا من التوصيات، هي كالتالي:

- ضرورة الاستثمار في إعلام النقرة بمختلف وسائطه للرفع من درجة الوعي السياسي لدى الفرد الجزائري.
- إجراء المزيد من الدراسات المعمقة حول دور إعلام النقرة في التحفيز على الحراك الشعبي في الجزائر، باعتباره موضوع الساعة وإحدى الظواهر المثيرة للجدل.
- ضرورة الاهتمام بموضوع تدخل رجال المال والأعمال في وسائل الاعلام الكلاسيكية بحجب أخبار الحراك الشعبي بالجزائر عن الجمهور.

قائمة المراجع:

- 1- أحمد بن مرسلني (2003)، *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال*، (ط.1)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 2- بارعة شقير و سميرة شيخاني (2004)، *تكنولوجيا المعلومات و الإتصال*، (د.ط)، مطابع جامعة دمشق، سوريا.
- 3- ذوقان العبيدات وآخرون (1997)، *منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات*، (د.ط)، دار وائل للنشر، عملن.
- 4- سميرة شيخاني(2010)، *الإعلام الجديد في عصر المعلومات*، مجلة جامعة دمشق، م 26، ع 01 و 02، سوريا.
- 5 - محمد عبد الحميد (2000)، *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة*.
- 6- مراد كامل خورشيد(2011)، *دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير -، كلية الإعلام جامعة البتراء، عمان*.
- 7- موسى بن إبراهيم حريزي و صبرينة غربي(2013)، *دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية و موضوعاتها في البحوث الاجتماعية و التربوية و النفسية، مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية، ع 13، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر*.
- 8- Beer, David: **Social network(ing) sites...revisiting the story so far**, A response to danah boyd & Nicole Ellison, Journal of Computer-Mediated Communication.
- 9- Bonneau, Joseph, Anderson, Jonathan, and Danezis, George: **Prying Data Out of a Social Network..**

- 10- Edward Elgar, Cheltenham(2002), **Technological Revolutions and Financial** , UK, Capital, The Dynamics of Bubbles and Golden Ages.
- 11- Sarah Milstein(2013), **What Is Google AdSense**, Rael Dornfest .
- 12- Schulze, Hendrik , Klaus Mochalski (2009), "**Internet Study 2008/2009**"
- 13-Leipzig, Germany: ipoque Retrieved 3 Oct 2011. "Peer-to-peer file sharing (P2P) still generates by far the most traffic in all monitored regions
- 14-<http://www.google.com/doubleclick/>
- 15- <http://www.comscore.com>
- 16<http://www.oreillynet.com/pub/a/network/2013/07/26/WhatIsAdSense.html>.
- 17- [/http://www.comscore.com](http://www.comscore.com)
- 18- <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية
العربية التلفزيونية-دراسة ميدانية-

**The impact of social networking sites on the Algerian youth's
view of the historical Arab TV drama-**

د. سلمى حميدان أستاذة محاضرة بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية-قسم العلوم

الإنسانية- جامعة محمد الشريف مساعديّة-سوق أهراس- الجزائر

أ.رمزي بوفجي: ماجستير بجامعة صباح الدين زعيم-اسطنبول- تركيا

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجزائري، ومدى تأثيرها على مشاهدته للدراما التاريخية العربية التلفزيونية، واعتمدنا فيها منهج التحليل الوصفي الذي يلائم أهداف الدراسة، وقد تم اختيار عينة مكونة من 50 مفردة من الشباب الجزائري المستخدم لهذه المواقع ذكورا وإناثا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

✓ كشفت الدراسة أن نسبة 60.28% من العينة يستخدمون موقع فيسبوك أكثر من باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

✓ أشارت نتائج الدراسة إلى أن 66% من عينة الدراسة لا يشاهدون الدراما التاريخية العربية التلفزيونية، في حين يشاهدها ما نسبته 34%.

✓ أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 82% يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يتراجعون عن مشاهدة الدراما التاريخية في حين يرى 18% عكس ذلك.

Abstract:

This study aims to identify the most prominent social networking sites used by young Algerians, and how they impact on watching Arab TV drama. We adopted a descriptive analysis approach that fits the study objectives. A sample of 50 Algerian youth used for these sites was chosen, male and female , And the study reached a number of results, the most important of which:

- The study revealed that 60.28% of respondents use Facebook more than other social media sites.

- The results of the study indicated that 66% of the sample did not watch the Arab TV drama, while 34% viewed it.

- The results of the study indicated that 82% affirm that the social networking sites made them retreat from watching the historical drama while 18% see the opposite.

الإشكالية :

وفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحا نقل الإعلام إلى أفاق جديدة و أتاح لمستخدميه فرصا للتأثير و التأثير و الانتقال عبر الحدود دون رقابة أو قيود ، وقد باتت هذه المواقع تباشر تأثيرها بشكل كبير على فئة الشباب ومن مظاهر الخطر و التناقض التي تثير القلق حالة الضياع التي تعيشها هذه الفئة في العصر الراهن بين ما تعرفه من ماض مشرق وما تعيشه في حاضرها من تحديات لثوابتها الحضارية.

ومما لا شك فيه أن الدراما التاريخية العربية التلفزيونية تعد واحدة من الأساليب الإعلامية الهامة في غرس القيم في النفوس، وتقريب الشباب من تاريخه وتراثه الثقافي والحضاري، وتقوية معينه من قيم الانتماء للذات والصمود في وجه رياح التحول العاصف العابرة للقارات، إلا أن تأثيرها بدأ يضعف بسبب الإقبال منقطع النظير على مواقع التواصل الاجتماعي و نظرا لما نشهده من ولع شبابنا بهذه الشبكات التي أثرت بشكل جلي على مشاهدته للدراما التاريخية العربية التلفزيونية، جاءت هذه الدراسة الميدانية لعينة من الشباب الجزائري لمعرفة مدى تأثير هذا الوافد الجديد على مشاهدتهم لهذا النوع الدرامي الذي يروي سير البطولات و الملاحم والانتصارات التي غابت عن حاضرننا وتتلخص إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي: هل أثر استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية؟

تساؤلات الدراسة:

- 1/ ما هي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لدى الشباب الجزائري؟
- 2/ ما هي أسباب استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3/ ما مدى مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية؟
- 4/ هل أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري لهذه الدراما؟

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1/ التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب الجزائري.
- 2/ التعرف على أهم أسباب استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 3/ التعرف على مدى مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية.

4/ التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية.

مفاهيم الدراسة:

(1) التأثير: هو كل ما تحدثه المضامين أو الرسائل الإعلامية من تعديل أو تغيير أو تثبيت لمواقف الجمهور سواء على المدى القريب أو المتوسط أو البعيد.

(2) مواقع التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الالكترونية تتيح للأفراد إنشاء صفحات خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم وتسمح لهم بالتواصل و تبادل الأفكار والمعلومات مع أعضاء يشاركونهم الاهتمامات و الميولات نفسها بغرض تكوين علاقات اجتماعية.

(3) الشباب: هم أولئك الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 30 سنة¹، و إجرائيا هم مجموعة من الشباب الجزائري ضمن الفئات العمرية من (18 إلى 38 سنة)، الذين يعيشون ضمن النطاق الجغرافي لدولة الجزائر.

(4) الدراما التاريخية العربية التلفزيونية: هي مجموعة المسلسلات التاريخية العربية المعروضة في التلفزيون و التي تعرف الشباب الجزائري بتاريخه العربي الإسلامي، وتشده إلى استلهاهم القيم الإسلامية من تراثه الحضاري العريق.

الدراسات السابقة:

دراسة أفنان طلعت عبد المنعم عرفة بعنوان " استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية و تأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية"² و تهدف هذه الدراسة إلى معرفة سمات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في مصر، و الوقوف على أسباب الاستخدام، و ربط ذلك بالتأثير على العلاقات الاجتماعية وعلاقتها بتبادل الخبرات المجتمعية بين الشباب.

واعتمدت الباحثة في دراستها صحيفة الاستقصاء وفقا لأسلوب الأسئلة المقننة و المفتوحة، وتم تطبيقها على عينة عمدية من الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي و بلغ عددهم 400 مفردة.

¹ تعريف فئة الشباب، مؤتمر دكاك 2001.

² أفنان طلعت: استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية و تأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- احتل موقع فيسبوك المركز الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى الشباب بنسبة 94,8 %.
- كشفت الدراسة أن أهم أسباب اشتراك الشباب في هذه المواقع هو اشتراك أصدقائهم فيها بنسبة 59 %، يليه سبب معرفة الأخبار بنسبة 55,8 %، بينما شكل سبب سهولة التصفح نسبة 28,8 %
- أشار 66,2 % من عينة الدراسة أن النوع لا يتحكم في إضافة الأصدقاء.
- أثبتت الدراسة أن دافع التفاعل الاجتماعي في مقدمة دوافع عينة الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- يؤكد 76,7 % من أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على تبادل الخبرات المجتمعية .
- أثبتت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية سلبية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و التواصل داخل الأسرة .
- توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين زيادة أعداد الأصدقاء و المشاركة المجتمعية.

2/ دراسة حنان بن شعشوع الشهري بعنوان " أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية فيس بوك و تويتر نموذجا - دراسة ميدانية-"¹ وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك و تويتر و التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، و الكشف عن الآثار الإيجابية و السلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع.

وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي لمعرفة دوافع و أسباب استخدام شبكات التواصل الإلكترونية و تأثيراتها المختلفة لدى طالبات الجامعة و وضع مقترحات و حلول لتدعيم الإيجابيات

¹ حنان بن شعشوع الشهري: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك و تويتر نموذجا- دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة- رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، جامعة الملك عبدالعزيز جدة، 1433-1434 هـ.

و الحد من السلبيات، و اعتمدت أداة الاستبيان لجمع البيانات، و بلغ حجم العينة 150 مفردة تم اختيارهم بطريقة قصدية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

-دلت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثات وجدن في موقعي فيسبوك و تويتر فرصة مناسبة للتعبير عن آرائهن و توجهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.

- أكدت الدراسة أن 75 % من مجموع مفردات العينة عرفن الكثير من عادات الشعوب الأخرى من خلال استخدام الفيسبوك و تويتر.

-بينت الدراسة أن النسبة الأكبر من المبحوثات لم يشغلهن استخدام فيسبوك و تويتر عن القيام بواجباتهن الاجتماعية.

دراسة المركز الوطني لأبحاث الشباب بعنوان "اتجاهات الشباب نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي"¹ وأجريت على عينة عشوائية من الشباب المستخدمين لهذه المواقع في المملكة العربية السعودية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

-أظهرت النتائج أن نسبة مستخدمي شبكة فيسبوك تعد أعلى من غيرها من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

-كما بينت الدراسة أن أبرز دافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو الاطلاع على كل ما هو جديد.

-وأظهرت النتائج أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يتواصلون مع الناس بهدف الشعور بأنهم جزء من هذا العالم ، ومن أجل تكوين رأي عام يشعر به المسؤولون إضافة إلى التعبير عن السلوكيات غير المقبولة اجتماعيا.

¹ مجموعة باحثين: اتجاهات الشباب نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المركز الوطني لأبحاث الشباب، جامعة الملك سعود، الرياض، 2011.

دراسة الباحث " أيمن محمود عباس الشربيني " بعنوان: الدراما التاريخية في التلفزيون و دورها في نشر الوعي التاريخي- دراسة تحليلية و ميدانية¹ وقد اعتمد فيها المنهج المسحي باستخدام صحيفة تحليل المحتوى و صحيفة الاستقصاء واختار عينة عشوائية طبقية عددها 400 مفردة ومن أبرز النتائج التي توصل إليها الآتي:

- ارتفاع معدلات المشاهدة بصفة عامة وتراوحت بين ساعتين إلى أربع ساعات يوميا و ظهر أن الإناث أكثر انتظاما وكثافة في التعرض من الذكور كما أتضح أن الأفلام العربية والمسلسلات والمواد الدرامية بصفة عامة من أكثر المواد التليفزيونية التي يتعرض لها الشباب ويحرصون علي متابعتها.

- وجود علاقة ارتباطية بين التعرض للدراما التاريخية و بين الوعي التاريخي للمشاهدين.
- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين الصور النمطية للشخصيات التاريخية لدى المشاهدين و نفس الصور النمطية التي تعرضها الدراما التاريخية في التلفزيون.
- بينت الدراسة أن المستوى اللغوي المستخدم في كافة الأعمال الدرامية التاريخية هو اللغة الفصحى.

دراسة الباحث "عبد الله محمود محمد عدوي" بعنوان: دور المعالجة التليفزيونية للدراما التاريخية- دراسة تحليلية لمسلسل عمر² و اعتمد الباحث في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي مستخدما أسلوب تحليل المضمون لتحليل كيفية المعالجة التليفزيونية للدراما التاريخية في المسلسل، و كذلك تحليل بيانات عينة من مجتمع الدراسة لمعرفة قدرة المعالجة الدرامية على تحقيق الجذب و التفاعل و الفهم و خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- أن لعناصر المعالجة الدرامية علاقات إيجابية ذات دلالة إحصائية مع عوامل فاعلية الدراما التاريخية تتراوح بين متوسطة و قوية.

¹ أيمن محمود عباس الشربيني: الدراما التاريخية في التلفزيون و دورها في نشر الوعي التاريخي- دراسة تحليلية و ميدانية- رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1999.

² عبد الله محمود محمد عدوي: دور المعالجة التليفزيونية للدراما التاريخية-دراسة تحليلية لمسلسل عمر- رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية القيادة و الإدارة، جامعة العلوم الإسلامية الماليزية، نيلاي، ماليزيا، 2016.

- وجود أثر لعوامل المضامين بنسبة 34.00% و المكان بنسبة 23.00% و مشاهدة الدراما بنسبة 10.60% في فهم المادة الدرامية.

- أن أهم العوامل المؤثرة في جاذبية المشاهد للدراما التاريخية هي المضامين بنسبة 34.80%، ثم الدقة المعلوماتية بنسبة 23.40% و البناء الدرامي بنسبة 17.70% و مشاهدة الدراما بنسبة 08.30%.

منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المناسب لتوفير البيانات عن الموضوع وتفسيرها وتحليلها.

مجتمع الدراسة وعينتها: تم حصر مجتمع الدراسة في الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، ونظرا لكثرة عددهم وصعوبة حصرهم تم الاقتصار على مجموعة منهم، وقد تم اختيار عينة عشوائية تمثلت في 50 مفردة من الجنسين، وتم اختيار فئة الشباب كعينة للأسباب الآتية:

□ لأن هذه الفئة تمثل الشريحة الأكثر في المجتمع الجزائري.

□ و لأن مستوى شريحة كبيرة منهم يدفعهم للمشاركة في هذه المواقع و استخدامها .

□ لأن هذه الفئة تمتلك استخدام المهارات التكنولوجية أكثر من غيرها.

محددات الدراسة: تقتصر هذه الدراسة على المحددات الآتية:

1/ دراسة عينة من الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، في شهر جانفي 2019.

2/ أداة الدراسة هي استمارة الاستبيان، تم تحكيمها¹ ثم توزيعها عبر الفيسبوك.

الإطار النظري للدراسة:

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: يعرف Michel Forsé و Armand Degenne شبكات التواصل الاجتماعي على أنها شكل لتنظيم جديد للتعبة السياسية والتبادل، فالشبكات الاجتماعية تولد كمية كبيرة من خطابات من جميع الأنواع والكثير منها ذو طبيعة مجازية.²

¹ الأستاذة ليلي زادي جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الأستاذة نيب سهام (جامعة سوق أهراس).

² Alain Degenne et Michel Forsé, **les réseaux sociaux**, flux, 1995, p56

و يعرفها الباحث مرسى مشري على أنها تلك الشبكة الاجتماعية الرقمية التي لها هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة¹

و تعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا على أنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم بإحدى الاشتراكات الفكرية أو غيرها ، وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى بلاد العالم.²

و تعرف أيضا على أنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية التي تسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.³

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي: على أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"⁴

ومن خلال التعريفات السابقة نستخلص أن هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراراً، لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو وغيرها.

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد تم إطلاق أول موقع للتواصل الاجتماعي عام 1998 تحت اسم Six Degrees إذ حاول الموقع جمع ميزات مجموعة من مواقع الانترنت التي لا تتيح للأفراد بناء ملفاتهم الشخصية أو تكوين قوائم للأصدقاء، وقد روج نفسه كأداة لمساعدة الناس على الاتصال والتواصل وإرسال

¹ مرسى مشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد: 395، 2012، ص 149-166
² عبد الرحمن الحسيني: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي. تاريخ الزيارة 2019/1/10. www.almustagbal.com/node/7811014:22
³ <http://computing.dictionnaire.com/new+media>
⁴ زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23.

الرسائل إلى الآخرين، جمع الملايين من المستخدمين إلا أنه لم يستمر فأغلق عام 2000. و في الفترة ما بين 1998/2001 ظهرت بعض شبكات التواصل الاجتماعي التي تسمح للأفراد بتكوين ملفات تعريف شخصية واختيار الأصدقاء دون شرط الحصول على موافقتهم و نذكر منها. Black Planet وظهرت شبكتي My Space سنة 2003. و شبكة Facebook سنة 2004. و ظهرت شبكات أخرى مثل Youtube Twitter و غيرها.¹

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

✓ **الشبكات الاجتماعية:** هي مواقع تهدف لجمع المستخدمين ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، و تكوين الصداقات و من أشهرها: ²

• **فيس بوك Facebook** : وهو أحد شبكات التواصل الاجتماعي الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم.

• **تويتر Twitter**: وهو عبارة عن موقع شبكات اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغر يسمح لمستخدمه بإرسال وقراءة تعليقات لا تتجاوز 140 حرف (ورمز) وهذه التعليقات تعرف باسم تغريدات (tweets).

✓ **مواقع المفضلات الاجتماعية:** هي مواقع تسمح لك بإنشاء مفضلاتك وتسجيلها، و مشاركتها مع باقي الأعضاء المشتركين في هذه المواقع، وهي مفضلة لا ترتبط بجهاز الكمبيوتر بل تكون موجودة على شبكة الانترنت، ومن أشهر هذه المواقع موقع **ديغ digg** .

✓ **مواقع استضافة المدونات:** هي مواقع تمكن المستخدمين العاديين من الحصول على مدونة بشكل مجاني، بعد التسجيل فيها، ومن أشهرها: **الوردبريس، بلوجر، تيب باد.**

✓ **مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر:** وهي تعتبر بمثابة خزان يحتوي على أعداد كبيرة من التسجيلات، التي ينجزها المستخدمون ويبتونها، كما تقدم خدمة مشاركتها على المواقع الاجتماعية الأخرى، و إمكانية تفاعل المشاهدين فوراً وفي نفس لحظة البث، ومن أبرز هذه

المواقع: Sevenload, livestream, youtube

✓ **شبكات التصوير و الفن:** وهي مواقع تمنح مكانا لحفظ و تخزين و عرض الأعمال الفنية سواء كانت صوراً أو رسومات، حيث يتمكن الناس من رؤيتها و إبداء الإعجاب أو النقد لها، كما

¹ خالد سليم: ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبى للنشر والتوزيع، قطر، 2008، ص 33.
² خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس، الأردن: ص 24.

تفيد في إمكانية بيع أعمالك للغير و إيجاد دخل مالي منها ومن أبرز هذه المواقع: **Flicker**

Photobucket،Picasa،

✓ **مواقع الأخبار الاجتماعية:** وهي مواقع تعتمد على شبكة واسعة من المستخدمين يقومون بتقديم

الأخبار المهمة، وبإمكان القراء ترقيتها إن كانت فعلا مهمة، كما تتيح تصنيفات كثيرة تساعدك

على تحديد مجال اهتمامك، ومن أشهرها: **NowPublic Technorati،Newsvine** .

✓ **مواقع الفعاليات:** وهي مواقع لتنظيم الفعاليات و التحكم بعدد الأشخاص المدعويين، كما يمكنها

استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية لتحديد موقع التجمع، وتتميز هذه المواقع بإمكانية

التحديث التلقائي، فيمكن للداعي تغيير المكان والزمان ويطلع عليه المدعون دون الحاجة إلى

إخبارهم كل على حدة، ومن أشهر هذه المواقع: **Meetup Tweetvite،Eventful** .

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي: تتمثل أهم سمات هذه المواقع في الآتي:¹

(1) **التواصل الشبكي المتداخل "interconnectedness"** بحيث تسمح بالتواصل من عدة نقاط

إلى عدة نقاط أخرى، وليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال

الجماهيري التقليدي.

(2) **سهولة الوصول والدخول "access"** من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمراسلين

ومستقبلين ومنتجين.

(3) **عصر التفاعلية "interactivity"** :يعتبر هذا العنصر أهم ما يميز هذه المواقع عن الإعلام

التقليدي القديم، وهي قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالي، ويتيح عنصر

التفاعلية للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع و عرض آرائه بشكل مباشر،

وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة **"Chating"** حول مواضيع

يتناولها أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية كما يتيح عنصر التفاعلية

إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها، وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني.

(4) **التنوع الغزير في المحتوى** مقارنة بالإعلام القديم المحصور بأنواع وأنماط محددة من

المضامين الإعلامية.

¹ خالد بن عبد الله الحلو: الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام و الاتصال" الإعلام الجديد التحديات النظرية و التطبيقية"، الرياض: جامعة الملك سعود 24/23 جمادى الأولى 1433 هـ، 16/15 أبريل 2012م.

(5) تعدد الاستخدامات وخاصة الانفتاح **open-ended** على كل ما هو جديد موضوعياً وفنياً في محتوى وشكل المضامين.

(6) **سعة الانتشار والتحرر من المكان delocatedness** وعدم ارتباط مواقع التواصل الاجتماعي بمنطقة جغرافية محددة ، أي أنها تتخطى حواجز المكان الجغرافي.
الدراما التاريخية العربية التلفزيونية:

مفهوم الدراما: تعرف الدراما التلفزيونية على أنها: "مرآة الحياة، التي تعكس الاهتمامات الخاصة بالبشر، وتربط خبرات الأفراد بالبناء الأخلاقي و القيمي، وتكون قادرة على توسيع تعاطف المشاهدين، وجذبهم بعيدا عن قيود الواقع، لتقودهم إلى رؤية متعمقة في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد من التشويق و التعاطف و الإثارة"¹

و تعرف على أنها نوع من الأنواع الفنية التي واكبت ظهور التلفزيون تحكي رواية أو قصة ما عبر تشخيصها على الشاشة.²

و تعرف أيضا بأنها قصة يتم معالجتها تلفزيونيا وتروى بواسطة شخصيات مثيرة للاهتمام يجري على ألسنتها حوار واضح فيه سمات الحقيقة.³

الدراما التاريخية العربية التلفزيونية: هي الدراما التي تستقرأ الماضي للوقوف على أبرز المحطات فيه، من خلال نظرة تحليلية تتجاوز الأحداث الظاهرة فيها، و يتم توظيف هذا التاريخ في إطار إعطاء الدروس و العبر لخدمة قضايا المجتمع و مشكلاته.³

أشكال الدراما التاريخية العربية:

• **الفانتازيا التاريخية:** وهي عبارة عن أعمال تعالج أحداثا تاريخية يتخيلها الكاتب ولا وجود لها في الواقع وهي نوعان نوع يكون فيه الزمن محدد و معلوم، ونوع يكون فيه الزمن و الحدث غير معلومين.

وتعتمد طريقة الإخراج هذه على الإبهار البصري وتغليب لغة الصورة على لغة الحوار وتصوير المعارك القتالية في الأماكن الطبيعية، كما تم الاستعانة بالخبرات الأجنبية كالإيرانيين في

¹ Sun thon ham, tony purvis. **television drama: theories and identities**, new york :palgravemacmillan.(2005),p 21.

² عز الدين عطية المصري: الدراما التلفزيونية مقوماتها و ضوابطها الفنية-دراسة تحليلية وصفية- قسم اللغة العربية ، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة-فلسطين- رسالة ماجستير، 2010، ص 98.

³ محمد عمارة: الدراما التاريخية و تحديات الواقع المعاصر، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2005، ص 09.

تصميم الملابس والروس في تصميم المشاهد القتالية. ليس هذا فحسب فالفكرة التي تدور حولها

حلقات المسلسل من خيال الكاتب، فأحداث المسلسل كلها مفتوحة من أولها إلى آخرها.¹

- **الدراما الموثقة:** وهي أعمال يتم فيها التوثيق الدقيق للتاريخ مع استخدام الإبداع الفني دون مساس بالأمانة العلمية أو تشويه الحقائق التاريخية.

خصائص الدراما التاريخية:

- استحضارها للتاريخ حيث أنها تدفع المشاهد لاستعادة لحظات تاريخية و مشاهدتها مجسدة في أشخاص مفترزين يعبرون عن ماض نتوق لمعرفة بأدق تفاصيله.
- استخدام العناصر الفنية المتنوعة مثل الإضاءة واللباس و التصوير الجيد و اختيار الأماكن و الكومبارس، و الشخصيات المناسبة لأداء الأدوار مما يجعل الحدث التاريخي يتجلى بكل تفاصيله.
- تقديمها باللغة العربية الفصحى المفهومة لدى جميع الأقطار العربية.
- ربطها بين الذائقة الجمالية و أسئلة الواقع مع تجاوز المكان و الزمان.
- الاعتماد على تعشيق الروايات التاريخية المتعددة في بناء الأحداث و رسم الشخصيات.
- الخروج من قالب النمطي (التصوير في الاستوديو) إلى التصوير الخارجي الطبيعي.
- اعتماد طريقة جديدة في توصيل الفكرة إلى المشاهد عن طريق الصورة أولاً ثم الحوار ثانياً و قد ساعد على هذا التحول في شكل الإخراج قدوم بعض المخرجين من الإخراج السينمائي إلى الإخراج التلفزيوني.
- الميزانيات الضخمة التي ترصد لهذه الأعمال، و قد ساعد على هذا مساهمة بعض المراكز الفنية و القنوات الفضائية الخليجية في عملية الإنتاج التلفزيوني كالتلفزيون دبي و تلفزيون قطر و مركز دبي للأعمال الفنية.²

¹ جمال قواس: القيم الاجتماعية في المسلسلات السورية التاريخية-دراسة تحليلية-رسالة ماجستير، قسم الدعوة و الإعلام و الاتصال، كلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2006/2005، ص65

² جمال قواس: القيم الاجتماعية في المسلسلات السورية التاريخية، مرجع سابق، ص: 70.

▪ الدراسة الميدانية:

عرض وتحليل بيانات الدراسة:

جدول (1) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	التكرارات والنسب
100	50	46	23	54	27	العدد

المصدر: الدراسة الميدانية

يوضح هذا الجدول أفراد العينة المتكونة من 50 مبحوثاً من الشباب الجزائري من الجنسين 27 من الذكور و 23 من الإناث.

جدول (2): الفئة العمرية للعينة المدروسة.

النسبة (%)	التكرار (ك)	الفئة العمرية
44	22	(24_18)
40	20	(31_25)
16	08	(38-32)
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

يوضح الجدول الفئات العمرية للعينة المدروسة وقد مثلت الفئة (من 18 إلى 24) سنة الفئة الأكثر من العينة بنسبة 44 %، تليها الفئة من (من 25 إلى 31) سنة بنسبة 40 %، مما يؤكد ما

تصرح به الإحصائيات الجزائرية حول النسبة المرتفعة للمسجلين في هذه المواقع والذين لا تتجاوز أعمارهم 35 سنة، أما الفئة (من 32 إلى 38) سنة فقد شكلت نسبة 16 %، مما يدل على أن هذه الفئة قليلة الاستخدام و التفاعل مع هذه المواقع.

جدول (3): المستوى التعليمي للعيينة المدروسة.

المستوى التعليمي	التكرار (ك)	النسبة (%)
متوسط	03	06
ثانوي	04	08
جامعي	33	66
دراسات عليا	10	20
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

يوضح الجدول أعلاه المستوى التعليمي للعيينة المدروسة وقد شكل المستوى الجامعي أكثر مستويات هذه العينة بنسبة 66 %، يليها المستوى العالي بنسبة 20 %، مما يؤكد على أن أكثر فئات العينة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي من الطبقة المثقفة، ثم المستوى الثانوي بنسبة 08 %، و أخيرا المستوى المتوسط بنسبة 06%.

جدول(4): نوع مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العينة.

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار (ك)	النسبة (%)
فيسبوك	44	60.28
تويتر	12	16.43
انستغرام	12	16.43
أخرى تذكر	05	06.84

المجموع	73	100
---------	----	-----

73 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية.

تعكس معطيات الجدول أن أغلب مفردات العينة يستخدمون موقع فيسبوك بنسبة 60.28% مما يدل على تصدر هذا الموقع للشبكات الاجتماعية بقدرته على استقطاب عدد كبير من الشباب، ويليه كل من تويتر و انستغرام بنسب متساوية مثلت 16.430% ، أما ما قدرت نسبته ب 06.84% من العينة فيستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى إلى جانب التي ذكرت على غرار موقع يوتيوب و لنكد ان و فيبر و واتساب.... و الجدير بالذكر أن الشباب على دراية بهذه المواقع رغم عدم شهرتها كالفيسبوك و تويتر .

جدول(5): مدة استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة (%)	التكرار (ك)	مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
16	08	منذ أقل من سنة
34	17	من سنة إلى ثلاث سنوات
50	25	أكثر من ثلاث سنوات
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

يبين هذا الجدول أن أغلب المبحوثين بنسبة 50% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات مما يدل على قوة الجذب التي تتمتع بها منذ نشأتها، وبالمقابل نجد نسبة 34% تتراوح مدة تسجيلهم في هذه الشبكات بين سنة و ثلاث سنوات، و أخيرا مثلت نسبة 16% نسبة الذين سجلوا حديثا في هذه المواقع إذ لم تتعد مدة مشاركتهم فيها سنة.

جدول (6): عدد الساعات التي تقضيها العينة على هذه المواقع بشكل يومي.

النسبة (%)	التكرار (ك)	عدد الساعات التي تقضيها العينة على هذه المواقع في اليوم
10	05	أقل من ساعة
32	16	من ساعة إلى ساعتين
30	15	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
28	14	أكثر من ثلاث ساعات
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

ذكر أغلب المبحوثين بنسبة 32% أنهم يقضون من ساعة إلى ساعتين على هذه المواقع بشكل يومي، في حين يقضي ما نسبته 30% من ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميا في استخدام هذه الشبكات، وتليها نسبة 28% ممن يفوق استخدامهم لها الثلاث ساعات في اليوم، أما 10% منهم فيقضون أقل من ساعة على هذه المواقع، والملاحظ هنا أن نسبة استخدام العينة للشبكات الاجتماعية لأقل من ساعة متدنية إذا ما قورنت بنسب المستخدمين لها من ساعة إلى أكثر من ثلاث ساعات مما يدل على طول الزمن الذي يقضيه الشباب على هذه المواقع بشكل يومي.

جدول (7): سبب استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة (%)	التكرار (ك)	سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
30.76	24	لزيادة المعارف
19.23	15	للتسلية والدرشة وتمضية الوقت
46.15	36	للتواصل مع الآخرين
03.84	03	أخرى تذكر
100	78	المجموع

78 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية.

تشير معطيات الجدول إلى أن أغلب المبحوثين بنسبة 46.15% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الآخرين مما يدل على فاعلية هذه المواقع في تعميق العلاقات و تعزيز الصداقات و تقريب الأفراد مكانيا عبر اختزال المسافات الجغرافية بينهم، في حين تُرجع نسبة 30.76% سبب استخدامهم لزيادة المعلومات و المعارف، أما نسبة 19.23% فتستخدمها للتسلية و ترفيهية الوقت حيث أصبحت هذه الفضاءات متنفسا للكثيرين من ضغوط العمل و الدراسة و المجتمع، كما ذكرت نسبة 03.84% أسبابا أخرى لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في مواكبة التطور التكنولوجي و تطوير قدراتهم على استيعاب التقنيات الجديدة، إضافة إلى اعتبارها مصدرا للأخبار العاجلة و الآنية، وكذا استخدامها كقناة للتسويق والوصول إلى عملاء جدد محليا وعالميا.

جدول (8): مشاهدة العينة للدراما التاريخية العربية التلفزيونية.

النسبة (%)	التكرار (ك)	مشاهدة العينة للدراما التاريخية العربية التلفزيونية
34	17	نعم
66	33	لا
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

تشير معطيات الجدول إلى أن أغلب المبحوثين بنسبة 66% لا يشاهدون الدراما التاريخية العربية التلفزيونية في حين ذكر باقي أفراد العينة بنسبة 34% أنهم يشاهدونها.

جدول (9): سبب عدم مشاهدة العينة للدراما التاريخية العربية التلفزيونية.

النسبة (%)	التكرار (ك)	سبب عدم مشاهدة العينة للدراما التاريخية العربية التلفزيونية

44.70	20	لأنها تُعرض في أوقات غير مناسبة
23.53	38	لأن مضامينها لا تعجبك
31.77	27	أخرى تذكر
100	85	المجموع

85 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية.

تشير معطيات الجدول إلى أن أغلب المبحوثين بنسبة 44.70% لا يشاهدون الدراما التاريخية العربية التلفزيونية لأن مضامينها لا تعجبهم، أما نسبة 23.53% فلا يشاهدونها لأن أوقات عرضها لا تناسبهم، في حين ترى نسبة 31.77% أن أسباب عدم مشاهدتهم للدراما التاريخية العربية التلفزيونية تتمثل في استخدامهم للإنترنت وعدم الاهتمام كثيرا بمشاهدة التلفزيون، بالإضافة إلى أنهم يفضلون مشاهدة الدراما التركية و الأجنبية.

جدول (10): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و التراجع عن مشاهدة الدراما التاريخية العربية التلفزيونية.

النسبة (%)	التكرار (ك)	هل سبب استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي تراجعاً عن مشاهدتك للدراما التاريخية العربية التلفزيونية.
66	33	نعم
34	17	لا
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

يشير أغلب المبحوثين بنسبة 66% إلى أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي جعلهم يتراجعون عن مشاهدة الدراما التاريخية العربية التلفزيونية و هذا ما يؤكد التأثير الكبير لهذه المواقع على فئة الشباب، في حين ترى نسبة 34% من العينة أن استخدامهم للشبكات الاجتماعية لم يؤثر على مشاهدتهم للدراما العربية التلفزيونية.

نتائج الدراسة :

✓ أكدت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الخاصة بالعينة من (18 إلى 24) سنة جاءت في المرتبة الأولى كمتغير فاعل حيث بلغت نسبتهم 44%، الأمر الذي يؤكد أن هذه الفئة الأكثر اهتماما باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ توصلت الدراسة إلى أن 66% من أفراد العينة ذو مستوى جامعي في حين بلغت نسبة أصحاب المستوى العالي 20%، أما باقي العينة فكانوا ذو مستوى ثانوي وبلغت نسبتهم 08% و ذو مستوى متوسط وبلغت نسبتهم 06% ، وبديل هذا على أن النخب من فئة الشباب هم الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي.

✓ كشفت الدراسة أن نسبة 60.28% من عينة الدراسة يستخدمون موقع فيسبوك مما يدل على تصدر هذا الموقع للشبكات الاجتماعية بقدرته على استقطاب عدد كبير من الشباب، ويليه كل من تويتر و انستغرام بنسب متساوية مثلت 16.43% ، أما ما قدرت نسبته ب 06.84% من العينة فيستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى إلى جانب التي ذكرت على غرار موقع يوتيوب و لنكد ان و فيبر و واتساب.... و الجدير بالذكر أن الشباب على دراية بهذه المواقع رغم عدم شهرتها.

✓ توضح الدراسة أن 50% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات مما يدل على قوة الجذب التي تتمتع بها منذ نشأتها، وبالمقابل نجد نسبة 34% تتراوح مدة تسجيلهم في هذه الشبكات بين سنة و ثلاث سنوات، أما 16% من أفراد العينة فلم تتجاوز مدة تسجيلهم في هذه المواقع سنة واحدة.

✓ بينت الدراسة أن نسبة 32% من المبحوثين يقضون من ساعة إلى ساعتين على هذه المواقع بشكل يومي، في حين يقضي ما نسبته 30% من ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميا في استخدام هذه الشبكات، وتليها نسبة 28% ممن يفوق استخدامهم لها الثلاث ساعات

في اليوم، أما 10% منهم فيقضون أقل من ساعة على هذه المواقع، مما يدل على طول الزمن الذي يقضيه الشباب على هذه المواقع بشكل يومي.

✓ أفادت النتائج أن نسبة 46.15% من العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الآخرين مما يدل على فاعلية هذه المواقع في تعميق العلاقات و تعزيز الصداقات و تقريب الأفراد مكانيا عبر اختزال المسافات الجغرافية بينهم، في حين تستخدمها نسبة 30.76% لزيادة المعلومات و المعارف، أما نسبة 19.23% فتستخدمها للتسلية الدردشة و تضيئة الوقت حيث أصبحت هذه الفضاءات متنفسا للكثيرين من ضغوط العمل و الدراسة و المجتمع، كما ذكرت نسبة 03.84% أسبابا أخرى لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في مواكبة التطور التكنولوجي و تطوير قدراتهم على استيعاب التقنيات الجديدة، إضافة إلى اعتبارها مصدرا للأخبار العاجلة و الآنية، وكذا استخدامها كقناة للتسويق والوصول إلى عملاء جدد محليا وعالميا.

✓ أشارت نتائج الدراسة إلى أن 66% من عينة الدراسة لا يشاهدون الدراما التاريخية العربية التلفزيونية، في حين يشاهدها ما نسبته 34%.

✓ بينت الدراسة أن نسبة 23.53% لا يشاهدون الدراما التاريخية لأن مضامينها لا تعجبهم في حين نسبة 44.70% ذكروا أن أوقات عرضها لا تناسبهم، أما نسبة 31.77% فقد كان سبب عدم مشاهدتهم ميلهم لاستخدام الأنترنت و تفضيلهم مشاهدة الدراما التركية و الأجنبية.

✓ أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 66% يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يتراجعون عن مشاهدة الدراما التاريخية في حين يرى 34% عكس ذلك.

قائمة المراجع:

1/ الكتب:

- خالد سليم (2008)، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبى للنشر والتوزيع، قطر.
- عادل النادي (1987)، مدخل إلى فن كتابة الدراما، مؤسسات عبد الكريم بن عبد الله للنشر و التوزيع، تونس.
- مجموعة باحثين (2011) اتجاهات الشباب نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المركز الوطني لأبحاث الشباب، جامعة الملك سعود، الرياض.
- محمد عمارة (2005)، الدراما التاريخية و تحديات الواقع المعاصر، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2005.

2/ الكتب الأجنبية:

- Alain Degenne et Michel Forsé (1995), **les réseaux sociaux**, flux.
- Sun thon ham, tony Purvis (2005), **television drama: theories and identities**, new york.

3/ الرسائل الجامعية:

- أفنان طلعت (2015)، استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية و تأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أيمن محمود عباس الشربيني (1999)، الدراما التاريخية في التلفزيون و دورها في نشر الوعي التاريخي - دراسة تحليلية و ميدانية- رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- جمال قواس (2006)، القيم الاجتماعية في المسلسلات السورية التاريخية-دراسة تحليلية- رسالة ماجستير، قسم الدعوة و الإعلام و الاتصال، كلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.

- حنان بن شعشوع الشهري (1434 هـ)، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك و تويتر نموذجا- دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة- رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، جامعة الملك عبدالعزيز جدة.
 - عبد الله محمود محمد عدوي (2016)، دور المعالجة التلفزيونية للدراما التاريخية-دراسة تحليلية لمسلسل عمر- رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية القيادة و الإدارة، جامعة العلوم الإسلامية الماليزية، نيلاي.
 - عز الدين عطية المصري (2010)، الدراما التلفزيونية مقوماتها و ضوابطها الفنية-دراسة تحليلية وصفية- رسالة ماجستير غير منشورة، قسم اللغة العربية ، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 4/ المجالات و الدوريات:
- زاهر راضي (2003)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان.
 - مرسي مشري (2012)، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد: 395، بيروت، لبنان.
- 5/ المؤتمرات:
- خالد بن عبد الله الحلوة (2012)، الإعلام الجديد و تأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام و الاتصال" الإعلام الجديد التحديات النظرية و التطبيقية"، جامعة الملك سعود الرياض.
- 6/ المواقع الإلكترونية:
- عبد الرحمن الحسيني: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي،

www.almustagbal.com/node/78110

الإعلام الأمني الأردني ودوره في التوعية الأمنية من مخاطر الألعاب الإلكترونية:
دراسة ميدانية على عينة قصديّة من طلبة المرحلة الابتدائية والإعدادية في مدارس
منطقتي (مرج الحمام، ناعور)

**Jordanian Security Media, And Its Role In The Security
Awareness Of The Dangers Of Electronic Games: Field
study On A Target Sample Of Primary And Middle School
Students in The school of(marj alhamam, Naour)**

د. رانيا عبد النعيم العشران، باحثة في الشؤون الأمنية والاجتماعية،

ملخص:

تتناول هذه الدراسة الدور الذي يقوم به الإعلام الأمني الأردني في التوعية الأمنية من مخاطر الألعاب الإلكترونية، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة السلبيات (السلوكية، المعرفية، الصحية) المترافقة والناجمة عن ممارسة تلك الألعاب، تم استخدام منهج المسح الاجتماعي بالعيّنة، حيث تم اختيار (263) طالب وطالبة من مدارس منطقتي (مرج الحمام، ناعور) بطريقة العيّنة القصدية من الصفوف الابتدائية (الخامس، السادس)، والإعدادية (التاسع والعاشر)، وتم إدخال البيانات بواسطة الحاسوب باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأعلى كانت للمجيبين بعدم وصول رسائل نصية من جهات أمنية على صفحة الفيس بوك الخاصة بهم لتوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية وبلغت (66.5%)، وبالنسبة للهاتف المحمول بلغت النسبة (58.9%)، كما توصلت النتائج أن النسبة الأعلى هي للمجيبين بعدم عقد محاضرات توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدارس وبلغت (60.0%).

الكلمات المفتاحية: الإعلام الأمني، التوعية الأمنية، الألعاب الإلكترونية.

Abstract:

This study deals with the role played by the Jordanian security media in raising awareness about the dangers of electronic games. The study also aims at identifying the negative (behavioral, cognitive, health) problems associated with the exercise of these games. The selection of 263 male and female students from Marj al-Hamam and Naour schools was done by means of the sample of the elementary grades (fifth, sixth) and intermediate (ninth and tenth). The survey found that the highest percentage was respondents who did not receive text messages from security authorities on their Facebook page to raise awareness of the dangers of online games and reached 66.5%. For the mobile phone, the percentage was 58.9% Not to hold awareness lectures on the dangers of electronic games in schools (60.0%)

Keywords: Security Media, Security Awareness, Electronic Game.

مقدمة:

في ظل الثورة الرقمية لم يعد للمفاهيم معنى واضح، فقد دخلت في حالة فوضى وغياب للمعايير، فالتحول من تضامن آلي متشابه في النواحي الاخلاقية والاجتماعية والاقتصادية، إلى تضامن عضوي تبادلي وتعاقدي حال دون ذلك. ومن ضمن تلك المفاهيم كان مفهوم "اللعبة" والذي كانت الغاية منه سابقا الترفيه، كنشاط لامنهي يساعد الطفل على توسيع مداركه المعرفية والحسية والجسدية وتوازنه الانفعالي والعاطفي، إلا أن الواقع اليوم بات مختلف، فألعاب الطفولة تحولت إلى أدوات للقتل تحمل في مضمونها أفكارا تشجع من يمارسها على العنف والإيذاء والتعصب الذي يؤول الى التطرف الفكري في السلوكيات كل ذلك تحت مسمى "لعبة"، لم يراعي من قام بتصميمها الجانب الأخلاقي والقيمي، فالهدف التجاري كانت قيمته أسمى، إذ تحقق هذه الشركات مكاسب مالية ضخمة من وراء بيع ألعاب الموت، فتصميم هذه الالعاب يقوم على عناصر التشويق والإثارة وإظهار القوة، لذلك تلقى إقبالا ورواجا كبيرا من الفئات العمرية الناشئة والتي يمتلكها حب الاثارة والمغامرة والتحديات، جاهلة الهدف الكامن التي صممت لأجله تلك الألعاب، وهو تدمير المنظومة الفكرية والقيمية لديهم، فالبقاء لمدة زمنية طويلة في اللعب دون رقابة أو توعية يعتبر طريقة سهلة لغسل الأدمغة الناشئة بأفكار هدامة تجعله يظن أن هذا العالم الافتراضي يمكن إسقاطه على الواقع ومعالجة مشكلاته بنفس طريقة اللعبة، أي خلق مجتمع القوة الجبرية (إرهاب فكري الكتروني)، وليس مجتمع قائم على التعاون واحترام الآخر. وبما أن فكرة السيطرة والتحكم أصبحت قديمة في المجتمع المتواصل عبر شبكة الانترنت، ففضاء الانترنت مطلق واختراق الحسابات عمليات رائجة لذلك يمكن اعتباره مهدد للأمن الاجتماعي، وخاصة في المجتمعات المحافظة حيث أن تعرض هذه

المجتمعات لقيم وسلوكيات المجتمعات الأخرى قد تسبب تلوث ثقافي يؤدي إلى انهيار وتفسخ في النظام الاجتماعي لتلك المجتمعات. فالاستخدام الغير أخلاقي وغير القانوني للشبكة يصل الى مئات المراهقين والهواة مما يؤثر على نمو شخصياتهم النمو الصحيح ويوقعهم في أزمات نمو ويكون لديهم عقدا نفسية وقيمة لا تتماشى مع النظام الاجتماعي السائد. وخطورة ما تم ذكره فإن الإعلام بشكل عام، والأعلام الأمني بشكل خاص يقع على عاتقه واجب نشر الوعي الأمني وتبصير أفراد المجتمع بأخطار الكامنة والمترتبة على استخدام أطفالهم لتلك الألعاب التي تعيق حركة تطورهم الذهنية والجسدية والفكرية وتغرس فيهم أفكار متطرفة وهدامة غايتها الريح المادي والإثارة والتعصب، فالثقافة الأمنية ونشرها من خلال الإعلام الأمني يعتبر من الأساليب الناجعة لإعادة بناء المجتمع وتنظيم علاقاته الاجتماعية، لمواجهة الثغرات الثقافية وخاصة في مجال الانحراف والجريمة.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

اولاً: اشكالية الدراسة

يعتبر الإعلام اليوم المحرك الأساسي للتعامل مع أي حدث أو مشكلة بتصعيدها أو التخفيف من حدتها من خلال التوعية بها، وهذا يعتمد على طريقة تعامل الوسيلة الإعلامية -سواء المقروءة أو المشاهدة أو المسموعة - مع الحدث والمساحة التي تفرد لتغطيته. إن إشكالية الدراسة تتلخص في دور الإعلام الأمني في التعامل مع مشكلة الألعاب الإلكترونية والتوعية بمخاطرها، والتعرف على مدى استفادة الجهات الأمنية من استخدام وسائل الإعلام المتطورة وتقنيات الاتصال الحديثة في تزويد فئات المجتمع بكافة التفاصيل عن خطورة الألعاب الإلكترونية وأثرها المضلل للفكر والمشجع على التعصب والإجرام. إن خطورة تلك الألعاب تكمن في أنها تستهدف فئة عمرية مهمة في المجتمع، فئة يقع على عاتقها العمران والتنمية، إذ تطالعنا أرقام الإحصائيات أن أكثر من يمارس تلك الألعاب هم من الفئة العمرية الواقعة ما بين 10 - 25 سنة بمعدل ساعات لعب تصل إلى أكثر من ثماني ساعات يومياً" في غياب مراقبة الأهل، الأمر الذي يتطلب تضافر الجهود الإعلامية الأمنية وجهود أفراد المجتمع من أجل حماية تلك الفئة من الانحراف الفكري والتعصب، وتحقيق الأمن الشامل لكافة أفراد المجتمع.

ثانياً: أهمية الدراسة

تأتي من أهمية الموضوع إذ يعالج ظاهرة اجتماعية تغزو الفكر الناشئ، وتوجهه نحو العنف والتعصب، مستهلكة قدرات جسدية وذهنية لفئة عمرية مهمة في المجتمع، يعول عليها في المستقبل خدمة مجتمعها وتنميته وتطوره الاقتصادي والثقافي والاجتماعي، أما الأهمية العلمية هي رفق المكتبة العلمية ببحث يركز على أهمية الجانب الأمني في مواجهة الفكر المتطرف وكشف الهدف الكامن لهذه الألعاب الإلكترونية، فتحقيق الأمن الفكري والنفسى لتلك الفئة له عائد على المنظومة الأمنية للمجتمع بكافة جوانبه .

ثالثاً: تساؤلات الدراسة

ما الخصائص الاجتماعية والديمغرافية لعينة الدراسة ؟
 ما هي اللعبة الأكثر ممارسة عند أفراد عينة الدراسة من هذه الألعاب الإلكترونية ؟
 ما معدل الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة بممارسة تلك الألعاب ؟
 ما هي السلبيات الناتجة عن ممارسة هذه الألعاب من وجهة نظر عينة الدراسة ؟
 ما مدى إسهام الإعلام الأمني في التوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

رابعاً: أهداف الدراسة

يشير مصطلح الأهداف إلى النتائج التي يسعى الباحث الى تحقيقها من خلال بحثه، وقد هدفت الدراسة الحالية إلى بناء تصور معرفي عن بيئة الأطفال من خلال معرفة الخصائص الاجتماعية(الجنس، العمر، الصف الدراسي)، ثم تنتقل الى معرفة نوع اللعبة المفضلة وعدد الساعات التي يقضيها الطفل في ممارسة اللعبة، والتي تسهم لاحقاً في ظهور سلوكيات غير سوية وغير مقبولة اجتماعياً، من قبل الطفل أثناء تفاعله الاجتماعي مع أقرانه، ثم تصل الدراسة إلى الهدف الأساسي، وهو معرفة مدى إسهام وفعالية وسائل الإعلام الأمني سواء المقروء أو المشاهد أو المسموع في التوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية.

خامساً: منهج الدراسة

يتم الاستناد في هذه الدراسة للمنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق أغراض الدراسة، هذا وعرفه (القحطاني وآخرون، 2001)، بأنه "المنهج الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة أو تحديد

المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات، أو التقييم والمقارنة، أو التعرف على ما يعمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية"، ويتم استخدام التحليل الإحصائي لأجل التعرف على إجابات أسئلة الدراسة⁽¹⁾.

سادسا: مجتمع الدراسة

يتمثل بجميع طلبة الصفوف المرحلة الأساسي الأولى (الخامس، السادس) والإعدادي (التاسع، والعاشر)، في مدارس منطقتي مرج الحمام، وناعور وتم تحديد ثلاث مدارس (مدرسة البيان للذكور والإناث قطاع خاص، مدرسة البراء للذكور) بمنطقة مرج الحمام، (مدرسة أبونقطة للإناث) بمنطقة ناعور قطاع عام، والبالغ عددهم (811) طالب وطالبة، (تم التوصل الى رقم مجتمع الدراسة من سجلات الطلبة في المدارس المذكورة لعام 2018/2019).

سابعا: عينة الدراسة

تم اعتماد العينة القصدية في اختيار مفردات الدراسة بطريقة تحمّية لا مجال للصدفة فيها وتلبي حاجات الدراسة، والمتمثلة بطلبة الصفوف الأساسي الأولى (الخامس، السادس)، والإعدادية (التاسع، والعاشر)، في مدارس (البراء للذكور ومدرسة البيان للذكور والإناث ومدرسة أبونقطة للإناث) بمنطقة مرج الحمام وناعور، وحدة المعاينة تكونت من طلبة الصفوف الأساسية الأولى (الخامس، السادس)، والإعدادية (التاسع، العاشر)، إذ بلغت العينة الأمثل وفقاً لهذه التقديرات (263) من طلبتها، هذا واستخدمت الدراسة نظام برنامج التحليل الإحصائي (Spss) للوصول الى نتائج الدراسة.

ثامنا: أدوات الدراسة

تم استخدام (الاستبانة) كأداة للدراسة نظراً لمناسبتها لمشكلة الدراسة وللمنهج المستخدم وهي أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث معين عن طريق استمارة تجري تعبئة فقراتها من المستجيب.

(1) الفحطاني، سالم، العامري، أحمد، آل مذهب، العامري، العمر، بدران، مناهج الدراسة في العلوم السلوكية مع تطبيقات على spss، المطابع الوطنية الحديثة، الرياض، 2001، ط1، ص2.

تاسعا: مفاهيم الدراسة

الإعلام: هو القيام بالإرسال أو الإيصال، وإعطاء وتبادل للمعلومات سواء أكانت مسموعة، أم مرئية، أم بالكلمات والجمل أم بالإشارات والصور والرموز⁽¹⁾.

الإعلام الأمني: "هو فرع من فروع الإعلام المتخصص الذي يهدف إلى إخبار الجمهور بموضوعات تخص الأمن، عن طريق أجهزة الإعلام ووسائله المتخصصة (صحافة، إذاعة، قنوات فضائية، شبكات التواصل الاجتماعي)؛ من أجل تحقيق أكبر قدر من التوازن الاجتماعي بغية المحافظة على أمن الفرد وسلامته، وسلامة الجماعة والمجتمع، ويقوم به رجال الأمن ذاتهم، كما يقوم به رجال الإعلام إذا كان الأمر متعلقاً برجال الأمن⁽²⁾.

الألعاب الإلكترونية: "عبارة عن الألعاب المتوفرة على هيئة الكترونية". كما يعرفها الباحث إجرائياً بأنها جميع أنواع الألعاب المتوفرة على هيئات الكترونية، وتشمل ألعاب الحاسب، وألعاب الإنترنت، وألعاب الفيديو PlayStation وألعاب الهواتف النقالة، وألعاب الأجهزة الكفية⁽³⁾.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: للباحثة (برتيمة، سميحة) بعنوان "الألعاب الالكترونية والعنف المدرسي"، وقد هدفت هذه الدراسة الى معرفة تأثير الألعاب الالكترونية على الاطفال وعلاقتها بالعنف المدرسي، تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من 100 طالب تراوحت أعمارهم 10-18 عاماً، وتم استخدام اسلوب الملاحظة، والاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أن هنالك علاقة ارتباطية بين الألعاب الالكترونية والعنف المادي الذي يتجلى من خلال إلحاق الضرر من الناحية المادية كالجسد والممتلكات مثل الصفع والضرب فهي تعمل على زرع السلوك العدواني في شخصية الطفل خاصة، وأنه صغير السن ولا يدرك خطورة ما يشاهده⁽⁴⁾.

الدراسة الثانية: للباحثة (قويدر، مريم) بعنوان "أثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الأطفال"، وقد هدفت هذه الدراسة الى معرفة أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، أجريت هذه الدراسة في الجزائر العاصمة على عينة عنقودية من طلبة المرحلة الابتدائية

(1) المتوكل، محمد: مدخل إلى الإعلام والرأي العام، جامعة اليمن، صنعاء، 2005، ط2، ص14.
 (2) عدلي، عصمت وسعد، محمد: المدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2009، ص261.
 (3) Salen, & K.: Zimmerman, Rules of play: Game design fundamentals Cambridge, MA: MIT Press 2004, p8
 (4) برتيمة، سميحة: الألعاب الالكترونية والعنف المدرسي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، بسكرة، 2017.

في مدرسة الأخوة أوريح بحيدرة ومحمد بن الأعوج بالقبة، أبو ذو الغفار وعبد الحليم بن سماية بباب الوادي، تم استخدام المنهج الوصفي، وتم استخدام أسلوب المقابلة و أداة الاستبانة لجمع المعلومات وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: أن أغلبية أفراد العينة يقدون أبطالهم المفضلين في الألعاب الالكترونية وهذا ما يجعلهم يتقصدون شخصياتهم حسب مبادئ وقيم البطل الذي يفضلونه، وهذا ما يجعلهم يميلون للتقليد الذي يؤثر في تكوين شخصياتهم واعتمادهم على أنفسهم وثقتهم بها. كما توصلت الدراسة أن الألعاب الالكترونية ليست بريئة، فهي محكومة بالمنظومة القيمية لمنتجها والتي ليست ذاتها لدى المجتمع الجزائري، وتؤدي بحسب "روبير ميرتون" وظائف ظاهرة وأخرى مستترة، ظاهرة هي التسلية ومستترة منها ما هو مرتبط بنشر ثقافة منتجها والترويج للعنف وفساد الأخلاق⁽¹⁾.

الدراسة الثالثة: للباحث (الشرمان، عديل) بعنوان " دور برامج الإعلام الأمني التلفزيونية في الوقاية من الجريمة"، وقد هدفت الى معرفة دور برامج الإعلام الأمني التلفزيونية في الوقاية من الجريمة من وجهة نظر عينة من المشاهدين، وفي ضوء مجموعة من المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي المهنة، الدخل الشهري)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي ومن أهم نتائج الدراسة:- أظهرت الدراسة ضعف العلاقة بين أجهزة الشرطة والأمن من جهة، وبين وسائل الإعلام من جهة أخرى، وتوترها في بعض الأحيان، وضعف التنسيق بينهما لخلق مناخ من التفاهم تجاه القضايا الأمنية المعاصرة. ومن أهم توصيات الدراسة: العمل على زيادة المدة الزمنية والمساحات لبرامج الإعلام الأمني في التلفزيون الأردني التي تتناول أخبار الجريمة وطرق الوقاية منها. تخصيص عدد من الساعات المعتمدة لمادة الإعلام الأمني تدرس في كليات الإعلام في الجامعات. رفد أجهزة الشرطة والأمن بالكوادر البشرية المؤهلة إعلامياً وتأهيلهم في مجال الإعلام الأمني في ظل المتغيرات الأمنية⁽²⁾.

الدراسة الرابعة: للباحث (MOYER,2008). بعنوان " دور تحفيز المستخدم بالاعتدال: العلاقة بين ألعاب الفيديو وتعديل الأطفال"، وقد أظهرت هذه الدراسة أنه من خلال العقود أصبحت ممارسة الألعاب مرتفعة بدرجة كبيرة بين الأطفال والمراهقين، وبالتالي ركز الباحثون على تعريف النتائج المحتملة للعب بألعاب الفيديو والهدف من الدراسة هو الضبط بحثاً عن سلوكيات لعب

(1) قويدر، مريم: أثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم والاتصال، الجزائر، 2012.

(2) الشرمان، عديل: دور برامج الإعلام الأمني التلفزيونية في الوقاية من الجريمة، دار جامعة نايف للنشر، الرياض، 2015.

الفيديو مع بحث الدافعية باستخدام نموذج معرفة اجتماعية، مع التكيف الاجتماعي، والعدوانية، الدافع الذاتي، ومهارة المعرفة. كذلك بينت الدراسة أن استخدام ألعاب الفيديو يبلغ ذروته في نهاية مرحلة الطفولة للمراهقة المبكرة وينخفض مع التقدم في العمر، وفي غالبية الحالات أشار الأطفال إلى أن لعبهم لألعاب الفيديو نادرا ما يكون تحت إشراف الوالدين وأن آبائهم نادرا ما يحددون وقت اللعب، أو يوجدون القوانين التي تتعلق بأنواع الألعاب المقبولة وأن ألعاب الفيديو هي صفة مشتركة في حياة معظم الأطفال والمراهقين⁽¹⁾.

الإطار النظري :

اولا: أنواع الألعاب الإلكترونية

يمكن تصنيف أنواع الألعاب الإلكترونية اعتمادا" على طريقة إدارة اللعبة وأسلوب التحكم بها، ولا بد من القول هنا أن هذا التصنيف لا يراعي التأثيرات الفكرية والسلوكية للعبة على الأطفال، ومن أنواع هذه التصنيفات 1- ألعاب المحاكاة : وهي ألعاب تتمتع بقدر كبير من الواقعية وتتطلب خبرة اللاعب في مجالها، لذلك لم يكن غريبا أن تكون وراء هذه الألعاب مؤسسات عسكرية في بعض الأحيان كسلسلة الألعاب المرتبطة بموديلات الطائرات القتالية الأمريكية، 2- ألعاب قتالية : هي ألعاب تعتمد على مواجهات قتالية اعتمادا على فنون القتال اليدوية كالملاكمة او الكاراتيه، 3- ألعاب إطلاق النار : وهي ألعاب ترتبط بإطلاق النار واستعمال الأسلحة على أهداف مخلفة حية، ألعاب المغامرات : هذه النوعية تعتمد على القصة بمحاذاة فعل اللاعب نفسه، فاللاعب يذهب في رحلة بحث ويصبح أمامه مجموعة من الألغاز التي عليه حلها، ومواقف عليه أن يختار فيها أي المسارات سيسلك وتتمتع هذه اللعبة ببيئة قد تكون مختلفة، كأجواء ما قبل التاريخ أو المستقبل في الفضاء. 4- ألعاب الحركة : وهي الألعاب التي تعتمد على فعل جسماني حيث يتحرك اللاعب بشخصية إلكترونية داخل أجواء تتطلب منه المقاتلة أو تسلق أشياء كجبال والجري⁽²⁾.

ومن أشهر الألعاب الإلكترونية ممارسة من قبل الأطفال والشباب في العالم اليوم هي كالتالي: فورت نايت : وهي لعبة فيديو إلكترونية من نوع البقاء صدرت عام 2017، وتعمل على نظام تشغيل بلاي ستيشن، وإكس بوكس ون، ومايكروسوفت، ويندوز، وماك أو آي أو أس والاندرويد،

2)-Moyer,valeie S: The role of User Motivations in Moderating The Relation Between Video Games playing and Children Adjustment, Bowling Green ST at University,2004

(2)الشحروري، مها: الألعاب الإلكترونية في عصر العولمة (مالها وما عليها)، ط1، دار المسيرة عمان، 2008، ص48.

تتم أحداث هذه اللعبة في الأرض المعاصرة حيث يؤدي الظهور المفاجئ لعاصفة عالمية الى اختفاء 98% من سكان العالم، وتظهر المخلوقات الشبيهة بالزومبي لتهاجم الباقي وتسمح هذه اللعبة للمشاركة بين أكثر من لاعب هذا باللعبة اون لاين من أجل التعاون في إنشاء الخطط، وجمع الموارد وبناء التحصينات حول الدفاعات التي تهدف الى المساعدة في محاربة العاصفة وحماية الناجين، وبناء الأسلحة والفتاخ للمشاركة في القتال ضد موجات من هذه المخلوقات التي تحاول تدمير الأهداف، ويحصل اللاعبون على مكافآت من خلال هذه المهام لتحسين مواصفات البطل وفرق الدعم وترسانة السلاح والمصائد لكي يتمكنوا من القيام بمهام أكثر صعوبة ، وتدعم اللعبة من خلال microtransactions شراء عملة خاصة يمكن استخدامها من أجل التطورات.

