

امدرسة الوطنية العليا
للصحافة و علوم الإعلام

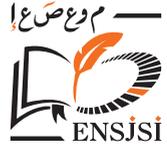
ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE
DE JOURNALISME & DES SCIENCES DE L'INFORMATION

المجلد 7 - العدد 2 (2020)

Vol. 7 - N° 2 (2020)

الصفحة

Catégorie C



مجلة الاتصال والصحافة

سبتمبر 2020

مجلة الاتصال والصحافة



LA REVUE DE LA COMMUNICATION
& DU JOURNALISME

LA REVUE DE LA COMMUNICATION & DU JOURNALISME

Septembre 2020



11, شارع دودو مختار - رقم البريد 64
بن عكنون 16058, الجزائر



ISSN 2353 - 0383



ISSN 2353 - 0383

11, rue Doudou Mokhtar - BP n° 64
Ben Aknoun 16058, Alger



الفهرس

1. The Communication of Proximity and Change Management Strategy 1

IKOUFANEChafik

Lecturerclass A, University of MouloudMammeri Tiziouzou/ Algeria

2. Technologies de l'information et de la communication ou capital humain : quelles priorités pour demain ? 9

SAOUDI Asmaa

Maitre Assistante classe «A», en science de l'information et de la communication à l'Académie Militaire de Cherchell du défunt Président Houari Boumediene, Algérie

FELLAG Ahmed

Professeur , Université d'Alger 3

3. The importance of strategic communication in the organization..... 21

DOUIDA Amina

PhD Student, University of Algiers 3

4. استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في البحث العلمي، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة الجزائر (3) 31

فريدة بن عمروش

أستاذة محاضرة "أ"، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

5. تجليات الهوية السياسية للقنوات الإخبارية من خلال مضامين صحافة المواطنة، الأمانة السياسية للأحداث العربية بين قناتي ال CNN والجزيرة - دراسة امبريقية..... 46

مريم ضربان

طالبة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

نورة شلوش

أستاذة التعليم العالي، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

6. دور وسائل الإعلام في ترشيد استهلاك الطاقة..... 67

زهرة بلحاج

طالبة دكتوراه، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية

محمد كريم خيدر

أستاذ محاضر "أ"، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية

7. الملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية: مقارنة بين أنظمتها القانونية وأجهزة حمايتها في الجزائر وفرنسا.....83
وليد ضربان
طالب دكتوراه، جامعة الجزائر-03
8. ازدواجية اللغة في الخطاب الإعلامي من خلال الصحافة الرياضية في الجزائر100
عولة حمودي
طالبة دكتوراه، جامعة الجزائر 2
9. مفهوم حرية الصحافة المكتوبة عند الصحفيين الجزائريين في ظل التشريعات المنظمة لها، دراسة وصفية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين العاملين بالقطاع الخاص خلال فترة التعددية الإعلامية.....122
نصرالدين أمقران
أستاذ مساعد قسم "أ"، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3
10. تطبيق مقارنة التنمية التشاركية: مدخل في الديمقراطية الرقمية.....141
رضوان مجادي
طالب دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعيدة
11. الاتصال والتحسيس البيئي حول التسيير المستدام لنفايات الصلبة الحضرية – تجربة الجزائر في هذا المجال.....156
دليلة حمروش
أستاذة مساعدة "أ"، جامعة وهران 1
- بن عمريزلي
أستاذ التعليم العالي، جامعة وهران 2
12. الأغنية الكروية السياسية في الجزائر: الموسيقى كخطاب احتجاجي معارض وفضاء عمومي بديل.....172
آمال علي الهادي
طالبة دكتوراه، جامعة الجزائر 3

يصدر العدد الثاني عشر من «مجلة الاتصال والصحافة» والعالم يواجه أكبر أزمة صحية في القرن 21م، رسمت معالمها جائحة كورونا وما انجر عنها من شلل شبه تام في الحياة اليومية لسكان المعمورة.

فقد كان ولا يزال لهذه الأزمة وقع كبير على كل المجالات الحيوية في الدول، وأدت إلى غلق الحدود والأماكن العمومية والمدارس، كما طالت أغلب المعاهد والجامعات في العالم؛ لذا أصبح من الضروري رفع التحدي ومواصلة العمل، بما يتماشى ومتطلعات الباحثين الجامعيين الذين حولوا بدورهم هذا الوضع الاستثنائي إلى فرصة للاجتهاد أكثر وطرح بحوث جديدة، وهو ما لمستته هيئة تحرير مجلتنا في تلقيها لمجموعة كبيرة من المواضيع البحثية بلغت ذروتها فترة الحجر الصحي المنزلي.

واحتراما منا لهذا المجهود الفكري وحرصًا منا على تثمينه، كان لزامًا على هيئة التحرير مضاعفة مجهوداتها بغية الاستجابة المنصفة للأوراق البحثية المودعة، مع الحرص على أن يستوفي كل مقال شروط القبول الشكلية والتحكيم إلى غاية اتخاذ قرار نشره من عدمه؛ وهو ما تعكف عليه إدارة المجلة، التي باتت تفرض نفسها أكثر فأكثر في قواعد البيانات الرقمية العربية، كون هذه الإجراءات تضيي مصداقية أكبر وتساهم في الوصول إلى تطلعاتنا على المدى القصير والمتوسط؛ وتخلق جوًا تنافسيًا بين الأساتذة والباحثين يساهم في ترقية البحث العلمي.

إن هذا الالتزام الذي تبنته مجلتنا عشية ترقيتها إلى الصنف (ج) نابع من استراتيجية المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، حيث كانت من المجالات السبّاقة في اعتماد مقاييس البوابة الوطنية للمجلات العلمية ASJP، فأصبحت بذلك رقمنة المعلومات واستخدام تكنولوجيات الاتصال أساسًا لتطوير البحث العلمي وسبيلًا لبلوغ اقتصاد مبني على المعرفة.

هذه الاشكالية وأخرى، تناولتها مقالات هذا العدد، التي عالجت قضايا الساعة كالاستثمار في رأس المال البشري والاعتماد على تكنولوجيات الإعلام والاتصال، إلى جانب دراسة حول التواصل عن قرب واستراتيجية ادارة التغيير من خلال محاولة معرفة مدى جدوى النظريات التي لاتزال تحكم البحوث العلمية في ظل استخدامات المتلقي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، كما حاولت دراسة أخرى التأكيد على أهمية ودور الاتصال الاستراتيجي ومقوماته داخل المنظمة.

مثل هذه الرؤى التي تحاول خلق جسور بين علوم الإعلام والاتصال والمناجمت تحضى بعناية خاصة من قبل هيئة التحرير ايماننا منا بالأفاق الواسعة التي يمنحها هذا التلاقح الابستيمولوجي بين علوم الاعلام والاتصال والعلوم الأخرى.

في ظل الاجراءات الاحترازية المعتمدة للحد من انتشار فيروس كوفيد 19، كان من الضروري غلق المكتبات خلال فترة زمنية طويلة لحماية لصحة روادها من طلبة وباحثين، وهو ما جعل من الانترنت بديلا بامتياز للتواصل الاجتماعي والتعليم والبحث العلمي؛ لكن يتفاوت الاهتمام بالشبكات المعلوماتية الرقمية من باحث لآخر، وهو ما خصته الورقة البحثية الموسومة باستخدامات المعلومات الالكترونية في البحث العلمي من قبل عينة من الأساتذة الجامعيين في الجزائر.

تهتم العديد من الدراسات في الآونة الأخيرة بالعلاقة بين الإعلام والسلطة، ولما ينصب الحديث عنها في المؤسسة الإعلامية، يصبح الأمر مثير للاهتمام، لذا كان موضوع تجليات الهوية السياسية للقنوات الاخبارية من خلال مضامين صحافة المواطن من المواضيع المهمة، خاصة وأنها تناولت المصفوفة الفلسفية والأمنية التي يبني عليها النقاش الاستيمولوجي الجديد حول المشهد الإعلامي والاتصالي المتنقل من الثنائية التقليدية إلى إعلام المواطن.

ولأن الجزائر تحاول في السنوات الأخيرة، استدراك قدراتها الطاقوية المتجددة إلى جانب ترشيد استهلاك هذا المورد الاستراتيجي، فقد حظي هذا الموضوع باهتمام خاص في الورقة البحثية التي تضمنت دور وسائل الإعلام في ترشيد استهلاك الطاقة: من خلال توجيه الأفراد وتوعيتهم بالاستخدام والاستغلال العقلاني للطاقة في شتى القطاعات كونها المحرك الاساسي للتنمية، مع عدم التضحية بالبيئة لصالح التنمية، وهو ما عالجت دراسة أخرى خصصت للاتصال والتحسيس البيئي حول التسيير المستدام للنفايات الصلبة الحضرية، قامت من خلاله الباحثة بتوصيف واقع التثقيف والوعي البيئي حول التسيير المستدام للنفايات بالجزائر.

تبقى حرية الصحافة المكتوبة من منظور المهنيين، والملكية الفكرية في الصحافة الالكترونية من المواضيع التي تشهد اقبالا كبيرا لدى الباحثين في علوم الإعلام والاتصال في الآونة الأخيرة، وهو ما يتجلى في فتح عدة فرق بحث وتنظيم ملتقيات علمية في هذا المجال، وهو ما تمت دراسته في مقالين علميين اهتما بالتشريعات الإعلامية في الجزائر.

وفي الأخير، نتمنى أن يضيف هذا العدد لبنة جديدة في صرح البحث العلمي، وأن يثير نقاشًا علميًا، تظهر ثماره من خلال مزيد من البحوث، وإثارة القضايا العلمية من أعضاء الأسرة العلمية.

رئيس التحرير

د/ لعلاوي خالد

The Communication of Proximity and Change Management Strategy

التواصل عن قرب واستراتيجية إدارة التغيير

IKOUFANE Chafik

Lecturer class A

University of Mouloud Mammeri

Tiziouzou/ Algeria

ikoufane@yahoo.fr

Date de réception : 12/02/2020

Date d'acceptation : 02/06/2020

Date de publication : 02/09/2020

Abstract:

The theories of information and communication sciences have developed considerably, This new studies examined the impact on the recipient and the public that was the main focus of most theoretical studies that attempted to understand the relationship between the media and the recipient. Especially in the question of using Media and its impact. sometimes The recipient is seen as a negative, Influenced by media. And sometimes seen as positive recipient, able to choose what he sees, and believe what he wants.this supervision motivates us to study in what extent remain that theories to monitor the media researches.

Keywords: NewTechnology, The impact, research trends, information and communication sciences

ملخص :

عرفت نظريات الاعلام والاتصال تحولات كبرى، غير أنها تميزت عن غيرها من النظريات ببطء هذا التحول، فقد ارتبطت بشكل كبير بالوسيلة الاعلامية التي أخذت أشواطاً طويلة لاحداث النقلة النوعية بداية من الصحافة المكتوبة إلى الراديو وصولاً للتلفزيون قبل الانترنت. هذا ما جعل النظريات تتقلب بين الرؤية السلبية للمتلقى والرؤية الايجابية لهذا الأخير. غير أن المتلقى اليوم في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال لا يشبه متلقى وسائل الاعلام الكلاسيكية، ما يدفعنا إلى البحث عن مدى جدوى النظريات التي مازالت تحكم البحوث الاعلامية.

الكلمات المفتاحية : التكنولوجيا الحديثة، الأثر، التوجهات البحثية، علوم الاعلام والاتصال.

1. INTRODUCTION

Despite the relative stability that some of the media theories have known for 50 years ago, and has provided a basic platform for the modern perspective in the field of information, however, many of these theories have become invalid because of the wave of media and communication technologies. Recent debate over some of the theories that have lived for many years in the field of information and communication sciences and related concepts among classical theorists and proponents of technological theory, Especially with regard to the elements of the communication process, the global village, the role of the receiver in the digital media etc.

In this study, I am going at the beginning to try to clarify the specificities of the digital media and communication and the specificities of its audience as well, and compare its characteristics with one of traditional media. Then I will touch upon the most important theoretical pillars of information and communication sciences, which have been transformed by technology such as the elements of the communication process, the global village etc.

2. Characteristics of media and its audience:

We must highlight the most important characteristics of the digital media and communication, as well as its audience. That is what we have to mention through the following points:

2-1 : Interactive:

The term "media effectiveness" is not new, it goes back to since 1984 when "Wiener" began to study the importance of feedback returned as an essential element of the communication process. After that the book of "Wolber Shram" was published in 1954, entitled "Mass Communication and its Effects". In that book the first reference to the term interactive, He pointed to the importance of experience between the sender and the receiver, which is connected to two types of feedback: transmitted a message from the receiver to the sender and a message from the receiver to himself.

This term has been used in practice since the 1970s, as a result of the widespread and expansion of fixed telephone connections in Europe and America, and the use of this in communication through television and radio programs.

However, this term has evolved more with information and communication technology, and even the effects of this process are different from those of the 1970s.

In contrast to the classical media, the two parties to the communication process are those who make the interactive side, because of the influence of the media on the recipients. But in the era of information and communication technology, interactivity is the result of the medium itself, where the media push the parties of communication to respond to media and interact with it without a prior feeling. That's what Making thinkers reconsider Lasswell's model of communication 1984, which focused on answering the famous questions: What? By what means? Whose? And what effect? Means communication flow in one way. While real interaction resulting from modern technological developments requires a multi-directional communication model. It is also long-term and renewable, placing receiver and sender in constant interaction.

2.2 Multimedia:

The field of information and communication has not known this diversity in multimedia, as it has with information and communication technologies. Multimodality is the combination of various technologies leading to the role of media and communication in a single holder, capable of addition to the representation of communication roles of individual media. Creating a common communication space among different media, and a multi-generational audience and uses. (Diamas 2014)

Classical theorists were differentiating between the television audience, the public of the writing press, the radio audience etc. The difference was clear between these audiences and the media in which they belonged. Today, the media mix into one media, which can send radio waves, write press releases, and transfer images and video clips, Connecting teleconferencing in a high-quality audio and picture service. In addition to other roles of the media, such as recording, photography, storage and many other services, all this has created a new communication system that is not at all similar to that of the specialized system.

Determining the orientation of the mass media and its audience is not easy. It is a mixture of classical audience, It is also irregular, not fixed within specific trends, Sometimes it tends to press writing, and sometimes tends to the audiovisual media, and sometimes swings between these and that. So we have to revisit the theoretical basis which tries to understand the relationship between the digital media and the audience, And not to impose the old theories on new data.

2-3. Diversity of communication process elements:

The diversity of the components of the communication process, which provided the recipient with greater choices to employ the communication process in accordance with his needs and motivation for communication, this diversity led to the emergence of the smart media agency, On this basis, the communication process has tended towards pluralism and identification. On the one hand, it is very diverse, giving the recipient many chances to choose and adopt. On the other hand, these options are renewed. The recipient is not lost in the search, but restricts the options in the field he wants, making him more specialized in the areas he wants. It seems that the digital recipient is aware of a wide range of media content, because the Internet provides great information, But in fact, the choice of options made him confined to a certain area where he would be lost without limits, Renewing the content and its multiplicity makes it related to the field that he wants. But Classical media are less diverse in terms of content, but it does not give much specialization, making the recipient exposed to different content, gaining diverse but not specialized experiences. (Havens 2016)

2-4. Lower level of control "Gatekeeper":

The gatekeeper in the traditional media was a filter for media content in its transmission from the sender to the receiver. The gatekeeper played an important role in determining the recipient's media choices, as well as the effects of these contents could have on the recipient.

It was necessary when we try to understand the communication process and the expectations generated by it, as well as the public's relationship with the media, to take the role of gate keeper as a key player in this process.

Today, with the modern media, the gatekeeper has not retained the role and position he previously held, The recipient is largely free from external surveillance in receiving media content, after he has all the conditions of privacy in the digital media and communication. Media is no longer used collectively, and the contents of the media are no longer transparent. But confidentiality and privacy have become the main features of the use of electronic media, Which makes it difficult to detect the contents of the recipient, or the habits and purposes of the use of these media by him. The confidence of this recipient is increased by the media, which he finds his desires, and breaks some social and cultural taboos through it.

It is not strange, that the recipient trusts himself in dealing with media content, which makes him abandon the gatekeeper. The information explosion, which is possible for all people, and increase their thinking and gained them experience and accumulated knowledge. The receiver Thanks to digital media has become able to engage in various discussions on various subjects, and increased their confidence in themselves and their abilities.

The role of the gatekeeper decreases whenever the receiver is connected to the contents of the technology, and the high level of interaction in the communication process, which is reflected in the personal abilities of the recipients. And their ability to participate in various cultural topics, without feeling the need to return to parties that were previously the only reference in determining positions and views on various issues.

2-5. Turning the media into "citizen journalism":

The media and press profession is no longer a specific category of individuals, but in the era of information and communication technologies is available to everyone. The development of the media, the documentation information which become available to all people, qualify them to play the role of journalist and compensated the complex media to just a camera and the Internet (Birnard 2015)

The phenomenon of citizen journalism as a new form of non-professional press practice is one of the most important transformations produced by modern technology, As these practices develop, citizen journalism has begun to take its share of debates and research in developed countries at the media level. This media phenomenon is still called in a variety of terms such as "participatory journalism, open media, democratic media," street journalism, alternative media etc. And other terms that had been developed by researchers in this phenomenon and the media, such as: "Clementia

Rodriguez" 2001 first used the term "citizen media" and "Bauman Willis" 2003 first used the term "participatory journalism".

This new form of media and its public has many characteristics:

--- Every citizen is a searcher for information, and everyone can become a source of news and information.

--- Transformation from the mass media to the media of public : The mass media disseminate information from the individual to the group, and the citizen's press turns the equation and relies on the dissemination of information from all to all, depending on the citizens of journalists.

--- Personal participation: Mobile democracy is a voluntary individual act not subject to the directions of certain organizations but to the political convictions of the individual, which is not found in traditional means of communication.

--- Increased interactivity, which is also longer lasting thanks to the renewal of information or the addition of new data on it.

3. Transformations made by modern technology on the theoretical pillars of information and communication sciences:

It was not possible to talk about a critical view of the theoretical pillars of information and communication sciences, especially those related to the theories of the foundation, especially the theories of influence, elements of communication process and the foundations set by McLuhan and others researchers. Opponents of any view appear to be modernizing the theoretical foundations of information and communication sciences, due to their excessive attachment to classical theories, Are still opposed to innovative ideas in this area, although the field practice proves the distinction of the media and communication and its modern audience about the classical audience, Which necessitates a reconsideration of the theoretical foundations without excluding that in building the system of the new theory of information and communication sciences.

The most important changes made by modern technology on the theoretical pillars of information and communication sciences, we mention the following points :

--- The impact of the external environment on the receiver decreased in favor of the medium :

The gatekeeper and opinion leaders were of the most important pillars explaining the influence of the media on the public. These theories came as an alternative to the strong and direct influence of the media on the public. The Gatekeeper study is a study of the behavior of those individuals who control different points in the storytelling process of information. It was more realized under the classical media, but it has declined significantly under the information and communication technology.

The distance between the source of the information and the recipient is no longer or complex, as it used to be, and at other times, there is no intermediary between the source of the information and the receiver that would screen or reconstruct the media message. Which makes the process of impact exclusive compared to the process that resulted from a series of transformations in the media message.

Opinion leaders also represented a fundamental starting point in determining the course of media influence, and represented a major development in impact studies. Lazarsfeld and Berlusconi and Judy conducted a study in 1940 during the US presidential campaign, in which President Roosevelt was a candidate for the election but he was ill and unable to assume the responsibilities of the

presidency, especially his country was In a period of world war, so most of the media appealed to voters not to re-election Roosevelt.

Lazarsfeld decided to do this study to see how strong the impact of mass media on the public. If it is, so American voters would not vote for Roosevelt and if it is not, they will not do. The election results were contrary to all expectations, so Roosevelt was re-elected contrary to media directives, Personal communication has been instrumental in influencing voters (dialogues and debates) and not mass media.

Although this theory has a real impact on the reality of the impact and the context surrounding it, it is no longer as strong in our time, where both of the media and the public are changed.

Opinion leaders have declined, because of the decline in the knowledge gap among the public. The knowledge gap was the direct cause of opinion leaders' ability, to confuse the public with their perspective and opinion. However, the modern technology has enabled the public, despite their different scientific, cognitive and cultural levels, to have equal chances in shaping and defending views, Knowledge can be developed in a personal way and an independent knowledge system that built without the public relying on other parties to take the role of guidance and make their opinion. Social networking sites for example, are a real space where the individual acquires experience and information and develops their analytical abilities to become able to dialogue and debate, even criticism and analysis.

All of this has changed the nature of the digital audience, compared to the classical audience, so it is necessary to reconsider the impact studies in their new nature.

--- Change the elements of the communication process: It was agreed that the communication process could not take place without the essential elements of its performance. Especially the sender and receiver and the content transmitted through the media, Despite the development of the media from written journalism to radio to television, elements of the communication process still the same.

Source or sender: means the originator of the message, the source may be an individual or a group of individuals and may be an enterprise or company, The source is often used under certain conditions. It is essential that the source be known normally the recipient will not accept the content or message if the sender or source is not known.

The message is the idea, or content that the source send it to the recipient, includes the meanings, ideas and opinions that relate to certain subjects, expressed symbolically in writing, pronunciation or image etc. The effectiveness of communication depends on a common understanding of the subject and language in which the message is presented. It is stipulated in this message to be built according to the nature of the public and their characteristics.

The channel is also an important element of transmission the message from sender to receiver. The channel varies depending on the level of communication :in mass communication it is the newspaper or magazine or radio or television, In a collective communication such as a religious speeches or conferences may be a microphone, In some collective communication, the tool or channel may also be print or video etc. In the medium, it is necessary to be suitable for the recipient. It is wrong to send content to an uneducated audience through the written press or a radio program for children so on.

The recipient is an audience that receives message and interacts with it, There is no doubt that the understanding of the public and its characteristics and circumstances plays an important role in understanding the meaning of the message and its impact on the mentality of that audience.

In fact, the public does not believe the media message automatically, it may reject or respond to it. The public may ignore the message and not interact with it. The content for children is based on their psychological characteristics, and the same thing for young people or women^(kanaan 2014)

These elements are no longer necessary in the digital media, where modern technology has been able to change the elements of the communication process by dispensing the transmitter and the receiver, and keeping the message only by a new digital means. No longer important, who sent the message, the audience receives daily thousands of information messages over the Internet, without searching for the sender or the source of these messages, Messages are received spontaneously. And sometimes the digital robot sends the media content automatically, so the message moves sequentially among the recipients, without asking about its source.

The recipient is no longer important in determining the destination of the message. The message is published or broadcast in a random virtual space, base more on the number of recipients rather than on their personality and nature. The characteristics of the recipient have become unclear, and standards of discrimination at the level or orientation have become difficult because of the volume of knowledge provided by the digital media and communication.

A message or content that uses modern means is the most important element in the information and communication process, What makes the understanding of this process in its new context is related to a context different from that which prevailed under the media and classical communication, so the impact process will be different as well.

--- Increase the virtual communication and decline the realistic communication:

Modern technology has produced a paradox in the concept of communication, It has opened many doors for virtual communication that is based on approximation the distant people, While reducing the level of real-time communication and dispersed the close people.^(Karabi 2015)

More than forty years ago, Marshall McLuhan said that electronic media helped shrink the universe and reduce it in time and space, Until it became known as the Global Village and increased human knowledge of its responsibility. This new situation has led to what can be called an "era of anxiety" because the new online revolution which forces the individual to commit and engage deeply, without paying attention to his own perspective.

McCluhan's approach was aimed at referring to two important things. The first concerns the rapid spread of information, until the world turns into a small village, where is the person in the extreme east of world can heard what happens in the extreme west at the same time.^(Kiven 2017)

The second thing is the mass imposed by television on society and the family, w Where the TV managed and collected Different people under the TV screen.

The media and electronic communication in its modern concept have retained the first part of McLuhan's vision of the evolution of information technology, which transforming the world into a single communication space in which information is transmitted sequentially. but the second part of the theory is no longer valid, since electronic communication has fragment the real communication, and Keep people in the same community far away from each other. so People no longer gather on one screen, and do not share common interests, Every individual in a family has his screen or his own electronic means, busy in his own digital world. Some live in the world of cars, and the other in the world of movies, while others hardly recover themselves from the world of electronic games

The street no longer gathers friends, but they meet in the virtual world, so the social and family relations are largely dispersed. Communication technology has provided solutions of the the obstacles of virtual communication, Such as the problem of language, shame, fear ..it is The paradox which created by the media and digital communication to the public. (Kinde 2016)

--- Interactive Explosion: Researchers see That the interaction is a complex process between the sender and receiver of the media message. End with a set of reactions about the impact of the message on the receiver; Interactive communication extends beyond the limits of human communication to communication and interaction with the medium itself, not between the individual and the parties of the communication process only.

The term of interactive in the media and communication appeared before the invention of media technology. The interest in the interactive study began since 1948 when "wiener" emphasized on the importance of feedback as an essential element of the communication process. After that "Wilbur Shramm" published his book in 1954, entitled The process of mass communication and its effects, Where the first reference to the term interactive. "shramm" pointed to the need for a field of experience between the sender and the receiver, which will be connected to two types of feedback : a message from the recipient to the sender and a message from the recipient to himself.

The various traditional communication studies began with the theory of the magic shot through a model of "shanon and weaver" And model of flow of communication through two phases, into the model of "Westley and maclean" And their perceptions of gatekeepers, ostly emphasized the importance of feedback in the traditional media that were in one-way without care to feedback. (salama 2010)

but the new technology of information and communication sciences has exploded this interaction in a new way, different from the interactive that was under the traditional media and communication.

4. RESULTS AND DISCUSSION

The most important features of the new interactive are:

A. Power of Interaction: Interactive in the era of information and communication technology has been characterized by high grades. relying on the network system in the process of interaction, So that the feedback starts from one point, reaching hundreds of target points, And return feedback from these points target, to turn to another feedback targeting thousands of other points, In this manner

The interaction with each element multiplies contributes to the enrichment of the subject or the media message. The ability to share media content, comment on it, introduce it ... all this increases the power of interaction,

B. Audience's ability to generate interactive content: No longer interactive in the era of modern technology born of the source of the message as it was in the era of the classical media, But the public who creates this interaction, Some contents have no value or great interaction, and vice versa.

The interactive process is also automatically renewed, so that the audience returns the information to discussion and excitement without the source of the information being renewed, so the audience who reproduces the information, and produces the power of interaction, he is also capable to ending it gradually or definitively.

C. 0. Automatic renewal of the interactive process: The interactive process is transmitted smoothly thanks to the information technology, so the source does not need to recall the message every time, or waving it at every occasion. Modern information and communication technologies prolong and renew the life of media content, So any member of the public can refer to this content to be renewed automatically, and becomes a prominent list of media content for all his friends. the information is renewed when adding any amendments, even without interference from the original source, Which makes it develop like a snowball, and develops with it the interaction that the audience has.

D. Create Audience for Power Interaction: It is no longer the media message that controls the power of interaction around it as it was in the classical media and communication, But modern technology has given this role to the public itself, it determines the extent and strength of interaction. A simple event may be transmitted to a large audience of digital media, and intense interaction around it. While the public ignores an important event, does not interact with it, it turns into an unimportant content.

On the contrary, the public may revive the media content, although this content is old and not distinctive, so the audience determines the value and direction of the media message and the impact it can have.

Source:

1. Birnard(2015) citizen journalism, Knowledge Publish, United Kingdom
2. Diames Ronald (2014) The era of Multimedia and new communication system, central Library, London
3. Havens Lora (2016) Qualitative communication in a digital world, Faculty of Humanities, University of Irland
4. karabi 2015 virtual communication, Anewar edition, Jordan
5. salama 2010 Modern communication theories, Egypt
6. Kiven 2017 New technology in a changing world, University of New York
7. Laura Kinde 2016, Social Transitions of Information and Communication Technology, Without a publishing house, United kingdom

This study pursued a twofold objective: Identify the challenges such as the opportunities that ICT and human capital bring for a good change at the knowledge economy. And to identify the courses of action that would enable these changes, to provide that the massive investment of the ICT is also accompanied by a real investment in the Human Enter your abstract here (an abstract is a brief, comprehensive summary of the contents of the article).

Keywords: Information and communication technologies (ICT), human capital, adoption of ICT, investment, knowledge economy.

1. Introduction :

La révolution numérique est déjà une réalité dans plusieurs pays, elle commence à se diffuser dans plusieurs entreprise ouvrant des perspectives de croissance nouvelles entraînant de profondes mutations organisationnelles et managériales au sein de ses entreprise grâce à l'émergence des technologies de l'information et de la communication (TIC). En effet, les TIC sont le symbole de tous les changements majeurs qui ont eu lieu dans le monde du travail durant ces vingt dernières années, c'est un changement qui a donner naissance à un nouveau concept celui du capital humain l'usagé de cette technologie.

Investir massivement dans du matériel (les TIC) ou s'investir dans les actifs immatériels tels que le capital humain (formation, organisation du travail) ou réside la priorité? cette interrogation apportent aujourd'hui de nouvelles perspectives de recherche en économie et en science de gestion, il est vraiment nécessaire d'analyser comment l'économie de la connaissance, à travers le développement des TIC et l'informatisation des entreprise conduit à la modification des compétences humaines.

L'objet de cet article est précisément d'apporter un éclairage empirique sur le lien qu'induit l'adoption des TIC sur l'investissement dans le capital humain au sein de l'entreprise. Pour ce faire, on s'interroge sur les questions suivantes : Comment les individus dans l'entreprise s'approprient-ils les TIC ? Est-il suffisant d'investir massivement dans du matériel si en parallèle on n'investit pas dans les actifs immatériels ?

Notre présent article est scindé en trois points, dans le premier nous tentons de mettre en lumière les différentes définitions qui jalonnent la notion des TIC et du capital humain, le deuxième point est consacré à la formation comme investissement dans le capital humain et le troisième point nous expliquerons la relation entre la compétence humaine et la dimension technologique dans l'entreprise.

2. La notion des TIC et du capital humain : définitions de base

2.1 Que sont les TIC ?

Les TIC se réfèrent à un ensemble d'outils nécessaires pour le traitement de l'information, et particulièrement des ordinateurs et des logiciels, mais aussi d'autres dispositions techniques utiles à la gestion et au stockage de l'information dans les formats technologiques qui permettent de diffuser, d'échanger, de chercher et de retrouver l'information (Gollac et al., 2000, pp 171-201).