لعبة GTA لعبة سرقة السيارات الكبيرة، قصة هذه اللعبة تدور حول تجسيد اللاعب لشخصية مجرم يخرج من السجن ويصبح مطاردي يقوم بالقتل والاحرام من اجل الحصول على المال ، حيث يكون للاعب مطلق الحرية في اختيار المهمات، وحرية الوصول الى المبتغى من خلال ممارسة الجرائم، لا يوجد قيود في هذه اللعبة فهي أداة تدمير للمنظومة القيمية فهي تشجع على العنف والتعصب ونفي الاخر وتصفيته⁽¹⁾.

لعبة كونترسترايك (الهجوم المضاد) تصنف هذه اللعبة ضمن ألعاب الحركة، وتتمارس بشكل فردي أو جماعي تقوم فكرة اللعبة على أساس مواجهة اراهبيين ومكافحي ارباب خلال عدة جولات، ويسجل اللاعبون نقاط عند تحقيق الأهداف الموجودة في خريطة اللعبة والقضاء على منافسيهم من أجل فوز فريقهم لعبة تجسد قيم القتل والعنف والاستخدام المفرط للقوة، وخطورة اللعبة ان اللاعب ممكن ان يختار شخصية الإرهابي أي يحاكي الإرهابي وعاداته يصبح يدافع عن فكره. لعبة نداء الواجب Call of duty تلعب سواء كانت متصلة بشبكة الانترنت او خارج نطاقها اي تحميلها على الهاتف تلعب بصورة جماعية على شكل فرق تتكون من أربعة اشخاص أو أكثر ويقابلهم فرقة اخرى ، يختار كل لاعب سلاح يتدرب عليه حتى يتقن لاستخدمه في تصفية فرد من الفريق الآخر، وهنا محاكاة لفيلم ألعاب الجوع ، وكلما قتلت أكثر استحق اللاعب الجوائز والانتقال لمستوى أعلى، فالقتل والعنف وترسيخ قيم العداة والدماء وقتل المنافس حتى لو لم يكن عدو مضمون هذه اللعبة. لعبة الحوت الزرق التي حصدت أرواح أطفال بريؤون ظهرت هذه اللعبة 2016 حيث

(1) سعيد، خلدون: نمو الالعاب الالكترونية وتزايد الاهتمام بالأجهزة الشخصية في المنطقة العربية تم الاطلاع عليه بتاريخ 2018/9/28، .
www.aawast.com

تتكون اللعبة من تحديات لمدة 50 يوم وفي التحدي النهائي يطلب من اللاعب الانتحار ، ومصطلح الحوت الازرق يأتي من ظاهرة حيتان الشاطئ والتي ترتبط بفكرة الانتحار ويتشبه في كونها أصل عدد من الحوادث الانتحار لاسيما في صفوف المراهقين . تعتمد هذه اللعبة على غسل الدماغ تدريجيا حتى يصبح اللاعب جاهزا " نفسيا" وذهنيا" للتنفيذ المباشر دون تفكير أو مقاومة (1).

لعبة جنية النار والتي توهم الاطفال بتحويلهم الى مخلوقات نارية خارقة وتدعوهم الى التواجد في الغرفة منفردين حتى لا يزول مفعول الكلمات السحرية التي يرددونها، ومن ثم حرق أنفسهم بالغاز ليتحولوا الى جنية نار. لعبة مريم ومضمونها يتلخص بوجود طفلة صغيرة تاهت عن منزلها والمشارك يساعدها للعودة اليه، وخلال ذلك تقوم بالطرح الكثير من الاسئلة عن حياته الشخصية والسياسية وتهدهم بإيذاء أهلهم اذا لم يستجيبوا لها فهي تطلب منهم في احدى المراحل الانتحار، أي جمع معلومات ممكن ان تستغل بعيدا عن مجال الاطفال كالمتاجرة بالأعضاء او التجار بالأطفال، لعبة "دوكي دوكي" وهذه اللعبة ظهرت اثناء كتابة الدراسة حيث حذرت المدراس البريطانية أولياء الامور من لعبة هي بمثابة تطبيق موعدة بين طلبة المدراس ورغم أن التطبيق الذي يأخذ شكل لعبة يبدأ بصورة مبهجة لكنه سرعان ما يحظى بطابع سوداوي يدفع المراهقين للاكتئاب، وتحدث بعض شخصيات اللعبة عن اصابتها بالاكتئاب ورغبتها بالانتحار، ثم تظهر في مشاهد لاحقة بعد اقدامها على الانتحار بالفعل .

لعبة ببجي: صدرت لعبة ببجي والمسماة بلعبة "ساحات معارك اللاعبين المجهولين عام 2017 ، وكانت نسختها الأولى مخصصة لأجهزة الكمبيوتر وانظمة تشغيل ويندوز وإكس بوكس ون، ليتم فيما بعد طرح النسخة الجديدة للهواتف المحمولة وأنظمة تشغيل أندرويد ونظام ios. اللعبة تنتمي الى ألعاب البقاء حيث يحاول اللاعب أن يحافظ على حياته داخل اللعبة حتى النهاية، وذلك من خلال اتباعه استراتيجية ناجحة في تجميع الأسلحة والذخائر والدرع والحفاظ على نفسه بمواجهة اللاعبين الآخرين وقتلهم جميعا، حيث تتميز هذه اللعبة بقدر كبير من العنف واستخدام الأسلحة النارية والأسلحة البيضاء. وهكذا نرى ألعاب موت صممها مختلين نفسيا أو مؤسسات لدى أصحابها أهدافا مادية غير أخلاقية هدفها الربح وتنمية الجانب الشرير لدى اللاعب، الذي يرى في

(1) موقع صحفي تم الاطلاع عليه 2018/9/28 www.arabic.sputniknews.com

القتل والعنف وسيلة وحيدة للنجاة والفوز، ناقلا هذا البعد الافتراضي إلى الواقع، وممارسا إياه في علاقاته الاجتماعية.

ثانياً: واقع انتشار الألعاب الإلكترونية في العالم العربي:

منذ سبعينات القرن الماضي ومن ظهور أول جهاز لألعاب الفيديو عام 1972، اجتاحت تلك الظاهرة العالم وصارت أحد مصادر الترفيه الأساسية في جميع أنحاء العالم وتسابقت أقطاب صناعة الإلكترونيات في العالم على الاتيان بأفضل وسيلة أو لعبة يقبل عليها الجميع ومع التطور الكبير والسريع في تكنولوجيا الألعاب لم يستطع العالم سوى أن ينتظر الجديد في كل لحظة بإقبال كبير، وفي إحصائية نشرها موقع "statista" الإحصائي لسوق الألعاب العالمي سترتفع قيمته من عام 2011 بإجمالي 54.15 مليار دولار الى قيمة تقديرية 90.7 مليار دولار بحلول عام 2020⁽¹⁾.

ومنذ المراحل الأولى لانتشار الألعاب الكترونية، كان العالم العربي واحدا من المستهلكين الكبار لهذا النوع من الترفيه بشكل متمم سريع، ففي عام 2012 نشرت رويترز تقريرا عن الألعاب في العالم العربي ذكرت فيه أن 60% من مجمل 350 مليون عربي أنداك هم من الشباب الاصغر من 25 عاما، وينتشر بينهم الإقبال على الألعاب بشكل كبير وبتتبع ذلك أظهرت الإحصاءات الاخيرة بنهاية عام 2017 أن السوق العربية للألعاب الإلكترونية قد ارتفعت بمعدل كبير وما زالت تتبأ بمزيد من الصعود، فقد أظهرت إحصاءات موقع "newh zoo" المتخصص في إحصاءات سوق الألعاب عام 2015 أن السعودية جاءت في المركز الاول عربي ضمن احصائيات منطقة الشرق الاوسط وافريقيا في قيمة سوق استهلاك الألعاب بإجمالي 283 مليون دولار، في العام التالي 2016 جاءت في المركز الاول عربيا بإجمالي 502 مليون دولار بزيادة قيمتها 219 مليون دولار عن العام السابق، وفي آخر الاحصاءات المحدثه لعام 2017 جاءت السعودية على رأس القائمة مرة أخرى بإجمالي قيمة، ربحية للسوق 645 مليون دولار، بزيادة قدرها 143 مليون دولار عن العام السابق له، وفي إجمال قيمة الارباح للأعوام الثلاثة أنفق في السعودية وحدها مبلغ مليار و430 مليون دولار على سوق الألعاب الالكترونية ما بين ألعاب الهاتف المحمول، وألعاب الحاسوب، وألعاب الأجهزة المستقلة.

(1) موقع إحصائي لسوق الألعاب العالمي، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2018/10/18 www.statista.com

بعد السعودية جاءت الإمارات ففي عام 2015 أنفقت الإمارات مبلغ 159 مليون دولار ارتفعت القيمة الى 249 مليون دولار عام 2016 بزيادة قدرها 90 مليون دولار، وفي عام 2017 كانت أرباح الألعاب في سوق الإمارات 276 مليون دولار بزيادة 27 مليون دولار، هكذا تكون الإمارات أنفقت إجمالي مبلغ 657 مليون دولار خلال السنوات السابقة .

أما باقي الدول جاء الاتفاق على نحو التالي : حسب تقرير new zoo لعام 2017

1- السعودية بأرباح سوق 645 مليون دولار - المركز 19 عالميا، 2- الإمارات 276 مليون دولار - المركز 35 عالميا .3- مصر 205 مليون دولار - 41 عالميا 4- قطر 144 مليون دولار - 49 عالميا 5- الكويت 117 مليون دولار - 55 عالميا 6- الجزائر 104 مليون دولار - 57 عالميا 7- المغرب 86 مليون دولار - 59 عالميا 8- عمان 81 مليون دولار - 60 عالميا 9- العراق 79 مليون دولار - 62 عالميا 10- سوريا 51 مليون دولار - 71 عالميا 11- لبنان 50 مليون دولار - 73 عالميا 12- الاردن 44 مليون دولار - 78 عالميا 13- البحرين 35 مليون دولار - 81 عالميا 14- تونس 30 مليون دولار - 89 عالميا.

ويجمع المبالغ المنفقة في سوق الألعاب لعام 2017 للدول العربية فقد أنفقت 14 دولة مليار و 947 مليون دولار أميركي ، بينما أنفق في كل من السعودية والإمارات ومصر مبلغ مليار و 126 مليون دولار أي ما يقوف إجمالي أرباح السوق للدول العربية كلها الذي يساوي 821 مليون دولار لإجمالي ل 11 دولة باقية⁽¹⁾.

ثالثاً: واقع انتشار الألعاب الإلكترونية في الأردن :

لا يكاد يخلو منزل في الأردن من شبكة إنترنت مهما كان وضعه الاقتصادي، فتواجد الانترنت أصبح من الضروريات الكمالية، إذ يستخدمه جميع أفراد العائلة من أجل التفاعل الاجتماعي على منصات مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أجل ممارسة الألعاب الإلكترونية، واللعب أون لاين مع الآخرين. حيث يظهر موقع " new zoo " المتخصص في إحصاءات سوق الألعاب لعام 2016/2015، أن الأردن أنفق ما مقداره 44 مليون دولار على شراء الألعاب الإلكترونية . ومع حجم الإنفاق الكبير حذرت وحدة الجرائم الإلكترونية التابعة لمديرية الأمن العام في الاردن والتي أنشئت عام 2008 أفراد المجتمع من خطورة بعض الألعاب الإلكترونية والتي تدعو الى هدم

(1) النشار، جمال :كيف ينفق العرب على الألعاب الإلكترونية، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2018/5/31، www.sasapost.com

المنظومة الأمنية، وتشجعه على العنف وعدم احترام القوانين، حيث أنها تستدرج الأطفال الى ايداء انفسهم وانهاء حياتهم من خلال التحديات المخيفة. وتساعد على ظواهر اجرامية كالسرقة والعنف والتعصب والتمتر، وقد حذرت الوحدة من أن للتنظيمات الإرهابية عناصر يجندون للتسلل الى عقول هؤلاء الأطفال والشباب لغسل عقولهم وجذبهم الى التنظيم من خلال الألعاب الإلكترونية خاصة عند اللعب بشكل مباشر أون لاين⁽¹⁾.

إن التأثيرات السلبية التي ترافقت مع ممارسة هذه الألعاب في الاردن، تجسدت بمظاهر مختلفة رصدها المتعلمون في المدارس، خاصة بعد افتعال المشاكل من قبل الطلاب وفي إحدى المدارس في محافظة الكرك حيث قام الطلاب بإيداء انفسهم بأدوات حادة وعند التحقيق معهم تبين أنهم يقدون احدى الألعاب الإلكترونية التي تطالب صاحب اللعبة أن يؤدي نفسه، لأجل ذلك أخذت وسائل الإعلام تحذر الاهالي من أنه لا بد من توعية الأطفال وبالأخص الشباب من تأثير هذه الالعاب . خاصة أن نسبة مشاهدة هذه الالعاب الكترونية في الاردن من قبل الذكور أعلى من الإناث بحكم ان الإناث لا يفضلن العنف وممارساته، بعكس الذكور الذين يجدون أن العنف يحقق القوة و البطولة.

رابعاً: ماهية الإعلام الأمني

يعتبر الإعلام الأمني (Security Media) من المفاهيم الحديثة التي ظهرت على الساحة الإعلامية نتيجة لتطور الحياة الاجتماعية في العقد الأخير من القرن العشرين خاصة، ونتيجة للتقدم المذهل لوسائل الإعلام والحاجة إلى الاستفادة من إمكاناتها المختلفة، كوسائل تأثير فعالة ساعدت كثيراً من المؤسسات على تحقيق أهدافها وتحسين صورتها لدى المتعاملين معها. كانت بداية إطلاق مصطلح الإعلام الأمني (Security Media) في عام 1980م، وقد تم تعريفه وقتها من قبل "الجنحي" أنذاك بأنه " ما يصدر عن أجهزة الأمن من مجلات ونشرات وبرامج وجميع الأنشطة الإعلامية التي تهدف إلى تحقيق الوعي الاجتماعي لتساعد على تدعيم المبادئ والقيم الإسلامية التي تشكل سداً منيعاً ضد الجريمة"⁽²⁾. كما يعرفه "Donald Rimer بأنه "الإعلام الذي يراعي المصالح الوطنية لكل دولة دون أن يتناقض مع رسالة الإعلام وأهميتها"⁽³⁾.

(1) موقع مديرية الأمن العام الأردني، www.psd.gov.jo

(2) الجنحي، علي : الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002، ص161.

(3) Donald, R. Principles of Crime. University of Chicago. U.S.A. ,p70 (1999)³

خامسا: الإعلام الأمني الأردني :

أنشئ المركز الإعلامي الأمني في المملكة الأردنية الهاشمية في العام 2005 تحت مسمى (المكتب الإعلامي) استجابة للحاجة المتزايدة لدى مديرية الأمن العام، لتوسيع نطاق علاقتها مع وسائل الإعلام وإدراكها أن حجب المعلومة الأمنية عن وسائل الإعلام سيؤدي إلى وصولها إلى الجمهور بطريقة غير صائبة مما ينعكس سلباً على ثقة المواطن وأمن المجتمع، فالمركز الإعلامي الأمني يعد وحدة مختصة تمثل حلقة الوصل بين مديرية الأمن العام ومؤسسات الإعلام والصحافة من أجل تمكينهم من الحصول على المعلومة الصحيحة التي تسهل مهمتهم في صياغة الأخبار التي تهم عموم المواطنين، خاصة في ظل التخبط في استقاء المعلومات المتعلقة ببعض المتغيرات الأمنية⁽¹⁾.

وتم تحقيق ذلك من خلال إصدار الأخبار والبيانات الصحفية، وإعداد التقارير الإخبارية التلفزيونية، وإنتاج مواد فلمية للتعريف بخدمات الأمن العام وما يقوم به في التعامل مع المتغيرات الأمنية، من ضمنها البرنامج التلفزيوني الأسبوعي (العين الساهرة)، ومن خلال إذاعة (أمن أف أم)، وعقد المؤتمرات الصحفية، وتلقي استفسارات الصحفيين على مدار الساعة، وترتيب اللقاءات الصحفية والتلفزيونية مع المديرين ومنتسبي الأمن العام، وإصدار مجلة الشرطة.

سادسا: الأضرار السلوكية والأمنية والصحية لممارسة الألعاب الإلكترونية :

أوجدت الدراسات العديد من الأضرار التي تسببها الألعاب الإلكترونية حيث أن نسبة كبيرة من الألعاب الإلكترونية تعتمد على التسلية والاستمتاع بقتل الآخرين وتدمير أملكهم والاعتداء عليهم بغير بوجه حق، وتعلم الأطفال والمراهقين أساليب ارتكاب الجريمة وفنونها وحيلها وتنمي في عقولهم قدرات ومهارات العنف والعدوان التي تقودهم في النهاية إلى ارتكاب الجرائم الحقيقية في المجتمع الذي يعيشون فيه أو ممارسات متطرفة، كتدمير بعض الملكيات الخاصة أو سرقتها، فالصور العنيفة تؤثر على المستوى العاطفي لدى الطفل إذ تثير الذعر والخوف في نفسه مما ينعكس على تصرفاتهم فتظهر مضطربة أحيانا وتميل إلى الشرود الذهني لما يحصل بالواقع أن بعض الألعاب تضاهي أعمال القتل، تلك التي تعلم مع مرور الوقت تحدي الشخص بقتل شخص

(1) مخامرة، ماهر. الدورة التدريبية: تنمية مهارات العاملين في أجهزة الإعلام الأمني، خلال الفترة من 9-14/3/2014، قسم البرامج التدريبية، كلية التدريب، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2014، ص 24.

آخر ووضع حد لحياته لينجوا هو ويحقق انتصار بقتل الآخر وتصفيته، أي يجعل الشخص مسلوب الإرادة ينفذ من غير تفكير⁽¹⁾.

أما الأضرار الصحية تتمثل بمجموعة من الاصابات المتعلقة بالجهاز العضلي والعظمي والعصبي نتيجة الحركات السريعة والمتكررة ، فالجلوس لساعات طويلة يسبب الألم في منطقة أسفل الظهر، إن كثرة حركة الاصابع على الموبايل تسبب أضرار بالغة لإصبع الإبهام، ومفصل الرسغ نتيجة لثنيهما بصورة مستمرة، و هنالك تأثير سلبي على النظر واضعافه بسبب الساعات الطويلة التي يقضونها باللعب، كذلك جفاف العين وتعرضها للالتهاب بسبب الضوء المسلط عليها .، كذلك الصداع والقلق والاكتئاب الناجمة عن الادمان والخوف من التعرض للهزيمة أو الانقطاع المفاجئ للإنترنت، كذلك مشاكل سوء التغذية والبدانة حيث يفضل الطفل ممارسة الالعاب على تناول الكل مع العائلة او ان يأكل وهو يلعب معتمد على الوجبات الجاهزة .

الجانب التطبيقي للدراسة :

اولاً: وصف خصائص عينة الدراسة

من أجل بيان بعض الحقائق المتعلقة بعينة الدراسة، تبين النتائج المشار إليها في الجداول التالية خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث (الجنس، العمر، الصف الدراسي).

ثانياً: الأسئلة المرتبطة بخصائص أفراد عينة الدراسة:

1- (الجنس)

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الجنس).

جدول رقم (1) التكرارات والنسب المئوية لمتغير " النوع الاجتماعي "

الجنس	العدد	%
ذكور	143	54.3
إناث	120	45.7
المجموع	263	100.0

تظهر بيانات الجدول رقم (1) أن النسبة الأعلى هي للذكور، إذ بلغ عددهم (143)، شكلوا ما نسبته (54.3%)، من عينة الدراسة، أما بالنسبة للإناث، فبلغت نسبتهم (45.7%).

(1) الكعي، حيدر: الألعاب الكترونية وأثرها الفكري والثقافي، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، النجف، 2012، ص ص 45-46.

2-العمر

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية لمتغير العمر).

الجدول (2) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (العمر)

العمر	العدد	%
10 - 12 سنة	93	35.4
13-14 سنة	107	40.7
15 - 16 سنة	63	23.9
المجموع	263	100.0

تظهر بيانات الجدول (2) أن نسبة الأعظم في هذه الدراسة هي لذوي الأعمار (13-14) سنة، إذ بلغت النسبة (40.7%)، يليهم ذوي الأعمار (10-12) سنوات، بنسبة بلغت (35.4%)، يليهم ذوي الأعمار (15-16) سنة، بنسبة بلغت (23.9%).

3-الصف الدراسي:

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية لمتغير الصف الدراسي).

الجدول (3) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الصف الدراسي)

الصف الدراسي	العدد	%
الخامس	50	19.1
السادس	57	21.7
التاسع	84	31.9
العاشر	72	27.3
المجموع	263	100.0%

من خلال الجدول (3) يتكشف لنا بأن النسبة الأعلى هي للصف التاسع بنسبة بلغت (31.9%)، يليهم المنتسبين للصف العاشر بنسبة بلغت (27.3%)، ومن ثم ذوي الصف السادس بنسبة بلغت (21.7%)، ومن ثم ذوي الصف الخامس بنسبة بلغت (19.1%).

ثالثاً: الأسئلة المرتبطة بموضوع الدراسة:

ما هي اللعبة الأكثر ممارسة عند أفراد عينة الدراسة من هذه الألعاب الإلكترونية: يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية لمتغير مكان السكن).

الجدول (4) التكرارات والنسب المئوية لمتغير

(اللعبة الأكثر ممارسة عند أفراد عينة الدراسة من هذه الألعاب الإلكترونية)

الفئة	العدد	%
كونترسترايك (الهجوم المضاد)	33	12.5
لعبة جنية النار	25	9.5
فورت نايت	39	14.8
لعبة ببجي	37	14.1
GTA 5) لعبة السرقة الكبير للسيارات	34	12.9
لعبة مريم	32	12.2
لعبة " دوكي دوكي "	31	11.8
لعبة البوكيمون	32	12.2
المجموع	263	100.0%

من خلال الجدول (4) يتبين لنا بأن النسبة الأعلى ممارسة هي لعبة فورت نايت إذ بلغت النسبة (14.8%)، يليها (لعبة ببجي)، بنسبة بلغت (14.1%)، و لعبة GTA 5 بنسبة (12.9%)، وهذه الألعاب التي تصدرت الاجابات تحتوي على مضامين خطيرة فهي تشجع على العنف وتصفية الآخر ونيل المكافآت اذا تم ذلك، وتتقاطع تلك النتائج مع دراسة برتيمه 2017، ودراسة فويدر 2012.

5- ما معدل الساعات التي يقضيها افراد عينة الدراسة بممارسة تلك الألعاب:

الجدول(5) التكرارات والنسب المئوية لمتغير

" معدل الساعات التي يقضيها افراد عينة الدراسة بممارسة تلك الألعاب "

معدل الساعات التي يقضيها افراد عينة العدد	%	الدراسة بممارسة تلك الألعاب
83	31.6	ساعتين
98	37.3	أربع ساعات
43	16.3	ثمانى ساعات
39	14.8	ثمانى ساعات وأكثر
263	100.0	المجموع

تظهر بيانات الجدول(5) أن نسبة الأعلى هي لمن يقضون بممارسة الألعاب (أربع ساعات) بنسبة بلغت (37.3%)، وأدنى نسبة هي لمن يقضون (ثمانى ساعات وأكثر) بنسبة بلغت (14.8%)، وهذا مؤشر على غياب الدور الأسري في التوعية، فالأسرة شريك أساسي في الدور التوعوي والتربوي، وتتقاطع هذه النتائج مع دراسة Moyer,2008 .

6- ما هي السلبيات الناتجة عن ممارسة هذه الألعاب من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية لمتغير السلبيات الناتجة).

الجدول(6) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (ما هي السلبيات الناتجة عن ممارسة هذه الألعاب

من وجهة نظر عينة الدراسة)

الفئة	العدد	%
تؤجل واجباتك من أجل ممارسة اللعبة	29	11.0
ترفض الالتقاء بأصدقائك من أجل إكمال اللعبة	27	10.3

13.7	36	تعزلك ممارسة الألعاب عما يدور في البيت من أحداث
8.7	23	تستخدم العنف لحل مشاكلك كما في اللعبة
13.3	35	تؤثر الألعاب على البصر والتركيز
11.8	31	تمارس بعض الحركات في اللعبة على أصدقائك
11.4	30	لا ترغب بتناول الطعام اثناء اللعب
12.9	34	تشعر بالقلق اذا فصل الانترنت
6.9	18	لا تحبذ الزيارات الاجتماعية اثناء ممارسة اللعبة
%100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول (6) أن النسبة الأكبر فيما يخص السلبيات الناتجة عن ممارسة الألعاب تتمثل في (تعزلك الألعاب عما يدور في البيت من أحداث) بنسبة بلغت (13.7%)، يليها (تؤثر الألعاب على البصر والتركيز) بنسبة بلغت (13.3%)، يليها (تشعر بالقلق اذا فصل الانترنت) بنسبة بلغت (12.9%)، وهذه النتائج تشير الى وجود سلبيات يجب أخذها بعين الاعتبار والتوعية، فالاعتقاد وعدم المشاركة في النشاطات العائلية يؤدي الى الانفصال عن العالم الواقعي وحصر العالم في ذهنه في العالم الافتراضي الذي يشاهده، كذلك ظاهرة القلق وهي متعلقة بالإدمان على ممارسة تلك الألعاب، كذلك الضرر الصحي على اعضاء الحواس والعضلات والاعصاب

7- ما مدى إسهام الإعلام الأمني الأردني في التوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة؟.

-سبق لك أن شاهدت إحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية على شاشة التلفاز.

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية).

الجدول (7) التكرارات والنسب المئوية لمتغير

(سبق لك أن شاهدت إحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية على شاشة التلفاز)

سبق لك أن شاهدت إحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية	العدد	%
نعم	164	62.4
لا	99	37.6
المجموع	263	100.0

تظهر بيانات الجدول (7) أن نسبة الأعلى هي للإيجاب، بنسبة بلغت (62.4%)، والنسبة المتبقية هي للمجيبين بالسلب، وهذا مؤشر على أن دور الإعلام الأمني المرئي يحقق مشاهدة جيدة من قبل تلك الفئات العمرية .

-يتم عقد محاضرات توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدرسة ؟
يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية السابق).

الجدول (8) التكرارات والنسب المئوية لمتغير

(يتم عقد محاضرات توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدرسة)

يتم عقد محاضرات توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدرسة	العدد	%
نعم	105	40.0
لا	158	60.0
المجموع	263	100.0

تظهر بيانات الجدول (8) أن نسبة الأعلى هي للمجيبين بالسلب، بنسبة بلغت (60.0%)، والنسبة المتبقية هي للمجيبين بالإيجاب. وهنا لابد من التشبيك ما بين الاجهزة الأمنية والمؤسسات التعليمية كالمدارس، وتعزيز التواصلية والتشاركية والاستماع من الطلبة ومعرفة آراءهم حول تلك الألعاب وتصحيح المفاهيم واطلاعهم عن الاهداف الكامنة من وراء تلك الألعاب، وتتقاطع تلك النتيجة مع توصيات (دراسة الشرممان 2015) . - سبق لك أن استمعت إلى برامج أمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية ؟

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية السابق).

الجدول (10) التكرارات والنسب المئوية لمتغير

(حصل أن سمعت إحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر تلك الألعاب)

سبق لك أن استمعت إلى برامج أمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية	العدد	%
نعم	166	63.1
لا	97	36.9
المجموع	263	100.0

تظهر بيانات الجدول (10) أن نسبة الأعلى هي للإيجاب، بنسبة بلغت (63.1%)، والنسبة المتبقية هي للمجيبين بالسلب، وهذه يظهر أن الإعلام الأمني المسموع يؤدي واجبه من خلال إذاعة أمن إف إم .

- يصلكم رسائل نصية على أجهزة المحمول تتعلق بالتوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية ؟

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية السابق).

الجدول (11) التكرارات والنسب المئوية لمتغير

(يصلكم رسائل نصية على أجهزة المحمول تتعلق بالتوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية)

العدد	%	يصلكم رسائل نصية على أجهزة المحمول تتعلق بالتوعية من مخاطر الألعاب
108	41.1	نعم
155	58.9	لا
263	100.0	المجموع

تظهر بيانات الجدول (11) أن نسبة الأعلى هي للسلب ، بنسبة بلغت (58.9%)، والنسبة المتبقية هي للمجيبين بالإيجاب، هنا نرى غياب الجهات الإعلامية بشكل عام و المتخصصة عن التوعية، غياب التشبيك بين شركات الاتصالات والأجهزة الإعلامية والأمنية لبث رسائل أمنية على غرار الرسائل التي أصبحت ترسل الى مشتركين بشبكات الاتصال للتحذير من مخاطر الكوارث الطبيعية (خدمة 911) .

- يصلكم رسائل نصية على صفحة الفيس بوك الخاصة بكم من أجل التوعية من مخاطر الألعاب؟

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية السابق).

الجدول (12) التكرارات والنسب المئوية لمتغير

(يصلكم رسائل نصية أمنية على موقع صفحة الفيس بوك الخاصة بكم من أجل التوعية من مخاطر الألعاب)

العدد	%	يصلكم رسائل نصية على صفحة الفيس بوك الخاصة بكم من أجل التوعية من مخاطر الألعاب
88	33.5	نعم

لا	175	66.5
المجموع	263	100.0

تظهر بيانات الجدول (12) أن نسبة الأعلى هي للمجيبين بالسلب، بنسبة بلغت (66.5%)، والنسبة المتبقية هي للمجيبين بالإيجاب، لا بد من الذكر ان موقع فيس بوك من أكثر المواقع المستخدمة لتلك الفئات وهم أكثر نشاطاً و"تفاعلاً"، ومؤخراً تم مشاهدة الجريمة التي هزت مجتمع نيوزلندا في بث مباشر على موقع فيسبوك، وكانت الطريقة القتل محاكاة للعبة ببجي، لذلك لا بد من الاستفادة من تفعيل خدمة الرسائل على مواقع التواصل الاجتماعي .

- سبق لك أن قرأت في الصحف أو المجلات مقالات تتناول خطورة الألعاب الإلكترونية ؟
يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية السابق).

الجدول (13) التكرارات والنسب المئوية لمتغير

(سبق لك أن قرأت في الصحف أو المجلات مقالات تتناول خطورة الألعاب الإلكترونية)

العدد	%	
		- سبق لك أن قرأت في الصحف أو المجلات مقالات تتناول خطورة الألعاب الإلكترونية
163	62.0	نعم
100	38.0	لا
263	100.0	المجموع

تظهر بيانات الجدول (13) أن نسبة الأعلى هي للإيجاب، بنسبة بلغت (62.0%)، والنسبة المتبقية هي للمجيبين بالسلب، من تلك النتيجة نرى أن كل من الإعلام المرئي والمسموع والمقروء يقوم بتغطية ملحوظة من قبل فئات العينة، وهذا مؤشر جيد.

- قبل فتح تطبيق أي لعبة جديدة، تجد أي رسالة أمنية تحذيرية أن ما تشاهده لا يتناسب مع عمرك.

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية السابق).

الجدول (14) التكرارات والنسب المئوية لمتغير

(قبل فتح تطبيق أي لعبة جديدة، تجد أي رسالة أمنية تحذيرية أن ما تشاهده لا يتناسب مع عمرك)

قبل فتح تطبيق أي لعبة جديدة تجد أي رسالة أمنية تحذيرية أن ما تشاهده لا يتناسب مع عمرك	العدد	%
نعم	93	35.4
لا	170	64.6
المجموع	263	100.0

تظهر بيانات الجدول (14) أن نسبة الأعلى هي للمجيبين بالسلب، بنسبة بلغت (64.6%)، والنسبة المتبقية هي للمجيبين بالإيجاب، هنا لا بد من حظر بعض تطبيقات الألعاب التي لا تحتوي على أي رسالة تحذيرية مما قد تحتويه من مضمون لا يتناسب مع عمر المتلقي .

النتائج والتوصيات:

تم التوصل إلى عدد من النتائج والتي على ضوءها قدمت الباحثة عددا من التوصيات؛ وتاليا عرض ما أسفرت عنه هذه الدراسة من نتائج:

أولاً: النتائج

يمكن تلخيص نتائج التحليل وتساؤلات الدراسة، على النحو الآتي:

- إنَّ النسبة الأعلى هي للذكور، إذ بلغ عددهم (143)، شكلوا ما نسبته (54.3%)، من عينة الدراسة، أما بالنسبة للإناث، فبلغت نسبتهم (45.7%).

- إن نسبة الأعلى في هذه الدراسة هي لذوي الأعمار (13-14) سنة، إذ بلغت النسبة (40.7%).
- إن النسبة الأعلى هي للصف التاسع بنسبة بلغت (31.9%)، يليهم المنتسبين للصف العاشر بنسبة بلغت (27.3%).
- إن النسبة الأعلى ممارسة هي لعبة (فورت نايت)، إذ بلغت النسبة (14.8%).
- إن نسبة الأعلى هي لمن يقضون بممارسة الألعاب (أربع ساعات) بنسبة بلغت (37.35%).
- إن نسبة الأعلى هي للمجيبين بعدم عقد محاضرات أمنية توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدرسة، بنسبة بلغت (60.0%).
- إن نسبة الأعلى هي لمن سمعوا بإحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر تلك الألعاب بنسبة بلغت (63.1%).
- إن نسبة الأعلى هي للمجيبين بأنه لا يصلهم رسائل نصية على أجهزة المحمول من أجل التوعية من مخاطر بعض الألعاب، بنسبة بلغت (58.9%).
- إن نسبة الأعلى هي للمجيبين بأنه لا يصلهم رسائل نصية على مواقع التواصل الخاصة بكم من أجل التوعية من مخاطر بعض الألعاب بنسبة بلغت (66.5%).
- إن نسبة الأعلى هي للمجيبين بمن قرأوا مقال في جريدة أو وسيلة أخرى يتحدث عن أهمية التوعية الأمنية لمخاطر الألعاب الإلكترونية، بنسبة بلغت (62.0%).
- إن نسبة الأعلى هي للمجيبين بأنهم لا يستقبلون (رسالة أمنية تحذيرية أن ما تشاهده لا يتناسب مع عمرك)، بنسبة بلغت (64.6%).

ثانياً: توصيات الدراسة

- من خلال النتائج السابقة نستطيع التوصل الى وضع مجموعة من التوصيات تتمثل في الآتي:
1. العمل على زيادة التوعية الأمنية فيما يخص مخاطر وأضرار الألعاب الإلكترونية، وذلك من خلال تنظيم دورات توعوية في المدارس لكلا الجنسين وبمشاركة الأهالي .
 2. زيادة فاعلية الإفادة من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، وذلك من خلال إجراء تشبيك بين موقع صفحة المدرسة وموقع صفحة الإعلام الأمني وصفحات الطلبة

حيث يتم الاطلاع ومتابعة كل المنشورات الأمنية والمتعلق منها بظورة الألعاب الالكترونية .

3. ضرورة نشر الوعي بين الطلبة حول مخاطر الألعاب الإلكترونية من خلال الرسائل النصية على أجهزة المحمول وهذا يتطلب تشاركية شركات الاتصالات والجهزة الامنية مثال على ذلك خدمة 911 لتوعية بمخاطر الكوارث الطبيعية .
4. عمل تطبيق أمني مجاني والترويج له من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وشركات الاتصالات للتوعية الأمنية من الظواهر المهددة لأمن المجتمع .
5. ضرورة تعميم نتائج هذه الدراسة على القطاعات المهمة، وكذلك على القطاعات ذات الصلة.

قائمة المراجع

- برتيمة، سميحة (2017)، الألعاب الالكترونية والعنف المدرسي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، بسكرة، الجزائر .
- الجنحي، علي (2000م)، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الشروري، مها(2008)، الألعاب الإلكترونية في عصر العولمة (مالها وما عليها)، ط1، دار المسيرة، عمان ، الأردن .
- الشرمان، عديل (2015) دور برامج الإعلام الأمني التلفزيونية في الوقاية من الجريمة، دار جامعة نايف للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية .
- عدلي، عصمت وسعد، محمد(2009). المدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، مصر.
- القحطاني، سالم، العامري، أحمد، آل مذهب، العامري، العمر، بدران (2001). مناهج الدراسة في العلوم السلوكية مع تطبيقات على SPSS ، ط1، المطابع الوطنية الحديثة، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- قويدر، مريم(2012) أثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم والاتصال ، الجزائر.
- الكعبي، حيدر(2012) الألعاب الكترونية وأثرها الفكري والثقافي، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية، النجف، العراق .
- المتوكل، محمد، (2005)، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، ط2، جامعة صنعاء، اليمن .
- مخامرة، ماهر(2014). الدورة التدريبية: تنمية مهارات العاملين في أجهزة الإعلام الأمني، خلال الفترة من 9-1435/4/3هـ، قسم البرامج التدريبية، كلية التدريب، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض ، المملكة العربية السعودية.
- Donald,R. (1999) Principles of Crime. University of Chicago.U.S.A.
- Jones,M.&DeGuzman,M.C.(2010 - B)''E - policing;TheValue of police Websites for Citizen Empowered participaction.E - Government website

development: Future trends & strategic models “,Hershey, PA:IGI Global.211- 217.

Moyer,valeie S.(2004).The role ofUser Motivations in Moderating The Relation Between Video Games blaying and Children Adjustment, Bowling Green ST ate University

Retrieved on 15.08.2010 <http://www.mediawise.org/>

Salen, K.& Zimmerman, E. (2004). Rules of play: Game design fundamentals. Cambridge, MA: MIT Press.

مواقع الانترنت:

سعيد، خلدون: نمو الالعاب الالكترونية وتزايد الاهتمام بالأجهزة الشخصية في المنطقة العربية تم الاطلاع عليه بتاريخ 2018/9/28، www.aawast.com.

موقع إحصائي لسوق الألعاب العالمي ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2018/10/18، www.statista.com

موقع صحفي تم الاطلاع عليه 2018/9/2، www.arabic.sputniknews.com،

موقع مديرية الأمن العام الأردني، www.psd.gov.jo،

النشأار، جمال :كيف ينفق العرب على الألعاب الالكترونية، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2018/5/31، www.sasapost.com،

تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية

The impact of the new media on Arab cultural identity

أحمد اسماعيلي: أستاذ فلسفة، وباحث في سلك الدكتوراه بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بوجدة، مختبر استراتيجيات صناعة الثقافة والاتصال ورهانات التنمية بالمغرب.

ملخص:

يشكل الإعلام الجديد تهديدا للهوية الثقافية العربية وتحديا ضاريا لها، من خلال استثمار مكتسبات العلوم والتقدم التكنولوجي في مجال ثورة الاتصال والمعلومات، لتهميشها وخلخلة بنياتها والنيل من مكانتها التاريخية. وتأتي هذه الورقة للبحث والتحقيق في تأثير عصر المعلومات التي شكلتها وسائط الإعلام الجديدة على مقومات هذه الهوية ومدى قدرتها على الصمود بذاتها وخصوصياتها في ظل عالم متغير ومتسارع خاضع لسلطة الإعلام وجبروته.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد - الهوية الثقافية العربية - الدين - اللغة - التاريخ - التراث

Abstract

The new media poses a threat to the Arab cultural identity and a fierce challenge to it, through the exploitation of the gains of science and technological progress in the field of communication and information revolution, to marginalize it and to undermine its historical status. This paper investigates the impact of the information age on the foundations of this identity and its ability to stand alone and its specificities in a rapidly changing world subject to the power of the media.

تقديم:

كثر الحديث في السنوات الأخيرة عن موضوع الإعلام الجديد لما له من أهمية بالغة في التأثير على الشعوب والمجتمعات، خاصة في عصر العولمة التي أصبح العالم في ظلها قرية صغيرة، إذ ما يحدث في بقعة جغرافية معينة سرعان ما ينتقل كالنار في الهشيم إلى كل بقاع المعمورة، لذلك صار عصرنا الحالي عصر الإعلام بامتياز، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة وتقنياته المتطورة بلغت غايات بعيدة في عمق التأثير وقوة التوجيه وخطورة التشكيل، أدت إلى تغيرات جوهرية مست بالأساس هوية الشعوب ومنظومات قيمها ومبادئها، بإرغامها على الانخراط في ثقافة واحدة تتناقض وتتآفر مع منظومات قيمها ومبادئها. فالإعلام الجديد المتخطي للحدود القومية، وما يقوم عليه من تكنولوجيا وصناعات متطورة، أدى

إلى تقويض الشعور بالانتماء وإعادة رسم الخريطة الثقافية المحددة وطنياً، بإضعاف المقومات والثوابت المحلية وجعل أمر التحكم فيها ممكناً وسهلاً.

وليس ثمة مبالغة في القول بأن الإعلام الجديد أصبح يشكل تهديداً للهوية الثقافية العربية وتحدياً ضارياً لها، من خلال استثمار مكتسبات العلوم والتقدم التكنولوجي في مجال ثورة الاتصال والمعلومات، لتهميشها وخلخلة بنياتها والنيل من مكانتها التاريخية، وترسيخ ضعف الولاء لها من قبل أبنائها، وبالتالي قطع الصلة وتحطيم الجسور الواصلة بين الشعوب العربية وحضارتهم العريقة وتقنيت الوحدة المأمولة بينهم.

إن الهوية العربية، بخصائصها ومقوماتها الأساسية، تمثل روح الأمة ومنبع فكرها وأسلوب حياتها، منها تستمد عناصر بقائها وطاقتها إبداعها، لذلك يمكن الجزم أنها الركيزة الأساس في نهضتها والعنصر الأهم في رقيها واستقرارها، فلا تطور ولا تنمية في بلد تعرضت أوصاله الثقافية للتفكك وخضعت هويته للطمس والتهميش، لذلك كان من واجب الأمة العربية أن تُسَخَّرَ جهودها من أجل المحافظة على هذه الهوية عزيزة قوية، تُصَدِّعُ عنها كيد الأعداء وهجمات المتربصين وسهام الحاقدين، حتى تكون مرجعية تترسخ في اللاوعي الجمعي للأمة، يشعر من خلالها كل فرد عربي بانتمائه لها فيسخر جهوده، في إطار من التكامل والتضامن مع غيره، للدفاع عن مكامن عزتها ورسم المكانة اللائقة بها.

1- الإطار المنهجي:

1-1: إشكالية البحث:

برز مفهوم الإعلام الجديد بقوة في عصر العولمة، التي تعاضت من خلالها مساحات الاحتكاك الحضاري بين الشعوب والأمم، وطرح معه رهانات تتعلق بعمق التحولات التي من الممكن أن يحدثها في المجتمعات، لذلك سيحاول هذا المقال أن يتفاعل مع هذا الصراع القائم بين الإعلام الجديد الذي يشكل ذراع العولمة الكاسحة والهوية الثقافية العربية التي تحاول الصمود بخصائصها في وجه هذا الاختراق الغاشم، من خلال الإجابة على لفييف من الأسئلة نلخص أهمها فيما يلي:

- ما المخاطر والتحديات التي يفرضها الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية؟ وكيف يمكن لهذا الإعلام في ارتباطه بالعولمة أن يكتسح الخصوصيات الثقافية للأمة العربية، ويهدد أسسها ومقوماتها الحضارية؟.
 - إلى أي حد يمكن لهذه الهوية الصمود بذاتها وخصوصياتها في ظل عالم متغير ومتسارع خاضع لسلطة الإعلام وجبروته؟.
 - ما السبل والآليات الاستراتيجية الكفيلة بمواجهة تحديات الإعلام الجديد وحماية هويتنا الثقافية من كل طمس وتهميش؟.
- 1-2: أهمية البحث:

غني عن البيان، أن الهوية الثقافية العربية تشهد اليوم هجمة كبيرة، وتجاهه تحديات جمة، تنامت في ظل ظاهرة الإعلام الجديد، فأصبحت المجتمعات الغربية تروج لثقافتها وقيمها وأنماطها السلوكية المتناقضة مع ثقافتنا المحلية ومقومات هويتنا، معتمدة على تفوقها التقني وترسانتها الإعلامية، ولعل ما نشاهده اليوم من انسلاخ أفراد أمتنا عن ثوابتهم، واغترابهم عن واقعهم ومقومات هويتهم، خير دليل على هذا الصراع الناعم الذي يشكل إطارا مرجعيا لأهمية هذه الدراسة، التي تتناول قضية الهوية العربية في ظل تحديات الإعلام الجديد، ويمكن تحديد المؤشرات الأساسية التي تضيء على هذه الدراسة أهمية علمية كما يلي:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الهوية بالنسبة للمجتمع، حيث ترمي من خلال البحث في خصائصها ووظائفها المختلفة إلى الكشف عما يبقيها هوية أصيلة، فحين نقر بأن الهوية تتأسس على مقومات وأبعاد تشير إلى تشابه الأفراد في المجتمع الواحد، فإن ذلك يتطلب استمرارية تاريخية وشعورا قويا بالانتماء، ويفرض بالضرورة صيانتها من كل أشكال الطمس والتهميش، خاصة في عصر الإعلام الجديد ذراع العولمة الكاسحة الجارفة، بتجلياتها وانعكاساتها على جميع مناحي الحياة، وتحديدًا على الهوية الثقافية لأمتنا العربية، وهذا بالضبط ما تسعى الدراسة إلى بلوغه.

- تتبع أهمية هذه الدراسة أيضا من الحاجة الكبيرة إلى دراسة مسألة الهوية الثقافية العربية وما تواجهه من تحديات، على نحو يسمح برصد واقعها والوقوف على حدود تأثير الإعلام الجديد على مكوناتها، والوصول إلى نتائج وتوصيات قد تساهم في توعية أفراد المجتمع العربي وتصحيح

توجهاتهم وقناعاتهم في التعامل مع أدوات العولمة الإعلامية، وإكسابهم القدرة على المواجهة والتصدي.

3-1: منهج البحث:

لما كان البحث في المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية يتطلب بالضرورة وصف المشكلة التي يريد الباحث دراستها وجمع أكبر قدر ممكن من الأوصاف والمعلومات الدقيقة عنها، فإن المنهج الذي سيتم اعتماده في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، وهو منهج يقوم على رصد الظواهر ووصفها بهدف الوصول إلى تفسير علمي مقبول لها، وذلك عن طريق استخدام الأساليب التحليلية، ويُعرف هذا المنهج بأنه "استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر، بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى"¹.

فالمنهج الوصفي التحليلي المعتمد في هذه الدراسة، سيساعد على تشخيص الواقع الحالي للهوية الثقافية العربية، وما تواجهه من تحديات، مع إبراز حدود تأثيرات الإعلام الجديد على مكوناتها وكيفية تفاعل الأفراد مع مظاهرها، والسبل الكفيلة بتحسين هذه الهوية من الأخطار المحدقة بها.

2- دلالات مفاهيم الدراسة.

تحتل المصطلحات والمفاهيم موقع حجر الزاوية في البناء الفكري لأي نسق معرفي، وتُشكّل العمود الفقري بالنسبة للحقول المعرفية جميعها، فمما لا شك فيه أن أي دراسة لا تخلو من مصطلحات تُؤطر ظواهرها وتُعنون معانيها، والدراسة الجادة التي تتوخى الدقة والموضوعية لا بد لها من ضبط بنيتها المفاهيمية، مادامت المصطلحات حمالة أوجه، وليست بريئة من الخلفيات المذهبية والأيدولوجية، بحيث لا يمكن تصوّر أي مجال بحث تصورا صحيحا بغير فهم جهازه الاصطلاحي وإدراك منظومة مفاهيمه، خاصة إذا كان مجال البحث يقوم على مصطلحات لها معان متعددة ولها امتدادات متداخلة في فنون أخرى، كما هو الحال بالنسبة لمفهوم الإعلام الجديد والهوية الثقافية، لذلك تقتضي منا هذه الورقة البحثية وقفة منهجية لتعريفهما تعريفا ينسجم مع مقتضياتها.

¹- رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، سلسلة المنهل في العلوم التربوية، دار دجلة، عمان، ط1، 2008، ص97.

أ- الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media " مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائنا من كانوا وأينما كانوا"¹، وهو إعلام يتضاد مع الإعلام التقليدي، لأنه يتجاوز الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، ويوفر فرصة التفاعل والتواصل بين الناس للمشاركة بأنفسهم في صناعة الخبر ونشره بأقصى سرعة، كما يتجاوز حالة السكون التي طبعت مضامين الإعلام القديم، إلى حالة الدينامية والتجدد المستمر، اعتمادا على ما تقدمه تكنولوجيا الإنترنت والتقنيات الإعلامية الجديدة من خدمات متنوعة.

الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات الذي يعتمد على نظم الاتصالات الحديثة عبر الأقمار الصناعية ونظم معالجة المعلومات المرتبطة بالحاسبات الإلكترونية، وقد أعطى هذا التزاوج بين ظاهرتي الاتصال عن بعد وتفجر المعلومات مجالا أكثر اتساعا للإعلام الجديد في قدرته على جمع المعلومات إلكترونيا وتوصيلها عالميا، وفي توفير بنية اتصالية شديدة التنوع ومتعددة المواقع، فلم يعد هذا الإعلام رأسيا هابطا من المرسل إلى المتلقي، بل صار تفاعليا يقوم على تبادل الأدوار بينهما، فغير، بذلك، المسار الخطي لبيئة العمل الإعلامي، واتخذ مسارا يتسم بالتنوع في آلياته وأدواته، والسرعة والسهولة في نقل محتواه، وتعدد بدائله وخياراته، وصار يتمتع بمجموعة من الخصائص والمميزات " تتمثل في دمج الوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث، بما يسمح للفرد العادي من إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجية الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي، وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصص، وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية"².

1- سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص، ورقة مقدمة في المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جارتا، 13-15 دجنبر 2011، ص 6.

2- حسنين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، دار فكر وفن، مدينة السادس أكتوبر، الجيزة، مصر، ط 1، 2015، ص 36.

استنادا إلى مجموع هذه الخصائص التي تتسم بها وسائل الإعلام الجديد، يمكن الاستنتاج بأن هناك مفاهيم مترادفة كمسميات لهذا الإعلام، فهو:

- إعلام إلكتروني: يتم عبر التقنيات الإلكترونية الحديثة، ويعتمد بشكل رئيس على شبكة الإنترنت، التي تتيح للمرسلين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحثة، والتفاعل معها من قبل مستقبلها.

- إعلام مجتمعي: " لثَمَّتْهُ بخاصية مشاركة أفراد المجتمع بصنع محتواه، خاصة مع انتشار الوسائل التي تساعد على ذلك، مثل الكاميرات المختلفة وأجهزة الموبايل... والتي أتاحت المجال أمام المواطن العادي ليصبح صحفيا ينتج ويبث الأخبار والمعلومات، مسموعة ومرئية ومقروءة"¹.

- إعلام تفاعلي: لأنه يفسح المجال أمام الجمهور للتفاعل مع المواد المنشورة، ويخلق بيئة تمتاز بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل سواء بشكل متزامن أو غير متزامن.

- إعلام شبكي: باعتبار أن أهم تطبيقات الإعلام الجديد توظف الشبكات، ولعل أهم وعاء شبكي لهذا الإعلام هو شبكة الإنترنت، التي تسمح لأي شخص بالتجول في مساحتها الواسعة والمفتوحة، وباستقبال الأخبار والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو بأسلوب سهل وسريع.

- إعلام رقمي: يتم فيه الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في إنتاج وبث الرسائل والمضامين الإعلامية، من خلال النظم الرقمية ووسائلها المختلفة لتحقيق أهداف محددة.

ب- الهوية الثقافية العربية:

ثمة علاقة وثيقة بين الهوية والثقافة بحيث يتعذر الفصل بينهما، فلا هوية من دون ثقافة تستند إليها وتؤسس لها، وهما عنصران متلازمان من عناصر الذات، ومكونان متكاملان من مكونات الشخصية الفردية والجماعية، أي أن لكل جماعة هوية تتميز بها، وثقافة معلومة تُعرف بها، فما من هوية إلا وتختزل ثقافة، بل إن مفهوم الهوية يبقى متعلقا بمفهوم الثقافة في مجمل التعريفات التي تناولته إما بشكل صريح أو ضمني، لأن هوية الفرد تتشكل من خلال الثقافة التي يحيا فيها، ودور الثقافة يتجلى في تعزيز وتكريس هذه الهوية من خلال عملية التنشئة الاجتماعية

1- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، عمان، الأردن، ط 1، 2014، ص 54.

والاحتكاك بالمحيط. " فالهوية معناها، في الأساس، النَّقْدُ، والهوية الثقافية هي التفرد الثقافي، بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط وسلوك وميل وقيم ونظرة إلى الكون والحياة"¹.
 يتحدد مفهوم الهوية الثقافية في " مجموع المقومات والعناصر الثقافية التي تسمح بالتعرف على الانتماء الثقافي لشخص ما، أو لمجموعة بشرية معينة، كما يمكن أن يحيل عموماً إلى الوعي، الضمني أو الصريح، بالانتماء إلى جماعة بشرية معينة تعيش في فضاء جغرافي محدد، ولها تراث ثقافي متميز، يشمل تاريخاً مشتركاً، ولغة، وعادات وتقاليد، وتطلعات مستقبلية"²، وبذلك، تُعبّر هذه الهوية الثقافية عن مجموع الروابط المادية والروحية التي يشترك فيها أفراد الأمة الواحدة، فتجعل منهم كيانا مُنصهراً، يشعر بأصالة انتماؤه، ويتطلع إلى الحفاظ على قيمه وثوابته، والاعتزاز بثقافته، والتمسك بتاريخه وتراثه، والعمل على إبراز عناصر الجودة والنقوة لديه.

وإذا كانت ثمة تصورات تعتبر الهوية الثقافية خصوصية ماهوية ضيقة ومنغلقة، تربطها بما هو ثابت لا يقبل التحول، ولا يراد لها أن تتغير حتى لا تندثر معالم ما يحفظ للأمة تميزها، فإن تصورات أخرى تعتبرها شيئاً حركياً قابلاً للتطور والتحول الدائم، وأمرًا يتجدد باستمرار في الممارسات والعلاقات والأفكار والرموز الموجودة، فهي " ليست كيانا يعطى دفعة واحدة وإلى الأبد، إنها حقيقة تولد وتنمو، وتتكون وتتغير، وتشيع وتعاني من الأزمات الوجودية والاستلاب"³، وهذا ما يؤكد عليه المفكر المغربي عابد الجابري حينما عرّف الهوية الثقافية بأنها " كيان يصير، يتطور، وليست معطى جاهزاً ونهائياً، هي تصير وتتطور، إما في اتجاه الانكماش وإما في اتجاه الانتشار، وهي تغتنى بتجارب أهلها ومعاناتهم، بانتصاراتهم وتطلعاتهم، وأيضاً باحتكاكها سلباً وإيجاباً مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما"⁴، فالهوية ليست منظومة جاهزة ونهائية، وإنما هي مشروع مفتوح على المستقبل، أي أنها مشروع متشابك مع الواقع والتاريخ، ومُفتوح على طموح الأمة وآمالها في المستقبل، لأنها ليست مستقلة عن الواقع العام وعن الهويات الأخرى، بل تتفاعل معها، فتؤثر وتتأثر، وهذا التفاعل قد يجعلها تتراجع وتتكمش إذا كان التأثير فيها قوياً، حيث تخترقها وتطغى عليها هويات أخرى بقيمها ومبادئها،

1- جلال أمين، العولمة، دار الشروق، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ط 1، 2009، ص 50.
 2- عبد الرزاق الدواي، في الثقافة والخطاب عن حرب الثقافات، حوار الهويات في زمن العولمة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر، ط 1، 2013، ص 154.
 3- اليكس مكشيللي، الهوية، ترجمة علي وطفة، دار الوسيم للخدمات الطباعة، دمشق، سوريا، ط 1، 1993، ص 7.
 4- محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية، عشر أطروحات، العرب والعولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 1998، ص 298.

وأنماط تفكيرها وأساليب حياتها، وقد تتوسع وتنتشر إذا كانت مؤثرة وفاعلة في غيرها من الهويات، لهذا فهوية المجتمع هي بالضرورة في تجده لا في جموده، وفي تفاعله وفتحه لا في عزلته، لأن المجتمع الذي يتشبه بمقومات وخصائص بعينها تشبها أعمى، ولا يبدي أي استعداد لإجراء تغييرات ثقافية تتوافق مع طبيعة مستجدات العصر والمستقبل لا يمكن أن تتحقق له شروط التقدم والازدهار.

في هذا الإطار، يمكن تعريف الهوية الثقافية العربية، التي تشكل موضوع هذه الورقة، بأنها جوهرٌ وحقيقة ثابتة الأمة العربية التي تميزها عن غيرها من الهويات الكونية الأخرى، حيث تشمل مجموع الخصائص المادية والمعنوية الملازمة للمجتمع العربي، والتي أثرت بشكل فاعل وحاسم في رسم ملامحه، وتكوين كيانه، وجعله كتلة بشرية متجانسة، تشترك في عناصر تاريخية ودينية ولغوية وفنية... إنها نتاج عوامل ومكونات أسهمت، عبر الزمن، في إقامة مجتمع واضح المعالم وعميق الجذور، يستمد مقوماته من عناصر راسخة شكلتها بالأساس العقيدة الإسلامية السمحة، التي تقوم على معاني التسامح والتعايش السلمي رغم التباين في الأعراق والأنساب، اللغة العربية التي تمثل ذاكرة هذا المجتمع ومادة التوثيق التي تضمن لثقافته البقاء والاستمرارية، التراث بأبعاده التاريخية والحضارية والذي يمتد في الماضي السحيق، ليؤرخ لتاريخ المجتمع العربي وأمجاده العظيمة، بالإضافة إلى التاريخ المشترك الذي يمثل في الحقيقة خلاصة ما خلفته الأجيال السابقة، ويعكس الكثير من الدروس والعبر التي تسترشد بها الأجيال اللاحقة في حياتها، لمواصلة مسيرة الأجداد في تطوير المجتمع والرفي به.

3- مقومات الهوية الثقافية العربية ودورها في تحقيق التماسك الاجتماعي.

يُقصد بمقومات الهوية الثقافية العربية تلك الخصائص والسمات المشتركة التي تمثل المرجعية الحقيقية لهذه الهوية، وترسم خصوصياتها وتحدد معالمها الأساسية التي تميزها عن سائر الهويات الكونية الأخرى، فتصير كيانا ونسقا متكاملًا تتفاعل فيه كل هذه السمات لخلق نوع من التجانس والانسجام الفكري والسلوكي بين أفراد المجتمع العربي، وتعزيز مواقعهم في شبكة العلاقات الاجتماعية، ومدهم بشعور داخلي يدركون من خلاله ماهيتهم، ويحققون به معناهم في الحياة. ويشكل الدين، واللغة، والتراث، والتاريخ المشترك، والعادات والتقاليد... أهم هذه المقومات، بحيث

تظل شديدة الترابط والتكامل في ما بينها، وكل ضعف أو فتور يصيب إحداها في التأثير على الأفراد ينعكس مباشرة على باقي المقومات الأخرى.

وفيما يلي سنلقي الضوء على أهم مقومات هويتنا الثقافية العربية:

أ- اللغة العربية:

العربية مشتقة من "عَرَبٌ يَعْرُبُ عَرُوباً وَعُرُوبَةٌ وَعَرَابَةٌ وَعُرُوبِيَّةٌ: فَصْحٌ، وَيُقَالُ عَرَبٌ لِسَانَهُ. أَعْرَبَ فُلَانٌ: كَانَ فَصِيحًا فِي الْعَرَبِيَّةِ وَإِنْ لَمْ يَكُنْ مِنَ الْعَرَبِ، وَأَعْرَبَ الْكَلَامَ بَيَّنَّهُ وَأَتَى بِهِ وَفْقَ قَوَاعِدِ النَّحْوِ، وَأَعْرَبَ بِمُرَادِهِ: أَفْصَحَ بِهِ وَلَمْ يُؤَارِبْ، وَأَعْرَبَ عَنْ حَاجَتِهِ أَبَانَ، وَعَرَّبَ الْأَسْمَ الْأَعْجَمِيَّ نَطَقَ بِهِ عَلَى مَنَهِاجِ الْعَرَبِ. عَرَّبَ عَنْ صَاحِبِهِ: تَكَلَّمَ عَنْهُ وَاحْتَجَّ، وَيُقَالُ عَرَّبَ عَنْهُ لِسَانَهُ: أَبَانَ وَأَفْصَحَ، وَعَرَّبَ فُلَانًا: عَلَّمَهُ الْعَرَبِيَّةَ، وَعَرَّبَ مَنْطِقَهُ: هَذَّبَهُ مِنَ اللَّحْنِ.

تعرَّب: تشبَّه بالعرب وأقام بالبادية وصار أعرابيا. استعرب: صار دخيلا في العرب وجعل نفسه منهم... والعرب أمة من الناس سامية الأصل، كان منشؤها شبه جزيرة العرب، جمع أعراب، والنسب إليه أعرابي. يُقال: لسان عربي ولغة عربية¹.

واللغة العربية من "أثرى اللغات الإنسانية وأكثرها انتشارا بين الأسرة البشرية، وهي إحدى اللغات السامية، أي التي كان يتكلمها بنو سام، وتلك اللغات هي العربية والسُريانية والعبرية والفينيقية والآشورية والبابلية والحبشية، ولا يُعلم لآن أي هذه اللغات أصلٌ لسائرهما"²، وقد شرفها المولى عز وجل وعظَّمها، فأوحى بها إلى خير خلقه وجعلها محفوظة بحفظ الذكر الحكيم وباقية ببقائه، مصداقا لقوله تعالى: ﴿إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ﴾³، واستطاعت بذلك أن تبقى صامدة، محافظة على وجودها وصفاتها بفضل ما تمتلكه من مقومات التكيف والمرونة، وما تتميز به من بلاغة التركيب ودقة المعاني، "ففيها من الأصوات ما ليس في غيرها من اللغات السامية، وفيها ظاهرة الإعراب ونظامه الكامل، وفيها صيغ كثيرة لجموع التكسير، وغير ذلك من ظواهر لغوية"⁴، جعلت منها المقوم الأساس للأمة العربية، الذي يحمي ذاكرتها، وينظم نمط تفكيرها، وينسج سياجها الثقافي ويحميه من كل غزو واختراق.

1- المعجم الوسيط: مجمع اللغة العربية، باب العين، مكتبة الشروق الدولية، جمهورية مصر العربية، ط 4، 2004، ص 592.

2- محمد فريد وجدي، دائرة معارف القرن العشرين، المجلد السادس، حرف العين، دار الفكر بيروت، لبنان، د ط د ت، ص 276.

3- سورة الحجر، الآية 9.

4- إبراهيم أنيس، في اللهجات العربية، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، مصر، د ط، 2003، ص 31.

والأمة العربية ترتبط ارتباطا وثيقا بلغتها، حيث تكتسب هذه اللغة أهمية بالغة في النسيج الاجتماعي العربي، بالنظر إلى طبيعة الوظائف التي تؤديها في سياقها التاريخي والسياسي والثقافي... فهي، ولا شك، رمز للهوية العربية والإسلامية وحاضنة لذاكرتها الخصبه وتراثها الغني، لأنها حاملة كلام الله تبارك وتعالى، وتتصل بحقيقة عقديّة راسخة هي الإسلام، فقد عملت هذه اللغة على حماية التاريخ والحضارة والثقافة العربية عبر الزمن، وكانت إحدى العوامل البارزة التي وحدت العرب من المحيط إلى الخليج، " فاللغة العربية ركن أساس من أركان الأمن الثقافي والحضاري والفكري للأمة العربية الإسلامية في حاضرها وفي مستقبلها، وهي القاعدة المتينة للسيادة الوطنية والقومية والإسلامية، وهي ليست لسانا فحسب، ولكنها عنوان لهذه السيادة التي تحرص عليها كل دولة من دول المجموعة العربية الإسلامية"¹، وبالنظر إلى الدور الريادي الذي تقوم به اللغة والمكانة التي تحتلها في كيان كل شخص عربي يقول الشاعر الجاهلي زهير بن أبي سلمى:

لِسَانُ الْفَتَى نِصْفٌ وَنِصْفٌ فُؤَادُهُ فَلَمْ يَبْقَ إِلَّا صُورَةُ اللَّحْمِ وَالِدَمِّ².

وهذا التأكيد على مكانة لغة الضاد في نفوس المنتسبين لها لم يأت على لسان بني جنسها فحسب، بل أكد مفكرون غربيون كثر على دورها الفعال في توحيد الأمة والحفاظ على كيانها وتحقيق استقلاليتها، منهم عالم الاجتماع الفرنسي جاك بيرك (Jacke Berque) (1910-1995) حيث يقول: "إن أقوى القوى التي قاومت الاستعمار الفرنسي في المغرب هي اللغة العربية، بل اللغة العربية الكلاسيكية بالذات، فهي التي حالت دون ذوبان المغرب في فرنسا. إن الكلاسيكية العربية هي التي بلورت الأصالة الجزائرية، وقد كانت هذه الكلاسيكية العربية عاملا قويا في بقاء الشعوب العربية"³.

ب- الدين الإسلامي:

الإسلام هو "توحيد الله والانقياد والخضوع وإخلاص الضمير له، والإيمان بالأصول الدينية التي جاءت من عند الله"⁴، إنه منهج حياة الإنسان والغاية الأسمى من وجوده، يعكس مبادئ

1- عبد العزيز بن عثمان التويجري، مستقبل اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مطبعة الإيسيسكو، الرباط، المملكة المغربية، ط2، 2015، ص 53.

2- علي حسن فاعور، شرح ديوان زهير بن أبي سلمى، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط1، 1988، ص112.

3- أنور الجندي، الفصحى لغة القرآن، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، د ط، 1982، ص 304.

4- عفيف عبد الفتاح طباره روح الدين الإسلامي، عرض وتحليل لأصول الإسلام وأدابه وأحكامه تحت ضوء العلم والفلسفة، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ط 28، ص 14.

ومعايير تنظم سلوكه داخل المجتمع وفق الطريق المستقيم، يقول المولى عز وجل في سورة النساء:

﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ دِينًا مِّمَّنْ أَسَلَّمَ وَجْهَهُ لِلَّهِ وَهُوَ مُحْسِنٌ وَأَتَّبَعَ مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا ۗ وَاتَّخَذَ اللَّهُ إِبْرَاهِيمَ خَلِيلًا ۗ ¹﴾.

إن جوهر دين الإسلام، وأساس بنائه هو عقيدة التوحيد المقرونة بحسن الخلق والتزام الأدب مع الآخر، ووسطية في السلوك تترجم معاني التسامح والتعايش رغم التباين في الأعراف والأعراق، فقد منح هذا الدين السماح للأمة العربية والإسلامية شعورا بكيئونها ووجد بين أطرافها، إذ "أحل وحدة العبادة محل التعدد والبعثرة، ورفض العصبية القبلية المفرقة وأحل رباط العقيدة محلها، ونبذ الأعراف القبلية، وهياً قيماً ومثلاً جديدة ووجهة مشتركة في الحياة وأساساً لتشريع شامل، وأبطل الغزو وفرض الجهاد في سبيل العقيدة وحفظ الأمة، وجاء بفكرة الأمة التي تستند إلى العقيدة، وكان من أسسها المساواة والتفاضل بالعمل وحرمة الفرد والتأكيد على الشورى في الأمور العامة"².

وبذلك، شكل الدين الإسلامي أحد مقومات هويتنا الثقافية العربية، وعاملاً حاسماً في رسم ملامحها، كونه يحمل طاقة تعبوية هائلة في شحن الوعي الجمعي للأمة بمجموعة من الرموز والقيم والعادات لتعزيز الوحدة بين أفرادها وجماعاتها. فالهوية بناء يقوم به الإنسان في مراحل متعددة من حياته، من خلال علاقته بذاته وبالآخرين، ولا تتم هذه العلاقة إلا بوازع ديني يشد الأفراد بعضهم ببعض، حتى يُكوّن من مجموعهم أمة متلاحمة، تعزز بثوابتها وقيمها، وتفتخر بهويتها المحتضنة لغنى التنوع والتعدد بنهج الحرية المسؤولة.

ج- التراث والتاريخ المشترك:

إن التاريخ في جوهره نظر وتدقيق في معطيات ووقائع الماضي لإفادة الحاضر واستشراف المستقبل، يساعد على تكوين حوافز وقيم لدى الناشئة من أبناء الوطن، بما يبثه فيهم من توعية قومية تجعلهم يحيطون إحاطة تامة بتاريخ أممتهم، ويعتزون بتراثها الحضاري والإنساني، لذلك وصفه ابن خلدون في مقدمته بقوله: "التاريخ فن عزيز المذهب، جم الفوائد، شريف الغاية، إذ هو يوقفنا على أحوال الماضيين من الأمم في أخلاقهم والأنبياء في سيرهم، والملوك في دولهم وسياستهم، حتى تتم فائدة الاقتداء في ذلك لما يرومه في أحوال الدين والدنيا"³.

1- سورة النساء، الآية 125.

2- عبد العزيز الدوري، التكوين التاريخي للأمة العربية، دراسة في الهوية والوعي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط 4، 2003، ص 37.

3- ابن خلدون، المقدمة، تحقيق عبد الله محمد الدرويش، ج 1، دار يعرب، دمشق، سوريا، ط 1، 2004، ص 92.

إن اهتمام أمة من الأمم بتاريخها القومي دليل وعي ونضج وتطلع للأفضل، إذ هو الوعاء الحافظ لإبداعاتها وضروب عطائها والصور المضيئة من أرشيف حياتها، و"المدخل الصحيح لتفسير مفردات الحاضر واستيعاب تناقضاته بناء على مسلمة أن الحاضر امتداد للماضي ومتولد عنه سلبي أو إيجاباً"¹، لذلك لا يمكن للأمة العربية أن تشعر بوجودها بين الأمم، ولا يمكن أن ترقى بمستوى وعيها الحضاري إلا بالرجوع لتاريخها والغوص في أعماق فكرها وما نشأت عليه من قيم ومثل وفضائل، فمن خلال فهمها للماضي تستطيع الحصول على خبرات السنين السابقة، والوقوف على تراثها المجيد، مما يجعلها أكثر قدرة على معرفة ذاتها وأقدر على حسن التصرف في مواجهة المواقف في الحاضر والمستقبل.

لا شك، إذن، أن البعد التاريخي يمثل إحدى العناصر الأساسية البنائية لثقافة أمتنا، وخلاصة ماضي تجاربها الإنسانية، بحيث يجد فيها أفراد المجتمع العربي ما ينعش ذاكرتهم، ويشكل لهم مصدر إلهام في العطاء والإبداع، فالأمة لا يمكن أن تعيش منغلقة في لحظتها الحاضرة، بل لا بد لها من العودة إلى ماضيها لاستحضار وتمثّل ما خلفته الأجيال السابقة قصد فهمه واستيعابه واستخلاص العبر والدروس منه لحفظ الوعي الجمعي من التلف والاضمحلال، ومواصلة مسيرة الأجداد في تطوير المجتمع والرقى به، لأنه "من غير معرفة تاريخية صحيحة يتعذر حسن استيعاب مفردات واقعنا الذي نرغب في تغييره وتجاوزه، فتبرز بمقتضى هذا العجز صور الاصطلاح مع الواقع المكروه، ومشاريع تأييد الأزمة في مجتمعات الأمة، مما يؤدي في النهاية إلى تضبيب الرؤية المستقبلية، وانسداد الأفق الحضاري"².

4- مظاهر تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية العربية.

إن أية ثقافة تشعر بتفوقها تميل ذاتياً إلى تعميم نفسها على العالمين، من خلال فرض نموذجها الحضاري على الآخرين، وتسويقه كخيار استراتيجي وحيد للحدثة والتطور ومواكبة مستجدات العصر، لذلك تصر الإمبريالية العالمية، في عصر السماوات المفتوحة، على فرض هيمنتها على الشعوب المستضعفة بأساليب جديدة وآليات مستحدثة، تتجلى خصوصاً في وسائل الإعلام الجديد، التي تهيأت لها الظروف الخصبة مع سيادة ثورة المعلومات والتطور العلمي والتكنولوجي.

¹ - محمد بن محمد رفيع، سؤال الوعي التاريخي وإشكال بناء الرؤية المستقبلية، إسلامية المعرفة، عدد 60، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، عمان الأردن، 2010، ص 95.
² - المرجع نفسه، ص 95.

والحاصل أن هذا القالب المفروض من العولمة الإعلامية صار يشكل عدوانا صارخا على هويتنا الثقافية العربية، بحيث سعت هذه الظاهرة المتوحشة بأدواتها المختلفة إلى "تحقير الذات عندنا، وعمقت الشعور بالنقص لدينا، وأعلت من شأن الآخر وتفوقه بالإبداع والعبقرية، حتى لكان العقل الآري خُلِق للإبداع، وخلقنا نحن للاستهلاك، فتوَلَّدت لدينا حالة من الإحباط والشعور بالقمأة، كذلك الحالة التي تعترى العبد الذي يقف أمام سيده مبهورا بماله أو قوّته أو لونه"¹، ولنا أن نستجلي هذا الأمر بالقرائن التالية التي تدل على صحته:

أ- على مستوى الدين:

نجح الغرب في توظيف كل ما توافر بين يديه من وسائل الإعلام الجديد لتشويه صورة الإسلام، وتكوين وصناعة صور ذهنية مسيئة له، مستغلا قدرة هذه الوسائل الهائلة على تجاوز الزمان والمكان ومخاطبة كل الناس بمختلف فئاتهم وانتماءاتهم، من أجل ترسيخ تصور مفبرك عن تعاليم الدين الإسلامي ومنهاجه، ورسم صورة نمطية عن المسلمين تثير الشك والريبة والخوف، وتُوجد أسباب النفور من كل ما له صلة بالإسلام والمسلمين، حتى صارت النظرة إلى عقيدتنا في مخيلة معظم الغربيين مرتبهة بالإرهاب والعنف والتطرف، وأمسى المسلم في اعتقادهم وفي اعتقاد العديد ممن ينتسب لهذه الأمة متخلفا غارقا في بؤر الفسوق والفجور، لاهثا وراء غرائزه وشهواته الرخيصة. والقصد من وراء هذا كله هو اختزال ديننا الحنيف في أفعال وأقوال المتطرفين من أبنائه، والذين لا يخلو منهم مجتمع أو دين، للنيل من دورنا الحضاري كمسلمين، وترسيخ صورة نمطية في الوعي العالمي على أننا مجرد حثالة من الهمج والإرهابيين.

لقد عملت وسائل الإعلام الجديد على تشويه صورة الإسلام والنيل من معانيه السامية في نفوس العالمين، من خلال إلحاق صفتي الإرهاب والتطرف به، حيث اتخذت من عمليات العنف والاختتال التي طالت العديد من البلدان العربية، وكذا من هجمات الحادي عشر سبتمبر مادة إعلامية دسمة، لتتميط صورة الإسلام، وتشويه قيمه ومبادئه، وتقديمه لجماهيرها - سواء في المجتمعات الغربية أو غيرها من المجتمعات الأخرى في هذا العالم الفسيح - كدين يتعطش لسفك الدماء وإثارة النعرات بين الشعوب، متجاهلة الكشف عن مبادئه السامية ومعانيه الإنسانية النابعة من نقاء رسالته السمحة، ف"الباحث المتفحص في اتجاهات صياغة وتكوين الصور النمطية في

1- شلتاغ عبود، الثقافة العربية بين التعريب والتأصيل، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 2001، ص 104.

الإعلام الغربي يلاحظ - دون عناء كبير - أنه لم يلق دين من الأديان، أو حضارة من الحضارات، أو أمة من الأمم، من التشويه المنتظم والتحريف المستمر في تلك الوسائل ما لقيه الدين الإسلامي وحضارته وأمته، حتى يمكننا القول - دون مبالغة - إن التشويه المستمر لصورة الإسلام والعرب في وسائل الإعلام الغربي المعاصر، ظاهرة فريدة في طبيعتها ودوافعها ونتائجها، وهي - في الوقت نفسه - ظاهرة متميزة ومختلفة عن غيرها من محاولات تشويه صور الشعوب الأخرى، سواء في حجمها أو نوعها"¹.

لقد حاول الإعلام الجديد الذي تهيمن عليه الرساميل واللوبيات الصهيونية خلخلة التصور الشمولي للإسلام في نفوس المسلمين، بإثارة العديد من التساؤلات المشككة في القرآن الكريم وفي صدق نبوة محمد، حيث توجهت مضامينه ورسائله إلى شن حرب هوجاء على القرآن الكريم حتى تنتزع القدسية عنه، وتثبت أنه ليس من عند الله تعالى، بل من نظم أهواء وتخييلات محمد، كما أسندت إلى الرسول الكريم الكثير من الصفات والنعوت الباطلة التي تطعن في شخصه، وترميه بالكذب والجنون والسحر والاستبداد والتهافت على الشهوات، حتى ينطفئ نور الحق الذي جاء به، وتتحقق الغاية في إبعاد المسلمين عن مصدر توحيدهم وسر قوتهم، ويصبحون صيدا يسهل ترويضه والنيل منه.

لقد درج الإعلام الجديد الموجه والمسييس على إفساد قيم المسلمين وهدم ضوابطهم الدينية، لخلق مجتمع إباضي متفسخ من الفضائل ومنغمس في الرذائل، حيث صارت الحتمية التكنولوجية تروج لرسائل مغلقة يزينها الشيطان، تدفع الأفراد إلى اعتناق مضمونها دون إعارة أي اهتمام للضوابط المرجعية، بغرض كسر هالة القداسة التي تحيط بالدين وثوابته، مستغلة في ذلك الترويج للنموذج المادي الاستهلاكي حيث لا مكان للمقدسات، وجعل فكرة الركض وراء السعادة المادية بأنواعها المالية والجنسية والترفيهية قاعدة أساسية في سياستها ونشاطها الإعلامي، فصار الانحراف الأخلاقي سمة طاغية على المشهد الإعلامي الجديد حيث تعددت وتنوعت الرسائل ذات المضمون الهابط.

ولا يخفى في هذا السياق أن روح الإسلام لم تبق على أصالتها في أذهان المسلمين، بل طالها التغيير والتحريف حتى امتزجت بروح الثقافة الغربية التي تبشر بها العولمة الإعلامية في كل

1- عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ط 2، 1994، ص 67.

وقت وحين، فذابت المفاهيم الصحيحة للقيم الإسلامية في ظلمات المفاهيم الغربية المغرضة، مما قذف الشك والريبة في نفوس أبناء أمتنا، وحملهم على الإيمان ببعض الكتاب والكفر ببعضه، فشكل بذلك ضربة قاسمة حولت البلدان الإسلامية إلى بؤر صراع دموي أهلك الحرث والنسل، وخرجت من تحت أنقاضه جماعات بلا هوية، اتخذت الإسلام ستارا لتحقيق مآربها، فكانت وبالاً على الإسلام والمسلمين، بل على الإنسانية جمعاء، يقول الله تبارك وتعالى: ﴿ فَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ زَيَّغٌ ۖ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَبَهَ مِنْهُ ۚ أَبْتِغَاءَ آلِ ثَمُودَ ۚ أَلِثَمُودَ ۚ وَأَبْتِغَاءَ نَارِ ثَمُودَ ۚ ۱﴾.

ب- على مستوى اللغة:

عمل الإعلام الجديد على تمييط اللغة العربية وتحجيمها واحتوائها بشكل يذبيها بالترجيح ويضعفها إلى أقصى الحدود، ويدفعها إلى التراجع لصالح لغة العولمة المهيمنة، وبالأخص اللغة الإنجليزية التي استطاعت أن تخترق صفوف اللغات وتتصدّرهما جميعاً وتحتكر أغلب المجالات التواصلية والحيوية في حياة المجتمعات المعاصرة، وتُصيغ لغة العولمة بامتياز.

لقد أصبح بادياً للعيان، اليوم، إصرار القوى الاستعمارية على فرض هيمنتها على الشعوب المستضعفة بأساليب جديدة وآليات مستحدثة، تتجلى خصوصاً في ظاهرة العولمة الإعلامية، التي تهيأت لها الظروف مع التطور العلمي والتكنولوجي، ولطالما كانت لغتنا العربية أبرز ضحايا هذا الغزو الفكري والثقافي، بحيث سعت هذه الظاهرة المتوحشة بأدواتها المختلفة إلى "تحقير الذات عندنا، وعمقت الشعور بالنقص لدينا، وأعلت من شأن الآخر وتفوقه بالإبداع والعبقرية، حتى لكان العقل الآري خُلق للإبداع، وخُلقنا نحن للاستهلاك، فتولدت لدينا حالة من الإحباط والشعور بالقماءة، كذلك الحالة التي تعترى العبد الذي يقف أمام سيده مبهوراً بماله أو قوته أو لونه"².

ولعل أبرز تجليات هذا الانبهار يظهر في اللغة الأجنبية التي تمتلك مقومات القوة والهيمنة بحكم قوة الفعل السياسي والنقل العلمي والتقني لشعوبها، مما أدى إلى إضعاف اللغة العربية في الحياة اليومية سواء في الكلام أو في وسائل الإعلام بل حتى في مجال التعليم. لذلك صارت " اللغة الغازية الأجنبية، وهي في واقعنا المعاصر لغات الشعوب الغربية المستعمرة، تحارب اللغة المغرورة وتبعدها عن الحياة، وتُفقد المناعة الذاتية، فتتهار وتسقط، ولربما تتلاشى وتموت، وبذلك

¹ - سورة آل عمران، الآية 7.

² - شلتاغ عبود، الثقافة العربية بين التعريب والتأصيل، مرجع سابق، ص 104.

تقطع الصلة بين الإنسان وبين جذوره، فيصبح بلا هوية، ويكون غير قادر على حماية مقوماته الدينية والحضارية، لفقدانه السلاح للدفاع عن الذات، الذي هو قبل كل شيء اللغة الوطنية¹. ومما لا شك فيه أن كل غيور على هويتنا الثقافية العربية يأسى لما آل إليه حال لغتنا الفصحى، لا سيما في ظل عصر تفجرت فيه المعلومات وتطورت فيه الاتصالات وبدأت شبكات الاتصال والإعلام في اكتساح شتى المجالات والتطبيقات، حيث تعددت المخاطر وتنوعت مخططات التغريب الحاقدة لإلباس لغتنا ثوب اللغات الغربية، تمهيدا لإضعاف كياننا العربي بالكامل. ويمكن أن نخترل أهم هذه التحديات في ما يلي:

- ظهور ما اصطلح عليه باسم العريزي أو الفرانكوأراب، ويشير إلى اللغة المهجنة التي يتواصل بها أفراد المجتمع العربي في العالم الافتراضي، وهي ظاهرة لغوية وليدة الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي، تنامت بشكل سريع في أوساط الشباب العربي في العقدين الأخيرين من الألفية الثالثة، بسبب حاجتهم إلى السرعة في التواصل بينهم والاختصار في كتابة الألفاظ والتراكيب، "وفيها تتداخل المفردة الأجنبية في نسيج بنية اللغة العربية مع استخدام أحرف لاتينية في كتابة الكلمات العربية أو ظاهرة كتابة العربية بحروف لاتينية أو العكس، وتلك الظاهرة جد خطيرة، حيث تؤدي - ضمن أشياء أخرى - إلى حقن البناء اللغوي للعربية بمئات بل بآلاف الكلمات الأعجمية، وهو حقن عشوائي مريك للغة العربية وموهن لقدراتها وفعاليتها ومشوه لبنائها ومنظومتها"²، يؤدي إلى تلوينها بالعجمة والزقمة والرموز التصويرية.

إن العريزي أو الفرانكوأراب وإن كان البعض يعتبرها لغة سريعة وسلسلة تتسجم وروح العصر، فإنها تظل في الحقيقة خطرا داهما يروم تشويه فكر أمتنا وتضييع إرث خطته لقرون بحروف أبجدية أصيلة.

- شيوع العامية في العديد من البرامج المقدمة للمواطن العربي بسبب "تراجع المعايير المهنية في الحرص على اللغة العربية والالتزام بموجباتها في وسائل الإعلام، ولا سيما الإعلام المرئي، حتى باتت العامية هي الأسلوب الأكثر شيوعا في العديد من البرامج التي تبثها الفضائيات العربية"³، والإعلاء من شأن العامية في وسائل الإعلام العربية، "أمر له خطورته المركبة، أولا

1- عبد العزيز بن عثمان التوبجري، حاضر اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مطبعة الإيسيسكو، الرباط، المملكة المغربية، دط، 2013، ص 19.

2- عبد الله البريدي، اللغة هوية ناطقة، منظور جديد يمزج اللغة بالهوية والحياة، مرجع سابق، ص 43.

3- اغتراب اللغة أم اغتراب الشباب: قراءة في استطلاع رأي لمؤسسة الفكر العربي، التقرير الرابع للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان، ط1، 2011، ص476.

لسرعة انتشار وتأثير وسائل الإعلام، وآخر لأن هدم الفصحى بالعامية قد جاء بمعاولنا ومن داخلنا هذه المرة، وكأننا حفرنا لأنفسنا الخنادق المضادة للتجاوز، ولنحقق رغبة استعمارية فشل الاستعمار في الفوز لها سابقاً¹، وهذا التهميش المقصود للغة العربية الفصحى رسخ في اللاشعور الجمعي ضعفها وعدم فعاليتها، مما أدى إلى عزلها عن الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية للأفراد.

- مخاصمة الفنون الإبداعية لمقتضيات اللغة العربية ما بين سينما عربية لا تتجاوز أفلامها الناطقة بالعربية الفصيحة عدد أصابع اليد الواحدة، ومسرح تشده إغواءات العامية إلا نادراً، أما الأغنية العربية فقد ولى زمن قصائدها المغناة بالعربية الفصيحة، وأضحت العامية بل "العاميات" العربية السائدة في الغناء العربي من المحيط إلى الخليج²، وهذا الواقع يعزز الانحراف اللغوي، ويكرس الكثير من التغيرات التي تطرأ على استعمال اللغة في مستوياتها المختلفة التركيبية والنحوية والصرفية، بمجانبة المستوى المعياري لها والانحراف عنه.

- " الترويج للغات الأجنبية بعرض إعلانات بهذه اللغة، أو بتطعيم الإعلانات العربية بكلمات أجنبية، وكل أولئك يكون طبعاً على حساب مساحة من اللغة العربية³، حيث يعتمد كثير من المنتجين ووكلاء المنتجات الأجنبية على استخدام لغة أجنبية في عملية الاتصال الإعلاني كلغة إقناعية توحى بجودة المنتج وتجعل مستهلكه يشعر بالفخر والتميز، وينظر باحترام إلى هذا الخطاب الإشهاري مقابل الحط من قيمة لغته الوطنية.

- ترويج الازدواجية بين اللغة الفصحى واللغات الأجنبية، فصار كثير من الأفراد لا يتخاطبون فيما بينهم إلا بلغة أجنبية أو على الأقل حشر بعض الألفاظ الأجنبية في حديثهم، ظناً منهم أن ذلك يعتبر تحضراً وتحرراً من التخلف، إذ تمثل اللغة العربية بالنسبة إليهم نوعاً من الانحطاط الذي ينبغي مقاومته، "وهذه الازدواجية اللغوية في بيئاتنا الآن إنما هي صورة صادقة لما يمر به العقل العربي الآن من مرحلة التخبط وعدم تركيز الذهن، أو ما يطلق عليه التشتت الذهني، مما يجعله مستعداً لقبول أي وافد فكري عليه، يفكر له ويرسم له"⁴.

ج- على مستوى التراث والتاريخ المشترك:

1- محمد حمزة الجابري، اللغة الإعلامية، المفهوم والخصائص-الواقع والتحديات، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، الأردن، ط1، 2013، ص 16.
2- اغتراب اللغة أم اغتراب الشباب: قراءة في استطلاع رأي لمؤسسة الفكر العربي، التقرير الرابع للتنمية الثقافية، مرجع سابق، ص 476.
3- جابر قميحة، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، مكتبة الملك فهد الوطنية، المدينة المنورة، السعودية، ط 1418هـ ص 99.
4- محمد حمزة الجابري، اللغة الإعلامية، المفهوم والخصائص-الواقع والتحديات، مرجع سابق، ص 250.

عندما نتحدث عن تأثير الإعلام الجديد في تراثنا وتاريخنا العربي المشترك، فإننا نتحدث عن التلوث التاريخي الذي "يراد به اغتيال الذاكرة العربية وسلب أحد أهم المكونات الحضارية لأمتنا، وتغييب الحقيقة التي شاءت الأيدي التي امتدت لتاريخنا أن تعبت بها، ولتُجبر نحن وأجيالنا القادمة على العيش بلا تاريخ في زمن عولمة الرعب"¹. فلكي تحقق الإمبريالية العالمية المتوحشة سطوتها علينا إلى أبعد الحدود، سخرت وسائل الإعلام الجديد بشكل يتناغم مع مصالحها وأهدافها لطمس معالم تراثنا الثقافي والحضاري، والتعظيم على حركة التاريخ العربي وتحريف مسببات الوقائع، وتكوين واقع تاريخي مزيف أدى إلى تمييع وعي الأمة بماضيها القريب منه والبعيد، فصار "تاريخ الأمم كلها - من وجهة نظر الغرب ودعاة التغريب عندنا- وتاريخ المسلمين خاصة، ليس شيئاً، وإن التاريخ يبدأ من الغرب وينتهي بالغرب. وأن الإنسان الأبيض - لا الإنسانية عامة - هو تاج الخليفة، وإن الغلبة له في كل صراع ينشب على وجه الأرض، حتى إنه جرى بين الغربيين مجرى الأمثال قولهم: الرجل الأبيض لا يُغلب. وإن نظرة كهذه لتاريخ الأمم، لن يتوقع منها إلا الإعلاء من تاريخ الغرب والتهوين والتشويه والإهمال لمنجزات الأمم على مدى التاريخ الإنساني الطويل"².

لقد أصبح من الواضح أن الإعلام الجديد يحمل بذور التهديد للكينونة الثقافية لمجتمعنا العربي، حيث عمل على تشويه بطولات أسلافنا الذين سطوروا أروع ملاحم التضحية والوحدة في سبيل صون هويتنا الثقافية، وتدمير تاريخنا "الحافل بالمواقف الخالدة، وتقريغه من نبضه الحي، وإخراجه من ضوئه اللامع الآخذ بالألباب، لتفسيره بأسلوب مادي يطفئ أنواره ويحيل ضوئه ظلاماً، ويجعله حرباً وخلافاً وصراعاً، حتى لا يستطيع أن يحقق في قلوب المسلمين قدرته على العطاء، أو يبعث في نفوس الناس روح المقاومة والكفاح، والقدرة على المرابطة وحماية الشعور، والاستعداد في مواجهة مؤامرات الغزو والتسلط"³.

لقد حاول الإعلام الجديد، الذي هو بحق أمير الفضاء الكوني بكل أبعاده، أن يصور تاريخنا العظيم على أنه تاريخ صراع واقتتال، صنع أمجاده بالسيف والعنف، وأن يلحق به شتى الفتن والمكاييد والاضطرابات التي عرفت البشرية من بداية الإسلام إلى اليوم، كما عمل بكل ما يمتلكه من وسائل النفوذ والاختراق على إذكاء الخلافات والخصومات بين أبناء أمتنا، من خلال إحياء

¹ - مسخ الصورة، سرقة وتحريف تراث الأمة: سلسلة عندما نطق السراة، قسم الدراسات والبحوث، جمعية التجديد الثقافية الاجتماعية، مملكة البحرين، ط 1، 2005، ص 14.

² - شلتاغ عبود، الثقافة العربية بين التعريب والتأصيل، مرجع سابق، ص 97.

³ - أنور الجندى، أهداف التغريب في العالم الإسلامي، سلسلة قضايا إسلامية معاصرة، الأمانة العامة للجنة العليا للدعوة الإسلامية بالأزهر الشريف، القاهرة، جمهورية مصر العربية، د ط، د ت، ص 174.

النزعات العصبية القديمة وإعادتها إلى الوجود، فكانت من نتائج هذا التلوث التاريخي أن تمزقنا إلى أشلاء وأوزاع متناثرة، وصارت كل طائفة منا تلعن أختها بسبب الاعتقاد الخاطيء الناتج عن الدس والتحريف في وقائع التاريخ. ويمكن أن نمثل لهذا التشردم في كيان الأمة بالطائفية المقيتة التي تجاوزت الحدود الصحية للاختلاف الذي يندرج تحت مفهوم التنوع، ودخلت في اختلاف التضاد ومحاولة نفي الآخر وتشيينه، حيث صارت تنهل وتتغذى من معين هذا التلوث التاريخي، فشاعت مظاهر التقتيل والترويع والتهجير في صفوف أبناء الدين الواحد.

ويبدو ملموسا فعلا أن وسائط الإعلام المختلفة قد بثت في بيئتنا الثقافية لغة جديدة تحمل في باطنها تهجينا لتراثنا وإعاقة لتاريخنا التليد، تستبعد كل ما يتصل بهما من جوانب القوة وعظيم الأثر، رغبة منها في إحداث قطيعة وطلاقٍ بائنٍ لا رجعة فيه مع التاريخ والتراث، وتدجين عقول أجيالنا، وجعلهم أبقا تنافح عن ثقافة غيرها، حتى يصيروا "بقضهم وقضيضهم لقمة سائغة بين أضراس غيرهم، فيقادون ولا يقودون، ويؤمرون ولا يأمرن، وتكون لهم المواقع المتأخرة دائما في سلم الحضارات والمدنيات"¹.

إن هذا المد الإعلامي الذي يخترق المجتمع العربي اليوم يؤثر بشكل مباشر على نمط ثقافته وعلى امتداده الحضاري، حيث أدى إلى إحداث تناقضات بين ما ورثه من قيم مستقاة من أصالة الثقافة التي ينتمي إليها، وبين روافد الثقافة الغربية القادمة على أسنة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث انزلق أفرادها إلى الارتواء في أحضان كل ما هو آت من الغرب والانتصار لحضارته. فعندما نراقب بعين المتفحص بعض ما يتبدى من السلوكيات والظواهر الاجتماعية نقف على مدى تأثيرهم بالقيم والثقافات الوافدة سواء على مستوى العادات والتقاليد أو أساليب اللغة وأنماط التواصل أو مسارات طرق العيش، ذلك أن العولمة الإعلامية لا تعتمد على تقديم التاريخ والتراث العربيين كعاملين للتخلف والانحطاط فحسب، بل تسعى إلى طمس وتحييفه بتأويلات مشوهة لأفكار الأجداد وإثارة الشبهات حول كنوزه بهدف صرف الأفراد عن التعلق والاعتقاد به، وإخراجهم من ماضيهم العريق إلى حاضر معطوب يقودهم إلى مستقبل غامض، فيصير هذا العطب في إدراك أبعاده "مدخلا إلى فساد عريض، ومنفذا إلى هدر مولدات القوة الروحية والنفسية في أجيالنا الجديدة، بما يؤذن بجمود الانطلاقة، ثم توقفها وتراجعها وضياح الأمل في مشروع حضاري جديد"².

1- عبد السلام رياح، التراث وأثره في بناء الحاضر وإبصار المستقبل، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، الولايات المتحدة الأمريكية، ط 1، 2019، ص 10.

2- جمال سلطان، الغارة على التراث الإسلامي، مكتبة السنة، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ط 1، 1990، ص 147.

إنها حرب ضارية شرسة، تلك التي يواجهها المجتمع العربي اليوم، محورها تراثه وتاريخه الإنساني المتراكم عبر العصور، مما يستوجب تضافر الجهود للتصدي لها، ولكل المتربصين الذين يسعون إلى النيل من موروثنا الثقافي، حتى نحافظ على أصالتنا، ونبني حاضرنا، ونستشرف المستقبل بخطوات ثابتة كلها عزم وثقة، باعتبار أن التراث يضطلع بوظيفة تاريخية جوهرية، تتمثل في استثمار ما ورثناه عن الأجداد من عقيدة وثقافة وقيم وفنون وآداب وسائر المنجزات المعنوية والمادية، والتعاطي معها بثقة واطمئنان — " بناء الحاضر، لأن حاضر أمة مهما بلغ من رقي معرفي، أو تقدم صناعي، أو تطور في التسيير والتدبير في مختلف واجهات الحياة، إذا لم يكن له تراث يمثل ركيزته المعنوية، ورمزيته الثقافية، فإنه يكون على شاكلة حاضر الأمم التي تستعير مجد غيرها، وتركن إلى ما يوجد به الآخرون"¹.

1- المرجع نفسه، ص 30.

5- سبل حماية الهوية الثقافية العربية من أخطار الإعلام الجديد.

ما سبق إذن، كان وقفة متأنية على أشكال تأثير الإعلام الجديد في مقومات هويتنا الثقافية، بيّنا من خلالها أن هذه الهجمة المغرضة ليست مجرد تهكم وازدراء عابرين، وإنما هي تعبير صادق عن نية حاقدة مع سبق الإصرار والترصد للنيل من مكانتنا الحضارية وإعادة تشكيلنا ثقافيا بواسطة الأوعية الإعلامية المختلفة والتقنيات الرقمية المتطورة. وهذا ما لا نقوله نحن فحسب، بل ما يؤكدّه العديد من المفكرين والمصلحين وكل الغيورين على شرف هذه الأمة، وما تؤكده الشواهد الحضارية ومجريات الواقع المُعاش، في أن مجتمعنا أصبح أكثر تأثرا بما تنقله إليه وسائل الإعلام الجديد، التي أوقعت أفرادها في أزمة هوياتية أدخلتهم في منعطف صار يهدد ثوابتهم وينال من وحدة نسيجهم.

وانطلاقا من التأثيرات التي تتركها هذه الوسائل الجارفة المندفعة على مقومات الهوية الثقافية العربية، وتأكيذا على ضرورة حماية هذه الهوية من المخاطر والتحديات المحدقة بها، كان لابد لنا أن نقف - في ختام هذه الورقة - عند الآليات والأساليب الكفيلة بصون هويتنا، ودعمها للسمود والثبات بذاتها في وجه هذا الاختراق الغاشم، لنؤكد أن حماية هويتنا الثقافية وتحصينها مسؤولية تتقاسمها كل مكونات الأمة، حكومات وشعوبا، مؤسسات وأفراد. وحتى تكون هذه المواجهة شاملة وفعالة لا بد أن تقوم على أربع منظومات متكاملة:

أ- منظومة التحصين:

يقصد بها تحصين أفراد الأمة العربية من أخطار الإعلام الجديد وصون هويتهم الثقافية عن طريق التربية والتعليم، باعتبارهما طوقا النجاة من براثن الإعلام الجديد، والدرع الواقي من أي اختراق ثقافي، من خلال غرس روح المسؤولية في نفوسهم، وتعويدهم على الالتزام الأخلاقي الذي يحمي الأمة من أخطار الفساد والانحلال والإباحية، ويجعل منها أمة قوية قادرة على مواجهة التحديات والوقوف في وجه كل العواصف. فتعزيز الفرد لوحده مع بني أمته، وانسجامه معهم والشعور بقيمته داخل النسيج الاجتماعي، يبقى أساس القوة التي تضمن له التّميز والاعتراف به كإنسان له جملة من الوظائف والمسؤوليات، التي من خلالها يشعر بأنه ذات فاعلة، قادرة على العطاء والمساهمة في بناء المجتمع، ويجنبه "الذوبان في النمط الأحادي الذي تسعى العولمة إلى

فرضه على الجميع، بواسطة تدويب المعايير التي تُمكن الفرد من التعرف على ذاته وبالاقتدار بمميزاته الثقافية والحضارية"¹.

ب- منظومة التأثير:

إن تعميق الشعور بالانتماء للهوية بأبعادها المختلفة، ومد جذوره في أعماق نفوس أبناء أمتنا العربية، لن يكون له الأثر الواضح إلا إذا قابله صون حقوق الأفراد وإقامة مجتمع ديمقراطي ينعم كل أفرادها بحقوق المواطنة والعدالة الاجتماعية، لأن الإنسان العربي إذا شعر أنه يعيش بكرامة وتقدير في أحضان أمته، وله الرعاية والعدل والكفاية، فإنه من الطبيعي أن تفيض مشاعره حبا وولاء لدينه ووطنه، وأنه لن يدخر جهدا في الدفاع عن ثوابته ومقدساته بكل ما أوتي من قوة، فالهوية الثقافية العربية لا تستوي إلا كهوية يتساكن فيها الحق والواجب، ويتمكن كل فرد من أن يأخذ حقوقه الكاملة بوصفه فرداً تتساوى فرصه وحظوظه مع بقية الأفراد دون تمييز أو تفاضل.

ج- منظومة المواجهة:

وهي أن نواجه الهجوم على هويتنا الثقافية بكل الوسائل الممكنة، بكشف الشبهات والرسائل الإعلامية المغرضة الساعية إلى النيل من خصوصياتنا الثابتة، وهذا يستلزم في المقام الأول بناء مشروع إعلامي عربي قوي وفاعل، يكون حامل رسالة هذه الأمة وثقافتها وآدابها، والمدافع عن تراثها وقيمها، فالفرصة اليوم، سانحة كي " يستيقظ الوعي فينا ونزعج نومنا الطويل بإعلام عربي فعال، نتمنى أن توجه طاقاته لحفز الهمم، ويركز جهده للبناء والعمل، وتوضع إمكاناته لتتشتيط القدرات من أجل التنمية والتطور، فما أحوج أن ينقاد عالمنا العربي من التيه إلى الرشاد! وما أعظم إعلامنا العربي لو توحدت وجهته واتجه بإنسانه إلى هذه الغاية!"².

د- منظومة الحجب: نقصد بها حجب المواقع والقنوات المغرضة التي تهاجم وتستهدف مقومات هويتنا الثقافية، وهذا بطبيعة الحال يتطلب إرادة سياسية واعية، فاعلة ومؤمنة بحجم الوضع وخطورته.

إن هذه المنظومات الأربعة لا تروم انغلاق الأمة على ذاتها وتعميق الهوة مع الآخر بحجة الخشية على الخصوصية من خطر الاختراق الثقافي، لأن مثل هذا الانغلاق لم يعد ممكنا في عصر السماوات المفتوحة، فمجابة هذا التحدي لن تكون مجدية بعقلية الرفض والنقد المفرط، بل

¹ محمد مسلم، خصوصيات الهوية وتحديات العولمة، دار قرطبة، المحمدية، الجزائر، ط 1، 2004، ص 25.

² محمود محمد سفر، الإعلام موقف، تهامة، جدة، المملكة العربية السعودية، ط 1، 1982، ص 66.

تتم من خلال الانفتاح على الأمم الأخرى وإنتاج أفكار ورؤى جديدة، تعيد صياغة إشكالية علاقتنا معها، وغرس أنماط من التفكير تعيننا على التكيف والتغيير في الشكل الإيجابي الذي تحدده حركية المجتمع العربي، وتفاعله مع المجتمعات الأخرى التي تشكل شطره الثاني على الصعيد الوجودي، والعمل على استنماج ما توصلت إليه من جوانب إبداعية خلاقية.

وينبغي التأكيد على أن الحلول المنطقية لمشكلة الغزو الثقافي من قبل الإعلام الرقمي ينبغي أن تتأسس في المقام الأول على العقيدة والأخلاق، بالعودة إلى مبادئ الدين الإسلامي، وتربية أبناء الأمة على تمسكهم بشريعته السمحة، وأخلاقه، وقيمه الروحية، لأن الهزيمة الحقيقية هي الهزيمة النفسية من الداخل؛ حيث يصير المغلوب مولعا أبدا بالافتداء بالغالب في سائر أحواله وعوائده، أما إذا حُصنت الهوية ولم تستسلم من الداخل؛ فإنها تستعصي ولا تقبل الذوبان. كما ينبغي الاعتزاز باللغة العربية والتوعية بأهميتها، والعمل على تنقية تراثنا وتاريخنا العريق مما علق به من تشويه وتحريف، فضلا عن إعادة قراءة واقعنا المعاش بناء على المفاهيم الصادقة للقرآن الكريم والممارسات المنزهة للرسول الكريم، وتخليصه مما فيه من سوء الفهم وتحريف التأويل، حتى يعود المجتمع العربي وحدة متماسكة قائمة على معاني التكافل والتراحم والتواصل البناء، ناهيك عن إعادة النظر في المناهج الدراسية لمختلف المراحل التعليمية، بما يواكب التطور والتقدم العلمي والمعرفي الذي يشهده العالم اليوم، من خلال استخدام كافة الوسائل والأساليب والطرق المتاحة، كي ننجح في تأصيل القيم النبيلة، والمهارات والمعارف الهادفة داخل مؤسسات المجتمع ومنظماتها. أما واجبنا كدارسين وباحثين، كمستهلكين ومتلقين للمضامين الإعلامية التي طغت عليها مظاهر التدليس والتحريف، فيتجسد في تلك النظرة النقدية الفاحصة لكل ما تحمله إلينا وسائل الإعلام الجديد، لكشف أباطيلها وأهدافها المغرضة، وزيادة مستويات الوعي في أذهان أبناء أمتنا. وعليه، فإن الغيرة الجامحة في دواخلنا اتجاه صون هويتنا الثقافية من طوفان التغريب الذي يتربص بها، يدفعنا إلى رفع التوصيات التالية:

- تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية كالأُسرة، المدرسة والمسجد، من خلال قيامها بمراقبة ما يشاهده الشباب والأطفال من برامج عبر وسائل الاتصال والإعلام الحديثة، وتوعيتهم بمدى خطورتها على عقيدتهم وحياتهم وإيقاظ همهم.

- اعتماد تخطيط لغوي ناجع يعيد للغة العربية توهجها، من خلال رصد مختلف المشاكل المحدقة بها، ووضع خطة منهجية تقوم على جهود منسقة وفاعلة، وتأخذ بعين الاعتبار كل القضايا المؤثرة فيها، مع العمل على تنفيذها ومتابعتها، تحقيقاً لأمننا اللغوي والمجتمعي.

- ضبط الأنشطة الإعلامية وإخضاعها لمراقبة صارمة، وفتح قنوات اتصال فعالة بين مختلف المؤسسات الإعلامية والأجهزة المعنية بهدف صون هويتنا وحذف كل ما يتنافى مع قيمنا الأخلاقية.

- تبني نهج نظامي للتربية الإعلامية يهدف إلى تنشئة الفرد العربي بطريقة يستطيع من خلالها التعامل والتعاطي مع البرامج والمضامين التي تروج لها وسائل الإعلام الجديد على نحو إيجابي، يسهم في انفتاحه الواعي على الثقافات والمنجزات الحضارية الأخرى دون التكرار لقيمه وخصوصياته القومية.

- تحمل الجهات المسؤولة واجبها اتجاه هويتنا الثقافية بسن تشريعات قانونية ملزمة واستصدار قرارات حاسمة، تحميها من مختلف الأخطار المحدقة بها، وتجعل منها قضية استراتيجية تمس الأمن الثقافي والحضاري للأمة.

- ترسيخ مبادئ القانون، والعدالة الاجتماعية والاقتصادية، وإيجاد حلول لمشاكل الفقر والبطالة والجهل التي استشرت اليوم وبشكل متزايد في مجتمعاتنا العربية، حتى لا يغترب الأبناء عن واقعهم، ويتصلوا من انتمائهم لمجتمعهم العربي.

خاتمة:

إن الإعلام اليوم، في عصر ثورة الاتصالات الرقمية، وإن كان يحمل في طياته الكثير من المحاسن والمزايا ذات التأثير الإيجابي على الإنسان العربي، فإنه يُضمر في الوقت ذاته العديد من التحديات والأخطار التي تمس الكيان العميق لأمتنا العربية، ويمارس - بما يقدمه من مضامين ورسائل - سطوة ونفوذاً قاهراً على ثوابتها ومقدساتها، وتزداد هذه الأخطار تأثيراً بسبب ما تعانيه شعوبنا من ضعف وهوان في شتى المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية... لذلك بات من الضروري - اليوم - العمل على النهوض بأوضاع أمتنا والقيام بعملية إصلاح جذرية تخلص هويتنا من كل ما علق بها من شوائب ومغالطات، لما تمثله من ضرر واسع على حاضر الأمة ومستقبلها، لأنه في غياب استراتيجية عربية واضحة تتصدى لهذا الاختراق الثقافي وتُرجع

هبة الأمة المختطفة، وفي عدم وجود مؤسسات إعلامية وثقافية وسياسية قوية، تساهم في بناء الوعي الجمعي للإنسان العربي، وتكسبه قدرة التمييز بين الغث والسمين، يمكن لك - أيها القارئ الكريم - أن تتخيل معي القادم المؤلم.

المصادر والمراجع:

- 1- القرآن الكريم برواية ورش.
- 2- اغتراب اللغة أم اغتراب الشباب (2011): قراءة في استطلاع رأي لمؤسسة الفكر العربي، التقرير الرابع للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان.
- 3- المعجم الوسيط (2004)، مجمع اللغة العربية، باب العين، ط 4، مكتبة الشروق الدولية، جمهورية مصر العربية.
- 4- عبد العزيز الدوري (2003)، التكوين التاريخي للأمة العربية، دراسة في الهوية والوعي، ط 4، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- 5- إبراهيم أنيس (2003)، في اللهجات العربية، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، مصر.
- 6- ابن خلدون (2004)، المقدمة، تحقيق عبد الله محمد الدرويش، ج 1، ط 1، دار يعرب، دمشق، سوريا.
- 7- أنور الجندي (1982)، الفصحى لغة القرآن، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان.
- 8- جابر قميحة (1418هـ)، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، مكتبة الملك فهد الوطنية، المدينة المنورة، السعودية.
- 9- جلال أمين (2009)، العولمة، ط 1، دار الشروق، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- 10- حسنين شفيق (2015)، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، ط 1، دار فكر وفن، مدينة السادس أكتوبر، الجيزة، مصر.
- 11- سعود صالح كاتب (2011)، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص، ورقة مقدمة في المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جकारتا، 13-15 دجنبر 2011.
- 12- شلتاغ عبود (2001)، الثقافة العربية بين التعريب والتأصيل، ط 1، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
- 13- عبد الرزاق الدواي (2013)، في الثقافة والخطاب عن حرب الثقافات، حوار الهويات في زمن العولمة، ط 1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر.
- 14- عبد العزيز بن عثمان التويجري (2015)، مستقبل اللغة العربية، ط 2، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مطبعة الإيسيسكو، الرباط، المملكة المغربية.

- 15- عبد القادر طاش(1994)، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، ط 2، الزهراء للإعلام العربي، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- 16- عبد الله البريدي(1434هـ)، اللغة هوية ناطقة، منظور جديد يمزج اللغة بالهوية والحياة، المجلة العربية عدد 197، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 17- عفيف عبد الفتاح طباره، روح الدين الإسلامي، عرض وتحليل لأصول الإسلام وآدابه وأحكامه تحت ضوء العلم والفلسفة، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان.
- 18- علي حسن فاعور (1988)، شرح ديوان زهير بن أبي سلمى، ط 1، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان.
- 19- علي خليل شقرة (2014)، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة، عمان، الأردن.
- 20- محماد بن محمد رفيع(2010)، سؤال الوعي التاريخي وإشكال بناء الرؤية المستقبلية، إسلامية المعرفة، عدد 60، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، عمان الأردن.
- 21- محمد حمزة الجابري (2013)، اللغة الإعلامية، المفهوم والخصائص-الواقع والتحديات، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، الأردن.
- 22- محمد عابد الجابري (1998)، العولمة والهوية الثقافية، عشر أطروحات، العرب والعولمة، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- 23- محمد فريد وجدي، دائرة معارف القرن العشرين، المجلد السادس، حرف العين، دار الفكر بيروت، لبنان.
- 24- محمد مسلم(2004)، خصوصيات الهوية وتحديات العولمة، ط 1، دار قرطبة، المحمدية، الجزائر.
- 25- محمود محمد سفر(1982)، الإعلام موقف، ط 1، تهامة، جدة، المملكة العربية السعودية.
- 26- مسخ الصورة(2005)، سرقة وتحريف تراث الأمة: ط 1، سلسلة عندما نطق السراة، قسم الدراسات والبحوث، جمعية التجديد الثقافية الاجتماعية، مملكة البحرين.

تجليات التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على بنية العملية
الاتصالية

**Interactivity Appearances in the new communication
environment and their impact on the structure of the
communication process**

أ. عائشة نواري، أستاذة مساعدة- أ-، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة
العقيد آكلي محند أولحاج -البويرة- (الجزائر)

ملخص:

تهدف هذه الورقة إلى البحث في خاصية أساسية من خصائص البيئة الاتصالية الجديدة، والتي تتمثل في التفاعلية، السمة الجوهرية للميديا الجديدة والتي فتحت المجال واسعا للمتلقي ليصبح عنصرا فعالا وإيجابيا في العملية الاتصالية، يساهم في إنتاج المضمون الاتصالي بعد أن كان دوره في وسائل الإعلام التقليدية يقتصر على تلقي الرسالة الإعلامية فقط، كما فسحت المجال واسعا لحرية الاتصال أو بالأحرى ديمقراطية الاتصال، لذا سنتطرق في هذه الورقة إلى ظاهرة التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على أطراف العملية الاتصالية، وذلك من خلال توضيح مفهوم التفاعلية وأبعادها، نتطرق بعدها إلى نشأة هذا المفهوم وتطوره في الدراسات الاتصالية، كذلك نبيّن أهم مظاهر التفاعلية وأشكالها، ونتوقف في الأخير عند انعكاسات التفاعلية على بنية العملية الاتصالية

الكلمات المفتاحية: إعلام المواطن، التفاعلية، البيئة الاتصالية، ديمقراطية الاتصال، المتلقي.

Abstract: The aim of this paper is to investigate a fundamental characteristic of the new communicative medium, which is the interactivity, the core character of the new media, which has opened the door to the receiver to become an active and positive element in the communicative process that participate to the production of communicative content To receive the media message only, and gave way to freedom of communication or rather the democracy of communication, so we will address in this paper to the phenomenon of interactivity in the new communication environment and its implications on the parties to the communication process, Attic and dimensions, then we address the genesis of this concept and its development in communication studies, as well as show the most

important aspects of interactivity and forms, and in the last stop when interactivity reflections on the structure of the communication process.

Keys Words : Citizen media, interactivity, new communicative medium, the democracy of communication, the receiver

مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي ثورة هائلة في مجال وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية جعلت من العالم قرية كونية صغيرة خصوصاً مع تطور الحاسبات الآلية، الهاتف وشبكات المعلومات وظهور البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، انتشار الإذاعات التي تبث عبر موجات الـ FM إضافة إلى الوسائط المتعددة وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة (التلفزيون التفاعلي، الإذاعة التفاعلية، السينما التفاعلية...)، وفي هذا السياق تعتبر شبكة الانترنت من أهم مستحدثات هذا العصر نظراً لما تنفرد به من ميزات حيث تجمع بين خصائص الاتصال الشخصي من خلال خدماتها المتعددة (كالتراسل الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني، والتحاوور عبر غرف الدردشة والمنتديات ومجموعات الحوار والشبكات الاجتماعية الافتراضية والمدونات وغيرها...) وخصائص الاتصال الجماهيري كالجماهيرية، التزامنية واللاتزامنية، وتعدّ سمة التفاعلية أهم خاصية مرتبطة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، هذه الميزة التي ساهمت في كسر حاجزي الزمان والمكان وغيّرت في بنية العملية الاتصالية ككل، حيث لم يعدّ المتلقي يكتفي بتلقي الرسالة الاتصالية فحسب، بل أصبح بإمكانه المشاركة في بناء محتوى الرسالة الاتصالية، وبات بإمكان المرسل والمتلقي تبادل الأدوار بحيث يصبح المرسل متلقياً والمتلقي مرسلًا.

1. مفهوم التفاعلية وأبعادها:

يعدّ مفهوم التفاعلية من بين المفاهيم القديمة - الحديثة في آن واحد الذي حاز على اهتمام وإقبال عدد كبير من الباحثين على اختلاف مجالات البحث التي ينشطون فيها، حيث حاول العديد من الباحثين ولفترة طويلة من الزمن الوقوف عند هذا المفهوم من خلال تقديم تعريف واضح ومحدّد للمفهوم، توضيح أبعاده، إبراز خصائصه والكشف عن أهم مظاهر التفاعلية ومستوياتها وأشكالها وأنواعها.

فمن الناحية اللغوية التفاعلية (Interactivité): كلمة يونانية الأصل مركبة من مقطعين **Inter** ويعني بين أو فيما بين، وكلمة **Activus** وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه عندما تترجم الكلمة من اللاتينية يمكن أن نفهم معناها بأنها "ممارسة بين اثنين" أي تبادل وتفاعل بين شخصين. ويفهم أن جوهر التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل، حوار بين اثنين، أي اتصال في وضعية الوجه للوجه وعليه في فهي ممارسة اتصالية قديمة.¹

وعلى الرغم من الجهود الحديثة للباحثين من أجل تحديد هذا المفهوم إلا أنه لم يتم الاتفاق على تعريف واحد للتفاعلية فهناك من ينظر إلى التفاعلية على أنها خاصية المتلقي في العملية الاتصالية، ومنهم من ينظر إليها على أنها سمة أساسية وطبيعية في الاتصال الشخصي، ومنهم من يرى أن ميزة التفاعلية تقتصر على وسائل الاتصال الحديثة ومنهم من يعبر عنها بالعلاقة الثنائية بين المرسل والمتلقي وغيرها... وقد نتج عن هذا الاختلاف في تحديد تعريف دقيق لمفهوم التفاعلية اختلاف أيضا في الرؤى حول أنواع التفاعلية، مقوماتها أو أبعادها وأيضا مظاهرها أو أشكالها ومستوياتها. لذا فيما يلي نورد بعض التعاريف المقدمة للتفاعلية حسب اختلاف وجهات النظر.

أ. تعريف التفاعلية من حيث الوسيلة:

يعدّ التعريف الآلي من بين أهم التعاريف الحديثة التي قدمت للمفهوم، إذ أنه وعلى الرغم من أن استعمال المفهوم يعود إلى نصف قرن من الزمن إلا أن أغلب الباحثين يحرصون ميزة التفاعلية في وسيلة الانترنت، ويعتبرون أن الانترنت تنفرد عن باقي وسائل الإعلام والاتصال التقليدية كالصحافة المكتوبة، الإذاعة والتلفزيون، كما أنها حسب وجهة نظرهم خاصية تتعلق بعملية أكثر منها كمنتج اتصالي.

ومن أهم التعاريف التي تصب في هذه الخانة: "التفاعلية هي إمكانيات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الاتصال الجديدة"². من خلال التمعّن في هذا التعريف نلمس إشارة إلى

¹ خالد زعوم، السعيد بومعيرة، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (61)، تونس، 2007، ص 26.

² شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية- دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 80.

الجانب التقني للوسيلة والتي اقتصرت على الوسائل الحديثة أي الانترنت والحاسب الآلية فحسب دون الوسائل التقليدية.

وفي نفس الوجهة يصب التعريف الذي ورد في مؤلف الإعلام التفاعلي لحسنين شفيق حيث تعرف التفاعلية بأنها: "خاصة الوسيلة، فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل والمضمون في آن واحد.¹ يتبين من هذا التعريف أن التفاعلية هي ميزة تسمح للمتلقى بالتفاعل مع المرسل والمضمون حيث يركز أهمية الوسيلة ودورها الفعال في إحداث التفاعلية.

وعرّف (نيوهاجن) Newhagen التفاعلية بأنها: "أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا والمستخدمة لتمييز الانترنت عن وسائل الإعلام الأخرى.² نلاحظ من خلال التمعّن في هذا التعريف أن التفاعلية كعملية تقتصر على وسيلة الانترنت دون الوسائل الإعلامية الأخرى

أما الباحث (محمد لعقاب) فيحصر ميزة التفاعلية في الانترنت، ويربط هذه الخاصية بميزتين أخريتين تمتاز بهما الأنترنت فعلى حد تعبيره: "تشير التفاعلية إلى التزامنية التي تعني إمكانية التعرض للمعلومات والأخبار في الوقت الحقيقي، والالتزامنية التي جعلت من شبكة الانترنت وسيلة تفوق على التفاعلية التي توفرها وسائل الإعلام التقليدية مثل الهاتف والتلفزيون والصحافة المكتوبة فهي تحيلك فرصة التخاطب الفوري مع كاتب المقال أو إرسال بريد الكتروني إليه في جو منالحرية التامة مما يجعل التفاعلية فعلية وحميمية عبر الشبكة وتفوق على تفاعلية الوسائل التقليدية.³ وعلى الرغم من أن الباحث ينظر إلى التفاعلية على أنها ميزة الوسيلة (الانترنت) إلا أن هناك اهتمام ولو بقدر نسبي بالمتلقي إضافة إلى الوسيلة فهو يرى أن التفاعلية عبارة عن عملية يقوم بها المستخدم لوسائل الإعلام والاتصال وبشكل خاص الحديثة تتيح له فرصة التخاطب مع المرسل، مما يدلّ على أنّه لم يهمل إدراك المستخدم لفعل الاتصال التفاعلي الذي يقوم به على سبيل المثال المشاركة في منتديات الدردشة أو إرسال رسائل الكترونية أو التعليقات على المقالات المنشورة على صفحات الواب. وغير بعيد عن التعريف السابق يؤكد أيضا الباحثان

¹حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي - ثورة تكنولوجية في نظم الحاسبات والاتصالات، المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال، مصر، 2008، ص:33

²شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص: 80.

³محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2007، ص: 57.

(Luc Olivier Pochon et Michèle Grossen) بأن: "الوسيلة الإعلامية تصبح تفاعلية عندما تنشأ علاقة تفاعلية بين الوسيلة والمتلقي أو المشاهد فيحدث فضاء اتصاليا خاصا، إذ لا يمكن أن تحدث تفاعلية إلا بنشوء تفاعل بين مختلف عناصر العملية الاتصالية الإعلامية أي بين الوسيلة الإعلامية والمتلقي للرسالة الإعلامية".¹

من بين التعاريف التي تدرج ضمن هذا الاتجاه نجد أيضا: "التفاعلية من أهم خصائص وسمات شبكة الأنترنت من خلال العديد من الأنماط الاتصالية، فقد أدت التفاعلية إلى إمكانية تعدد الأطراف المشاركة في العملية الاتصالية، وهي تظهر في التفاعل بين الفرد والوسيلة، بين الأشخاص المستخدمين لها، وأيضا تتجلى في تفاعل المستخدم مع المحتوى...".²

وهناك مجموعة أخرى من الباحثين ترى أن: "التفاعلية تمثل الانتصار الكبير للمعلوماتية، بحيث أصبح بإمكان الآلة الاستجابة لنا وتحقيق رغباتنا، وهذا ما غير من مفهوم التفاعلية بحيث أعاد منظرو النظريات الحديثة للاتصال النظر إلى نموذج لاسويل Laswell سنة 1948 حول تدفق الاتصال في اتجاه واحد".³

من بين التعاريف المقدمة للتفاعلية تعريف (كاواموتو) Kawamoto حيث يرى أن التفاعلية عبارة عن: "عملية اشتراك بين الآلة والفرد في عملية إدارة البحث عن المعلومات وعملية المشاركة في تلك المعلومات، وينقل نموذجا للتفاعلية بثلاثة مستويات".⁴

- الاتصال غير التفاعلي (الاتصال في اتجاهين): Tow Way non interactive Communication

- الاتصال التفاعلي الشكلي: Reactive or Quasi interactive Communication

¹فضيلة تومي، التفاعلية في التلفزيون الجزائري- البرامج الموضوعاتية نموذجا- رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007/2008، ص: 41.

²محمد صلاح سالم، العصر الرقمي وثورة المعلومات- دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع-، ط1، عين للدراسات والبحوث الإنسانية، الرياض، 2002، ص: 81.

³ميشال أنيولا، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية، ترجمة نصرالدين لعياضي والصادق رايح، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2004، ص: 19 20.

⁴عباس مصطفى الصادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية على الأنترنت، مؤتمر صحافة الأنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22 - 24 نوفمبر 2005، ص: 11.