Pour l'OCDE (OCDE, 1999), le secteur des TIC comprend trois sous-secteurs encore appelés filières: le sous-secteur informatique, le sous-secteur des télécommunications et le sous-secteur électronique.

De nos jours une part importante de la croissance provient non plus de bien matériels, mais d'un élément moins tangible : l'information. Et la forme qu'emprunte cette information – disque dur d'un ordinateur, lecteur MP3 ou transmission par satellite – importe peu. Cela reste toujours un langage composé de 1 et de 0 (Keeley, 2007, p23). Sauf que cette technologie ne pourra jamais avoir lieu sans la compétence humaine, ce qui nous amène à s'interroger sur la notion du capital humain dans l'entreprise

2.2 Qu'est ce que le capital humain ?

Le développement de la Gestion des Ressources Humaines GRH (initiée dès le début des années 80), a transformé en un sens, le regard porté sur l'Homme en entreprise. Il s'agit d'un nouveau modèle de société et d'économie, un paradigme informationnel qui décrit le projet d'un homme nouveau dans une nouvelle société (Philippe, 2005, pp 45-57) reconnue sous le nom de société de connaissance.

Le terme de capital humain est particulièrement utilisé, depuis les années quatre-vingt dix, tant par des organisations mondiales que dans le milieu des entreprises, pour désigner les compétences d'un individu ainsi que ses caractéristiques personnelles pouvant être optimisées au sein de la société (Healy & Field, 2001, p 136).

Dans cette logique, l'OCDE affirme que la notion de capital humain souligne avec force l'importance des personnes dans les économies sur le savoir et les compétences. Ce qui s'intègre totalement dans la logique de valorisation d'actifs non matériels, tant pour le monde de l'entreprise que pour l'économie en général, à travers la reconnaissance d'une dimension invisible (Philippe, 2005, p50) qui va prendre de plus en plus de place dans la production.

Au sens large, le capital humain regroupe l'ensemble des connaissances, des qualifications, des compétences et des caractéristiques individuelles qui facilitent la création de bien-être personnel, social et économique (OCDE, Du bien-être des nations: le rôle du capital humain et social, 2001, P 95).

Au sens strictement économique, c'est l'ensemble des connaissances et des compétences mobilisées par l'individu pour produire des biens et services (P.C, 2006, p 120). Le capital humain au niveau macroéconomique serait donc un facteur de productivité qui permettrait d'augmenter la croissance et l'emploi. Le capital humain regroupe donc les connaissances tacites acquises grâce à l'expérience et l'apprentissage sur le terrain, ainsi que les connaissances explicites acquises par l'éducation formelle (Dvidsson & Honig, 2003, P 329) ou même à travers la formation qui est une sorte d'investissement immatériel, dans ce cadre l'entreprise à l'ère du numérique est confrontée à une réalité prononcée par l'économie de connaissance pour se trancher soit s'investir dans du matériel ou dans l'immatériel ou bien les deux en même temps .

2. L'investissement : matériel ou immatériel

Sommairement, on peut définir l'investissement comme une dépense devant être récupérée sur une période supérieure à l'année. Pour une entreprise, cette dépense porte sur des biens de production qui s'ajoutent à un stock de capital existant ou le remplacent (Bertrand & Christian ; p 46)

Pour l'économiste André Gorz, (Groz, 2003, p 49) «le cœur de la création de valeur est le travail immatériel» puisque, pour lui, «travailler c'est se produire ». Plus encore, «en devenant la base d'une production de valeur fondée sur l'innovation, la communication et l'improvisation continues, le travail immatériel tend finalement à se confondre avec un travail de production de soi».

Des études, menées notamment par l'OCDE, ont mis en évidence l'importance de l'investissement immatériel .Les travaux en question partent du principe qu'on ne peut séparer les TIC du processus d'innovation qui les accompagne. De ce point de vue, les analyses macroéconomiques rejoignent les enseignements des travaux menés à l'échelle de l'entreprise : les nouvelles technologies ne sont que des outils. Elles ne produisent pleinement leurs effets que si elles s'accompagnent d'investissements dans des actifs immatériels complémentaires (Philippe, Benoît, & Michal, 2011, p 118).

Selon la méthode exposée par Corrado, Hulten et Sichel, les investissements immatériels peuvent être répartis en trois catégories (voir le tableau) :

- Information numérisée (logiciels, bases de données).
- Innovation (R&D, brevets, licences, design...).
- Compétences économiques (marque, capital humain spécifique, structure organisationnelle).

Table N°1 : L'immatériel dans l'entreprise

Type d'investissement immatériel	Comprend :	Traitement dans le cadre de la comptabilité nationale
Information numérisée	1. Logiciels 2. Bases de Données	Inclus dans l'investissement (depuis peu)
Actifs Innovants	1. R&D 2. Recherche de minerais 3. Droits d'auteur et licences 4. Développement de produits financiers nouveaux 5. Plans d'architectes et d'ingénieurs 6. Recherche en sciences humaines	Seulement 2 et 3 sont inclus dans l'investissement
Compétences économiques	1. La marque 2. Capital humain spécifique à la firme 3. Organisation	Non pris en compte

Source : OCDE, Marrano, Haskel et Wallis d'après Corrado, Hulten et Sichel

D'après le tableaux le capital humain comme compétence économique n'est pas pris en considération dans le traitement de la comptabilité nationale se qui explique une certaine divergence entre les TIC qui sont inclus dans l'investissement par contre le capital humain qui n'est pas pris en compte, dans ce sens s'investir massivement dans du matériel et du logiciel, sans s'investir en parallèle dans les actifs immatériels (le capital humain) qui permettent un usage

efficace du numérique est insuffisant pour le bien être de l'entreprise et surtout de son personnel.

Par exemple, pendant longtemps, les logiciels n'étaient pas considérés comme des investissements mais comme des consommations intermédiaires, ce qui revenait à les exclure mécaniquement des mesures des contributions à la croissance. Aujourd'hui, cette insuffisance a été corrigée et les logiciels sont intégrés aux investissements. Mais ce n'est toujours pas le cas pour la quasi-totalité des autres investissements immatériels surtout celle du capital humain.

L'investissement que les individus consacrent à leurs personnes, le plus souvent en améliorant leur niveau d'éducation, leur procure des bénéfices réels en matière de revenus et bien être personnels (Brian, 2007, p 30)

Il est difficile de mesurer tous les investissements consacrés par les entreprises au capital humain, en partie parce qu'elle ne rendent pas compte de toute la formation, mais aussi parce qu'une grande partie de la formation n'est pas toujours incluse dans le cadre de la comptabilité nationale (OCDE, L'investissement dans le capital humain : Une comparaison internationale, 1998, p44). Dans ce sens l'investissement peut prendre des formes diverses, dans notre présente étude on s'intéresse à l'investissement dans le capital humain (capital immatériel) plus précisément à la formation comme forme d'investissement immatériel.

3. La formation comme investissement dans le capital humain :

L'intégration des TIC dans l'organisation du travail va alors jouer un rôle crucial sur les nouveaux besoins des entreprises en termes de capital humain. Des nouvelles compétences vont alors être requises non seulement en tant que bagage individuel, mais également afin d'intégrer à l'économie de connaissance à travers l'usage de ces nouveaux outils

On distingue une abondante littérature sur les différents aspects qui déterminent les « marchés de formation ». Premièrement dans le contexte d'un cadre intègre d'analyse des systèmes d'information et de prise de décision sur le capital humain, il est essentiel de bien voir que les marchés de la formation post-obligatoire ne sont qu'un des grands terrains sur lesquels se déroulent les transactions relatives au capital humain. Deuxièmement comme le souligne l'OCDE «on peut se demander si cette diversité des prestataires de formation constitue en soi un marché de formation efficace tant que des conditions inégales de financement, de certification, d'accès et de statut juridique tendent à créer, non pas un système ouvert d'offre et de demande, mais plutôt une série de systèmes parallèles isolés les uns des autres, s'adressant à une clientèle différente et fonctionnant dans des conditions différentes» (OCED, 1996, P 106).

Autrement dit les TIC font évoluer la nature des tâches, puisqu'elles modifient la façon de faire. Avec cette modernisation, c'est l'organisation toute entière du travail qui est bouleversée. Donc de par là-même la conception du rôle que l'individu va jouer dans cette nouvelle organisation, une mutation importante mais nécessaires à travers son rôle de Compléter la mesure des équipements TIC par une formation à l'usage efficace du numérique.

Les TIC vont en outre devenir un élément à prendre en compte dans le choix des formations, ainsi que dans le choix de suivre une formation continue, pour faciliter la mobilité professionnelle. On anticipe les carrières à la lumière des compétences et profils que requiert le marché de l'emploi, ou l'entreprise dans laquelle l'individu travaille déjà.

À travers une focalisation nouvelle sur un principe de formation tout au long de la vie, nous assistons à l'émergence de l'individualisation de la formation, qui offre au sujet les moyens d'accéder à des parcours de formation à tous les stades de la vie (personnel et professionnel). Considéré, de plus en plus, comme une ressource à développer plutôt qu'un coût à minimiser, dans ce sens le capital humain devient la ressource productive essentielle des entreprises.

Face à cette mutation accélérée par une rapidité des changements technologiques et une grande diffusion du numérique, le système de formation doit être repensé. Ce dernier doit former des personnes capables de s'adapter en permanence, de suivre, d'accompagner et de piloter le changement. Les savoirs nécessaires pour soutenir l'industrie de demain ne pourront plus être enseignés uniquement avant le début de carrière: ils s'acquerront surtout avec l'expérience. «L'apprentissage permanent pourrait devenir la norme» (Thibaut & Louisa, Avril ; 2016).

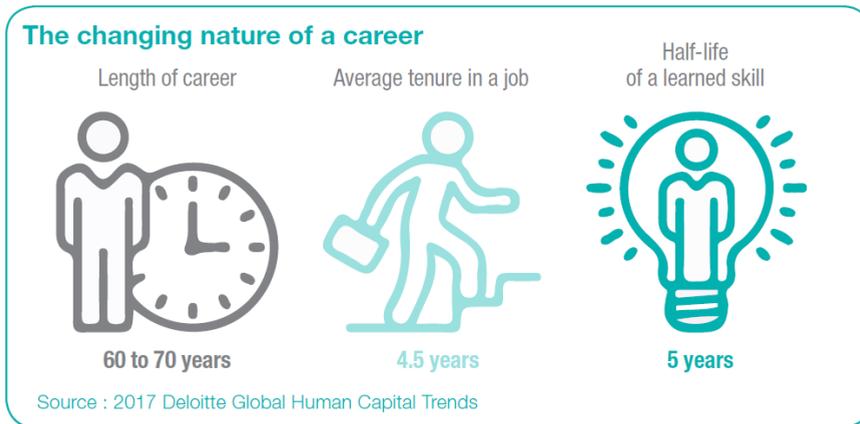
Dans ce cadre il est nécessaire d'analyser comment l'économie de connaissance, à travers le développement de nouveaux secteurs et de modèles économiques, conduit à la modification de l'organisation du travail et à la mutation des compétences professionnelles. Ces nouvelles technologies nécessitent des compétences spécifiques, en termes de manipulation et d'approche, et de flexibilité pour l'acceptation des usages de technologies sans cesses renouvelées.

Avec les progrès du numérique, de la robotique avancée et de l'intelligence artificielle, les craintes d'une substitution de l'homme par la machine s'accroissent alors l'enjeu majeur est d'investir de façon conséquente dans la formation continue, afin de soutenir la montée en qualification par l'apprentissage.

Dans ce sens l'étude réalisée par Deloitte sur les tendances RH 2017 (Deloitte, Mars 2017) indique d'ailleurs que l'apprentissage est positionné en seconde position parmi les enjeux clé en matière de RH avec en prolongement la question suivante: «Comment créer une culture d'apprentissage permanent, d'adaptabilité, de croissance et de développement personnel ?».

Sans prendre le cas extrême, les ingénieurs informatiques dont les compétences doivent être remises à jour tous les 12 ou 18 mois, l'obsolescence des compétences va de pair avec les changements technologiques et s'est largement accélérée ces dernières années (graphique ci-dessous).

Figure N° 1 : Changement de la nature des carrières



Source : Deloitte Global Human Capital Trends, Mars 2017 - New rules, new game -Deloitte University Press, Rewriting the rules for the digital age

Ce graphique explique le changement de la nature des carrières à travers une mise à jour des compétences des employés, cette mise à jour vise à consacrer la moitié de carrière dans le développement des compétences, étant donné que la durée d'une carrière varie de 60 à 70 ans et la durée moyenne d'occuper un poste est entre 4 à 5 ans

Et dans la mesure où la formation initiale ne peuvent suivre en temps réel l'évolution constante des technologies pour préparer les actifs de demain, l'entreprise à désormais une responsabilité – et un intérêt – accrue à s'engager dans un continuum d'apprentissage pour ses salariés pour assurer leur montée en qualification pour une adaptation permanente de leurs compétences (Trisran, 2018 ; p 38). Quoi que les objectifs d'une formation ne sont pas nécessairement incompatibles avec l'amélioration visée des performances économiques, d'autant que la réalisation des objectifs économiques de l'éducation exige des individus qu'ils soient accomplis, souples et adaptables, et disposés à apprendre tout au long de leur vie (OCDE, Du bien-être des nations: le rôle du capital humain et social, 2001, p 17).

4. La relation entre la compétence humaine et la dimension technologique dans l'entreprise :

Les TIC présentent l'opportunité d'initier de nouvelles pratiques de travail, plus collectives. Elles permettent de nouvelles relations à l'espace et au temps comme le travail à distance par exemple. Les formes de travail en groupe sont aussi diverses que les groupes eux-mêmes. Si les outils se substituent à certaines formes de collectifs, ils peuvent aussi les renforcer et en recréer d'autres. Ils peuvent aussi aboutir à de nouvelles formes de coopération et transformation alors de la nature des groupes ou des collectifs qui structurent les entreprises.

Les TIC ont bouleversés le monde de travail : changement dans les modes d'organisation, émergence des entreprises réseaux, externalisation, développement des services, automatisation des tâches informelles, codification des tâches, polyvalence, flexibilité, etc. Aussi, ces nouveaux usages conduisent à repenser les modes d'expression, de reconnaissance et d'évaluation des compétences (Chaker, 2013, p 31).

Le développement continue des nouvelles TIC indique l'ampleur des changements technologiques et du développement économique centré sur le numérique. Ces changements engendrent des gains de productivités, ce qui influence la croissance économique positivement, mais beaucoup d'auteurs précisent que les investissements en TIC doivent être combinés avec des investissements complémentaires dans le capital humain et le changement organisationnel (Kossai, 2013, p9).

L'usage des TIC permettrait une meilleure expression des compétences. Notamment lorsque l'activité et le dynamisme sont sous-entendus par une dimension interactionnelle et communicationnelle induite par l'usage des TIC (R, 2012) « Elles facilitent l'adoption de nouvelles logiques: personnalisation, adaptation, mobilisation, partage, anticipation. Les technologies de l'information apparaissant alors comme une source potentielle d'avantage compétitif dans la fonction RH » (Notebaert & Francois, 2009, P71).

Cependant, comme le souligne la littérature en système d'informations, ces technologies bouleversent le fonctionnement des entreprises, leur organisation du travail, elles influencent notamment la communication et les équilibres de pouvoir, comme elles facilitent l'apparition de procédure de management participatif au cœur de la création de la valeur tend à s'inscrire dans une dématérialisation de l'économie.

Il existe deux types de relation entre capital humain et technologie se distinguent aujourd'hui :

- 1) «skill in adoption» qui fait retenir que le capital humain est un facteur clé pour la diffusion et l'adoption de nouvelles technologies ;

2) «skill in use » qui montre que certaines technologies sont complémentaires avec le capital humain.

En comparant ces deux sortes de relation entre le capital humain et la dimension technologique, il apparaît que dans la première relation, la diffusion d'une nouvelle technologie dépend du capital humain. Dans la seconde, seule la diffusion de certaines technologies nécessite le capital humain.

Autrement dit, le développement des TIC contribue de manière générale à l'optimisation de la compétence humaine, à l'accroissement de la réactivité et de la performance globale de l'entreprise. Ces différentes innovations offrent une plus grande facilité d'accès aux informations dont les salariés ont besoin, et en favorisant leur partage, elles permettent un meilleur pilotage de l'activité source d'une plus grande qualité. Pour la GRH, l'application de ces technologies est source d'important potentiel d'améliorations et d'avantages compétitifs tant qualitatifs que quantitatifs.

Conclusion :

Pour conclure Il est important de savoir que les TIC en deviennent de plus en plus des outils indispensables et stratégiques pour les entreprises, elles sont considérées comme un facteur clés de leurs succès, car elles contribuent fortement à perfectionner les processus existant au sein des entreprises en présentant des solutions beaucoup plus efficaces et adaptées. Cependant accompagner ces technologies avec des formations nécessaires et des changements appropriés au service des employés pour en tirer profit au maximum par rapport a l'usage des TIC est vraiment important.

En effet, les entreprises se concentrent en général sur l'augmentation des équipements informatiques: matériel et composants électroniques, télécommunications, services informatiques et logiciels du grand public en ordinateurs et en liaisons à très haut débit dans le but de diffuser les technologies de l'information dans l'économie pour créer une entreprise informatisée . Mais l'enjeu aujourd'hui ce n'est pas seulement dans les équipements et les infrastructures informatisés mais sur l'investissement dans le capital humain. A travers une lecture de la plupart des littératures managériales on constate que:

- Une rupture de logique entre une augmentation des équipements informatiques fondé sur des catalogues d'action qui s'intéressent peu à l'humain provient en grande partie à l'importance accordée par l'entreprises à l'investissement immatériel;
- Il y a un tropisme facile à comprendre qui est de s'intéresser uniquement à cette partie apparente de l'iceberg (actifs matériels), or que la diffusion des

TIC dans l'économie doit être au préalable disposer d'une vision objective de la situation du numérique au sein de l'entreprise, à commencer par son périmètre : le capital humain;

- Les entreprises en quête de croissance économique investissent depuis longtemps dans le capital physique : infrastructures, matériels et équipements technologiques. Mais ils ont souvent négligé leurs ressources humaines, en partie parce que les retombées de ces investissements mettent nettement plus de temps à se matérialiser et sont difficiles à mesurer. D'où ce «déficit de capital humain» auquel nous sommes confrontés aujourd'hui;
- Pour toute croissance économique la priorité est pour les deux facteurs quelque soit les TIC ou capital humain dont l'un complète l'autre dans la poursuite de leurs buts respectifs qui, quoique différents, ont beaucoup en commun. L'un et l'autre poursuivent la pure puissance au sens de complémentarité sans autre but qu'elle-même. L'un et l'autre sont indifférents à toute fin, à tout besoin déterminés, car rien ne vaut la puissance indéterminée des TIC, Mais l'alliance entre les TIC et capital humain demeure primordiale malgré qu'elle présente depuis peu des fissures. Car il est urgent que le capital humain s'adapte aux changements émancipés des TIC.

Liste Bibliographique:

- OCDE (2001), Du bien-être des nations, Le rôle du capital humain et social, Paris.
- Breton Philippe, «la société de la connaissance : généalogie d'une double réduction» in Padioleau «La société de la connaissance : généalogie d'une double réduction» Padioleau " la société de la connaissance et l'école " Revue internationale de sociologie, 45-57.
- Deloitte Global Human Capital Trends - New rules, new game – (Mars 2017) Deloitte University Press, Rewriting the rules for the digital age.
- Hamon-Cholet (2000), l'information de l'ancienne économie" de nouvelles machines, de nouvelles organisations et de nouveaux travailleurs, Economie et Statistique 165-210.
- Influence du capital humain et du capital social sur les caractéristiques de l'emploi chez les diplômés postsecondaires au Canada (2006), Thèse en Administration et politique scolaires Québec, Canada Université Laval.
- La transmission des pratiques technologiques dans l'ère numérique : une dialectique entre normes sociales et apprentissages informels, biennale du CNAM (2012), Paris.

- Le capital humain, Comment le savoir détermine notre vie (2007) Les essentiels de L'OCDE, France.
- Les effets de l'usage des TIC sur les compétences et l'insertion socioprofessionnelle Education et Formation 29-46
- Les grandes questions de l'économie contemporaine France Les guides de l'étudiant.
- Les Technologies de L'Information et des Communications (TIC), le capital Humain, les changements organisationnels et la performance des PME manufacturières, (2013), Economies and finances University, Paris Dauphine.
- L'impact de l'économie numérique Societal n 71 100-128.
- Mutations industrielles et évolution des compétences, (Avril 2016), Les synthèses de La Fabrique Numéro 5.
- Notebaert (2009), Nouvelles technologies de l'information et de la communication, nouvelles stratégies marketing HEC.
- OCDE(2001), Du bien-être des nations: le rôle du capital humain et social Edition OCDE.
- OCDE(1998) L'investissement dans le capital humain: Une comparaison internationale, centre pour la recherche et l'innovation dans l'enseignement, France.
- OCDE (1999), Measuring the ICT Sector, <http://www.oecd.org/dsti/sti/prod/stiwp.htm>
- OCED (1996), Mesurer le capital humain: Vers une comptabilité du savoir acquis, Les éditions OCDE, France.
- technologie ou capital humain quelles compétences pour demain (2018), Le Lab'Ho, observatoire des hommes et des organisations.
- The role of social and human capital among nascent entrepreneurs (2003), Journal of Business Venturing, 301-331.

The importance of strategic communication in the organization

أهمية الاتصال الاستراتيجي في المنظمة

DOUIDA Amina

University of Algiers 3

Aminadouida07@gmail.com,

Date de réception : 28/05/2020

Date d'acceptation : 22/06/2020

Date de publication : 02/09/2020

Abstract:

In this article we will try to shed light on strategic communication, which is a new topic in the field of information and communication science, and this is by first introducing it and its pillars and removing the confusion between it and the communication strategy, which is a topic that is somewhat far away from strategic communication.

To this end, we have read in some articles from American magazines that have been interested in this topic, especially since strategic communication is a very important specialty in the United States of America and is considered one of the leading countries in this field.

The fundamental question underlying this study is: What is the importance of strategic communication within the organization?

Keywords: Strategic Communication _Organization_Management Strategy_research
Methods_Communication Theories

ملخص :

في هذا المقال سوف نحاول تسليط الاضواء حول الاتصال الاستراتيجي الذي يعتبر موضوع جديد في حقل علوم الاعلام والاتصال وهذا عن طريق اولا التعريف به ومرتكزاته وازاحة الخلط القائم بينه وبين استراتيجيات الاتصال والذي يعتبر موضوع بعيدا نوعا ما على الاتصال الاستراتيجي .

ولتحقيق هذا الغرض قمنا بقراءة في بعض المقالات من مجلات امريكية اهتمت بهذا الموضوع خاصة وان الاتصال الاستراتيجي هو تخصص مهم جدا في الولايات المتحدة الامريكية وتعتبر من الدول الرائدة في هذا المجال

السؤال الجوهرى الذي تقوم عليه هذه الدراسة هو: ماهي اهمية الاتصال الاستراتيجي داخل المنظمة؟ وماهي مقوماته؟

الكلمات المفتاحية : الاتصال الاستراتيجي - المنظمة_استراتيجية الادارة_ طرق البحث _نظريات الاتصال

1. INTRODUCTION

In today's increasingly complex world, organizations are competing for attention, admiration, affinity, alignment and allegiance of voters of all kinds — customers, employees, investors and donors, civil servants, special interest groups leaders, and the general public. In doing so, organizations make strategic decisions on the level and nature of the resources they will devote to these efforts. It is important to point out that not only businesses, but also activist organizations and citizen movements, use strategic communication to achieve their goals. Strategic Communication examines organizational communication from a multidisciplinary perspective by extending ideas and questions based on a variety

of traditional communication disciplines. It is important to note that these disciplines have been developed as specialized functions in the modernist world of the 20th Century. Yet, at the beginning of the 21st century, these disciplines postmodern environment that focuses on more holistic approaches to examining the phenomena, while having to deal with increasingly fragmented audiences.

This article provides the groundwork for a teaching-based approach strategic communication. Although the term strategic communication has been used in academic literature for many years, researchers are only now in the process to explore this in a coherent way in terms of a unified set of knowledge. Here, the terms will be examined from a variety of angles across national borders and academic disciplines, with the aim of laying the groundwork for a study of this new academic field. In this article we will first define strategic communication and say why the term communication as associated with the strategy then talk about the beginnings of strategic communication in the world and in different organizations and then talk about the importance of strategic communication in the company finally talk about the three lenses of strategic communication.

Definitions of Strategic Communication

Several definitions of strategic communication have surfaced, and like the myriad of definitions associated with the terms “strategy” and “communication,” we do not expect that a singular definition of strategic communication will ever be agreed on. Some of the early definitions of strategic communication that have been offered follow. Argenti, Howell, and Beck (2005) define strategic communication as “aligned with the company’s overall strategy, to enhance its strategic positioning” (p. 83). Hallahan, Holtzhausen, van Ruler, and Sriramesh (2007) define it as “the purposeful use of communication by an organization to fulfill its mission” (p. 3). Grunig (2006), from the public relations domain, describes it as a “bridging activity” between organizations that should be institutionalized. The management literature speaks about the linkages between discourse and the social practice of strategizing, defining these practices as “actions, interactions, and negotiations of multiple actors and the situated practices that they draw upon in accomplishing that activity” (Jarzabkowski, Balogun, & Seidl, 2007, p. 8). While we understand that some may be eager to create definitions that characterize the boundaries of this area of study similar to the call for definitions for business communication, managerial communication, corporate communication, and organizational communication (see, e.g., *Management Communication Quarterly*, August 1996,)

- The question might well be asked why the term strategic should be applied in conjunction with communication to describe current formal communication practices in society in general and organizations in particular. Part of the problem with the term strategic is that it has been strongly associated with a modernist approach to management. Critics of this approach argue strategic communication privileges a management discourse and emphasizes upper management’s goals for the organization as given and legitimate. Strategic implies organizations and their functions are evaluated in terms of economic contribution and “rational” economic goals (Deetz, 2001, p. 9). The goal of the modernist approach is a world that can be controlled through administrative procedures, the elimination of dissension and conflict, and the blind acceptance of organizational goals and roles. The role of communication in this approach is to ensure information transfer from the supervisor to the subordinate in order to gain compliance and to establish networks to ensure the organization’s power in relations with the public. This perspective includes the concepts of strategic message design, management of culture, and total quality management (Holtzhausen, 2002). Theoretical approaches include covering laws, systems approaches, and an emphasis on skills development, particularly in the areas of communication and management (Deetz, 2001; Hatch, 1997). The term strategic is often associated with practice and the tactics used to implement strategy (Mintzberg, 1990). Traditionally, public relations literature argues strategic used in this context has the potential to reinforce the perception that the practice of public relations and communication is merely tactical and not considered of larger social, political, and economic factors. Dozier (1992), for example, argued that public relations managers make strategic decisions and that technicians merely execute those decisions. The concept of emergent strategy as would reject that notion and would argue that it is actually the successful practice of technicians that leads to successful strategic decision making.

The term strategic, therefore, also has the potential to investigate the importance and contribution of the tactical level of communication practice and so legitimate the work of communication practice at all levels.

the beginning of strategic communication

In the American and European contexts, the shattering of traditional discipline boundaries was best seen in the emergence of IMC (**integrated marketing communication**).

The IMC concept was not anything new. Clients had engaged in integrated communication for years by coordinating the activities of disparate outside vendors and consultants. Holtzhausen Publicity and Advertising in Johannesburg, South Africa, had already published in 1980 an IMC model in their corporate brochure. Advertising agencies in the early 1990s embraced IMC mostly as a defensive measure as they watched increased proportions of advertising dollars siphoned off to other promotional activities. Advocates of integrated communication (which goes by a variety of other names, such as convergent communications) argued that otherwise-fragmented activities should be coordinated in a strategic way that focused on the audience's needs, concerns, and interests—not merely those of organizational communicators or managers (Duncan, 2001; Duncan & Caywood, 1996; Hallahan, 2006; Moore & Thorson, 1996).

Strategic communication differs from integrated communication because its focus is how an organization communicates across organizational endeavors. The emphasis is on the strategic application of communication and how an organization functions as a social actor to advance its mission.

The purposeful nature of strategic communication is critical. Whereas academic research on organizational communications broadly examines the various processes involved in how people interact in complex organizations (including interpersonal, group, and network communications), strategic communication focuses on how the organization itself presents and promotes itself through the intentional activities of its leaders, employees, and communication practitioners. Of course, this does not exclude their use of relationship building or networks in the strategic process.

strategic communication in different organizations

Strategic communication, as a term, is now emerging as a descriptive term that is gaining acceptance. Among examples of its application are the following:

- An increasing number of corporations in Europe, South Africa, Australia, New Zealand, and North America use strategic communication to describe their units and the services they perform. Universities that have adopted this approach range from the University of California in the United States to the University of British Columbia in Canada and the University of the Free State in South Africa.
- The giant Mercer Human Resources Consulting group prominently uses the term to describe its services (Mercer Human Resources, 2005), while various smaller agencies and consultancies position themselves as strategic communication consultants (CACI Strategic Communications, 2005; Foundation Strategy Group, 2005; Garmonal, 2005; Holtzhausen Publicity and Advertising, 1980; ICF Communications, 2005; Strategic Communication Laboratories, 2005; Wright, 2001).
- The National Investor Relations Institute in the United States has organized its own Center for Strategic Communication as a resource for investor relations and corporate communications professionals who seek information and best practices for the development of strategic communication plans for their companies (National Investor Relations Institute, 2006).
- The not-for-profit arena has embraced the idea to describe their use of communications activities that meld advocacy and development and offer training in the strategic uses of communication in the public debate about issues (Bank, Griggs, & Tynes, 1999; Benton Foundation, 2001; Kirkman & Menichelli, 1992; Media Alliance, 2006; National Missions Board, 2005; Radtke, 1998).