- الاتصال التفاعلي بالكامل: Fully interactive Communication

وبعد استعراض مجموعة التعاريف التي اهتمت بالتفاعلية وركزت على الوسيلة نخلص إلى مجموعة من الملاحظات من بينها:

- أن مجمل الباحثين صبّوا اهتمامهم على تعريف التفاعلية في شكلها الحديث والتي ترتبط بتكنولوجيا الانترنت والوسائط المتعددة مهملين بذلك التفاعلية التقليدية التي ظهرت مع وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة المكتوبة، الإذاعة والتلفزيون) والتي عبّر عنها (هارولد لاسويل) في نموذج الخماسي الشهير برجع الصدى (Feed Back) أو التغذية العكسية التي تتجسد في الصفحات التي تخصص في الجرائد والمجلات اليومية والأسبوعية لبريد القراء والرد عليه، أو قراءة الرسائل البريدية أو الرسائل عبر الفاكس أو المكالمات الهاتفية عبر البرامج الإذاعية والتلفزيونية ومختلف الأشكال هذا من جهة، ومن جهة أخرى وعلى الرغم من اهتمام أصحاب هذا المنظور بوسيلة الانترنت، التي يتفق على أنها غيرت من دور المتلقي، فالمستخدم لتكنولوجيا الانترنت لم يعد متلقيا سلبيا يتحدد سلوكياته وفق برامج الآلة أو الوسيلة، بل يمكن له أن يصبح مرسلًا للرسائل الاتصالية في آن واحد مما يحقق نسبة مرتفعة من التفاعل إلا أن هذه التعاريف تناولت المتلقي بنوع من السلبية، لذا وأمام الاختلاف في وجهات النظر نتطرق إلى تعريف التفاعلية من حيث المستخدم.

ب. تعريف التفاعلية من حيث المستخدم:

لقد حاول بعض الباحثين تقديم تعاريف للتفاعلية خلال التركيز على المستخدم ودوره في العملية الاتصالية ومن بين ما ورد منها نجد التعريف الذي جاء في المعجم الكامل للمعلوماتية حيث تعرف بأنها: "طريقة المعالجة التفاعلية بالحوار وتعديل اشتغال البرنامج من خلال مراقبة النتائج¹ وعلى الرغم من الجانب التقني الذي يغلب على هذا التعريف إلا أنه يتضح أن هناك اهتمام بالمستخدم لهذه الوسيلة.

ويرى باحثون آخرون أنه: "وحتى تتحقق التفاعلية لا بد على المستخدم أن يتبع مجموعة من الخطوات والطرق ومن ثم يعمد إلى مراقبة النتائج ولو أن النتائج تكون متوقعة نوعا ما. ويقترّب هذا

¹ عبد الحسن الحسيني، المعجم الكامل في المعلوماتية، دار العلم، بيروت، 1996، ص: 220.

التعريف قليلا من التعريف الموالي غير أن هذا التعريف يربط التفاعلية بالإعلانات التجارية، حيث تعرف بأنها: "مدى مقدرة شخص على الدخول في معالجة إعلانية بصفة نشيطة من خلال التفاعل الإعلانية والمعلنين".¹

من بين التعاريف المقدمة للتفاعلية نجد أيضا: "التفاعلية هي مفهوم متعدد الأبعاد قوامه تعدد فرص المشاركة والاختيار أمام المستخدم، تشير إلى سلطة المستخدم وتحرره من الاستعمال البسيط العشوائي للوسيط الاتصالي، كما تجعل منه شريكا أو مشاركا للمرسل في العملية الاتصالية".²

وبعد أن تطرقنا لمفهوم التفاعلية من حيث المستخدم للوسيلة ودوره في صياغة أو تعديل رسائل إعلامية أو اتصالية نتوصل إلى أن أصحاب هذا الاتجاه في تعريفهم للتفاعلية وعلى الرغم من بعض الزوايا الإيجابية التي سلطت عليها التعاريف الضوء خصوصا فيما يتعلق بتحول المستخدم من الاستهلاك السلبي إلى الاستهلاك المخطط والإيجابي للمضمون الإعلامي أو الاتصالي إلا أننا نلاحظ أنهم أهملوا عنصر آخر مهم من عناصر العملية الاتصالية وهو المرسل وطبيعة العلاقة التي تنشأ بينهما (المرسل والمتلقي)، لذا نحاول فيما يأتي أن نتطرق لبعض التعاريف التي تتناول مفهوم التفاعلية من خلال العلاقة بين المرسل والمتلقي.

ج. مفهوم التفاعلية من خلال العلاقة بين المرسل والمستخدم:

تعرف التفاعلية بأنها: "اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل، فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل".³ بمعنى أن التفاعلية في هذه الحالة يعبر عنها بتلك العلاقة الثنائية الاتجاه (مرسل ومستقبل)، والتي يتبادل فيها المرسل والمتلقي الأدوار، بحيث يصبح المرسل متلقيا والعكس صحيح إذ يصبح المتلقي مرسلا مما يصعب من التمييز بين المرسل والمتلقي. وفي نفس السياق يرى العديد من الباحثين أن صفة التفاعلية تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في العملية الاتصالية تأثير على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على هذه الممارسة "الممارسة المتبادلة أو التفاعلية" Interactive Communication، بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن

¹ خالد زعموم والسعيد بومعزة، التفاعلية في الإذاعة، مرجع سبق ذكره، ص: 28.

² بسبوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، مصر، 2008، ص: 122.

³ حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي، مرجع سبق ذكره، ص: 32 33.

يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وبذلك تدخل في ثنائية التبادل ومثال على ذلك أنظمة النصوص المتلفزة.¹

تعرف أيضا على أنها المدى الذي يمكن فيه للمرسل والمتلقي أن يتبادلا الاستجابة للرسالة الاتصالية التي يرسلها كل من المرسل والمستقبل وهما بذلك يضعان في الاعتبار اختلاف الاحتياجات الاتصالية للمستقبل، فأحيانا يكتفي المستقبل بتلقي الرسالة الاتصالية والتمتع بحرية الإبحار بين مواقع الانترنت المختلفة وانتقاء التعرض لبعض الرسائل دون غيرها، وأيضا دون الاتصال بمصدر الرسالة وأحيانا ما يرغب المستقبل في تبادل الرسائل مع مصدر الاتصال.²

ويؤكد الباحث (علي قسايسية) أن: "التفاعلية هي أحدث وأرقى أشكال التفاعل التبادلي، تختفي فيه الحدود الفاصلة بين المرسل والمتلقي، بحيث تتحول استجابات المتلقي إلى منبهات جديدة يتلقاها المرسل الأول ويستجيب لها في شكل من الأشكال لتصبح منبهات أخرى ويتراءى ذلك في نوادي الحوار والمناقشة والدرشة وتبادل الرسائل الفورية المباشرة على مواقع الويب المتخصصة، ومواقع النشر الإلكتروني والبلث الإذاعي والتلفزي خاصة، إن الحديث عن التفاعلية يعني التخلي عن النظرة التقليدية لوسائل الإعلام كوسائط غير تفاعلية (تدفق المعلومات في اتجاه واحد) والتخلي أيضا عن فكرة أن الجمهور المتلقي للرسائل دون مشاركة حقيقية".³

وعلى الرغم من اختلاف وجهات نظر الباحثين حول تحديد مفهوم واضح ودقيق للتفاعلية، إلا أنه وبناء على التعاريف السابقة نستعرض بعض النقاط الأساسية التي يتفق عليها أغلب الباحثين والتي وردت بشكل أو بآخر في تعاريفهم:⁴

- أن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الانترنت، فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل وإنما مرسل لها في الوقت ذاته، الأمر الذي يحقق مستوى مرتفع من التفاعلية.

¹ عبد الأمير موبت الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق، عمان (الأردن)، 2006، ص ص: 24 25.
² سعد سلمان عبد الله، معوقات التفاعلية في الصحف الإلكترونية العراقية على شبكة الانترنت- دراسة تطبيقية على طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت لعام 2010، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 3، حزيران 2010. ص: 510
³ علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي- دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995- 2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص: 43.
⁴ شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص ص: 80 81.

- يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والتي تتجلى فيما يطلق عليه تسمية رجوع الصدى (feed back) والتفاعلية كمفهوم حديث ارتبط بتكنولوجيات الاتصال الحديثة، والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الأنترنت، فالمتلقي على شبكة الانترنت لم يعد مجرد متلقي سلبي للرسائل فحسب بل بإمكانه أن يصبح مرسلًا في آن واحد مما يؤدي إلى تحقيق مستوى عالي جدا من التفاعلية.

- التفاعلية عبارة عن عملية اتصالية تبادلية -ثنائية الاتجاه- من المرسل إلى المستقبل والعكس صحيح أي من المستقبل إلى المرسل مما قد يصعب التمييز بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية الواحدة.

- الاستجابة هي جوهر العملية الاتصالية التفاعلية وبدونها لا يحدث تفاعل.

- سيطرة المستقبل في العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية، فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيات الاتصال التفاعل أن يقوم بتعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية، علاوة على قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الذي يلائمه.

- ينبغي على المشارك في العملية الاتصالية أن يدرك أن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع.

- التفاعلية خاصية الوسيطة، فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد.

وزيادة على النقاط السابقة الذكر، يضيف الباحث (سامي الشريف) بعض الملامح من

بينها:¹

- يمكن للتفاعلية عبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة أن تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالتحاور الإلكتروني عبر منتديات وغرف الدردشة أداة تزامنية (لوجود المرسل والمستقبل في آن واحد)، أما

¹ سامي الشريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ط1، مصر، 2009، صص: 41 42.

البريد الإلكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية حيث لا يشترط تواجد كلا من المرسل والمستقبل في آن واحد.

- أعطت التفاعلية في الاتصال الجماهيري دورا أكثر قوة وأكثر فاعلية للمتلقي في التحكم في عملية الاتصال، ذلك أن المتلقي يستطيع أن يعدّل ويغيّر شكل ومضمون الرسالة الإعلامية، والتحكم في التوقيت الذي يشارك فيه في عملية الاتصال، ويتبادل رسائله مع المرسل في ذات الوقت وهي أمور لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية تحقيقها.

- أن التفاعلية خاصة ترتبط بشكل أكبر بالوسيلة، فالوسيلة التفاعلية تتيح للمتلقي فرص التفاعل مع المرسل والمضمون المقدم في نفس الوقت.

- أن التفاعلية تعبّر عن انتهاء فكرة الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي أو ما يعرف بالاتصال الخطي بل هي عملية تبادل ومشاركة في العملية الاتصالية.

وحسب وجهة نظرنا أنه بالفعل إن التكنولوجيا الحديثة للاتصال خاصة الانترنت، قد غيرت بالفعل مفهوم الاتصال فلم يعد يعرف على أنه نقل رسالة من مرسل إلى متلقي أو مستقبل بل أصبح الاتصال يستخدم كمرادف للتفاعل بين طرفي العملية الاتصالية أو حتى بين المستخدم والآلة لكن هذا لا يعني أن ميزة التفاعلية محصورة في وسائل الإعلام والاتصال الحديثة فقط، وإنما التفاعلية موجودة في وسائل الإعلام التقليدية ولو بدرجة أقل كما أن أشكال أو مظاهر التفاعلية ليست نفسها الموجودة في الوسائل الحديثة.

2. أبعادها: لقد ظلت التفاعلية ولفترة طويلة مفهوم أساسي سعى عدة باحثون لضبطه، وتحديد أبعاده، وقد اقترحت الباحثة الألمانية (كاري هييتير) Carrie HEETER في دراستها المعنونة بأثر التكنولوجيا التفاعلية على مفاهيم الاتصال والتي صدرت في كتاب لها سنة 1989 ستة أبعاد للتفاعلية تتمثل في:

- تعدّد الاختيارات المتاحة أمام المتلقي

- ممارسة المتلقي لبعض الجهد

- استجابة الوسيلة للمستقبل من خلال عرضها للمضمون الذي يرغب المتلقي التعرض إليه
- رصد استخدامات المتلقي لوسيلة الاتصال الكترونيا حيث أن التقنيات الحديثة سمحت برصد استخدامات كل مستقبل للرسالة أوتوماتيكيا، فوسائل الاتصال الحديثة غيرت من الأسلوب التقليدي للتعرف على رد فعل المستقبل في الإذاعة أو الصحافة المكتوبة أو التلفزيون والمتمثلة في إرسال رسالة للوسيلة أو الاتصال بها باستخدام التليفون أو تنظيم استبيان للتعرف على آراء الجمهور.
- سهولة إضافة معلومات للرسالة الاتصالية، مما يحوّل المتلقي إلى مصدر للمعلومات أيضا.
- سهولة الاتصال الشخصي بين جمهور وسيلة الاتصال، وتعني السهولة التي يتيحها نظام الاتصال ويمكن من خلالها لعدد من مستخدمي الوسيلة تبادل الرسائل فيما بينهم. فالتفاعلية تعبر عن سلسلة من العمليات (الأفعال وردود الأفعال) التي تحدث بين الفرد والعالم الخارجي الذي يشمل البيئة الاتصالية بمختلف مكوناتها.¹

2. نشأة وتطور مفهوم التفاعلية في الدراسات الاتصالية: زيادة على ذلك ومن باب الإشارة من المجحف منا أن نرجع الفضل في تطور مفهوم التفاعلية في الاتصال إلى تطور وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيري، دون أن نشير إلى مساهمة الدراسات التي اهتمت بدراسة علاقة الأفراد بوسائل الإعلام والاتصال منذ فترة الأربعينات إلى اليوم. حيث كان فقدان وسائل الإعلام التقليدية للتفاعلية سببا للاهتمام بدور التفاعلية في الاتصال الجماهيري منذ بداية القرن الماضي فلقد اهتم كل من (Brecht and Benjamin) بموضوع قصور الاتصال التقليدي ذي الاتجاه الواحد (الأحادي الاتجاه) الذي تميز به وسائل الإعلام التقليدية، حيث قام "بريتشت" بتطوير نظرية الراديو "Radio Theory" في أواخر العشرينيات من القرن الماضي والتي أكد فيها على ضرورة أن يصبح الراديو وسيلة اتصال تبادلية ديمقراطية، إلا أن هذا الاهتمام لم يلق القبول والتأييد وإنما قوبل باعتراض شديد من طرف الفاشية الأوربية في ذلك الوقت، إذ اعتبروا هذا الفكرة أنها تشكل تهديدا لبقاء الفاشية بسبب دعوتها لتحقيق الديمقراطية وحرية الإعلام، وفي نفس السياق دعا (بينجامين) إلى ضرورة استخدام وسائل الإعلام التقليدية وفق طريقة أكثر تبادلية وتفاعلية بين المرسل والمتلقي.²

¹عائشة نواري، الإذاعة المحلية وجمهور الشباب-دراسة في الاستخدامات والاشباع والتفاعلية على عينة من جمهور إذاعة المدينة المحلية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2012/2011، ص:119

²شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص: 65.

ويرجع (تانيجيف شولتز) Tanjef Schultz عدم مقدرة وسائل الإعلام التقليدية على

التفاعلية مع جمهورها إلى مجموعة من النقاط من بينها:¹

- أن وسائل الإعلام التقليدية لا تمتلك القدرة التكنولوجية الكبيرة التي تتيح للجمهور الفرصة للمشاركة وتبادل الرسائل الإعلامية وتتجاهل سيطرة الجمهور

- أنها لا تستطيع إشباع الدوافع الاتصالية لكافة الجماهير نظرا لمحدودية مضامينها وإمكاناتها.

- أن جمهور تلك الوسائل لا تتوفر أمامه إلا فرصا قليلة للمشاركة في صياغة مضامين هذه الوسائل، كما أن النقاش والمشاركة تقتصر على صفوة المجتمع (الطبقة السياسية والطبقة المثقفة).

وتعد النقاط السابقة الذكر والتي حددها (شولتز) دافعا قويا لظهور الحاجة إلى وسائل

إعلامية حديثة تعمل على تحقيق التفاعل مع الجمهور حتى يتمكن من خلالها كلا من المرسل والمستقبل من تبادل الرسائل الاتصالية، ولقد أدى التقدم التكنولوجي الحاصل في مجال الاتصال الجماهيري إلى ظهور ما يسمى بـ "اللامركزية الإعلامية" أو الاستخدام التفاعلي لوسائل الإعلام والذي يتجلى في ظهور وسائل الاتصال الحديثة وفي مقدمتها شبكة الانترنت التي تعد من أقوى وسائل الاتصال التفاعلي، وذلك لما تمتلكه من إمكانيات اتصالية وما تقدمه من خدمات تفاعلية تتيح للمستخدم التصفح والتفاعل مع الآخرين.

وتعود بدايات الاهتمام الفعلي بدراسة التفاعلية كعنصر أساسي في العملية الاتصالية إلى

الأربعينيات من القرن الماضي عندما طرح الباحث (Nobert Wiener) في مقال صدر له سنة

1943 بالتعاون مع كل من (Arturo Rosenbleuth Julian Bigelou and) والذي حمل عنوان

"Behaviour Purpose and teleogy" فكرة أهمية رجع الصدى (Feed Back) في العملية

الاتصالية.²

وقد عرف هذا المصطلح شعبية أكثر في سنوات الخمسينات خصوصا مع صدور كتاب لـ

(Wilbur Schram) عام 1954 بعنوان "عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها" والذي جاءت فيه

أول إشارة مباشرة لمصطلح التفاعلية، حيث أكد (ويلبر شرام) على ضرورة وجود مجال خبرة مشترك

¹المرجع نفسه، ص: 66 67.

²عائشة نوازي، مرجع سبق ذكره، ص: 116

بين المرسل والمستقبل، وعن طريق هذا المجال يتم توصيل نوعين من رجع الصدى، هما رسالة من المستقبل إلى المرسل ورسالة من المستقبل إلى ذاته¹، فالتفاعلية حسب ويلبر شرام تعد بمثابة البديل لرجع الصدى وبالموازاة مع أبحاث (ويلبر شرام ووينر) ظهرت مجموعة أخرى من الباحثين في علم الاجتماع (رواد نظرية التفاعلية الرمزية) التي تقوم في أساسها على فكرة التفاعل أو التفاعلية، هذا النظرية التي شكلت أيضا منطلقا أساسيا للباحثين للبحث في التفاعلية في الاتصال الجماهيري. وأعمال (جورج هربرت بلومر) "Herbert Blumer" الذي يعد أول من استخدم تسمية التفاعلات الرمزية، هذه النظرية التي تستند إلى مجموعة من المبادئ من بينها:²

- أن الأفراد في سلوكياتهم اتجاه الأشياء يرتبطون بالمعنى الذي تحمله هذه الأشياء.
- وأن معاني هذه الأشياء تنبثق عن التفاعل الاجتماعي مع الآخرين.
- أن الأفراد يتناولون هذه المعاني وتعديلها في سياق صيرورة تأويلية أثناء تعاملهم مع الأشياء التي يتلقونها. وفي محاولة المقاربة الإعلامية لمنظور التفاعلية الرمزية حاول (Michel Solomon) تلخيص أفكار (جورج هربرت ميد) في علاقة النظرية بوسائل الإعلام في النقاط الآتية:³
- التفاعل هو مجال اكتساب وتعلم الرموز الثقافية التي تصبح فيما بعد ذلك وسيلة هذا التفاعل.
- المعاني المشتركة بين الناس في الثقافة الواحدة هي التي تساعد على رسم التوقعات الخاصة بسلوك الآخرين في نفس الثقافة.
- من الطبيعي أن يتم تعريف الذات اجتماعيا، وهذا يتم من خلال التفاعل مع البيئة.
- يتأثر سلوك الفرد مع الآخرين بمدى مشاركة الفرد في التوحد الاجتماعي وقوة هذا التوحد.

¹ شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص: 65.

² عزي عبد الرحمن، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، ط1، دار الأمة، الجزائر، 1995، ص 38 39.

³ بلقاسم بن روان، الإعلام والمجتمع، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2007، ص: 52.

وفي نفس السياق نشير إلى ما أطلق عليه (يورغن هابرماس) "Y Habermas" تسمية المجال العام "Public Sphere" أو الفضاء العمومي هذه الفكرة أصبحت فيما بعد نقطة مرجعية في المناقشات المعاصرة لديمقراطية الاتصال أو المشاركة في العملية الاتصالية.

وفي محاولة من بعض الباحثين في مجال الإعلام والاتصال لمقاربة منظور التفاعلية الرمزية أكد (فولس ودينيس ألكسندر) D.F.Foules and D.C Alexander أن العملية الاتصالية تشمل عمليات تفاعل معقدة فهو يشمل الفعل والاعتماد المتبادل، والتأثير المتبادل، كما تحدث (ماكويل) Mcquail عما أسماه نظرية ديمقراطية المشاركة والتي لخصها في النقاط التالية:¹

- أن للأفراد الحق في النفاذ إلى وسائل الإعلام

- أن وسائل الإعلام هي التي تقوم على خدمتهم وأن يقوموا بتحديد احتياجاتهم بأنفسهم.

- وأن وسائل الإعلام المحدودة النطاق ذات التفاعل التبادلي والمشاركة أو كما يفضل الباحثين تسميتها بـ "Small Scale interactive and participative media" أفضل من وسائل الإعلام ذات الاتجاه الواحد "One-way professionalized media"

وكمحصلة لهذه النقاشات وغيرها برز مفهوم الحق في الاتصال لأول مرة عام 1969 على يد (جان دارسي) Jean Darcy الذي دعا إلى حق أوسع نطاقا من الحق في الإعلام، يتمثل هذا الحق في حق الفرد في الاتصال، بمعنى أن الفرد من حقه أن يعلم فلا تخفى عنه أية حقيقة، وأن يتتقف، يرفه عن نفسه، حق الفرد في أن يسأل ويستفسر عن شؤون حياته وأن يتلقى كافة الأجوبة عن انشغالاته وأن يتناقش ويدافع عن أفكاره ويعبر عن نفسه، وعن احتياجاته واهتماماته عن طريق وسائل الإعلام الجماهيري على صعيد آخر أكدت نماذج الاتصال التقليدية المختلفة بداية من نموذج "شانون و ويفر" Shannon Weaver and (ويعتمد هذا النموذج على نظرية المعلومات التي قدمها شانون عام 1948)، وتقوم النظرية على مفاهيم رياضية تجعل الاتصال شبيها بعمل الآلات التي تنقل معلومات والمكونات الأساسية التي تضع النظام الاتصالي وفقا لهذا النموذج هي وهو مصدر المعلومات (Source) يقوم بنقل رسالة (Message) عبر جهاز إرسال (Transmitter) يحمل رموز (Encoding) يحدث تشويش (Noise) جهاز استقبال يتلقى الإشارات أو الرموز

¹ طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2004، ص: 104.

(Decoding) بالإضافة إلى الهدف (Destination). بمعنى أن هناك مصدر يقوم باختيار رسالة، ويضعها في رموز وإشارات تحول بواسطة جهاز إرسال أين يقوم جهاز الاستقبال بفك تلك الرموز ويحولها إلى رسالة يستطيع المتلقي أو الهدف أن يستقبلها، أما عن التشويش فه تلك التغييرات التي تطرأ على الرسالة في جهاز الإرسال والاستقبال بسبب حدوث بعض الاختلافات بين الإشارات بين المرسل والمتلقي) مروراً بنظرية القذيفة السحرية (Magic Bullet Theory) ونموذج تدفق الاتصال على مرحلتين ونموذج الانتباه والإدراك الاختياريين وصولاً إلى نموذج Westly (and Mclean Model) والمفاهيم التي طرحها حول حارس البوابة (Gatekeepers) ورجع الصدى (FeedBeck) وعلى أن وسائل الإعلام التقليدية ووسائل اتصالية ذات اتجاه واحد وتفنقر إلى رجع الصدى، في حين نجد أن التفاعل الحقيقي يتطلب نمودجا اتصاليا ذا اتجاهين أو ذا اتجاهات متعددة.¹

ومع بداية الثمانينات من القرن الماضي وتزامناً مع ظهور مجموعة من المصطلحات الجديدة في مجال الاتصال، كالاتصال التفاعلي (interactive communication) الذي يستخدم لدى بعض الباحثين كمرادف لمصطلح الاتصال عبر الكمبيوتر، الجماعة الافتراضية (virtual community) والفضاء الافتراضي (virtual space) وغيرها من المصطلحات المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة عرف مفهوم التفاعلية اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين والمنظرين في شتى العلوم خاصة منها علوم الإعلام والاتصال. وكانت هناك العديد من الدراسات التي اهتمت بطبيعة التفاعلية ودورها في الاتصال خصوصاً في وسائل الاتصال التفاعلية الحديثة.*

¹ شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص: 66.

* من بين الدراسات الأجنبية الرائدة :

- دراسة الباحث "Sheizaf Rafaeli" بعنوان "Interactivity:from new media to communication" سنة 1988
- دراسة "Carrie Heeter" بعنوان " Implication of newinteractive Technologies for Conceptualizing communication" سنة 1989
- دراسة (Sheizaf Rafaeli) بعنوان: "interacting with media: para-social interaction and real interaction" سنة 1990
- دراسة (Newhagen) وآخرون بعنوان: " Audience Scope and the perception of interactivity in viewer Mail on the Internet"، سنة 1995
- دراسة الباحثين (Sheizaf RfaeliFay Sudweek) بعنوان: "interactivityNetworked"، سنة 1997
- دراسة "Ha and E.I. James" بعنوان " interactivity reexamined: abaseline analysis of early business web sites. Journal of broadcasting and ele – tronic media" صدرت سنة 1998

3. مظاهر التفاعلية وأشكالها: يفيد العديد من الباحثين أن خيارات التفاعلية في وسائل الإعلام الحديثة تنقسم إلى ثلاثة أقسام: ¹

- التفاعلية الإرشادية **Navigational Interactivity**: وهي التي ترشد المستخدم إلى الصفحة التالية، أو إلى الرجوع إلى الوراء، أو العودة إلى الأعلى....
- التفاعلية الوظيفية **Functional Interactivity**: وهي تلك التي تتم عبر مجموعات الحوار، والروابط

- التفاعلية التكيفية **Adaptec Interactivity**: وتتم عبر غرف المحادثة، وتتيح لموقع الانترنت أن يكيف نفسه لسلوك المتصفح الزائر.

فالتفاعلية هي واحدة أهم الخصائص التي وفرتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهي تعكس علاقة المتلقي مع المرسل أو القائم بالاتصال في وسائل الإعلام، والتي بدورها تنقسم إلى شكلين اثنين هما:

أ. التفاعلية المباشرة: أو الاتصال التفاعلي المباشر، وهو النمط الذي تتحقق فيه التفاعلية بشكل مباشر وفوري، فالتفاعلية المباشرة هي تفاعلية تزامنية أي أنها توفر الاتصال المباشر الآني الذي يحدث في نفس الوقت بين المرسل (القائم بالاتصال) وبين المستقبل (المتلقي) بحيث توفر اتصالاً آنياً بين الطرفين في نفس وقت الاتصال مما يزيد من فرص التفاعل بين الوسيلة الإعلامية والجمهور بالشكل الذي يجعل من الاتصال الجماهيري وكأنه اتصال شخصي بكل ما يميز الاتصال الشخصي من مميزات التحوار والتفاعل وإمكانات التأثير بين المصدر والمتلقي في بعضهما الآخر ومن بين مظاهر الاتصال التفاعلي المباشر في وسائل الإعلام الجديدة:

- **غرف التحوار الإلكتروني**: أو منتديات الدردشة وهي عبارة عن فضاءات تواصلية لتبادل الأفكار والآراء مباشرة على الخط (بأنها تتم بصفة آنية) مفتوحة أمام الجميع للمشاركة شرط أن يتم التسجيل مجاناً في المنتدى.² وتتم المحادثة الإلكترونية عبر عدة أساليب:

دراسة "S.lee" بعنوان "interactivity : a new approach paper presented at the communication technology and policy division صدرت سنة 2000

¹ محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، ص: 11

² عائشة نوري، مرجع سبق ذكره، ص: 140

- المحادثة عبر الانترنت باستخدام خدمة (IRC) Internet Really Chat: فمن خلال استخدام هذا البرنامج، يستطيع أكثر من شخص واحد وفي وقت واحد التحدث عن طريق الكتابة.

- المحادثة (Talk): فباستخدام هذا النوع يستطيع أحد المستخدمين كتابة رسائل للمستخدم الآخر، واستقبال رسائل منه ويتم التحدث في الوقت نفسه دون تداخل بين الرسائل المرسله من المستخدم الأول والرسائل المستقبلة من المستخدم الآخر.

- الدردشة الجماعية (Realy Chat): تتيح هذه الخدمة التحدث بطريقة مباشرة (On line) مع مجموعة من الأشخاص في الوقت نفسه، أي أنه يستطيع من خلال هذه الخدمة المشاركة في محادثة عامة تتعلق بموضوع معين بين مجموعة كبيرة من الأشخاص.¹

ب. **التفاعلية غير المباشرة:** أو الاتصال التفاعلي غير مباشر والذي لا يتطلب التفاعل بشكل مباشر وفوري، وتتم عبر عدة أشكال من أهمها:

- **البريد الإلكتروني E-mail:** ويعتبر من بين أهم أشكال التفاعلية في وسائل الإعلام الجديدة، نظرا لما يتمتع به من مزايا كسهولة الاستخدام، توفير إمكانية تبادل المعلومات والآراء، سرعة تبادل الرسائل، انخفاض التكلفة، إمكانية إرسال رسالة واحدة إلى العديد من الأشخاص في آن واحد، إمكانية ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني، إضافة إلى تهيئة المتلقي نفسه لقراءة الرسالة والرد عليها في الوقت الذي يناسبه ..

- **مجموعات النقاش أو الحوار (Discussion Groups):** تعرف مجموعات النقاش بأنها عبارة عن خدمة من خدمات الانترنت التفاعلية التي استخدمت لأول مرة سنة 1996، وهي في الأصل عبارة عن فضاءات أو مساحات افتراضية يلتقي من خلالها مستخدمي الانترنت ذوي الاهتمامات المشتركة للتحدث وتبادل البيانات، معلومات، وأفكار حول موضوع أو قضية معينة. كذلك لإبداء الآراء والاقتراحات حول مختلف المواضيع، مما يجعلها أيضا إحدى مظاهر التخلي عن فكرة الإعلام الجماهيري و انتشار مفهوم الإعلام الجديد. وتعمل مجموعات النقاش وفق نظامين اثنين:²

¹ ماجد سالم تريان، الأنترنت والصحافة الإلكترونية "روية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2008، مصر، ص:65.
² محمد الهادي محمد، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص: 208.

أ. مجموعات الأخبار **News Groups**: وتمثل نوعا من لوحات النشر الالكترونية، ويمكن لأي مشترك في الشبكة أن يشترك في مناقشات أكثر من مجموعة حسب اهتماماته، كما يستطيع مراجعة هذه المجموعات من حين لآخر مع منحه إمكانية إضافة خبر أو مذكرة مع حق الرد عليه.

ب. القوائم البريدية (**Mailing lists**): تشتمل القوائم البريدية على مجموعات كبيرة في مختلف التخصصات والمجالات لعرض الأخبار ولطرح الأسئلة أو نشر المذكرات المختلفة وتتم إدارة بعض هذه القوائم بصورة آلية، ويتم إدارة البعض الآخر من القوائم البريدية عن طريق شخص مسبق يتلقى الرسائل البريدية الالكترونية للأشخاص الذين يرغبون في الاشتراك في المجموعات المختلفة، ويختلف العنوان الخاص بهذه المجموعات عن عنوان مجموعات الأخبار، وينطبق على عنوان القوائم البريدية نفس شروط البريد الالكتروني.

- **المدونات Blogs**: تعرف المدونة (Blog) بأنها عبارة عن موقع على شبكة الانترنت، يتم تحديثه بصفة مستمرة، يشتمل على تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا. ويشير مصطلح (**Bloggers**) أو المدونين إلى الأشخاص الذين يكتبون المدونات وبرامج التدوين، كما يشار إلى عالم المدونات (**Blogosphere**) بالمجتمع الذي يربط كل المدونين والمدونات المتاحة على الانترنت في كل أنحاء العالم والتي يمكن الوصول إليها من خلال محركات البحث أو من خلال كشافات المدونات (**Index blog**)، وقد أضيف إلى مصطلحات التدوين مصطلح جديد كتعريب لكلمة (**Podcast**)، اتفق على تسميته مدونة صوتية.¹

وتعتبر المدونات أهم مظاهر التفاعلية المتوفرة في وسائل الإعلام الجديدة بحيث بإمكان القائم بالاتصال سواء كان صحفيا، أو محررا أو رئيس تحرير نشر أفكاره عبر مدونته الشخصية، وبإمكان المتلقي الرد والتعليق عليه، وحتى بالنسبة للفرد العادي بإمكانه إنشاء مدونات ونشر أفكاره وآراءه من خلالها ليتيح للقارئ إمكانية الرد والتعليق وقت ما شاء. فتح هذا النوع الجديد المجال لظهور نوع حديث من الصحافة سنتطرق له لاحقا.

- **مواقع التواصل الاجتماعي**: وهي عبارة عن مجموعة من البرامج والأدوات على الانترنت يستخدمها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى والآراء والأفكار والخبرات عبر وسيلة إعلام تعمل على تسهيل المحادثات والتفاعلات بين مجموعة من الناس عبر الانترنت.² ونظرا للخصائص التي

¹ أحمد حسين، ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية - دراسة للمضمون والقائم بالاتصال-، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-17 مارس 2009، ص: 1.

² عامر إبراهيم قنذلي وإيمان السامرائي، شبكة المعلومات والاتصالات، دار المسيرة، ط2، الأردن، 2012، ص: 341.

تتفرد بها مواقع التواصل الاجتماعي، كتبادل المعلومات على نطاق واسع، انخفاض التكلفة، سرعة نقل الحدث أو المعلومة، توفرها على خدمات متعددة كلها عوامل ساعدتها على أن تكون من بين أهم مظاهر التفاعلية غير المباشرة من خلال مختلف الخدمات التي توفرها من إمكانية إنشاء حساب على أحد هذه المواقع، حيث يسمح له هذا الحساب بنشر صور، فيديوهات، الكتابة على حائطه، إضافة أصدقاء، الانضمام إلى مجموعات اهتمام مشتركة سواء من خلال التعليق على منشورات الآخرين، أو من خلال نشر صور، ومنشورات مختلفة في المجموعة، والاطلاع على تعليقات الآخرين، وجدير بالذكر أنه وفي نفس الوقت تتيح مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً إمكانية التفاعلية المباشرة وذلك من خلال التحوار والردشة عبر الرسائل فورية،...

- **صناديق الاقتراع أو الاستفتاء Poll Box:** وهي من أكثر الأدوات انتشاراً في وسائل الإعلام الجديدة حيث يطرح القارئ على وسائل الإعلام الأفكار أو الأحداث أو الشخصيات ويطلب من القارئ المشاركة بالتصويت أو الاقتراع على الفكرة أو الرأي أو السؤال المطروح للإجابة. وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح في صندوق الاقتراع أو التصويت من خلال قيام القارئ بتسجيل علامة الموافقة أو الاعتراض، أو التامين أو المعارضة أو الحياد في المكان المخصص للتسجيل في الصندوق الذي عادة ما يكون في الصفحة الرئيسية أو واجهة التفاعل، أو في نهاية الموضوعات أو الأفكار المطروحة.¹

إضافة إلى تلك المظاهر والأشكال المختلفة للتفاعلية نجد خدمات أخرى وفرتها شبكة الانترنت والتي زادت من فرص الجمهور للتفاعل والتجاوب مع وسائل الإعلام كالفديو التشاركي، مواقع الصور التشاركية...

4. انعكاسات التفاعلية على بنية العملية الاتصالية:

لقد أحدثت التطورات المتلاحقة والهائلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغييرات كبيرة في هيكلية العملية الإعلامية ونقلتها إلى آفاق واسعة تضاف إلى السمات والمميزات التي كانت تمتاز بها تقليدياً، ومن أهم التطورات الجوهرية التي أحدثتها التقنيات الحديثة في عملية الاتصال بال جماهير إمكانية مشاركة الجمهور للقائم بالاتصال في صياغة الرسائل الاتصالية و اختيار التوقيت المناسب له في استلامها وسرعة إيصال تعليقاته وآرائه وملاحظاته ورغباته إلى مرسل

¹ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007، ص: 87.

الرسالة ا-لاتصالية (القائمون بالاتصال في الوسائل الإعلامية) بفعل التطور التقني الهائل في مجال تكنولوجيا وسائل الإعلام التي مكنت المتلقي ووفرت له كل أسباب المشاركة الفاعلة في استلام الرسائل الإعلامية ونقلته من حالة السلبية التي أضفتها عليه وسائل الإعلام التقليدية إلى حالة الايجابية عن طريق المشاركة وإيجاد الدور الفاعل له في العملية الاتصالية والتي افتقدها سابقا بسبب عدم توفر عوامل المشاركة له كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية (فالرسائل الاتصالية الموجهة في وسائل الإعلام التقليدية لا يعرف مدى تأثيرها على الجمهور أو مدى تقبله أو رفضه لها بسبب بطئ معرفة آرائه وردود أفعاله ورغباته وتعليقاته (رجع الصدى لهذه الرسائل) و صعوبة إرجاعها إلى المرسل من أجل أن يعرف مدى نجاحه في إيصال المادة الإعلامية المراد إيصالها إليه وبالطريقة المخطط لها أم لا)

فالتفاعلية إذن تؤدي دورا مهما يتمثل في أنها غيرت في العملية الإعلامية بحيث حولت المتلقي من عنصر سلبي إلى عنصر إيجابي فهي تعطي المتلقي دورا مؤثرا ومشاركا في العملية الاتصالية، فبعد أن كان يكتبي بتلقي الرسالة الاتصالية فقط، بات يتبادل الرسالة الاتصالية بشكل إيجابي مع المرسل، وبالتالي تغيرت أدوارهما في العملية الاتصالية، وفي هذا السياق يرى الباحث التونسي **الصادق الحمامي** أن التفاعلية تعني الإمكانيات المتوفرة للجمهور للتواصل مع الصحفي وردّ الفعل على ما يقرأه وما يشاهده ويسمعه، والتفاعلية ليست كما يعتقد البعض بأنها الإمكانيات المتوفرة لانتقاء البرامج بل تعني الفرص المتاحة للفرد للمشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية، حيث يستعمل الصحفيون مواقع الويب كمجال لتمديد وتعزيز العلاقة مع القارئ، المشاهد، المستمع خارج إطار المشاهدة، الاستماع، القراءة.¹

هذا الشكل من التفاعلية بين الجمهور والقائم بالاتصال بات في حدّ ذاته ظاهرة جديدة أطلقت عليها عدة تسميات "إعلام المواطن" Citizen media، أو (إعلام نحن) (We media) وإعلام الجماهير، الإعلام التشاركي، الإعلام التحويري، الإعلام التفاضلي، الإعلام البديل... وغيرها من التسميات، وأصبح إستراتيجية عديدة توظفها العديد من وسائل الإعلام في الدول الغربية.

¹الصادق الحمامي، الإعلام الجديد: مقاربة تواصلية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، سنة 2006، تونس، ص: 09

جاء هذا النوع من الصحافة ليعمل على ديمقراطية وسائل الإعلام La démocratisation des médias أي إتاحة الاستعمال الديمقراطي والتداولي لوسائل الإعلام دون رقابة وضغط الناشر والمديرين والمسيرين لوسائل الإعلام، وإتاحة الفرصة للمستعمل بإيصال صوته والتعبير عن آرائه والتغطية الإعلامية لقضاياها وشؤونها وفقا لوجهة نظره الخاصة وبعيدا عن الخط السياسي والانتماءات التي يمكن أن تؤثر على وسائل الإعلام التقليدية.¹

فنهاية الجمهور audience بمفهومه التقليدي واستبداله بمفهوم المستخدم Users في الإعلام الجديد يمثل واحدا من بين انعكاسات التفاعلية على بنية العملية الاتصالية، والمستخدم في البيئة الاتصالية الجديدة يختلف في سماته وممارسته عن المتلقي في وسائل الإعلام التقليدية. كذلك من بين التحولات البارزة في أدوار العملية الاتصالية والتي تعتبر من النقاط الهامة التي لا يجب إغفالها، هو دور الصحفي كقائم بالاتصال والذي كان يمارس مهمة حارس البوابة في وسائل الإعلام التقليدية بحيث يقوم بمراقبة سير أو تدفق المعلومات من نقطة إلى أخرى، بفعل ميزة التفاعلية لم يعد هذا الدور يمارس بشكله التقليدي الأحادي الاتجاه من أعلى إلى أسفل، بل أصبح عبارة عن عمليات تفاعلية مركبة تختفي فيه البوابات التي يتم خلالها حذف، تعديل، أو تغيير المعلومات، وأصبحت تتم من خلال عملية تفاعلية تختفي فيها وظيفة المرسل ووضع المتلقي وإنما أصبحت تتم بصفة ديمقراطية، فهي عملية تشاركية بين جميع المستخدمين.

خاتمة:

وفي الختام يمكن القول أن خاصية التفاعلية في وسائل الإعلام الجديدة قد قلبت الأدوار في العملية الإعلامية، وبعد أن ظل مفهوم الجمهور ولزمن طويل يشير إلى ذلك العنصر الذي يكتفي بتلقي المحتوى الإعلامي فحسب أصبح يمتلك السيادة في اختيار الوسيلة والمضمون الذي يرغب في التعرض له، هذا التغيير في الأدوار فسح المجال لظهور أشكال إعلامية جديدة مثل إعلام المواطن كأولى أشكالها، ولأزال المجال مفتوح لظهور أشكال إعلامية جديدة طالما ما زلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطور مستمر، لذا وعلى ضوء هذه النتيجة نورد مجموعة من الاقتراحات والتوصيات:

¹ ابراهيم بعزيب، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطنة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 03، 2011 تونس، ص: 51

1. اهتمام الباحثين بمثل هذه المواضيع المتعلقة بإفرازات الثورة التكنولوجية الحديثة وآثارها على عناصر العملية الإعلامية والاتصالية ككل سواء على المرسل، الرسالة، المتلقي، الوسيلة، ورجع الصدى.
2. تسليط الضوء على التحولات الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية التي فرضتها البيئة الاتصالية الجديدة وما تتمتع به من خصائص ومميزات من خلال التظاهرات العلمية (كالملتقيات العلمية، الأيام الدراسية، الندوات...)
3. الاعتماد على مقاربات نوعية (كيفية) في دراسة هذه الظواهر والتحولات بحيث تسمح للباحث بفهم وإدراك أكثر عمقا لتلك الظواهر.
4. حرص الجامعات على تلقين الطلبة وتدريبهم على البحث في مثل هذه المواضيع (التفاعلية) وواقعها في وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة، التلفزيون، الصحف) والحديثة (الإعلام الجديد) من خلال البحث في مدى حرص القائمين على العملية الاتصالية في وسائل الإعلام على توفيرها والتركيز أيضا على استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التفاعلية وفق مناهج تسمح بالوقوف على كيفية استخدامه -الجمهور- لوسائل الإعلام الجديدة وسياق استخدامه لها.

قائمة المراجع:

• الكتب:

1. بسيوني إبراهيم حمادة(2008) ،دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، مصر.
2. بلقاسم بن روان (2007)، الإعلام والمجتمع، ط1، دار الخلدونية، الجزائر.
3. حسنين شفيق (2008)، الإعلام التفاعلي - ثورة تكنولوجيا في نظم الحاسبات والاتصالات، المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال،...
4. عامر قندلجي وإيمان السامرائي (2012)، شبكة المعلومات والاتصالات، ط2، دار المسيرة،الأردن.
5. عبد الحسن الحسيني (1996)، المعجم الكامل في المعلوماتية، دار العلم، لبنان .
6. عبد الأمير الفيصل (2006)، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق، الأردن.
7. عزي عبد الرحمن (1995)، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، ط1، -دار الأمة، الجزائر.
8. سامي الشريف (2009)، الإذاعات والقنوات المتخصصة، ط1، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
9. شريف درويش اللبان (2005)، الصحافة الالكترونية- دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
10. طارق سيد أحمد (2004)، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر.
11. ماجد سالم تريان (2008)، الأنترنت والصحافة الالكترونية "رؤية مستقبلية"، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر.
12. محمد الهادي محمد (2001)، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر.

13. محمد صلاح سالم (2002)، العصر الرقمي وثورة المعلومات - دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع-، ط1، عين للدراسات والبحوث الإنسانية،
14. محمد عبد الحميد (2007)، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط1، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.
15. ميشال أنيولا (2004)، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية، ترجمة: نصر الدين لعياضي والصادق رايح، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة.

• الرسائل والأطروحات:

1. علي قسايسية (2006)، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي - دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر،
2. فضيلة تومي (2008)، التفاعلية في التلفزيون الجزائري - البرامج الموضوعاتية نموذجاً - رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
3. عائشة نواري (2011)، الإذاعة المحلية وجمهور الشباب - دراسة في الاستخدامات والاشباع والتفاعلية على عينة من جمهور إذاعة المدينة المحلية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

• المقالات:

1. ابراهيم بعزیز (2011)، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطنة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 03، سنة 2011، تونس
2. الصادق الحمامي (2006)، الإعلام الجديد: مقاربة تواصلية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، سنة 2006، تونس.
3. خالد زعموم، السعيد بومعيزة (2007)، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (61)، تونس.

4. سعد سلمان عبد الله (2010), معوقات التفاعلية في الصحف الالكترونية العراقية على شبكة الانترنت - دراسة تطبيقية على طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت لعام 2010، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 3، جامعة تكريت، العراق.

المؤتمرات والملتقيات:

1. أحمد حسين، ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية - دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-17 مارس 2009
2. عباس مصطفى الصادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية على الانترنت، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22 - 24 نوفمبر 2005

اشكاليات الثقافة التكنولوجية وجاهزية التعليم الالكتروني ومقرراته

The problems of technological culture and the readiness of e-learning and its decisions

الباحثة بوطهرة اسيا

الباحث حسيني وليد

جامعة الجزائر 03

جامعة الجزائر 03

ملخص :

شكلت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واحدة من اكبر التغيرات المحددة لفضاء مجتمع المعلومات محققة تحول نوعي في مجال التنقيب عن المعرفة والاستثمار فيها ، فقد فرضت المعلومات واعادة صناعتها وطابع انتاج المحتوى المعرفي الذي تتسم به هذه الثقافة المعلوماتية وتلك الصناعة المعرفية إلى ظهور مفاهيم اقتصادية عديدة عولج فيها التعليم الالكتروني وفق منظور معلوماتي الذي عكس بؤادر توطين منظمات حدد معالمها الفضاء السيبراني ، وفق ما دعت اليه الحاجة الانسانية لتلبية متطلبات الأفراد دون قيود زمانية وحدود مكانية في اوصول المعرفة عن بعد باقل وقت وتكلفة ممكنين ، والجزائر من الدول التي راهنت في استراتيجياتها على تبيئت هذا النموذج الجديد وفق مخططات زمنية تستدعي تحول كفيي يضمن نقلة نوعية للجامعة الجزائرية على غرار البنية التحتية اللازمة بجميع انواعها وغيرها من المتطلبات التي ترافق هذا التحول وتكيفه مع الخصوصية التي تفرضها البيئة الثقافية الجزائرية التي تستدعي نوع من اليقظة المعلوماتية والوعي المعلوماتي في اطار عام تكفله الثقافة التكنولوجية للتعامل بوعي ومهارة مع الانظمة المعلوماتية خاصة في جانبها الامني بشكل يحدد مسارات المعلومة المقدمة ناهيك عن العمل لنشر ثقافة التعليم الالكتروني من خلال برمجة فضاءات تسمح بتوجيه الذهنيات نحو هذا المسعى التقني.

الكلمات المفتاحية: التعليم الالكتروني - الثقافة التكنولوجية - الامن المعلوماتي -تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

Abstract

The ICT revolution has been one of the most significant changes in the information society space, with a qualitative transformation in the field of knowledge exploration and investment. Information and the re-manufacturing of the knowledge content of this information culture and knowledge industry have led to the emergence of many economic concepts in which education Based on an information perspective that reflected the signs of the settlement of organizations defined by cyberspace, as called for by the humanitarian need to meet the requirements of individuals without temporal limitations and spatial limits in the delivery of distance knowledge in the least time and cost, Algeria is one of the countries that have bettered in its strategies to present this new model according to timetables that require qualitative transformation to ensure a qualitative leap for the Algerian University along the lines of the necessary infrastructure of all kinds and other requirements that accompany this transformation and its adaptation to the privacy imposed by the Algerian cultural environment, Informatics and information awareness within a general framework guaranteed by the technological culture to deal with the awareness and skill with the information systems, especially in its security aspect in a way that determines the courses of information provided, not to mention work to spread the culture of e-learning through programming This allows for directing the mindset towards this technical endeavor.

Keywords: e-learning - technological culture - information security - information and communication technology

مقدمة:

لاشك ان الثورة في تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال حولت العالم اليوم الى قرية الكترونية تتلاشى فيها الحواجز الزمنية و المكانية فقربت المسافات و ازلت الحواجز السياسية و الثقافية ,و هذا التغير يفرض على المؤسسات التعليمية ان تقدم حلولا للاستفادة من تلك الثورة و توظيفها في النسيج التعليمي بما يتماشى مع اهدافها و مسلماتها ,كما يفرض عليها ان تقدم المبادرة للاستفادة من التكنولوجيا في رفع مخرجات العملية التعليمية ,اذ ان دمج التكنولوجيا في عملية التعليم و التعلم لم يعد ترفا بل اصبح مطلبا حيويا لتطوير البنى و الهياكل التعليمية لما تقدمه التكنولوجيا من نقلة نوعية في اعادة صياغة المنهج بمفهومه الشامل و الرفع من مستوى المخرجات التعليمية وذلك بجهد اقل و نوعية افضل.

فقد أصبحت الانترنت و ما تقدمه من خدمات جزء من حياة المجتمعات و أخذت تقنياتها المبنية على الحواسيب و الشبكات تغزو كل مرافق الحياة فاستطاعت ان تغير وجه الحياة المختلفة

بتوفيرها إمكانيات التواصل المستمر و بشكل تفاعلي بين مختلف شرائح المجتمعات المختلفة، فكان لزاما على كل مجتمع يريد اللحاق بالعصر المعلوماتي ان يعلم أجياله تقنيات الحاسوب و يؤهلهم لمواجهة التغيرات المتسارعة لمواكبة التطورات الحديثة الجارية بالدول المتقدمة و من ثمة الاستعداد لمواجهة تحديات الطلب المتزايد في مجالات التكوين و التعليم من خلال الاستفادة من هذه التكنولوجيات لتعزيز كل من التعليم الافتراضي أو لا حضوري من خلال استغلال كل الإمكانيات التي تتيحها التقنيات الحديثة و المتطورة للإعلام و الاتصال في عملية التعليم .

لذا أصبح التعليم الإلكتروني ضرورة ملحة فرضتها مقتضيات العصر الراهن، الا ان هذا التطور مرهون هو الآخر بثقافة تكنولوجية تحكمه على اعتبار انه نمط تعليمي متطور حديث نوعا ما على المجتمعات العربية عامة و الجزائر خاصة لذا حاولنا في هذه المداخلة تسليط الضوء على العلاقة بين الثقافة التكنولوجية و التعليم الإلكتروني بالجزائر الذي بدا يخطو خطواته الاولى في تبني هذا النمط التعليمي و التركيز عليه.

الإشكالية:

من أبرز الانتقادات الموجهة للتعليم الجامعي في الجزائر الميل الى الجانب المعرفي الذي يركز على حفظ المعلومات وإغفال الجوانب العملية الأخرى ، فالتعليم الجامعي كثيرا ما يعتمد العمليات المنطقية لحساب نمو مهارات وكفاءات الطالب ، وتطوير اتجاهاته ، وإكسابه المفاهيم والمعلومات التي تساعد على تطبيق المهارات في مختلف المواقف الحياتية ، لذا كان التعليم الجامعي الذي يؤخذ مسعاه نحو توظيف التعليم الإلكتروني في الأنشطة التدريسية والتعليمية يخلق جوا والرغبة في المشاركة وادارة عمليات التعلم مما يمنح الطالب مهارات و فنيات في الوصول الى الجيوب المعرفية وبالتالي ادراك البعد المعرفي ، لكن تزداد أهمية هذا النوع ويصبح نموذج فرضته المستجدات العالمية المعرفية لما تحقق التوازن بين طرفي المعادلة التي تضمن شيوع ثقافة تكنولوجية تمكن من توطين التعليم الإلكتروني في الجزائر، خاصة وان المستهدف من هذه التجربة العالمية الرائدة الطالب فإكسابه المفاهيم وإتقان المهارات الأساسية اللازمة في استخدام تقنية المعلومات من الضرورات الهامة في التعليم الجامعي ، لما لها من دور هام في تسهيل التواصل العلمي والحصول على المعلومات ، وبالتالي عدم المامه بالمفاهيم التكنولوجية وإتقان مهارات التواصل الإلكتروني، تحد من تفاعل بين الطرفين يعني عدم

الوصول إلى مصادر المعرفة الضرورية للتعلم، زيادة عن اشكالية جاهزية كوادر فنية وإدارية مؤهله بشكل يتناسب مع متطلبات هذا النموذج خاصة وان الفضاء الالكتروني لهذا النوع تحده مخاطر امنية من ضياع للمعلومة وتلفها ، لتبقى الارادة في التخطيط والتدرج في التبني محكوم بمدى فاعلية كفاءة وخبرة القائمين على زمنية هذه التوجه التقني، في ظل تذبذب مستويات الدعم التي بقيت حبيسة ظروف اقتصادية بجميع أنواعها بما فيها واقع خدمات الإنترنت والشبكات المحلية وتقنيات الاتصالات بعيدة المدى . وهنا نطرح الاشكالية :

الى أي حد يمكن ان تتحكم ابعاد الثقافة التكنولوجية في جاهزية التعليم الالكتروني في الجزائر؟

- 1- ماهو مفهوم الثقافة التكنولوجية ؟ وما هي محدداتها؟
- 2- ماهي المحددات الضابطة لمفاهيم التعليم الالكتروني ؟ وماهي تجليات اهدافه في المؤسسات ؟
- 3- ما مدى حاجة التعليم الالكتروني في الجزائر الى ثقافة تكنولوجية لضمان نجاح توطينه؟ وماهي مؤشرات ذلك؟

اهمية الدراسة:

تنبثق اهمية الدراسة إلى تحديد طبيعة البيئة التعليمية الحالية ومدى الحاجة إلى ايجاد بيئة تعليمية جديدة مبنية ، مع تقنيات البيئة الالكترونية التي توائم روح العصر وتتضح اهمية الدراسة فيما يلي :

- 1- التنويه إلى مدى حاجة التعليم الالكتروني في الجزائر إلى توفير فضاء يسمح بتنمية مؤشرات تبيئته خاصة عامل الثقافة ذات البعد التقني وهي اشكاليات تعيق تقدم هذا النوع من التعليم.
- 2- التركيز على مدى وضوح الرؤية الاستراتيجية كدافع محفز يساعد القائمين على وضع خطط واستراتيجية وفق كل مرحلة .
- 3- ضمان الموازنة بين طرفي المعادلة كإداريين واساتذة من جهة و المستفيد النهائي من جهة اخرى .
- 4-التنويه إلى الامن المعلوماتي كضرورة لحماية المعلومات من القرصنة وتلفها وضياعاها .

من اهمية الموضوع والمتمثل في الثقافة التكنولوجية ودورها في تحسين الخدمة الالكترونية وبالتالي فان الدراسة تستمد اهميتها من الاعتبارات التالية:

5- التأكيد على اهمية الثقافة التكنولوجية ونشرها بين العاملين في المؤسسات والتي تسهم في تحقيق اهداف المؤسسة ومنها تحسين جودة الخدمات الالكترونية التعليمية المقدمة.

اولا- الثقافة التكنولوجية

1- الثقافة التكنولوجية والمفاهيم المشابهة:

1-1: الثقافة التكنولوجية :

انتشر مصطلح الثقافة التكنولوجية بشكل كبير في الآونة الاخيرة حتى حظي بعناية كبيرة من الباحثين، نظرا لأهمية التي تحتلها الثقافة التكنولوجية في حياة الفرد والمجتمع ، ويدل هذا المفهوم كغيره من المفاهيم على المجال المرتبط فيه وهي التكنولوجيا، الرقمنة، المعرفة، الثقافة الحاسوبية، او الثقافة المعلوماتية وغيرها من المفاهيم، ويرى عدد من الباحثين ان مصطلح الثقافة التكنولوجية له العديد من المصطلحات المرادفة مثل الثقافة التقنية، الثقافة الرقمية ، الثقافة الحاسوبية وغيرها وبالتالي فهي تعبر عن نفس المفهوم.

ويعتبر مفهوم الثقافة التكنولوجية من المفاهيم الحديثة في ساحة العلوم الاجتماعية، فهو يشير الى المجال الذي يرتبط به المجال الرقمي مثل الثقافة الصحية، الثقافة البيئية، وتعني هذه المصطلحات التمكن من مجال معين او امتلاك الفرد للسلوكيات المعرفية التي يستطيع من خلالها التفاعل مع هذه المجالات¹.

تعرف الثقافة التكنولوجية على انها " المعارف والمهارات والقيم الاخلاقية التي يجب ان يتمتع بها الفرد بصرف النظر عن تخصصه الاكاديمي، حتى يستطيع التعامل مع الكمبيوتر بسهولة ويسر ودون رهبة او قلق "

وتعرف ايضا على انها " ذلك القدر المناسب من المعارف والمهارات والاتجاهات المرتبطة بالحاسوب، والتي ينبغي اكسابها للفرد حتى يتمكن من حل المشكلات وتساهم في تشكيل سلوك ايجابي نحو التقنية"².

1 - حسبية لولي، الثقافة الرقمية في وسط الشباب، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ع29، جوان 2017، ص 67.

2 - سناء مرزوق محمد شحيب، دور الثقافة التكنولوجية في تحسين الخدمات الالكترونية من وجهة نظر مقدم الخدمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في ادارة الاعمال ، الجامعة الاسلامية ، غزة، 2017، ص16.

1-2: اليقظة التكنولوجية :

ان الحراك الذي تعرفه كل المؤسسات في ظل البيئة الجديدة يستدعي جاهزية وفطنة كبيرة على مختلف الاتجاهات لتأمين سيرورة نشاط هذه الاخيرة والتصدي لكل المحاولات التي تعيق وفاعلية العمل الالكتروني ولعل من المفاهيم الجديدة التي تؤمن نشاط كل الاعمال في هذا الفضاء الالكتروني نجد:

اليقظة التكنولوجية التي تعبر عن مجموع الجهود التي تقوم بها المؤسسة والترتيبات التي تتخذها من اجل البقاء في مأمن، وكذلك من اجل الكشف عن جميع التطورات والمستجدات الطارئة في مختلف الميادين خاصة التكنولوجية¹

كما تعرف بانها :مراقبة وتحليل المحيط العلمي، التقني والتكنولوجي و التأثيرات الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية من اجل توقع المخاطر والتهديدات وفرص التطوير التي يمكن ان تحد من ذا النشاط. اي ملاحظة وتحليل المحيط العلمي والتكنولوجي والانعكاسات الاقتصادية والمستقبلية لطرح واستنتاج اخطار وفرص التطوير وبشكل دقيق .

فالمغزى اليقظة التكنولوجية في مراقبة المنظمة للحصول على اكبر كمية ممكنة من المعلومات والمعارف في مختلف المصادر بهدف ايجاد الحلول الانجع للمشاكل التي تواجهها المؤسسة ، وبذلك فهي تتم بالبحث وانتقاء المعطيات العلمية والمعطيات المتخصصة زيادة عن المعطيات النمو الاقتصادية وهذا عن طريق:

- المراقبة المستمرة للمحيط التكنولوجي من خلال رصد المعلومات والتتقيب عليها مع تحديد مصادرها.

- استغلال هذه المعلومات في صياغة استراتيجية المؤسسة بشكل يومي من خلال تعزيز المعلومات المؤكدة.²

1-3: الوعي المعلوماتي

عرفت منظمة اليونيسكو الوعي المعلوماتي : تحديد الحاجات والاهتمامات المعلوماتية والقدرة على تحديد مكانها وتقييمها وتنظيمها واعادتها بكفاءة واستخدامها والاتصال بالمعلومات لمعالجة

¹ -رزاق الياس، اهمية تكنولوجيا المعلومات ودورها في تفعيل اليقظة الاستراتيجية، رسالة ماجستير علوم اقتصادية، جامعة الجزائر 2013، ص48.
² -بوزيد مروان، دور اليقظة التكنولوجية في ترقية القدرة التنافسية للمؤسسات، رسالة دكتوراه علوم اقتصادية، جامعة الجزائر 2015، ص175-182.

القضايا والمشاكل ، فهو شرط المشاركة في مجتمع المعلومات وجزئاً أساسياً من حقوق الإنسان للتعلم مدى الحياة .

كما عرفه **المنتدى القومي للوعي المعلوماتي** : بأنه القدرة على معرفة متى تكون هناك حاجة للمعلومات التي في متناولها ليكون قادراً على تحديد وتمييز مكان المعلومات وتقييمها واستخدامها¹. فالوعي المعلوماتي تكوين ثقافة تقنية للفرد تمكنه من التعامل مع الأجهزة التكنولوجية دون مشاكل تعيق عملية الحصول على المعلومات والاستفادة منها في اغراض متنوعة ، وللاشارة فان الوعي المعلوماتي يعمل على تمكين الأفراد من حل المشكلات التي تواجههم والامام بالتغيرات الاساسية التي تيسر وصولهم إلى ما يحتاجونه من معلومات حياتهم واعمالهم ، ويمكن تحديد اهمية الوعي المعلوماتي في :

***التعامل مع المتغيرات السريعة للمعلومات** : لان هناك زيادة مستمرة في المعلومات التي اصبحت متوفرة بشكل مكثف على شبكة الانترنت، الا ان صلاحية هذه المعلومات تكون خدمة متفاوئة بناء على وعي الأفراد ومهاراتهم

***الاستخدام الاخلاقي للمعلومات** : فالوعي المعلوماتي يضمن من المهارات والمعايير التي تمكن من الاستخدام الاخلاقي للمعلومات ،حتى تلقى الخدمة قبول لمستحقيها وطالبيها .

***التعلم مدى الحياة** :يسهم الوعي المعلوماتي في تسليح الفرد بمهارات فنية تمكنه من تنمية قدراته التفاعلية مع المحيط التكنولوجي².

من خلال التعريفات السابقة نستنتج ان الثقافة التكنولوجية تتضمن الجوانب التالية:

- توفر للقائمين على المؤسسة الوعي والرغبة في القيام بالاستثمار في عملية ومسايرة التوجهات العلمية والتكنولوجية.

- متابعة عملية الرصد والتزقب الاندفاعي المنظم والجدية والاستمرارية في عملية الرصد والمراقبة خاصة في الميادين التي تمكن من تحسين القدرات التكنولوجية .

- التثقيب المستمر عن المعرفة والمعارف والمعلومات التي تغذي الاستراتيجية الداخلية للمؤسسة.

1- عزت فاروق جوهري، الوعي المعلوماتي بجامعة الملك عبد العزيز،ص14.

2- حمد ،يحيوي، الحكومة الالكترونية كأداة لتبسيط الاجراءات الادارية، اطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، تخصص ادارة اعمال ،جامعة الجزائر 03، 2013 ، ص60.

- المام الفرد بالقدر المناسب من المعارف والمهارات والقيم الاخلاقية والاجتماعية المتعلقة بالتكنولوجيا والتقنيات الحديثة، مع القدرة الفعلية على التعامل مع الحاسوب بمهارة وحرفية عالية .
- الاستخدام الايجابي والفعال للمعارف والمهارات .

2- ملامح الثقافة التكنولوجية :

الثقافة هي كم المعارف والمهارات والخبرات التي تعكس الفكر السائد والقيم الاصلية سواء بالنسبة للفرد او المجتمع، حيث تعبر اشكال الثقافة المعاصرة عن تطور تكنولوجي مؤثر وعلاقته بالتحولات الاجتماعية والمعرفية والتقنية في ميادين العلوم والفنون المختلفة ومن اهم ملامح الثقافة الرقمية سيادة الفكر المعلوماتي والتقني و العولمي والذي يتمثل في المظاهر التالية:

* **ثقافة المعلومات:** ليس من المبالغة القول بان تكنولوجيا المعلومات قد جعلت من الثقافة صناعة قائمة بذاتها لها ابديتها وسلعها وخدماتها، حيث تمثل المعلومات اهم مقومات صناعة الثقافة في مختلف اشكالها ، وتتيح ثقافة المعلومات للمستخدم آفاقا واسعة وممتدة لإثراء خبراته الابداعية، وتنمية مداركه المعرفية، وقدر اعلى من التفاعل مع المستجدات، ومواكبة التطور العالمي في مجالات تخصصه وتفتح آفاقا جديدة للتعبير عن نفسه والترويج لأعماله وتقديم خدماته.

* **العولمة التقنية :** حيث تعتبر العولمة التقنية ظاهرة ايجابية تهدف الى التقارب بين الشعوب والثقافات المختلفة والتبادل المعرفي، من اجل العمل على التغيير الايجابي والارتقاء الفعال، من خلال الدعوة الى تحديث فنون الانتاج والاستخدام الاوسع للآلة والتقنيات الحديثة، بالإضافة الى انتاجية فائقة في الجودة والتحول في مقاييس التقييم واساليب المنافسة ، فالعولمة تفتح آفاقا جديدة وتتيح فرصا هائلة لمن لديهم المهارة والقدرات الذاتية التي تمكنهم من الحركة والازدهار في الاسواق العالمية¹ .

3- ابعاد الثقافة التكنولوجية:

- البعد المعرفي:** حيث يركز على المام الفرد بالمعارف والمعلومات الاساسية التي تتعلق بمجال الحاسوب، بحيث يصبح قادرا على توظيفها في الاغراض المهنية وهي تشمل الامور التالية:
- مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبرامجها وتطبيقاتها وكيفية استخدامها.
- الاطلاع الدائم والمستمر على الآراء والابحاث المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال .

¹ - samira jamal jameel ,technological culture repercussions and its effect on the future of architecture , journalof engineering sciences, assiut university, vol 36, n01, 2008, p p 226-227

- كيفية حل المشكلات التكنولوجية باستخدام برامج الحاسوب¹.

- **البعد المهاري:** ويشتمل هذا البعد على كافة انواع المهارات التي ينبغي تزويد الافراد بها حول مجالات تكنولوجيا المعلومات، حيث يضم هذا البعد : المهارات العقلية كمهارات التفكير العلمي، ومهارات التفكير الناقد، ومهارات التفكير الابداعي والمهارات العملية كمهارات استخدام الحاسوب وكيفية التعامل مع ملحقاته وصيانتته.

- **البعد الوجداني:** ويتضمن هذا البعد جوانب الشعور والرغبة والميل العاطفي والرد الانفعالي تجاه التكنولوجيا واستخداماتها كالوعي التكنولوجي والحس التكنولوجي وغيرها²

4- اهداف الثقافة التكنولوجية :

ان الهدف من الثقافة هو اعداد جيل قادرا على تحقيق التنمية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتعليمية ، وقد تضافرت عديد المنظمات لوضع معايير ومقاييس تضبط الوعي المعلوماتي ومحو الامية المعلوماتية ، وكان من ابرز المعايير التي وضعتها المعايير البريطانية الصادرة ، والمعهد الاسترالي لمحو الامية المعلوماتية وقد تضمنت :

- * الفرد المثقف معلوماتيا يحدد مدى وطبيعة حاجاته للمعلومات .
- * الفرد المثقف معلوماتيا يمكنه من الوصول للمعلومات بكفاءة وفعالية .
- * الفرد المثقف معلوماتيا يستخدم المعلومات بكفاءة لإنجاز هدف معين .
- * الفرد المثقف معلوماتيا يقيم المعلومات ومصادرها تقييما نقديا، مع دمج المعلومات الجديدة مع ما لديه معرفيا³.

ان الهدف الرئيسي للثقافة التكنولوجية هو اعداد الفرد المثقف تكنولوجيا بمستوى يتواءم مع التطورات التقنية الحديثة نتيجة الثورة التكنولوجية ولتحقيق هذا الهدف الرئيسي ينبغي العمل على تحقيق عدد من الاهداف الفرعية اهمها:

- تعريف الافراد بمبادئ واسس التكنولوجيا الحديثة وربط ذلك بالتطبيقات المتطورة.
- زيادة الوعي لدى الافراد بتأثيرات التكنولوجيا على كل من الفرد والمجتمع.

1 - محمد صلاح خليل شرف، تقويم مساق تكنولوجيا المعلومات وشبكات الحاسب الآلي بجامعة الاقصى في ضوء معايير الثقافة الحاسوبية ومدى اكتساب الطلبة لها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، الجامعة الاسلامية، غزة، 2009، ص 45.

2 - فؤاد عياد ، مدى توافر معايير الاستنارة التكنولوجية في كتابي التكنولوجيا للصغير (الخامس والسادس) الاساسيين بفلسطين، مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات الانسانية ، ع16، 2007، ص148.

3- عزت فاروق جوهرى ، عزت فاروق جوهرى، الوعي المعلوماتي بجامعة الملك عبد العزيز، ص15.

- تنمية مهارات الافراد التكنولوجية استخدامها في حل ما يواجههم من قضايا ومشكلات في حياتهم اليومية وتدريبهم على ممارسة التفكير العلمي الناقد.
- زيادة الحس الامني لدى الافراد تجاه التكنولوجيا وتطبيقاتها ، واكسابهم القدرة على التمييز ايها اكثر جودة واقلها خطرا.
- تنمية وعي الافراد بمواطن الخطر في بعض المنتجات التكنولوجية وقواعد التعامل معها.
- تنمية مهارات الافراد وقدراتهم التي تؤهلهم للعمل في مجال التكنولوجيا، وتدريبهم عمليا على ممارسة هذه المهارات.
- زيادة اهتمام الافراد بمتابعة كلما هو جديد في مجال التكنولوجيا .
- تعريف الافراد بمتطلبات ومواصفات العمل في مجالات التكنولوجيا، وطبيعة الادوار والمهام التي يجب القيام بها.
- انها تسهم في اكساب الافراد العديد من المفاهيم والمهارات التكنولوجية التي تسمح لهم بالتفاعل الايجابي مع المستجدات التكنولوجية¹.

خصائص الثقافة التكنولوجية:

- تتسم الثقافة التكنولوجية بعدة خصائص اهمها :
- باتت الثقافة التكنولوجية ضرورة حتمية للمورد البشري في المؤسسة حتى يمكنه من مسايرة التطورات التكنولوجية.
- يصعب تحديدها بشكل مطلق، كما يصعب تحديد مستوياتها ذلك ان مواصفات وخصائص الفرد المثقف تقنيا تختلف من مؤسسة لأخرى.
- الثقافة التقنية متغيرة بتغير الزمن، فما كان يمثل قمة التقنية منذ عدة سنوات اصبح اليوم من مخلفاتها، ويرجع ذلك الى تراكمية التطورات التقنية.
- تتأثر الثقافة التكنولوجية بالمتغيرات العالمية والمحلية ، فالثقافة التكنولوجية في اي مؤسسة تتأثر بمدى توفر الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة².

الخبرات التي ينبغي اكسابها للفرد لكي يكون مثقفا تكنولوجيا :

هناك مجموعة من الخبرات التي ينبغي اكسابها للفرد لكي يكون مثقفا تكنولوجيا وهي :

1 - سناء مرزوق محمد شحيب، مرجع سبق ذكره ، ص ص 27-28.
2- ماهر صبري، صلاح توفيق، التنور التكنولوجي وتحديث التعليم، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2004، ص 76.

- فهم طبيعة التقنية وطبيعة علاقتها بالعمل من ناحية وبالمجتمع من ناحية أخرى.
- متابعة التطورات المتلاحقة والمستمرة في شتى مجالات وميادين التقنية .
- معرفة المبادئ والمفاهيم والنظريات العلمية التي قامت عليها التطبيقات التقنية ومعرفة المعلومات الخاصة بتركيب هذه التطبيقات وقواعد التعامل معها واستخدامها.
- استخدام التطبيقات التقنية الموجودة المتوفرة على مستوى المؤسسة وذلك بأسلوب صحيح يحقق الفائدة له ولمجتمعها ويحافظ على تلك التطبيقات .
- اتقان المهارات العملية والعقلية اللازمة للمورد البشري للتعامل مع الاجهزة والمواد التقنية.
- تحديد الحدود الاخلاقية لاستخدام التقنية، وفهم الآثار الاجتماعية والقانونية المترتبة على تخطي تلك الحدود.¹

واما التحديات التي تفرضها البيئة الالكترونية يقتضي على الفرد التحلي بمجموعة من المهارات :

1-مهارات اساسية:

-استخدام الحاسوب (تشغيل)-استخدام الفارة-التعرف على الواجهة الرسومية الاساسية لنظام التشغيل .

-نظام الملفات والمجلدات (وصفها-بنية الملفات -كيفية مشاهدتها)
-استخدام التطبيقات والبرمجيات (تشغيل -انشاء الملفات-فتح ملفات موجودة-حفظ الملفات - استخدام ادوات تحرير النصوص)

-استخدام مستعرض الانترنت(الاتصال بالانترنت-الروابط في الصفحات)

2-استخدام البريد الالكتروني :

مفاهيم البريد الالكتروني-انشاء رسالة الكترونية -الملفات المرفقة-ايجاد عنوان بريد -حجز عنوان البريد الشخصي (من موقع البريد المجاني مالم يكن متوفرا في البوابة).

3 -الوصول إلى محتوى الشبكة:

فهم المحتوى المتوفر على الشبكة -البحث على الشبكة -فهم شرعية المحتوى والمصادر الموثوقة للمعلومات والبيانات -التعامل مع العناصر التفاعلية على الشبكة .

¹ - عبير عباس يوسف الحداد، مدى توافر ابعاد التنوير التقني لدى معلمات اللغة العربية بالمرحلة المتوسطة بدولة الكويت، مجلة الارشاد النفسي، ع 49، جانفي 2017، ص ص 128-129.

4-الحصول على خدمة عن طريق الانترنت:

تقديم الخدمات المتاحة عن طريق الانترنت -عرض قضية البيانات الشخصية (امن المعلومات الشخصية والخصوصية-امن البيانات-ارقام البطاقات... الخ

5-انتاج المحتوى :

التعرف على انواع محتوى في موقع الانترنت-امن المعلومات -استخدام الواح النقاش والتعليقات -انشاء موقع بسيط باستخدام ادوات الويب الاساسية¹.

ثانيا - التعليم الالكتروني

2-1: مفاهيم التعليم الالكتروني المفهوم. النشأة. و التطور

اختلف الباحثون في وضع مفهوم محدد و موحد لمصطلح التعليم الالكتروني **E-Learning** حاله كحال غيره من المصطلحات خاصة في ظل وجود مصطلحات أخرى بينها و بينه تداخل مثل : التعليم عن بعد- التعليم المرن و التعليم الافتراضي و جاء الاختلاف على النحو التالي :

* التعليم الالكتروني كطريقة في تقديم المحتوى التعليمي مع ما يتضمنه من شروح و تمارين ومتابعة عبر شبكة الانترنت .

* التعليم الالكتروني كنظام في تقديم المناهج (المقررات الدراسية) عبر شبكات.

* و كمفهوم عام للتعليم الالكتروني هو طريقة للتعليم باستخدام آليات الاتصال الحديثة من حاسب وشبكاته ووسائطه المتعددة من صوت و صورة ورسومات وآليات بحث ومكتبات الكترونية و كذلك بوابات انترنت سواء كان عن بعد أو في الفصل الدراسي المهم المقصود هو استخدام التقنية بجميع أنواعها في إيصال المعلومة للمتعلم بأقصر وقت و اقل جهد و اكبر فائدة.

وقد مر بمراحل تطور وهي :

1-التعليم عن بعد : يعرفه **David James Clarke** بأنه يعنى استخدام الوسائل التكنولوجية لتوصيل المحتوى التعليمي و تنظيم و إدارة المتعلمين أثناء عملية تعلمهم و اختبار الطلاب في مجملهم و يتم توصيل المحتوى و الاتصال بالطالب في إي وقت و في إي مكان من خلال شبكة الاتصالات الدولية الانترنت².

¹ _ منال قذواج، مشروع بوابة المواطن الالكتروني في اطار استراتيجية الحكومة الالكترونية الجزائرية 2013،مجلة العلوم الانسانية،العدد 2017،47، ص8

²احمد محمد سالم , تكنولوجيا التعليم و التعليم الالكتروني, مكتبة الرشد, الرياض, 2004,ص59

2- التعليم المعتمد على الحاسب : ويشمل :

1-التعليم المعزز بالحاسب: **COMPUTER-ASSISTED LEARNING** : و هو تفاعل بين المتعلم و نظام الحاسب يصمم لتعليم الطالب و قد كان مقتصرًا على برمجيات التدريب الممارسة **drillant practice** و لان أصبح يضم نمط المعلم الخصوصي و المحاكاة و بيئات الواقع الافتراضي و التي يمكن إن تقدم العديد من وضعيات التعلم المركبة¹.

ب- التعلم المدار بالحاسب **COMPUTER MANAGED INSTRUCTION**ج-التعليم و التعلم لتنمية الفكر الابتكاري **COMPUTER BASED CREATIVE THINKING**

د-استخدام الحاسب كمادة تعليمية يتم فيه تدريس الحاسب كمادة تعليمية و هو مجال يخص في الغالب فئة مهتمة بعلوم الحاسب و المعلوماتية كالمختصين في كليات علوم و هندسة الحاسب الآلي .

3-التعليم المعتمد على تقنية الانترنت : تعرف الانترنت بأنها مجموعة من الشبكات العالمية

المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم و التي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة

4- التعليم الافتراضي: هو تعليم قريب من مفهوم التعليم المعتمد على الانترنت و لكنه

يختلف عنه في انه يستخدم تقنية الانترنت و يضيف الى ذلك أدوات يتم فيها التحكم

في تصميم و تنفيذ عملية التعليم و التعلم فيكون هناك برنامج مثل **BLACK**

BOARD -WEBCT الخ .

2-2-أهداف التعليم الالكتروني:

يقوم التعليم الالكتروني على اعتماد المتعلم أساسا على نفسه أي تحول عملية التعليم الى تعلم وفيها يعتمد المتعلم بنسبة كبيرة جدا على ذاته وعلى هذا الأساس تأتي أهدافه على النحو التالي²:

دمج التكنولوجيا في الوسط التعليمي

❖ تأكيد الجودة و النوعية في التعليم

❖ تحقيق ديمقراطية التعليم .

❖ تحقيق التعليم الذاتي

¹سالم احمد ,تكنولوجيا التعليم و التعليم الالكتروني,ط1,مكتبة الرشد, الرياض,2004,ص55

سالم احمد ,مرجع سبق ذكره ,ص36²

❖ يساهم في ترسيخ الثقافة المعلوماتية

2-3- بيئة التعليم الالكتروني:

يعتمد التعليم التقليدي على عنصر المواجهة بين المعلم و المتعلم في الموقف التعليمي و هذا الالتقاء المباشر هو أقوى عنصر لتوفير التفاعل الايجابي لحدوث التعلم و اكتساب المعرفة. أما في التعليم غير التقليدي أو الالكتروني فيستند الى احدث التقنيات لتوفير بيئة التعلم¹. هناك عدد من البرمجيات التي تم تطويرها لتقوم بإدارة العمليات المختلفة للتعليم الالكتروني اصطلح على تسميتها ببيئات التعلم الالكترونية كما إن هناك بعض أدوات إدارة التعلم عن طريق الشبكة وأدوات تصميم المقرر المعتمد على الويب أو على الشبكة. فمفهوم بيئة التعلم الالكتروني يعنى البرنامج المصمم لتنظيم و إدارة عمليات التعلم و التعليم فالبيئة التعليمية الالكترونية التي تساعد على دمج التقنيات في التعليم بمميزات خاصة بها حددتها الباحثة إيمان محمد العزو في ما يلي²:

* أن تكون بيئة نشطة بمعنى أن يشارك الطلبة في عمليات عقلية مختلفة و أن يكونوا مسؤولين عن النتائج التي يحصلون عليها كما يمكنهم من استخدام الحاسوب الآلي لإجراء العمليات الحسابية و المنطقية .

* أن تكون بيئة تعاونية وفي هذه البيئة يعمل الطلاب على شكل مجموعات صغيرة حيث يساعد كل منهما الآخر لتحقيق التعلم الأفضل وفي هذه الحالة يمكنهم استخدام البرمجيات المختلفة لتعزيز التعليم التعاوني باستخدام الحاسوب كأداة اتصال فيما بينهم لتبادل المعرفة .

* أن تكون بيئة تأمل يمكن للمتعلمين التأمل في العمليات المعرفية التي حصلت في بيئة التعلم وكذلك في القرارات التي تم اتخاذها للوصول للحل المطلوب و يمكن استخدام الحاسوب كأداة إنتاج لعرض ذلك أو كأداة للقيام بالعمليات المعرفية المختلفة

2-4- عيوب و معوقات التعليم و التعلم الالكتروني:

رغم ما يتميز به التعليم الالكتروني من ايجابيات ساهمت في تطوير قطاع التعليم إلا إن لا يكاد يخل من العيوب و النقائص تحد من فعاليته و تعيق استخدامه³

¹سلام محمد توفيق , التعليم الالكتروني كمدخل لتطوير التعليم تجارب عربية و عالمية, المكتبة العصرية للنشر و التوزيع المنصورة, 2008, ص34

² Roy .s –distance learning around the world .UNESCO confon educational development through utilization of technology .UAE.2001,p66

الهادي محمد, التعليم الالكتروني عبر شبكة الانترنت , ط1.الدار المصرية اللبنانية, القاهرة, 2005ص58³

المعوقات:

يمكن النظر إلى معوقات التعليم الإلكتروني كما يلي:

- صعوبة التحول من طريقة التعلم تقليدية الى طريقة تعلم حديثة .
- قد يؤدي توجيه بعض المعلمين أحيانا الى عدم الفهم الجيد و اللبس
- التركيز على التعلم من خلال التعليم الإلكتروني يضعف مهارات الكتابة و الإملاء لدى الطالب
- إن التعامل مع الأجهزة و طول الجلوس أمام الحاسب الآلي قد يكون له تأثيرات سلبية على صحة الطلاب

- صعوبة التعامل مع متعلمين غير متعودين أو مدربين على التعلم الذاتي
- صعوبة التأكد من تمكن الطالب من مهارة استخدام الكمبيوتر
- الجهد و التكلفة المادية في حال عدم توفر خبرة كافية لدى المعلم في التطبيق و التصميم التعليمي

- أكثر القائمين على التعليم الإلكتروني هم من المتخصصين في مجال التقنية و لا يؤخذ برأي المتخصصين في المناهج و التربية و التعليم .

عيوب تقنية:

- يحتاج التعليم الإلكتروني الى إنشاء بنية تحتية من أجهزة و معامل و خطوط اتصال بالإنترنت
- يتطلب تدريب مكثف لأعضاء هيئة التدريس و الطلاب على استخدام التقنيات الحديثة قبل بداية تنفيذ التعليم الإلكتروني

- يحتاج الى أعضاء هيئة التدريس ذوي تأهيل عال للتعامل مع المستجدات التكنولوجية المستخدمة في هذا النوع من التعليم .

- كما يحتاج أيضا الى هيئة إدارية مؤهلة للقيام بالعملية و الى متخصصين في إعداد و تصميم البرمجيات التعليمية

ثالثا-الثقافة التكنولوجية والتعليم الإلكتروني :

- تمثل الثقافة في عمومها تحديات كبيرة للتعليم الإلكتروني في عصر العولمة ومع ذلك يمكن تحسين التحديات مع الانتباه إلى الاحتياجات الثقافية للمستخدمين اي هناك حاجة إلى تكيف استخدام التكنولوجيا ، ويستنتج Vaughan و MacVicar أن التعلم الإلكتروني محكوم عليه

بالفشل عندما لا يتم النظر بعناية في الاحتياجات التعليمية. لذلك فإن الحاجة إلى أخذ في الاعتبار الوصول إلى البنية التحتية وتراكم التكاليف. يشير إلى أن رسوم الوصول إلى الإنترنت غالباً ما تعرقل طرفي المعادلة من الوصول إلى التعلم الإلكتروني مناهج. يجب توفير مخصص للمتعلمين للوصول إلى أنظمة التعليم الإلكتروني¹.

3-1- الفهم الوظيفي لاستراتيجية التغير الإلكتروني في مؤسسات التعليم

ان استعداد الجامعة لتبني استراتيجية دمج تطبيقات الوعي المعلوماتي في التعليم ، لان مجرد قبول فكرة التغيير لا يعني ضمان نجاحه واستمراره ما لم يصل الى مرحلة الدمج الكامل في السلوك اليومي ، فالوجه الشائع لتبني تطبيقات الوعي المعلوماتي يقوم على استراتيجية اضافة الى التقنية على انها الاجابة والحل للمشكلات التعليمية وذلك قبل ان تحدد طبيعة تلك المشكلات ، فخصائص الامكانيات التقنية ليست وحدها التي تحدث التأثير على بيئة الانسان وتشكلها ، وانما الاساليب التي تستخدم بها هذه الخصائص والامكانيات المتوفرة هي التي تحدث وتقل هذا التأثير ، فالدمج الفعال لتطبيقات الوعي المعلوماتي يتطلب تخطيط استراتيجي مدروسا بعناية ومرتكزا على اسس منبقة من النظريات التربوية، وترى الباحثة ان تبني نظرية توزع الابداع لروجر قد تشكل مرتكزا علميا تنطلق منه دورات تدريبية لتوظيف كفايات تطبيقات الوعي² . كذلك يمن ان نشير الى

(أ) - غموض المفهوم :

لا تزال الكثير من الكوادر البشرية تجهل حتمية هذا النموذج الجديد واستيعاب ثقافته الضمنية والبعض لا يعرف حتى المصطلح لذلك فان الامر يحتاج إلى توضيح المفهوم وتوفير الارضية الفكرية له في المنظمات .

ومن خلال نشر المفهوم ستكون لكل مؤسسة وجهة نظرها الخاصة مما ينتج عنه وجود رؤية خاصة بها ، ونظرا لتعدد الرؤى المختلفة للمؤسسات واختلاف وجهان نظرها تأتي مرحلة توحيد الرؤى المختلفة للمؤسسات ، وهذا يعتمد على بلورة استراتيجيات وسياسات ثم اهداف وغايات³.

-خديجة بنت محمد عمر حاجي ، تطبيقات الوعي المعلوماتي في التعليم الجامعي بين استراتيجية الاضافة والدمج، ص 11²
³- محمود القدوة، الحكومة الإلكترونية والادارة المعاصرة ، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان، 2010، ص61.

(ب) - مقاومة التغيير :

ان اقامة مثل هذا المشروع يحمل الكثير من التغيرات على صعيد المنظمات والاقسام والشعب واعداد توزيع المهام والصلاحيات مما يستلزم تغييرا في القيادات الادارية والمراكز الوظيفية والبحث عن تخصصات جديدة يحتاجها هذا النموذج الالكتروني وهو الامر الذي يؤدي إلى نوع من التغيير¹. وبالتالي هذا النموذج يحتاج :

* توفر الموارد البشرية التي تمتلك الخبرة والمهارة في مجال المعرفة والمعلومات ،والقادرة على التعامل مع هذه الاستراتيجيات .

* الارتفاع بالكوادر البشرية الحالية واعداد تأهيلها للحفاظ على مستويات عالية من المهارات والقدرات في عملية القيادة الالكترونية ،وذلك من خلال اقامة الدورات ، وعقد البرامج التدريبية المختلفة في مجال التطورات الجديدة .

* الحاجة إلى تكوين قيادات ادارية قادرة على التغيير وخلق انماط العمل الجماعي كقاعدة تنظيمية للاتصالات الالكترونية .

* ايجاد الثقافة الملائمة لخلق الفعالية لدى الأفراد بقانونية المخرجات التنظيمية وصحتها ودقتها² .

3-2- غياب الارضية التكنولوجية :

لا تكسب المنظومة التعليمية الطلبة الا الحد الأدنى من مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، فالغالبية من المؤسسات لا تتوفر على الامكانيات المادية والبشرية لتقديم الحصص النظرية والتطبيقية اللازمة في هذا المجال ، ونضيف الى عدم مجاراة المناهج و المقررات للتطورات المتسارعة التي يشهدها القطاع ، وهو ما لا يسمح بأعداد افراد متمكنين من التكنولوجيات ومكتسبين لثقافتها التي تتجاوز حدود العلم بالشئ الى تعاطي معه بما يلزم من وعي³ . فتوفير بنية تحتية جيدة من الشبكات والمعدات والبرمجيات ونظم تشغيل قوية لكن ذلك يتوقف على توفير اعتمادات مالية معتبرة لإنجازها ، وبدونها لن تتمكن الدولة من تعميم استعمال الادارة الالكترونية بالصورة المثلى في كافة المرافق العمومية وفي اوسع نطاق جغرافي .

1- مصطفى يوسف كافي ، مرجع سابق، ص100.

2- عادل حرحوش المفرجي وآخرون ، الادارة الالكترونية (مرتكزات فكرية ومتطلبات تأسيسية عملية)، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، 2016، ص155.

3- منير الحمزة ، اشكالية الثقافة المعلوماتية وتحديات البيئة الرقمية في المكتبات الجامعية ، المجلة العربية للمعلومات ، المجلد 25 ، العدد الثاني ، 2015، ص41.

وتبعاً لنقص الاعتمادات وعدم تنصيب شبكات رقمية نوعية، لذلك سينعكس بشكل مباشر على نوعية الخدمات من خلال محدودية انتشار الانترنت وضعف تدفقها، فولوج عالم التحديث والعصرنة، يتطلب توظيف الامكانيات التكنولوجية الحديثة، وهو ما يجب ان تدركه الجهات المسؤولة بغرض تحسين نوعية الخدمة المقدمة للجمهور¹.

3-3- التدفق الحر للمعلومات واشكالية الانتقاء

توفر الكثير من المعلومات على شبكة الانترنت والتي من شأنها الحاق الضرر بالأمانة الأكاديمية و التأثير على نوعية المعرفة التي يحصل عليها الطالب. ولأن الضرر بالأمانة الأكاديمية والتأثير سلباً شبكة الانترنت تكتظ بالبحوث والأوراق الجاهزة "للسخ و اللصق" وهي بأعداد لا حدود لها عبر الشبكة، وعلى هذا الأساس يستطيع الطالب الغش كأى بحث يتم إعداده وانتحال بحوثهم من الانترنت بحيث تبدو سليمة من الناحية الأكاديمية تماماً وهنا هي المعلومات والبحوث واسعة الانتشار على الانترنت والتي يمكن إن بكل أمانة. إذا توفر طريق سهلاً بدلاً من بذل الجهد واكتساب المعرفة وهذا التوجه كمفهوم يمكن أن يدمر الأكاديمية في أي مؤسسة تعليمية. يتم تذليل هذه العقبة بوضع سياسة صارمة غير متسامحة إزاء الأمانة الأكاديمية. يتعين على جميع المدارس الراغبة في البقاء والمحافظة على جودة مخرجاتها التعليمية في عصر الانترنت أن تضع نصب عينها قضايا الأمانة الأكاديمية وذلك بوضع سياسة شديدة الصرامة ضد كل من يقوم بمخالفة القواعد عند استخدام الانترنت. إن الافتقار إلى الأمن وتدخلات الهواة بشبكة الانترنت ولذلك فإن الأمن في الانترنت يعتبر قضية شائكة لدى الكثير من المؤسسات وتقنيات وخبرات لا حدود لها لا تسلم من مثل هذه الهجمات أيضاً المقصود بسياسة الأمن الصارمة هو القدرة على تحديد من يسمح له ومن لا يسمح له بالوصول إلى معلومات المدرسة أو الجامعة مع ضرورة الالتزام بهذه السياسة ووضع التنفيذ العلمي باستخدام الوسائل التقنية مثل جدار النار Firewall وهو عبارة عن برنامج حاسوبي يعمل لحماية الشبكة ضد التهديدات الخارجية، وهناك العديد من التقنيات الحاسوبية وخذع الاتصال التي يمكن أن تخدم هذا الغرض ولكن الأهم هو ضرورة الوضوح في قضية من يسمح له له بالدخول إلى الشبكة. طالما أن النظم التعليمية تتميز بخاصية

¹ - بوحنية قوي، عبد المجيد رمضان، الإدارة الإلكترونية كآلية لتطوير أداء الجماعات المحلية بالجزائر، المجلد الخامس، العدد الأول، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2016.

الرقابة والكفاءة التقنية فإنه يمكن السيطرة على كل شيء يتعلق بالتعليم الإلكتروني بما في ذلك موارد ونوعية¹.

3-4- محددات جودة الثقافة التكنولوجية للطلاب

1- منفتح على العالم الخارجي : بحيث يستفيد من خبراته السابقة والعالمية من حوله في مجال المادة التعليمية المقدمة له عن طريق التعلم الإلكتروني .

2- لديه دافعية مستمرة من خلال التغلب على الصعوبات التي تواجهه، كعدم وجود المهارات الكافية للتعامل مع التكنولوجيات ، او ضعف خدمات الانترنت المقدمة له كالبطء في الاتصال وخلافه.

3- لديه قوة المشاركة بفاعلية بحيث ان التعليم الإلكتروني يهدف الى تعزيز العمل الجماعي بين المتعلمين مع بعضهم البعض.

4- ان يكون على وعي بأهمية التعليم الإلكتروني وتقديره، فان كان غير واع بأهمية هذه التقنية او غير مقدر للمجهودات التي يوظفها الآخرون فهذا يؤثر سلبيا².

- تحديات الامن المعلوماتي والمؤسسات الالكترونية:

يعتبر الأمن المعلوماتي من اهم الصعوبات التي تجابه العمل الإلكتروني في كل الأنشطة التي تمارسها المؤسسات على اختلافها باعتبار هناك العديد من الاساليب لاختراق المنظومة المعلوماتية وما يترتب عليه من فقدان خصوصية المستفيدين وسريتهم ،حيث من مظاهر الامن المعلوماتي سرية المعلومات وسلامتها وضمان بقائها وعدم حذفها او تدميرها .ومن جوانب الامن المعلوماتي :

- الجانب الامني التقني : ويتعلق بالأنظمة التقنية والشبكة ،والاجهزة والبرامج المستفاد منها .

- الجانب الانساني : والمتعلق بالإنسان المستفيد والمستخدم .

- الجانب البيئي: ويقصد بها البيئة المحيطة بالتقنيات المستخدمة³.

1- فياض عبدالله علي، التعليم الإلكتروني والتقليدي ، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ،العدد 19،2009، ص.9

3- محمود صبحي ،مرجع سابق، ص62.

كما يعرف امن المعلومات كذلك: "هو الوقاية وسلامة وسرية المعلومات قانونيا".¹ من خلال ايجاد اطر قانونية حامية تنص على ضرورة حماية المعلومات وترتيب جزاءات عقابية رادعة ، فهو يركز على حماية الخصوصية والسرية امن المعلومات وتوفر وسلامة المعلومات كأصل في مراحل المعالجة والحفاظ والنقل ، ويتحقق ذلك عبر التطبيق الفعلي لسياسات الامنية ومن خلال تعزيز الوعي والتعليم والتدريب.²

ومصطلح امن المعلومات وجد في نطاق شيوع أنشطة معالجة ونقل البيانات بواسطة الوسائل التكنولوجية لمعالجة وتخزين البيانات وتداولها والتفاعل معها عبر شبكات المعلومات وتحديد الانترنت، فأغراض ابحاث واستراتيجيات امن المعلومات سواء من الناحية التكنولوجية او الادائية قصد :

- السرية والموثوقية (خصوصية المعلومات) : وتعني ان المعلومات لا يطلع ولا يكتشفها اشخاص غير مخولين بذلك ،وبالتالي هي قواعد تحكم وادارة جميع البيانات الخاصة مثلا معلومات بطاقات الهوية ، معلومات سجلات معلومات معرفية... الخ وهي المعبر عنها عادة باصطلاح حماية البيانات.³

- التكاملية وسلامة المحتوى : التأكد من ان محتوى المعلومات صحيح ولم يتم تعديله او العبث به ، وبشكل خاص لن يتم تغيير المحتوى والتصرف في بياناته في أي مرحلة من مراحل المعالجة والتبادل .

- استمرارية توافر المعلومات او الخدمة : التأكد من استمرار عمل النظام المعلوماتي واستمرار القدرة على التفاعل مع المعلومات وتقديم الخدمة لمواقع معلوماتية ، وان مستخدم المعلومات لن يتعرض الى منع استخدامه او دخوله اليها.⁴

لقد اشارت دراسة واحصاءات الانترنت الى ان اكثر من 85 بالمئة من مستخدمي الشبكة لا يزالون قلقين حيال استخدامهم معلومات حساسة عند اجراء الخدمات الالكترونية ،وقد ادت بعض حوادث اختراق انظمة وشبكات المعلومات التي حصلت في العالم الى اهتزاز ثقة المواطن بالشبكة

¹ - Micki Krause ،Harold F ،TPTON ،Information Security Management ،Hand Book ،Sixth edition ،Auerbach Publication New York ،2008 ،p 16.

² - Whitman Michael ،Mattod Herbet ،Principales of Information Security ،4th edition ،Baston Cengage Learning/ course Technology ،2011 ،p 36.

³ - مروة زين العابدين صالح، الحماية القانونية الدولية للبيانات الشخصية عبر الانترنت ،ط1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع ،مصر، 2016، ص59.

⁴ - محمود صبحي ،مرجع سابق، ص243.

وامنها وهو ما يؤدي الى العزف عن الاستفاضة من الخدمات التي تتيحها الشبكات الالكترونية ، فالخطأ المتولد عن عدم القدرة عن انشاء جهاز مناعة معلوماتي قد يؤدي الى تعطيل وتخريب مشروع التحولات الالكترونية من اساسه¹.

فمع التطورات السريعة في جمع وحفظ المعلومات واستخداام التكنولوجيا الحديثة في التعامل بالمعلومات، ومع دخول الحواسيب الالكترونية في مختلف مراحل بناء الثورة المعلوماتية، بالإضافة الى التطورات المتسارعة من حيث الامكانيات والتقنيات المتقدمة فقد بات من الضروري الحفاظ على المعلومات ووضع الاسس والثوابت الكفيلة بالحفاظ عليها وتحديد الاجراءات الوقائية لمنع تسربها او السطو عليها .

في الاساس لابد من وضع سياسة عامة لأمن المعلومات لدى المؤسسات الساعية نحو هذا النموذج التي تشمل ما يلي :

1-تشكيل واناطة مسؤولية امن المعلومات والممتلكات الخاصة بها بتنظيم امني على مختلف مستويات الادارة .

2-تصنيف المعلومات حسب اهميتها وتحديد الوصول اليها من قبل الاشخاص المسموح لهم الاطلاع عليها وحسب متطلبات عملهم .

3-المحافظة على المعلومات المصنفة حسب اجراءات وقاية خاصة تدرج ضمن تعليمات المؤسسة².

خاتمة

في ختام هذا المقال يمكننا القول أن الجزائر سعت مثلها مثل باقي الدول العربية من خلال محاولات فردية و مشتركة لتقليص الفجوة في مجال استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال التعليم العالي فسطرت بذلك استراتيجيات و برامج لتحقيق هذا الهدف و لتجسيد ما يسمى بالتعليم الالكتروني على نطاق واسع الا ان هذا الاخير مرتبط بصفة كبيرة بثقافة التعامل مع المستحدثات التكنولوجية فمن خلال ما سبق التطرق اليه امكنا الجزم ان تبنى نمط التعليم الالكتروني في الجزائر كنظام تعليمي حديث يساير التطورات المتسارعة التي يشهدها العصر الحالي تسبقها خطوة هامة و ضرورية و هي السعي لتجسيد ما يسمى بثقافة التعامل مع المستحدثات التكنولوجية

1- سمية بومروان ، الحكومة الالكترونية ودورها في تحسين اداء الادارات الحكومية ،ط1،مكتبة القانون والاقتصاد،الرياض،2014،ص79.

2- زياد محمد الشerman، مقدمة في نظم المعلومات الادارية ،ط1،دار صفاء للنشر والتوزيع،عمان،2004،ص23.

التي تعد الأساس الأول لتبني أي ابتكار أو مستحدث فالخطوة الأولى للحكم على مدى جاهزية الدولة الجزائرية لتبني نمط التعليم الإلكتروني هي تأسيس قاعدة صلبة حول ثقافة التعامل مع هذا النوع الحديث من التعليم :

-إعداد رؤية متكامل المكونات الرقمية للمنظومة التعليمية .
 -قياس آراء الطلاب والأساتذة حول سهولة التعلم في المعلومات .
 -العمل على توفير بيئة تشجع الطالب على الاستعداد لتقبل التعليم الإلكتروني
 -توفير ضمانات للوصول إلى المعلومات في التعليم الإلكتروني .
 -تطوير التعليم و تحقيق استدامة برامج التطوير من خلال جودة الخدمة التعليمية المقدمة وسهولة الوصول إلى الخدمة التعليمية، وتطوير البيئة التعليمية الداعمة لاكتساب العلاقات الإنسانية الإيجابية و جودة عناصر التوظيف المستجيب للمساءلة.

- التركيز على تحسين المستمر للنوعية التعليمية و مواكبة التوسع الكمي والنوعي لسوق العمل واحتياجاته من خلال التعليم والتعلم و توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بفاعلية ك وسيلة لتمكين في عصر العولمة وثورة المعرفة

-إعداد رأس المال البشري الأكثر كفاءة من خلال تطوير وتوجيه البرامج التربوية نحو الاقتصاد المعرفي و إحداث التغيير والتحول في النظام التربوي والتعليمي بصورة شمولية تكاملية لتهيئة خريجين مؤهلين بالمعرفة والمهارات والكفايات المطلوبة من أجل الاقتصاد المعرفي.

قائمة المصادر و المراجع :

-المراجع باللغة العربية-

- بوحنية قوي ، عبد المجيد رمضان ، الادارة الالكترونية كآلية لتطوير اداء الجماعات المحلية بالجزائر ، المجلد الخامس ، العدد الاول ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر ، 2016.
- حسيبة لولي، الثقافة الرقمية في وسط الشباب، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ع29، جوان 2017.
- حمد ، يحيوي، الحكومة الالكترونية كأداة لتبسيط الاجراءات الادارية، اطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، تخصص ادارة اعمال ، جامعة الجزائر 03 ، 2013.
- زياد محمد الشerman ، مقدمة في نظم المعلومات الادارية ، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2004.
- سمية بومروان ، الحكومة الالكترونية ودورها في تحسين اداء الادارات الحكومية ، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد ، الرياض، 2014.
- سناء مرزوق محمد شحير، دور الثقافة التكنولوجية في تحسين الخدمات الالكترونية من وجهة نظر مقدم الخدمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في ادارة الاعمال ، الجامعة الاسلامية ، غزة، 2017.
- عادل حرحوش المفرجي وآخرون ، الادارة الالكترونية (مرتكزات فكرية ومتطلبات تأسيسية عملية)، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، 2016.
- عبير عباس يوسف الحداد، مدى توافر ابعاد التتور التقني لدى معلمات اللغة العربية بالمرحلة المتوسطة بدولة الكويت، مجلة الارشاد النفسي، ع 49، جانفي 2017
- عزت فاروق جوهرى ، عزت فاروق جوهرى، الوعي المعلوماتي بجامعة الملك عبد العزيز.
- فؤاد عياد ، مدى توافر معايير الاستتارة التكنولوجية في كتابي التكنولوجيا للصفين (الخامس والسادس) الاساسيين بـفلسطين، مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات الانسانية ، ع16، 2007

- محمد صلاح خليل شرف، تقويم مساق تكنولوجيا المعلومات وشبكات الحاسب الآلي بجامعة الأقصى في ضوء معايير الثقافة الحاسوبية ومدى اكتساب الطلبة لها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009
- محمود القدوة، الحكومة الالكترونية والادارة المعاصرة ، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان 2010،
- مروة زين العابدين صالح، الحماية القانونية الدولية للبيانات الشخصية عبر الانترنت ، ط1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع ، مصر، 2016،
- منال قدواح، مشروع بوابة المواطن الالكتروني في اطار استراتيجية الحكومة الالكترونية الجزائرية 2013، مجلة العلوم الانسانية ، العدد ، 2017،
- سلام محمد توفيق ، التعليم الالكتروني كمدخل لتطوير التعليم تجارب عربية و عالمية، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع المنصورة، 2008، .
- فياض عبدالله علي، التعليم الالكتروني و التقليدي ، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، العدد ، 2009،
- ماهر صبري، صلاح توفيق، التتور التكنولوجي وتحديث التعليم، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2004
- منير الحمزة ، اشكالية الثقافة المعلوماتية وتحديات البيئة الرقمية في المكتبات الجامعية ، المجلة العربية للمعلومات ، المجلد 25 ، العدد الثاني ، 2015،
- المراجع باللغة الفرنسية :.
- Roy .s –distance learning around the world .UNESCO confon educational development through utilization of technology .UAE.2001,
- Samira Jamal ,technological culture répercussions and its affect on the future of architecture , journal of engineering sciences, assaut university, vol 36, n01, 2008
- Mick Kraus ،Harold F ،TPTON ،Information Security Management ،Hand Book ،Six th Edition ،Auer Bach Publication New York ،2008
- Whitman Michael ،Principales of Information Security ،4th Edition ،Baston Cengage Learning/ course Technology ،2011

التربية الإعلامية كألية لتحقيق الأمن الفكري والاستقرار الاجتماعي

Media education as a mechanism to achieve intellectual security and social stabilit

ط/د مدفوني جمال الدين: جامعة الجزائر3، ماجستير في الإعلام الاسلامي، جامعة

الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية

ملخص:

يتناول المقال موضوع التربية الإعلامية باعتبارها ألية تساهم في تحقيق الأمن الفكري، الذي يمثل أحد الركائز الأساسية لضمان استقرار المجتمع واستمراره، في ظل تصادم المصالح وصراع الايديولوجيات التي تغذيها وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال المتغلغلة عميقا في النسيج الاجتماعي والعائلي، وتوظيفها من قبل أصحاب المصالح والقوى المهيمنة كأدوات ناعمة للتأثير في وعي الأفراد وتوجيه طرق تفكيرهم، بما يهدد الأمن الفكري واستقرار المجتمع.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، الأمن الفكري، الاستقرار الاجتماعي، صراع الايديولوجيات.

Abstract

The article deals the subject of media education as a basis a mechanism to contribute to the reinforcement of Intellectual Security, Which represents one of the main pillars for ensuring the stability and continuity of society in light of the discrepancy of interests and the conflict of ideologies feded by the media and communication technologies Which deeply penetration in the social and relational fabric and their Used by stakeholders And the dominant forces as soft tools to influence the consciousness of individuals and guide their ways of thinking, which threatens intellectual security and stability of society .

Keywords: Media education, Intellectual Security, Social stability, Ideologies conflict.

مقدمة:

يقال أن كلمة الإعلامي وقلم الصحفي، لا يقلان أهمية عن السلاح في يد العسكري؛ وفي حالتها الدفاع والهجوم، ولأننا نعيش زمن الانفتاح الاعلامي والانفجار المعلوماتي والانتشار المتسارع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال؛ التي فرضتها العولمة وما تقتضيه ظروف العصر ورهاناته، لا بد على المسؤولين والمهتمين إعداد مشروع يمكن الأفراد ويؤهلهم لفهم طبيعة الوسائل الإعلامية وأليات عملها وتوظيفها، بغية تحصين الأبناء ثقافيا وأمنيا، لضمان تماسك المجتمع

واستقراره، إذ تحنل معركة الأفكار موقعا متقدما في الاستراتيجية الدفاعية والهجومية على حد سواء، والإعلام اليوم لم يعد ينقل الواقع؛ بل يعيد إنتاجه، وفي كثير من الأحيان صناعته وفق مصالح وأهداف من يقف وراءه، فامتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها أفرز صناعة إعلامية مرتكزة على المنطلقات الفكرية والايولوجية، وأضحت وسائل الإعلام المختلفة أجهزة توظف بشكل فعال وحاسم ضمن الاستراتيجيات الوطنية، خاصة ما تعلق بموضوع الأمن الفكري المفضي إلى تهديدي الاستقرار الاجتماعي.

وفي ظل هذا الواقع؛ ونظرا لاستحالة مواجهة المد الاعلامي؛ الحامل لأفكار وقيم؛ قد تغرس أنماط سلوكية مهددة لاستقرار المجتمع وتماسكه، لا بد من تعليم الصغار والكبار كيفية فهم وتحليل الواقع الذي تقدمه وسائل الاعلام وتروج له، من خلال التربية على استخدام هذه الوسائل، لضبط سلوك الأفراد وتعزيز اتجاهاتهم وتحسينهم فكريا وثقافيا، لأن تحقيق أمن العقل أو الفكر يلازمه تحقيق الأمن في جميع المجالات الأخرى، والعكس بالعكس صحيح.

وسنحاول من خلال هذه الورقة البحثية الاجابة على السؤال التالي هل يمكن اعتبار التربية

الإعلامية آلية ناجعة لتحقيق الأمن الفكري والاجتماعي.

وللإجابة على هذا التساؤل تم تفكيك موضوع البحث إلى ثلاث نقاط محورية:

- الأمن الفكري وعلاقته بالاستقرار الاجتماعي.
 - الأمن الفكري في ظل المد الإعلامي.
 - التربية الإعلامية ودورها في الحفاظ على الأمن الفكري وتعزيز الاستقرار الاجتماعي.
- ونرموا من خلال موضوع هذا البحث؛ تسليط الضوء على أهمية التربية الإعلامية، باعتبارها آلية فعالة قابلة لتجسيد، يمكن لمختلف مؤسسات المجتمع الانخراط ضمن ورشات، ندوات ومخابر بحثية تتلاقح فيها الأفكار والرؤى والتوجهات، لوضع تصورات قابلة للتحقق بالموارد المتاحة، لصيانة الوعي وتحقيق الأمن الفكري، من خلال تنمية الحس النقدي لدى الأفراد بما يضمن استقرار المجتمع؛ على اعتبار أن الأمن الفكري شرط من شروط النماء والبقاء، وصمام الأمان والحصن المنيع أمام ما يبذر من قبل أصحاب المصالح داخل المجتمع وخارجه؛ لزرع أسباب الخلاف والصراع وتهديد كيان المجتمعات من خلال زعزعة الاستقرار الاجتماعي.

وتتجلى أهمية هذا البحث في أهمية موضوعه؛ في ظل واقعا المعاش وما يميزه من صراع يطغى على محيطنا الجيوسياسي، والذي يمثل الوعي/الأمن الفكري ساحة لإدارة معاركها، بالموازاة مع الانتشار الواسع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال؛ واستخدامها من طرف الأفراد بمختلف فئاتهم الاجتماعية ومستوياتهم الثقافية، وغزارة رسائلها المشبعة ايدولوجيا ومضامينها المسيطر عليها بالقوة الحديدية؛ ونقصد هنا المنظومة القانونية والتشريعية، أو بالقوة المرنة؛ ونقصد بها اللوبيات الاقتصادية والثقافية وجماعات الضغط والمصالح المحكرة للسوق الإعلامية، بالإضافة إلى تعاضد دور وسائل الإعلام عموما والحديثة منها خصوصا، وسيادتها على مجال عرض الحقائق ونشرها، جعلت الفرد في المجتمع (الجماهيري ثم الرقمي/الإلكتروني) يعتمد عليها في البناء الاجتماعي للحقائق وتشكيل الصور الذهنية عن العوالم المحيطة، والواقع الحقيقي؛ أو المحرف والمنحاز، للتأثير أو التلاعب بوعي للأفراد.¹

1. الأمن الفكري وعلاقته بالاستقرار الاجتماعي:

1.1. نشأة مفهوم الأمن الفكري وأبعاده

يعتبر الأمن الفكري مفهوم حديث ومعقد؛ نتيجة ارتباطه بمجالات شتى، استترعت انتباه المسؤولين واهتمام الباحثين، منذ أواخر القرن العشرين، إذا نجد من يربط هذا المفهوم بالسياسة والعلاقات الدولية، التي ميزت العالم بعد نهاية الحرب الباردة، ومنهم من يرى بأن الأمن الفكري مرتبط أساسا بالجانب النفسي للفرد؛ فالأمن حسب هذا التيار هو مسألة إحساس وشعور وإدراك، وموقف غير موضوعي، ولأن الفكر/التفكير الانساني مرتبط بسياقاته التاريخية، وانطلاقا مما يشهده العالم من تنامي لظاهرة الإرهاب، صدام الحضارات وصراعات مردها التطرف الايدولوجي؛ ودون تخصيص أو استثناء، رأى البعض بأن الأمن الفكري اليوم لا بد من معالجته من منظور ديني؛ على اعتباره من أبرز مكونات الفلسفة الفكرية أو الايدولوجية، وإذا كان الفكر البشري يولي مسألة الأمن أولوية كبرى، فإن الشرائع الدينية كانت الأسبق في طرح قضية الأمن وأبعادها.

وللإشارة؛ فإن تحقيق الأمن بمفهومه المعاصر قديم قدم الانسان، لكنه كمصطلح ظهر بعد نهاية الحرب العالمية الثانية؛ وبالضبط سنة 1947 تزامنا مع إنشاء المركز القومي الأمريكي، وظهور تيار يبحث في كيفية تحقيق الأمن وتلافي الحرب، على اعتباره مفهوما مركزيا في حياة

¹. بقاسم بن روان: وسائل الإعلام والمجتمع، دط، دار الخلدونية، الجزائر، 2007، ص41.

المجتمعات، ويثير في الأذهان معاني البقاء، التكامل الإقليمي، التماسك الاجتماعي، حماية المصالح والقيم الجماعية ضد التهديدات الخارجية.¹

ولا يزال الأمن كمفهوم يعتره الغموض والتشابك بين أبعاده السياسية، الثقافية، الدينية والاقتصادية، ويعكسه وجود تداخلات بين متغيرات المفهوم تحول دون الاتفاق حول تعريف جامع مانع للأمن، تبعا لاختلاف ثقافة المجتمعات وموقعها، ونتيجة لهذا الغموض والتشابك تمدد حقل الدراسات الأمنية، وأضحت نقاشاته ميزة الانتاج النظري في مختلف فروع العلم والمعرفة، ما أدى إلى بروز مقاربة جديدة تهدف إلى توسيع مفهوم الأمن ليشمل المسائل المتعلقة بالجانب الاقتصادي، البيئي والاجتماعي، وذلك بالاعتماد على الفرد كموضوع مرجعي أو وحدة تحليل أساسية، فيحيل إلى فكرة/مفهوم الأمن الانساني؛ الذي ظهر كمصطلح لأول مرة في ثنايا تقرير التنمية البشرية الصادر عن الأمم سنة 1994، أو المجتمع ككل فيحيل إلى فكرة/مفهوم الأمن المجتمعي؛ الذي يشير إلى قدرة المجتمع على الاستقرار والاستمرار بالمحافظة على مقوماته في ظروف مقبولة للتطور أو التغيير، والقدرة على الحفاظ على معالم هويته الوطنية، لأن المجتمعات التي تفقد قدرتها على التغيير الكافي والملائم للظروف التي تواجهها وتعايشها، لا تستطيع الاستمرار باقتدار وتكافؤ مع نظيراتها.²

ويرى حيدر عبد الرحمن أن الأمن الفكري عملية تهدف إلى تحصين للفرد ضد ما يمكن أن يهدد شخصيته ويضمن تكاملها مع بيئتها ومحيطها الاجتماعي الذي تعيش فيه، ومن ثم فهو يعمل على درء الأخطار عن ذاته ومن حوله، بل يعمل على تحصين نفسه بتشرب المبادئ الأخلاقية والسلوكية التي تعمل على حفظ هذه الشخصية، في حين نجد من يشير إلى أن الأمن الفكري ينعكس في وقاية الأفراد والمجتمع من أي خلل عقلي وعلو ديني أو انحلال خلقي أو انحراف سلوكي، كما نجد أيضا من قدم له تعريفا على أنه جملة النشاطات والتدابير المشتركة بين الدولة والمجتمع لتجنيب الأفراد والجماعات شوائب، اجتماعية، فكرية أو نفسية تكون سببا في انحراف السلوك، الأفكار والأخلاق عن جادة الصواب أو سببا للإيقاع في الهالك.³ ويمكن أن نستشف من

1. علي الدين هلال: تحديات الأمن القومي في العقد القادم، دط، منتدى الفكر العربي، عمان، 1991، ص 21.
2. سفيان بوعطيط: القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، رسالة دكتوراه، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، جامعة منتوري، الجزائر، 2012، ص 115.
3. رمضان مريم: الأسرة ودورها في تحقيق الأمن الفكري داخل المجتمع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد 01، العدد 05، الجزائر، 2017، ص 328.

خلال هذان الطرحين أن الأمن الفكري شكل أو مظهر من مظاهر الأمن القومي، الذي يعني قدرة الدولة على حماية قيمها الداخلية ومورثها الثقافي والحضاري من التهديدات الخارجية.¹ والأمن في الفكر الغربي يعني في جوهره وسياساته حماية الأمة والمحافظة عليها من عدو خارجي؛ دون تحديد لماهية أو طبيعة هذا التهديد، الذي يختلف باختلاف ظروف الزمان والمكان.² ومن خلال هذا الطرح؛ يمكن القول أن الأمن الفكري هو عملية تهدف إلى حماية القيم الأساسية التي تكونت داخل نسق المجتمع، من التدخل/التأثير الذي عادة ما يكون غير مباشر وتحت غطاء، وتعمل المؤسسات الرسمية والأهلية على تحقيقه من خلال توفير مسبباته؛ حتى تضمن استقرار واستقواء أفرادها ومجتمعها.

2.1. الأمن الفكري والمد الإعلامي

إن الاهتمام بالأمن الفكري، ناتج عن قناعة علمية مفادها أن السلوك الإنساني، هو ترجمة أو تطبيق لأفكار تبلورت مسبقا في ذهن الفرد، لذا تسعى مختلف دول العالم على اختلاف توجهاتها ومكانتها، وموقعها ضمن خارطة السياسة للعالم، لتبني الأمن الفكري كخيار استراتيجي ووسيلة وقائية لتجنب الأفكار الهدامة التي من شأنها الإضرار بالشعوب حاضرا ومستقبلا، كما يمثل هذا الموضوع واحدا من أكبر التحديات القائمة في إطار "الأزمة الأمنية العالمية" التي جعلت منه مركز الاهتمام والقلب النابض فيما يخص استراتيجيات الأمن العام/القومي، وبشكل خاص في ظل العولمة التي أزاحت الحواجز وكسرت القيود وسمحت بشكل متزايد في انتقال المعلومات، وتبادل الأفكار والآراء بين مختلف الأفراد من شتى أنحاء العالم، وبين فئات المجتمع ووحداته المشكلة له، فالحكومات فقدت أهم أليات سيطرتها على الوعي الجماهيري، بفعل فقدانها السيطرة الجغرافية على مجالها الاعلامي،³ فالانتقال الفوري والسريع للمعلومات وتلقيها من طرف الجماهير أو المستخدمين، يُمكنهم من معرفة ما يدور في العالم ويضعف من القوى الضاغطة، ويقال من قوة وسطوة السلطة داخل الدولة،⁴ ما يفرض مزيدا من التحديات والضغوطات على مؤسسات المجتمع المسؤولة عن تحصين الوعي الفكري وسلامة البناء الثقافي والحضاري للأفراد، وفي هذا الصدد

1. ميشيل مان: موسوعة العلوم الاجتماعية، تر: عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، مكتبة الفلاح، القاهرة، 1994، ص 127.
2. محمد الحبيب حريز: واقع الأمن الفكري، ضمن كتاب الأمن الفكري، ط1، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2005، ص81.
3. عزام أبو الحمام: تأثيرات العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على حافة الانترنت من وجهة نظر المحررين، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص26.
4. مؤيد عبد الجبار الحديثي: العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، دط، الأهلية للنشر، عمان، 2002، ص137.

يقول وزير الخارجية الأمريكي جون فوستر 'John Foster' 1956/1953: "لو مُنحت مجالا واحدا من مجالات السياسة الخارجية دون غيره لخصصته لحرية تدفق المعلومات"¹. فبعد نهاية الحرب الباردة شهد العالم تغيرات جذرية على مختلف المستويات، حولت طابع الصراع أو التدافع بين الوحدات السياسية في المجتمع الدولي من صراع عسكري إلى صراع حضاري وثقافي، دفع بالمختصين في مختلف فروع العلم والمعرفة لإعادة النظر في مفهوم الأمن؛ والنظر إليه وفق اتجاهات ثقافية وحضارية أكثر من أي وقت مضى، في ظل الصراع الناعم المميز لهذا القرن، وأفرز مصطلح القوة الناعمة؛ الذي يوظف لوصف قدرة الفاعلين الدوليين على التأثير بطريقة غير مباشرة في سلوك ومصالح غيرها من الدول عبر الوسائل الثقافية والأيديولوجية.² ويعتبر جوزيف ناي أول من استخدم هذا المصطلح في كتابه "ملزمون بالقيادة" الذي نشر سنة 1990، وتم تفكيكه وربطه بواقع ممارساته الظرفية من خلال كتاب "مفارقة القوة الأمريكية" الصادر سنة 2001، وانتهى إلى صياغة علمية دقيقة ومفصلة من خلال كتابه "القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية" سنة 2004.³

وفي هذا الشأن أيضا يرى بيار بورديو، أن المواجهات الايديولوجية التي سادت خلال الحرب الباردة انتهت؛ بصورها القديمة، وظهر صراع جديد أطلق عليه 'صراع الايديولوجيا الناعم' الذي تتصدر وسائل الإعلام أعلى مراتب أدواته، فتركزت معادلة الصراع في من يملك المعلومات يُسيطر، فكل جماعة أو نظام؛ متحكم أو محتكر، يقوم بإخفاء الحقائق التي لا يريد وصولها للعامّة أو تعديلها وفق ما يراه مناسبا، سواء تعلق الأمر بمعلومات لها علاقة بالأشخاص، الأحداث أو الأفكار، وفق القاعدة الشهيرة لوزير الحرب والدعاية الألمانية جوزيف فوبلاز: "نحن لا نتكلم لنقول شيء ما، ولكن لإحداث نتيجة معينة".⁴ وفي هذا السياق أجرت سالي أثيلسون 'Sally Athelton' ومارتا ونجر 'Martha Wenger' دراسة بعنوان "من يملك المعلومة" أظهرت أن وسائل الإعلام المختلفة أصبحت أدوات محتكرة من قبل فئات قليلة لها علاقات اقتصادية وسياسية متشابكة، تطوع الوسائل الإعلامية لخدمة مصالحها وترويج أفكارها ومنظوماتها القيمية،⁵

1. هربرت شيلر: الاتصال والهيمنة الثقافية، تر: وجيه سمعان عبد المسيح، مختار محمد التهامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2007، ص44.

2. حسين علي بحيري: القوي الناعمة، مجلة مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، 2007، ص06.

3. جوزيف ناي: القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، تر: محمد توفيق، عبد العزيز الثنيان، ط1، دار العبيكان للنشر، الرياض، 2007، ص15.

4. عبد الغني أمين سعيد: وسائل الإعلام الجديد والموجة الرقمية الثانية، دط، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص21.

5. محمد حمدان: الحرب الناعمة، دط، دار الولا، بيروت، 2010، ص ص31، 28.

وفي السياق ذاته؛ يؤكد كل من هوركهامير وأندورا؛ أبرز رواد الاتجاه النقدي، أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة تلعب دورا هاما في صياغة الأفكار والثقافة، وأن من يملك الوسائل الإعلامية وينحكم بها، يمكنه التحكم بما يكتسبه الفرد من فكر وثقافة، يمكن أن تُعزز أو تهدد الأمن الفكري للأفراد بما ينعكس على استقرار/عدم استقرار المجتمعات.¹ فأصحاب السلطة السياسية، الاقتصادية، الثقافية أو الدينية يقومون بتوظيف الإعلام كأداة لاستيلاء الوعي، وأن الإعلام بمختلف مؤسساته وأدواته يساهم في إعادة بناء الرموز والمعاني، وتشكيل الاتجاهات والمواقف،² وأن إنتاج وصناعة المعلومة المفضية إلى تشكيل المعرفة يكون دائما في صالح أولئك الذين بيدهم السلطة، أو من يساندهم من أصحاب المصالح.³ وللاستزادة يمكن الإشارة هنا إلى أن المعلومات تعتبر من الأشكال الأساسية الأولى للمعرفة، وطريقة لملاحظة العالم والتفكير فيه، ومصدر أساسي للفعل في المجتمع، لأن الأفعال؛ الفردية والجماعية، مبنية على المعلومة التي تحدد اتجاهاتهم نحو المواضيع، الأفكار والأشخاص، وعلى أساسها يتم تبني المواقف التي تنعكس على سلوكياتهم.⁴

إن الواقع الإعلامي اليوم؛ يدفعنا لطرح سؤال؛ ملج، من يحمي المجتمع من ممارسات وسائل الإعلام؟ في ظل اهتمام الدول الغربية؛ على سبيل المثال لا الحصر، في إيجاد قنوات ووسائل للإعلام الموجه، الذي يستهدف جمهور المنطقة العربية يثير مخاوف وتسؤلات مشروعة، حول أسباب هذا الاهتمام المتزايد، فما يحدث اليوم من انتشار واسع للإعلام الغربي الناطق باللسان العربي، يشبه إلى حد بعيد انشاء الإذاعات الغربية التي كانت موجهة لدول شرق أوروبا منذ سنة 1956 وساهمت بشكل كبير في قيام ثورات ضد الحكومات، تتماشى وأهداف الدول المنشئة لهذه الإذاعات، ويهدف الإعلام الموجه إلى السيطرة على الرأي العام العربي وتوجيهه، بحيث يكون أكثر إيجابية تجاه المشاريع السياسية، الثقافية والاجتماعية التي تدعمها الدول الممولة لهاته المؤسسات، معتمدين في هذا منهج التضليل الإعلامي، يقابله تخلي الإعلام في الوطن العربي؛ في عمومه، عن أدواره المفترضة ليمارس اصطفايا إيديولوجيا، سياسيا، وانسياقا غير مبرر أخلاقيا ومهنيا وراء المخططات والأطماع الفردية والجماعية، المحلية والدولية، فعلى سبيل المثال لا الحصر دائما،

1. عثمان إبراهيم: النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، ط2، دار الشروق، عمان، 2008، ص188.
2. بيار بورديو: التلزيون واليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي، ط1، دار كنعان للنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، 2004، ص26-27.
3. السعيد بومعزة: أثر وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب، دكتوراه، الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2007، ص46.
4. مدفوني جمال الدين: وسائل الإعلام والمجتمع.. التربية الإعلامية لمواجهة التضليل، المنتدى العالمي للتربية الإعلامية في ظل عالم متغير رهانات الواقع وتطلعات المستقبل، جامعة تيسة، الجزائر، 2018، ص03.