- The prestigious American Bar Association, which represents United States attorneys, operates a Standing Committee on Strategic Communication, whose jurisdiction includes oversight of the Association's communications priorities and goals; development of integrated communications messages, plans, and strategies; and development and evaluation of demonstration projects (American Bar Association, 2006).
- The U.S. government recognizes strategic communication as a critical element in public diplomacy and in military intervention in troubled areas such as Iraq and Afghanistan (Office of the Under Secretary of Defense, 2004; Siddiqui, 2004); the need to engage in such activities has been called for by others (Gregory, 2005; Jones, 2005; Manheim, 1994).
- A United Nations report adopted in 1997 recommended establishment of a strategic communication function "aimed at making the United Nations a more powerful and effective advocate for the programs, policies and values its members to advance" (United Nations, 1997; see also United Nations System Staff College, 2006). Various affiliates of the United Nations, such as the International Labour Organization in Geneva, operate strategic communication programs.
- The World Bank's development communication division explains that the unit "supports the Bank's mission of reducing poverty by providing clients with strategic communication advice and tools they need to develop and implement successful project and pro-poor reform efforts" (World Bank, 2005).
- In Africa and other parts of the developing world, the Health Communication Partnership has as its goal "strengthening public health in the developing worlds through strategic communication programs" (Health Communication Partnership, 2006).

In an array of other uses, strategic communication has been used synonymously for public relations (Kaplan, 1991; White & Mazur, 1995), but also to redefine political persuasion (Johnson-Cartee & Copeland, 2004), to promote litigation advocacy services (Decision Quest, 2005), to characterize crisis communications (Ray, 1999), and to promote brand building (Temporal, 2001, pp. 211–231). Strategic communication also is the focus of the newest generation of communication audits (Downs & Adrian, 2004).

- Workshops on strategic communication are being offered by various professional groups ranging from the Public Relations Society of America (2005) to the European Federation of Biotechnology (2006). Similarly, strategic communication is the focus of at least two institutes in the United States. American University in Washington, DC, operates the Institute for Strategic Communication for Nonprofits to provide training. Arizona State University's Consortium for Strategic Communication promotes advanced research, teaching, and public discussion of the role of communication in combating terrorism, promoting national security, and successfully engaging in public diplomacy worldwide.
- A practitioner-written trade journal produced by Melcrum Publications, Strategic Communication Management, brings together practitioners in areas such as corporate and internal communication, human resources, knowledge management and intranets, and corporate responsibility.

The importance of strategic communication

As suggested by the vitality of these examples, the term strategic communication makes sense as a unifying framework to analyze communications by organizations for at least three reasons. First, the ability of communicators to differentiate between traditional communications activities and their effects is rapidly disappearing. Although IMC focused attention on the coordination of various functions, many of those functions themselves are being redefined. Public relations practitioners, for example, are increasingly relying on paid advertising to communicate critical messages on topics ranging from

corporate reputation and social issues to events sponsorships. Meanwhile, marketers are spearheading cooperative programs and cause-related marketing programs that once were the exclusive province of public relations. The reason is simple: These techniques work in an era in which organizations must differentiate themselves and in which audiences view organizations from multiple perspectives—including their product and service offerings, their expertise and competence, their service commitment, and their social responsibility. Any claims to exclusive responsibility for particular activities within an organization are becoming challenged in many organizations.

Second, important changes in public communication are being driven by technology and by media economics. Digital technologies such as the World Wide Web and instant messaging, for example make it increasingly impossible to differentiate what is advertising versus publicity, sales promotion, or e-commerce. Technology is converging communications channels. Several universities now offer programs in Multimedia Journalism or Media Convergence to prepare future journalists to work in converged media environments. In a similar way, the array of hybrid messages being touted by profit-driven media companies worldwide—advertorials, product placements, sponsorships—is melding the traditional and familiar genres of public communication. This is an important, but overlooked, example of postmodernism at work in communications.

Third, organizations use an expanding variety of methods to influence the behaviors of their constituencies—what people know, how people feel, and the ways people act—relative to the organization. Thus, audiences' experiences with and impressions of organizations are the sum total of the people's experiences—and it is increasingly questionable whether the effects of any particular communication activity can be validly examined in isolation. People do not necessarily differentiate between the various forms of communications in which organizations might engage. One example is the difference between advertising and publicity (Hallahan, 1999). Thus, it is important to consider an organization's communications activities from a strategic and integrative perspective.

Expanding the Boundaries of Strategic Communication Through the Lenses of Strategy, Communication Theory, and Method

Figure 1 illustrates three lenses for the study of strategic communication. The first lens, *management strategy*, illustrates the numerous conceptual elements within the field that might provide conceptual resources for study. Unsurprisingly, this field is also characterized by numerous definitions. Jemison (1981) defines strategic management as “the process by which general managers of complex organizations develop and use strategy to co-align their organization's competences and the opportunities and constraints in the environment” (p. 601). Conversely, Smircich and Stubbart (1985) define strategic management as “organization making—to create and maintain systems of shared meanings that facilitate organized action” (p. 725).

Most strategy textbooks address the formulation of strategy, strategic planning, and the implementation of strategy. Key concepts and theories associated with strategic management, just to name a few, include stakeholder theory (Freeman, 1984), population ecology and evolutionary theory (Aldrich, 1999 HANNAN & freeman 1977).

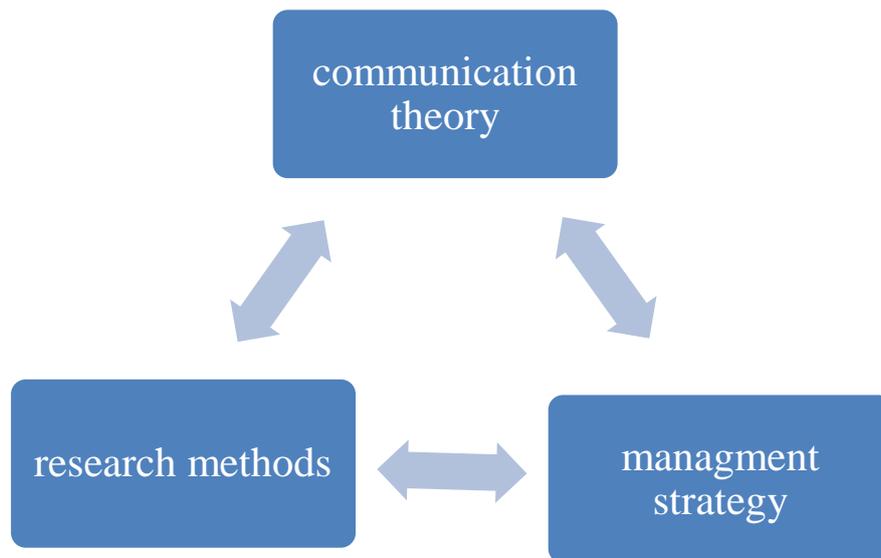


Figure 1. Three lenses for strategic communication scholarship. Neoinstitutional theory (DiMaggio & Powell, 1983), resource dependence (Pfeffer & Salancik, 1978), and organizational learning (Argyris & Schön, 1978; Nonaka & Takeuchi, 1995). Each of these concepts is ripe with opportunity for communication scholars.

The second lens, *communication theory*, includes the numerous theories that communication scholars use to study various phenomena. Examples of these theories include structuration theory (Giddens, 1984), critical theory (Mumby, 1988), communicative constitution of organizations (Cooren, Taylor, & Van Every, 2006; Luhmann, 2003; McPhee & Zaug, 2000), and identity and organizational identification (Cheney, 1983; Cheney & Christensen, 2001).

The third lens, *research methods*, includes communication-related analytical approaches such as rhetorical analysis (Cornelissen, Holt, & Zundel, 2011), narrative analysis (Jameson, 2001), conversation analysis (Bargiela-Chiappini & Harris, 1997), social network analysis (Monge, Heiss, & Margolin, 2008), and semantic network analysis (Thomas & Stephens, 2013).

We argue that these three lenses offer a rich set of resources for communication scholars. Because communication scholars have deep reservoirs of expertise in analyzing text and talk as well as capabilities in network analysis, they are particularly well positioned to make contributions in this emerging area of study. Evidence of these skills is apparent in the articles that are included in this special issue.

4. RESULTS AND DISCUSSION

this part includes five feature articles and a forum article that deal with complementary aspects of strategic communication

- 1- Alison Henderson, George Cheney, and C. Kay Weaver's article, "The Role of Employee Identification and Organizational Identity in Strategic Communication and Organizational Issues Management About Genetic Modification," asks the question, "What roles do employee identification and organizational identity play in strategic communication and organizational issues management about controversial public policies?" This study examines two New Zealand primary export organizations that managed the debate surrounding the potential impact of genetically modified (GM) products. One of the focal organizations planned to pursue the commercial development of GM products, which was at odds with New Zealand's national value

position, whereas the comparison organization was opposed to developing GM products. The researchers interviewed organizational members within the two firms including research directors, communication/marketing managers, production managers, and an executive director. Additionally, they conducted focus groups with farmers and growers. These actors were asked to discuss their value perspectives in relation to GM technologies. Not surprising, the stakeholders held a wide range of views with respect to the adoption of GM. Using a critical-interpretive perspective, the authors employed Burke's theory and critical discourse analysis to examine the intersection of stakeholders' values and the two focal organizations' position vis-à-vis GM products. The authors show that various organizational stakeholders draw on different value premises that create congruities as well as incongruities with an organization's identification. Practically, the authors show that organizations' strategic communication should be attuned to explicit and implicit value premises, organizational identifications, and actor identities at multiple levels within and by the organization. Sandra Evan's article, "Defining Distinctiveness: The Connections Between Organizational Identity, Competition, and Strategy in Public Radio Organizations," uses theories of organizational identity, networks, and strategic groups to examine employees' perspectives about their organization's competitors. Evans conducted 75 semistructured interviews with managers and digital/interactive media staff at 14 public radio stations. She discussed each interviewee's views on recent changes in his or her organization, the firm's digital media strategy, and his or her views about innovation, innovation constraints, and the competitive landscape. After coding the interview data, she created network visualizations to compare the coding results. Her analysis revealed that the way employees talk about their organization's competition illuminate perceptions of organizational identity and how these perceptions inform the value that is placed on strategic choices such as the expenditures of resources on analog versus digital projects. Ultimately, she argues, these views can affect innovation and organizational change.

- 2- Matthew Weber, Gail Fann Thomas, and Kimberlie Stephens's article, "Organizational Disruptions and Triggers for Divergent Sensemaking," challenges existing theory that predominately conceptualizes sensemaking as a convergent activity among stakeholders. Instead, they show how the interplay of sensemaking and sensegiving among numerous stakeholders can lead to divergent paths and ultimately failed initiatives. Using an in-depth case study whereby the U.S. Coast Guard attempted to implement a change, the authors analyzed interview data, public comments, transcripts from public meetings, and media accounts to examine a divergent sensemaking process and identify four critical triggers that led to organizational disruptions. The authors suggest that organizations incorporate stakeholders' multiple perspectives at the earliest stages of the change and engage in collaborative sensemaking and sensegiving throughout the process.
- 3- Jacqueline Mayfield, Milton Mayfield, and William Sharbrough III's article, "Strategic Vision and Values in Top Leaders' Communications: Motivating Language at the Higher Level," builds on Sullivan's (1988) original work on motivating language as well as their previous research that addresses a model of Motivating Language at the individual, dyadic, and team levels. This iteration of Motivating Language takes organizational level outcomes into account. This model uses speech act theory—specifically locutionary (meaning-making language), illocutionary acts (empathetic language), and prelocutionary (direction-giving language)—to explicate imperatives that might increase the effectiveness of strategic communication. Their article lays out specific propositions that provide direction for future empirical work related to top leaders' strategic vision and values.
- 4- Ron Dulek and Kim Sydow Campbell's article, "On the Dark Side of Strategic Communication," offers a provocative view of strategic communication. These authors challenge the prevailing view

that business, managerial, and corporate communication should be clear and effective and argue that ambiguity, and even deception, may be appropriate choices given an organization's or senior leader's strategic intent. These authors use a strategic and linguistic framework to develop a continuum of intentional ambiguity—moving from positive to neutral to negative. Analyzing multiple meanings or ambiguity from a linguistic approach, they use a pragmatic ambiguity lens to dissect four business finance scenarios—three public pronouncements from executives about future stock offerings and a fourth scenario involving an interchange between a CEO and an important client. Building on Eisenberg's (1984) argument that ambiguity can be seen as normal rather than deviant, these authors show how various actors use ambiguity in a variety of ways—some more acceptable than others—to achieve their purpose. Dulek and Campbell challenge communication researchers to more critically assess the role of clarity and ambiguity to accomplish one's desired end state.

- 5- In the forum article, "Leveraging Social Networks for Strategic Success," Eric Eisenberg, Zachary Johnson, and Willem Pieterse show the power of composite metrics—the combination of social network analysis and traditional attitudinal survey data. Such state-of-the-art tools allow organizations to monitor real-time informal communication networks as they implement a strategic change. This approach often employs user-friendly visualization tools that allow managers and other organization members to more easily grasp the results of large amounts of data, allowing them to make better decisions.

Finally, each of these articles examines strategic *communication at multiple levels*. In this way these authors show that strategic communication is operating across traditional research study boundaries. Mayfield et al. propose that in order for firms to reap the strategic benefits of motivating language that it must be practiced throughout the organization, from the leadership down to the frontline managers. Henderson et al. and Evans show how individual notions of organizational identity aggregate up, having an impact on the strategic direction of the organization. Eisenberg's notion of network analysis can capture both individual-level behaviors or connections and network or organization-level patterns. By bridging multiple levels, we can begin to conceptualize strategic communication as an ongoing process that links individual cognitions, words, and actions to organization-level actions and outcomes. This notion presents both an invigorating opportunity, but also a research challenge, as collecting data that crosses levels also often requires multiple methods and significant cooperation from study participants. As can be seen from this set of articles, however, this complexity should not be a deterrent.

CONCLUSION

This article suggests that a new paradigm for analyzing organizational communications is emerging that focuses on the purposeful communication activities by organizational leaders and members to advance the organization's mission. These activities can involve the varied organized endeavors in which an organization engages to communicate with constituents and can cross traditional communication disciplines.

The two keywords that comprise the term strategic communication are particularly significant. First, these activities are strategic, not random or unintentional communications—even though unintended consequences of communications can adversely impact the ability of an organization to achieve its strategic goals. Importantly, strategic must not be defined narrowly. Instead, strategic is a rich, multidimensional concept that needs to be examined broadly. Second, the concept of strategic communication emphasizes the fact that communication ought to be the focal interest of communications scholarship. The value of such an approach is readily apparent if communication is defined as the constitutive activity of management.

Strategic communication also includes examining how an organization presents itself in society as a social actor in the creation of public culture and in the discussion of public issues. Research can be

informed by looking beyond the bounds of traditional communications disciplines to include such diverse activities. Studying strategic communication as a social science and humanistic domain is reflective of real changes in society and its organizing principles. With the proliferation of media and the cacophony of messages they generate, it has become increasingly important for social actors and organizations to be deliberate and thoughtful in their communication. This is especially true as strategic organizational communication has become increasingly international and virtual in today's postmodern world. It is increasingly impossible to escape communicating across national, cultural, and linguistic borders.

6. Bibliography List :

Books :

- Aldrich, H. (1999). *Organizations evolving*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ansoff, H. I. (1965). *Corporate strategy: An analytical approach to business policy for growth and expansion*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Argyris, C., & Schön, D. (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Bargiela-Chiappini, F., & Harris, S. (1997). *Managing language: The discourse of corporate meetings*. Amsterdam, Netherlands: Benjamins.
- Cooren, F., Taylor, J., & Van Every, E. J. (Eds.). (2006). *Communication as organizing: Empirical and theoretical explorations in the dynamic of text and conversation*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Deetz, S., & Eger, E. (2014). Developing a metatheoretical perspective for organizational communication studies. In L. L. Putnam & D. K. Mumby (Eds.), *The Sage handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods* (3rd ed., pp. 7-18). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Du-Babcock, B. (2014). Business communication: A revisit of theory, research, and teaching. In V. Bhatia & S. Bremner (Eds.), *The Routledge handbook of language and professional communication* (pp. 68-84). New York, NY: Routledge.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Cambridge, England: Polity Press.
- Hallahan, K. (2004). Communication management. In R. L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of public relations* (Vol. 1, pp. 161-164). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hallahan, K. (2006). Integrated communication: Implications for public relations beyond excellence. In E. L. Toth (Ed.), *The future of excellence in public relations and communication management: Challenges for the next generation* (pp. 299-336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kaplan, B. (1991). *Strategic communication: The art of making your ideas their ideas*. New York: HarperBusiness.
- Kuhn, T. S. (1996). *The structure of scientific revolutions*. Chicago, IL: University of Chicago Press. (Original work published 1962)
- Mintzberg, H. (1973). *The nature of managerial work*. New York, NY: Harper & Row.
- Monge, P., Heiss, B., & Margolin, D. (2008). Communication network evolution in organizational communities. *Communication Theory, 18*, 449-477.
- Mumby, D. (1988). *Communication and power in organizations: Discourse, ideology, and domination*. Norwood, NJ: Ablex.
- Nickerson, C. (2014). Business communication. In V. Bhatia & S. Bremner (Eds.), *The Routledge handbook of language and professional communication* (pp. 50-67). New York, NY: Routledge.
- Rogers, P. (2014). Management communication: Getting work done through people. In V. Bhatia & S. Bremner (Eds.), *The Routledge handbook of language and professional communication* (pp. 165-192). New York, NY: Routledge.

Journal article :

- Argenti, P., Howell, R., & Beck, K. (2005). The strategic communication imperative. *MIT Sloan Management Review*, 46(3), 82-89.
- Balogun, J., Jacobs, C., Jarzabkowski, P., Mantere, S., & Vaara, E. (2014). Placing strategy discourse in context: Sociomateriality, sensemaking, and power. *Journal of Management Studies*, 5, 175-201. doi:10.1111/joms.12059
- Chandler, A. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the American industrial enterprise*. Cambridge: MIT Press.
- DiMaggio, P., & Powell, W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48, 147-160. Eisenberg, E. M. (1984). Ambiguity as strategy in organizational communication. *Communication Monographs*, 51, 227-242.
- Grunig, J. (2006). Furnishing the edifice: Ongoing research on public relations as a strategic management function. *Journal of Public Relations Research*, 18, 151-176. doi:10.1207/s1532754xjpr1802_5
- Habermas, J. (2006, June). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. Keynote address delivered at the annual convention of the International Communication Association, Dresden, Germany
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1, 3-35.
- Hannan, M. T., & Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, 82, 929-964.
- Jameson, D. (2001). Narrative discourse and management action. *Journal of Business Communication*, 38, 476-511.
- Jarzabkowski, P., Balogun, J., & Seidl, D. (2007). Strategizing: The challenges of a practice perspective. *Human Relations*, 60, 5-27.
- Jemison, D. (1981). The contributions of administrative behavior to strategic management. *Academy of Management Review*, 6, 601-608.
- McPhee, R., & Zaug, P. (2000). The communicative constitution of organizations: A framework for explanation. *Electronic Journal of Communication*, 10(1-2), 1-16
- Rouleau, L. (2005). Micro-practices of strategic sensemaking and sensegiving: How middle managers interpret and sell change every day. *Journal of Management Studies*, 42, 1413-1441.
- Smircich, L., & Stubbart, C. (1985). Strategic management in an enacted world. *Academy of Management Review*, 10, 724-736. doi:10.5465/AMR.1985.4279096
- Sullivan, J. (1988). Three roles of language in motivation theory. *Academy of Management Review*, 13, 104-115

Seminar:

Thomas, G. F., & Stephens, K. (2013, June). *The institutionalization of genetically modified food: A longitudinal semantic network analysis*. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, London, England.

استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في البحث العلمي
 دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة الجزائر (3)

**The use of electronic sources of information in scientific research
 Field study on a sample of professors of the University of Algeria (3)**

فريدة بن عمروش

أستاذة محاضرة "أ"

كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

faridabenamrouche@yahoo.fr

تاريخ النشر : 2020/09/02

تاريخ القبول: 2020/05/17

تاريخ الاستلام: 2020/03/13

ملخص:

توفر الإنترنت كمًا معتبرا من المعلومات المختلفة، يلجأ إليها الكثير من المستخدمين لتلبية احتياجاتهم، ورغم الشك الذي يحيط ببعض الباحثين عند استغلال مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت، إلا أنّ المواضيع المستجدة تشهد إقبالا متصاعدا، لما تتميز به الإنترنت من خاصية النشر السريع و المواضيع الآنية في كل مجالات الحياة، خاصة فيما تعلق بالبحوث العلمية. تعتبر مصادر المعلومات المحور الرئيسي الذي تدور حوله خدمات المعلومات، حيث أنّها هي التي تحدد إلى حدّ كبير مدى فعالية هذه الخدمات و تحقيقها لأهداف البحث العلمي، وكلما كانت مصادر المعلومات قوية و متعددة الأشكال و متنوعة المستويات واختيرت بعناية وفق أسس ومعايير ومقاييس علمية، كانت قادرة على الوفاء بالأهداف التي أوكلت إليها وأصبحت في وضع يمكنها من دعم البحث العلمي .

تأسيسا على ما سبق، تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على طبيعة استخدام الأساتذة الجامعيين بجامعة الجزائر (3) لمصادر المعلومات الإلكترونية لأغراض البحث العلمي، والإشباع المحقق من هذه الاستخدامات.

الكلمات المفتاحية: استخدام، مصادر المعلومات الإلكترونية، البحث العلمي، الإنترنت.

Abstract:

The Internet provides various types of information and is used by many users to meet their needs. Despite the doubt of some researchers regarding the credibility of information published on the Internet, the number of users and Beneficiaries of available information is increasing day after day due to the high speed of the Internet and the immediate publication of information in all areas of life, especially with regard to scientific research.

Information sources are the focus of information services because they determine the extent to which these services are effective in achieving the objectives of scientific research. Also, the more powerful, multi-dimensional, and varied the sources of information are, the more effective it is in meeting the objectives entrusted to it and supporting scientific research.

Based on the above, this research paper aims to identify the nature of the use of electronic information sources among university professors at the University of Algeria 3 for the purposes of scientific research. Also to determine the satisfaction achieved from these uses.

Keywords: use; sources of electronic information; scientific research; internet.

1 . مقدمة:

نتيجة لثورة المعلومات وانتشار تطبيقات أجهزة الحاسوب وتوظيفها بصورة كبيرة في جميع جوانب الحياة واستخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات في كافة الأعمال، ونظرا للحاجة إلى المعلومات والوصول إليها بسرعة في الوقت المناسب، أنشأت شبكة الإنترنت الترابط بين مجموعة هائلة من الحواسيب المنتشرة في أنحاء العالم، تمكن الاتصال إلكترونيا لتبادل المعلومات ونقلها، ولمواكبة كافة التحديات سعت مؤسسات التعليم العالي إلى تبني ثورة التكنولوجيا المتمثلة في شبكة الانترنت، إذ تعد الجامعة الحلقة المجتمعية الأكثر تحسسا لمتطلبات التطور، فهي بذلك تعبر عن مبرر وجودها ودورها كمنتج للمعرفة عبر مختبراتها وقاعاتها ووسائلها المختلفة، لذا تجد في النتاج المعرفي على النطاق الدولي أمرا يعنىها مباشرة وتجتهد كي تجد وسائلها المناسبة في نقله واستيعابه وتزويد مخرجاته.

إن اعتماد الجامعة على هذه الوسائل قاد إلى تغييرات في الكثير من السياقات التقليدية للمهام الجامعية، وتمثل ذلك في إعادة ابتكار الأنشطة البحثية والتدريسية بواسطة طرق جديدة أتاحتها اندماج المعلومات وتكاملها في مواقع إلكترونية يمكن المشاركة فيها، وبات ممكنا في ظل

إتباع تلك الطرق، إدخال تغييرات جذرية في طبيعة إدارة شؤون الجامعة التي أصبحت تعتمد على التكنولوجية العلمية والتقنية المتقدمة، من أجل رسم مسارات تتعلق بجميع الأطراف المعنيين.

وتحقيقا لذلك، فإن تحسين وتطوير التكنولوجيات الحديثة للاتصال في الجامعات ضرورة ملحة، وهذا التحسين يجب أن يكون مرنا وديناميكيا ومستمرًا، يواكب ويلاءم التطورات التكنولوجية العلمية، ويساهم مساهمة فعالة في التنمية الاقتصادية، ولعل الأساتذة الجامعيين هم محور الارتكاز في الجامعة، والتطور التكنولوجي العلمي من أجل اكتساب المهارات والمعارف التكنولوجية المعرفية، لذا يجب التيقن من استخدام هذه التقنيات الحديثة من أجل اللحاق بركب الأمم المتقدمة ومسايرتها وإيجاد جيل مثقف يساهم في مواكبة التقدم العلمي في مختلف مجالات الحياة.

وعليه فإن استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الإنترنت لأغراض البحث العلمي، يعد أمرا ضروريا، ومن شأنه أن يساهم في رسم صورة حية للواقع الجامعي في جامعة الجزائر، ويمهد لتطوير السياسة التكنولوجية في التعليم العالي، لهذا تحاول هذه الدراسة التعرف على طبيعة استخدام الأساتذة الجامعيين لمصادر المعلومات الإلكترونية في البحث العلمي والإشباعات المحققة من هذا الاستخدام.

2. تساؤلات الدراسة:

من أجل البحث في الإشكالية المطروحة لجأ الباحث إلى طرح التساؤلات التالية:

- ما هي عادات استخدام الأستاذ الجامعي للإنترنت لأغراض البحث العلمي ؟
- ما هي دوافع استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية لدى الأستاذ الجامعي ؟
- ما مدى توظيف الأستاذ الجامعي لمصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الأنترنت لأغراض البحث العلمي ؟
- ما هي نوعية الصعوبات التي يواجهها الأستاذ الجامعي، في استخدام مصادر المعلومات لإنتاج البحوث العلمية ؟
- ما هي الإشباعات التي يحققها الأستاذ الجامعي خلال استخدامه لمصادر المعلومات الإلكترونية؟

3. أهداف الدراسة:

يمكن أن نجمل الأهداف التي نتوخى تحقيقها من خلال البحث في فكرة رئيسية هي: الكشف عن طبيعة الحاجات والاهتمامات العلمية للأساتذة الجامعيين ومدى استخدامهم لمصادر المعلومات الإلكترونية لإشباع تلك الحاجات، وقد تفرع عن هذا الهدف الرئيسي عدد من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- التعرف على عادات استخدام الأستاذ الجامعي للإنترنت لأغراض البحث العلمي.
- معرفة دوافع استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية لدى الأستاذ الجامعي.
- التعرف على درجة توظيف الأستاذ الجامعي لمصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الأنترنت لأغراض البحث العلمي.
- التعرف على نوعية الصعوبات التي يواجهها الأستاذ الجامعي في استخدام مصادر المعلومات لإنتاج البحوث العلمية.
- التعرف على الإشباعات التي يحققها الأستاذ الجامعي خلال استخدامه لمصادر المعلومات الإلكترونية.

4. أهمية الدراسة:

في ظل تطور تقنيات الشبكات والنمو المتزايد لشبكة الانترنت، وما أحدثته من تغيير في المجتمع العلمي، كان لها تأثير في سلوك الباحثين الجامعيين اتجاهها، فهي تقدم أهم مصادر المعلومات الإلكترونية في العصر الحديث، التي أصبحت وسيلة بحث فعالة، من حيث السرعة، والتكلفة والأنية، وتوفر ضمن خدماتها العديدة كما هائلا من المعلومات في شكل مقالات أو كتب أو معايير، وجميعها من المصادر المهمة التي تجذب مجتمع الباحثين إليها، وأفضل دليل على ذلك تزايد اعتماد الباحثين على المصادر الإلكترونية المختلفة لإعداد البحوث والدراسات العلمية.

5. المنهج و أدوات التحليل :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الميدانية، التي تسعى إلى جمع المعلومات حول ظاهرة اجتماعية معينة بهدف وصف الظاهرة وجمع المعلومات من موقع مجتمع البحث المعني بالدراسة، أما المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج المسحي التحليلي، الذي يعرف في اللغة الفرنسية¹ la méthode d'enquête (بن مرسى، 2007)، أي منهج التحقيق العلمي، الذي

يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين، من خلال بحث الشواهد و التجارب و الوثائق المكونة لوضعه الطبيعي، لجمع المعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود² (السيد عمر، 2002).

1.5 أدوات التحليل:

تعتبر الاستمارة الإستبائية الأداة الرئيسية التي اعتمدت عليها الدراسة، لأنها تمكن من الحصول على المعلومات مباشرة من المجتمع المبحوث، وتم تطبيق الاستبانة في الفصل الأخير لعام 2019، على الأساتذة في كل الكليات التابعة لجامعة الجزائر (3)، وهي كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية علوم الإعلام والاتصال، معهد التربية البدنية والرياضية.

6. عينة ومجتمع البحث:

تألف مجتمع البحث من مستخدمي مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الأنترنت لدى الأساتذة الجامعيين بجامعة الجزائر (3)، والذين يقومون بالتدريس في العام الدراسي 2018-2019 بالكليات المذكورة آنفا، ولتحقيق أهداف البحث، فإن عينة الدراسة تندرج ضمن المعاينة غير الاحتمالية، أما نوع العينة المناسبة للدراسة هي العينة الحصصية، التي تركز على تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح أو فئات أو حصص، وفكرتها قائمة على أن المجتمع غير متجانس، ومن ثم يتم توزيع أفراد العينة على عدد من الحصص بما يلاءم خصائص المجتمع محل الدراسة، وكل حصة من تلك الحصص لها خصائص محددة، بحيث يتناسب حجم عدد مفردات العينة المختارة مع حجم مجتمع البحث الأصلي.³ (أنجز، 2006).

ولتحديد عينة ممثلة تمثيلا صادقا لمجتمع البحث الأصلي المتكون من 1200 مفردة، اخترنا ما نسبته 25% من مجموع حصص المجتمع الأصلي أي ما يعادل 300 مفردة، أما طريقة السحب فكانت بطريقة عرضية.

7. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

من بين المفاهيم التي تتضمنها هذه الدراسة نذكر:

1.7. الاستخدام: Usage

يعرف مفهوم الاستخدام معاني كثيرة ومتشعبة، حيث يرتبط الاستخدام بالعديد من التخصصات والميادين، كما أنه لا يقتصر على ممارسة فعل الاستخدام، بل كذلك على التملك، كما أن مفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية؟ ويحيل مفهوم الاستخدام إلى مسألة التملك الاجتماعي لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وكذا علاقة الفرد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضا، كما أن الاستخدام فيزيائيا يحيل إلى استعمال وسيلة إعلامية تكنولوجية⁴ (بوخنوفة، 2007)

ويعرف لوكواديك Y. le Coadic الاستخدام بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، وقد أصبح ضروريا من أجل الاستجابة للحاجة إلى المعلومات. (Lecoadic,2001)⁵.