ألقى غارد كوهين عام 2007 محاضرة في معهد واشنطن لسياسات الشرق الأدنى تحت عنوان "النساء والشباب والتغيير في الشرق الأوسط ومفهوم الديمقراطية الرقمية"، حيث تحدث فيها عن استراتيجية الدبلوماسية الرقمية قائلا: "الشباب والنساء في الشرق الأوسط أصبحوا ناشجين لاستقطاب التأثير الخارجي عبر البوابات التي تشتمل على مختلف التكنولوجيات، وجاء في تقرير الشؤون الخارجية الأمريكية: "يمكن أن نحقق بعض أهداف سياستنا الخارجية من خلال التعامل المباشر مع شعوب الدول الأجنبية، بدلاً من التعامل مع حكوماتها، من خلال استخدام الأدوات الحديثة وفتيات الاتصال، فيمكننا اليوم أن نصل إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في هذه البلاد، والقيام بإعلامهم والتأثير على اتجاهاتهم، بل يمكن في بعض الأحيان أن نعرضهم على سلوك طريق معين".¹

2. التربية الإعلامية والأمن الفكري

1.2. ماهية التربية الإعلامية:

توصف التربية الإعلامية في إطار العالم الحديث على أنها عملية تساهم في بناء الإنسان، والمساعدة على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام والاتصال، تهدف إلى تشكيل ثقافة التفاعل مع تلك الوسائل، وتنمية المهارات الابتكارية والاتصالية، التفكير الناقد، الاستقبال، التفسير، التحليل، تقييم النصوص الإعلامية والرسائل الاتصالية.

يُعرف المركز الثقافي العالمي التربية الإعلامية على أنها القدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصي للرسائل الإعلامية، والمقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة، والوعي بما يجري حول الفرد بدلا من أن يكون سلبيا ومعرضا للاختراق، ويؤكد المركز على أن التربية الإعلامية أضحت أمرا ضروريا لا غنى عنه، ولا بد للجهات الرسمية وغير الرسمية العمل على تفعيل ألياتها.²

عرفها سلفبلات 'Silverblatt' على أنها: "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير استراتيجيات تمكننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام".³

1. روث أنجلس وأخرون: التلفزيون والطفل، ترجمة أديب خضور، ط1، د ناشر، دمشق، سوريا، 1990، ص100.

2. بشرى الحسين الحمداني: التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2015، ص96.

3. Silverblatt .A: **Media literacy: Keys to interpreting media messages**, 2ne edition, praeger, Westport, CT, p08.

ويرى محمد عبد الحميد أن أهم المعاني التي ركزت عليها التربية الإعلامية تتلخص في الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقهم الاتصالية بوسطتها، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، التحليل الناقد للرسائل والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني، لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره، وثبات النظام الاجتماعية، ودعم المعايير الثقافية والمشاركة الديمقراطية.¹

وقبل التفصيل في ماهية التربية الإعلامية، يجب أولاً أن نوضح للقارئ أمراً مهماً، وهو أن مفهوم التربية الإعلامية؛ عانا ولا تزال، من الخلط بينها وبين مفهوم الإعلام التربوي أو التربية بوسائل الاعلام، كما لا يمكن حصر التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية أو التعليمية، لأن نجاح التربية الإعلامية يتطلب جملة من المعايير التي يجب مراعاتها من قبل المدرسة، الأسرة، المؤسسات الإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني، بمعنى تكامل كل من الانظمة الرسمية والانظمة غير الرسمية في تحقيق أهداف التربية الإعلامية، لأن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظم الاجتماعية والبيئة الاتصالية وسياقاتها،² فإرساء مقومات التربية الإعلامية ليست مسؤولية جهة معينة فقط وإنما هي مسؤولية جماعية، فالأسرة تشارك في عملية التخطيط لاستخدام الأبناء لوسائل الإعلام، ومناقشة الخيارات واتاحة الفرصة لتطبيق بعض مهارات التحليل والنقد،³ عكس ما يراه البعض بأن التربية الإعلامية هي: "تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب في مراحلهم المتقدمة بما يؤدي إلى تكوين حس نقدي صحيح يجعلهم يستطيعون اختيار الرسائل الاتصالية بفهم ووعي". وهو تعريف للتعليم الإعلامي 'Media Education' الذي يعتبره الباحثون ألية لتنفيذ استراتيجيات التربية الإعلامية.⁴ هذا الخلط بين مفهوم التربية الإعلامية والمفاهيم ذات الصلة؛ محو الأمية الاعلامية والرقمية، مرده ارتبط المفهوم بالسياقات التاريخية، التكنولوجيا والحضارية التي حددت أدوار وسائل الإعلام ووظائفها بالنسبة للفرد والمجتمع، التي يمكن أن نجملها في النقاط التالية:

1. محمد عبد الحميد: التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2012، ص118.
 2. فريال مهنة: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2002، ص116.
 3. سماح محمد الدسوقي: التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر المعلومات، دط دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2010، ص211.
 4. رشا عبد اللطيف: معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقاتها في مصر على المضامين التلفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مصر، 2011، ص77.

- **المرحلة الأولى:** ظهر مفهوم التربية الإعلامية في العالم أول مرة أواخر ستينات القرن الماضي، حيث ركز الخبراء على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية ملموسة؛ أي اعتبارها "وسيلة تعليمية" وتعتبر كندا السبّاقة في هذا المجال حيث أدرجت مادة التربية الميديا تيكية ضمن مقررات التعليم سنة 1960، لما لها من مميزات كوسائل تعليمية، وأنشأت مخابر لإنتاج حصص وبرامج تكون قريبة من الطفل ومثيرة له.¹

- **المرحلة الثانية:** بحلول السبعينات بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم الفرد وتزويده بمعارف حول الإعلام، وانصب التركيز على كشف الرسائل المزيفة، والقيم غير الملائمة؛ تزامنا مع بروز باحثين ينتمون إلى المدرسة النقدية ورواد الدراسات الثقافية في بريطانيا، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها، بمعنى آخر "مشروع حمائي" **protectionist** يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وما عزز هذا التوجه تبلور نظرية الغرس الثقافي بعد الدراسات التي أجرتها لجنة مختصة معينة من قبل الكونغرس الأمريكي لدراسة ظاهرة نقشي العنف في المجتمع الأمريكي، فالهدف الأساسي من التربية الإعلامية هو حماية أفراد الأسرة والأطفال تحديدا من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة.²

المرحلة الثالثة: في السنوات الأخيرة تطور مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد مشروع دفاع فحسب، بل "مشروع تمكين" **empowerment** أيضا يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية واكتساب المهارات الاتصالية،³ لاستخدام مضامينها وإدارة أدواتها الحديثة، في ظل تحول المجتمعات الاستهلاكية الصناعية، إلى مجتمعات استهلاك المعلومات وإدارة التكنولوجيا لتنمية الوعي بالتربية الإعلامية.⁴

2.2. مجالات التربية الإعلامية أهدافها:

على الرغم من جدة وحدائة هذا الحقل البحثي، إلا أنه تعددت المقاربات النظرية والتطبيقية، التي تصدرت بالدراسة لموضوع التربية الإعلامية، بدأ بالمقاربة السيميولوجية والجمالية؛ التي تُركز

1. Renee Hobbs and Amy Jensen: **The Past, Present, and Future of Media Literacy Education**, Journal of Media Literacy Education(JMLE), 2009, p01.

2. فاضل محمد البدراني: التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي، مجلد39، العدد452، لبنان، 2016، ص142.

3. سامية خضر صالح: أهمية التربية الميديا تيكية في زمن تعدد وسائل الإعلام، مجلة الإذاعات العربية، العدد02، تونس، 2005، ص42.

4. Barbro Oxstrand : **Media Literacy education, a discussion about Media education in the Western countries, Europe and Sweden**, Paper presented at the Nordmedia09 conference in Karlstad University, Sweden, 2009.p06.

على دراسة المحتوى الاتصالي من حيث اللغة؛ أشكال الخطاب؛ الرموز والصورة،¹ ثم المقاربة الأخلاقية والسوسيوسياسية، التي ركز المهتمون بها والداعمون لها على مسألة القيم، التي تروج من خلال الرسائل الإعلامية، والتبنيه إلى التأثير الذي تمارسه مختلف وسائل الإعلام على القيم السائدة، كالبحت في كيفية غرس الأشهار لمفهوم السعادة وقيم النجاح، وكذا البحث في القيم المزروعة بالبرامج التليفزيونية والألعاب الإلكترونية، والتي تتضمن حلولاً للمشاكل التي يعاني منها الفرد والمجتمع، أما المقاربة السوسيوثقافية والاقتصادية فتركيز على ضرورة فهم التاريخ الثقافي والاجتماعي لتطور وسائل وتكنولوجيا الإعلام، والبنية الاقتصادية (المؤسسية) لهذه الوسائل ودورها في تنمية المجتمع وأدائها ضمن الاقتصاد العام، والعلاقة التي تربطها أو تفرضها على إنتاج المحتوى الإعلامي، وأخيراً مقارنة استخدامات المتلقي؛ تهتم بدراسات أنماط وعادات استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وامتلاكها، من أجل تطوير الممارسات المعرفية في كيفية استخدام الوسائل الإعلامية وتطويرها.²

ويمكن القول أن قياس أهمية التربية الإعلامية تتجلى من خلال أهدافها التي ترمو إلى تحقيق تنمية الأفراد وتمكينهم من:

- القدرة على الوصول إلى المعلومة من مصادر متنوعة، حتى يتسنى للفرد المقارنة بينها، فالحقيقة ليست مفهوماً ثابتاً؛ فكما يقال الحقيقة لها عدة أوجه، وتنمية مهارات حسن الاختيار، واتخاذ قرار التعرض الانتقائي للمضمون الإعلامي الذي يناسب الفرد، ومن ثم الوسيلة الإعلامية التي يتابعها ويتفاعل معها.
- تطوير قدرات الفرد المستخدم لتمكينه من التعرف على العلاقة بين المحتوى الإعلامي والواقع، وتلقينهم المبادئ الرئيسية للتفسير والانتقاد، مما يساهم في بناء الوعي الإعلامي وثقافة اتصالية لدى الإنسان، ويساعد على تقييم الرسائل الإعلامية الصريحة والضمنية، من خلال طرح أسئلة لماذا تتكرر القوالب النمطية؟ كيف يتم اتخاذ قرارات النشر، ولماذا؟ ما علاقة المضمون الإعلامي بتوجهات المؤسسة؟ من المتضرر ومن المستفيد؟

1. Alexander Fedorov : **modern media education models**, Acta didactica napocensia, vol04, 2011, p74.

2. عبد الوهاب بوخنوفة: الطفل العربي والتربية على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية البصرية الدور الغائب للمدرسة، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2005، ص80.

- تحديد، تجنب أو مواجهة محتوى وسائل الإعلام والخدمات التي قد تكون غير مرغوب فيها والمسيئة لقيم الفرد ومعتقداته.¹
- مساعدة الأفراد على امتلاك المهارات اللازمة والضرورية، لتمكينهم من الانخراط بشكل ايجابي مع بيئتهم الإعلامية الجديدة؛ والمعقدة بشكل متزايد،² من خلال دفعهم لإنتاج محتويات ذو قيمة وفائدة، تجنبهم الانسياق وراء الممارسات غير أخلاقية والمسائلة القانونية.³
- تكريس الوعي الإعلامي الذي يمكن القول أنه عملية عقلية معقدة تؤسس من المعرفة، التفكير والإدراك، يتيح للمتلقي القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهما صحيحا، والإحاطة الكافية بماهية المؤسسات الإعلامية وعلاقتها بمختلف المؤسسات والنظم الأمنية، السياسية، الاقتصادية والثقافي، وملكيته ومصادر تمويلها، حتى تتجلى للفرد المتلقي أو المستخدم خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها ومن ثم تبني موقف صحيح إزاءها، وهو أحد الآليات الضرورية للتعامل مع وسائل الإعلام ومضامينها، للكشف عن الممارسات الإعلامية غير الأخلاقية وغير المهنية؛ كالتضليل، نشر الأكاذيب والدعاية، والتعرف على الأجندات والأهداف المعلنة أو الضمنية التي يسعى القائمون على المؤسسات الإعلامية إلى تحقيقها.

3. التربية الإعلامية ودورها في الحفاظ على الأمن الفكري وتعزيز الاستقرار الاجتماعي:

إن السعي لتحقيق الأمن الفكري؛ وإثارة موضوعه وأبعاده المتعلقة بالأمن المجتمعي/القومي هدفه المحافظة على الموروث الثقافي والحضاري المشكل لمعالم الهوية وتحقيق ذاتها، بما يفضي إلى تحقيق التلاحم بين أفرادها في الفكر، المنهج، السوق والهدف، بما يوفر الاستقرار في الأفكار الراقية والايجابية ويؤدي إلى بناء الوعي السلمي، ويصبح بذلك هذا الأمن أداة تساهم في النماء وتحقيق البقاء وضمانة تمنع التلاشي والفناء، وفي المقابل فإن انعدام الأمن الفكري، وما يشكله من تحديات ومخاطر على استقرار المجتمعات، لا يتوقف أثره على المستوى الثقافي فحسب، بل يمتد

1. Tarlach McGonagle : **Media Literacy: No Longer the Shrinking Violet of European Audiovisual Media Regulation?**, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, France, 2011, P09.

2. Tibor koltay : **The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy**, SAGE Publications, Media Culture & Society, Vol 33, N02, 2011 , PP211,221.

3. Bruce Christine : **Information Literacy as a Catalyst for Educational Change ; a Background Paper**, university of arizona, 2002, P01.

انعكاسه ليشمل مختلف الأنساق الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، بما يهدد كيان المجتمعات وحضاراتها¹.

وفي هذا الشأن يقول إدوارد بيرنز: " لو فهمنا أليات الفعل الجماعي ودوافعه، أليس من الممكن التحكم والسيطرة على الجماهير".² فعلى سبيل المثال لا الحصر تمثل مواقع التواصل الاجتماعي الوسيط الاتصالي الذي يمكن للفرد المستخدم من الكتابة، القراءة والمشاهدة، ونتاج المحتوى والتفاعل، التعارف وإنشاء جماعات افتراضية ذات الاهتمام؛ أو النشاط المشترك في نفس الوقت،³ إلا أنه أثار في الجهة المقابلة عدد من القضايا؛ كالخصوصية، الهوية، العلاقات الاجتماعية، وتبرز قضية سلامة البناء الفكري والتماسك الاجتماعي كواحدة من أهم القضايا المطروحة والمتعلقة بالمواقع والشبكات الاجتماعية؛ وعمق هذا الاتجاه غياب عامل الثقة في العالم الافتراضي؛ الذي يطرح مزيدا من التحديات فيما يخص قضية الأمن الفكري والاستقرار الاجتماعي، خاصة بعد الأحداث التي عاشتها المنطقة العربية منذ سنة 2011، وأطلق عليها بعض الأكاديميين والباحثين " ثورات القوة الناعمة في العالم العربي" لذا تبرز الضرورة الملحة لتفعيل التربية الإعلامية كألية لحماية الأمن الفكري؛ تعزيزا وحفاظا على الاستقرار الاجتماعي، فالمجتمع الجزائري على سبيل المثال، يعتبر من بين أكبر المتضررين من انعدام الأمن الفكري وغياب استراتيجية واضحة لحماية مقوماته، نتيجة للتحويلات الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية التي مر بها المجتمع؛ ولا يزال يجتاز مرحلة الانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث؛ في إطار استراتيجيات الدولة وخططها للنهوض بالدولة الجزائرية، الذي أثمر نتائج إيجابية على مستوى نمو الوعي والتفكير، إلا أن هذا التغيير أو التحديث؛ غير مخطط له بما فيه الكفاية، وغير مكيف مع مجتمع عانى من استعمار غاشم، وسنوات من أعمال عنف وإرهاب، أدى إلى تبلور معالم ظاهرة؛ أطلق عليها في الأوساط الأكاديمية الصدمة الحضارية،⁴ أدت إلى حدوث انسلاخ عنيف ومفاجئ للمبادئ التي سادت ولفترات طويلة، تجلى في أساليب ونمط عيش الأفراد وطرق تفكيرهم، والقرارات التي يتخذونها في ضوء تلاشي تدريجي لمعالم الهوية وتماسكها، وأدى إلى حدوث اختلالات في مختلف نواحي الحياة

1. جمال نور الدين: دور المعتقدات الدينية في الحفاظ على الأمن الفكري والسلوكي للأفراد في المجتمع الجزائري، مجلة التواصل للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد36، 2013، ص63.

2. محمد علي فرح: صناعة الواقع؛ الاعلام وضبط المجتمع، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2014، ص80.

3. صادق رابع الحمامي: إعلام المواطن؛ بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد06، المملكة العربية السعودية، 2010، ص225.

4. سفيان بوعطيط، مرجع سبق ذكره، ص146.

الفردية والجماعية.¹ وانطلاقاً من القاعدة المتعارف والمتفق عليها " الفكر لا يعالج الا بالفكر " يطرح الباحث فكرة وموضوع التربية الإعلامية كأداة أو آلية يمكن من خلالها تحقيق الأمن الفكري وتعزيز استقرار المجتمع. لكن السؤال المطروح هل إذا تم الحجر على الأفكار والطروحات التي من شأنها تهديد الأمن الفكري واستقرار المجتمع، يعتبر الحل الأنسب للحفاظ على البيئة التي تساهم في البناء السليم للوعاء الفكري والحضاري للأفراد؟ أم بالانفتاح على مختلف تيارات الفكر الانساني في إطار يميزه احترام القواعد الأخلاقية التي تضبط النقاشات أي كان موضوعها؟ وإذا اعتبرنا الحجر جدلاً الأنسب، هل يمكن فعلاً تحييد الفرد ومنعه من استخدام مختلف وسائل الاعلام والاتصال؛ في ظل انتشارها الواسع وتغلغلها العميق في النسيج الاجتماعي والعائلي، وبين مختلف فئات المجتمع ومكوناته، وهل يمكن الوقوف في وجه المد الإعلامي الجارف العابر للحدود، بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام الحديثة يميزها بوجه عام أو تنطوي في جوانبها التكنولوجية على الميل إلى توليد السلبية، فليس هناك ما هو أسهل من إدارة مفتاح التشغيل، وترك الصور والأفكار تشق طريقها إلى العقل دون وساطة في غالب الأحيان، أو بوساطة مشبعة بالإيديولوجيا والتحريف، فمصادر المعلومات وأدوات النشر والتفاعل والتنشئة أضحت بفعل التكنولوجيات الحديثة خارج آليات السيطرة والتحكم، خاصة بالنسبة للدول النامية التي يميزها نقص الامكانيات والتدابير،² ويمثل أهم التحديات الأمنية المعاصرة بالنسبة لهاته المجتمعات.

لذا يرى الباحث مفهوم أن الأمن الفكري يكتسي دلالة أعمق في واقع محفوف بالمخاطر والصراعات، وبيئة اجتماعية يميزها التشعب المتزايد بمختلف تكنولوجيات الإعلام والاتصال، التي تساهم في تشكيل اتجاهات الفرد وبناء تصوراته وتوجيه تفكيره، من خلال وظيفة التفسير والشرح، التي لا تخل من الصبغة الايديولوجية، كما يمكن أن تتحول بوصلة وظائفها نحو وجه ومنطق من يقف وراءها ويتحكم في مضامينها، فتتحول وظيفة التوجيه إلى خلل وظيفي يتجسد في التضليل، ومن نقل الوقائع إلى تحريفها وتزييف الحقائق، بما يؤثر على سلامة البناء الفكري للأفراد وينعكس سلباً على استقرار المجتمع، فوسائل الإعلام أضحت تساهم؛ بما لا يدع مجالاً للشك في توجيه الميول والمشاعر، وتنمية القدرات والمواهب، وفي إعداد الروح وبناء الجسم، نتيجة توفر هذه الوسائل على آليات الاختراق والجذب والابهار، والقدرة على تكوين شخصية الفرد وتشكيل معالم

1. دحمانى سليمان: ظاهرة التغير الاجتماعي في الجزائر؛ العلاقات، مذكرة ماجستير، قسم الثقافة الشعبية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2006، ص03.

2. باقر النجار: الفضاء السيبراني وتحولات القيم؛ مقارنة عربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 382، 2011، ص69.

هويته؛ وفق خصوصية كل وسيلة وفي إطار البيئة الاجتماعية التي تتواجد فيها وتتفاعل مع باقي عناصرها، فالتغيرات الاجتماعية والثقافية التي يشهدها العالم بفعل الضغط المتزايد للعولمة، أثرت في بنية المجتمعات وتركيباتها واستقرارها،¹ ومكنت الوسائل والتكنولوجيات من تبوء مكانة لتصبح بمثابة الرافد الذي ينهل منه الصغار والكبار أفكارهم ومعلوماتهم وتشكل خبراتهم، وأضحت هذه الوسائل تشغل أوقاتهم أكثر مما يفعله أي نشاط آخر؛ في الغالب، أثر هذا الواقع والتغيرات العميقة في مراكز وأدوار وأهمية مؤسسات، التنشئة الاجتماعية؛ التي كانت منذ عهد قريب، محصورة في الفضاء الأسري والمدرسي، لصالح المؤسسات الإعلامية وتكنولوجيات الاتصال الحديثة، والتي تقوم بدور أساسي في تلقين المنظومة المعرفية المنسلخة عن سياقها التاريخي للقيم السلوكية والنزوح باستمرار نحو الترفة الاستهلاكية، ومن خلال هذه الوظيفة يمارس الإعلام أخطر أدواره الاجتماعية التي تتمثل في إحداث ثورة إدراكية ونفسية تستهدف إعادة تأهيل البشر لتكيفهم مع متطلبات العولمة وشروطها.

ونظرا لهذا الواقع؛ وجب التسلح بالمعرفة التي يمكن لها إلى حد بعيد أن تحصن الأفراد وتقيهم المخاطر الإعلامية، من خلال محاولة تمكينهم من فهم أليات عملها، وطبيعة العلاقة التي تربطها بالنظم السياسية والاقتصادية، المؤثرة في مخرجات الوسائل الإعلامية ووظائفها بالنسبة للفرد والمجتمع، فالباحث محمد عبد الحميد يرى بأن التربية الإعلامية تهدف إلى المحافظة على الهوية الثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية، إضافة إلى ملاحقة التطورات السريعة لتكنولوجيا الاتصال وبناء الشبكات والمجتمعات الافتراضية، والإفادة منها بشكل جيد بالنسبة للفرد والمجتمع.² وأن نجاح التربية الإعلامية يتطلب مجموعة من المعايير التي يجب مراعاتها من طرف المدرسة، الأسرة، المؤسسات الإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني، بمعنى آخر ضرورة تكامل كل من الأنظمة الرسمية والأنظمة غير الرسمية في تحقيق أهداف التربية الإعلامية التي تصب كلها في خندق بناء الوعي الفكري وتحقيق التماسك الاجتماعي.

خاتمة:

إن الحديث عن الأمن الفكري لا يمكن بأي حال من الأحوال تصنيفه ضمن خانة الترف الفكري، ببساطة لأنه يمثل أحد مقومات الحياة وسبب في الاستقرار والاستمرار أو العكس، في ظل

1. معتصم زكي: الشاشة الصغيرة وأثرها في سلوكيات الأطفال، مجلة التربية، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 154، قطر، 2005، ص 264.

2. محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 123.

توفر أدوات الاختراق والهيمنة التي يغذيها صراع المصالح، والسعي الحثيث منذ نهاية القرن الماضي إلى إحداث التغيير الثقافي والفكري على المستوى العالمي بتوظيف الأدوات والأساليب الناعمة، وهذا يؤشر على ارتباط الأمن الفكري عضوياً بهوية الأمم وموروثها الثقافي والحضاري، لذلك نجد أن وحدة الأمم ووحدة فكرها هي هدف رئيسي لكل من يريد ضرب استقرار الدول والجماعات، ما يستدعي من الجهات الرسمية والأهلية وشركاء التنمية تبني استراتيجية متكاملة يمكن من خلالها التصدي لهذا الخطر الذي يهدد أمن الوطن ويزعزع استقرار المجتمع، والسعي بجد لتوفير الآليات الضرورية لتحقيق الأمن الفكري لدى الأفراد، والتي يمكن أن تمثل التربية الإعلامية أحدها لمواجهة التحديات التي يفرضها المد الإعلامي والانفجار المعلوماتي، فالانفتاح اللامحدود على العالم بثقافته المختلفة، أوجد العديد من الإشكاليات المعرفية، كما أحدث نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، تستدعي من المسؤولين، الباحثين والمهتمين التعمق في دراسة مخرجات إعلام القرن الواحد والعشرين، وبناء استراتيجيات تتيح للأفراد التعامل الواعي معها، واكسابهم المهارات والقدرات لتجنب كل ما قد يؤثر على سلامة البناء الفكري، الأخلاقي والسلوكي للأفراد ويدعم استقرار المجتمع، على اعتبار أن التربية الإعلامية آلية لرفع معايير الذوق والجودة، والحفاظ على الهوية وتعزيز قيم المواطنة.

قائمة المراجع:

الكتب:

- بشرى الحسين الحمداني (2015)، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط(1)، دار وائل للنشر، عمان.
- بقاسم بن روان (2007)، وسائل الإعلام والمجتمع، د(ط)، دار الخلدونية، الجزائر.
- بيار بورديو (200)، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الطلوجي، ط1، دار كنعان للنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، سوريا.
- جوزيف ناي (2007)، القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، تر: محمد توفيق، عبد العزيز الثنيان، ط(1)، دار العبيكان للنشر، الرياض.
- روث أنجلس وآخرون (1990)، التلفزيون والطفل، ترجمة أديب خضور، ط(1)، د ناشر، دمشق، سوريا.
- سماح محمد الدسوقي (2010)، التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر المعلومات، د(ط)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر.
- عبد الغني أمين سعيد (2008)، وسائل الإعلام الجديد والموجة الرقمية الثانية، د(ط)، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- عثمان إبراهيم (2008)، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، د(ط)، دار الشروق، عمان.
- علي الدين هلال (1991)، تحديات الأمن القومي في العقد القادم، د(ط)، منتدى الفكر العربي، عمان.
- فريال مهنة (2002)، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط(1)، دار الفكر، دمشق، سوريا.
- محمد الحبيب حريز (2005)، واقع الأمن الفكري، ضمن كتاب الأمن الفكري، ط(1)، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- محمد حمدان (2010)، الحرب الناعمة، د(ط)، دار الولاء، بيروت.
- محمد عبد الحميد (2012)، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط(1)، عالم الكتب، القاهرة.

- محمد علي فرح (2014)، صناعة الواقع؛ الاعلام وضبط المجتمع، ط(1)، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت.
- مؤيد عبد الجبار الحديثي (2002)، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، د(ط)، الأهلية للنشر، عمان.
- ميشيل مان (1994)، موسوعة العلوم الاجتماعية، تر: عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، مكتبة الفلاح، القاهرة.
- هيربرت شيلر (2007)، الاتصال والهيمنة الثقافية، تر: وجيه سمعان عبد المسيح، مختار محمد التهامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

المقالات العلمية:

- باقر النجار (2011)، الفضاء السيبرني وتحولات القيم؛ مقارنة عربية، مجلة المستقبل العربي، العدد(382)، دبلد.
- جفال نور الدين (2013)، دور المعتقدات الدينية في الحفاظ على الأمن الفكري والسلوكي للأفراد في المجتمع الجزائري، مجلة التواصل للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد(36)، الجزائر.
- حسين علي بحيري(2007)، القوي الناعمة، مجلة مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، د بلد.
- رمضان مريم (2007)، الأسرة ودورها في تحقيق الأمن الفكري داخل المجتمع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد(01)، العدد(05)، الجزائر، 2017، ص328.
- سامية خضر صالح (2005)، أهمية التربية الميديا تيكية في زمن تعدد وسائل الإعلام، مجلة الإذاعات العربية، العدد(02)، تونس.
- صادق رابح الحمامي (2010)، إعلام المواطن؛ بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد(06)، المملكة العربية السعودية.
- عبد الوهاب بوخنوفة (2005)، الطفل العربي والتربية على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية البصرية الدور الغائب للمدرسة، مجلة الإذاعات العربية، العدد(02)، تونس.

- فاضل محمد البدراني (2016)، التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي، مجلد(39)، العدد(452)، لبنان.
- معتصم زكي (2005)، الشاشة الصغيرة وأثرها في سلوكيات الأطفال، مجلة التربية، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، العدد(154)، قطر.

الرسائل والأطروحات:

- دحماني سليمان (2006)، ظاهرة التغيير الاجتماعي في الجزائر؛ العلاقات، مذكرة ماجستير، قسم الثقافة الشعبية، جامعة تلمسان، الجزائر
- رشا عبد اللطيف (2011)، معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقاتها في مصر على المضامين التلفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مصر.
- السعيد بومعيزة (2007)، أثر وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب، دكتوراه، الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر.
- سفيان بوعطيط (2012)، القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، رسالة دكتوراه، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، جامعة منتوري، الجزائر.
- عزام أبو الحمام(2011)، تأثيرات العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على حافة الانترنت من وجهة نظر المحررين، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

الملتقيات:

- مدفوني جمال الدين (2018)، وسائل الإعلام والمجتمع.. التربية الإعلامية لمواجهة التضليل، المنتدى العالمي؛ التربية الإعلامية في ظل عالم متغير... رهانات الواقع وتطلعات المستقبل، جامعة تبسة، الجزائر.

المراجع باللغة الأجنبية:

- Alexander Fedorov (2011), **modern media education models**, Acta didactica napocensia, vol04.
- Barbro Oxstrand (2009), **Media Literacy education, a discussion about Media education in the Western countries, Europe and**

- Sweden**, Paper presented at the Nordmedia09 conference in Karlstad University, Sweden.
- Bruce Christine (2002), **Information Literacy as a Catalyst for Educational Change; a Background Paper**, university of arizona.
 - Renee Hobbs and Amy Jensen (2009), **The Past, Present, and Future of Media Literacy Education**, Journal of Media Literacy Education(JMLE).
 - Silveblatt .A, **Media literacy**, Keys to interpreting media messages, 2ne edition, praeger, Westport, CT.
 - Tarlach McGonagle (2011), **Media Literacy: No Longer the Shrinking Violet of European Audiovisual Media Regulation?**, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, France.
 - Tibor koltay (2011), **The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy**, SAGE Publications, Media Culture & Society, Vol 33, N02.

القنوات التلفزيونية الخاصة في علاقتها بالسلطة السياسية وثنائية الدعاية
والتهويل-قناة النهار TV أنموذجا

**The private television channels in relation to political
authority and bilateral publicity and intimidation. EI NAHAR
TV as a model.**

كرايس الجيلالي : باحث دكتوراه علوم، الجامعة الاصلية: جامعة وهران 2 ،
الجزائر

عباس الزهرة: باحثة دكتوراه LMD، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم،
الجزائر

دربالي أحمد: دكتوراه علوم علم الاجتماع الجنائي، الجامعة الاصلية: جامعة
الجزائر 03

ملخص:

يبقى الإعلام سلطة بما يمارسه من هيمنة وتأثير على الرأي العام، خصوصا بعد ظهور القنوات الخاصة في الجزائر وخروجها من نظام الأحادية (القطاع العام)، أين شكل متغير هام في اللعبة السياسية، من حيث الضغط على توجهات السلطة السياسية أحيانا، وأحيانا أخرى يمارس نوع من الدعاية لها، وهذا راجع إلى نوع العلاقة التي تحكم السلطة بوسائل الإعلام، إذ يبدو الفاصل جد واهي بين فكرتي التهويل الإعلامي و الدعاية المبتذلة، في المشهد الإعلامي الجزائري، وهنا يصبح من الضرورة طرح مسألة الاحترافية والمهنية، فهل تستوجب صدام دائم مع السلطة السياسية او تتطلب العكس، من ممارسة لدعاية مجانية للسلطة الحاكمة؟ وهذا ما دفعنا إلى الاقتراب من القنوات الإعلامية الخاصة في الجزائر، وتسليط الضوء على مدى احترافيتها ومهنتها في تناول الشأن العام السياسي، وعلاقتها بالسلطة، وهذا انطلاقا من مواقف المشاهدين وردة فعلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الكلمات المفتاحية: السلطة السياسية، التهويل الإعلامي، الدعاية المبتذلة، الاحترافية، الرأي العام

Summary :

The media remains empowered by the influence exercised by the hegemony and influence on public opinion, especially after the emergence of private channels in Algeria and its departure from the system of monopolization (public sector) where it made an important variable in the political game in terms of pressure on the orientations of political power sometimes other times it practiced a kind of propaganda and this is due to the type of relationship governing power in the media, and it seems to be very much between the ideas of media intimidation and vulgar propaganda in the Algerian media scene, here it is necessary to expose the issue of professionalism and does it require a permanent clash with the political authority or demand the opposite of free propaganda for the ruling authority? This has led us to approach special channels in Algeria and to highlight the extent of its professionalism in dealing with the public political issue and its relationship to power and this is based from the viewer's attitudes and their reaction through social networking sites.

Key words: Political power Media intimidation Vulgar advertising Professionalism Public opinion.

مقدمة:

يقول «نعوم تشومسكي»: " إن الدعاية الإعلامية في النظام الديمقراطي هي بمثابة الهراوات في النظم الشمولية"¹، إنها مقولة تشير بوضوح إلى الدور المحوري والخطير، الذي تلعبه وسائل الإعلام، ومدى تأثيرها في توجه الرأي العام، وكذلك وجود علاقة تكاملية بينها وبين السلطة الحاكمة في النظم الديمقراطية، حيث يختفي القمع المادي، أو ممارسة العنف من أجل توجيه الرأي العام، ويتحول إلى نوع من القوة الناعمة، التي تحدث عنها الأستاذ جوزيف ناي حيث يقول: القوة الناعمة هي جعل الآخرين يريدون ما تريد، تختار الناس بدل إرغامهم²، أي التأثير دون حاجة إلى استعمال القوة أو القهر، وهذا ما تحتاجه الأنظمة الديمقراطية، توجيه الرأي العام بنوع من السلاسة.

وهنا يبرز دور وسائل الإعلام، التي تلعب دور الدولة البوليسية في إسكات الناس أو توجيه آرائهم، حيث أن جاذبية الإعلام وتحالفه مع قوى المال والسلطة، سيؤثر حتما في توجه المواطنين، ويؤدي إلى تمرير العديد من السياسات والقرارات، لكنه أيضا يمكن أن يكون هاجسا للسلطة السياسية، إذا انفلت من بين يديها، وتحول إلى ممارسة التهويل الإعلامي وتسويد المشهد.

1- ناعوم تشومسكي، السيطرة على الإعلام، تر: أمينة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، جمهورية مصر العربية، 2003 ط1، ص 12.
2- جوزيف س ناي، القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، ترجمة محمد توفيق البجريمي، العبيكان للنشر، السعودية، الطبعة الأولى، 2007 ص 25.

إن ثنائية التهويل والدعاية واضحة الوجود في المشهد الإعلامي الجزائري في طابعه المتسقل، خاصة مع اعتماد جملة من القنوات الخاصة، التي تربطها علاقة رمادية بالسلطة السياسية، فمن جهة نجدها تمارس نوع من الدعاية، ومن جهة أخرى تعمل على تمرير الخطاب السياسي الرسمي، وهنا يمكن طرح إشكالية هذه الدراسة، والتي اخترنا له قناة النهار كنموذج لقناة خاصة، لها مكانتها في المشهد الإعلامي والسياسي في الجزائر، وقد جاء سؤالها المحوري كالآتي: ما هي تصورات ومواقف المتلقي الجزائري من مصداقية المحتوى الإعلامي الذي تقدمه القناة الخاصة النهار TV؟ حيث كما بتفريع هذه الإشكالية الى جملة من التساؤلات الفرعية: ما مدى احترافية القنوات الإعلامية الخاصة في الجزائر؟ وما طبيعة العلاقة التي تحكمها بالسلطة السياسية؟ وهل المتلقي الجزائري يثق فيما تقدمه هذه القنوات من دعاية مفرطة أو تهويل مبتذل؟

وبهدف الاجابة عن هذه التساؤلات، قمنا بوضع فرضيتين أساسيتين لإشكالية دراستنا تمثلتا في:

- ♦ المتلقي الجزائري لا يثق في مصداقية قناة النهار وما تقدمه من أخبار حول المشهد السياسي في الجزائر.
- ♦ السلطة السياسية هي من توجه مضمون ونوعية المحتوى الإعلامي لقناة النهار TV.

ومن أجل إضفاء الصبغة العلمية والمنهجية لبحثنا هذا، اعتمدنا في الإطار النظري على فكرة نعوم تشو مسكي حول سلطة وسائل الإعلام، والدور الذي تلعبه في الضغط على الرأي العام، وعلى السلطة السياسية في نفس الوقت. ولوصف وتحليل الظاهرة محل الدراسة، تبيننا المنهج الوصفي، وتقنية الملاحظة البسيطة، وذلك عن طريق تتبع محتوى منشورات وتعليقات المتلقين حول قناة النهار TV على مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، خاصة ما تعلق منها بالسلطة السياسية. لكن قبل الولوج في مضمون الدراسة، كان لابد لنا من توضيح المفاهيم، التي اعتمدناها في تحليلنا حيث ركزنا على جملة من التعريفات الاجرائية، وذلك من أجل تجنب الحشو والتكرار، عن طريق الخوض في التعريفات الاصطلاحية واللغوية.

أ. السلطة السياسية: ونقصد بها مؤسسة الحكم في بلاد ما، التي تسعى إلى الاحتفاظ بالسلطة والقيادة عن طريق توظيف مختلف الوسائل، كوسائل الإعلام من أجل الترويج لبرنامجها

وأيدولوجيتها، عن طريق الضغط عليها أو تمويلها، بهدف تمرير خطاباتها والحصول على مساندة.

ب. **التهويل الإعلامي:** ونقصد به عملية تضخيم الاخبار والاحداث، وتوجيه المتلقي نحو تكوين فكرة معادية للسلطة السياسية، عن طريق التركيز على الاخبار والاحداث والمشاكل الاجتماعية والاقتصادية، وتحميل المسؤولية للسلطة السياسية.

ت. **الدعاية المبتذلة:** ونقصد بها تلك الدعاية والترويج المجاني للسلطة السياسية، عن طريق المبالغة في تلميع صورتها، وربط كل الأمور الجيدة بها، ونفي كل المشاكل عنها، بطريقة مكشوفة ومفضوحة، لدى المتلقي.

ث. **الاحترافية:** ونقصد بها موضوعية القنوات الإعلامية في نقل الأخبار بحيادية، دون إقحام الذاتية وذلك بابتعاد عن فكرة الترويج أو التحريض، ودون ممارسة أي نوع من أنواع الإكراه على المتلقي.

ج. **الرأي العام:** ونقصد به المزاج السياسي والإعلامي، الذي يكونه المتلقي حول الوضع العام، من خلال ما تنقله وسائل الاعلام من اخبار، وهو مزاج احيانا يكون مؤيدا للسلطة السياسية، وفي احيان اخرى معاديا لها، ووسائل الاعلام تلعب دورا بارزا في توجيهه وتكوينه.

1. وسائل الإعلام وفكرة صناعة الرأي العام:

يقال أن "الإعلام وسيط بين الحكومة والمجتمع" لأنه ميكانيزم مهم، يلعب دورا في إعطاء صورة واضحة حول الوضع العام، والأحداث السياسية في المجتمع، وبالتالي توجيه بوصلة الرأي العام، إلا أنه ومن الصعب القول: إن هناك رأيا عاما، يُجمع الناس عليه، فهم ينقسمون من حيث رضاهم عن الأوضاع القائمة، إلى أمزجة أربعة¹ حسب أورانس لوييل LURANS LOUWEL. ولعل ما يفسر هذا الرأي، هو تمايز درجة تأثير الإعلام، لاسيما التلفزيون في طبقات المجتمع، كون هذا الأخير يقوم بنوع من الدعاية، فليس هناك إعلام محايد، خاصة عندما تكون التجربة

1- تمثلت هذه الأمزجة التي ذكرها اورانس لوييل في كتابه 'الرأي العام في الحرب والسلام' في ما يلي:

أ. مزاج رجعي: لا يرضي عن الوضع القائم ولا يستبشر بالمستقبل.
ب. مزاج محافظ: أصحابه راضون بما هو موجود، ويحاولون دائما المحافظة عليه دون أية محاولة للتجديد أو تقبل الجديد.
ت. مزاج حر: أصحاب هذا الاتجاه يرضون ببعض الحاضر، أو بعض الوضع القائم، لا كله مع تفاؤلهم بالمستقبل واستعداداتهم لتقبل الجديد إلى حد كبير.
ث. مزاج راديكالي: أصحاب هذا الاتجاه راضون للأوضاع القائمة، ولا يرضون بالحاضر ويرون أنه لا أمل إلا في المستقبل وفي تغييرات جذرية لما هو موجود. (أنظر: بن عباس فتيحة، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر: مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية استطلاعية)، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2012، ص 88.

حديثاً، في بلد ما، حكمه لزمّن طويل الرأى الواحد، والتلفزيون العمومي الموجه، فتجربة الانفتاح والتعدد، تبقى لفترة من الزمن وفيه للفكر الاحادي، وهي تتجنب الصدام المباشر مع السلطة الحاكمة، خاصة عندما نتحدث عن أزمة التمويل، وذلك الارتباط الجيني بالخرينة العمومية، فالقنوات الخاصة اليوم في التجربة الجزائرية، هي قنوات لا تزال مرتبطة بالنظام أو ما يمكن التعبير عنه بعلاقة المشيمة بالرحم، وهنا نجد تلك القنوات وان تبنت خطاب حاد ومنتقد اتجاه السلطة السياسية، إلا أنها لا تخترق مسافة الامان، ولا تتعدى الخطوط الحمراء، خاصة إذ حاولنا نتبع ما هو مسكوت عنه، والهدف من وراء أي عملية إعلامية، فما بين السطور يعتبر أهم من المصرح به، إنها قواعد أسس لها علم الاجتماع في تفكيكه للخطاب. حيث نجد ناعوم تشومسكي يتحدث عن دور الإعلام في صناعة الرأى العام، موظفا فكرة الأثار الانعكاسية للخطاب الموجه نحو مجتمع متعدد التوجهات والفئات، حيث يقول: "البحث عما هو محذوف في الحملات الدعائية أمر ينور العقول"¹

فالأمر يتعلق بالمستوى الثقافي والاجتماعي، وكذا الفئة العمرية، وكيف يستطيع الإعلام مخاطبة كل فئة عن طريق خبر واحد، هو يدرك جيدا الفئة المستهدفة، التي سنتبنى خطابه، وتفهمه على أنه خطاب محايد، أو ينقل الواقع، لكن سرعان ما يتحول الواقع إلى نوع من الحشو والأدلجة، للمتبعين، وخلق مزيد من الموالين للنظام وللقناة، عن طريق خطاب حاد لكن دائما يفصل بين السلطة المركزية كسلطة نزيهة وبين السلطات المحلية، كسلطة فاسدة، أي ثنائية المركز والأطراف، وبذلك فإن القناة تضمن عدد كبير من المشاهدين، وفي نفس الوقت تدافع عن صانع القرار في مستواه الأعلى، وبذلك تكون درجة التأثير قوية على المتلقي، من الطبقة البسيطة والكادحة، في المجتمع الجزائري، التي طالما تكون المتضرر الأول من التغيرات والأحداث المفاجأة، ومما يحدث على المستوى المحلي، فالمتلقي البسيط لا يدرك أو لا يستوعب الصرعات السياسية على المستوى هرم السلطة، لكنه ناقد على الأوضاع المحلية، ويبحث عن نبرة إعلامية حادة في التعامل معها.

فلا نستطيع إنكار أن الإنسان أصبح أسير الإعلام ووسائله، لأنها اليوم، هي من تشكل الرأى العام وتحاصر الإنسان ليلا ونهارا، لتمده بالمعلومات والأخبار، صحيحة كانت أو غير صحيحة.² إن هذه المقولة تعكس مدى خطورة الرأى العام، فليس هناك مفر من وسائل الإعلام التي أصبحت

¹- دفيد بارماسيان، أحاديث مع ناعوم تشومسكي: الدعاية والرأى العام، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2004، ط1، ص17
²جون ميرل رالف لونغشتين، الإعلام وسيلة وغاية، تر: خضر الحرايبي الحرثي، دار المريخ، السعودية، 1989، ص38.

بمناخ الثقوب السوداء التي تتمدد باستمرار، وتبتلع كل شيء في طريقها، حيث أن لها قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وتزييف الحقائق، وحصر اهتماماته في الشأن المحلي، بعيدا عن الوضع السياسي العام. فنحن مجبرون على البحث عن ما يدور حولنا، رغم كثرة الاختيارات، فالتنقل من قناة إلى أخرى ومن جريدة إلى أخرى ومن موقع إلى آخر، ما هو إلا عملية مفاضلة بين الأيديولوجيات وبين التخندق الفكري. فالإعلام لا يسعى إلى تنوير العقول، لكنه يسعى إلى تدجينها وخلق الكثير من المؤيدين لطرح ما ولتوسع ثقافي ما على حد تعبير باير بورديو، فنحن أحرار فقط في اختيار التعسف الإيديولوجي، الذي يريحنا لا أكثر ولا أقل، حيث يقول زيغمونت باومن: "هناك ستة مظاهر وأنت حر في الاختيار، لكن اختيار واحد من بين الستة، حيث ليس هناك اختيارات أخرى"¹، وهذا ما يقوم به الإعلام اليوم، فهو يحاصر المتلقي، ويوجه رأيه العام، لكن تلك التوجهات محسومة ومدروسة مسبقا، أي إحداث نوع من الإشباع، لكن في نفس الوقت، نوع من العجز أمام السلطة بصفتها آلهة ضخمة لا يمكن مواجهتها، ولذلك نجد تعليقات المتابعين لقناة النهار محصورة بين متتبع مؤيد ومنسجم، كونها ترصد الواقع المحلي وتكشف مكامن الخلل، وبين متتبع ناقد يعتبر أن ما تقدمه قناة النهار لا يعدو أن يكون حبات أسيرين من أجل تهدئة كل من هو مصاب بمرض مزمن وصداق أرس لا يكاد يفارقه، حيث نجدها تخاطب الواقع وتحاول تعريته، لكن دون تجاوز الخطوط الحمراء، أو دخول منطقة الخطر الخاصة بهرم السلطة.

إن الإعلام اليوم الذي حررنا من خوف مواجهة السلطة بأخطائها، قمعنا بخوف عدم جدوى هذه المواجهة واستحالة نجاحها، إنها تلك الفكرة التي عبر عنها هاربر ماس بالسيطرة القامعة والسيطرة المحررة². فنحن انتقلنا من سيطرة التلفزيون العمومي⁴، الذي نعرف توجهاته السياسية، إلى عدد لا متناهي من القنوات التي يستحيل معرفة لصالح من تعمل، وماذا تريد أن تمرر لنا، حيث تحول التلفزيون إلى بوابة للزمن، فنحن نشغل الشاشة لننتقل في برهة من الزمن إلى عوالم وأكوان مبهرة، تشدنا حد التسمم في أماكننا، إنها تعرفنا على ثقافات ديانات، أخلاق، أعراف، أجناس، لم نكن نعرفها، لو لا ارتباط هذه الشاشة بالكون وتحولها إلى أحد أهم الموظفين لدى العولمة، التي تريد تدمير كل ما هو محلي، والتأسيس لكل ما هو معولم، فالتلفزيون اليوم يضيق على الوطن، ويفتح بيوتنا الصغيرة لتحتضن الكون، إنها نبوءة جيل لويفسكي وجان سيرو في

1- زيغمونت باومن، الأخلاق في عصر الحداثة السائلة، ترجمة سعد البزاعي وبثينة الأبراهيم، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة، الإمارات العربية المتحدة، بدون طبعة، 2016، ص 196.

2- يورغن هابرماس، إيتيقا المناقشة ومسألة الحقيقة، ترجمة عمر مهيبيل، منشورات الاختلاف، الجزائر، الطبعة الأولى، 2010، ص 50.

كتابهما شاشة العالم حيث صرحا قائلين: "القرن الذي يبدأ هو قرن الشاشة كلية الوجود والمتعددة الاشكال، كوكبية ومتعددة الوسائط الإعلامية"¹. وهنا تكمن خطورتها، فشكلها وتقنياتها هو في حد ذاته عامل للتأثير ولصناعة الرأي العام، لدى مشاهد يبحث عن من يخفف عنه مآسيه.

2. السلطة السياسية في علاقتها بالإعلام بين المهنية والقمع:

لطالما شكلت العلاقة بين الإعلام والسلطة السياسية، محور اهتمام العديد من التخصصات، التي تريد تفكيك طبيعة هذه العلاقة، التي تأرجحت بين التجاذب والصراع. والمتصفح للتاريخ السياسي والاقتصادي، سيجد أنه منذ أزمة الرأسمالية في جويلية (آب) 2008 تسارع التفكير النقدي، على البعد السياسي للعلاقة بين الإعلام والتقنية، كما تمثل أيضا أزمة إعلام مالي بقي دائما خارج الرقابة، ولا يمكن فصله عن الانترنت، مما يطرح فكرة إضافية، المسألة السياسية المتعلقة بتنظيم هذه الوسيلة ووضع ضوابط لها، إذ كان المراد فعلا جعلها وسيلة في خدمة الحرية.² فهاجس السلطة الحاكمة ليس الحرية، بقدر ما هو شرعنة وجودها، وهي بحاجة إلى آليات لتنفيذ هذه الخطة، وهنا تبرز بوضوح قدرة الإعلام، في مساعدة السلطة السياسية او معارضتها، كما أن السلطة السياسية تمتلك العديد من الأدوات لتوجه الاعلام، إما بالهيمنة عليه، ماليا، أو قمعه عن طريق قوانين مجحفة، لكن عصرنا اليوم يميل إلى لعبة المال والمصالح المشتركة، بين صانع القرار السياسي، وبين رجل الإعلام، أكثر من ميله إلى أساليب القمع التي حكمت المشهد الإعلامي لفترة طويلة من الزمن، في مجتمعاتنا العربية، ومن بينها المجتمع الجزائري.

حيث أن هناك تجاذبات للمصالح بين الإعلام وأهداف السلطة السياسية، فهنا يمكن أن نتحدث عن تحالف انبثقت عنه خطة سير وتنظم لمسار المشهد الإعلامي، الذي يخدم الطرفين، ودليل ذلك هو العلاقات، التي تجمع الصحفيين برجال السياسة، حيث يرى الباحث محمد سيد احمد أن الاعلام يمكن أن يكون أداة لتزييف الوعي الاجتماعي، متأثرا بأيديولوجيا النخبة السياسية والاقتصادية المسيطرة على وسائل الاعلام³. وهذا ما كشفت عنه تلك القنوات الخاصة التي دخلت المشهد الاعلامي الجزائري، حيث ومن خلال تتبع طريقة تناولها للأحداث السياسية، سنجد نفس الخبر لكن لكل قناة نكهتها الخاص، وطريقتها في الاخراج، التي تشير بوضوح الى الجهة الخفية التي تقف

¹ -جيل لوبوفسكي وجان سيرو، شاشة العالم ثقافة وسائل الاعلام والسينما في عصر الحداثة الفائقة، ترجمة راوية صادق، المركز القومي للترجمة، مصر، بدون طبعة، س 2012، ص 14.

² -نومينيك وولتون، الإعلام ليس تواصلا، تر: فارس غصوب، ط1، دار الفارابي، بيروت - لبنان، 2012، ص 15.

³ -محمد سيد احمد، الاعلام وتجريف العقل الجمعي في مرحلة التحول الديمقراطي، اطلس للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الاولى، 2015، ص 15.

خلها، وتدعمها، وتسعى من خلالها الى التبشير بطرحها الأيديولوجي، وخلق مناطق نفوذ وهيمنة بين المتلقين، وهنا نحن نقصد تلك الهيمنة المميعة حيث يبدو أن الإعلام منفلت من يد السلطة السياسية ومعارض لها، لكنه في نفس الوقت يؤسس لأطروحتها عن طريق نفي البديل والخيار، فكل المتابعين لقناة النهار مثلا يدركون قدرت القناة على انتقاد الواقع ومثال ذلك برنامج **الشيخ النوي، طالع هابط** لكن مع مرور الزمن إكتشف المتلقي ان للشيخ النوي سليلط السان سقف في عملية النقد، وهو لا يتجاوزه، إضافة إلى أحد اهم البرامج الذي أكد أن القناة تريد النيل من المعارضة لصالح النظام، حيث قامت باستضافة شخصيات معارضة في برنامج رنا حكمنك الكوميدي الخاص شهر رمضان، لكنها لم تتجرأ على استضافة قياديين مثلا في التجمع الوطني الديمقراطي، او جبهة التحرير أو أي شخصية محسوبة على النظام، وهذا في اشارة الى ان القناة تريد تنقيه ككل المعارضين وتقديم النظام ورموزه على انه الافضل على مستوى الساحة السياسية، وهذا ما بت يدركه المتلقي، وينتقده في تعليقاته وحواراته، كما أن هذا الواقع يشير وضوح إلى قوة السلطة السياسية ومدى هيمنتها على المشهد الإعلامي، ولذلك تتساق القنوات على خدمة مشروعها، من اجل خلق علاقة وطيدة بينها وبين صانع القرار، وبالتالي الاستفادة من الربيع، الذي تسيطر عليه السلطة وتقسمة على شركائها.

أما إذا حدث العكس أي صراع للمصالح، ومحاولة الإعلام توجيه الرأي العام نحو حقيقة الوضع السياسي فستصطدم السلطة السياس الإعلام وستضيق عليه، خاصة رجال الاعلام النزهاء كاعتقالهم ونفيهم وتشويه صورتهم، وربما قتلهم إن استدعى الأمر ذلك ! مثل ما فعل بالصحفي خاشقجي في تركيا. ومثل ما فعل النظام التركي بكل خصومه عن طريق مصادرة الصحف واعتقال الصحافيين بحجة حماية الديمقراطية، إنها الانظمة السلطوية، التي لبست ثوب الديمقراطية، لكنها ديمقراطية على المقاس، أي ديمقراطية الصوت الواحد، والتوجه الوحيد، نفس الخطاب بالنسبة لقناة الجزيرة، التي تستثني النظام القطري من خطابتها، رغم كل التجاوزات التي تحدث هناك، لكن الهيمنة والمال يجعلان الصحفي الحر، قابل للبيع وللتفاوض والمقايضة، حيث يمكن القول: إن الصحافة العربية اليوم لا تمتلك الاخبار ولا تصنعها، لكنها تنتظر التوجيهات من أجل مهاجمة هذا المسؤول أو ذاك¹ إن هذه الاستراتيجية المتبناة من طرف السلطة السياسية في عالمنا العربي اتجاه

¹ صالح بوزة، السياسة الاعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسة (1979 – 1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، يناير 1996، ص 09 – 60.

الفضاء الاعلامي، ولد صحافة منتهية الصلاحية، أو ضعيفة وتسعى إلى العيش فقط، كون السلطة التي إدعت الانفتاح والتحرر، لا تزال تهيمن على مختلف الفضاءات، خاصة مسألة التمويل، مما ساهم في ظهور الصحفي أو التلفزيون الذي ينشط داخل الدائرة الحمراء، التي تخطها السلطة الحاكمة، وهي استراتيجية ولدت نوعا من النفور لدى المتلقي العربي من السلطة الحاكمة، ومن الصحافة العربية، التي تعمل بالإيعاز حيث أن طبيعة العلاقة بين الاعلاميين والسياسيين غير سوية في معظمها، ومحصلتها النهائية اغتراب الإنسان العربي عن ذاته وانتهاك حقوقه وفقدان الثقة في هذين النظامين¹.

إن هذا الجو العام، هو الذي يحكم العلاقة بين المتلقي الجزائري والقنوات الإعلامية، التي ظهرت دفعة واحدة، وهي غير واضحة التصورات والاتجاهات العامة، كل ما يميزها لدى المتلقي، هو طبيعة علاقتها بالسلطة الحاكمة، حيث تتنافس في لعب دور المعارض لكنه دور مبتذل وفيه الكثير من التلاعب بالمتلقي، وتجنب الخوض في القضايا الرئيسية، والتي يسعى المشاهد إلى فهمها. لكن مشكلة تلك الصحافة أنها ولدت يتيمة، وليس لها أي مصدر للتمويل، لتجد نفسها أمام هيمنة السلطة وحمية التعامل معها، من أجل البقاء، فبدون مال ليس هناك إعلام حر، ولا محترف، بل هناك فقط سلطة مهيمنة، وإعلام يساير هذه الهيمنة، فيتمرد بتوجيهات منها، ويهادن بطلب منها أيضا، حيث يرى الباحث عبد الغني عماد² "إن هناك علاقة وثيقة بين الهيمنة المادية بكل صورها والافكار السائدة والمهيمنة بكل أوجهها"²، إنها عملية إعادة الانتاج لوضعية التلفزيون الواحد، لكل بعدة صور وبعده أوجه، فهناك من يريد لعب دور المتحرر والحداثي، والأخر إسلامي وملتمزم، وثالث شعبي وقريب من الشارع، لكن في حقيقة الأمر كلها أدوار تبحث عن التضييل الإعلامي للمتلقي وقمعه نفسيا، من خلال تدوير فكرة السلطة التي لا تقاوم ولا يمكن مواجهتها. إنه خطاب التثبيس الذي تفوق الإعلام العربي في إنتاجه، عن طريق تسويد الواقع وتضخيم صورة السلطة الحاكمة، وهذا ما جاء به هيربرت شيلر في كتابه المتلاعبون بالعقول أين قال: "..حيث يتحول الإعلام من جهة إلى عملية التضييل ومن جهة أخرى إلى أداة لقهر المجتمع وقمعه"³.

1-الدموند صعب، الصحافة وقانون الحرية، مجلة الدراسات الإعلامية، (78)، يناير 1995، ص (102 – 105).

2- عبد الغاني عماد، سوسيولوجيا الهوية جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، الطبعة الاولى، 2017، ص 32

3- محمد سيد احمد، مرجع سبق ذكره، ص 21.

كما أن لكل قناة خط افتتاحي، يجعلك تعرف توجه القناة وخلفيتها وايدولوجيتها، التي تتنازل من أجليها، لكن القنوات العربية وبما فيها قنوات جزائر ما بعد الانفتاح، يغيب عنها هذا الطرح، كونها عبارة عن شكليات لا أساس لها من الصحة، فهي أشبه بقنوات وبرامج حسب الطلب، فهي لا تستهدف فئة معينة، بل تسعى إلى إرضاء الجميع، التخفيف من نقمة المجتمع، وفي نفس الوقت إرضاء السلطة الحاكمة، إن هذه الهجينية المتبعة، هي التي أفقدت تلك القنوات أي شكل من أشكال الثقة لدى المتلقي، كون كل البرامج تريد أن تقول إنها معارضة، وهي تعمل لخدمة المواطن وطرح مهمومه، لكنها غير قادرة على التخلص من عقدة التبعية والتوجه السلطوي، حيث يقول نعوم تشومسكي " اقرأ دائما الصفحة الأولى في نيويورك تايمز فهي تبين الريح والهدف الذي حققه"¹. وهو نفس الأمر بالنسبة للقنوات الخاصة في الجزائر، فأى قناة تشاهدها ستخبرك أن السلطة هي الرابحة وماذا ربحنا أيضا، ومن هنا نستطيع القول: إن هناك هيمنة وقمع يمارس على الإعلام في الجزائر، والإعلام بدوره يمارس التضليل والتحوير في نقل الأخبار للمتلقي.

3. قناة النهار TV وازدواجية الدور - التهويل والدعاية المبتذلة:-

حظيت قناة النهار TV* وهي قناة خاصة، في بداياتها باهتمام ومتابعة المتلقي الجزائري، ولعل الأمر يرجع إلى كونها مسست الواقع المعاش واليومي للفرد في المجتمع الجزائري، أين كانت تبتث انشغالات المواطنين ووضعياتهم الاجتماعية، وقد تزامن هذا مع إنتخابات 2012 ، حيث نجحت في تخويف السلطة السياسية، إذ أبرزت مقاطعة كبيرة للانتخابات، ونفور مجتمعي منها، وجعلت الجميع يقتنع أن قناة النهار ستمارس ضغط اجتماعي وسياسي على الحكومة لم يسبق له نظير. لتنتقل بعد ذلك إلى التحذير من انهيار الوضع، وبأن السلطة الحاكمة هي أفضل بديل وليس هناك خيارات أخرى، حيث استطاعت توجيه الرأي العام، عن طريق التهويل الإعلامي اتجاه الوضع السياسي،

1- دفيد بارماسيان، مرجع سبق ذكره، ص 54.

*القناة حققت نسب مشاهدة خلال البرام تايم" بنسبة بلغت 6 من المئة، كما تصدرت قناة"النهار" كعادتها المشهد الإعلامي في الجزائر، حيث تربعت على عرش القنوات الأكثر متابعة من قبل الجزائريين، متفوقة على باقي القنوات الجزائرية والأجنبية، حسب آخر إحصائيات معهد "إيمار" المتخصص في دراسة سبر الآراء في الجزائر. وكشف معهد "إيمار" المتخصص في دراسة سبر الآراء في الجزائر، أن قناة النهار، تصدرت قناة "النهار" ترتيب القنوات العشر الأكثر مشاهدة في الجزائر بنسبة بلغت 44.3 من المائة، متبوعة بقناة "الشروق" بنسبة 43.2 من المئة، وفي المرتبة الثالثة قناة "mbc4" بنسبة 39.9 من المئة، ثم قناة "mbc1" بنسبة 38 من المئة، ثم قناة الجزائرية الثالثة بنسبة 35.8 من المئة، وقناة "سميرة تي في" بنسبة 32.2 من المئة. وكشفت ذات النتائج، فإن "النهار"، استطاعت أن تتصدر كعادتها القنوات الإخبارية الأكثر مشاهدة من طرف الجزائريين بنسبة 44.3 من المئة، متفوقة بفارق كبير جدا على كل من "الشروق نيوز" 18.1 من المئة، تليها "دزاير نيوز" بنسبة 6.7 من المئة، ثم "فرانس 24" بالعربي بنسبة 1.9 من المئة. وحسب إحصائيات معهد "إيمار"، فقد تصدرت قناة "النهار" نسب المشاهدة بنظام الربع ساعة للقنوات الإخبارية في الجزائر، خلال وقت الذروة أو ما يعرف بـ"البرام تايم"، وذلك من الثامنة والرابع مساء إلى الحادية عشر ليلا، بنسبة بلغت 6 من المئة. وتؤكد هذه النتائج بأن "النهار" هي القناة الإخبارية رقم واحد في الجزائر، بفضل وفاء وحب الجزائريين الذي يجعلها دائما في الصدارة، وبفضل برامجها المتنوعة وتركيزها على نقل مشاكل المواطنين إلى المسؤولين، وتقربها أكثر من واقع الجزائريين من جهة، واهتمامها بالمعلومة الحصرية والانبئية والحقيقة من جهة أخرى. انظر <https://www.ennahronline.com> يوم 2018/12/15 على الساعة 18:22

وبطريقة سلسلة انتقلت إلى فكرة الدعاية للنظام والتسويق لأفكاره، لقد كان هدفها الرئيسي هو خلق حالة من الرعب والخوف والقلق من مصير مجهول. حيث أن وسائل الإعلام تتسابق في نشر أخبار العنف والإرهاب، ليس هذا فقط بل إن تلك الأخبار تتحول إلى منشآت يومية دائمة، مما يعني أنها صحافة تبدو متنوعة ومنفلتة، لكنها في حقيقة الأمر واحدة، وهي بدون قصد أو بقصد تثير الرعب.¹ غير أنه وبعد مدة حاول القائمون على قناة النهار الخروج من ذلك الطابع الإخباري البحت، والدخول في معترك المنافسة مع بقية القنوات الجزائرية الخاصة الأخرى، من خلال اقتراح باقة برمجية متنوعة منها الاجتماعية، الثقافية والفنية، وكذا السياسية والرياضية، وهذا من أجل استقطاب أكبر عدد من المشاهدين وتسجيل أعلى نسب مشاهدة. وحقيقة قناة النهار اليوم هي من بين القنوات الخاصة، الرائدة في المشهد الإعلامي والإخباري في الجزائر، أو كما يفضل صحفيو القناة وصفا "القناة الإخبارية الأولى في الجزائر". فهي تحوي طاقم شبابي نشيط، مفعم بالطاقة ومستعد لبذل المزيد، ومضطلع بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

لكنها من جهة أخرى خسرت مصداقيتها، كونها تحولت إلى كلب حراسة للنظام السياسي، عن طريق أسلوب التحريش ضد أشخاص معينين، وتخبط القناة بين دور المعارض ودور الموالي والمهادن، خاصة قضية وزير الطاقة السابق شكيب خليل، وقضية محمد راوراوة، إضافة إلى قضية الجنرالات الخمسة، وكيف تم التركيز عليهم إخباريا، إنها ممارسات جعلت المتلقي في الجزائري، يدرك أن هذه القناة تدار من خارج الأسوار، وأن التعليمات البعيدة عن مجال الصحافة هي التي تتحكم في نبرتها الإعلامية، وهنا تقفن المتلقي في توصيف هذه القناة، مثلا (قناة "الزيقو" أي الصرف الصحي، قناة "الحمار"، قناة "الشيتة"، قناة العار وقناة الانهيار. وغيرها من المسميات) وهي تثبت وجود نقمة من طرف المتلقي حول القناة ودورها في المشهد الإعلامي، إذ أصبحت تعيش حالة من التناقض في تعاملها مع الأحداث، هذه الخاصية التي تشترك فيها كل الصحافة الجزائرية، حيث أنها تعاني من تكرار الخطاب السياسي المفرغ من محتواه وتحاول تكريس سياسة الدولة، دون وجود قناعة لدى القائمين بالعمل²

¹- صالح بوزة، مرجع سبق ذكره، ص 21.

²- سمير عطاء الله، تحية للصحافة في الجزائر، مجلة الدراسات الإعلامية (78)، يناير 1995، ص (09 - 17)

لذلك نجد هذه القنوات تتخبط بين التهويل الإعلامي من أجل كسب رضا المشاهد، لكنها لا تتخلى عن سياسة الدعاية المبتذلة من أجل إرضاء الحكومة والنيل من خصومها، وإذا عدنا إلى برنامج الكاميرا الخفية الذي يستضيف شخصيات سياسية ويضعها في مواقف محرجة، نجده اكتفى بالمعارضين، أو حتى بوزراء قد انتهت صلاحيتهم، بينما تجنب أحزاب السلطة، وهذا في محاولة واضحة للتبخيس بالمعارضين والنيل منهم، كما أن أغنية الجنيريك تتطرق إلى مؤسسة الأمن DRS ولمديرها آنذاك الجنرال توفيق، وهذا ما يعتبر ضرب تحت الحزام للخصوم الذين يتم تحديدهم من طرف العصب الحاكمة داخل النظام السياسي.

وتسعى القنوات الخاصة في الجزائر وراء التميز والمنافسة عبر فكرة "السبق" في الخبر وتغطيته، والوصول إلى المعلومة أولاً، ولعل هذا السباق سيكون على حساب نوعية الخبر المقدم ودرجة أهميته، فما هو ملاحظ على المحتوى الإعلامي، الذي يبث على قناة النهار أنه مبتذل وبعيد عن الاحترافية أحياناً، لأنها لا تهتم بتحليل الحدث بقدر ما تهتم بنقل صورة دون تحليل، ولعل هذا ما جرى في الأحداث الأخيرة في غرفة البرلمان أين أعلن نوابه إضرابهم رافضين بقاء رئيس المجلس، فقد شاهدنا ذلك التهويل الإعلامي "للكادنا" التي وضعت بمدخل قصر البرلمان، وصورتها التي تكررت لأيام على الشاشة، كما إستعمال هذا اللفظ في معظم المقالات التي كتبت والنقاشات التي دارت حول الموضوع، وفجأة توقفت النهار عن متابعة الحدث بعد كل تلك الحركة التهويلية ! ليبقى الأمر مبهم ومحل تساؤل، أي من وراء هذه الاستراتيجية؟

إن ما يبرر الدور المزدوج لقناة النهار بين الدعاية والتهويل، هو كونها مشروع إعلامي إستثماري، أو كما سماها البروفيسور مصطفى راجعي مقالاً إعلامية¹، فهي قناة خاصة لا تستقبل أي دعم حكومي بل تعتمد على مداخيل الإشهار التجاري ودعم ساعات المشاهدة. وبالتالي تعمل لتستمر، فتجدها تدعم السلطة السياسية لتكسب الحصانة والحماية، فنقوم بتهويل بعض الأحداث من أجل شغل الرأي العام عن حقيقة الوضع، وتارة أخرى تجدها تبحث عن الجمهوروية² وهي المبادرة إلى الاستجابة للجمهور Peopolisation - في خروجها للشوارع الجزائري، ونقل انشغالات ومعاونة مواطنيه، ومعالجة قضايا الاجتماعية، باستضافة أساتذة جامعيين ومحللين ألفنا وجوههم في كل

1 مصطفى راجعي، "لماذا يكره المثقفون قناة النهار؟" الجزائر 24، <http://aljazair24.com/media/43863.html>، نشر يوم 29 يوليو 2017، تصفح يوم 2018/12/02، على الساعة 23:07.

2 مصطلح اعتمده دومينيك ولتون في كتابه الإعلام ليس توأصلاً.

نقاش على قناة النهار، وكأن لا وجود لغيرهم ! أو لأنهم يفقهون السياسة الإعلامية للقناة، وهنا يمكن القول: إن القناة تحكها النظرة الاستبدادية للإعلام، حيث تعتقد نخبتها أنها تفهم الحقبة أكثر من عامة الجماهير، ويفترضون أن عليهم استخدام الصحافة والراديو والتلفزيون لنقل المعلومات وتفسيرها للطبقات الدنيا¹ إنه تضخم الانا لدى صحافة ناشئة ومتخبطة في نفس الوقت.

كذلك مبدأ "buzz" أو البحث عن النجومية المفتعلة، هي من تقود القنوات الخاصة في الجزائر، لا إلى المهنية والاحترافية، بل نحو التخبط وغياب الخط الافتتاحي الواضح، والطرح المقبول اجتماعيا، فدائما ما تحاول هذه الفضائيات مناقشة القضايا التي تثير الرأي العام، أو تلك التي تمس جانب من المسكوت عنه والطابوهات في المجتمع، وهذا ما تبحث عنه قناة النهار من خلال برنامج "ما وراء الجدران" وهو أحد برامجها الاجتماعية، التي تعنى بمعالجة قضايا أسرية ومجتمعية، بأسلوب أقل ما يقال عنه أنه مبتذل وكوميدي يمزج بين القانون والدين، بينما يغيب عنه مستوى التحليل الراقي، ويحكمه أسلوب حوار غير واضح وغير مفهوم، لتنتهي كل حلقة بجدال عقيم، لا يفرز أي حل للمشكلة.

وهنا نجد الموضوعية والاحترافية في تراجع مستمر، حيث أصبح هم القناة البحث عن أكبر عدد من المشاهدين، عن طريق برامج مبتذلة، وحوارات تكاد تكون مصطنعة، مثلا برنامج انصحوني، والذي تخرج فيه المواضيع في كثير من الأحيان من الفتوى الدينية إلى الفتوى في قالب فكاهي وهو ما أكسبه شهرة، ورغم ذلك يستمر الشيخ شمس الدين في الرد على الأسئلة الغربية، وما يزيدها غرابة هو استدلاله بالأغاني أو الحكم الشعبية. وهذه النوعية من البرامج تضاف إلى قائمة النقاط السوداء لسمة القناة عند المتلقي الجزائري، لكن ما يبدو، هو أن الهم الوحيد للقائمين على القناة هو السعي إلى المزيد من الأرباح، وهذا ما يؤكد الباحث ناصر جابي حين يقول: "هناك حالة من التخلي عن الأخلاقيات عند كثير من الصحفيين، الذين حولوها إلى مهنة للاسترزاق"².

من جهة أخرى، فإن الإنسان لا يصدق إلا ما يراه، وهنا يكمن طرح سؤال حول مصداقية تلك الأخبار التي تصرح بها القناة، وهي في الغالب غير مرفقة بالصور! وهذا ما جعل المتلقي الجزائري يشكك في مصداقية الأخبار، التي تبث على قناة النهار، ولا يتبعها دليل بصري. كتلك الزوبعة

1 - شهادات عن تدهور الحرية للصحافة الجزائرية، دراسات اعلامية (78)، يناير مارس 1995، ص 17، 9.
2- ناصر جابي، الجزائر سنوات بوتفليقة: مقالات في السياسة والاجتماع، دار الأمة للطباعة و النشر والتوزيع برج الكيفان الجزائر، 2013، ص 226.

التي أثّرت حول ما صرح به مديرها العام أنيس رحمانى، حول فوز قناة النهار بالمرتبة الثانية كأحسن قناة إخبارية في العالم، في حين أن الحقيقة كانت هي شهادة مشاركة في حفل "يوتلساب" سنة 2016 حسب ما كشفت عنه العديد من وسائل الإعلام الموازية، كون الجائزة استلمتها قناة فرانس 24.¹

وهنا تحولت قناة النهار إلى مؤسسة إعلامية تعاني من ازدواجية الخطاب، حيث تسعى إلى كسب الجمهور والتقرب من السلطة في نفس الوقت، واسترضاء رجال الأعمال، وهذا ما أفقدها مصداقيتها لدى المشاهد، وتحولت إلى قناة فاقدة للمصداقية الإعلامية، وذلك بسبب لعب دور التهويل والدعاية في نفس الوقت.

مناقشة الفرضيات: من خلال هذه الدراسة يمكن القول: تحقق الفرضية الأولى، حيث إن المتلقي الجزائري لم يعد يثق في ما تقدمه القنوات الخاصة، لا سيما قناة النهار، حيث أصبحت مواقف المشاهد الجزائري رافضة لسياسة القناة، كونه توصل إلى وجود نوع من التحايل في لعب دور السلطة الرابعة، فمن جهة القناة تساير وتواكب كل ما هو محلي، لكنها تتغفل أو تسكت عن كل ما هو سياسي وصادر عن السلطة الحاكمة.

أما فيما يخص الفرضية الثانية، فيمكن القول: إن عملية التغافل التي تمارسها قناة النهار اتجاه الوضع السياسي العام، ومسايرتها لتوجهات النظام السياسي، ومهاجمتها لخصمه يشير بوضوح إلى وجود علاقة بين القناة وبين السلطة الحاكمة، وهي علاقة تقوم على التمويل، وذلك فإن السلطة السياسية، هي التي تتحكم وتوجه المضمون الإعلامي للقناة، مقابل حصول القناة على امتيازات مادية ومعنوية، حيث تحظى القناة بحصة معتبرة من الإشهار العمومي، وهي أيضا تستفيد من الحصول على الكثير من السبق الصحفي، والتسريبات الإعلامية المتعلقة بالقرارات الهامة، وبذلك يمكن القول: بتحقيق الفرضية الثانية.

خاتمة:

في الأخير لا نستطيع أن ننكر أن هناك علاقة بين السلطة السياسية والقنوات الإعلامية الخاصة في الجزائر، فبعيدا عن المهنية والاحترافية الوهمية، فالإعلام الخاص هو إعلام استثماري، يشتغل

1 - فايسبوكيون يهاجمون قناة النهار بعد كذبة يوتلساب"، موقع الجزائر وان، <http://aljazai1.com>، تصفح يوم: 2018/11/26، 20:24.

فوق منطق المقابلة الإعلامية، التي ذكرها بروفيسور راجعي كمارسة معيبة في حق مؤسسات الاعلام والرأي، وهذا ما أذهب بريق المشهد الإعلامي وشفافيته، وشكك في مصداقيته لدى المتلقي، الذي أصبح يعتبر هذه القنوات مجرد مؤسسات ربحية، وعلى علاقة وطيدة بالسلطة الحاكمة، وإن كانت تمارس المعارضة في العلن، فإنها تمرر الخطاب السياسي الرسمي في السر، لكن بمرور الوقت لم يبقى هناك ما تحت الطاولة، حيث أصبحت كل القنوات محل إتهام من طرف المتلقي، الذي شعر بوجود نوع من الاتفاق الضمني بين السلطة الحاكمة والقنوات الخاصة، لا سيما قناة النهار.

وبعيدا عن المقاولاتية، فلا يبدو أن القنوات الخاصة في الجزائر تمارس حرية الرأي والتعبير، رغم ديمقراطية نظام الدولة، الذي يحفظ لها هذا الحق. لأن هناك نوع من الهيمنة الخفية للسلطة السياسية، على مضمون المحتوى الإعلامي، الذي تبثه مختلف وسائل الإعلام، لأن هذه الأخيرة يمكن أن تهز استقرار الدولة وتدخلها في حلقة صراعات لا تنتهي، مثل ما لعبه الإعلام في الحرب العالمية الأولى أين أرجع هتلر هزيمة ألمانيا في الحرب إلى تأثير الإذاعة كأحد الأسباب، وهنا يمكن الإشارة الى بعض التوصيات لتي خلصت إليها الدراسة:

- ضرورة الفصل بين العمل السياسي والعمل الاعلامي.
- تحييد رجال المال والاعلام عن المشهد الاعلامي.
- ضرورة تكون الصحفيين وتزويدهم بتجارب عالمية وعلمية في مجال الصحافة.
- عدم السماح للإعلام بالمساس بهيبة الدولة ومؤسساتها، حيث ان هناك فرق بين المهنية والتشهير.
- تحرير القنوات الاعلامية من هاجس التمويل، وبذلك ضمان هامش من المصادقية.
- سن قوانين في مجال الإعلام والصحافة تحدد الحقوق والواجبات والمسؤوليات كل الاطراف.

قائمة المراجع:

- 1) بن عباس فتيحة، (2012)، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر: مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية استطلاعية)، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2012.
- 2) جوزيف س ناي، (2007)، القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، تر: محمد توفيق البجريمي، ط1، العبيكان للنشر، السعودية.
- 3) جون ميرل رالف لونشتين، (1989)، الإعلام وسيلة وغاية، تر: خضر الحرابي الحرثي، دار المريخ، السعودية.
- 4) جون ميرل رالف لونشتين، (1989)، الإعلام وسيلة وغاية، تر: خضر الحرابي الحرثي، دار المريخ، السعودية.
- 5) جيل لوبوفسكي وجان سيرو، (2012)، شاشة العالم ثقافة وسائل الإعلام والسينما في عصر الحداثة الفائقة، ترجمة راوية صادق، المركز القومي للترجمة، مصر.
- 6) دفيد بارماسيان، (2004)، أحاديث مع ناعومتشومسكي: الدعاية والرأي العام، ط1، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية.
- 7) دومينيك وولتون، (2012)، الإعلام ليس توأصلا، تر: فارس غصوب، ط1، دار الفارابي، بيروت - لبنان.
- 8) زيجمونت باومن، (2016)، الأخلاق في عصر الحداثة السائلة، ترجمة سعد البزاعي وبثينة الابراهيم، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة، الإمارات العربية المتحدة.
- 9) شهادات عن تدهور الحرية للصحافة الجزائرية، دراسات اعلامية (78)، يناير مارس 1995، ص ص 9، 17.
- 10) صالح بوزة، (يناير 1996)، السياسة الاعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسة (1979 - 1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13.
- 11) عبد الغاني عماد، (2017)، سوسيولوجيا الهوية جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان.

- (12) محمد سيد احمد، (2015)، الإعلام وتجريف العقل الجمعي في مرحلة التحول الديمقراطي، ط1، أطلس للنشر والتوزيع ، مصر .
- (13) ناصر جابي، (2013)، الجزائر سنوات بوتفليقة: مقالات في السياسة والاجتماع، دار الأمة للطباعة و النشر والتوزيع برج الكيفان الجزائر .
- (14) ناعومتشومسكي، (2003)، السيطرة على الإعلام، تر: أمينة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، ط1، جمهورية مصر العربية.
- (15) يورغن هاربر ماس، (2010)، إيتيفا المناقشة ومسألة الحقيقة، تر: عمر مهيبيل، ط1، منشورات الاختلاف، الجزائر .

المواقع الالكترونية:

- (16) "فايسبوكيون يهاجمون قناة النهار بعد كذبة يوتلسات"، موقع الجزائر وان، تصفح يوم: 2018/11/26، 20:24. انظر الرابط: <http://aljazai1.com>

- (17) مصطفى راجعي، "لماذا يكره المتقنون قناة النهار؟" الجزائر24، نشر يوم 29 يوليو 2017، تصفح يوم 2018/12/02، على الساعة ، انظر الرابط: <http://aljazair24.com/media/43863.html>. 23:07

الحاجة إلى التربية الإعلامية في المدرسة المغربية

The need for media education in Moroccan Schools

الشريف الهلالي، باحث دكتوراه، جامعة محمد الأول - وجدة، المغرب

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في أهمية التربية الإعلامية وأدوارها في حماية المتعرضين للرسائل الإعلامية المختلفة، وإلحاح الحاجة إليها ومسؤولية المجتمع والدولة في تفعيلها. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للبحث في هذه الإشكالية. وتوصلت الدراسة إلى ضرورة التكامل والتعاون بين ميداني التربية والإعلام. وأن التربية الإعلامية لم تعد مشروع دفاع فحسب بل مشروع تمكين يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة. وكذا ضرورة تحمل المجتمع والدولة لمسؤوليتهما في تفعيل التربية الإعلامية أمام تزايد الاستهلاك الإعلامي والاطار المحدقة بالشباب.

الكلمات المفتاحية: التربية، الإعلام، التربية الإعلامية، الإعلام التربوي، مسؤولية المجتمع، المدرسة.

Abstract:

This study aims to investigate the importance of media education, its roles in protecting students from what they are being exposed to through various media messages, a call to the urgency of its needs, and the responsibility of the society and the state to implement them. The study adopts the analytical descriptive approach to research in this phenomenon. The study's results give rise to the need for integration and cooperation between the fields of education and media, and that media education was not merely a defense project but a project of empowerment aims to prepare youths to understand the media culture that surrounds them and to develop selective and critical thinking and to effectively and efficiently participate. Moreover, the prerequisite for the society and the State to take their responsibilities In launching media education because of increased rate of media consumption and the dangers to youths.

key words: Education, Media, Media education, Educational Media, The responsibility of society, School.

مقدمة:

لا يختلف اثنان على قوة القصف الإعلامي الذي نتعرض له في كل لحظة عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة، وذلك بالنظر إلى التطور التكنولوجي الذي أتاح للعديد منا التوفر على هاتف ذكي أو حاسوب لوحي أو أية أداة أخرى للربط بالإنترنت واستقبال رسائل مختلفة من هنا وهناك. ويؤكد قوة هذا القصف وقسوته ما أفادت به جريدة الصباح المغربية نقلا عن مركز أليكسا الأمريكي الشهير أن المغاربة يلجون إلى 55 مليون موقع إباحي ويبحثون عن كلمة "جنس" 24 مليون مرة شهريا، بينما صنف تقرير بريطاني أعدته مؤسسة "Policy Exchange" المغرب من الدول الأكثر ولوجا لمنشورات "داعش". أما مؤسسة ماروك ميري، المتخصصة في قياس نسبة مشاهدة القنوات التلفزيونية المغربية - والتي جدد المركز المهني لقياس نسبة مشاهدة التلفزة عقدها لست سنوات أخرى- فقد أكدت أن النساء يقضين 3 ساعات و45 دقيقة أمام التلفزيون يوميا، والأطفال 3 ساعات و20 دقيقة حسب الأرقام النهائية الخاصة بسنة 2017، أمام هذه الأرقام الصادمة وفي سياق البحث عن حلول ناجعة، لحماية مختلف الفئات المتعرضة للرسائل الإعلامية المختلفة - الوطنية والأجنبية وغيرها- يلوح في الأفق بريق أمل في ما بات يعرف في الأوساط الأكاديمية بالتربية الإعلامية.

اهتمت منظمة اليونسكو مبكرا بالتربية الإعلامية منذ سبعينيات القرن الماضي، حيث أكدت على الحاجة الماسة إليها عبر تنظيمها لعدد من المؤتمرات والمنتديات الدولية الوازنة أبرزها جرائدنا وفيينا والرياض وغيرها، وقد سارعت عدد من الدول المتقدمة إلى تفعيلها وتدرسيها في الجامعات والمعاهد، بل ومنذ فترات مبكرة من التعليم الابتدائي، الشيء الذي لا زال يشكل تحد في المغرب والوطن العربي حيث لم يتم التعاطي الإيجابي مع التربية الإعلامية إلا متأخرا في عدد محدود من الدول العربية وفي مقدمتها لبنان، وقد بادرت الجامعة الأمريكية اللبنانية في بيروت إلى تكوين أطر في التربية الإعلامية من خلال أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية باعتبارها جامعة صيفية تسهر على تكوين أطر عربية وأجنبية في أفق تعميم تدريس التربية الإعلامية في الوطن العربي.

إشكالية الدراسة:

أمام القصف الإعلامي الذي يتعرض له المتتبع والمشاهد لوسائل الإعلام المختلفة، والرسائل المتنوعة والكبيرة التي تستهدف فئات المجتمع ذكورا وإناثا، صغارا وكبارا، وفي سياق العلاقة الجدلية بين الإعلاميين والتربويين والاتهامات المتبادلة حول التأثير على تربية النشء والمسؤولية المباشرة عما يعانيه المتعلمون في المدارس وخارجها، والدعوة إلى انسجامها وتكامل أدوارهما، فإن الدراسة تناقش أهمية التربية الإعلامية في المدرسة المغربية والحاجة الملحة إليها باعتبار دورها في الحماية من الرسائل السلبية التي تستهدف الناشئة والشباب على الخصوص، وكذا وعي المسؤولين الإعلاميين والتربويين بتفعيلها. وتكمن إشكالية الدراسة في السؤال الإشكالي الرئيسي التالي: ما مدى أهمية التربية الإعلامية في المدرسة المغربية وما مدى وعي المسؤولين التربويين والإعلاميين بتفعيلها؟

وانطلاقا من هذا السؤال، تفرض الأسئلة الفرعية التالية نفسها:

ما علاقة التربية بالإعلام؟

وما مفهوم التربية الإعلامية؟ وما المفاهيم المشابهة لها؟

وما أهميتها ودورها في حماية الناشئة والمتعرضين للرسائل الإعلامية المختلفة؟

وما مدى قدرتها على مواجهة التحديات التربوية والقيمية؟

وما مسؤولية المجتمع والدولة في تفعيلها وتدريبها بالمؤسسات التربوية والجامعية؟

أهداف الدراسة:

تروم الدراسة الحالية تحقيق الأهداف التالية:

- بيان الحاجة الماسة إلى التربية الإعلامية في المدرسة المغربية.
- تعرف أهمية التربية الإعلامية في حماية المتعرضين لوسائل الإعلام من سلبات رسائلها.
- التمييز بين مفهوم التربية الإعلامية والمفاهيم القريبة منها.
- بيان العلاقة بين الإعلام والتربية وضرورة التكامل والتنسيق بينهما.

○ التعرف على تاريخ وتطور مفهوم التربية الإعلامية.

أهمية الدراسة:

يمكن أن تُفيد الدراسة الحالية في:

- دفع وحث المسؤولين التربويين إلى تفعيل التربية الإعلامية وتدريسها بمختلف أطوار المدرسة المغربية.
- تشجيع الفاعلين التربويين والإعلاميين على التعاون وتنسيق الجهود في اتجاه الدفاع والحماية وتمكين الشباب والمتعلمين والمتعرضين لوسائل الإعلام من امتلاك ثقافة إعلامية وفكر نقدي يمكنهم من فهم رسائل الإعلام المختلفة وتجاوز سلبياتها.
- توعية الاسرة بخطورة وحساسية التهاون مع الأبناء فيما يخص تعاملهم مع وسائل الاعلام وتعرضهم لرسائله دون مصاحبة ولا مراقبة.
- تشجيع المؤتمرات والمنتديات ومراكز الدراسات والبحوث على المزيد من البحث والدراسة في موضوع التربية الإعلامية باعتبارها موضوعا راهنيا وآنيا وحديثا في المغرب والوطن العربي.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يصف ويحلل مفهوم التربية الإعلامية من خلال المعاجم المختلفة ويبين تطوره بالنظر إلى ما ورد في الأدبيات والمؤتمرات الدولية التي تناولته، ويقارنه بالمفاهيم المشابهة له، كما يحلل العلاقة بين الاعلام والتربية ويبين أهمية التربية الإعلامية والحاجة إليها ومسؤولية المجتمع والدولة في تفعيلها وتدريسها في مختلف مراحل التربية والتعليم.

أولا: التربية والإعلام: أية علاقة؟

إن مفهوم التربية الإعلامية من المفاهيم الزئبقية التي لازالت تحتاج إلى الكثير من الدراسة والبحث من مختلف الزوايا والمجالات، وذلك لحدثة المفهوم في الأبحاث والدراسات العربية ولاختلاف الباحثين حول مفهومها وتباين اتجاهاتهم وتخصصاتهم العلمية والفكرية والمعرفية، وعلى هذا

الأساس فإنه لابد من الوقوف على طرفي المفهوم: التربية والإعلام، والتعرف على العلاقة الجدلية والمثيرة بينهما.

1- في مفهوم التربية:

باستقراء المعاجم العربية نجد كلمة تربية تختلف في دلالتها باختلاف أصولها اللغوية، فهي تارة تدل على الزيادة والنماء والارتفاع وتارة أخرى على التنشئة والتأديب والتعليم والإصلاح وثالثة على السياسة والرئاسة.

ففي كتاب العين، "ربيته وتربيته أي عَدَوْتُهُ، وربا المال يربو في الربا أي يزداد"¹ وفي لسان العرب نجد "ربأت الأرض رباء: زكت وارتفعت"² وفي الصحاح "ربوت في بني فلان وربيت أي نشأت، وربيته تربية وتربيته أي عَدَوْتُهُ، كذا لكل ما ينمي كالولد والزرع ونحوه."³ وورد في المعجم الوسيط أيضا "ربَّ الولد ربًّا: وليه وتعهده بما يغذيه وينميه ويؤدبه، ورب القوم: رأسهم وساسهم.. وربَّ الشيء: أصلحه ومنتته"⁴

والتربية أيضا مشتقة من الرب والذي هو "في الأصل: التربية، وهو إنشاء الشيء حالاً فحالا إلى حد التمام"⁵.

في اللغة الإنجليزية كلمة (Education) مأخوذة من اللاتينية E-ducere أي يقود خارجا"⁶ وتطلق على "عملية التدريس والتدريب والتعلم، خاصة في المدارس والثانويات، وذلك لتطوير المعرفة وتنمية المهارات"⁷

وتختلف التربية عن التعليم في الجوهر والمضمون على اعتبار أن "التربية تحمل معنى أخلاقيا والتعليم يحمل معنى معرفيا"⁸.

¹ أبو عبد الرحمن الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين، تحقيق: مهدي المخزومي وإبراهيم السامرائي، الجزء الثامن، مؤسسة دار الهجرة، الطبعة الثانية، إيران 1409 هـ ص 283

² ابن منظور جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم، لسان العرب، ج 18، طبعة القاهرة، دار المعارف، 1981، مادة ربا ص 1546

³ إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الجزء السادس، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، الطبعة الثانية، دار العلم للملايين، بيروت سنة 1978، مادة ربا ص 2350

⁴ المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، دط د ت، مادة رب ص 321

⁵ الراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن، تحقيق: صفوان عدنان داوودي، الطبعة 4، الدار الشامية، بيروت، 2009، ص 336.

⁶ شبل بدران وأحمد فاروق محفوظ، أسس التربية، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الخامسة، الإسكندرية، مصر 2005، ص 16.

⁷ Oxford Advanced Learner's Dictionary International Student's Edition p 467

⁸ شبل بدران وأحمد فاروق محفوظ، أسس التربية، ص 17.

و"يختلف تعريف التربية اصطلاحاً باختلاف المنطلقات الفلسفية، التي تسلكها الجماعات الإنساني في تدريب أجيالها، وإرساء قيمها ومعتقداتها، وباختلاف الآراء حول مفهوم العملية التربوية وطرقها ووسائلها".¹

فالتربية عند جون ديوي تقف على نقل مكتسبات المجتمع ضمناً لاستمرار وجوده، فهي "حاصل جمع العمليات والسبل التي ينقل بها مجتمع ما -سواء أكان صغيراً أم كبيراً- قوته المكتسبة وأهدافه بقصد ضمان استمرار وجوده ونموه"²

ونقصد بالتربية في هذه الدراسة: عملية تنشئة الأفراد الفكرية والخلقية وتنمية قدراتهم المختلفة داخل المدرسة وخارجها. وهو المعنى الشائع في استعماله عند الدارسين.

2- في مفهوم الإعلام:

يعتبر الإعلام من المفاهيم العصرية التي تنطبق على عملية الاتصال والتي تستعمل الوسائل الحديثة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وإنترنت، "ولم تطلق قديماً كلمة الإعلام على عملية الاتصال، بل عرف الدين الإسلامي نوعاً من الاتصال سمي الدعوة أو التبليغ، وهو أقرب إلى المفهوم العصري للإعلام، وهي كلمة مستحدثة ترجمت من اللغات الأوروبية".³

وقد اهتمت القواميس العربية والأجنبية بتعريف الإعلام، ففي لسان العرب "الإعلام مشتق من علم الشيء أي فهمه وإدراكه، والإعلام هو الإخبار بالشيء ووضع علامة عليه"⁴ و"أعلمته وعلمته في الأصل واحد، إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع والتعليم اختص بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم"⁵ أما في اللغات الأجنبية فكلمة (information) في اللغة الإنجليزية تعني "حقائق وتفاصيل حول شخص ما أو شيء ما"⁶ وهي في اللغة الفرنسية "فعل الإخبار بمجموعة من المعلومات"⁷ وأيضاً تدل على "المعلومة أو الحدث الذي يتم به إخبار فرد أو جماعة ما"⁸. وإذا كانت المقاربات اللغوية للمفهوم لا تخرج عن وجود معلومة أو معلومات مختلفة

¹ بهاء الدين الزهري، المنهج التربوي الإسلامي للطفل، حمص، مطبعة اليمامة، 1423هـ/2002م، ص 16.

² الف وبن، قاموس جون ديوي للتربية مختارات من مؤلفاته، ترجمة محمد علي العريان، مكتبة الانجلو المصرية القاهرة 1964.

³ زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002 ص ص 14-15.

⁴ ابن منظور، لسان العرب، مادة علم.

⁵ الراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن، مادة علم.

⁶ Oxford Advanced Learner's Dictionary International Student's Edition p 765

⁷ Paul Robert, Le Petit Robert p 346

⁸ Ibid.

ومتنوعة يتم نقلها من طرف إلى آخر في سياق ما، فإن مفهوم الإعلام اصطلاحاً قد تناولته علوم مختلفة كثيرة من زوايا متعددة، لكننا سنقتصر اختصاراً على ما يلي بالغرض:

فقد أشار المهدي المنجرة إلى تعريف الأنثروبولوجي وعالم الاجتماع البريطاني كريستوفر باتسون (Bateson Gregory) للإعلام باعتباره "التباين الذي يصنع التباين"¹. وعرفه الألماني أوتو جروث (Otto Groth) بأنه "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت"². كما أن الإعلام هو "تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة"³ وهو أيضاً "كافة أوجه النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية"⁴. وهناك تعريفات كثيرة للإعلام، ترتبط مرة بالمعلومة المنقولة والمحتوى والمضمون وأخرى تهتم بأطراف الاتصال وثالثة بالسياق ورابعة بالوسائل وخامسة بحجم التأثير، إضافة إلى ما توصلت إليه مجموعة من النظريات وعدد من المنظرين لهذا المجال اللامحدود.

3- العلاقة بين التربية والإعلام:

لا تكمن إشكالية العلاقة بين التربية والإعلام في تأثير وسائله على الأفراد المتعلمين بقدر ما ترتبط بكيفية تعامل هؤلاء معها فيما يتعلق بمنهجها ومحتواها الإعلامي، "فعلى الرغم من هذا الدور الإيجابي الذي تقوم به وسائل الإعلام والمتمثل في نقل المعلومات والمعارف والاتجاهات والأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلا أنها بالمقابل تلعب دوراً خطيراً وسلبياً إذا ما أسيء استخدامها"⁵. وهنا يأتي دور التربية الإعلامية في إكساب الأفراد القدرة على الاختيار والنقد ومهارة الانتقاء مما يساعدهم على النمو المتكامل.

فقد أحكم الإعلام سيطرته على العالم، وأصبح يقوم بأدوار ووظائف مختلفة ومتنوعة تمس مختلف المجالات، وقد ساعدته على ذلك الطفرة والثورة التكنولوجية التي وظفها بمكر ليهيئ متبعية، المستهلكين لمضامينه والمتعرضين لرسائله وليسحب البساط من منافسيه -المدرسة، الأسرة،

1 المهدي المنجرة، حوار التواصل من أجل مجتمع معرفي عادل، مطبعة النجاح الجديدة، الطبعة 11، الدار البيضاء، 2005، ص 11.
2 يحيى الجياوي، في الإعلام والسياسة والأخلاق، منشورات عكاظ، الدار البيضاء 2015، ص 21؛ وأيضاً: لمعكشاوي محمادي، المفيد في شرح قانون الصحافة والنشر بالمغرب، مطبعة النجاح الجديدة، الطبعة الأولى، الدار البيضاء، 2009، ص 14.
3 حمزة عبد اللطيف، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965، ص 23.
4 سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، مطابع سجل العرب، القاهرة، 1984، ص 22.
5 نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، عدد 276، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001 ص 23.

المسجد، مؤسسات المجتمع المدني وغيرهم- "مما جعل التربية بوسائلها المحدودة وتطورها التدريجي الحذر تفقد سيطرتها على أرضها، وأصبح الإعلام يملك النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية والتأثير والتوجيه وتربية الصغار والكبار معا"¹. وتشير دراسة ميدانية للخبير الإعلامي هالوران (Halloran) أجريت على عينة من الأطفال لمعرفة مدى ثقهم بالإعلام ووسائله وخصوصا التلفزيون أن "87% من الأطفال يتقون في التلفزيون كمصدر إعلامي أكثر من أي مصدر آخر"² ومن الإحصائيات الصادمة أيضا أن "الطالب في البلدان العربية عندما ينهي المرحلة الثانوية العامة يكون قد قضى 10800 ساعة تقريبا في حجات الدراسة على أقصى تقدير، وقضى في مشاهدة التلفاز 15000 ساعة تقريبا ويترتب على طول تلك الفترة العديد من التبعات الثقافية والصحية والنفسية والاجتماعية وغيرها"³. ولا يمكن الحكم بسطحية وبدون عمق على العلاقة بين الإعلام والتربية أنها تتكامل بينها أو تتناقض بل إن هذه العلاقة "تعتبرها كثير من المؤثرات والأسباب التي تجعل هذه العلاقة ليست كما يجب أن تكون عليه (التكامل) وليست كما توصف (التناقض)"⁴ وقد بدأ المهتمون يتجهون بفكرهم وجهات شتى في سياق علاقة الإعلام بالتربية نظرا للتطور الهائل في إمكانات الإعلام الحديث وتهديده لوجود المدرسة "فمنهم من ينادي بإغلاق أبواب المدارس وإحلال وسائل الإعلام محلها، ومنهم من ينادي بضرورة تطوير المدرسة من حيث مبناها ومحتواها حتى تصبح في مثل جاذبية وسائل الإعلام وتشويقها، وفريق ثالث أكثر تفاؤلا ينادي بتحقيق قدر مناسب من التعاون والتنسيق بين ما تبذله المؤسسات التعليمية والمؤسسات الإعلامية من جهود وصولا إلى تحقيق الأهداف والغايات التربوية"⁵

ورغم ذلك فإن الإعلام ليس شرا كله، على اعتبار أن "التربية والإعلام علمين ثابتين مستقلين وبينهما أرضية مشتركة ووشائج قوية لدرجة يمكن معها القول، إن العملية الإعلامية في بعض جوانبها عملية تربوية وإن العملية التربوية في بعض جوانبها عملية إعلامية"⁶

1 فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، الطبعة الأولى 2010، ص 18.
 2 عباس، نور الدين محمد، قضايا الشباب في المجتمع المعاصر، مطبعة فضالة، المحمدية، المغرب، 2000، ص 29
 3 حسن بن عايل أحمد يحي، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الأول للتربية الإعلامية، (2007)، ص 5.
 4 سعيد عبد الله حارب، الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض؟ ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض في الفترة 14-17 صفر 1428 هـ ص 27.
 5 صلاح جوهر، "التعليم والإعلام.. دعوة إلى العمل معا تحت مظلة التربية"، الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم المجلد الرابع، الكتاب الثالث، القاهرة 1994، ص 148.
 6 الخيري، طلال بن عقيل بن عطاس، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه منشورة في الأصول الإسلامية للتربية، كلية التربية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 1429/1430 هـ، ص 77.

فالتربية والإعلام يتفقان في جوانب كثيرة¹: يتفقان في تغيير سلوك الفرد وتحويل المعرفة إلى سلوك باعتبار أن التعليم هو تغيير في سلوك المتعلم نتيجة لتعرضه لمثير أو عدة مثيرات وأن الإعلام تغيير في السلوك أيضاً؛ وأن كلاهما يساعد الفرد على التكيف مع ظروف الحياة المختلفة ليستطيع مواكبة تغيراتها والتعايش معها بسهولة؛ كما أن كلاهما عملية تفاهم، فهدف كل من التربية والإعلام تحقيق التفاهم وهو عملية اجتماعية واسعة تبنى عليها المجتمعات إذ لا يمكن أن يعيش الفرد معزولاً بعمله دون أن يتفهم معه هذا العمل؛ إنهما يشكلان عملية توجيه للأفراد لأن الإعلام في معناه اللغوي يعني التوجيه والإرشاد، وكلاهما عملية توجيه للأفراد عن طريق تزويدهم بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق المؤكدة التي تساعدهم في تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات.

فالتعاون والتكامل بين ميداني التربية والإعلام مطلب أساسي على اعتبار أنه "يستحيل على رجال التعليم وحدهم أن يحققوا الأهداف التربوية التي يسعون إليها بينما رجال الإعلام يبدعون في اتجاهات شتى ليست كلها متوائمة مع أبسط المبادئ التربوية في تكوين الشخصية السليمة"² وأنه عندما تتضارب جهود ووجهات نظر رجال الإعلام ورجال التربية "يكون لذلك أسوأ الأثر في عقول الجماهير ووجدانهم، ويؤدي إلى تشكك الجماهير في قيمهم ومعتقداتهم وفي انتماءاتهم"³.

ثانياً: إلحاح الحاجة إلى التربية الإعلامية

1- فوضى التعاريف

تعددت التعاريف التي تناولت التربية الإعلامية واختلفت باختلاف الجهة المحددة حيث نجد تعاريف تركز على الرسالة والمضمون الإعلامي وأخرى تقف عند الوسائل الإعلامية وضرورة دمجها في الفصول الدراسية والمؤسسات التربوية وتعريفات ثالثة تؤكد على كيفية تمكين وحماية المستقبل للرسالة الإعلامية.

يعرفها مؤتمر التربية الإعلامية للشباب (2002) بأنها "التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يرد، ويشمل التحليل النقدي للمواد

¹ منور عدنان نجم، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي وسبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية غزة، 2005م ص ص 46-47.

² صلاح جوهري، "التعليم والإعلام.. دعوة إلى العمل معا تحت مظلة التربية"، ص 148.

³ أحمد يحيى، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، ص 7.

الإعلامية، وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها¹، فالملاحظ أن هذا التعريف يركز على الوعي بمصادر المحتوى والمضمون الإعلامي وأهدافه المختلفة وامتلاك الشباب للتفكير النقدي التحليلي. بينما نجد مؤتمر فيينا يركز على تمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية والقدرة على إنتاجها ويعرفها على أنها "التعامل مع جميع وسائل الإعلام والاتصال - من صور متحركة وثابتة وكلمات ورسوم - التي تقدمها تقنيات المعلومات والاتصالات المختلفة وتمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم المناسبة"².

المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض أيضا يتناول المفهوم من زاوية المضمون الإعلامي ويؤكد على ضرورة امتلاك النشء لمهارات فهمه وحسن التعامل معه، فالتربية الإعلامية محددة عنده في كونها: "عملية ذات طابع تمكيني (تفاعلي)، تمكن النشء من تنمية مهارات التعامل لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم مما ينعكس على حسن الانتقاء والتعامل مع وسائل الإعلام وأيضاً المشاركة فيها بصورة فاعلة"³ أما مكتب التربية العربي لدول الخليج فيعرف التربية الإعلامية بأنها "التربية الناتجة عن استخدام وسائط الإعلام"⁴، مسلطاً الضوء أكثر على التقنيات والوسائل الإعلامية الحديثة التي يتوجب اعتمادها في التربية.

ويعرفها الخطيب بأنها "عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية الموسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة"⁵. غير أن هذا التعريف يحصر أيضاً التربية الإعلامية في الوسائل والوسائط ولا يشير إلى دور المتلقي والفرد في تحليل وتقييم وإنتاج الرسالة، الشيء الذي جاء به معجم المصطلحات التربوية حيث أبرز دور المستقبل للرسالة الإعلامية وتمكينه من المهارات والمعارف التربوية وقد عرف التربية الإعلامية بأنها: "إعطاء الطالب قدراً من المعارف والمفاهيم التربوية الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة فيه"⁶.

¹فاضل محمد البدراني، التربية الإعلامية والرقمية تحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي عدد 452 أكتوبر 2016، ص 135
² المرجع نفسه.

³الخبري، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، ص 104.

⁴ مكتب التربية العربي لدول الخليج، وثيقة استشراف مستقبل العمل التربوي، مكتب التربية العربي، الرياض 1420، ص 89.

⁵ محمد بن شحات الخطيب، دور المدرسة في التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، في الفترة 14-17 / 1428 هـ، ص 9.

⁶ أحمد اللقاني، وعلي الجمل، معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب، القاهرة، 1999، ص 75.

ويعرف ماك ديرموت Mc Dermott التربية الإعلامية بأنها: "القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه"¹ وهو من التعريفات التي تتبناها الدراسة باعتباره يؤكد على شخصية المستقبل للرسالة الإعلامية وإعدادها وتزويدها بالمهارات اللازمة لحسن التعامل مع الإعلام.

2- مراحل تطور مفهوم التربية الإعلامية

ارتبط تطور مفهوم التربية الإعلامية بتطور العلاقة بين الإعلام والتربية والجدل القائم بين الإعلاميين والتربويين والاتهامات المتبادلة بينهم فيما يخص إسهامهم في التربية والتنشئة السليمة، وقد نتج عن هذا السجال وعي بالدور الإيجابي للإعلام ووسائله المختلفة في الميدان التربوي، ولم يستعمل مفهوم التربية الإعلامية قبل 1977م ولم يطف إلى سطح الكتابات العملية التربوية إلا حين بدأت منظمة اليونسكو تستخدمه في أواخر السبعينات للدلالة على "التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها وإفادتها"².

وفي الثمانينيات بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام وأنها مشروع دفاعي يمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام والاتصال.³ وقد حدد إعلان جرنوالد Grenwald - وهو أحد أهم الوثائق المرجعية للتربية الإعلامية- المبادئ التي على أساسها وضعت والمتمثلة في ما يلي: "أن ندين أو نثمن السلطة التي يمارسها الإعلام، والتي أصبحت لا جدال في حقيقتها، يتعين علينا أن نقبل كأمر واقع التأثير الكبير لوسائل الإعلام المنتشرة عبر العالم وأن نعترف أنها أصبحت تمثل في نفس الوقت عنصراً هاماً في ثقافتنا الراهنة؛ ولا مجال لانقاص دور الاتصال ووسائل الإعلام في عملية التنمية والوظيفة التي تؤمنها هذه الوسائل في تمكين المواطنين من مشاركة فاعلة في المجتمع وعلى المنظومتين السياسية والتربوية أن تتحملا مسؤولية تطوير معرفة نقدية لظاهرة الاتصال"⁴. وقد اعتمدته منظمة اليونسكو UNESCO في الملئقى الدولي الذي نظمته في مدينة جرنوالد الألمانية بمشاركة باحثين وإعلاميين من 19 دولة في 1982م، وطالبت "بضرورة إعداد النشء للحياة في عالم يتميز

¹ بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى 2015م، ص 91.
² الحارثي، زيد بن زايد أحمد، إسهام الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر منبري وكلاء المدارس والمشرفين التربويين، رسالة الماجستير في الإدارة التربوية والتخطيط، 1429هـ، كلية علوم التربية جامعة أم القرى، العربية السعودية، ص 18. (بشرى الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ص 19)
³ الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ص 19
⁴ بشرى الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ص ص 96-97.

بقوة الرسائل المكتوبة والمصورة والمسموعة¹. مؤخرا تطور المفهوم بحيث لم يعد مشروع دفاع فحسب بل مشروع تمكين يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة.

3- المفاهيم المشابهة للتربية الإعلامية:

عند البحث في التربية الإعلامية لا نجد كثير عناء في إدراك الخلط الواقع بينها وبين عدد من المفاهيم الأخرى والتي قد تتشابه معها في جانب وتختلف في جوانب ومن بين هذه المفاهيم نجد:

التعليم عن طريق الراديو والتلفزيون: وقد ذكره شحاتة حسن وآخرون في معجم المصطلحات التربوية والنفسية وعرفه بأنه "يقوم على استخدام ارسال الراديو والتلفزيون في مجال التعليم، بتقديم برامج تعليمية تهم التلاميذ في مختلف مراحل التعليم، ويستمتع التلاميذ إلى هذه البرامج أو يشاهدونها أثناء اليوم الدراسي أو بعده. ومحطة إذاعية تعليمية هي محطة إرسال إذاعي تديرها مؤسسة تربوية لتقديم برامج تربوية أو تعليمية للناس أو لفئة منهم، وقد اقترن أخيرا بتلك الوسائط قنوات فضائية مخصصة للبرامج التعليمية"² غير أن هذا القسم لا يتشابه مع التربية الإعلامية إلا في جزئية الانفتاح على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وذلك باستخدام محطات الراديو والتلفزيون والإفادة منها في الفصول الدراسية، بينما تهدف التربية الإعلامية إلى حماية المتعلم من مختلف المضامين الإعلامية التي تقصف عقله يوميا بالنظر إلى المدة الزمنية الكبيرة والمبالغ فيها التي يتعرض فيها المتعلمون والطلبة إلى وسائل الإعلام المختلفة.

الإعلام التربوي: ويعرفه رفعت الضبع بأنه "كل ما يتعلق بالنواحي التربوية من إعداد وتدريب وتطوير في المناهج والمقررات مع توظيف وسائل الإعلام وأجهزته المختلفة مباشرة لتحقيق أهداف التربية"³ ويعرفه أيضا بأنه "مختلف أنواع مرافق المعلومات التي تكون أساسا في خدمة الطلبة والمعلمين والأساتذة وأهمها المكتبات المدرسية والوسائل التعليمية والمكتبات الجامعية، التلفزيونات المدرسية فضلا عن المكتبات العمومية ومراكز التوثيق وغيرها"⁴ ويعتبر مصطلح الاعلام التربوي أكثرها تشابها مع التربية الإعلامية وأكثرها خلطا عند عدد من الباحثين، إلا أن الإعلام التربوي

¹ بشري الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ص 95.

² حسن شحاتة، وزينب النجار، وحامد عمار، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2003م.

³ رفعت عارف الضبع، الإعلام التربوي تأصيله وتحصيله، دار الفكر: عمان الأردن، 2007، ص15.

⁴ المرجع نفسه.

يرتبط بالوسائل والوسائط التي يمكن توظيفها في المؤسسات التربوية أكثر من التركيز على المضمون الإعلامي و تمكين المستقبِل للرسالة من مهارات القراءة والفهم والتحليل والنقد لهذه الرسائل والمضامين الإعلامية.

الاتصال التربوي: وهو "نقل للأفكار والمعلومات التربوية والتعليمية بصفة خاصة، من الناظر أو مدير المدرسة إلى المعلم والعكس، أو الناظر أو المدير إلى مجموعة من المعلمين، أو مجموعة من المعلمين إلى مجموعة أخرى، سواء بالأسلوب الكتابي أو الشفهي أو بوسائل أخرى مختلفة بحيث يتحقق الفهم المتبادل بين أسرة المدرسة، وينتج عنه اقتناع من جانب المتصل به مما يؤدي إلى وحدة الهدف والجهود بحيث تتحقق في النهاية أهداف المدرسة وفلسفتها التربوية والتعليمية، ويهدف إلى التحكم في سلوك الفرد عن طريق تنظيم بيئته"¹. وهذا المفهوم وإن كان اتصالاً تربوياً داخل المؤسسة التعليمية وتواصلها بين مختلف الفاعلين التربويين والإداريين إلا أنه لا يحقق أهداف التربية الإعلامية ولا يحل إشكالاتها.

الإعلام المدرسي: هو "تشاط تربوي يقدم فيه للتلميذ وجميع المتعاملين مع المدرسة معلومات عن المسار الدراسي، المحيط الاجتماعي الاقتصادي والمهني مع شروطها ومتطلباتها كما هي موجودة في الواقع فعلا دون ممارسة أية وصاية أو دعاية، ودون إصدار أحكام مسبقة على نمط دراسي أو مهني معين، بغرض إنضاج شخصيته ومواقفه لتمكينه من حسن الاختيار واتخاذ القرارات التي يراها أنسب لبناء مشاريعه المستقبلية"² والإعلام المدرسي وفق هذا التعريف يدخل في سياق انفتاح المدرسة على محيطها بتوفير المعلومات التي يحتاجها المرتفقون.

ثالثاً- التربية الإعلامية ومسؤولية المجتمع والدولة:

1- أهمية التربية الإعلامية:

تتمثل أهمية التربية الإعلامية في: "أنها واعدة وتحمل أملاً للأطفال والمراهقين والشباب بصفة خاصة ولأفراد المجتمع بصفة عامة بتوعيتهم وتحصينهم ضد التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام،

1 ماجدة لطفي السيد، تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 24- 25
2 مصطفى نمر دمس، الإعلام المدرسي، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 17.

ولأن هناك اتفاقاً على أهميتها فهي ليست قضية خلافية بل تؤيدها مؤسسات وسائل الإعلام كما يؤيدها مناصرو الصحة العامة.¹

وقد أكد إعلان جرنوالد Grenwald الألمانية على أهمية التربية الإعلامية عبر طرح عدد من المسلمات ومنها²: أن أعداداً كثيرة ومتزايدة من الناس يقضون وقتاً كبيراً أمام التلفاز وقراءة الصحف والمجلات وسماع المذياع وأجهزة التسجيل، ويقضي الأطفال أوقاتاً أمام التلفاز أكثر من التي يقضونها في المدارس؛ وأنه لا ينبغي الاستهانة بدور الإعلام كعنصر من عناصر الثقافة وتأثيره في الهوية ودوره في مشاركة المواطنين بفعالية في المجتمع؛ وأن التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيراً عندما تتكامل أدوار الآباء والمعلمين والمختصين في الإعلام وصناع القرار لخلق وعي نقدي أكبر بين الأفراد.

وتسهم التربية الإعلامية أيضاً في أنها تيسر وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها في بيئتهم لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكهم لها، وتهيئتهم للمشاركة في صناعة الإعلام ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة³.

وطرح مؤتمر فيينا أيضاً عدد من المسلمات أبرزها⁴: أن التربية الإعلامية تختص بالتعامل مع كل وسائل الإعلام التي يتم تقديمها مع أي نوع من أنواع التقنيات ليتمكن أفراد المجتمع من فهم وسائل الإعلام واكتساب المهارات في استخدامها للتفاهم مع الآخرين.

وتتمثل خطورة التربية الإعلامية في أن غيابها يعني "زيادة انتشار التضليل وتزييف الوعي، وإخفاء الحقائق التي تساعد الأفراد على اتخاذ القرار بشأن ما يمس مصالحهم، إضافة إلى غياب الكثير من الأخلاقيات في المجتمع"⁵.

ويذهب فهد الشميمري إلى أن⁶: التربية الإعلامية تساعد على تكريس الوعي الإعلامي، وهو أحد الآليات الضرورية للتعامل مع وسائل الإعلام ومضامينها، ومن ثم الخروج من مرحلة الثقة الكلية

1 محمود عبد العاطي، عبد السلام محمد عزيز مسلم، أحمد علي سعد علي جاب الله، "تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية" (1438هـ / 2017م) ص12

2 http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_F.PDF

3 Jinkins, H., Clinton, K., Purshotma, R. & Weigel, M. (2006). Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Literacy for The 21, s Cntury.

نقلا عن بدر بن عبد الله الصالح، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودي، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض من 4-7 مارس 2007، ص2.

4 أحمد يحيى، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، ص 11.

5 ضيف ليندة، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، مجلة المعيار، عدد 42، جوان 2017، ص 453.

6 الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ص25-26.

فيما ينقله الإعلام من مضامين والتعامل الحذر مع التطور التقني المتسارع؛ كما أن التربية الإعلامية تعد عاملاً فعالاً في نشر ثقافة الحوار في المجتمع، وتساعد المتعلم على أن يكون إيجابياً وبشارك بفعالية في تنمية مجتمعه وبنائه وتقديمه.

وتشجع التربية الإعلامية على التأمل بالقيم الشخصية وتتضمن دمج التقنيات الحديثة في التعلم وتشجع حركة الإصلاح التربوي كما تشجع الحوار في قاعات الدرس الذي بدوره يشجع الحوار خارجها.¹ والذي يجعل من التربية الإعلامية ضرورة ملحة أيضاً حسب مركز محو الأمية الإعلامية (CML)² هي النسبة المتزايدة للاستهلاك الإعلامي في المجتمع ونمو صناعة الإعلام وأهمية المعلومات في العصر الحاضر والأهمية المتزايدة للاتصال المرئي والمعلومات المرئية.

2- مسؤولية المجتمع والدولة:

أمام الأخطار الكثيرة التي يتعرض لها الشباب والناطقة عن القصف الإعلامي المهول والكم الكبير من المعلومات المعروضة عليهم من مختلف الوسائل الإعلامية والتي تفتقر في الغالب إلى المصداقية والموثوقية، تبرز الحاجة إلى التربية الإعلامية، وإلى التدخل لتفعيلها وإعطائها المكانة التي تستحقها، فالكل مسؤول في حماية الناشئة وتعليمهم مهارات التعامل والتفاعل الإيجابي مع وسائل الإعلام المختلفة وما تعرضه من رسائل ومعارف ومعلومات.

يعي المسؤولون على الشأن التربوي خطورة الأمر وإلحاح المسألة لكنهم لم يقرروا بعد تدريس التربية الإعلامية في المدارس والجامعات ولا تكوين أطر كفؤة لهذه المهمة الاستعجالية. وتم الاكتفاء بإصدار مذكرات ودوريات تدعو التلاميذ والمتعلمين إلى الانخراط في مختلف الأنشطة الإعلامية والمباريات مثل: مباراة الصحفيين الشباب من أجل البيئة، والمسرح المدرسي والفيلم التربوي وغيرها.. مع قناعهم أن التربية على الإعلام موجودة فعلاً وواقعاً في المنهاج والبرنامج التربوي ضمنياً في عدد من الدروس في بعض المواد المدرسية.

وأمام هذه السلبية من الجهات المسؤولة عن الشأن التربوي لا يمكن المراهنة على الأسرة والوالدين بالنظر إلى قلة وضعف الوعي بالتربية الإعلامية داخلها مع الانشغال بتوفير رغيف الخبز للأبناء،

¹ Considine, David (2003). The Case For Media Literacy in Toddy's Schools. Center for Media Literacy
نقلا عن بدر بن عبد الله الصالح، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودي، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض من 4-7 مارس 2007، ص 3.

² Center for Media Literacy (2003). Canada's Key Concepts of Media Literacy.
نقلا عن بدر بن عبد الله الصالح، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية، مرجع سابق، ص 2.

وأن الأسرة أيضا في حاجة ماسة إلى تربية إعلامية فاعلة ووازنة أمام هذا القصف الإعلامي الذي يستهدفها بالدرجة الأولى ويستهدف كذلك كل الفئات والأعمار.

وسائل الإعلام والإعلاميون والأطر مسؤولون مسؤولية مباشرة عن تفعيل التربية الإعلامية وإبراز دورها وأهميتها في المجتمع وذلك بتخصيص جزء من البرامج والإعلانات لتحسيس وتوعية الآباء والأمهات بمصاحبة أبنائهم ومشاركتهم ومراقبتهم خلال تعرضهم للرسائل الإعلامية ومشاهدة البرامج المختلفة.

زد على ذلك الدور الأساسي للمجتمع المدني في الحملات التوعوية والتحسيسية لحماية المستهلك في الشق الإعلامي، على اعتبار أن المنتج الإعلامي هو أولى بالاهتمام من باقي المنتجات التي يقبل عليها الأفراد والجماعات ويتفاعلون معها.

التوصيات: بعد بيان أهمية التربية الإعلامية وإلحاح الحاجة إلى تفعيلها في المؤسسات التربوية والتعليمية والجامعية توصي الدراسة بالآتي:

- الانفتاح والاستفادة من تجارب عدد من الدول العربية والأجنبية في تدريس التربية الإعلامية في مراحل التعليم الابتدائي والثانوي.
- دعوة المسؤولين التربويين إلى تفعيل التربية الإعلامية وتدريبها بمختلف أطوار المدرسة المغربية.
- دعوة المؤسسات التعليمية إلى التوظيف الأمثل لإمكانات مؤسسات الاعلام ووسائل الاتصال الجماهيري في خدمة العملية التعليمية التربوية.
- دعوة الفاعلين التربويين والإعلاميين إلى التعاون وتنسيق الجهود من أجل إخراج المحتوى التربوي الذي يمكن تقديمه للمتعلمين والطلبة.
- دعوة المؤسسات التربوية والتعليمية إلى تفعيل الأندية التربوية المهتمة بالإعلام في اتجاه توعية المتعلمين بإيجابياته والحذر من سلبياته.
- دعوة الوزارة الوصية إلى تكوين أطر متخصصة في التربية الإعلامية وتخصيص ميزانية خاصة لذلك.
- دعوة مراكز الدراسات والبحوث والمختبرات البحثية الجامعية والمؤتمرات إلى المزيد من الاهتمام والبحث في التربية الإعلامية.

- دعوة الآباء والأمهات وأولياء التلاميذ إلى مزيد من المصاحبة والحوار والمراقبة لأبنائهم فيما يخص ما يتعرضون له من رسائل إعلامية.
- دعوة المؤسسات التعليمية والتربوية إلى الانفتاح على الأسر وتنسيق الجهود مع أولياء التلاميذ.

خاتمة:

ونشير في الختام إلى أن مواجهة القصف الإعلامي المحلي أو الأجنبي القادم من الشرق أو الغرب لا يكون بالانعزال واعتزال وسائل الإعلام وتجاهل الزحف التكنولوجي وصم الآذان وحجب الأعين عن مواقع التواصل الاجتماعي وحواملها من هواتف ذكية وحواسيب لوحية، من منظور أنها شر كله أو التمرس وراء تحصينات وجدران، لأن الحصون المنيعّة تسقط من الداخل، ولأنه لا سبيل للنجاة في تقديرنا إلا عبر التفاعل الإيجابي والوعي الإعلامي والتفكير النقدي الذي تؤكد التربية الإعلامية.