-التعريف الإجرائي للاستخدام:

في هذه الدراسة نتناول استخدام الأساتذة الجامعيين للمصادر الإلكترونية في مجال البحث العلمي، ونقصد به حجم تعرض الأساتذة الجامعيين لهذه المصادر وتوظيفها للأغراض المختلفة أهمها الاستخدامات العلمية.

2.7. مصادر المعلومات الالكترونية:

اختلفت الدراسات في تسمية هذا النوع من المصادر، حيث هناك من يسميها المصادر الجديدة، وهناك من يسميها المصادر الالكترونية، وقبل ذلك أطلق عليها اسم المصادر ما بعد الورقية، أي أنها كل المصادر التي لا يدخل الورق في تكوينها، وفي نهاية القرن العشرين ومع ظهور الثورة الاتصالية الرابعة أصبح مفهوم مصادر المعلومات الالكترونية يطلق على " الكومبيوتر " والتلفزيون والراديو، والأقراص المضغوطة.

-التعريف الاصطلاحي:

هي خليط من أجهزة الكمبيوتر ووسائل الاتصال ابتداء من الألياف الضوئية إلى الصناعية وتقنيات المصغرات الفيلمية والاستنساخ، وتمثل مجموعة كبيرة من الاختراعات والتكتيك الذي يستخدم المعلومات خارج العقل البشري⁶ (قندليجي، 2015).

-التعريف الإجرائي:

إن مفهوم مصادر المعلومات الإلكترونية المتبناة في هذه الدراسة مرتبط باستخدامات الأساتذة الجامعيين لهذه المصادر لأغراض البحث العلمي والتي تتلخص في الدوريات الإلكترونية، المكتبات الإلكترونية، الكتب الإلكترونية، قواعد البيانات، المدونات... الخ.

3.7. البحث العلمي:

هو حصيلة مجهود منظم يهدف إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات بإتباع طرائق علمية خاضعة لقوانين وضعية أو تجريبية واستخدام مراجع ووسائل موضحة ومناسبة خاضعة في تصنيفها لقوانين متفق عليها. وكذلك هو الفحص والتقصي المنظم لمادة أو موضوع من أجل إضافة المعلومات الناتجة إلى المعرفة الإنسانية أو المعرفة الشخصية⁷ (سلاطنية، الجيلاني، 2007).

-التعريف الإجرائي للبحث العلمي:

يحصّر مفهوم البحث العلمي في هذه الدراسة في القدرة على التحكم في مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الانترنت من طرف الأستاذ الجامعي، وتسخيرها في خدمة الواقع العلمي والبحوث العلمية في الجامعة.

08. الإطار التطبيقي: استخدام الأساتذة الجامعيين لمصادر المعلومات الإلكترونية لأغراض**البحث العلمي:**

الجدول 1: استخدام الانترنت في البحث العلمي لدى أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الاستخدام
100	300	نعم
0	0	لا
100	300	المجموع

يمكن تفسير النتيجة المتحصل عليها من إجابات المبحوثين، والتي تبين أن كل أفراد العينة من الأساتذة يستخدمون الانترنت في البحث العلمي، بأن هذه الأخيرة واعية أن شبكة الانترنت هي من أبرز مستحدثات تكنولوجيا التعليم التي فرضت نفسها على المستوى العالمي خلال السنوات القليلة الماضية، حتى أصبحت أسلوبا للتعامل اليومي، ونمطا للتبادل المعرفي بين شعوب العالم المتقدم، كما أن الانتشار السريع لهذه الشبكة جعلها من أحد معالم العصر الحديث.

الجدول 2: مدة استخدام الانترنت لدى أفراد العينة

النسبة المئوية	العدد	المدة
3.0	09	نصف ساعة
16.7	32	ساعة واحدة
10.3	31	ساعتين
12.3	37	03 ساعات
63.7	191	أكثر من 04 ساعات
100	300	المجموع

تكشف النتائج الواردة في الجدول (02) أن مدة استخدام الانترنت مرتفعة لدى الأفراد العينة، حيث أن 63,7% من أفراد العينة، يستخدمون الانترنت أكثر من 04 ساعات في اليوم، كما أن 12,3% يستخدمونها لمدة 03 ساعات في اليوم، في حين تتراجع هذه النسبة كلما تراجعت مدة الاستخدام لتصل إلى 03% بالنسبة لأفراد العينة الذين يستخدمون الأنترنت لمدة نصف ساعة.

إن ارتفاع مدة استخدام الأنترنت عند نسبة كبيرة من أفراد العينة، يرجع بالدرجة الأولى إلى الأهمية التي تتميز بها الانترنت في حياة الأستاذ الجامعي العلمية، وتنوع الخدمات المتاحة على الشبكة، والتي تحل الكثير من المشاكل التي تواجه الباحثين من ناحية الحصول على المراجع العلمية الحديثة والمتنوعة والوصول إلى المعلومات المرتبطة بالبحث في أي مكان بالعالم وتحديد المشكلات البحثية الملحة وتسهيل إجراءات البحث العلمي.

الجدول 3: الأوقات المفضلة لاستخدام الانترنت لدى أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الأوقات المفضلة
23.3	88	صباحا
15.1	57	زوالا
61.5	232	ليلا

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن الفرق في النسب واضح، حين سجلنا اختلافا في إجابات الأساتذة الجامعيين، حيث أن أغلبهم يفضلون استخدام الانترنت ليلا، ويعود تغلب مؤشر الاستخدام " ليلا " على بقية الاستخدامات إلى عدة عوامل نذكر منها العامل التقني المتعلق بسهولة الربط بشبكة الانترنت ليلا مقارنة مع الأوقات الأخرى أي نهارا، حيث يشتد الازدحام في الخطوط الهاتفية خاصة إذا تعلق الأمر باشتراك عن طريق الهاتف، وهو النمط الغالب بنسبة 90%، وهذا العائق لا يطرح بالنسبة للربط عن طريق خط متخصص أو القمر الاصطناعي لأنه ربط دائم ومستمر طيلة 24 ساعة .

الجدول 4: اللغة المستعملة أثناء البحث في الانترنت لدى أفراد العينة.

النسبة المئوية	التكرار	اللغة المستخدمة
41.3	225	العربية
43.3	236	الفرنسية
15.4	84	الانجليزية

بين الجدول رقم (04) أن الأساتذة المبحوثين يستعملون لغات مختلفة في البحث العلمي بحيث أن أغلبهم يستخدمون اللغة الفرنسية، ويشكلون نسبة 43,3%، تليها فئة الأساتذة الذين يستخدمون اللغة العربية ويشكلون نسبة 41,3% لتأتي بعدها نسبة الأساتذة الذين يستخدمون اللغة الانجليزية ويمثلون 15,4% من مجموع أفراد العينة، ويمكن تفسير تفوق اللغتين الفرنسية والعربية على اللغة الإنجليزية، بأن اللغة الفرنسية والعربية يدرس بهما في

غالبية الجامعات الجزائرية بل في جميع المستويات الدراسية خاصة في التخصصات المرتبطة بميادين العلوم والتكنولوجيا، أما عن تراجع نسبة استخدام اللغة الإنكليزية فيمكن أن يعود إلى عدم تحكم الغالبية العظمى من الأساتذة في هذه اللغة.

الجدول 5: يبين دوافع استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية.

النسبة المئوية	التكرار	دوافع الاستخدام
18.7	186	التنوع المعلوماتي
17.7	176	تراكمية المعلومات
15.7	156	حدائة المعلومات
16.3	162	الفورية في الحصول على المعلومات
23.3	232	البحث العلمي
8.3	83	التكلفة

يحتوي هذا الجدول على بيانات تتعلق بدوافع استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية بدافع التنوع المعلوماتي أو تراكمية المعلومات، أو بسبب حداثة معلومات الانترنت، الفورية في الحصول على المعلومات أو لإجراء البحوث العلمية، أو بسبب رخص تكلفة الانترنت. وقد هيمن الاستخدام لأغراض البحث العلمي بنسبة 23.32% أي أن أغلب أفراد العينة، يستخدمون الانترنت من أجل إجراء بحوثهم العلمية، باعتبار الشبكة رصيذا معلوماتيا علميا ومينرا، وفي المرتبة الثانية يأتي الاستخدام بدافع التنوع المعلوماتي بنسبة 18,69% وهذه خاصية تميز الشبكة المعلوماتية عن كل وسائل الاتصال الأخرى.

الجدول (06): يبين ترتيب أفراد العينة لمصادر المعلومات الإلكترونية المستخدمة لأغراض البحث العلمي.

مصادر المعلومات الإلكترونية	متوسط الترتيب	الانحراف المعياري
الدوريات الإلكترونية	2,30	0.91
المكتبات الإلكترونية	2,78	0.71
الكتب الإلكترونية	1,96	1.12
قواعد البيانات	3,60	1.13
المدونات	4,35	1.29

تبين من الجدول أعلاه، أن ترتيب أفراد العينة للكتب الإلكترونية كمصدر للمعلومات الإلكترونية جاء في المرتبة الأولى، لأنها تمكن الأستاذ الجامعي من استخدام خدمات التصفح والبحث والطباعة، مع إمكانية إضافة خدمات تفاعلية كتشغيل الصوت وعرض الصور. وقد احتلت الدوريات الإلكترونية والمكتبات الإلكترونية المرتبة الثانية بنسب متقاربة، حيث أن المكتبات الإلكترونية تتيح إمكانية البحث الآلي عن المعلومات في الببليوغرافيات التي تحتويها، وهذا على مدار الساعة ومن أي مكان في العالم، كما فتحت المكتبة الإلكترونية آفاقا جديدة في التفاعل مع الآخرين بإمكانية مشاهدة تعليقات الآخرين للكتاب، ومشاهدة تقييمهم له، كما تتيح للباحث فرصة كبيرة لنشر نتائج بحثه وأعماله فور الانتهاء منه، في زمن ضاقت فيه المسافات المخصصة للبحوث على أوراق الدوريات.

الجدول (07): يبين مصادر معلومات المكتبات الإلكترونية التي تلجأ إليها أفراد العينة للحصول على المعلومات.

النسبة المئوية	التكرار	مصادر معلومات المكتبات الإلكترونية
41.3	50	الموسوعات
38.0	46	دوائر المعارف
20.7	25	القواميس والمعجم
100	121	المجموع

أظهرت النتائج الموضحة في الجدول رقم (07) أن أفراد العينة يستعملون الموسوعات بنسبة 41,3% ودوائر المعارف بنسبة 38%، أما عن استعمال القواميس والمعاجم فبلغت نسبة 20,7%، يمكن تفسير الاهتمام الذي يوليه أفراد العينة للموسوعات ودوائر المعارف كمصدر في مصادر معلومات المكتبات الإلكترونية بحدثة وسرعة وتنوع المراجع، بالإضافة إلى ضخامتها حيث هناك ما يزيد عن 100 موسوعة إلكترونية عامة ومتعددة الموضوعات أو المتخصصة موضوعيا، ومن أشهرها الموسوعة البريطانية التي تشمل على (16) مليون مرجع و66 ألف مقالة و4200 صورة فوتوغرافية ومجاميع من الخرائط والمخططات وقد تراجمت نسبة اهتمام أفراد العينة بالقواميس والمعاجم، كون الموسوعات أوسع وتتيح القدرة على اختزان وتنظيم نقل المعلومات إلى الباحث من خلال قنوات الكترونية، كما تمتاز بوجود حوالي (500) ألف من

ارتباطات النصوص التشعبية (Hypertexte Line) التي ترشد القارئ من نص أو نصوص أخرى مترابطة معها.

الجدول (08): يبين نوعية الصعوبات التي تواجه أفراد العينة أثناء استخدام مصادر المعلومات.

النسبة المئوية	التكرار	نوعية الصعوبات
43,8	142	تقنية
37,1	120	لغوية
19,1	62	مادية

أظهرت النتائج الخاصة بالجدول رقم (08) أن أغلبية أفراد العينة يواجهون صعوبات تقنية، الأمر الذي يشير إلى افتقار أفراد العينة لمهارات البحث على الأنترنت في حين ما نسبته 37,1% تتعلق بالصعوبات اللغوية، الأمر الذي يشير إلى افتقار أفراد العينة إجمالاً للمهارات اللغوية اللازمة للتعامل مع الأنترنت، والإفادة منه بالشكل الأمثل، سيما وأن معظم ما يتم نشره على الأنترنت ينشر باللغة الإنكليزية، وعليه ستكون الفائدة من الأنترنت من نصيب من يتقن تلك اللغة.

الجدول (09): يبين طبيعة الإشباع المحققة من طرف أفراد العينة من خلال استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية:

النسبة المئوية	التكرار	الاستخدام
29.1	139	اكتشف كل ما هو جديد في العالم الخارجي
48.1	230	البحث عن المعومات لأغراض البحث العلمي
4.2	20	الترفيه
18.6	89	الاتصال
0	0	أخرى

تفسيرا لمعطيات الجدول رقم (09) يتبين أن معظم أفراد العينة يستخدمون الانترنت لتحقيق الإشباع العلمي وحل المشكلات التي تواجههم للحصول على المراجع العلمية الحديثة والمتنوعة، والوصول إلى المعلومات المرتبطة بالبحث في أي مكان بالعالم وتحديد المشكلات البحثية الملحة،

و تنمية مهارات تصميم البحوث العلمية وإجراءات البحث العلمي، من خلال الاتصال بالباحثين والعلماء وتبادل الآراء العلمية بشكل سريع وبعده لغات، الإشراف على الرسائل الجامعية، التحضير لعقد ندوات أو مؤتمرات علمية. وتبادل الأوراق والبحوث أو إحالتها لخبراء، كل ذلك يجري عبر مسافات جغرافية متباعدة.

09- نتائج الدراسة:

-تستخدم عينة الدراسة وسيلة الأنترنت لأغراض البحث العلمي، ويمكن تفسير التقارب الشديد في درجة الاستخدام يتقاسم أفراد العينة نفس الاهتمامات في مجال استخدام الأنترنت لأغراض البحث العلمي، خاصة في إعداد الأطروحات والدروس المحاضرات والاتصال بالباحثين في كل بقاع العالم، كون الأنترنت عبارة عن وعاء ضخم من أوعية المعلومات التي تتضمن جميع فروع المعرفة الإنسانية، وهي الأداة البحثية الهامة التي يمكن أن يعتمد عليها الباحث في انجازه لبحثه، وذلك لتوفر أهم الدراسات السابقة الحديثة والآنية في مجال تخصص الباحث، وكذا توفر الكثير من الأدوات البحثية المتقدمة المتاحة على الشبكة.

-يبين معطيات الدراسة أن الأغلبية الساحقة من مجموع أفراد العينة يلجؤون إلى مختلف مصادر المعلومات الحديثة، لأغراض البحث العلمي، رغم اختلاف درجاتهم العلمية والكلية التي ينتمون إليها، لأن مصادر المعلومات الإلكترونية بتنوعها اهتمت بمهارات البحث العلمي ودخول المكتبات العلمية، فأصبح بمقدور الأستاذ الجامعي الدخول إلى دليل المكتبة الإلكترونية والأكاديمية للحصول على المراجع المتخصصة التي تساعده في إعداد البحوث العلمية.

-تشير المعطيات إلى أن أهم مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الأنترنت والأكثر استخداما لدى أفراد العينة انحصرت في المكتبات والكتب الإلكترونية والدوريات الإلكترونية التي تصدرت مقدمة مصادر المعلومات الإلكترونية الأكثر استخداما لدى أفراد العينة لأغراض البحث العلمي، لأن هذه الأخيرة تعتبر شريان هام من شرايين المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات خاصة في المكتبات الإلكترونية التي تولي اهتماما خاصا للدوريات العلمية في مختلف مجالات المعرفة.

-يؤكد أغلبية أفراد العينة أنهم يواجهون صعوبات في التعامل مع مصادر المعلومات الإلكترونية ولأغراض البحث العلمي، تمثلت في الصعوبات التقنية، اللغوية، والمادية، تعلقت المشاكل

التقنية بافتقار أفراد العينة لمهارات البحث على الانترنت، تليها الصعوبات المرتبطة باسم التحكم في اللغات الأجنبية خاصة اللغة الإنكليزية.

-تشير النتائج أن مصادر المعلومات الإلكترونية تلبى مجموعة من الحاجات لدى أفراد العينة أهمها البحث عن المعلومات لأغراض البحث العلمي، لما لهذه المصادر من خصائص تجعلها تختلف عن المصادر الورقية من حيث المساهمة في تسيير اتصال الباحثين لمراكز البحوث العلمية والجامعات ومراكز المعلومات العلمية والدولية للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ وانجاز البحوث العلمية.

10. خاتمة :

أصبح التغيير السريع والمتلاحق في المعارف وازدياد تطبيقاتها التكنولوجية كما ونوعا واستخدام مختلف مصادر المعلومات الإلكترونية لدى الباحثين من أهم سمات الحضارة الإنسانية المعاصرة، مما نتج عنه تغيير في معايير تقييم المجتمعات، وفقا لمدى الارتقاء التكنولوجي والمعلوماتي والقدرة الفائقة في التحكم في أساليب إدارة المعرفة فالتأكيد على مستويات التحكم في مهارات التكنولوجيات الحديثة، والتوظيف الجيد لمصادر المعلومات الإلكترونية.

11. قائمة المراجع:

1. بن مرسي أحمد، مناهج البحث العلمية في بحوث الإعلام والاتصال، (ط3، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية، 2007)، ص285.
2. السيد عمر احمد مصطفى، البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه، (ط2، الكويت : مكتبة الفلاح، 2002)، ص220.
3. أنرز موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، (ط2، الجزائر: دار القصبلة للنشر، 2006)، ص304.
4. بوخنوفة عبد الوهاب، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، (جامعة الجزائر: 2007)، ص25.

5. Y. le Coadic, usage et usagers de l'information, (paris : ADBS ? 2001), pp52-77.

6. سلاطينة بلقاسم، الجيلاني حسان، أسس البحث العلمي، (ط1، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007)، ص104.
7. عبد الله ولد خاطري، (2010)، المدونات العربية، متاح على www.starage.canablage.com/com، تم الاطلاع على الوثيقة يوم 20 ماي 2019.
8. عبد الرشيد عبد العزيز حافظ ، على الضحوي، مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت، العدد: 10 سبتمبر 2009، متوفر على [www, cybrarians, info//journal](http://www.cybrarians.info/journal) :
تم الاطلاع عليه يوم: 2019-04-15، ص8.

تجليات الهوية السياسية للقنوات الإخبارية من خلال مضامين صحافة المواطن
 الأمانة السياسية للأحداث العربية بين قناتي ال CNN والجزيرة – دراسة امبريقية

The manifestation of news channels' political identity through the contents of citizenship journalism
The Political Securitization of Arab Events between CNN and Al Jazeera - An Empirical Study)

مريم ضربان

طالبة دكتوراه

كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

dorbane.meriem@univ-alger3.dz

نورة شلوش

أستاذة التعليم العالي

كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

mahmoudiche@hotmail.fr

تاريخ القبول: 2020/06/24 تاريخ النشر: 2020/09/02

تاريخ الاستلام: 2020/06/02

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى توصيف المصنوفة الفلسفية والأمنية التي يبني عليها النقاش الابستيمولوجي الجديد حول المشهد الإعلامي والاتصالي المنتقل من الثنائية التقليدية إلى إعلام "نحن" التشاركي أو "إعلام المواطن"، كمارسة ساهم في تجليها التشبيك التقاني، وإشراك المواطن في النقاش السياسي عملا بالحق في تداول الحدث، إضافة إلى نقد مخرجات الإعلام التقليدي، وأخيرا التوظيف-الإيديولوجي-الإعلامي لهذه المضامين في القنوات الإخبارية. وقد منحت إعادة تشكيل المحتوى "السياسي" لصحافة المواطن في معالجتها لأحداث "الربيع العربي" بين قناتي الجزيرة و CNN وحسب سياساتها الإعلامية بعدا هوياتيا للقناتين من خلال عامل أمانة securitization الحدث حيث توصلت الدراسة الإمبريقية إلى تبني القناتين لخطاب إعلامي منتقل بين الأمانة الدينية في قناة الجزيرة إلى الأمانة الطاقوية في قناة CNN حسب الوقت والقيم الإخبارية والنوع الإعلامي تبعا لنشراتها الإخبارية منذ مطلع 2011 م.

الكلمات المفتاحية: الهوية السياسية، الجزيرة، CNN، صحافة المواطن، الأمانة .

Abstract:

This research paper aims to highlight the philosophical matrix on which the media new epistemological debate is based by moving from the traditional to the participatory "we the media" model as a "Citizenship Media", this practice based on technical networking and citizen participation in the political debate through participatory approach, criticizing the output of traditional media, and finally ideological employment of these contents through specialized television news channels.

the re-use of the political content of the Arab Spring events between Al-Jazeera and CNN's media policies, gave them an identical dimension through the securitization factor. This empirical study concluded that Al-Jazeera adopted a religious securitization discourse, when CNN adopted an Energy securitization according to its news bulletins since early 2011.

Keywords: Political Identity; Al Jazeera; CNN; Citizenship Journalism; Securitization.

1 . مقدمة:

شكلت الأحداث السياسية العربية المصطلح عليها إعلاميا "بالتورات العربية والربيع العربي"، التي شهدت بعض البلاد العربية كتونس، مصر، ليبيا، وسوريا مطلع 2011م، التمازج الفعلي للممارسة الموسومة بإعلام المواطن Citizen media، فبعد التبني والتوظيف الملاحظ علميا- لها في القنوات الإخبارية التلفزيونية، اكتست الظاهرة انتشارا بالموازاة مع ولادة النقاش العمومي في الفضاء الافتراضي، وذلك نظرا للعلاقة الإعلامية الذي كانت تمارسه هذه الدول على مختلف القنوات الفضائية الإخبارية المتخصصة العربية والأجنبية، إما بالتشويش المتعمد أو بمنع الصحفيين من التغطيات، لاعتبار ذلك تدخلا في شؤونها الداخلية - حسب التصريحات الإعلامية المرفقة بالأخبار، حيث استغلت هذه القنوات هذا النوع من الإعلام على نطاق واسع، فوفرت خدمات لهؤلاء المواطنين، من خلال تزويد مواقعها الإلكترونية بروابط من قبيل "المواطن الصحفي" و"شارك" التابعتين لقناة الجزيرة وصفحتي IrePorts و Irevolution التابعتين لقناة CNN الأمريكية.

وبالموازاة مع القنوات الإخبارية، تم تشبيك منصاتهما عبر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة فايسبوك وتويتر، سواء عبر الوسائط الفائقة hyper-media أو الروابط الفائقة hyper-liens،

لاستقبال ما يتم تصويره من حوادث، وما يراه المواطن "المصور/الهاوي"، وفي بعض الأحيان دون التأكد من مصداقية المعلومة ولا من هوية مرسلها، تجلت في الملاحظات المدونة على صفحات القنوات (CNN, 2015)¹، (الجزيرة، 2013)²، حيث شكلت هذه المواد المصورة مصدرا خريا للتغطيات الإعلامية السياسية، لهذا جاءت هذه الورقة البحثية لإبراز طبيعة هذا التوظيف لمحتويات المواطن الصحفي بين القناتين، تأسيسا لطرح لهويتهما السياسية من خلال اختلاف التوظيف القائم على مقارنة "الأمننة" عبر "أدلجة وتسييس" وتعبئة الخطاب المصور وفق آليات التحشيد الرقمي لمفهوم "المواطنة"، وعليه نطرح الإشكالية البحثية :

-كيف ساهم التوظيف الإعلامي لمضامين صحافة المواطن ببعده الفلسفي-أمني في تشكيل الهوية السياسية لقناتي الجزيرة و CNN ؟

ومنه نطرح التساؤلات التالية :

- ما هي الأطر الفلسفية التشاركية التي يبني عليها طرح 'إعلام المواطنة' ؟
- ما هي الرهانات السياسية التي حولت التصور الإعلامي للمضامين من الطابع الهواتي إلى المواطني؟

- كيف ساهمت مقارنة "الأمننة" الخبرية في تشكيل الهوية السياسية للقناتين؟

- ما هي الأبعاد السوسيو-أمنية المساعدة في رصد تجلي الهوية السياسية بين القناتين؟

2. صحافة المواطنة - من الأمننة إلى الهوية السياسية:

تشهد المنظومة الإعلامية اليوم، إعادة إنتاج سوسيو- ثقافي للخبر من ضبطه التقليدي وانتمائه لأطر المؤسسة المهنية للصحفيين، إلى الاعتماد على مضامين "المواطن"/"الهاوي" في إطار صناعة الخبر وتغطياته، وذلك إثر حدوث تحولات كبرى في المشهد الإعلامي التقليدي، مما سرع بتمظهر أشكال وأنماط إعلامية تميل إلى التفاعل والتشارك والتقسام (الصادق، 2013)، تتجاوز به المفهمة conceptualization القديمة القائمة على ثنائية المرسل والمتلقي، مشرعة بذلك آليات تشاركية إعلامية، تثمن مبدأ نقل المواطن للخبر والتعليق عليه وسط تصور مواطني ينبع من حقه في تداول المعلومة وصناعتها وهو التصور القائم على التحاور والتواصل التبادلي من الجماعة إلى الجماعة ذلك ما تصفه الكثير من الأدبيات "بإعلام المواطن"، "الإعلام التشاركي، التقاسمي" إلى غيرها من المصطلحات والتسميات من قبيل "الإعلام مفتوح المصادر Open source media،

الإعلام الديمقراطي Democratic media، صحافة الشارع street journalism، الإعلام البديل Alternative media، الصحافة الشعبية Grasroote media، المحتوى المقدم من المستخدمين User generated content، وصحافة المواطن (المواطنة) Citizen journalism (الرميدي، 2013). هذا النوع الجديد من الممارسة استند إلى تأسيس وتأسيس فلسفي قائم على المنطق التشاركي وفلسفة التداول، حيث برز دور المواطن والمجتمع المدني عامة في ممارسة الحق الحوارية للخبر والمعلومة والحادثة في الفضاء الافتراضي ومنه الميدياتيكي التقليدي.

1.2 تأصيلية صحافة المواطنة:

أمام هذا الانفجار المفاهيمي لهذه الظاهرة الجديدة في المجالين الإعلامي والاتصالي، سنعتمد على المفهوم الأكثر انتشاراً في أدبيات الباحثين والمنظرين لهذه الظاهرة وخصائصها وهو مصطلح "صحافة المواطن" أو "صحافة المواطنة" (الزرن، 2009)، هذا التوظيف الدلالي منا للمواطنة بدل البعد الهاوي جاء لعدة أسباب أهمها أن هوية الصحفي والمواطن لا يمكن فصلهما، فكلاهما يسعى لأجل الحرية كوجه ندي للمسؤولية، على ألا تبرر المسؤولية للاضطهاد، فعلى الصحفي أن يتسم تلقائياً بصفات تخدم مواطنته، وهذا ما يطابق قول الثوري الفرنسي "سان جيست Saint Just" عندما نتحدث عن "صحفي"، لا يجب نعتة بالمواطن، هذا اللقب يعلوه توصيفا lorsqu'on parle à un journaliste , on ne doit pas dire citoyen» ce titre est au-dessus de lui (Hervouet، 2015)، إذ يحصر الإعلام بأخلاقياته أو ضبطه نقل الحقيقة الواقعية، بشكل محاكي/صانع للحقيقة مما يبرر فعل المواطنة عن سياقها وهو ما يتساوى وطرح الفيلسوف الأخلاق السياسية Denis Ruellan أن الصحافة هي "اختراع دائم وجماعي"، باعتبارها احترافية الغموض (Rohde، 2013) le professionnalisme du flou.

هذا لا ينفي اعتماد مصطلح صحافة المواطن Citizen journalism من قبل العديد من المنظرين مثل "فاكسن باندا Fackson Banda" و"دان غيلمور Dan Gillmore" وغيرهما، إلا أن هناك العديد من الباحثين من يستخدمها بمفهوم صحافة المواطنة، في موارد ترجمة مغلوبة، لأن الترجمة الأصح من منظور الممارسة والعلاقة التي تربط الديمقراطية بالإعلام هي citizenship journalism وهنا تأخذ بعدها السياسي أكثر منه الممارساتي وهذا ما أقنعي لاعتماد الترجمة.

هذه الظاهرة المحسوبة على التطبيقات الإعلامية الجديدة، يمكن عدها بعيدا عن منطق المواطن وثقله، كمنتج ظرفي *product of circumstance* لهواة متفرجين عرضيين يعتمدون وسائط رقمية، يقوم بأنشطتها مواطنون عاديون "مهمشون تقليديا" من قبل المجتمع، ومن حقهم في المرئية العمومية *Invisibilité publique*، وهؤلاء من المفترض أنهم يصلون إلى أحداث في مناطق داخلية في المجتمع لا تصلها عادة أجهزة الإعلام الكبيرة، وينقلون الأخبار المحلية ويرسلون إنتاجهم للصحف، أو قد يكونون مواطنين نشطاء داخل مجتمعاتهم، ويهتمهم نقل الأحداث المحلية في بيئتها التقانية، لخلق نظام إعلامي مواز للإعلام التقليدي، فبالنسبة إليهم يمثل الإعلام التقليدي من صحافة مكتوبة وتلفزيون وإذاعة دور الأدوات الإيديولوجية، لا تمثل حقا حرا، إنما تتلاعب بها السياسات، وتؤثر عليها الإعلانات، وهو ما يقلل من مصداقيتها (صادق ع.، 2008)، وهو الرأي الذي ينصفه بيار ليفي P.Lévy في معرض أطروحته "الديمقراطية الإلكترونية *la démocratie électronique*" إذ يرى أن هذه الممارسات هي تشجيع للتعبير ومناقشة قضايا المدينة *les affaires de la cité* في الأغورا الافتراضية *les nouvelles agoras en ligne* (العلوي، 2006)

وعلى هذا الأساس تحيل المهمة الفلسفية دلالة صحافة المواطن للمقاربة الديمقراطية والمواطنة كشعور سياسي يجعل المواطن يمارس الفعل الصحفي من باب مواظنته مثلما يرى Sylvie Fackon Banda و Jean-Baptiste Kechi، من خلال البحث الذي أشرفت عليه الباحثة Boisnier معتبرة صحافة المواطن مهمة صعبة، تسعى معظم وسائل الإعلام جاهدة لتقديم ممارستها بتطرف إما إعلانهم لمنح شرعية الممارسة أو إنكار وجودهم كشكل صحفي ومحو هويتهم، وهذا راجع لتضارب الرأي حولها، فصحافة المواطن هي عمل مجموعة من المواطنين ليسوا صحفيين محترفين، إلا أن المواطن في مفهومهم لها أهمية خاصة كدافع للممارسة (Kechi، 2007) قبل أن تنتقل للإعلام وسياساته لأنها ستعرف دوافع أخرى أهمها المرئية والمادية على غرار جائزة قناة الـ CNN لأحسن مواطن صحفي والموسومة بـ CNN iReport Awards

فمن واجبات الشعب إزاء الصحفيين التزامهم بصدقية المعلومة، لأن الشعب يريد أن يصدق أن هناك مواد تبرز أداء واجباتهم المدنية في إنتاج المعلومات أي مدنيهم ومواطنهم (Kechi، 2007)، ذلك أن وجود الانترنت خلق ما يسمى بالفضاء العام البديل الذي ساهم في تقوية الشعور بالمواطنة، ففي سياق الحركات الاجتماعية والفاعلين "التشبيكيين"، قدم هذا

المجال دفعة قوية للتعبئة في كافة أشكال الممارسات السياسية التي تجسدها (Wim van de donk and others, 2004)، الأمر الذي ظهر وبشكل واضح في التغطية الإعلامية لمعظم القنوات الإخبارية للأخبار الخاصة بالأحداث السياسية أو التغييرات السياسية في البلدان العربية والتي كان معظمها مواطنو تلك الدول .