فالتربية الإعلامية التي تقوم على قراءة المتلقي والمتعرض لوسائل الاعلام لكل أنواع الرسائل الاتصالية الإعلامية وتحليلها وتقييمها بل والانتقال للفعل بإنتاجها وفق معايير المصادقية والايجابية في أفق ترسيخ ثقافة الاعلام الباني القائم على حتمية القيم الأخلاقية، هذه التربية الإعلامية اهتمت بها اليونسكو منذ سبعينيات القرن الماضي، ودعت في عدد من المؤتمرات ليس أولها جرنوالد (1982) ولا آخرها فيينا (1999) ولا الرياض (2007)، إلى تفعيلها وتدريسها في المدارس والثانويات والجامعات، وإلى تكوين أطر كفؤة لهذه المهمة، ويوما عن يوم يزداد اليقين بأهميتها والحاجة إليها في حياتنا اليومية نظرا لانتشار الأخبار الزائفة وخطورتها على المستويات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية، فكم من جرائم ارتكبت وكم من عائلات شردت ودمرت بل كم من حروب اندلعت ومجازر ارتكبت وكم من حقوق انتهكت بسبب عدم القدرة على تحليل خبر زائف أو الحذر من رسالة مضللة ومخادعة.

إننا نعيش زمن "ما بعد الحقيقة" وهي العبارة الذي أعلنها قاموس أوكسفورد مصطلح السنة (2017)، والتي توحى بانهزام الحقيقة أمام العاطفة، وبالتالي الحاجة الماسّة إلى تربية إعلامية

شاملة تستهدف ليس فقط المتعلمين والشباب في المدارس، بل وكل الفئات الاجتماعية من مختلف الأعمار.

لائحة المصادر المراجع:

1. ابن منظور جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم (1981)، لسان العرب، ج 18، طبعة القاهرة، دار المعارف.
2. أبو عبد الرحمان الخليل بن أحمد الفراهيدي (1409هـ—)، كتاب العين، تحقيق: مهدي المخزومي وإبراهيم السامرائي، الجزء الثامن، مؤسسة دار الهجرة، الطبعة الثانية، إيران.
3. أحمد اللقاني، وعلي الجمل (1999)، معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب، القاهرة.
4. إسماعيل بن حماد الجوهري (1978)، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الجزء السادس، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، الطبعة الثانية، دار العلم للملايين، بيروت.
5. بدر بن عبد الله الصالح، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودي، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض من 4-7 مارس 2007.
6. بشرى حسين الحمداني (2015)، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان الأردن.
7. بهاء الدين الزهوري (1423هـ— / 2002م)، المنهج التربوي الإسلامي للطفل، مطبعة اليمامة، حمص.
8. حسن بن عايل أحمد يحي (2007)، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول صفر 1428 هـ - مارس 2008 م.
9. حسن شحاتة، وزينب النجار، وحامد عمار (2003)، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى.
10. حمزة عبد اللطيف، الإعلام له تاريخه ومذاهبه (1965)، دار الفكر العربي، القاهرة.
11. الراغب الأصفهاني (2009)، مفردات ألفاظ القرآن، تحقيق: صفوان عدنان داوودي، الطبعة 4، الدار الشامية، بيروت.

12. رالف ن وين (1964)، قاموس جون ديوي للتربية مختارات من مؤلفاته، ترجمة محمد علي العريان، مكتبة الانجلو المصرية القاهرة.
13. رفعت عارف الضبع (2007)، الإعلام التربوي تأصيله وتحصيله، دار الفكر، عمان الأردن.
14. زهير إحدادن (2002)، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
15. زيد بن زايد أحمد الحارثي (1429هـ)، إسهام الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر مديري ووكلاء المدارس والمشرفين التربويين، رسالة الماجستير في الإدارة التربوية والتخطيط، كلية علوم التربية جامعة أم القرى، العربية السعودية.
16. سعيد عبد الله حارب، الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض؟ ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض في الفترة 14-17 صفر 1428هـ.
17. سمير محمد حسين (1984)، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، مطابع سجل العرب، القاهرة.
18. شبل بدران وأحمد فاروق محفوظ (2005)، أسس التربية، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الخامسة، الإسكندرية، مصر.
19. صلاح جوهر (1994)، "التعليم والإعلام.. دعوة إلى العمل معا تحت مظلة التربية"، الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم المجلد الرابع، الكتاب الثالث، القاهرة.
20. ضيف ليندة (2017)، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا، مجلة المعيار، عدد 42.
21. طلال بن عقيل بن عطاس الخيري (1429 / 1430هـ)، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه منشورة في الأصول الإسلامية للتربية، كلية التربية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.

22. عباس، نور الدين محمد (2000)، قضايا الشباب في المجتمع المعاصر، مطبعة فضالة، المحمدية، المغرب.
23. فاضل محمد البدراني (2016)، التربية الإعلامية والرقمية تحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي عدد 452.
24. فهد بن عبد الرحمان الشميمري (2010)، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، الطبعة الأولى.
25. لمعكشاوي محمادي (2009)، المفيد في شرح قانون الصحافة والنشر بالمغرب، مطبعة النجاح الجديدة، الطبعة الأولى، الدار البيضاء.
26. ماجدة لطفي السيد (2011)، تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
27. محمد بن شحات الخطيب، دور المدرسة في التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، في الفترة 14-17 / 1428 هـ.
28. محمود عبد العاطي (2017)، عبد السلام محمد عزيز مسلم، أحمد علي سعد علي جاب الله، "تتمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية".
29. مصطفى نمر دعمس (2009)، الإعلام المدرسي، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، الأردن.
30. المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، دط، د ت.
31. مكتب التربية العربي لدول الخليج (1420هـ—)، وثيقة استشراف مستقبل العمل التربوي، مكتب التربية العربي، الرياض.
32. منور عدنان نجم (2005م)، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي وسبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية غزة.
33. المهدي المنجرة (2005)، حوار التواصل من أجل مجتمع معرفي عادل، الطبعة 11، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء.

34. نبيل علي (2001)، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، عدد 276، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.
35. يحيى اليحياوي (2015)، في الإعلام والسياسة والأخلاق، منشورات عكاظ، الدار البيضاء.

- 36.Center for Media Literacy (2003). Canada's Key Concepts of Media Literacy.
- 37.Considine, David(2003).The Case For Media Literacy in Toddy's Schools. Center for Media Literacy
- 38.Jinkins, H, Clinton, K ,Purshotma, R.&Weigel,M.(2006). Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Literacy for The 21,s Cntury.
- 39.Oxford Advanced Learner's Dictionary International Student's Edition.
- 40.Paul Robert, Le Petit Robert
- 41.http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_F.PDF

دور "الفايسبوك" في تحسين صورة العلامة التجارية للمؤسسات الصناعية
الجزائرية -دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة
قسنطينة 03-

**The role of "Facebook" in improving the image of the brand
of Algerian industrial enterprises - Field study on a sample
of students of the Department of Information and
Communication University of Constantine 03-**

الاسم واللقب: بكار أمينة

الاسم واللقب: بن خليفة نوفل

الجامعة: محمد لمين دباغين - الجزائر

الجامعة: جامعة الجزيرة- السودان

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى ابراز دور Facebook في تحسين صورة المؤسسة الصناعية الجزائرية Condor من وجهة نظر الطلبة، لمعالجة إشكالية البحث قمنا بدراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قسنطينة مرفقين البحث بمقابلة مع مسؤول على مستوى مؤسسة Condor، أي أننا اعتمدنا المنهج الوصفي والمسح بالعينة ضمن الإطار المنهجي لهما، خلصت الدراسة الى جملة من النتائج أهمها أن الطلبة الجامعيين لا يستعملون موقع Facebook من أجل التواصل فقط وإنما يتم توظيفه للاستعمالات الشخصية والمهنية والاطلاع على مختلف منتجات المؤسسات عبر صفحاتهم الرسمية، وفيم يخص استغلال مؤسسة Condor موقع Facebook كفضاء ترويجي لتعزيز صورتها فقد استطاعت المؤسسة أن تستغل شبكات التواصل الاجتماعي بم يخدم تحسين صورتها.

الكلمات المفتاحية: الفاييسبوك، صورة المؤسسة، العلامة التجارية، المؤسسة، المؤسسة الصناعية.

Abstract:

This study aims to show the role of Facebook in improving the image of the Algerian industrial institution Condor from the point of view of students. To address the problem of research, we conducted a field study on a sample of the students of Constantine University accompanied by an interview with an official at the level of Condor. We have adopted the descriptive approach and sample survey within the methodological framework.

The study concluded with a number of results, the most important of which is that university students do not use the Facebook site for communication, but rather used for personal and professional use and access to the various products of the institutions through their official pages. As for the use of Condor Facebook as a promotional space to enhance its image, the Foundation has been able to exploit social networks to serve to improve its image.

Keywords: Facebook, Enterprise Image, Brand, corporation, Industrial Corporation.

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة.

1- إشكالية الدراسة:

تلعب التكنولوجيا الحديثة دورا كبيرا في احداث العديد من التغيرات في مختلف جوانب الحياة اليومية والعملية، وأحدثت نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت الانترنت وانتشرت معها شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتمد على استخدام تكنولوجيا الانترنت والمحمول لخلق منصات تفاعلية أصبحت نموذجا جديدا من الاتصالات بين الناس والتي يتم من خلالها انشاء، ومناقشة ومشاطرة أو تبادل المعلومات حول عدد غير منتهي من المواضيع والأفكار في مجتمعات وشبكات افتراضية، فالتواصل عبر الانترنت يشير الى الانفتاح على المشاركة بنشاط في المناقشات الافتراضية.

ان شبكات ومجتمعات التواصل الاجتماعي أصبحت الآن العبارات الرائجة حيث يرغب الجميع من منظمات غير حكومية الى مؤسسات متعددة الجنسيات وحكومات في الانضمام والمشاركة للوصول الى جمهور الانترنت، ولكن لا تمثل هذه الموجة مسايرة لما هو رائج فقط بل انها تشكل مجالا فعالا وناجحا، هذه الأحداث أدخلت تغيرات جذرية في البيئة التسويقية للمؤسسات وبالتالي تغييرات في الوظيفة التسويقية بحد ذاتها، حيث أصبح العالم قرية صغيرة جعل كل الأشخاص على اتصال دائم ببعضهم البعض، وعلى الرغم من أن هذه المواقع أنشأت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد فقد أصبحت عامل جديد يؤثر في عملية اتخاذ القرار الشرائية فالزبائن بإمكانهم تبادل الآراء حول السلع والخدمات من خلالها كما بإمكانهم تقييم ما تقدمه المؤسسات والتعليق عليها وابداء آرائهم وانتقاداتهم.

وتُعد العلامة التجارية بوابة الدخول الى عالم التسويق بغض النظر عن طبيعة المنتج، لأنها بمثابة بطاقة تعريف له، لما تحتويه من مكونات وخصائص تؤدي الى تمييز المنتج عن المنتجات المشابهة والمنافسة له ومنحه مكانة خاصة في ذهن المستهلك وبالتالي تكوين صورة معينة (سيئة أو حسنة) عن المؤسسة التي أنتجته. ان التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبح حديث المختصين ومسيري المؤسسات، فقد استغلت المؤسسات هذه الشبكات استغلالا واسعا كونها تمثل أحد الأدوات التي تمكنها من تحقيق أهدافها التسويقية وتبنت العلامات التجارية هذه الشبكات حيث فضلت الاستثمار على نطاق واسع في هذه القنوات الاتصالية الحديثة. وقد أصبح ينظر الى التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنها لا تقوم بدور الاتصال التسويقي فقط بل تتعداه الى انشاء مجتمع يحيط حول علامتها من أجل تحسين صورتها وتعزيزها، وبإمكانها أن تكون مصدر لشهرة وسمعة العلامة، إذا استطاعت اثبات حضورها على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي الآتي: ما هو دور الفيسبوك

Facebook في تحسين صورة علامة "كوندور" Condor؟

وتتدرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية نوجزها كالتالي:

- ما مكانة موقع الفاسبوك في الاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور" Condor؟
- هل يتأثر الافراد بالتعليقات السلبية للآخرين على الصفحة الرسمية للمؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور" Condor على الفاسبوك؟
- ما مميزات صفحة المؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور" Condor على موقع الفاسبوك من وجهة نظر الطلبة؟
- كيف تستغل المؤسسة الصناعية "كوندور" Condor للاتصالات موقع "فاسبوك" Facebook لدعم صورة علامتها؟

2- فرضيات الدراسة:

ان مجمل التساؤلات المطروحة في اشكالية البحث تقودنا الى وضع وصياغة بعض الفرضيات، فهي عبارة عن اجابة احتمالية للسؤال المطروح في اشكالية البحث، وتخضع لاختبار سواء عن طريق الدراسة النظرية أو الدراسة الميدانية ويمكن صياغة فرضيات البحث على النحو التالي:

الفرضية الأولى: يأخذ موقع الفاسبوك مكانة استراتيجية في الاتصالات التسويقية للمؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور" Condor؟

الفرضية الثانية: لا يتأثر الأفراد بالتعليقات السلبية للآخرين على الصفحة الرسمية لـ "كوندور" Condor على موقع الفاسبوك؟

الفرضية الثالثة: للمؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور" Condor مميزات تتفرد بها عن باقي صفحات المؤسسات الصناعية الأخرى كالتحديث الدائم.

الفرضية الرابعة: تستغل مؤسسة "كوندور" Condor للاتصالات موقع "فاسبوك" Facebook لدعم صورة علامتها التجارية.

3- أهمية وأهداف الدراسة:

تكمن الأهمية العلمية في هذه الدراسة بتناول ظاهرة هامة في التوجه الحديث للمؤسسات، ومحاولة القاء الضوء على أهمية التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتأكيد على ضرورة تبني وادماج مواقع التواصل الاجتماعي كتنقية اتصالية استراتيجية في عملية تكوين صورة جيدة للعلامة وتدعيمها، ولهذه الدراسة أهمية من حيث محاولة اعطاء مفهوم لصورة العلامة التجارية وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي، أما الأهمية التطبيقية فتتمثل فيم ستقدمه هذه الدراسة من توضيحات لأهمية موقع الفاسبوك في دعم صورة العلامة التجارية والتنبيه على ضرورة التركيز على هذا النوع من الاتصالات بالجمهور، بالإضافة الى أن هذه الدراسة مهمة لجماعة البحث والمؤسسة والمجتمع.

4- عينة الدراسة والمنهج المعتمد:

تشير كلمة منهج method إلى الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة ما، كما عرفه محمد زيان على أنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة أفكار، أما من أجل كشف حقيقة مجهولة، أو البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون، ويمكن القول إن دراستنا هذه تنتمي إلى البحوث الوصفية وهي "مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتباعدة من أجل الوصول إلى نتيجة، وهو إخضاع الباحث لنشاطه البحثي من أجل تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره، من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول"¹. الأمر الذي استلزم الاعتماد على المنهج المسحي (المسح بالعينة) ليسهل جمع المعلومات والبيانات اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة الموضحة سالفًا.

وانطلاقًا من موضوع دراستنا الذي يركز بالأساس على مؤسسة كوندور فإن عينة دراستنا ستشمل زبائن مؤسسة كوندور Condor من الطلبة الجامعيين قسم علوم الاعلام والاتصال، وبالتالي فإن مجتمع دراستنا هو الطلبة، أما نوع العينة فهي عينة قصدية انطلاقًا من أننا سنركز على زبائن مؤسسة كوندور فقط. ونظرًا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع الدراسة (طلبة علوم الاعلام والاتصال) بكافة المستويات والذي يقدر عددهم بـ 1201 مفردة، ونظرًا لكبر حجم المجتمع فقد أخذنا ما يقدر بـ 10 % مفردة، أي ما يعادل 120 مفردة قصدية نظرًا لإمكانات الباحث.

5- أدوات جمع البيانات:

للبحث العلمي أدوات عديدة يلجأ إليها الباحث عند قيامه ببحثه أو دراسته مستعينًا بقدراته ومواهبه واستعداده لها، وهي في غاية الأهمية كون نجاحه في رسالته أو بحثه أو دراسته متوقف على حد كبير على قدرته على استخدام هذه الأدوات بكفاءة وفقًا لما يستدعيه الموضوع، وعليه فقد اعتمدنا في دراستنا على أداتين لجمع مختلف المعلومات:

- 1- المقابلة: تهدف المقابلة بشكل أساسي إلى:
 - الحصول على المعلومات التي يريدها الباحث عن المبحوثين.
 - التعرف على ملامح أو مشاعر أو تصرفات المبحوثين في مواقف معينة.

¹ أحمد بن مرسل، (2003)، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص283.

بالنظر الى طبيعة الموضوع وأهدافه فقد اخترنا المقابلة المفتوحة، التي تتيح للمبحوث فرصة الاجابة عن الأسئلة بكل حرية، وضمن تصنيف آخر فان المقابلة التي اخترناها هي مقابلة شخصية، مع مسؤول بمؤسسة condor.

2- استمارة الاستبيان: تحتوي على محاور تتمثل فيم يلي:

- المحور الأول: يتعلق بالبيانات السوسيوديمغرافية.
- المحور الثاني: يتمحور حول الفايبيوك كونه أداة اتصال فعالة.
- المحور الثالث: الصورة المدركة للزيون عن هوية وسمعة وشهرة وقيمة علامة Condor
- المحور الرابع: أهم التحديات التي تقوم بها مؤسسة كوندور علو موقع الفاسبوك.
- المحور الخامس: الفايبيوك كفضاء ترويجي، تفاعلي لعلامة condor

6- تحديد المفاهيم:

تعد مرحلة تحديد المفاهيم مهمة هي الأخرى لأنها تضعنا أمام المصطلحات الرئيسية التي يتضمنها البحث، وتعرف المفاهيم عبر ثلاث خطوات، ففي الأولى نتعرض للمفهوم من الناحية اللغوية، ثم من الناحية الاصطلاحية لنصل في الأخير الى التعريف الاجرائي الذي يجمع بين الاثنين فيقدم وصفا دقيقا وكافيا للظاهرة التي نحن بصدد دراستها مما يجعل البحث محددًا أكثر فأكثر.

✓ **الدور:** من الناحية اللغوية دار الشيء يدور، دورا، ودؤورا، واستدار، وأدرته، ودورته، الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعض، وعند المناطقة توقف كل الشيين على الآخر وجمعه أدوار.¹ ومن الناحية الاصطلاحية وحسب "روشبلان سبينيلى" 1962 الدور نموذج منظم من التصرفات المتعلقة بموقع معين للفرد من مجموعة كفاعلية معين، يمكن أن يؤخذ من مستويات مختلفة من الواقع الاجتماعي، حيث ان الأدوار التي يقوم بها الأفراد بإمكانها أن تسهل الاتصال داخل الجماعة، فانه بعكس ذلك قد يجري اعاقاة الاتصال، من حيث الانتظار المتعلق بدور معين.² والدور هو توقف كل واحد من الشيين على الآخر اما بمرتبة، ويسمى دورا صريحا وظاهرا، ومن المعلوم أن الدور يستلزم التسلسل الذي يعتبر محلا في العقل، وبيان ذلك أن تقول

¹ ابن منظور: لسان العرب، تحقيق رشيد القاضي، ج4، دار الأبحاث، ط1، الجزائر، ص427.

² رولان دورون فرونسوا، (1997)، موسوعة علم النفس، ترجمة فواد شهين، مجلد3، منشورات عويدات، ط1، بيروت، ص964.

إذا توقف تصور (أ) على (ب)، و (ب) على (أ) تسلسلت التوقفات الى غير نهاية، وثانيا إذا توقف الشيء على الشيء في الواقع يستلزم المغايرة.¹

✓ **الفاسبوك**: مصطلح "فيسبوك" **facebook** " كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة. ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حتى يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية.

✓ ويعرف "قاموس الإعلام والاتصال **Dictionary Of Media And Communications**" على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة "**profiles**" وقد وضع في البداية لخدمة طالب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص² ويتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء وتصنف المجموعات على أساس الإقليم، ومكان العمل، والجامعة، والمدرسة وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات، ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها³

✓ **الصورة**: الصورة هي الشكل أو التمثال المجسم، وصورة الشيء ماهيته المجردة وخياله في الذهن أو العقل.⁴ الصورة معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى هيئته يقال صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته وصورة الأمر كذا أي صفته.⁵ وتتسع كلمة الصورة في اللغة الفرنسية **image** لتشمل الصورة الحسية والعقلية على حد سواء، وهي إعادة إنتاج الواقع من خلال رسم ما.⁶ وتعيد معاجم الاصول اللغوية، كلمة **image** الى أصل لاتيني فرنسي، فقد استخدمت في المعاجم الانجليزية لتدل على المفاهيم التالية: التشابه، صنم، صورة تمثل في الذهن، صورة أو تمثيل ليس من الضروري ان يكون بصريا في الخيال أو الذاكرة، نمط شكل ينتج من شكل لآخر يصل كل

¹ محمد الكتاني، (2014) موسوعة المصطلح في التراث العربي الديني والعلمي والأدبي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الدار البيضاء، المغرب، ص1006.

² مريم ناريمان نومار، (2011) استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، ص55.

³ مريم ناريمان نومار، مرجع سابق، ص57.

⁴ مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط5، مصر، ص568.

⁵ ابن منظور: لسان العرب، تحقيق رشيد الفاضي، ج4، دار الأبحاث، ط1، الجزائر، ص546.

⁶ محمود ابراقن، (2007) قاموس موسوعي الاعلام والاتصال، منشورات ثالثة، ط2، الجزائر، ص353.

نقطة فيه بنقطة ثابتة، ومفهوم الصورة الذهنية في البلاغة يعني الاستعارة والتشبيه والصورة العامة الجماهيرية هي صورة في معظم عقول الناس لما تمثله.¹

✓ **صورة العلامة التجارية:** تعرف بأنها مخرجات المرحلة التي تتبع كل من مرحلتي تقسيم السوق واستهداف القطاع أو القطاعات المناسبة، والتي تقوم على أساس أين تريد المؤسسة أن تنافس بعلامتها التجارية، أي تحديد القطاع أو القطاعات السوقية التي ستعمل المؤسسة فيها وتنافس فيها، وبأي خاصية مميزة ستنافس وكيف ستنافس. وتعرف كذلك على أنها: مجموعة التصورات الذهنية، الشخصية، الانتقائية والمستمرة التي يربطها شخص أو مجموعة من الأشخاص بعلامة ما. وعليه فانه وعلى ضوء ما سبق يمكن القول بأن صورة العلامة التجارية هي ذلك التمثيل الخيالي الذي يكونه المستهلك عن علامة تجارية معينة، والذي يستطيع رؤيته والنظر اليه من خلال عقله عن طريق استحضاره من الذاكرة بواسطة عملية التذكر في حالة تنبيهية بأي شيء مرتبط بهذه العلامة التجارية.²

✓ **المؤسسة:** المؤسسة نقول: أسس، يؤسس، تأسيسا، ويقصد بالفعل أسس، أنشأ، فأسس البيت جعل له أساسا، وأسس المشروع اي أنشأه³ والمؤسسة مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المالية طبيعية كانت أو مالية أو غيرها، والتي تشتغل فيما بينها وفق تركيب معين، وتوليف محدد قصد انجاز وأداء المهام المنوطة بها. والمؤسسة بصورة عامة هي تركيبة يبتدعها الانسان بالتعاون مع الأفراد الآخرين في المجتمع، ويشمل مفهوم المؤسسة على التنظيمات في المجتمع، وهي منظمة تجمع أشخاص ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس أموال وقدرات الانتاج.⁴

ثانيا: الإطار النظري للدراسة.

✓ **المبحث الأول: موقع الفيسبوك وخصائصه.**

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فايس ماتش "face match" التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع hit or not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختبار

¹ انتصار ابراهيم عد الرزاق، (2011) الاعلام الجديد، تطور الأداء والوظيفة، الدار الجامعية، ط1، ص65.
² Jacque lendrevie et autres, (2009) Mercator théoriest nouvelle pratique du marketing, 9 edition, dundo, paris, 2009, p778

³ ابن منظور: مرجع سبق ذكره، ص60.
⁴ جمال العيفة، (2010) مؤسسات الاعلام والاتصال، الوظائف والهياكل والأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، دط الجزائر، ص05.

رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، ولكي يتمكن زوكربورغ من تأسيس الموقع فإنه لجأ الى اختراق مناطق محمية من شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السلك الجامعي، ولكن سرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، وقد تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة الجامعة واتهامه بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد لكن سرعان ما تم إسقاط التهم الموجهة إليه.¹

وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه حقق نجاحا سريعا في وقت قصير وأطلق موقعه فيسبوك في عام 2003 وكان له ما أراد، فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول الى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية الى التعرف على الحياة الجامعية واستمر قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه حيث ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر 2007 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم بعدها². ومؤخراً سلط موقع gadgetsnow الضوء على أن موقع فيسبوك سيكون الموقع الأول في العالم، وسيصل عدد مستخدميه إلى 2 مليار مستخدم نشط حول العالم قبل نهاية 2017.

وفي شهر يونيو من عام 2004 تم نقل مقر الفيسبوك إلى مدينة "بالو آلتو" في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200.000 دولار أمريكي، وفي عام 2006 نشرت مجلة "ميديوس ويك" أن المفاوضات قائمة على شراء الموقع، زد على ذلك رفض الموقع عرضاً بالبيع يقدر بنحو 750 مليون دولار أمريكي من مزاييد لم يتم الإفصاح عن اسمه وانتشرت شائعات أخرى بزيادة سعر العرض حتى بلغ 2 مليار دولار، وقد صرح "ثيبل" الذي كان أحد أعضاء مجلس إدارة الفيسبوك آنذاك بأن التقييم الداخلي للموقع قد بلغ حوالي 8 مليار دولار بناء على الإيرادات المتوقعة حتى عام 2015، بمعدل 1 مليار دولار سنوياً. وفي 24 أكتوبر 2007 أعلنت شركة

¹ مروة عاصم صلاح (2015) الاعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الاعصار العلمي، ط1، عمان، ص 251.

² محمد سيد محمد: (2009) وسائل الإعلام من المنادي الى الانترنت، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 289.

مايكروسوفت أنها قامت بشراء حصة في فيسبوك بلغت 1.6 % بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار، وفي نوفمبر 2007 قام لي كاش ببيع ملياردير هونج كونج باستثمار 60 مليون دولار في الفيسبوك¹، وتمثل الإعلانات حوالي 85 % من إيرادات موقع فيسبوك أكبر شبكة للتواصل الاجتماعي في العالم، والتي يصل عدد مستخدميها إلى أكثر من 1.1 مليار مستخدم.²

وكأي مشروع اتصالي جديد لابد وأن يمر ببعض المشاكل التقنية والاجتماعية، فقد تم منعه في كل من إيران وسوريا وكذلك في الدوائر والمؤسسات كي لا يُهدر الموظفون وقتهم في التعارف، لكن ما يثير من مشاكل حقيقية كانت تتعلق أساساً بموضوع الخصوصية، فتأسيس موقع وصفحة خاصة ودخول المشاركين بحرية لهذه الصفحة يعد اختراقاً للخصوصية، ولكن وكما يبدو فإن المجتمعات العربية تجاوزت هذه المشكلة.³ وبالرغم من أن انشاء موقع الفيسبوك لم يمر عليه سوى سنوات قليلة إلا أنه في غضون هذه السنوات أصبح لديه الملايين من المشتركين من مختلف الجنسيات، فهو موقع اجتماعي يتم التسجيل فيه والولوج إليه بكل سهولة إلا أنه خلال خطوات التسجيل يفرض الموقع على من يشترك فيه عدة شروط وعلى المشترك الموافقة عليها لإتمام عملية التسجيل، وبعدها يخبره الموقع أنه قد أصبح موافقاً على شروط الموقع رغماً عنه بناء على تسجيله.⁴

ويسمح الفيسبوك للمعلنين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمو الشبكة عن أنفسهم، وهو ما ينفية مارك زوكربورج إذ أن مثل هذا النظام يثير تساؤلات عن مدى الخصوصية التي يتمتع بها مستخدمو الشبكة، ومن جانبها تؤكد الشبكة أنها حريصة على القيام بكل ما هو ممكن لحماية مستخدميها، والنجاح الذي حققه موقع فيسبوك دفع الشركات الى السير على نفس الدرب، حيث بدأت شركة جوجل بدخول منافسة جديدة ليست مع ياهو أو مايكروسوفت هذه المرة، ولكن مع موقع فيسبوك، فبعد الانتشار الهائل الذي صاحب هذا الموقع وتحوله الى أشهر موقع للشبكات الاجتماعية على الانترنت، تقوم حالياً جوجل بإنشاء واعداد شبكة الكترونية حديثة على الوب

1 عامر ابراهيم القندلجي، (2013) الإعلام والمعلومات والانترنت، البازوردي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، ص352.

2 عبد الحليم موسى يعقوب، (2014) الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية، دار العالمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، ص23.

3 كاظم المقدادي: (2012) الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر، الأردن، ط1، ص204.

4 محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي، (2011) العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفيسبوك، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، دط، مصر، ص114.

لتوزيع تطبيقات الشبكات الاجتماعية التي تتم عبرها تبادل البرامج¹. وبهذا التطور لموقع الفيسبوك فتح الباب على مصراعيه أمام المؤسسات ومحبي التكنولوجيا.

قامت إدارة موقع الفيسبوك بتطوير مجموعة من الخصائص على نظام الموقع، وقد تزامنت هذه التطويرات والتحديثات مع بروز الخدمة الجديدة المنافسة للفيسبوك غوغل بلس، والتي جذبت ملايين المستخدمين بمجرد مرور عدة أسابيع من انطلاقها، حيث:

- أصبح بالإمكان الاشتراك بدلا من المصادقة: عندما يصادق أحد المستخدمين مستخدما آخر في الفيسبوك فإن ذلك معناه أن تصل منشورات كل مستخدم منها إلى الآخر، وتظهر في صفحته الرئيسية²، ويمكن صفحات الفيسبوك الشخصيات العامة الشركات والمنظمات والبيانات الأخرى من إنشاء وجود حقيقي وعام على الفيسبوك، على عكس الملف الشخصي تكون صفحات الفيسبوك مرئية للجميع على شبكة الانترنت تلقائيا، وكل شخص يمكن له الاتصال مع هذه الصفحة، مجموعات الفيسبوك هي أيضا تتواصل ضمن مجموعة صغيرة وللأشخاص تشاطر الاهتمامات المشتركة فيما بينهم، تسمح المجموعات للأشخاص بالالتقاء حول قضية مسألة، ونشر الصور وتبادل المحتويات ذات الصلة³.

- قدرة المستخدم على إنشاء قوائم خاصة للاهتمامات الخاصة به، وبهذه القائمة يسمح المستخدم للأصدقاء من متابعتها بالشكل الصحيح، ومن أجل القيام بهذه القائمة والاستفادة منها فقط نضغط على رابط إنشاء قائمة، ومن بعدها يصبح بإمكاننا القيام باختيار كافة الأشخاص أو الصفحات المفيدة لنا والمفضلة لنا، وبعد ذلك نضع القائمة ونحدد خصوصيتها، وبالطبع بمجرد اختيارنا للعامة سيكون سهلا لأي مستخدم عبر الفيسبوك متابعتها إن كان يريد مشاركة اهتمامه مع الجميع في هذا الوقت.

- قدرة المستخدم على تحميل المعلومات الشخصية هذه الوظيفة حديثة في الفيسبوك، الكثير من المستخدمين لا يعرفونها بالشكل الصحيح ولا يستخدمونها، ولكن من المهم أن نذكرها وهي

¹ محمد سيد محمد: (2014) وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، ص 289.

² ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، (2015) تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الاصدار العلمي للنشر والتوزيع، ص206.

³ مركز معلومات الجوار الأوروبي، (2014) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي، ص7، من موقع: www.empi-info-eu

مساعدة المستخدم للقدرة على تحميل سجل المعلومات الخاص به على الفيسبوك بما في ذلك المنشورات بالجدول الزمني الخاص بها وكافة الرسائل والصور، أيضا الإعلانات التي قمت بالضغط عليها وعناوين ال IP المختلفة كلها، التي قمت بالتسجيل بها للدخول للموقع فهي ميزة تحتوي على حياتك الكاملة عبر الموقع، وكل كبيرة وصغيرة قمت بعملها الآن تستطيع تحميلها بسهولة عبر الموقع¹.

وفي سعي فيسبوك لتحسين أداء صفحات الأعمال وزيادة سهولتها على المستخدم، قامت شركة فيسبوك بطرح أربع مميزات جديدة لصفحات الفيسبوك، والتي ستساعد على تسهيل عملية التواصل ومنح المستخدمين طرق أخرى عديدة للتواصل المباشر مع العلامات التجارية أو الشركات.

• الخاصية الأولى: إمكانية إرسال رسائل خاصة عبر صفحة فيسبوك من خلال الإعلانات المحلية (direct message via awarenessads): وتعتبر هذه إضافة جديدة على قوالب الإعلانات المحلية، بحيث تسمح للمستخدمين بالتواصل المباشر عبر الرسائل الخاصة مع الشركات مباشرة من خلال الإعلانات الظاهرة على شاشاتهم، وحينما يضغط المستخدم على زر "إرسال رسالة" ستظهر نافذة ماسنجر فيسبوك، بحيث تتيح للمستخدم كتابة رسالته وإرسالها إلى الصفحة التي رأوا إعلانها، سيتلقى مدير الصفحة هذه الرسالة مرفق معها الإعلان الذي أحال المستخدم للصفحة، مما يجعل المدير يعرف من أين جاء استفسار هذا المستخدم.

• الخاصية الثانية: إمكانية الرد على أي تعليق من خلال رسالة خاصة (respond via private message): وهذا اقتباس من تصريح فيسبوك: "حتى اللحظة، بإمكان مدراء صفحات فيسبوك أن يردوا على تعليقات الزبائن بنفس الطريقة التي نشروا بها التعليق، أي إما من خلال تعليق أو من خلال رسالة خاصة، كما حضي مدراء الصفحات بإمكانية الرد على التعليقات العامة من خلال رسائل خاصة، مما يساعد في حل مسألة الطلبات الخاصة للزبون بطريقة أكثر فعالية، وستسهل هذه العملية على الصفحات إقامة تواصل شخصي وتفاعل أكثر خصوصية لحل أي مشكلة تواجه المستخدم، بالتالي تعتبر إمكانية الرد عبر رسالة خاصة إضافة رائعة، وفي حين أن

¹ خصائص في الفيسبوك متوفر على الموقع: <http://pro3xplain.com/2014/12/> تاريخ الزيارة 2018/11/06 على الساعة 15:38.

الشركات أو العلامات التجارية تأخذ في الحسبان التداعيات التي قد تتجم عن أي رد، مما يؤكد حرص مدير الصفحة على تحسين تجربة الزبون وزيادة الاهتمام بأمره.

• الخاصية الثالثة: عبارة عن خاصية تتيح للمستخدمين تحديد الصفحات ذات الاستجابة من غيرها (page responsiveness): تلك ميزة رائعة جداً، بحيث إن كانت الصفحة ذات استجابة عالية للرسائل الخاصة، سيقوم فيسبوك بإضافة تلك الإشارة العلامة إلى تلك الصفحة بحيث تشير إلى أداء استجابة الصفحة، تحظى الصفحات التي ترد على الرسائل بنسبة 90% بمتوسط وقت رد لا يتجاوز الخمس دقائق، وسيتم الإشارة إليها بأنها سريعة الاستجابة للرسائل عبر علامة خاصة تضاف إلى تلك الصفحات، بحسب تصريح فيسبوك. ويتم قياس الاستجابة بشكل دوري كل أسبوع، يشير فيسبوك إلى إمكانية مشاهدة مدراء الصفحات للمعدل الزمني للردود في رؤى الصفحة أو الإحصاءات، ولكن سيتم وضع العلامة فقط للصفحات التي تتمتع بنسبة 90% من الاستجابة أي في أقل من 5 دقائق بردها على الرسائل على الأقل حالياً، وربما يتغير الأمر لاحقاً، وتشير إحدى الآراء أو ردود التغذية الراجعة الأولية حول هذه الميزة إلى أنها لا تنطبق إلا على الصفحات التي لديها أكثر من 1000 معجب.

• الخاصية الرابعة: إمكانية تخزين الردود (canned responses): وهي عنصر مضاف إلى صفحة الفيسبوك ليتمكن المدراء من إنشاء وحفظ الردود المرسله ردا على الاستفسارات، وهي إضافة إلى مميزات المراسلة المتعددة، إنما المميز بها أنها طريقة رائعة لمساعدة الشركات على تسريع عملية الاستجابة، وضمان إرسال الرسالة المناسبة بالطريقة الأكثر فعالية، وملائمة¹.

✓ المبحث الثاني: صورة العلامة التجارية.

تساهم صورة العلامة التجارية في تسهيل عملية معالجة المعلومات الخارجية المتاحة حول المعروض السلعي مما ييسر عملية التسوق، وبالتالي فإنها تمكن المستهلك من تحقيق التكيف مع البيئة المتغيرة والمعقدة من خلال تنظيم خبراته ومعلوماته تحت مؤشرات محددة، مما يمكنه من تقليل الجهد الفكري المبذول في المواقف المتشابهة، وفيه يلي وظائف الصورة الذهنية للعلامة التجارية:

¹ ميزات وخصائص جديدة في صفحات الفيسبوك، بقلم نائل خضر، متوفر على الموقع: <http://www.aintnens.com/2015/08/10>، تاريخ الزيارة 2017/11/06 الساعة 23.00.

- التكيف مع البيئة المحيطة: تساعد صورة العلامة التجارية المستهلك في التكيف مع متطلبات البيئة التي يعيش فيها من خلال انقواء علامة تجارية، تتماشى الصورة الذهنية مع ما هو مقبول في المجتمع وتعطيه الصورة المرغوبة لديه، حيث تعتبر صورة العلامة التجارية اطارا جاهزا يمكن المستهلك من وضع أو تصنيف سلوكه وذاته ضمن المجموعة التي يرغب أن ينتمي إليها.
- توفير الجهد والوقت: نتيجة لعدم قدرة المستهلك على بذل نفس مستوى الجهد في كل مرة يتسوق فيها من أجل اقتناء نفس المنتج، نظرا لعامل التعلم الذي يمكنه من الاستفادة من التجارب السابقة للتسوق وللاستخدام المنتجات، فإنه يستعمل صورة العلامة التجارية من أجل اختصار الوقت والجهد المبذول في عملية التسوق، من خلال ترميز المعاملات التي يقوم بها وفقا لصورة العلامات التجارية التي يتضمنها المعروض السلعي الذي يصادفه أثناء قيامه بالتسوق، وعليه فإنها تساعد المستهلك¹ على الانقواء والتعامل مع هذا المعروض السلعي من خلال تحفيزه لاختيار المنتجات ذات العلامات التي يحمل لها صورا جيدة، مما يساهم في توصيله الى مرحلة الرضا على ما يقتنيه من منتجات.
- توضيح صورة المستهلك: حيث تساهم الصورة الذهنية للعلامة التجارية في تفسير مواقف المستهلكين وآرائهم، من خلال اشارتهم الى نمطهم المعيشي وسلوكهم الاجتماعي، لتوضح بذلك فلسفتهم في الحياة نظرا لارتباطها بقيمهم ومعتقداتهم ومدركاتهم، حيث ترتبط الصورة الذهنية بهذه العناصر الأخيرة لأنها تؤثر في كيفية تشكل وتكون الصورة الذهنية بتأثيرها على معاني الأمور لديهم وقيمتها، كما أن سلوكيات وتصرفات المستهلكين تتأثر بصورة العلامة التجارية بل وتكون مبنية عليها.
- التسويق بالتركية: تستخدم صورة العلامة التجارية في زيادة الحصة السوقية للمؤسسة، من خلال ما يعرف بتسويق الترقية وبالاعتماد على الكلمة المنطوقة لكل المحيطين به، وهو ما يدعمها لتصل الى مستوى العلامة التجارية السائدة أو المسيطرة، نظرا لقدرة التسويق بالتركية ان يغير من إدراك مستهلكين آخرين لصورة علامة تجارية معينة من شكل سلبي

¹ فاتح مجاهدي، (2011) تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية، دراسة ميدانية للمنتجات الالكترونية والمشروبات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، قسم ادارة الأعمال، جامعة الجزائر، ص 75-76.

الى شكل ايجابي خصوصا إذا كان من مصادر موثوقة لأنه ذو مصداقية أقوى من كل عناصر المزيج الترويجي.

- تلخيص المعلومات: تعمل الصورة الذهنية للعلامة التجارية كمؤشر ملخص لكم هائل من المعلومات التي يكون المستهلك قد جمعها عبر فترة من الزمن عن العلامة التجارية المعنية، سواء كان الأمر بشكل مباشر أو غير مباشر.¹

ولصورة العلامة التجارية أهمية كبيرة تكمن في أنها:

- تسمح بتمييز المنتج وتساعد المستهلك على معالجة المعلومات التي يستقبلها.
- تساهم في تطوير مواقف ايجابية اتجاه العلامة، مما يعطي للمستهلك الثقة والدافع لشرائها.
- تعتبر وسيلة انتقاء أولية، فعندما يقوم المستهلك باستحضار الصورة فإنه يستحضر المهم منها فقط، فإذا كانت جيدة سيواصل البحث عن العلامة، وإن كانت سيئة سيبحث عن علامة أخرى.

- تعطي الحرية للمؤسسة في تسعير منتجاتها وتوسيع علاماتها.²

ويرى "ثيري لبيارت" أن الصورة عبارة عن تركيب تتمثل وحداتها في أربعة عناصر أساسية، قيمتها، شخصيتها، سمعتها، هويتها، هذه العناصر هي خصائص تابعة للعلامة لكنها في نفس الوقت مكونات للصورة الذهنية لها:

- شخصية العلامة: مصطلح شخصية العلامة متداول عند رجال التسويق وخاصة مسيري العلامات التجارية، ولا يقصد به مفهوم الشخصية حسب علم النفس، وإنما تمثل صفات الشخصية التي تظهر بها العلامة والتي توافق خصائص شخصية المستهلك أو خصائص الشخصية التي يرغب بلوغها، في نفس هذا السياق فشخصية العلامة توافق مظاهر الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها المستهلك أو يرغب في الانتماء إليها، حيث تظهر

¹ فاتح مجاهدي: مرجع سبق ذكره، ص 75-76.

² D. Aaker. J Iendrevie, (1998) Le Management du capital-marque, dollouz, paris-France, p 76-79

هذه الشخصية عادة من خلال النشاطات الاتصالية (اشهار، علاقات عامة...الخ) التي تقوم بها المؤسسة.

- هوية العلامة: ان هوية العلامة بالإضافة الى كونها احدى مكونات صورة العلامة، هي مجموعة من الخصائص المتعلقة بالعلامة التجارية التي تجعلها العلامة المطلوبة والمرغوبة من قبل فئة الجمهور المستهدفة، وتحقق الهوية بالخصائص التعريفية التي تؤسس صورة العلامة والتي تشمل: العوامل المحسوسة المتمثلة في المنتج (سلعة، خدمة) ومكونات العلامة التي ترافقه، العوامل غير المحسوسة المتمثلة في الدور الاجتماعي والأخلاقي للعلامة، والعوامل العاطفية المتمثلة في علاقة العلامة بالمستهلك.¹

- سمعة العلامة: تتكون السمعة من توليفة من الاعتقادات والأحكام التي يصدرها الجمهور العام اتجاه العلامة خاصة، والمنتج والمؤسسة عامة، والتي تتعلق بنشاط المؤسسة بما فيه نوعية ادارتها لأعمالها، حجمها المالي، قدرتها الابتكارية، فعالية تسويقها، نوعية وجودة منتجاتها، كفاءة تسييرها لعلاقاتها مع زبائنها.

- القيم: عادة ما تعكس القيم مصطلح الأخلاقيات، حيث تستمدتها المؤسسة من نوعية اتصالها الداخلي والخارجي ورسائلها الاشهارية، وكذا عن طريق الرعاية والوصاية.²

ان مفهوم صورة العلامة التجارية واسع جداً، لأنه يرتبط بالعديد من المفاهيم التسويقية الأخرى مثل: الشهرة والتموقع، مما أحدث نوعاً من الخلط بين هذه المفاهيم، لذا سنتطرق في هذا المبحث لكل مفهوم من المفاهيم سالفه الذكر من جهة وعلاقة تلك المفاهيم بمفهوم صورة العلامة من جهة أخرى.

• علاقة صورة العلامة التجارية بالشهرة: يمكن تعريف شهرة العلامة على أنها: " مدى حضور اسم العلامة في ذهن المستهلك" أي انه يمكن التعبير عن شهرة العلامة بنسبة الافراد الذين يعرفون العلامة من مجمل الجمهور. كما تعرف على أنها " قدرة المستهلك المحتمل على التعرف أو تذكر علامة موجودة وتتنتمي لصنف معين من

¹ توابتي نادية ياسمين، (2014-2015) دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم صورة العلامة التجارية، كلية العلوم الاقتصادية، ص 46-47

² توابتي نادية ياسمين: مرجع سبق ذكره، ص 46-47

المنتجات، وفي تعريف آخر " عبارة عن النسبة المئوية لعدد من الافراد داخل الجمهور

يعلمون بوجود العلامة، ويعرفون صنف المنتجات التي تنتمي اليها"

• العلاقة بين الشهرة وصورة العلامة: للشهرة دور كبير في تكوين صورة العلامة، وهذا من خلال ما يلي:

- الشهرة أداة لترسيخ عناصر صورة العلامة: يعتبر هدف تحقيق شهرة مرتفعة أول مرحلة من سياسة الاتصال الموجهة لبناء صورة العلامة، حيث نلاحظ أن العديد من المؤسسات تصرف أموال باهظة من أجل تطوير صورها لدى المستهلكين، بينما علامتها لا تتمتع بشهرة قوية، لذا فمن الأجدر على هذه المؤسسات أن تحاول تحسين معدل شهرة علامتها أولاً.

- الشهرة تخلق حالة من الشعور بالألفة: فهي تجعل العلامة مألوفة من طرف المستهلكين مما يدفعهم لشرائها.

- الشهرة معيار لتصنيف العلامات: إذا كانت العلامة غير معروفة من طرف المستهلك فإنه لا يأخذها بعين الاعتبار في مرحلة جمع المعلومات من أجل تصنيف العلامات.

- يعتبر المستهلك العلاقة المعروفة علامة شرعية، مما يحسن صورها لديه.¹

• علاقة صورة العلامة التجارية بالتموقع: في الواقع نظرا لازدحام الاسواق بالعديد من المنتجات الحاملة لعلامات مختلفة، دفع بالمستهلك للبحث عن الميزة منها والتي تحقق له أفضل اشباع ممكن، لذا تسعى المؤسسة من وراء تبنيها لمفهوم التموقع الى منح علامتها مكانة واضحة في ذهنه، لقد أعطى الباحثين العديد من التعاريف لمفهوم التموقع، سنذكر الأهم منها:

- التموقع هو تصميم المؤسسة على اعطاء علامتها أو منتجاتها مكانة في ذهن المستهلك

- التموقع هو " اختيار موقع للعلامة وسط مجال إدراك المستهلك للعلامات الموجودة في

السوق، هذا ما يبرز أهمية مفهوم التموقع، لأن المستهلك لا يأخذ المنتج أو العلامة بعين

الاعتبار عند الاختيار الا إذا كان تموقعه واضحا في ذهنه.²

¹ توابتي نادية ياسمين: مرجع سبق ذكره، ص 51

² سنوحي جمال، (2007) سياسة توسيع العلامة كعامل لنموها، دراسة العلامة الالكترونية condor، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر، ص18

من أجل تنفيذ التوقع يجب المرور بمرحلتين أساسيتين هما:

- المرحلة الأولى: تحديد وتوضيح فئة المنتجات التي نريد أن ننتمي إليها العلامة، والتي ستقارن بها.
- المرحلة الثانية: تحديد ما هو الفرق الأساسي للعلامة مقارنة بالعلامات الأخرى لهذا الصنف؟ وما هو سبب وجودها.
- علاقة التوقع بصورة العلامة: من أجل تبيان طبيعة العلاقة بين التوقع وصورة العلامة يمكن القول أن التوقع مفهوم مرتبط تماما مع مفهوم الصورة، فاختيار تموقع العلامة ما هو الا اختيار للصورة التي ترغب المؤسسة أن يبنها المستهلك للعلامة في ذهنه من جهة، واختيار للصفة المميزة لها من جهة أخرى، فالتوقع هذا يعكس الرغبة في إيصال الصورة للمستهلك، ويعبر عن نقطة الارتكاز التي تدور حولها جميع السياسات التسويقية بهدف التقريب بين الصورة المرغوبة والصورة المدركة، ففي الواقع، المؤسسة لا تبحث عن زيادة نصيبها من السوق بل تبحث عن زيادة حضورها في أذهان المستهلكين، وهذا يتطلب التأكيد من العمليات التي من شأنها التعريف بالعلامة وخصائصها (الموضوعية والرمزية) مع التركيز على الجانب التاريخي لماله من أثر على خيال المستهلك، حتى يتم الوصول الى حد يميزها عن ما يقدمه المنافسون وبالتالي يمكن القول أن التوقع هو الدعامة الأساسية لصورة العلامة حيث أنه يسمح بتمييزها في أذهان المستهلكين.¹

ثالثا: الإطار التحليلي ونتائج الدراسة.

❖ تقديم مؤسسة "كوندور" Condor:

تعرف ولاية برج بوعريريج أو كما تسمى عاصمة البيان نشاطا اقتصاديا مهما خاصة في مجال الصناعة الالكترونية وهو ما جعل هذه الولايات تعد من المناطق الرائدة في مجال الأجهزة الكهرومنزلية، ولعل أحسن مثال عن هذا هو مجمع كوندور Condor للصناعات الالكترونية هذا المجمع الذي أصبح ماركة عالمية بخصوصية جزائرية هو شركة خاصة تابعة لمجموعة بن حمادي إحدى أعرق العائلات الجزائرية في ولاية برج بوعريريج. ولا يختلف اثنان على أن هذا النوع من

1 - سنوجي جمال: مرجع سبق ذكره، ص18-19

الصناعة قد أسهم كثيرا في تنمية الولاية بشكل كبير جدا خاصة في مجال توفير مناصب الشغل الذي يقارب 5000 منصب في كوندور Condor وحدها أكثر من 3000 منصب شغل دون استثناء نقاط البيع والتجار القادمين من مختلف الولايات وبالتالي يشكل هذا القطاع الرئة الحقيقية لعاصمة البيان في المجال الصناعي.

بعد قيامنا بأجراء مقابلة شخصية مع مسؤول مصلحة التسويق والعلاقات العامة للمديرية الجهوية بسطيف، ومن خلال استبيان لزيائن مؤسسة كوندور من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي facebook، وبعد عرض مختلف الأسئلة حول موضوع دراستنا، وبغية معرفة مكانة شبكات التواصل الاجتماعي في الاستراتيجية الاتصالية الحديثة للمؤسسة، Condor وبعد معالجة المعلومات تم التوصل الى النتائج التالية:

- من خلال نتائج السؤال الأول تبين أن مؤسسة كوندور condor تستخدم عدة قنوات اتصال وذلك لغرض التعريف بالعلامة وخدماتها ويمكن حصرها في الجدول التالي:

وسائل اتصالية تقليدية	وسائل اتصالية عبر الانترنت
الاعلانات على التلفاز والراديو والتلفاز والصحف والمجلات.	اللافتات المتحركة
تنشيط المبيعات	المواقع الالكترونية
التسويق المباشر	مواقع التواصل الاجتماعي.
العلاقات العامة	الاعلانات الالكترونية.
الرسائل القصيرة	
البريد الصوتي	
الرعاية	

انتهجت المؤسسة وسائل اتصالية وترويجية لا بأس بها تشتمل على مجموعة من الوسائل المتنوعة والتي مست مختلف عناصر المزيج الترويجي، حيث نرى أن هذه الجهود الترويجية كافية للتعريف بالعلامة والخدمات التي تقدمها.

- من خلال نتائج السؤال الثاني تتواجد مؤسسة كوندور على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي المتداولة من قبل جمهورها، فهي تعتمد على Facebook، Twitter، LinkedIn، YouTube.
- من خلال نتائج السؤال الثالث ترى المؤسسة أن دمج شبكات التواصل الاجتماعي في الاستراتيجية الاتصالية الحديثة لعلامة كوندور دور مهم واستراتيجي وذلك لأنها تقنية وأداة فعالة وسريعة وغير مكلفة بل في إطار موارد المؤسسة المتاحة.
- من خلال نتائج السؤال الرابع الاستراتيجية الاتصالية التي تتبعها مؤسسة كوندور والخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، هي من أجل خلق الحركة وتحقيق حملات تسويقية وترويجية واعلام الزبائن وبالتالي استقطاب زبائن جدد وخلق الولاء لديهم، بالإضافة الى استماع آراء وتوقعات الزبائن الأمر الذي يساعدها في معرفة ما يقال عن علامتها وكذا منافسيها.
- أما عن نتائج السؤال الخامس والسادس والسابع والثامن، الأهداف التي تسعى علامة كوندور تحقيقها من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي التعريف بالعلامة، وكذلك فتح قناة اتصال يمكن من خلالها التعرف على آراء واقتراحات الزبائن على موقع الفاسبوك كما تسعى الى تجديد ودعم وتعزيز صورة العلامة وبرزها بشكل مطور وحديث.

أما عن نتائج الدراسة الميدانية فقد توصلنا الى:

- من نتائج تحليل جداول الاستبيان، يتضح أن أفراد العينة يستعملون شبكات التواصل الاجتماعي، وبالأخص Facebook كأكثر شبكة يتردد عليها أفراد عينة الدراسة وذلك لأسباب ترجع لشعبيته بالدرجة الأولى ثم سهولة استخدامه، كما تعتبر الاستعمالات الشخصية والمهنية كأهم الأهداف من وراء استخدامه، ومنها البحث عن معلومات حول مؤسسة كوندور.

• جدول يوضح: تفضيلات مفردات العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

الشبكة	فايسبوك	تويتر	يوتيوب	قوقل+	لينكد ان
المنوال	01	03	02	04	05

من خلال معطيات الجدول، احتل الفايبيوك المرتبة الأولى من حيث الأهمية لمختلف أفراد العينة، ثم تليها اليوتيوب في المرتبة الثانية، ويحتل كل من التويتر وقوقل+ ولينك ان، المرتبة الثالثة، الرابعة والخامسة على التوالي.

- يتبين لنا أن أهم الأسباب التي جعلت الأفراد يتعاملون مع علامة كوندور هي جودة المنتجات الكهرومنزلية...الخ اضافة الى عالمية العلامة، فقد استطاعت علامة كوندور أن تثبت نفسها وهويتها في وسط تنافسي.

الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية%
جودة المنتجات المقدمة	46	38.33%
علامة دولية	12	10%
العروض والمنتجات المتنوعة	62	51.66%
المجموع	120	100%

- نلاحظ من خلال المحور الرابع أن مؤسسة كوندور لديها شهرة واسعة لدى زبائنها كما لديها سمعة طيبة في ذهنهم.

• جدول يوضح: رأي مفردات العينة حول علامة كوندور.

الاختيارات	التكرارات	النسبة المئوية%
سيئ	0	0
متوسط	31	62
جيد	19	38
المجموع	50	120

- فيم يخص استغلال مؤسسة كوندور موقع الفاسبوك كفضاء ترويجي لتعزيز صورتها، نسبة 90% من المستجوبين قالوا إن علامة كوندور تدعم الأنشطة الرياضية والثقافية، كما استطاعت علامة كوندور استغلال الفاسبوك لتدعيم صورتها، وذلك من خلال الرد على التعليقات، والتفاعل مع مختلف الزبائن سواء الحاليين أو المرقبين.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

بعد القيام بالدراسة التطبيقية توصلنا الى مجموعة من النتائج:

- **الفرضية الأولى:** تأخذ مواقع التواصل الاجتماعي مكانة مهمة واستراتيجية في الاتصالات التسويقية للمؤسسة كوندور باعتبارها أداة عالية الفعالية وغير مكلفة، من خلال نتائج المقابلة الشخصية، تدمج المؤسسة شبكات التواصل الاجتماعي ضمن استراتيجيتها الاتصالية الحديثة وتولي اهتمام كبير لما لها من دور مهم باعتبارها أداة فعالة ومتكاملة من مزيجها الترويجي وفي إطار موارد المؤسسة المتاحة، بناء على هذا تم اثبات صحة الفرضية الأولى.
- **الفرضية الثانية:** لا يتأثر الأفراد بالتعليقات السلبية للآخرين على صفحة كوندور على الفاسبوك لأنهم متأكدون من سمعتها الطيبة، من خلال نتائج المحور الخامس وجدنا أن الأفراد لا يتأثرون بالتعليقات السلبية للمشاركين الآخرين ولا يهمهم الأمر لأنهم متأكدون من سمعتها الحسنة، فقد استطاعت علامة كوندور رسم صورة ايجابية عنها وعززتها من خلال Facebook، وبالتالي تم اثبات صحة الفرضية.
- **الفرضية الثالثة:** ثبتت الفرضية من خلال تركيز المستجوبين على ابراز أهم مميزات الصفحة والتي يعتقد أنها متميزة بنسبة 54.74% عن باقي الصفحات المنافسة ويظهر هذا من خلال التوظيف المستمر للصور، كما أن القائم على الصفحة يعمل على تحديث الصفحة بشكل مستمر من خلال المنشورات اليومية والإجابة على المستهلكين.
- **الفرضية الرابعة:** تستغل مؤسسة كوندور موقع Facebook لتعزيز صورتها من خلال توفير فضاء ترويجي وتفاعلي لزبائنهم، من خلال نتائج المحور الخامس من الاستبيان

تبين أن مؤسسة كوندور استطاعت أن تستغل صفحة Facebook للترويج لمنتجاتها ورعايتها للأنشطة، وبالتالي تم اثبات صحة الفرضية.

خاتمة:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لا يجب تضييعها من طرف المؤسسات وذلك من خلال استغلال هذه التقنيات الحديثة في نشاطها التسويقي، فهذه الشبكات تمكن المؤسسة من الاتصال بزيائنها بسهولة كبيرة، كما تسمح بالترويج لمنتجات وخدمات هذه المؤسسات، من خلال التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمكن زبائنها من التكلم بكل حرية وذلك بإبداء آرائهم وتعليقاتهم على ما تقدمه، وتجعلهم على استماع دائم بما ترغب في إرساله لهم من رسائل اعلانية كما تتمكن المؤسسة بفضل هذا الأسلوب الجديد في التسويق من اكتساب ثقة زبائنها، فولوج المؤسسات الى مواقع التواصل الاجتماعي جعل المؤسسات تكتسب ميزة تنافسية وتخلق بذلك صورة ايجابية لدى الزبائن حول العلامة ومنتجاتها ومحاولة دعمها وتعزيزها، فعلى العلامات الاستفادة من التطبيقات التي تمنحها مواقع التواصل الاجتماعي، ومن جهة أخرى من سوء استعمال هذه المواقع قد يجعلها تخسر مكانتها السوقية في فترة وجيزة.

قائمة المراجع:

- أولاً: المراجع باللغة العربية
- الكتب:
- 1- أحمد بن مرسل: (2003) مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
 - 2- ابن منظور: لسان العرب، تحقيق رشيد القاضي، ج4، دار الأبحاث، ط1، الجزائر،
 - 3- رولان دورون فرونسوا: (1997) موسوعة علم النفس، ترجمة فؤاد شهين، مجلد3، منشورات عويدات، ط1، بيروت.
 - 4- محمد الكتابي: (2004) موسوعة المصطلح في التراث العربي الديني والعلمي والأدبي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الدار البيضاء، المغرب.
 - 5- مجمع اللغة العربية: (2011) المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط5، مصر.
 - 6- محمود ابراقن: (2007) قاموس موسوعي الاعلام والاتصال، منشورات ثالة، ط2، الجزائر.
 - 7- انتصار ابراهيم عد الرزاق، (2011) الاعلام الجديد، تطور الأداء والوظيفة، الدار الجامعية، ط1.
 - 8- جمال العيفة: (2010) مؤسسات الاعلام والاتصال، الوظائف والهيكل والأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، دط، الجزائر.
 - 9- مروة عاصم صلاح: (2015) الاعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الاعصار العلمي، ط1، عمان.
 - 10- محمد سيد محمد: (2009) وسائل الإعلام من المنادي الى الانترنت، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.
 - 11- عامر ابراهيم القندلجي: (2013) الإعلام والمعلومات والانترنت، اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.
 - 12- عبد الحليم موسى يعقوب: (2014) الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية، دار العالمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1.

13- كاظم المقدادي: (2012) الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر، الأردن، ط1.

14- محمد السيد حلوة، رجاء علي عبد العاطي: (2011) العلاقات الاجتماعية للشباب بين دريشة الانترنت والفيديو، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، دط، مصر.

15- محمد سيد محمد: (2014) وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1.

16- ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، (2015) تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الاصدار العلمي للنشر والتوزيع.

• المذكرات:

17- سنوجي جمال: (2007) سياسة توسيع العلامة كعامل لنموها، دراسة العلامة الالكترونية condor، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر.

18- توابتي نادية ياسمين: (2014-2015) دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم صورة العلامة التجارية، كلية العلوم الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية.

19- فاتح مجاهدي: (2011) تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية، دراسة ميدانية للمنتجات الالكترونية والمشروبات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، قسم ادارة الأعمال، جامعة الجزائر.

20- مريم ناريمان نومار: (2011) استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر.

- ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

21- D. Aaker. J lendrevie: (1998) Le Management du capital-marque, dollouz, paris-France.

Jacque lendrevie et autres : (2009) **Mercator théoriest nouvelle** -22

pratique du marketing, 9 edition, dundo, paris.

- ثالثا: المواقع الالكترونية

23-مركز معلومات الجوار الأوروبي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة للمشاركة

التمولة من الاتحاد الاوروبي، 2014، ص7، من موقع: www.empi-info-eu

24- خصائص في الفيسبوك متوفر على الموقع.: <http://pro3xplain.com/2014/12>.

تاريخ الزيارة 2018/11/06 على الساعة 15:38.

25- ميزات وخصائص جديدة في صفحات الفيسبوك، بقلم نائل خضر، متوفر على الموقع:

<http://www.aintnens.com/2015/08/10>، تاريخ الزيارة 2017/11/06 على الساعة

.23.00