فالميديا الجديدة تشمل معنى التجارب الجديدة في مستوى الهوية والجماعة. كما لها معان أخرى تحيل من منظور تاريخي، إلى التمييز بين وسائط كلاسيكية وتقليدية ووسائط جديدة (الحمامي، 2012) إعلام الكتروني، إعلام جديد، بديل، تفاعلي، مجتمعي، رقمي، وشبكي (شقرة، 2013).

أما "جمال الزرن" فيعرفها بأنها "مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت وهي على المستوى التاريخي حديثة النشأة وغير مستقرة على المستوى المفاهيمي، ويتبنى الباحث مصطلح صحافة المواطن باعتباره المصطلح الأكثر حضوراً في أدبيات الأطراف النشطة في هذا المجال، ويحيل بها إلى بعض المواقع الفرنسية التي تعد فضاء لصحافة المواطن وهي: agoravox.fr و mediacitoyen.fr و placepublique.fr، blognews.fr كما يحصر دلالة صحافة المواطن في قاموس الإعلام والاتصال لاعتمادها على:

-شبكة الإنترنت كفضاء للنشرة والتعبير عن الرأي- تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم الممارسة الديمقراطية وإشراك المواطن في العملية السياسية- اعتماد مخرجات صحافة المواطن امتداداً لمرجعيات الإعلام البديل والصحافة البديلة (الزرن، 2009، صفحة 01).

ويرجع الباحث ظهور هذا المصطلح إلى التقرير التأسيسي الذي أعده كل من Shayne Bowman "شاين بومان" و Chrisi Willis "كريس ويليس" سنة 2003م والذي حمل عنوان: "we media: How audiences are shaping the future of news and information" على أنه: "نشاط لمواطن أو مجموعة من المواطنين يلعبون دوراً فعالاً في عملية جمع، تحرير، تحليل ونشر الأخبار والمعلومات، ويكمن هدف هذه المشاركة في التزويد بمعلومات مستقلة، جارية، موثوقة، متصلة وعلى نطاق واسع والتي تقتضيها الديمقراطية (Shayne Bowman , Chris willis , 2003) ، ويلتقي هذا المصطلح في الكثير من مضامينه مع مصطلح أخرج له Jay Rosen "جاي روزن" قبل ظهور الإنترنت وهو الإعلام المدني civic journalism حيث يشير إلى إعلام يميل إلى المحلية والتشارك

والجماعية، ويهدف إلى التأكيد على المسؤولية في ممارسة السلطة، حيث كان « Gilmore » أول من تبني صفة " المواطن " وأسس موقعا حمل هذه التسمية الجديدة المتبناة Center for Citizen Media بدلا من تسميته الأولى بالإعلام القاعدي Grassroots Journalism (الصادق، 2013، صفحة 308).

وهذا ما يحيلنا إلى التعريف الذي قدمه "ستيوارت ألان" في كتابه ثقافة الأخبار والذي يرى أن الصحافة العامة أو المدنية هي شكل جديد من أشكال الصحافة، ظهرت لكي تعطي الفرصة للمشاركة بفاعلية في الحياة العامة، وإذا لم يشارك الناس في الحياة العامة أو لم تكن السياسات فعالة فإن الصحف في هذه الحالة تكون قد أخفقت نوعا ما في أداء مهمتها (ألان، 2008). وهو ما تقف عنده "حنان كامل إسماعيل" في توصيف المواطن الصحفي والفرق بينه وبين صحافة المجتمع المدني، حيث تقوم الجمعية أو يقوم الحزب بتعيين مجموعة من الأشخاص على غرار "المواطن الصحفي" لرصد ومتابعة وتوثيق معلومات بخصوص الحريات على سبيل المثال أو قضايا الفساد وغيرها ويمكن تعريفها بصحافة الظل (إسماعيل، 2012)

يرى فاكسن باندا أن ظاهرة صحافة المواطن مرتبطة بالنقاشات حول الطبيعة المعيارية للصحافة، حتى قبل مجيء تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة من انترنت وهواتف محمولة.. الخ، والتي انفجرت على الصعيد العالمي بما في ذلك التكنولوجيات الجديدة لوسائل الإعلام التي تعرف الصحافة على أنها ممارسة جماعية، وهذا ما يعني أن الحدود المهنية للممارسة قد انهارت منذ ذلك الحين بترك الصحافة بدون رقابة من الطامعين فيها أو المتطفلين. ومع أن الصحافة تطالب بالخدمة العمومية لكن كما لاحظنا أنفا الخدمة العمومية نفسها عرفت هشاشة في أعقاب هذه التكنولوجيات، بعبارة أخرى لم يعد بإمكان مهني الإعلام والاتصال المطالبة بالعمل من أجل المصلحة العامة دون إظهار معناها، ذلك أن الصحافة المهنية تعني حصرياً الممارسة المحفوظة لأولئك المتكونين (Banda, 2010).

ويدرج في نفس الإطار مفهوماً "لدان غيلمور" Dan Gilmore لصحافة المواطن حيث يعتبرها شكل من أشكال التطور السريع للصحافة، حيث مكنت المواطنين من المشاركة والمبادرة في كتابة التقارير والأخبار والتعبير عن آرائهم إزاء ما يحدث في بلدانهم، هي أخبار الشعب من الشعب وإلى الشعب فالمواطنون الصحفيون "مستقلون" يرسلون تقاريرهم، وغير مرتبطين بالإعلام التقليدي ممارساتها ولا إيديولوجيا، يعملون بدون سياسات ورؤى إعلامية يجمعون الأخبار، يطورونها،

يبحثون عنها يحررون ويحللون وينشرون الأخبار والمعلومات باستعمال وسائط تكنولوجية متنوعة تسعى أساسا للخدمة (Banda، 2010).

فالرجوع التاريخي لفكرة الصحافة ذات المصدر المفتوح، أو صحافة المواطن قدمها مارك تريمين "Mark Tremayne" بدراسته لحالة الموقع الكوري الشهير *oh my news* سنة 2000، حيث فصل بين مفهومي "المراسل الصحفي" و"المواطن الصحفي" باعتبار أن هذا الأخير ينتهي إلى دولة ويتعامل معها بموجب حقوقه السياسية، ودمج المواطن بالإعلام من هذا المنظور ما هو إلا ممارسة سياسية لحقه في نقل المعلومة وتداولها في ظل تغييب الإعلام التقليدي لها، بينما يمارس المراسل الصحفي الإعلام من منظور الضوابط القانونية ومسؤوليته اتجاه مؤسسته الإعلامية، معتبرا أنها الطريقة الوحيدة لممارسة الإعلام في القرن العشرين من منظور أن كل مواطن هو صحفي "Every citizen is a journalist." أو مواطن مراسل مقدا العمل باسم المواطن citizenship (Tremayne، 2007)

2.2 الهوية السياسية وفق الأمننة للأنا والآخر الأمني

تتجلى الأطر النظرية والتطبيقية لهذه الورقة البحثية في توصيف المقاربة التشاركية ومقاربة الأمننة من البعد التنظيري إلى الممارساتي، وعلاقتها في أشكلة مفهوم صحافة المواطن ورصد أدبيات الميديولوجيا الجديدة والمواطنة، وصولا إلى الهوية السياسية للقنوات الإخبارية من خلال محتوى المواطن الصحفي عبر القناتين محل الدراسة.

فمن بين القيم الأساسية للعوامة السياسية هي تلك المرتبطة بتمكين الإنسان/المواطن من حقوقه السياسية والمدنية المرتبطة بكيونته الإنسانية، من خلال تفعيل حركية المشاركة السياسية لتجعل النظام السياسي متمحورا حول المواطن، وخادما لحاجاته الاجتماعية الاقتصادية الثقافية والسياسية، إن الهدف من هذه الحركية التأسيسية والشاملة هو التأصيل لنظام الديمقراطية التشاركية القائمة على أسس قيمية عالمية تعيد النظر بالضرورة في طبيعة النظام السياسي وفلسفته والمواطن وممارساته، جاعلة من حقوق الإنسان المنطق الفلسفي والتأسيسي الأول الذي يقيم دولة عمادها الحقوق قبل القانون (نش حمزة، حجاب عبد الله، 2013). أما اهتمامنا بالمقاربة التشاركية، مرده مرجعية صحافة المواطن القائمة على إشراك المواطن في الشأن السياسي وتمظهره في ممارسة حقه في معرفة الخبر وصناعته وهو ما أتاحت

القنوات الإخبارية للمواطنين، استخداما وتوظيفا لدلالة المواطن بدل الهاوي، ولربط البعد التشاركي المانح للممارسة مواطنها، إذ يعرفه رابح الصادق بالإعلام التشاركي لأنه يشير ببساطة إلى ممارسة مواطنة جماعية وتشاركية للعمل الإعلامي لا تقصي أحدا ولا تحصر المهنة في فئات بعينها، تسعى إلى فرض رؤى إيديولوجية على الفئات الأخرى المغلوبة على أمرها، وبالتالي فإن هذا المصطلح رغم الجزء الحالم فيه إلا أنه يحتوي ممارسة مغايرة لما هو سائد (الصادق، 2013). من هذا المدخل الإيديولوجي لتوظيف محتوياته ضمن مسعى السياسة الإعلامية أو المصلحة السياسية، تجلت ظاهرة أمننة المحتوى، أي إضفاء المفهوم الأمني على الدين والانتخابات وتغيير الأنظمة ومشاركة النساء وغيرها من القضايا التي رسمت مخطط الهوية السياسية للقناتين عند استجلاء التوظيف.

فالأمننة securitization تشكل كعتبة نظيرية فكرة إضفاء الطابع الأمني على القضايا، تجلى ظهورها في ثمانينات القرن العشرين نتاجا للثورة البراديغمية البعد الوضعية وعلى رأسها البنائية الاجتماعية social constructivism كعمل مشترك بين أولي ويفر Ole Wæver وباري بوزان Barry Buzan في معهد كوبنهاغن للدراسات الأمنية (غوجيلي، 2016)، بوزان الذي وسع من مفهوم الأمن نحو المدارك الحديثة ضمن الرباعية الأمنية "factor/actor//process/sector" العامل-الفاعل-العملية والقطاع، ومستوياته من الوطني إلى الإقليمي فالعالمي.

تنطلق نظرية الأمننة من تعريف الأمن كممارسة خطابية أو سياق تكلم، وتفترض بأن أي مشكلة أو حادثة اجتماعية ستصبح قضية أمنية من خلال "التكلم" عنها بعبارات تحمل معاني الخطر والتهديد، وتحديث الأمننة عندما يقوم مواطن ما كفاعل بالحديث عن مشكلة معينة كتهديد أمني وجودي، وبالتالي تفترض هذه النظرية بأن الأمننة لن تحدث بدون أن يتكلم الفاعل عن المشكلة باستخدام مفردات التهديد بشكل صريح يمكنه من القدرة على الإعلان، وهو ما يطرح تشكيكا في جدوى هذا الشرط في حضور قضايا تجعل من الفاعل يختار الصمت أو يجبر عليه، (غوجيلي، 2016، صفحة 72) فمن الناحية التجريبية والمنطقية والفعلية لا تملك الجماعات والأفراد قدرة متكافئة على "تكلم الأمن"، أو التصريح بوجود تهديد إزاءه مما جعل كوبنهاغن تبالغ في قدرة الفواعل على إنتاج الخطاب الأمني بتكلمه، علما أن الأمننة من صالحها الخروج من حصار الممارسة الخطابية بأن تبني كممارسة اجتماعية وذلك من خلال :

أولا - إعادة الجمهور إلى مركز التحليل.

ثانيا - إعادة بناء العلاقة بين المؤمن (من يقوم بالأمننة) والمؤمن (موضوع الأمننة)، يمكن وصف نظرية الأمننة بأنها نظرية التعبئة mobilization والتسييس politization تحت مسمى التعبئة السياسية، تلعب فيها اللغة دورا حاسما في تجنيد الدعم المطلوب لأي إجراء سياسي كشرط أساسي لإطلاق الأمننة التي لا تتم بدون لغة ولا كلام فهي نتيجة أو مرحلة أخيرة من مسار عملية إنتاجها. (غوجيلي، 2016، صفحة 73)

أما الهوية السياسية فتتمحور تجلياتها في معطى الخطاب أولا، خاصة الخطاب السياسي بما يحتويه من قضايا هوياتية أو استراتيجية هوياتية، كقضية خطاب وتصور، تجسد على ضوئه الهوية السياسية "تمثيلا لذواتنا وأنفسنا"/ولذات الدولة، ذلك أنها لا تعتمد فقط على معايير موضوعية أو مادية "كما هو الحال بالنسبة للهوية الإثنية القائمة على حدود جغرافية أو لون البشرة"، فالهوية السياسية كينونة بناء وتمثل للأفراد والقوى الاجتماعية لذواتها، وكما هو الحال بالنسبة للشأن الإنساني بخصوصياته، ويعنى بتمظهر هذا التمثل أنظمة رمزية كاللغة بكلمات ودلالات من قبيل "الحرية، المساواة، الأخوة، وشعارات رمزية موحدة (Mayaffre, 2003).

ويدور الخطاب السياسي دائما حول الهوية- لا يوجد إجماع حول الأمر- ولكن الخلاصة التي تهمنا أن الخطاب السياسي، لا يهيمه كرهان أساسي إشكالية التحليل وآليات الاعتقاد، ولا إيصال الرسائل والتحريض الدعائي على الايديولوجيات ولا العمل بها، بقدر اهتمامه بتأكيد هوية المتحدث أو القائل لتتطابق وتتحدد مع هوية الجمهور أو المقول لهم، سواء كان المخاطب فردا أو جماعة "حزب، طبقة، جماعة برلمانية، نقابة" لبناء وتحديد تماثل وتطابق جماهيري عند "نشطاء، الشعب، الناخبين" بعبارة أخرى، هدف الخطاب السياسي هو بناء مساحة لغوية أين يمكن للجماعات أن تتشكل وتتعارف وتتواجد (Mayaffre, 2003) ومنه نلاحظ أن ملكية حكومة عربية معينة لوسيلة إعلام ما لا تحول دون رغبتها في أن تعكس وجودا إقليميا وبعملية حسابية بسيطة نجد أن تكلفة مثل هذه الوسيلة تقابلها شرعية سياسية مستمرة عند سكانها وسكان المنطقة (الأمريكي، 2005).

وغير بعيد عن الأفضية الميدياتيكية، تشكل العوالم الافتراضية أفضية موازية ومهريا للرأي من صناعة الشرعية السياسية على حساب أمن الحقيقة، من خلال خلق جسور لربط الاتصال الجماهيري بالاتصال الشخصي، لتكوين جماعة الرأي السياسي التي تناقش وتبادل الآراء

والمعلومات ووجهات النظر بشكل متكافئ بين أطراف أي عملية سياسية، دعماً لفكرة الممارسة الديمقراطية لحقوق المواطن من خلال ما توفره من قدرة على التواصل بين أطراف مختلفة عبر الفضاء الإلكتروني الذي وفرته شبكة الانترنت (شيرين كدواني، شريهان توفيق، 2008)، غير أن الشرعية انتقلت إلى الاعتراف بالممارسة بالحق في الظهور إعلامياً وإن تم تحويل المحتوى، بجعل صحافة المواطن أداة لممارسة المواطنة من خلال إشراك جميع المجتمعات المحلية في الممارسة الإعلامية وإعطائها صفة الشرعية، من خلال تمكين المجتمعات المحلية في التدخل وتشكيل الهويات، فقدمت بذلك نموذجاً للديمقراطية الرقمية في قالب إعلامي (Mihal، 2004).

3. المشهدة السياسية لأحداث "الثورات العربية" وتحليلها:

1.3 الوصف السياسي لأحداث الثورات العربية:

كسياق، أثبت التفاعل والتعريف بهذا النوع البديل من الممارسة التشاركية للمواطنة عبر الصحافة التقنية، أن التطورات والأحداث السياسية التي عرفتها الأنظمة العربية أو ما اصطلح عليها إعلامياً "بالثورات العربية" أو "الربيع العربي" و"الانتفاضات" خلال منذ سنة 2011م، قد ساهمت وحفزت بشكل واضح في إبراز المواطن الصحفي وأهمية صحافة المواطن، لأن القنوات الفضائية الإخبارية العربية منها والأجنبية، وعلى اختلاف سياساتها الإعلامية كقناة الجزيرة وقناة الـ CNN، بتناولهما ومعالجتهما إعلامياً لهذه الأحداث، مستغلة المضمون والهوية المضللة.

دراسات عديدة تحاول تفسير هذه الأحداث من منطلق ديني، طاقوي، حروب هيمنة ووكالة، فمنذ مطلع القرن العشرين راهن ريمون أرون R.Aron وبنبوءة مدروسة تناقش العلاقة بين المجتمعات الصناعية والحرب، مفادها أشكلة مرجعيات تحليل طبيعة حروب القرن العشرين، إن كانت ستكون حروب مبادئ *guerres de principes*، حروباً استعمارية *guerres coloniales*، حروب تموقع وتوازن *guerre d'équilibre* أو أمبريالية "هيمنة" *guerres impérialistes*، حيث ازداد التنافس الواضح بين الركنين القومي والديني في *d'hégémonie* (Aron, 1959)، وبات تنافسهما الشديد منصباً على استنهاض وبعث "مدنية" مأمولة داخل المجتمعات العربية (خليل، 1984) تفسير الحروب السياسية اليوم خاضع لمنطق البتروقراتية، فمنذ مشروع عبد الناصر ومسألة التواصل القيادي للناصرية والعروبة، حدث انقلاب في الأدوار القيادية ورشحت السعودية نفسها، للاضطلاع بدورها المركزي كعاصمة للإسلام

والزعامة السياسية العربية بخلفية الملكية النفطية، وهنا دخلت الثنائية الإسلام والنفط، المخيال العربي للقيادة في محورية حرب رمضان وبروز قوة النفط ودوره السياسي في الحرب (خليل، 1984، الصفحات 78-79)، لهذا انتقلنا في الدراسة من فرضية الأمنة الدينية والطاقوية.

فالجزيرة، تعرف هويتها الإعلامية في ميثاق التأسيس، كخدمة إعلامية عربية الانتماء، عالمية التوجه، شعارها الرأي والرأي الآخر، من منظور المنبر التعددي بين الحقيقة الواقع، ملتزمة بالمبادئ المهنية في إطار مؤسسي، تسعى لنشر الوعي العام بالقضايا التي تهتم الجمهور، طامحة لأن تكون جسرا بين الشعوب والثقافات، وتعزز حق الإنسان في المعرفة وقم التسامح والديمقراطية واحترام الحريات وحقوق الإنسان (حسينة، 2011).

حيث يصح "وضاح خنفر" مدير عام شبكة الجزيرة، عن السياسة العامة للقناة، أن هذه الأخيرة "نتاج لحوار داخلي جاد وصريح، حول سياسات التحرير المختلفة، وصدقية العمل الإخباري، وطريقة تناول الأخبار، واستخدام الصور ومسألة انتقاء الضيوف وغيرها من القضايا"، "هذا الحوار نجم عنه تأسيس هيئة للتحرير، كي لا يرتبط ما تبثه القناة على الشاشة بمزاج شخص أو فرد، وأن لا يكون موجها بتأثير مباشر من جهة محددة" (حسينة، 2011)

وعن المقابل الآخر للسلطة الإعلامية بلغتها الأمريكية، ذكر Piers Robinson في مقال له بعنوان The CNN effect: "إن الإعلام لا يصنع فقط السياسات، بل ويعمل على حشد الرؤى والتلاعب بالأحداث ودعم سياسة الدولة، لهذا أقترح نموذج تفاعل السياسة الإعلامية في قناة CNN مع الإعلام والدولة من خلال سياسة "تصنيع الموافقة" حتى يتقبل العالم سياسة التدخلات الأجنبية لدواعي إنسانية" (Roberson، 1999)، حيث تعتبر CNN أولى الفضائيات الأجنبية تستضيف في برامجها الإخبارية شخصيات سياسية ومحللين سياسيين مثلما تستضيف صناع الأحداث والمشاركين فيها وهذا ما أثر على صناعة الأفكار (هادي، 2008).

أما عن خصوصية الروابط والمواقع المتاحة التي تنشئها المؤسسات الإعلامية التقليدية، فإنها التي تعدّ فضاءات يشارك فيها المستخدمون بالمضامين الخاصة بهم على غرار موقع IReport التي تديرها شبكة CNN أو موقع مراقبون للقناة الدولية الفرنسية France 24 ، أو موقع الجزيرة وموقع العربية " أنا أرى ". وتطرح هذه المواقع عدة إشكاليات في مستوى ملكية المضامين. ففي تعريفها الواسع يمكن أن تشمل صحافة المواطن كلّ ما يصدر عن المستخدم من مضامين "نافهة"

أوراقية في مختلف فضاءات المجال الإلكتروني (الحمامي، القاموس النقدي للإعلام في صحافة المواطن، 2014)، تتقاطع مع هذه النظرة نظرة Teresa Wilson التي ترى في نموذج صحافة المواطن الذي نقل مجريات "الربيع العربي" نموذجاً "شعبويًا" popular examples والذي تبنته مختلف القنوات الرسمية العالمية والمحلية (Wilson, 2012).

ثورة تقنية بامتداد سياسي ضد كافة أشكال التحكم، هو الخطاب الذي اتفقت عليه وسوقت له معظم وسائل الإعلام الأمريكية في اعتبار هذه الأحداث السياسية أنها سعي واضح للتغيير السياسي نحو الديمقراطية "democratic political changes" (Salaita, 2012)، أما الجزيرة فسوقت من خلال منصة "شاهد" ومن خلال التغطية لمواقف سياسية واضحة بعيداً عن التأويل الذي كان يطبع تغطياتها قبل هذه الأحداث، تشكلت في قطبين "جانب علماني" و"جانب اسلامي" حيث الجزيرة فتحت منصتها الإعلامية لأصوات وحركات سياسية وأحزاب على حساب أخرى وهذا ما يدل أن التغطية للأحداث دخلت الحيز السياسي والحيز الجيوستراتيجي (Annabi, 2012).

2.3 التوصيف الإمبريقي والكيفي للأحداث:

يهدف معرفة مدى صدق التحليل وثباته قمنا برسم استمارة تحليل المحتوى التي تم عرضها على أساتذة مختصين في المجال للنظر فيها وتحكيمها، بعدها قمنا بحساب معامل الثبات وذلك بتطبيق المعادلة التالية وعلمنا أن متوسط الاتفاق بين المرزبين هو 0,95، وقد حللنا على ضوءها 17 نشرة إخبارية موزعة طيلة سنة 2011 قصدياً، أين تم ظهور محتويات المواطن الصحفي، في إطار القيم التالية:

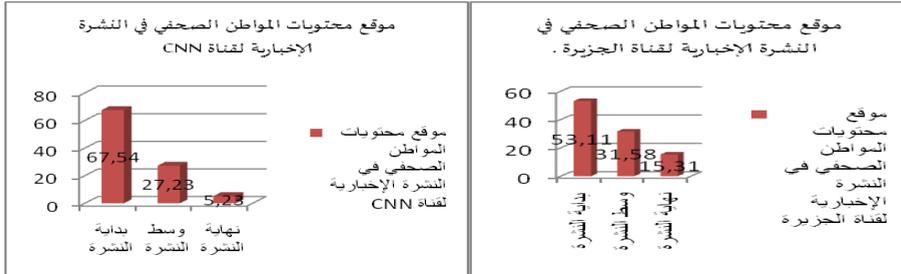
الجدول 01: يوضح الدقائق التي حظي بها محتوى المواطن الصحفي بين الجزيرة

والـ CNN.

النسبة	مضمون المواطن الصحفي	المحتوى "أ"	الزمن
24.29%	3468	14274	CNN
53.52%	7641	14275	الجزيرة

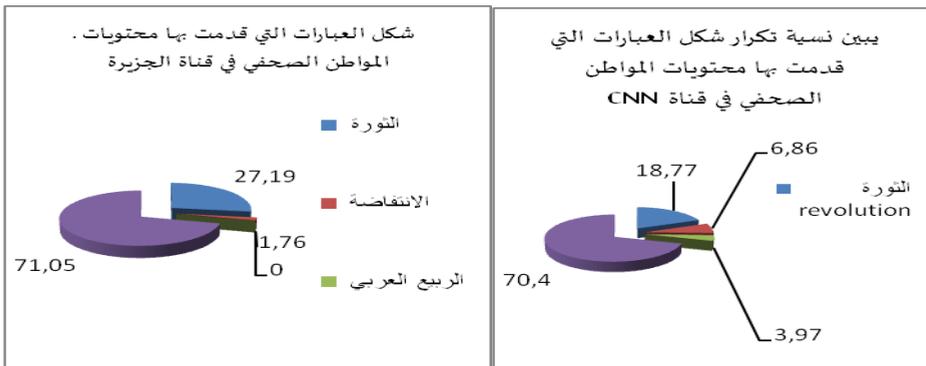
شكلت النسبة الإجمالية للمدة التي استغلتها هذه المحتويات في النشرات الـ (17) محل العينة نسبة 24.23%، وهي النسبة التي تعادل الساعة الواحدة (01سا) من جملة 75.71%، والتي تعادل الأربع ساعات (04سا).

الشكل 01: أعمدة بيانية توضح نسبة تكرار موقع محتويات المواطن الصحفي بين القناتين



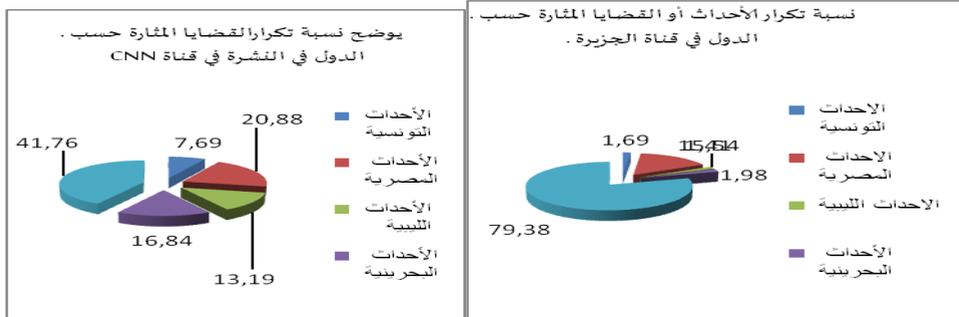
في القراءة الكيفية للموقعة التي حظي بها المحتوى بين القناتين، وزعت الجزيرة المضامين بين طول النشرات في محاولة لترسيخ الإيمان بخدمة الممارسة الجديدة، في الوقت الذي تحفظت به قناة CNN للدلالة التي تفرضها المعالجة والتغطية وتكييف المحتوى مع صحفيها، خاصة وأن القناة الأمريكية ترى في مواطنيها الصحفيين تابعين ضبطا لقنواتها ليس الحال كالجزيرة مجهولة المصدر حسب إعلانات صفحاتها.

الشكل 02 : يوضح شكل العبارات المستخدمة في توصيف الأحداث بين القناتين



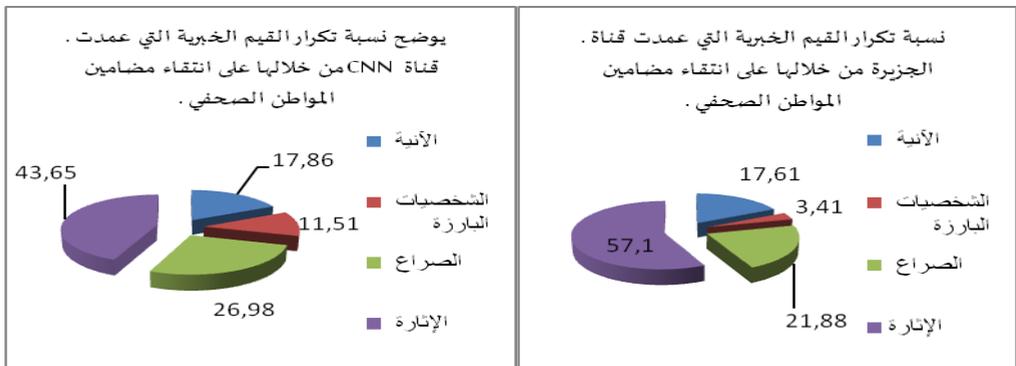
حظي مفهوم الثورة بتقارب التوظيف الألسني ولكن بغير غاية الدلالة، (70.4-71.05 %). وهي الريبة التأويلية الخاضعة للتناسية بين القناتين، حسب مخيالهما التاريخي لمفهوم الثورة، مما سيتجلى واضحا تفسيره في نتائج الدراسة.

الشكل 03 : يوضح تكرار تناول القضايا المثارة حسب الدول بين القناتين



حظيت سوريا بظهور طاع في قناة الجزيرة بنسبة 79.38% في وقت توازنت مع مصر في قناة الـ CNN لصالح 41.76%.

الشكل 04 : يوضح القيم الإخبارية المرفقة بمحتوى المضمون الصحفي بين القناتين



الجزيرة تمارس قيمها باستجلاء الصراع والإثارة بنسبة 57.10% في حين سعت الجزيرة لحق الضيف في شرعنة التحليل، في رفع للمسؤولية المعنوية أمام الرأي بنسبة 11.51%.

4. تحليل النتائج:

شكل العبارات يعبر عن السياق الفكري والإيديولوجي والتحريري لأي قناة، فهناك العديد من الدراسات الأكاديمية وقفت عند استعمال القنوات الإخبارية لمفهومين متضادين (شهيد- قتل) (انتفاضة-ثورة) (إرهاب - تمرد) (انقلاب- حرب أهلية) (صراع - نزاع)، لما تحمله هذه المفاهيم من تبني لخلفية فكرية يتم تأصيلها من خلال هذه المفاهيم أو جعل المشاهدين يتبنونها، حيث أن توجه الدراسات السلوكية لما بعد الحرب العالمية الثانية ومدرسة ما بعد الحداثة في الحقلين السياسي والإعلامي والاجتماعي، ركزت على فكرة الخطابات الأمنية وتوجه الخطاب الأمني والمقتربات الارتباطية بين المفاهيم والتناص وركزت على الفكرة والمعياري في وضوح التوجه السياسي والإعلامي، ومن هنا كان لزاما أن تكون في فئات المحتوى وليس الشكل ولكن وضعها في إطار شكلي يساعد في تسجيلها ومن ثم تكون قراءتها استدلاليا، فمن خلال الدراسات السياسية التي فرقت بين المفاهيم الخاصة بالانتفاضة والثورة والربيع العربي والاحتجاجات الشعبية والمظاهرات.

فالثورات العربية في التأصيل النظري لجل المعاجم السياسية والدولية والإعلامية السياسية، فهي اختلاق إعلامي محض، فالثورة تقسيمات معترف بها على غرار ثورة القصر والثورة الدائمة والثورة الوطنية (سعيان، 2004)، "الثورة البيضاء (بدوي، 1989) .

كلتا القناتان تبنتا مفهوم الاحتجاجات والمظاهرات الشعبية في المرتبة الأولى بمعدل 70%، فالثورة فالانتفاضة فالربيع العربي وإن كان الأخير انعدم كليا في قناة الجزيرة لتبنيها فكرة الثورة، حيث أن منح الأحداث مفهوم الثورة يكسبها شرعية الفعل ومشروعيتها، أما تبني قناة الـ CNN للربيع العربي فهو محاولة لإسقاطها على أحداث ربيع براغ وأنها مؤيدة ما يحدث في البلدان العربية، وتأتي الانتفاضة في محاولة لتبني مشروع الثورة وليس الانتفاضة التي من خصائصها قصر المدة وشعبويتها وانتهائها بانتهاء مطالبها، وقد أبرزت قناة الجزيرة على الأخص توجهها في تبني مفهوم الثورة من خلال شريط الأخبار وخلفية الصحفيين المذيعين للنشرات وأيضا التعليقات المقترنة بمحتويات المواطنين الصحفيين حيث كان الشعار ثابت في الخلفية "ليبيا وسوريا إرادة الثورة" والشريط يتبنى مفهوم الثورة والاتصالات مع منسقي الثورات خاصة في سوريا، حيث أفضت الدلالة التوظيفية إلى أن الجزيرة تسعى لجعل "الربيع العربي" قضية أمن ديني، في مقابل

محاولة أمريكية لجعله "مشروعاً طاقوياً" أسس للوثيقة الأمنية الإستراتيجية "الشرق الأوسط الجديد/الكبير/ المفكك".

بالنسبة لفئات المحتوى التي عملنا على اختيارها لدواعي الدراسة وما فرضته إشكالياتها، فقد وقفنا عند فئة القضايا المثارة أو الأحداث حسب الدول لأنه أهمنا جدا عنصر حضور دول بكثافة في التغطية وغياب أخرى، وتضخيم أحداث وتقزيم أخرى حسب الدول وأدوارها الاستراتيجية.

نالت الأحداث السياسية السورية في قناة الجزيرة النسبة الأعلى وبفارق العشرين بالمئة بينها وبين قناة الـ CNN وهذا نظرا لطول مدتها حيث بدأت متقدمة ولم تنته لحد يومنا هذا، لتأتي بعدها الأحداث المصرية والبحرينية وأساس المقارنة يكمن في البحرين التي جعلت منها قناة الجزيرة عبارة عن تحريض إيراني لجماعات شيعية على حساب السنية منها في البحرين، بينما جعلت منها قناة CNN مطالبة بإسقاط العائلة الملكية" آل خليفة"، وظهر هذا من خلال حجم التغطية خاصة في شكل تحقيقات من مصدر iRevolution-Bahrain، لتأتي الأحداث الليبية والتونسية وهذا نظرا لقصورها الزمني وأيضا لم تجد مكانها في قناة الـ CNN لأنها اعتمدت بكثرة على مصادرها الخاصة وليس المواطنين الصحفيين.

وفي آخر الفئات الخاصة بتحليل المحتوى كيفيا فقد كانت تعمل على تحديد فئة القيم الخبرية التي كانت العامل المرجعي في انتقاء الأخبار وعرضها على حساب قيم أخرى، وبالرجوع دائما لطبيعة الأحداث التي تحمل جوانب الصراع والأنية اعتمدنا عليهما بإضافة قيمة الشخصيات المهمة و الإثارة، حيث تجلى لنا من خلال التحليل الكمي أن قناة الجزيرة عملت في عرض وانتقاء أخبارها على قيمة الإثارة بمعدل النصف والـ CNN بمعدل الأقل منه بشكل متقارب.

حيث عمدت القنوات إلى عرض الصور الخاصة بالمواطنين الصحفيين التي تحمل عوامل الإثارة من التعذيب والتقتيل والتنكيل والجنائز والرقص والجثث والمقابر والحرائق والتفجيرات دون غيرها من الصور، وهنا برز لنا توجه وأسلوب عرض خاص بكل قناة، ففي قناة الجزيرة ركزت القناة على "قصة الدول"، على حساب الشخصيات بينما عملت قناة الـ CNN على عرض "قصة الشخصيات" على حساب قصة الدول، يعني أن قناة الجزيرة ركزت على الأحداث من رجعية أين تحدث، بينما كانت جل انتقادات وعرض قناة الـ CNN لأحداثها قائمة على عناوين مثل

"حمزة الخطيب" الطفل ذو 14 ربيعاً كيف قتلته الشرطة السورية ونكلت ببحثه، وهو ما ساهم في منح طابع "الوجدنة" والدراما وصناعة الفرجة والبطل في النشرة الإخبارية. لتأتي ثاني قيمة بين القناتين على حد سواء للصراع، حيث أظهرت القناتان الدموية والتعنيف، ثم جاءت الآنية كقيمة ثالثة في انتقاء الأخبار من المواطنين الصحفيين وجعلها تقترن بعبارة العاجل في قناة الجزيرة وبالومض المتكرر في قناة CNN ثم تتمظهر الشخصيات البارزة في قناة CNN أكثر منها في قناة الجزيرة، التي اعتمدت على الأشخاص العاديين في حين وظفت القناة الأميركية وجوهاً كاريزمية وأيقونية، وهنا يكون الفرق واضحاً في توظيف الشخصيات البارزة مع توظيف مقترن دائماً لأصواتهم وصورهم وتصريحاتهم بشأن هذه الأحداث مع محتويات المواطن الصحفي .

5. خاتمة:

بين مؤيد ومعرض ومد وجزر لظاهرة صحافة المواطن اكتسحت هذه الظاهرة أو الممارسة الجديدة التي فرضتها طبيعة تفاعلية الوسائط التكنولوجية، وحضور المواطن في الممارسة الديمقراطية ونقد الإعلام التقليدي بقوة عالم الأخبار حيث تم اعتبارها مصدراً من مصادر الحصول على المعلومة في ظل غياب ومنع وتعتيم القنوات الرسمية .

إن انتفاضة إعلام المواطن على الإعلام التقليدي شكلت هي الأخرى أزمة ثقة وتشكيك في مخرجات صحافة المواطن بسبب عفويتها، وقد أجمع الباحثون الغرب في أن صحافة المواطن هي وسيط تفاعلي فعال من شأنه الإضافة لعالم الأخبار، بينما تم التشكيك فيه في العالم العربي وتجلي ذلك في منتدى الإعلام المنعقد بدبي عام 2010م، وبعد الأحداث التي عرفتها البلاد العربية مطلع 2011م، تبين مدى الحضور القوي للمواطن الصحفي في معظم القنوات الإخبارية العالمية الأجنبية منها والعربية، حيث تعاملت القنوات معه بنوع من التوطيد تجلى في فتحها للروابط الإلكترونية، بالإضافة إلى الشعارات المرافقة لهذا الدعم من خلال "شاركنا القصة، أصنع الحدث" "كن أنت من يرى" وغيرها من الشعارات .

اعتبار صحافة المواطن من صميم الفعل الوطني حيث انتقلت هذه الممارسة من الزاوية التكنولوجية إلى الزاوية السياسية في محاولة منها لجذب أكبر عدد ممكن من المواطنين الصحفيين، ولقد تجلت بدورها العلاقة السياسية في إحاطة هذه الظاهرة ودفعها إلى الأمام

خاصة وأن الوعي السياسي للمواطن صار حاضرا بقوة في رسم القرارات السياسية وتتبع تطوراتها.

6. قائمة المراجع :

1. إسماعيل, حنان كامل. (2012). دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي :الأردن والكويت ومصر أنموذجا. الأردن, جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام .
2. الأمريكي ,م ا. (2005). وسائل الإعلام العربية: أدوات الحكومة هل هي أدوات الشعب ، السياق الإعلامي العربي [Récupéré sur https://www.usip.org/default/files/vd18_arabic](https://www.usip.org/default/files/vd18_arabic)
3. آلان ,ستيوارت. (2008). ثقافة الأخبار). ه. فؤاد (Trad.), القاهرة: مجموعة النيل العربية.
4. الجزيرة. (2013, 06 14). *المواطن الصحفي*. Consulté le 05 07, 2015, sur www.citizenjournaliste.aljazeera.com
5. الحمامي ,صادق. (2012). *الميديا الجديدة :الابستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات*. تونس : المنشورات الجامعية بمنوبة.
6. الحمامي صادق ا.(2014, 09 14). *جريدة الصحافة* . Consulté le 09 03, 2014, sur [http://www.essahafa.info.tn/index.php?id=131&tx_ttnews\[tt_news\]=33243&tx_ttnews\[b,ackPid\]=130&cHash=219b38dea](http://www.essahafa.info.tn/index.php?id=131&tx_ttnews[tt_news]=33243&tx_ttnews[b,ackPid]=130&cHash=219b38dea)
7. الرميدي ,زكريا. (2013, 04 13). *المجلة العربية* . Consulté le 05 30, 2020, sur <http://arabicmagazine.com/Arabic/articleDetails.aspx?id=2631>
8. الزرن ,جمال. (2009). *صحافة المواطن، المتلقي عندما يصبح مرسلا. المجلة التونسية للاتصال*, (02), pp. 51-52.
9. الصادق, رايح (2013). *فضاءات رقمية : قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات*. بيروت :دار النهضة العربية.
10. العلوي, شوقي (2006). *رهانات الانترنت*. بيروت :دار مجد .
11. بدوي, أ.زكي (1989). *معجم المصطلحات السياسية :إنجليزي فرنسي عربي*. القاهرة: دار الكتاب المصري.
12. خليل ,خ. أحمد. (1984). *العرب والديمقراطية، بحث في سياسة المستقبل*. بيروت :دار الحدائة .

13. سعيفان، أحمد. (2004). *قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية: عربي انجليزي فرنسي*. بيروت :مكتبة لبنان ناشرون.
14. شيرين كدواني ، شريهان توفيق. (2008). المدونات السياسية وحرية التعبير كحق من حقوق المواطنة. مؤتمر الإعلام والبناء الثقافي لحقوق المواطنة. (6-5 pp), مصر.
15. نش حمزة، حجاب عبد الله. (2013, 06). السلوك الانتخابي ودوره في تفعيل الديمقراطية المشاركة في الجزائر. *مجلة الرائد المغربي للدراسات السياسية والبحوث*. (01), pp. 34-35.
16. حسينة بوشبخ، (2011) *برامج الرأي في قناة الجزيرة الفضائية*. الجزائر: دار الوسام العربي.
17. شقرة، ع. خ. (2013). *الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي*. الأردن: دار أسامة.
18. صادق، ع. م. (2008). *الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات*. الاردن : دار الشروق للنشر والتوزيع.
19. غوجيلي، س. أ. (2016). سبتمبر. (فهم الأمنة، مقارنة نقدية للدراسات الأمنية. شؤون الأوسط 26 , 71, p. (154).
20. هادي، ا. . (2008). *الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات*. الأردن: دار أسامة.
21. Annabi, H. e. (2012). *média étrangères et révolutions arabes (le cas de la Tunisie)*. (I. d. Mediterranea, Éd.) *giugno* (08), pp. 258-29.
22. Aron, R. (1959). *la société industrielle et la guerre*. Paris: librairie plon.
23. Banda, F. (2010). *citizen journalism and democracy in Africa*. highway - Africa, Rhodes University: school of journalism and media studies.
24. CNN. (2014, 01 08). *CNN CHANNEL* . Consulté le 04 50, 2016, sur Ireport: <http://ireport.cnn.com> www.cnn.com
25. CNN. (2015, 05 03). *CNN channel*. Consulté le 04 02, 2016, sur ireport: <http://ireport.cnn.com> www.cnn.com
26. Hervouet, L. (2015, 02 10). Consulté le 02 10, 2015, sur les cahiers du journalisme: <http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/noflash.html>
27. Kechi, J.-B. (2007). *vers une révolution démocratique ? pour une meilleure citoyenneté*. *mastter1*, 25-26. Paris , université Blaise Pascal.
28. Mayaffre, D. (2003). *dire son identité politique Etude du discours politique français au xxe siècle*. *Cahiers de la Méditerranée et Contemporaine (CMMC)* (no66), p. 02.
29. Mihal, C. (2004). *democracy, citizens' media and resistance, a study of the new river free press*. Blacksburg, department of communication: Virginia university.
30. Roberson, P. (1999). *the CNN effect, can the news media drive foreign policy . , Review of International Studies* (25), pp. 301-302.
31. Rohde, E. (2013). *l'éthique du journalisme*. ALGER: itics editions.
32. Salaita, S. (2012). *corporate American media coverage of Arab revolutions : the contradictory message of modernity. a journal for and about social movements* , p. 131.

33. Shayne Bowman, Chris willis . (2003). *we media : how audiences are shaping the future news and information* . California, J.D LASICA media center: sinior editor.
34. Tremayne, M. (2007). *blogging citizenship and the future of media*. new York: routledge group.
35. Wilson, T. (2012). *community reporting and citizen journalism, a venn diagram*. w.p, institute of community reporting: discution paper.
36. Wim van de donk and others. (2004). *cyberprotest: new media citizens and social movements*. london / new York: routledge group.

¹ Everything you see on iReport starts with someone in the CNN audience. The stories here are not edited fact-checked or screened before they post. CNN's producers will check out some of the most compelling, important and urgent iReports and, once they're cleared for CNN, make them a part of CNN's news coverage. (Look for the red "CNN iReport" stamp to see which stories have been verified for CNN.) Together, CNN and iReport can paint a more complete picture of the news. We'd love for you to join us. Jump on in, tell your story and see how it connects with someone on the other side of the world

² تحتوي هذه الصفحة على نص واحد تم وضعه من قبل القناة والذي يفسر وجهة نظرها إزاء المواطن الصحفي " هذه الصفحة تعتمد على مشاركات مستخدمين لا يتم التأكد من هويتهم وتعتمد بالكامل على مبدأ صحافة المواطن، المحتوى المنشور لا يعبر عن رأي شبكة الجزيرة ولا العاملين فيها، تقوم إدارة الموقع من التأكد من نوعية المواد المنشورة وليس من صحتها، عناوين الأخبار تضعها القناة على مضمون المواطن الصحفي دونما تحرير على الموقع.

دور وسائل الإعلام في ترشيد استهلاك الطاقة

The role of the media in the rationalization of energy consumption

زهرة بلحاج

طالبة دكتوراه

المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية

مخبر البحث في السياسات العامة والتحديات التنموية والأمنية في بلدان المغرب العربي

belhadjzahra1302@gmail.com

محمد كريم خيدر

أستاذ محاضر "أ"

المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية

kheder_karim@yahoo.fr

تاريخ النشر : 2020/09/02

تاريخ القبول: 2020/08/16

تاريخ الاستلام: 2020/02/04

ملخص:

نعالج في هذه الورقة البحثية دور وسائل الإعلام في توجيه الأفراد وتوعيتهم بالاستخدام والاستغلال العقلاني للطاقة في شتى القطاعات، باعتبارها المحرك الرئيسي في العمليات التنموية التي تباشرها الدول على مختلف الأصعدة (الاقتصادية، الاجتماعية... إلخ). ومن هذا المنطلق يسعى هذا الإسهام العلمي إلى التركيز على الحملات الإعلامية باعتبارها سلسلة من الرسائل الاتصالية التي لها دور محوري في توعية الأفراد لترشيد استهلاك الطاقة، حيث يساهم الاستغلال العقلاني للطاقة لضمان تلبية احتياجات الأفراد سواء لفائدة الأجيال الحالية أو المقبلة، وهذا ما سنتطرق إليه من خلال ذكر بعض النماذج عن الحملات الإعلامية ودورها في ترسيخ مبادئ وقيم وسلوكيات في الأفراد من أجل ترشيد استهلاك الطاقة.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، الحملات الإعلامية، المستهلك، التوعية، ترشيد استهلاك الطاقة.

Abstract:

In this research, we'll talk about the role of the media in guiding individuals and sensitizing them to the rational use and exploitation of energy in various sectors, considering it is the main engine in the development processes that countries undertake at various levels (economic, social, etc.)

From this standpoint, this scientific contribution seeks to focus on the media campaigns as a series of communication messages that have a crucial role in educating individuals to rationalize energy consumption and it will contribute to ensure the needs of individuals to the benefit of both present and future generations.

We will address this issue by mentioning some examples of media campaigns and their role in consolidating the principles, values and behavior of individuals in order to rationalize consumption.

Keywords: media; Media campaigns; Consumer; awareness; Rationalization of energy consumption.

مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دور بالغ الأهمية في توعية الجمهور بالمشكلات الموجودة في المجتمع، وذلك بالاعتماد على مختلف وسائل وأساليب الاتصال بهدف توجيه الجماهير إلى تبني مواقف وسلوكيات من شأنها تعود على أفراد المجتمع بآثار إيجابية، ومن أهم هذه الإشكالات المطروحة مسألة "ترشيد استهلاك الطاقة".

لقد سعت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على نظرية "الاستخدامات والاشباعات" باعتبارها واحد من أبر المقاربات النظرية لدراسة الجمهور. ويعود الفضل إلى الباحث "إليهو كاتز" Elihu Katz في وضع أسس بناء نظرية "الاستخدامات والاشباعات" عام 1959، والذي جاء في مقال ردا على رؤية "برنار برلسون" Bernard Berlsون "الذي أكد على موت حقل بحوث الإعلام خلال فترة الأربعينيات وحتى نهاية الخمسينيات تركزت الدراسات الاتصالية حول موضوع "الإقناع"، ونظريات الاتصال التي تم صياغتها بنيت على أساسها الحملات السياسية والتسويقية. (مدفوني جمال الدين، 2019).

ومن هذا المنظور بالاستناد على النظرية "الاستخدامات والاشباعات" سنقوم بإسقاط هذه النظرية على إحدى النماذج المعتمدة في هذه الدراسة وهي التجربة "الفنلندية"، التي استندت في نشر حملاتها الإعلامية بغية توعية الجمهور "مستهلكي الطاقة" بضرورة ترشيد استهلاك الطاقة.

مستخدمة وسائل الإعلام الجديدة، حيث أضحت تتسم بعملية تفاعلية بين "المستقبل" و"المرسل"، حيث لم يعد المستقبل متلقيا سلبيا، بل أضحي له دور في الفعل الاتصالي من خلال عملية الانتقاء، وهذا ما يمكن أن يساعده على تعديل سلوكاته المتعلقة باستهلاك للطاقة، من خلال تغيير سلوكياتهم اليومية في إطفاء الإضاءة في الأماكن والغرف غير المشغولة وكذا التحكم في العمليات الصناعية في المؤسسات الصناعية.

إن السلوك الاختيار للوسيلة الإعلامية للمتلقى "مستهلكي الطاقة"، لما يشبع حاجاته من الحملات الإعلامية نابع من ادراكه وانتباهه لما يريد كنتيجة لاختياره. لذا فإن استخدام وسائل الإعلام الجديدة في "فنلند" في نشرها للحملات الإعلامية المتعلقة "بترشيد استهلاك الطاقة"، كالتبجح حملاتها الإعلامية التي كانت نتيجة العملية التفاعلية وعنصر التنسيق بين "المستقبل" للحملات الإعلامية" والمرسل لها.

لقد نتج عن استخدام وسائل الإعلام الجديدة اشباعا توجيهم ناتجة عن تحسين سلوكيات لبعض الافراد والمؤسسات، وهذا ما ظهر في "التجربة" الفنلندية"، حيث خصصت فضاء خاص بالتنوعية والترشيد من خلال موقعها الإلكتروني تحث فيه الأفراد والمؤسسات على ترشيد استهلاك الطاقة.

تم الاستناد إلى نظرية "الاستخدامات والاشباعا" لأنها تعد من أكثر النظريات المتعلقة ببحوث التأثير المتعلقة بوسائل الاعلام الجماهيرية التي تهتم بالجوانب النفسية والاجتماعية للأفراد، لذا فإن هذه النظرية تعبر بشكل رئيسي عن عمليات التأثير التي يمكن أن تنجم عن استخدام وسائل الإعلام بنوعيه للحملات الإعلامية في توعية الجمهور "مستهلكي الطاقة" بضرورة ترشيد استهلاكه للطاقة لتعديل تصرفاتهم وسلوكياتهم.

لذا نجد في هذا الاطار أن وسائل الاعلام تعد وسيلة أساسية لنقل المعلومات وايصالها للجمهور "المستهدف" فهي تستند إلى أحد الأساليب والمتمثلة في أسلوب "الاقناع" و"التأثير" اللذان يعتبران عنصرا أساسيا في الحملات المتعلقة "بترشيد استهلاك الطاقة" بغية تعديل سلوكيات الأفراد.

لذا يبرز دور وسائل الإعلام باعتباره منبرا للتنشئة الاجتماعية، من خلال تصميم الحملات الإعلامية التي لها دور محوري في ترسيخ قيم كفيلة بترشيد استهلاك الطاقة. لذا تعتبر "الحملات

الاعلامية" أحد المقاييس الأمنية لترشيد مستهلكي الطاقة. ومن هنا يمكننا طرح الإشكالية الآتية: كيف تساهم الحملات الإعلامية عبر وسائل الإعلام في توعية المستهلكين بأهمية ترشيد استهلاك الطاقة تحقيقا للتنمية المستدامة؟

فرضية الدراسة: كلما تم تصميم حملات إعلامية تعنى بترشيد استهلاك، كلما ساهمت في توعية وترسيخ قيم الرشادة لدى مستهلكي الطاقة.

من خلال هذاالدراسة التي تعالج دور وسائل الإعلام في تحقيق الرشادة الطاقوية، تم تقسيم المقال إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: مفهوم وسائل الإعلام.

المحور الثاني: مفهوم ترشيد استهلاك الطاقة.

المحور الثالث: الحملات الإعلامية كنموذج اتصالي توعوي لترشيد استهلاك الطاقة.

أهمية الدراسة: يعد موضوع ترشيد استهلاك الطاقة من أهم المواضيع البحثية التي لها انعكاسات ايجابية على الأفراد والدول وعلى البيئة، لذا فالتوعية أمر بالغ الأهمية لمستهلكي الطاقة سواء كانوا أفراد أو مؤسسات، حيث أضحت وسائل الإعلام بنوعها بمثابة شريك مهم واستراتيجي للدول والحكومات في توعية الأفراد بضرورة الاستهلاك العقلاني للطاقة .

أهداف الدراسة: تتلخص أهداف الدراسة في الآتي:

- للحملات الاعلامية دور محوري لتوعية وتوجيه مستهلكي الطاقة بضرورة التحلي بالسلوكيات العقلانية لترشيد استهلاك الطاقة.
- للحملات الاعلامية دور جوهري لتعديل التصرفات مستهلكي الطاقة وحثهم إبتباع سلوكيات من شأنها تقليل الإسراف في استخدام واستهلاك الطاقة.
- تحسيس مستهلكي الطاقة على ضرورة ترشيد استهلاك الطاقة نظرا للأهمية المحورية التي تحتلها قضايا البيئة والتنمية المستدامة في استراتيجيات الدول والحكومات.

1. مفهوم وسائل الإعلام:

1.1 تعريف وسائل الإعلام:

الإعلام لغة: هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك.(قينان عبد الله الغامدي، 2012).

تعريف الدكتور "فرنارتيرو": "الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ وأصوات وصور بصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور". (العربي العربي، 2015). وعليه يمكن القول بأن وسائل الإعلام التقليدي لها دور محور بإيصال الرسالة، بهدف توعيه الجماهير حول أي قضية في مختلف المجالات، إلا أن تصميم الحملات الإعلامية فيما يتعلق بترشيد استهلاك الطاقة لا يقتصر على الإعلام التقليدي، بل تعد الأمر إلى ظهور ما بات يصطلح عليه الإعلام الجديد، حيث التي تهدف إلى نشر المحتوى الإعلامي وتصميم حملات إعلامية، مستخدمة في ذلك العديد من الوسائط، من أجل تصميم حملات إعلامية تنتج عنها عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل، وهذا من منطلق الدور المنوط بها بتسليط الضوء بتصميم حملات إعلامية كفيلة بتحقيق منافع تعود على الفرد والمجتمع بالفائدة خاصة عند التحدث عن أهم مورد استراتيجي وهو الطاقة.

أ- وظائف وسائل الإعلام:

- لقد حدد "كلوتس" عام 1984 أربعة وظائف أساسية لوسائل الإعلام لتأثير على سلوكيات الأفراد:
- وظيفة المنفعة: إن استعمال الفرد لوسيلة معينة يتحدد من خلال المنفعة العامة التي يحصل عليها.
 - وظيفة الدفاع عن الذات: وتعكس رأي الفرد في الدفاع عن الصورة التي يشكلها عن نفسه ورفض ما عداها.
 - وظيفة التعبير عن القيم: كلما دعمت وسائل الإعلام القيم السائدة في المجتمع شعر الفرد بالرضا اتجاهها.
 - وظيفة معرفية: تتمثل في حاجة الفرد إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه. (العربي العربي، 2015). ونظرا لأهمية وسائل الإعلام في الوقت الراهن وفي ظل التطور الكبير والسريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث تتسم بجملة من الخصائص التي تمكنها من وضع حملات إعلامية تصل إلى أكبر قدر من الجماهير ومنها الترويج الواسع لحملة ترشيد استهلاك الطاقة، وهذا من خلال التركيز على العناصر الأساسية للإعلام الجديد، وهذا ما نوضحه من خلال الآتي:
- تفتت الجماهير: ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام، والذين أصبح وقتهم موزعا بين العديد من الوسائل مثل (المواقع الإلكترونية، شبكات التواصل

الاجتماعي، والهواتف الذكية...الخ)، بجانب الوسائل التقليدية من تلفزيون وإذاعة وصحف. (سالم عطية جميلة، 2013).

■ **الحركية:** تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان نريده في أثناء تحرك مستخدميها، ومثال ذلك أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة. (سميرة شيخاني، 2010).

■ **قابلية التوصيل:** تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى، وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع، ومثال على ذلك توصيل DVD بجهاز الفيديو.

■ **الشيوع والانتشار:** ويعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع. (سميرة شيخاني، 2010).

الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة ". (رابح عمار، 2016).

ومن هذا المنطلق تعد وسائل الإعلام الأكثر قدرة على تصميم ونشر الحملات ذات الطبيعة التوعوية والتي تستهدف المواطن مباشرة، وهذا ما يحملها مسؤولية أخلاقية تجاه المجتمع، بالنظر لأهمية الحملات الإعلامية باعتبارها شكلاً من أشكال الاتصال الاجتماعي يتأسس على الاستخدام المخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية والأساليب الابتكارية لحث المجتمع عامة أو بعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو أفكار تتبناها وتدعمها، وذلك باستخدام استراتيجية أو أكثر عن طريق جهود متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدد، وهذه الجهود الاتصالية المخطط لها تهدف إلى إحداث تغييرات، كذلك هي جهد علمي منظم ومخطط لتحقيق أهداف محددة في أي موضوع خلال فترة زمنية محددة باستخدام أكبر كم ممكن من الوسائل الإعلامية المتاحة وكافة الأشكال والقوالب الإعلامية. (عيسى بوكرموش، 2012).

2 ترشيد استهلاك الطاقة-مقاربة مفاهيمية-

تعد الحملات الإعلامية كنموذج اتصالي كفيل على توعية وتوجيه الجماهير على ضرورة الرشادة في استغلال واستخدام الطاقة، وهذا ما سنحاول إبرازه من خلال ما يلي:

المعنى اللغوي: الأصل الفعل الثلاثي رشد. قال ابن منظور في لسان العرب: رشد بالفتح، يرشد رشدًا: اهتدى وأصاب وجه الأمر والطريق. (عمر سراج أبو رزيزة، 2003).
يعرف "ترشيد الاستهلاك" بأنه: « الاستعمال الأمثل للموارد والأموال والاعتدال والتوازن في الإنفاق، والسعي لتحقيق منفعة الإنسان وعدم المبالغة، وذلك عبر إجراءات وخطط واعية توجه الفرد للطريق الأمثل لتحقيق تنمية مستدامة هدفها حفظ حقوق الأجيال الحالية والمقبلة». (ليال أحمد، 2019).

تعرف "الطاقة" على أنها: «أحد المقومات الرئيسية للمجتمعات المتحضرة، وتحتاج إليها كافة قطاعات المجتمع في الحياة اليومية، إذ يتم استخدامها في تشغيل المصانع، بالإضافة إلى الحاجة الماسة إليها في تسيير وتحريك وسائل النقل المختلفة وتشغيل الأدوات المنزلية وغير ذلك من الأغراض» (ريم قصوري، عبد الرحمان أولاد زاوي، 2017). وعليه يمكن القول أنه على الرغم من محاسن الطاقة في تلبية احتياجات الأفراد، إلا أن لها انعكاسات سلبية على البيئة ومرد ذلك الاستغلال غير العقلاني للأفراد في استخدامها. وقبل التطرق إلى تعريف ترشيد استهلاك الطاقة، يجدر بنا التمييز بين المفاهيم الآتية:

تحسين فعالية الطاقة: «ويقصد بها زيادة فعالية الاستخدام النهائي للطاقة، نتيجة للتغيرات التكنولوجية والسلوكية والاقتصادية».

(<http://arabeeday.net/wp-content/uploads/2017/05/The-Arab-Guideline-1.pdf>)

أما مفهوم "ترشيد استهلاك الطاقة" فيقصد به : «هو مجموعة من الإجراءات والتقنيات التي تؤدي إلى خفض استهلاك الطاقة دون المساس براحة الأفراد أو إنتاجيتهم واستخدام الطاقة عند الحاجة الحقيقية لها». (طيب سعيدة، سنوسي ين عبو، 2018).
كما يترشيد استهلاك الطاقة: « استخدامها استخداما عقلانيا مدروسا وتقليل الهدر في استهلاك الطاقة بأصنافها المختلفة، وإن ترشيد استهلاك الطاقة عمليا هو جملة الإجراءات الواجب إتباعها للحد من الهدر في منظومات الطاقة في مختلف مراحلها بدءاً من محطات تحويل الطاقة وانتهاءً بالأجهزة المستهلكة للطاقة». (بقة الشريف، زغي نبيل، 2015).

وعليه يكمن الفرق الجوهرى بين مفهومي "فعالية الطاقة" و"ترشيد استهلاك الطاقة" في أن الأول يشير إلى زيادة فعالية الاستخدام الناجمة عن التطورات التكنولوجية أما الثانية

فيقصد بها تعديل سلوكيات الأفراد في استغلال واستخدام الطاقة بمختلف أنواعها من أجل تلبية احتياجاتهم في الوقت الحالي واحتياجات الأجيال المقبلة.

العوامل المساهمة في ترشيد استهلاك الطاقة

- مبدأ ديني: يلعب الدين دور مهم في توجيه كل مسلم بإتباع سلوكيات وقيم من شأنها الحفاظ المصادر الطاقوية، لذا وجب علينا كمسلمين الالتزام بالتعاليم الإسلامية التي تحث على عدم الإسراف في استخدام واستهلاك الطاقة وفق احتياجاتنا.
- مصلحة عامة: يتعلق هذا المبدأ بأن استخدام الطاقة مرتبط بضرورة الترشيد في استهلاك الطاقة لتلبية احتياجات ومتطلبات الأجيال الحالية المقبلة.
- وعي بيئي: إن الاستخدام والاستهلاك المكثف للطاقة يترك آثار وخيمة على البيئة من جهة ويحرم الأجيال الحالية والمقبلة من الانتفاع بالطاقة من جهة أخرى.
- وعي اقتصادي: إن ترشيد استهلاك الطاقة من قبل المستهلكين سواء كانوا أفراد أو مؤسسات ستعود بالنفع على كلاهما، فعلى سبيل المثال لا الحصر بالنسبة للأفراد تقليل الفواتير.

2. دور وسائل الإعلام في وضع حملات إعلامية كنموذج اتصالي توعوي لترشيد استهلاك الطاقة

1.2. نماذج عن الحملات الإعلامية لترشيد استهلاك الطاقة

قبل التطرق إلى ذكر نماذج عن الحملات الإعلامية سنتطرق إلى توضيح مراحل وضع استراتيجيات لحملات إعلامية في قضايا ذات المنفعة العامة، حيث يمكن تصنيف الحملات الإعلامية لتعزيز حفظ الطاقة/ فعالية الطاقة بطرق مختلفة، تكون حسب أهدافها ذات الأولوية، والمجموعات المستهدفة / الجماهير المستهدفة أو الاستراتيجيات ووسائل الاتصال.

1. حملة الحفاظ على الطاقة والفعالية الطاقوية: تهدف إلى خفض استهلاك الطاقة بهدف توفير الطاقة، فعلى سبيل المثال تدعو الحملات الإعلامية إلى إيقاف تشغيل المصابيح أو المعدات والأجهزة الكهربائية في الغرف غير المستخدمة مؤقتاً، حيث يكمن الهدف من حملات المنفعة العامة التي تدعو إلى توفير الطاقة إلى إبراز مسألة تخفيض تكاليف الطاقة ما يعود بالفائدة على المستهلك اقتصاداً.

ونظرا للدور المحوري للطاقة والمرتببطبضايا الأمن والسياسة والاقتصاد، سعت العديد من الدول إلى تبني سياسات تهدف إلى تحسين استخدام الطاقة والمحافظة عليها، حيث نشهد زيادة درجة الوعي في هذه الدول خاصة بقضايا الأمن الطاقوي (بمفهومه الاقتصادي والسياسي)، وكثيرا ما تقترن حملات فعالية الطاقة التي تستهدف مستعملي الطاقة على نطاق واسع خاصة المشاريع الكثيفة الاستهلاك للطاقة والتي تقضي بإجراء مراجعات دورية لحسابات الطاقة.

(<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1477background2.pdf>)

2. محتوى الحملات الإعلامية التوعوية للحفاظ على الطاقة وحسن ترشيدها: حيث تسعى حملات المنافع العامة إلى لفت الانتباه إلى المزايا الاقتصادية والبيئة لاستخدام الطاقة استخداما رشيدا، حيث تؤكد العديد من حملات ذات المنافع العامة على رسالة مفادها أن زيادة الوعي والكفاءة في استخدام الطاقة يمكن أن تعزز نوعية الحياة في المجتمع ككل.

3. تعريف الفئات (المجموعات) المستهدفة: يمكن تصنيف حملات توفير وفعالية استخدام الطاقة أو تمييزها حسب نوع المجموعة المستهدفة، حيث يتم تصميم الحملات الإعلامية وتنفيذها بشكل مختلف حسب تعريف المجموعة المستهدفة التي يمكن أن تشمل (الأسر، القطاع الخاص، الشركات التجارية، الوكالات الحكومية)، وغيرها من مجموعات مستخدمي الطاقة.

(<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1477background2.pdf>)

4. الترتيبات المؤسسية: حيث تختلف الترتيبات المؤسسية من بلد إلى آخر كما أن أنواعا مختلفة من المنظمات والمؤسسات العامة التي تشارك في تصميم وتنفيذ حملات كفاءة الطاقة، ففي بعض البلدان تستند إلى مبادرات السياسات الوطنية التي تتخذها السلطات الحكومية أو الوزارات، فعلى سبيل المثال لا الحصر ففي الصين فقد عملت الصين على تصعيد حملاتها الإعلامية وبرامجها الإعلامية لتعزيز كفاءة استخدام الطاقة.

(<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1477background2.pdf>)

5. استخدام وسائل الإعلام واستراتيجيات الاتصال: حيث تعتمد الحملات الإعلامية الحديثة وحملات المنافع العامة في المقام الأول على وسائط الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة لنشر

رسائلها، على الرغم من أن الإعلانات (التلفزيونية والإذاعية والصحفية) تميل إلى أن تكون أكثر تكلفة من نشر رسائل المعلومات العامة عبر لوحات الإعلانات، إلا أنها تصل أيضا إلى جمهور أوسع بكثير وتميل إلى الحصول على مزيد من الاهتمام.

(<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1477background2.pdf>)
في هذا الإطار سنتطرق إلى إبراز نماذج عن حملات إعلامية مختارة لتعزيز ترشيد استهلاك الطاقة، حيث تختلف طرق صياغة الحملات الإعلامية الوطنية للحفاظ على الطاقة وترشيد استهلاكها من بلد إلى آخرى، حيث تهدف هذه الحملات الإعلامية إلى تعزيز التنمية المستدامة من خلال دعوة المستهلك الوطني إلى الترشيد في استخدام الطاقة، وهذا ما سنحاول إبرازه من خلال مجموعة من الأمثلة المختلفة للحملات الإعلامية من خلال الآتي:

أ- برامج الدعوة للحفاظ على الطاقة وحسن ترشيدها في جمهورية كوريا الجنوبية- القيادة من قبل الحكومة-

يعتمد اقتصاد جمهورية كوريا بدرجة كبيرة على الطاقة المستوردة، لذلك ركزت حكومة جمهورية كوريا الجنوبية ووزارة التجارة والصناعة والطاقة الكورية تركيزا كبيرا على تحقيق أمن الطاقة في البلاد وقدرتها على الصمود في مواجهة تقلبات سوق الطاقة العالمي، وتعد "جمهورية كوريا الجنوبية" من أوائل الدول التي سنت تشريعات مخصصة لتعزيز الاستخدام الرشيد للطاقة.

(<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1477background2.pdf>)

وفي هذا الإطار فقد وضعت "جمهورية كوريا الجنوبية"، حملة إعلامية ذات منفعة عامة، والتي نوضح معالمها من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم (01) يوضح تعزيز سلوك المستهلك في مجال توفير الطاقة و $9=6+3$ نصائح لتوفير الطاقة



Source :Kim, Kyung-Hee, Overview on Public Benefit Campaigns to Promote Energy Conservation and Energy Efficiency, p08. -
surweb :<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1477background2.pdf>

من خلال الشكل رقم (01) يلاحظ أن جمهورية كوريا الجنوبية تهدف من خلال الحملة الإعلامية التي اتبعتها تشجيع المستهلكين على إتباع ثلاثة (03) نصائح سهلة لتوفير الطاقة وهي: (إيقاف الأنوار عند عدم الحاجة إليها، إيقاف تشغيل أجهزة الكمبيوتر عند عدم استخدامها، المشاركة في برنامج يهدف إلى الحد من استخدام السيارات الخاصة في تواريخ محددة). أما التدابير الستة (06) التي تروج لها الحملة الإعلامية وتشمل الفرص التي يستفيد منها المستهلكين لتوفير الطاقة، وتمثل فيما يلي: (الحفاظ على درجة الحرارة داخل المنزل تتراوح بين 26 و 28 درجة مئوية في الصيف (تجنب الاستخدام المفرط للطاقة في تكييف الهواء)، السير على الأقدام لمسافات قصيرة، تجنب إبقاء محركات السيارات قيد التشغيل إذا لم تكن تقود، عدم تحميل الأمتعة بشكل زائد في صندوق السيارة، تجنب كي الملابس إذا لم يكن ضرورياً، يمكنك تقليل وقت طهي الأرز باستخدام جهاز طهي الأرز). وحسب منظمي الحملة فإن تنفيذ هذه النصائح لتوفير الطاقة من شأنه أن ينقذ الاقتصاد الكوري من استخدام الطاقة الكهربائية بنحو 70 جيغاواط/ ساعة سنوياً، أي ما يعادل واردات من النفط بقيمة 10 ملايين برميل، وحتى إن لم يتبع كل المستهلكين الكوريين كل التوصيات فإن الكمية الإجمالية من

الكهرباء والنفط الذي يتم توفيره سنويا والانبعاث التي يتم تجنبها كبيرة جدا بالفعل.
(<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1477background2.pdf>)

ب- نموذج عن الحملات الإعلامية الناجحة في وسائل الإعلام الجديدة:

عند التحدث على وسائل الإعلام الجديدة وترويجها للحملات الإعلامية يجدر التنويه حول كيفية فهم الرسائل الإعلامية الواجب إتباعها بشأن تأثير الوسائط الجديدة بمختلف أنواعها على سلوكيات الأفراد، حيث يجب التفكير في ثلاثة أمور وهي:

■ المنظور والقيمة التي يعطيها الفرد لمنتج أو خدمة معينة، أي بمعنى أن الأفراد مختلفون في الفائدة الناجمة عن خدمة معينة أو منتج معين.

■ تغيير النموذج الفكري للأفراد: وهذا من منطلق أن الفرد عضو في المجتمع باعتباره (منتج، مستهلك، مشارك نشط في المجتمع)، ومن هذا المنطلق لم يقتصر دوره على الاستناد إلى الإعلام الذي يعتبر هو المزود الرئيسي للجمهور للأحداث والوقائع من منطلق "أن أقول قصة أو واقعة وأنت أي الفرد ينصت إليهما)، وقد نجحت الوسائط الجديدة في إحداث تغييرات على تفكير الفرد، حيث أصبح يشارك هذه القصة أو الأحداث في الوسائط الجديدة من خلال "نحن نخلق قصة أ واقعة معا" مع المستهلك (الفرد)، أي أصبح الناس في الوقت الحالي أكثر من أي وقت مضى ينتمون إلى ثقافة قائمة على المشاركة.

■ في الحملات الإعلامية اطرح الأسئلة المناسبة: لتحقيق النتائج المتوقعة ويلزم في هذا الشأن استقصاء العوامل المحركة التي تشرك الأفراد في توفير الطاقة.

وعند إجراء دراسة وصفية عن طريق الحملات الإعلامية في الوسائط الجديدة لابد من إدراك آثار التعليقات للحفاظ على الطاقة، لذلك يتم تحليل المعلومات المختلفة في الدراسة من

خلال ما يلي: (Silvia Rivas, Barbara Cuniberti, Paolo Bertoldi, 2016).

مجتمع الدراسة (من؟)، مدة الدراسة (إلى متى؟)، ردود الفعل حول الموضوع (كم مرة؟)، متوسط ردود الفعل (ما نوع)، تصنيف (ما المستوى)، والمقارنة (ما الرسالة). ومن خلال ما تم التطرق إليه يمكننا الاستنتاج أن الطاقة من بين الموارد التي يجدر بالمستهلكين حسن استخدامها والمحافظة عليها لتكون مأمنا للأجيال الحالية وذخرا للأجيال المقبلة، ولكي تكون

فعالة يحسن الإشارة إلى أن الحملات الإعلامية من بين الوسائل الكفيلة على تحسين سلوكيات الأفراد فيما يتعلق باستخدام والاستغلال العقلاني للطاقة في مختلف القطاعات. ومن هذا المنطلق يجب الاعتماد على اللغة الواضحة والبسيطة التي تعطي بها المعلومات في الحملات الإعلامية، فهي تعد بمثابة المفتاح الذي يتم عبرها إيصال الرسالة، وهذا ما يبرز الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه الوسائط الجديدة في نقل هذه الرسالة.

وفي هذا الشأن سنعطي على سبيل المثال لا الحصر حملات سلوك ناجحة في فنلندا حيث تسمى "Motiva" وهي فنلندية: أن وكالة الطاقة الفنلندية تتواصل بنشاط عبر مواقعها الإلكترونية التي تزار أكثر من 920 ألف مرة في السنة، حيث شارك في فعاليتها التدريبية والندوات حوالي 2360 مشاركاً، ووصلت رسائلها الإخبارية إلى أكثر من 20000 من صانعي القرار في العالموزاد ظهورها في الوسائط الرقمية بنسبة 127% في سنة 2014.

ومن بين المواقع التي استخدمتها "Motiva" في نشر حملتها الإعلامية على شبكة الإنترنت موقع (www.eneuvonta.fi)، حيث قدمت حملة إعلامية بعنوان "نصيحة المستهلك في مجال الطاقة" "Consumer EnergyAdvice" مع تقديم المشورة والتوجيه، المتضمنة الممارسات الجيدة والنصائح والمعلومات الموثوقة والنزاهة بشأن الاستهلاك المستدام للطاقة، من خلال بوابة إلكترونية ومستشارين إقليميين في جميع أنحاء فنلندا. حيث تمثل بعض السمات الأخرى في هذا الموقع والتي تتلخص في التنسيق بين شبكة المستشارين وتدريب المستشارين، حيث يتم تقديم المشورة السنوية في مجال الطاقة بشكل مباشر وفي جميع المناطق لنحو 40.000 ألف مستهلك مع وصول خدمات المشورة الإقليمية إلى ما يقارب من 75% من سكان فنلندا.

كما تقوم "Motiva" سنوياً بتنسيق "الأسبوع الوطني للتوعية بالطاقة" الذي تركز فيه البلديات والشركات والمنظمات الأخرى على تعزيز فعالية الطاقة طوعية، وتعد "Motiva" هي المسؤولة عن تزويد المشاركين بالأدوات والمواد والمعلومات والإعلام والتواصل مع أصحاب المصالح على المستوى الوطني لعام 2014، حيث شاركت 336 شركة ومنظمة. وفي الأخير يمكن حصر مكونات الحملة التي قامت بها Motiva لتغيير سلوك المستهلك للطاقة إلى:

- التواصل الموسمي والمستهدف، حيث يجب القيام بالأعمال الأساسية من خلال تجميع المعلومات والوقائع والبيانات والمصادر والخبرات وإشراك المجموعة المستهدفة.
- معرفة احتياجاتهم ومواردهم ولهم القدرة على التحدث بلغتهم. (Silvia Rivas, Barbara).
(Cuniberti, Paolo Bertoldi, 2016).

الخاتمة :

كل المعطيات تدعوننا للقول بأنهيقق على عاتق وسائل الإعلام بنوعها التقليدية والجديدة مسؤولية إنسانية كبيرة من خلال تصميم ونشر حملات إعلامية كفيلة بإحداث التغيير في السلوكيات والأنماط السائدة في مجتمعاتنا اليومفي استهلاك الطاقة واستغلالها، حيث ينجم عن الاستخدام المفرط للطاقة تداعيات سلبية على شتى الأصعدة (البيئية، الاجتماعية، الاقتصادية... إلخ). فمن خلال التجربة التي قمنا بها كـ"كلامن" كوريا الجنوبية و"فنلندا" حيث يلاحظ بأن كلا منهما صممتحملات إعلامية توعوية متعلقة "بترشيد استهلاك الطاقة" من خلال حث المستهلك على اتباع سلوكيات سوية، ولكن الاختلاف بين "التجربتين" يكمن في اختيار "الوسيلة الاعلامية" في تصميم الحملات الاعلامية ففي "كوريا الجنوبية" تم الاعتماد على وسائل الاعلام التقليدية، في حين تم الاعتماد في التجربة "الفنلندية" لترشيد الافراد في استهلاك الطاقة على وسائل الاعلام الجديدة، أما نقاط التداخل بين "التجربتين" باعتمادهما على الحملات الإعلامية من أجل نشر سلوكيات لدى الأفراد لترشيد استهلاك الطاقة. لذا لا بد لوسائل الإعلام أن تتسم بالتنسيق بين مختلف الفاعلين المستهلكين للطاقة سواء كانوا أفراد من خلال توعيتهم على بالمخاطر الناجمة عن التصرفات غير العقلانية للطاقة.

نتائج الدراسة:

- أضحى موضوع ترشيد استهلاك الطاقة محور اهتمام عالمي، الذي يتطلب تفعيل دور وسائل الإعلام نظرا لتأثيرها على توعية وتوجيه الجمهور المستهدف من خلال حملاتها الاعلامية.
- إن استناد "التجربة الفنلندية" على عنصر التنسيق في اطلاق حملاتها الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديدة كل هذه الحملة بالنجاح.

■ على الرغم من معرفة الجمهور بضرورة ترشيد استهلاك الطاقة إلا أن لا بد له من وسيلة إعلامية لتوعيته بالمخاطر الناجمة عن التصرفات غير العقلانية في الاستهلاك المفرط للطاقة.

قائمة المراجع:

1. مدفوني جمال الدين، نظرية الاستخدامات والاشباعات من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 03، العدد 03، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، 2019، ص 67.
2. قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة -الإعلام والأمن الإلكتروني-، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، مايو / ماي 2012، ص 05.
3. العربي العربي، مستقبل الإعلام بين التطور التكنولوجي وصناعة التغيير، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 7، العدد العاشر، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 87.
4. العربي العربي، المرجع نفسه، ص 90-91.
5. سالم عطية جميلة، الثورة المعلوماتية وإشكالية بناء تداول الخطاب اللغوي والبصري- دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من الخطابات اللغوية والبصرية في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجاً-، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013، ص 87.
6. سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول + الثاني، 2010، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق، ص 447.
7. سميرة شيخاني، المرجع نفسه، ص 447.
8. رابح عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني- دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية-، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة حمد بن بلة، وهران، 2016، ص 70.
9. عيسى بوكرموش، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية- دراسة وصفية إستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجاً-، شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، فرع اتصال استراتيجي، كلية الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012، ص 63.

10. عمر سراج أبو رزيزة، مفهوم الترشيد- أسباب فشله وعوامل نجاحه-، مجلة جامعة الملك عبد العزيز العلوم الهندسية، مجلد14، العدد01، 2003، ص03.
11. ليال أحمد، ترشيد الاستهلاك، ملف محمل على الموقع الالكتروني التالي: <https://mawdoo3.com>، يوم 2019/04/04، على الساعة 13:26.
12. ريم قصوري، عبد الرحمان أولاد زاوي، تفعيل تبني الطاقات المتجددة لتعزيز الأمن الطاقوي، مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة، العدد7، ديسمبر 2017، ص11.
13. Economic Sector Energy Department Secretariat of the Arab Ministerial Council for Electricity, **The Arab Guideline for Improving Electricity Efficiency and Rationalizing its Consumption at The End User**, P19. Sur web :<http://arabeeday.net/wp-content/uploads/2017/05/The-Arab-Guideline-1.pdf>
14. طيب سعيدة، سنوسي ين عبو، استراتيجية طاقوية وطنية لتحقيق الانتقال الطاقوي على مدى 2030، مجلة المفكر للدراسات القانونية والسياسية، العدد03، سبتمبر 2018، ص166.
15. بقة الشريف، زغبى نبيل، واقع قطاع المحروقات الجزائري في ظل السياسات الطاقوية الأوربية الجديدة، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر الأول حول: السياسات الاستخدامية للموارد الطاقوية بين متطلبات التنمية القطرية وتأمين الاحتياجات الدولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، يومي 07-08 أبريل 2015، جامعة سطيف، الجزائر، ص15.
16. Kim, Kyung-Hee, **Overview on Public Benefit Campaigns to Promote Energy Conservation and Energy Efficiency**, pp03-04. -sur web : <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1477background2.pdf>
17. Kim, Kyung-Hee, Op Cit, pp04-05.
18. Kim, Kyung-Hee, Ibid, pp 05-06 .
19. Kim, Kyung-Hee, Ibid, pp06-07.
20. Kim, Kyung-Hee, Ibid, p07.
21. Kim, Kyung-Hee, Ibid, pp08-09.
22. Silvia Rivas, Barbara Cuniberti, Paolo Bertoldi, **Information measures to promote energy use reduction across EU Member States- Analysis of information**, empowerment and training measures in Member States National energy Efficiency Action Plans-, European Union, 2016, p p 74-75.
23. Silvia Rivas, Barbara Cuniberti, Paolo Bertoldi, Op cit, pp 80-81.

الملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية: مقارنة بين أنظمتها القانونية وأجهزة حمايتها في الجزائر وفرنسا

Intellectual Property in Electronic Journalism: A comparison between their legal systems and organizations of protection in Algeria and France

وليد ضربان

طالب دكتوراه

مخبر البحث في السياسات العامة والتحديات التنموية والأمنية في بلدان المغرب (م و ع س)

جامعة الجزائر-03

dorbane.walid@univ-alger3.dz

تاريخ القبول: 2020/03/09 تاريخ النشر: 2020/09/02

تاريخ الاستلام: 2019/09/27

ملخص:

تتميز الصحافة الإلكترونية عن الأشكال الصحفية الأخرى، كالصحافة المكتوبة، الإذاعة والتلفزيون بالعديد من الخصائص، كتعدد تقنياتها، سرعة تطورها، تواجدها في شبكة عالمية افتراضية، وتداخل الحوامل فيها،... ما صعب عملية التقنين لها، ومراقبة الانتهاكات التي تحدث فيها، وجعل المشرع أمام رهان حقيقي. تهدف هذه الورقة البحثية إلى مساءلة الأليات القانونية للملكية الفكرية في للصحافة الإلكترونية في الجزائر وفرنسا، كمعطى بحثي جديد، تختلف فيه الأنظمة القانونية بين دولة وأخرى في محاولة تقنين المنتج الفكري وحمايته من الانتهاك والسرقة والقرصنة وسوء الاستغلال وإعادته، لهذا تطورت الترسانة القانونية من معاهداتها وتشريعاتها ووضعت العديد من الأجهزة لمراقبتها، لتمس مختلف القضايا التي يطرحها الإعلام في الإيكوميديا الجديدة، ولأن المقترح القانوني حسب التوجه المقارن من شأنه إبراز نقاط التشابه والاختلاف فإن دراستنا عملت على هذا الأسلوب لتوصيف أطر الاستفادة من التقنين وسياقاته الممارساتية.

الكلمات المفتاحية: الملكية الفكرية، الصحافة الإلكترونية، الأنظمة القانونية، الجزائر، فرنسا.

Abstract:

Electronic journalism is distinguished from other forms of journalism, by many characteristics, which made it difficult to codify, and control the violations occur in it, all that make the legislation difficult. this research paper aims to answer the legal mechanisms of intellectual property in the Electronic journalism in Algeria

and France as a new variable research, in which the legal systems vary between countries to legalize the intellectual product and protect it against violations. That is why States are developing their legal arsenals from treaties and legislation to address the various issues posed by new media, and because the legal approach according to the comparative method would highlight similarities and differences, our study learned in this way to describe the frameworks for benefiting from the codification and its practical contexts.

Keywords: Intellectual Property, Electronic Journalism, Legal Systems, Algeria, France

1 . مقدمة:

عملت الدول على التقنين للصحافة الإلكترونية منذ ظهورها، خاصة مع وجودها في فضاء يصعب مراقبته لافتراضيته، وتعقد تقنياته، وكون مستخدميه يرونه فضاء حرا يمكن أن يفلت من الرقابة، ما أدى إلى كثرة التجاوزات المرتكبة فيه استنادا لهذا الاعتقاد، لا سيما المتعلقة بالملكية الفكرية وحقوق المؤلف، حيث أصبحت عملية توزيع وعرض ونشر المؤلفات أمرا سهلا، ما أدى للعديد من الانتهاكات لها. إن التطورات التي صاحبت مدلول حقوق الملكية الفكرية بعد بروز الإنترنت، من الموضوعات التي أخذتها التشريعات وصناع القرار في العديد من الدول، وكذلك في إطار المجتمع الدولي بشق طريقها إلى تطوير التشريعات التي تضمن بها حقوق الملكية الفكرية، ومن أهمها معاهدات منظمة الويبو WIPO للملكية الفكرية.

ورغم أن لكل بلد خصوصياته الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية...، إلا أنه لا بد من الاستفادة من تجارب الدول الأخرى التي كانت سباقة في هذا المجال سواء تقنيا أو تشريعا، على غرار التجربة الفرنسية التي تعتبر سباقة في مجال الصحافة الإلكترونية والتشريع لها، ما جعل العديد من الدول تسعى إلى الاستفادة منها، لاسيما الجزائر وذلك لعدة أسباب منها:

- كون المدرسة الفرنسية رائدة في التنظيم والتقنين، كما أن أول اتفاقية دولية مرجعية لحماية حقوق الملكية الفكرية لمساعدة المبدعين على ضمان حماية مصنفااتهم الفكرية في البلدان الأخرى هي اتفاقية باريس، التي اعتمدت في سنة 1883؛
- اعتماد المشرع الجزائري على استصدار القوانين والتشريعات الرسمية باللغتين العربية والفرنسية، كما أنه اقتبس حسب أغلب المختصين، من المنظومة القانونية الفرنسية في إعداد الدستور، أو العديد من القوانين الأخرى؛

- كون الصحافة الجزائرية خضعت خلال المرحلة الاستعمارية للقوانين الفرنسية، كما أن المشرع الجزائري لجأ بعد الاستقلال إلى تمديد العمل بالقوانين الفرنسية إلا ما تعارض منها مع السيادة الوطنية وفقا لقانون 31 ديسمبر 1962.

وعليه سنحاول في دراستنا هذه تسليط الضوء على الآليات القانونية لحماية الملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية، وهذا من خلال مقارنتها مع آليات حماية الملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية الفرنسية، ثم إبراز أوجه التشابه والاختلاف بينها، وعليه يمكن أن نطرح هذه الإشكالية في السؤال المحوري التالي:

كيف تتجلى الفروق في آليات حماية الملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية بين النظامين القانونيين الجزائري والفرنسي؟

وسنعمد في هذه الدراسة على مجموعة من المناهج والأدوات أولها المنهج المسحي: الذي يستهدف تسجيل وتحليل الظاهرة بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها، لرصد الإطار القانوني المتعلق بحماية الملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية في الجزائر وفرنسا. كما سنعمد أداة تحليل المحتوى لمختلف التشريعات والتنظيمات الاعلامية المتعلقة بالملكية الفكرية، ثم المقارنة بين النصوص القانونية المختلفة الموجودة في كل من المنظومتين القانونيتين الفرنسية والجزائرية. أما مقارنتنا فستكون قانونية، بغرض تحليل هذه الآليات وبيان كفاءات تطبيقها وتأثيرها في الواقع. وسنحاول مناقشة موضوعنا من خلال المحاور التالية:

2. مفهوم الصحافة الإلكترونية:

1.2 التطور التاريخي للصحافة الإلكترونية:

لقد تطورت الصحافة الإلكترونية بصورة سريعة، ومرت بعدة مراحل ارتبطت ارتباطا وثيقا بالتطور التكنولوجي، وفيما يلي أهم المراحل:

المرحلة الأولى: بواكر ظهور الصحافة الإلكترونية: شهدت نهاية الخمسينات أولى المحاولات لإرسال الصحف إلى المنازل عن طريق الفاكس، ثم نتيجة الاعتماد على أجهزة الإعلام الآلي في عملية إنتاج الصحف"، ثم ظهور خدمتي التيلتكس والفيديو تكس منتصف السبعينات.

المرحلة الثانية: مرحلة صحافة الأنترنت والويب 1.0: بعد اتاحت الأنترنت للاستعمال المدني في أمريكا بداية من 1983، أصبحت هناك إمكانية ارسال النسخ الإلكترونية للصحف عبر اليميل، ثم بفضل ظهور الويب، ومجتمع الأنترنت "internet society"، أصبحت الصحافة الالكترونية عالمية، كما أتاح الواب استعمال الوسائل متعددة الوسائط Multimédia مثل الصور والموسيقى وبعض الأشكال الجرافيكية (لم يتم استعمال الفيديو بعد في هذه المرحلة).¹(CHARON, 2012)

المرحلة الثالثة: مرحلة الصحافة التفاعلية والويب 2.0: يعتبر الويب 2.0 أهم ثورة في تاريخ الأنترنت عامة والصحافة الإلكترونية خاصة، ظهر في المرحلة بين 2003-2005، وبفضله عرفت الصحافة الإلكترونية تطورها الحقيقي بإحداثه تغيرا جذريا في طبيعة وشكل المضامين الصحفية وخصوصا إدخال الفيديو (الصادق، 2014)²، ولم تقتصر تأثيره على المضامين فقط بل طال عمق المهنة الصحفية بان أصبح الصحفي ملزما بإتقان أنماط تحريرية جديدة والتحكم في الجوانب التقنية.

المرحلة الرابعة: مرحلة الصحافة الذكية والويب 3.0: تمثل تقنية الويب 3.0 (الجيل الثالث للويب) أحد التقنيات في مجال تكنولوجيا الويب، إذ يعتمد على الذكاء الاصطناعي intelligence artificiel في عمليات التصنيف والبحث وإدارة مواقع الويب. (النجار، د س ن)³، لقد عرفت الصحافة الالكترونية بفضلها أنماط جديدة من الاستعمال، ساهم في انتشارها الهواتف والألواح الذكية. ومن أهم ما أتحاته هذه التغيرات للصحافة الإلكترونية والقراء: التنقلية la mobilité، أنماط جديدة في معالجة المحتويات، صحافة الروبوتات و الصحافة الجوارية.⁴(BENKÖ et autres, 2012)

2.2 تعريف الصحافة الإلكترونية

لقد تعددت تعاريف الصحافة الإلكترونية، وسنحاول فيما يلي أن نرصد أهم التعريفات التي وضعت لهذا النوع من الصحافة في الأدبيات العربية والغربية: يعرفها معي الدين عبد الحليم على أنها: "هي التي تخلت عن الشكل الورقي التقليدي واستبدلت به شكلا الكترونيا لا ورقيا"، (الصادق، 2014)⁵. ويشير عبد الأمير الفيصل أن: "مفهوم الصحافة الالكترونية ينطبق على كل أنواع الصحف الالكترونية العامة والمتخصصة التي تنشر

عبر شبكة الانترنت، طالما أنها تبث ويتم تحديث مضمونها بشكل دوري ". أما شريف درويش اللبان فيعرفها بأنها: "الصحافة التي يتم ممارستها على الخط المباشر" (دوحاجي، 2017).⁶ والملاحظ في أن هذين التعريفين ينطلقان في تعريف الصحافة الإلكترونية من خلال ربطها بشبكة الأنترنت.

أما في الأدبيات الغربية فقد اختلفت التعاريف أيضا، حيث عرفها فرانك روبيار REBILLARD Franck في أطروحته بأنها: "طريقة انتاج جديد تعتمد الوسائط المتعددة في الصحافة المكتوبة لخلق شكل جديدا من أشكال الصحافة" (REBILLARD, 1999).⁷ في حين يعرفها لوك هارفوري بالقول: " ليست الصحافة الإلكترونية غير جزء من تقنية الانترنت الشاملة التي تزداد اتساعا بشكل متسارع، حتى أصبح نموذجا لثورة معلوماتية أو تكنولوجية تحل محل الثورة الصناعية" (دوحاجي، 2017).⁸ ، وما جاء به هذا التعريف هو تطرقه للثورة المعلوماتية التي تحل محل الثورة الصناعية وهي مرحلة سابقة للثورة الثالثة وهي الثورة الرقمية (RIEFFEL, 2014).⁹ جون ماري شارون و باتريك لوفلوش يعرفها: " إن المعلومات الصحفية تتمثل وفي ما تنشره وسائل الإعلام في سياق دورها التقليدي في المجتمع المتمثل في التوسط médiateur بين الفرد والأحداث والظواهر والمشكلات في المجتمع الذي ينتهي إليه، فتقوم الصحافة عبر الإنترنت بتنفيذ هذا الدور من خلال الاعتماد على ميزات وإمكانيات التكنولوجيات الرقمية عبر الإنترنت." (CHARON et LE FLOCH, 2011).¹⁰

ومما سبق نلاحظ قصور تعاريف الباحثين العرب في الإحاطة بالصحافة الإلكترونية التي لازالوا يربطون بينها وبين الصحافة الورقية الصلة الوثيقة، وهي اليوم تمثل شكلا جديدا مختلف كلية، له خصائصه وجمهوره وطرقه في التحرير أو النشر، وهو ما يذهب إليه الباحثون الغربيون الذين فصلوا بينهما وقدموا تعاريف أكثر مواكبة وأكثر ضبط وإحاطة بمفهوم الصحافة الإلكترونية.

3. الملكية الفكرية وإشكالية حمايتها في الصحافة الإلكترونية:

1.3 مفهوم الملكية الفكرية: تشكل الملكية الفكرية حق التملك، على ما هو غير مادي كصفة (سمارة، 2005).¹¹ ، فهي الحقوق التي ترد على أشياء معنوية وعلى قيم غير مادية من نتاج الذهن والفكر، تخول لصاحبها سلطة استغلال نتاجه الذهني والفكري، ويعرفها الدكتور يونس

عرب: "هي القواعد القانونية المقررة لحماية الإبداع الفكري المفرغ ضمن مصنفات مدركة (الملكية الفكرية الفنية والأدبية) أو حماية العناصر المعنوية للمشاريع الصناعية والتجارية (الملكية الصناعية)¹² ، وهذه الحقوق تندرج تحت فئتين رئيسيتين، هما :

الحقوق المعنوية: التي لا يمكن حرمان المؤلف من حق نسبة المؤلف له بأي شكل من الأشكال، وتمثل هذه الحقوق في: حق نسبة المؤلف لمؤلفة سواءً باسمه الشخصي أو اختيار اسم مستعار.

الحقوق المالية هي: الحقوق التي ترد للمؤلف على مصنفه و يؤدي تمتعه بهذه الحقوق إلى المحافظة على العوائد المالية الناتجة عن اختيار المؤلف استغلال مصنفه بالطريقة التي يراها مناسبة دون مزاحمة غيرة فتعود له وحدة العوائد المالية الناتجة عن هذا الاستغلال.

2.3 إشكالية حماية الملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية:

عرفت الدكتورة و داد أحمد العبدون المصنف الرقمي الذي تندرج الصحافة الإلكترونية ضمنه باختصار بأنه: "مصنف إبداعي عقلي ينتمي إلى بيئة تقنية المعلومات، والتي يتم التعامل معها بشكل رقمي"¹³. تتطلب المصنفات الرقمية على غرار المصنفات الفكرية الأخرى، حماية ملكيتها الصناعية والتجارية، كما تتطلب حماية ملكيتها الأدبية والفنية.

لقد اتجه أغلب الفقهاء والمتخصصين في الملكية الفكرية في البيئة الرقمية إلى تحديد المصنفات الرقمية في البداية في: البرمجيات، وقواعد البيانات، ومع ظهور شبكات المعلومات، ظهرت أنماط جديدة من المصنفات تثير مسألة الحاجة إلى الحماية القانونية وهي: - أسماء النطاقات أو الميادين أو المواقع على الشبكة **Domain Name**، وعناوين البريد الإلكتروني، وقواعد البيانات على الخط التي تضمها مواقع الانترنت. من جهة أخرى نجد المحتوى، من نصوص ورسوم وأصوات ومؤثرات حركية (يطلق على المؤثرات الصوتية والحركية للوسائط المتعددة - **MultiMedia**)، أو ما يعبر عنه بالنشر الإلكتروني الذي تمثل الصحافة الإلكترونية أحد أشكاله، والتي صادفت جملة من العوائق والمشكلات في تطورها ومنها المشاكل المتعلقة بحقوق الملكية الأدبية والفنية وحمايتها منها :

- خطر الفيروسات وتخريب البيانات المتوفرة داخل مواقع الناشرين من طرف القرصنة HACKER'S المتسللين الى برامج الكمبيوتر وهي اعتداءات أصبحت تشكل خطرا كبيرا على النشر الالكتروني، إضافة لإعادة النشر والاستغلال الغير مرخص لهذه المحتويات،
- تواجد هذه المصنفات في الشبكة العالمية، فالمحتوى قد يتم استغلاله بطريقة غير مشروعة من قبل جهة غير متواجدة في دولة صاحب المحتوى، ما يصعب متابعتها،
- طبيعة الحامل الرقمي للصحافة الإلكترونية واختلافه عن الحامل الورقي أو الإذاعة والتلفزيون،
- طبيعة النظام الاقتصادي للصحافة الالكترونية (مدفوع، مجاني، هجين)، وخصوصية طبيعة اقتصاد النقر، الذي يؤثر على آليات الحماية،
- التطور التقني الكبير في فترات وجيزة، ومدى قدرة المشرع على الاستشراق وسرعة التحيين والمتابعة.

4. آليات حماية الملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية والفرنسية:

تتمثل هذه الآليات في النظام القانوني المكرس لها، و بالمفهوم العام هو القانون بمختلف اشكاله (الجانب التشريعي والجانب التنظيمي) أما بالمفهوم الضيق فهو مجموعة القواعد القانونية التي تتكفل بتنظيم مجال معين من النشاط الانساني، كالتشريعات والتنظيمات التي تضبط وتنظم حماية الملكية الفكرية في الصحافة الالكترونية. أما الشق الثاني لآليات الحماية فيتمثل في الأجهزة والهيئات التي تسهر على حماية الملكية الفكرية ومنع انتهاكاتها .

1.4. آليات حماية الملكية الفكرية للصحافة الالكترونية في الجزائر:

1.1.4. النظام القانوني لحماية الملكية الفكرية في الجزائر:

سار المشرع الجزائري نحو إصدار تشريعات الملكية الفكرية في حقل حماية البرمجيات ومن ثم تطويرها لتشمل بقية المصنفات الرقمية، إلى جانب تطويرها على نحو يعكس الاتجاهات العالمية في إدراج الملكية الفكرية ضمن تنظيمات التجارة الدولية للتوجه الحاصل نحو الاقتصاد الرقمي والاقتصاد المؤسس على المعرفة ونحورأس المال الفكري.

حسب موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) تتمثل أهم القوانين والمعاهدات التي تشكل في مجموعها النظام القانوني لحماية الملكية الفكرية في الجزائر في: - القوانين (عدد النصوص 25)، - اللوائح التنفيذية (عدد النصوص 11)، - الموافقة على المعاهدات (عدد النصوص 1)، الانضمام إلى المعاهدات (عدد النصوص 60).

تم تكريس الحقوق الفكرية منذ دستور 1976 وفقا لأحكام المادة 54 التي نصت على أن: "حرية الابتكار الفكري والفني والعلمي للمواطن مضمونة في إطار القانون. حرية التأليف محمية بالقانون". وتم تعديل هذه المادة بموجب المادة 36 من دستور 1989، وتقابلها المادة 38 من دستور 1996 " (مهناس، 2016)¹⁴ التي يتضح من أحكامها 38 تكريس الدستور لضمان حرية الابتكار الفكري والفني والعلمي وكذا تكريسه لحقوق المؤلف، وفي آخر تعديل لدستور 1996 في 7 مارس 2016، تم الإبقاء على محتوى المادة 38 في المادة 44.

تقتضي المادة 150 من الدستور تقضي بسمو الاتفاقيات الدولية التي يصادق عليها رئيس الجمهورية على القانون. على هذا الأساس ينبغي على المشرع أن يلتزم بمراعاتها عند سنه للقوانين الداخلية بما يحقق توازن بينها وبين التشريعات الوطنية¹⁵. من أهم المعاهدات الدولية التي صادقت عليها الجزائر: اتفاقية انشاء منظمة الويبو WIPO، فبتاريخ 09 جانفي 1975 صدر أمر تحت رقم 2-75 مكرر يتضمن المصادقة على اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية^(*). بعدها وتحسبا لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة أدخل المشرع الجزائري تعديلات هامة تتماشى وأحكام اتفاقية تريبس الخاصة بالملكية الفكرية (إضافة قواعد جديدة خاصة في مجال حماية المصنفات الرقمية والتي تندرج ضمنها مصنفات الصحافة الإلكترونية)، بتعديل قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة بمقتضى الأمر رقم 03-05 المؤرخ في 19 جويلية 2003 والذي يمثل آخر قانون متعلق بحقوق المؤلف، آخذة بعين الاعتبار ضمان عدم وقوف التدابير المتخذة لحماية الملكية الفكرية عائقا أمام التجارة الدولية.

أما بالنسبة للقوانين والتشريعات الوطنية فإن أول قانون صدر في الجزائر وتطرق لحقوق المؤلف تمثل في الأمر 14-73 المؤرخ في 30 أفريل 1973 وفي نفس السنة صدر الأمر 46-73 المتضمن انشاء الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة. ثم اصدر الأمر رقم 10-97، ثم الأمر رقم 03-05 والذي نصت المادة 04 منه على إدماج تطبيقات الإعلام الآلي ضمن المصنفات

المحمية والتي تستعملها الصحافة الإلكترونية كوسيلة للنشر. نصت المادة 150 الأمر رقم 97-10 المؤرخ في 06 مارس 1997م، المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة أن مرتكب جنحة التزوير والتقليد بأي نظام من نظم المعالجة المعلوماتية، (وهي الأنظمة التي تستعملها الصحافة الإلكترونية في معالجة ونشر محتوياتها).

أما قانون الإعلام 05-12 فتطرق لحقوق المؤلف للصحفي على غرار الصحفي الإلكتروني الذي يعترف به حيث نصت على المادة 88 : في حالة نشر أو بث عمل صحفي، من قبل أية وسيلة إعلام، فإن أي استخدام آخر لهذا العمل يخضع للموافقة المسبقة لصاحبه. يستفيد الصحفي من حق الملكية الأدبية والفنية على أعماله طبقا للتشريع المعمول به. أما المادة 89 فنصت : يجب أن يتضمن كل خبر تنشره أو تبثه أية وسيلة إعلام، الاسم أو الاسم المستعار لصاحبه، أو تتم الإشارة إلى المصدر الأصلي.

كما كرس المرسوم التنفيذي 08-140 المحدد للنظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفي في المادة 5 حق الملكية الأدبية والفنية والعلمية للصحفي على مؤلفاته والحق في نشرها حسب الشروط المحددة في عقد العمل وطبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

2.1.4. الأجهزة المنوطة بحماية الملكية الفكرية في الجزائر:

أولاً: الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها تم انشاءها من خلال المرسوم الرئاسي رقم 15-261 والذي حدد تشكيلة وتنظيم وسير الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها. لقد تم التطرق لإنشاء الهيئة لأول مرة في المادة 13 من القانون 04-09 المتضمن القواعد الخاصة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها. من بين المهام التي حددتها المادة 14 من القانون 04-09 تنشيط وتنسيق عمليات الوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحته، والتي من بينها القرصنة والاستغلال غير الشرعي للمصنفات الرقمية. والتي تدخل ضمنها الصحافة الإلكترونية.

ثانياً: الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة:

يضمن الحماية الأدبية والفنية للمصنفات الرقمية التي لها علاقة بالصحافة الإلكترونية، حيث وضع المشرع الجزائري مجموعة من الشروط للحماية منها التصريح بالمصنف لدى هذا

الديوان الذي يضمن حماية المصنفات الرقمية، كبرامج الكمبيوتر: محمية بحقوق المؤلف طبقا للمادة 4 من الامر رقم 05-03 ، وقاعدة المعلومات: محمية بحقوق المؤلف طبقا للمادة 4 من الامر رقم 05-03 المذكور اعلاه.¹⁶

ثالثا: المعهد الوطني للملكية الصناعية INAPT:

تم انشاؤه تحت إشراف وزارة الصناعة، كهيئة عمومية ذات طابع اقتصادي و تجاري، بموجب "المرسوم التنفيذي رقم" 98-98 المؤرخ 21 فبراير 1998، في إطار إعادة هيكلة المعهد الجزائري للتقييس والملكية الصناعية)، للتأقلم مع البيئة الجديدة باعتبار الجزائر عضو في المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ومعاهدة تريبس، وكذا عملية التحديث من خلال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال التي تعد حاملا لمؤسسات الصحافة الإلكترونية من تطبيقات رقمية ومواقع الكترونية. في الواقع. في هذا الإطار يعمل المعهد على تسهيل اللجوء للملكية الصناعية التي تشكل عنصرا أساسيا في استراتيجية التنمية الاقتصادية القائمة على الابتكار، تحسين الخدمة المقدمة للمستخدمين، والوصول إلى المعلومات، وتشجيع اللجوء للملكية الصناعية بغية تشجيع التطور من خلال الابتكار؛ والمساهمة في تحسين المحيط القانوني والمؤسساتي؛ ليكون عضوا رئيسيا في محاربة التقليد.¹⁷

2.4. آليات حماية الملكية الفكرية للصحافة الالكترونية في فرنسا:

2.1.4 النظام القانوني لحماية الملكية الفكرية في فرنسا:

تعتبر فرنسا من الدول الرائدة في مجال التشريع لحماية الملكية الفكرية، وتعتبر اتفاقية باريس الصادرة في 1883 أهم دليل على ذلك. حسب موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) تتمثل أهم القوانين والمعاهدات التي تشكل في مجموعها النظام القانوني لحماية الملكية الفكرية في فرنسا في : القوانين (عدد النصوص 93)، اللوائح التنفيذية (عدد النصوص 130)، أحكام المحاكم في الملكية الفكرية (عدد النصوص 5)، الموافقة على المعاهدات (عدد النصوص 21)، الانضمام إلى المعاهدات (عدد النصوص 106).

كما يمتاز النظام القانوني الفرنسي عن الجزائري بنفاذ القوانين الأوروبية إليه، ومن أهمها: التوجيه الأوروبية رقم EEC 250/91 / المتعلقة بحقوق المؤلف في برامج الكمبيوتر، التوجيه

الأوروبية رقم EC / 96/9 المتعلقة بحقوق المؤلف في قواعد البيانات bases de données ، التوجيهة 2001/84/CE بشأن توحيد بعض جوانب حق المؤلف والحقوق المجاورة في مجتمع المعلومات بهدف تكييف حق المؤلف مع العالم الرقمي.

والملكية الفكرية مكرسة في فرنسا دستوريا، فحسب ديباجة دستور 1958 ، يعتبر الاعلان الفرنسي لحقوق الانسان والمواطن في 26 أوت 1789 مصدرا رئيسيا له، ويكرس جميع مواده ، لا سيما المتعلقة بحرية نشر الأفكار والحق في الملكية في المواد 2، 11 و 17.

بالرجوع إلى بدايات التطور التاريخي لحماية الملكية الفكرية للصحافة الالكترونية في فرنسا، نجد أنه تم التمييز في البداية بين نوعين رئيسيين من المقالات المنشورة في الصحف الإلكترونية: الحالة الأولى: وهي المقالات الموجهة مباشرة للدعامة الإلكترونية، أي التي ليس لها دعامة ورقية، وهذه الحالة لا تطرح غالبا مشكلا فيما يتعلق بحقوق المؤلف للصحفي.

الحالة الثانية: وهي عندما يتم نشر مقال صحفي من الجريدة الورقية على دعامة الإلكترونية وهنا نجد موقفين مختلفين حول حقوق المؤلف للصحفي: فالناشرون يعتبرون المقال المنشور على الأنترنت هو امتداد للمقال المنشور على الصحيفة الورقية، أي أنها لا تتطلب حقوقا إضافية للمؤلف بل هي خاضعة لاتفاق مسبق أما الصحفيون يعتبرونه نشرا جديدا يتطلب حقوقا للصحفي (VERBISTE، 2000)¹⁸ ، ولقد أخذ المشرع بموقف الصحفيين وأقر لهم حقوقا عند اعادة النشر.

في فرنسا تم وضع قانون خاص بالملكية الفكرية Code de la propriété intellectuelle متمثلا في القانون رقم 92-597 المؤرخ 1 يوليو 1992، وحسب المادة L.112-1 منه تنطبق حقوق الملكية الفكرية على أي عمل من الأعمال الفكرية، بصرف النظر عن النوع أو شكل التعبير أو الوجهة أو الحامل، أي تمتد مواد هذا القانون إلى المصنفات والمنشور الرقمية للصحافة الالكترونية. تطور النظام القانوني الفرنسي لحماية الملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية وعرف شكله الحالي بظهور القانون رقم 2004-575 المؤرخ 21 يونيو بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي (2004) الذي تطرق لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، وإنفاذ قوانين الملكية الفكرية والقوانين ذات الصلة على البيئة الرقمية. ثم ظهر قانونان يتعلقان بالملكية الفكرية عبر الأنترنت هما: قانون 2009-669 الصادر في 12 جوان 2009 والمتعلق بحماية النشر والإبداع عبر

الأنترنت (1) HAdoPI والمتعلق بالحماية العقابية للملكية الأدبية والفنية على الأنترنت، وقانون
(2) HAdoPI.

إن أهم ما جاء به قانون (1) HAdoPI فيما يتعلق بحماية مصنفات الصحافة الإلكترونية هي
آلية استغلال المصنف على ثلاثة حلقات Le mécanisme d'exploitation en 3 cercles « tricyclique »¹⁹، ومن خلالها تحديد العلاقة بين الصحفي ومؤسسة الصحافة الإلكترونية
وحددت حقوق الصحفي على منتوجه الفكري.

2.2.4 الأجهزة المنوطة بحماية الملكية الفكرية في فرنسا:

أولاً: اللجنة الوطنية للإعلام الآلي والحريات **Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés**

تم انشاؤها طبقا لقانون الإعلام الآلي والحريات الصادر في 06 جانفي 1978، وتتمثل مهامها
الرئيسية حسب هذا القانون في: - الإعلام، وحماية الحقوق المتعلقة بالملكية الفكرية، والحريات
المتعلقة بالمعطيات الشخصية المرقمنة أو المتداولة على الشبكة، - الرقابة والعقاب - مرافقة
المؤسسات والأشخاص، - المساهمة في الإبداع والابتكار. (للتعرف أكثر على الهيئة ومهامها:
<https://www.cnil.fr>)

ثانياً: سلطة هادوبي (HADOPI) **La Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la**

protection des droits sur internet: هي السلطة العمومية المستقلة التي تم انشاءها في 13
جوان 2009 وفق قانوني «هادوبي 02»، تقوم بمراقبة كل التجاوزات على الأنترنت وتسهر على
حماية حقوق الملكية الفكرية، وتعمل «الإنذارات الثلاثة» والذي يتلقى فيه المدانون بانتهاك
حقوق النسخ والتأليف رسائل تحذيرية مكتوبة قبل للعقوبة المالية أو قطع الاشتراك بالأنترنت،
ثم تم نزع صلاحية قطع اشتراك الانترنت من هذه الهيئة، بعد احتجاج المواطنين والمؤسسات
باعتبارها ليست سلطة قضائية يمكنها اقرار عقوبة مثل هذه فتم تحويلها للقضاء. (للتعرف أكثر
على الهيئة ومهامها: <https://hadopi.fr>)

3.4. أوجه التشابه والاختلاف بين النظامين القانونين لحماية الملكية الفكرية في الجزائر
وفرنسا:

تم دسترة حقوق الملكية عامة في فرنسا منذ الاعلان الفرنسي لحقوق الانسان والمواطن في 26 أوت 1789 الذي يعتبر مصدرا لكل الدساتير الفرنسية، في حين أن دسترتها في الجزائر كانت متأخرة إلى غاية صدور دستور 1976.

فصل المشرع الجزائري والفرنسي في أكبر إشكال لطالما خلق صراعا ومشاكل بين الصحفيين والمؤسسات الصحفية والمتعلق بالصحافة الإلكترونية المكمل للصحافة الورقية على وجه الخصوص، فعند اعادة نشر مقال صحفي على الجريدة الإلكترونية قد سبق نشره على النسخة الورقية فإن ذلك يعتبر نشرًا ثانيًا يتطلب إذن الصحفي كما يضمن له حقوقًا إضافية، كما نجد في فرنسا هيئات تسهر على حماية حقوق المؤلف على شبكة الأنترنت متمثلة في الهيئة العليا لبث الانتاجات الفكرية وحماية حقوقها على الانترنت HADOPI ، واللجنة الوطنية للإعلام الآلي الحريات CNIL، أما في الجزائر فنجد الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم الإلكترونية لحماية الملكية الصناعية والتجارية للمصنف الرقمي، والديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة لحماية الملكية الادبية والفنية، إلا أنه لا توجد في الجزائر هيئة منوطة بحماية الملكية الفكرية على الأنترنت على غرار CNIL و HADOPI في فرنسا، ما يؤثر في نجاعة عمل هذه الهيئات.

بالنسبة لحقوق المؤلف في الصحافة الإلكترونية، وإن كان المشرع الفرنسي قد أفرد قانونا خاص بذلك متمثلا في HADOPI 01 المتعلق بحماية الإبداع على الأنترنت، وقانون HADOPI 02 يتضمن الإجراءات العقابية لمن يقوم بالقرصنة كما تم إنشاء جهاز يتمثل في سلطة ضبط عليا لحماية الأعمال المنشورة وحقوقها على الشبكة (سلطة هادوبي). أما في الجزائر فالإطار القانوني لحماية حقوق المؤلف في الصحافة الإلكترونية هش، عبارة عن مجموعة مواد محدودة في قانون 03-05، كما لم يصدر في الجزائر لحد كتابة هذه الأسطر قانون خاص بحماية المؤلفات الرقمية على الشبكة.

تطرق المشرع الفرنسي إلى حقوق الملكية الفكرية المالية والمعنوية بتفصيل في قانون العمل وحدد آليات حمايتها من خلال تنظيم العلاقة بين الصحفيين والمؤسسات الصحفية، في حين لم يتطرق المشرع الجزائري إلى ذلك في قانون العمل، بل في مادتين من قانون الإعلام (88 و89) ومادة في المرسوم التنفيذي 08-140 المحدد للنظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفي، وهي المواد التي تحيلنا إلى تنظيمات لم يتم سنها على غاية كتابة هذه الأسطر.

5. خاتمة:

ما يمكن استخلاصه من عرضنا لمختلف القوانين المتعلقة بحماية حقوق المؤلف في الصحافة الإلكترونية، والأجهزة المنوطة بها، أن التشريع الجزائري لا يضمن حماية كافية لحقوق الصحفيين في البيئة الرقمية. حيث أن آخر قانون للملكية متمثل في الأمر 03-05 تطرق لها في ثلاث مواد قانونية فقط ما خلق صدام بين الملكية الفكرية واجراءات التعاقد في قانون العمل بين الصحفي والمؤسسة خصوصا في الصحافة الإلكترونية المكمل للصحافة الورقية، رغم أن أغلب التشريعات الدولية، تعتبر إعادة النشر الإلكتروني استغلال ثان يضمن حقوقا للصحفي. هذا الوضع لم يتم تصحيحه في الجزائر إلا من خلال المادة 88 في قانون الإعلام 12-05. إلا أن مادة واحدة غير كافية، كما أنها غير واضحة، وتبقى حبرا على ورق طالما أن الصحافة الكترونية في الجزائر غير معتمدة offshore والتنظيمات المتعلقة بها لم يتم سنها، والأجهزة المنوطة كسلطة ضبط الصحافة المكتوبة التي أقر المشرع إخضاع الصحافة الإلكترونية، لم يتم تنصيبها إلى غاية كتابة هذه الأسطر.

على العكس من ذلك تمكن المشرع الفرنسي من ضبط كل التفاصيل المتعلقة بالملكية الفكرية في الصحافة الإلكترونية نظرا لخبرته في هذا المجال، فأول اتفاقية دولية لحماية الملكية الفكرية كانت في باريس التي اعتمدت في سنة 1883، كما يبرز اهتمام المشرع بحماية الملكية الفكرية من خلال الترسنة القانونية الضخمة التي يحتويها النظام القانوني للملكية الفكرية في فرنسا والتحديث المستمر لها من خلال التعديل او استحداث قوانين جديدة، لمواكبة مختلف التغيرات التقنية المتسارعة من جهة، ومواكبة التشريعات الدولية والأوروبية من جهة أخرى، وكذا من خلال الأجهزة والهيئات التي تسهر على حمايتها بصفة مستمرة.

ورغم أن المواد في القوانين الجزائرية في نسختها المنشورة في الجريدة الرسمية باللغة الفرنسية، تبرز أنه تم استنساخها من القوانين الفرنسية، إلا أن نجاعة آليات الحماية تبقى محدودة في الجزائر مقارنة بفرنسا، كون النظام القانوني يتم بناءه على ترسنة قانونية صلبة، تراعي السياقات المختلفة ويتم العمل على تحديثها بصفة مستمرة، و يجب أن تبرز آلياتها في لواقع، وليس من خلال النقل العشوائي والمصادقة على المعاهدات دون القدرة على تبنيها وتفعيل آلياتها.

6. قائمة المراجع :

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1. دساتير الجزائر لـ 1976، 1989، 1996 وتعديلاتها.
 2. قوانين متعلقة بحقوق الملكية الفكرية من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.
 3. أحمد العيوني ووداد ، حماية الملكية الفكرية في البيئة الرقمية: برامج الحاسوب وقواعد البيانات نموذجاً، المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية لبيئة المعلومات الآمنة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، 06-07 أفريل 2010، الرياض، المملكة العربية السعودية،
 4. الصادق رايح، الصحافة الإلكترونية وعصر الويب 2.0، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 24، جامعة بغداد، العراق، 2014.
 5. بهناس رضا، المبادئ الدستورية التي تكفل حماية حقوق الملكية الفكرية، مجلة آفاق العلوم، العدد 38، جامعة الجلفة، الجزائر، 01 جوان 2016.
 6. دوحاجي حسين، التشريعات الإعلامية وتأثيرها على حرية الصحافة الإلكترونية: دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، رسالة ماجستير، (الجزائر: كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2016-2017).
 7. يونس عرب، موسوعة القانون وتقنية المعلومات، الكتاب الأول: قانون الكمبيوتر، ط1، (لبنان: منشورات اتحاد المعارف العربية، بيروت، 2001)
 8. سمارة إحسان، مفهوم حقوق الملكية الفكرية وضوابطها في الإسلام، مجلة العلوم الانسانية، العدد 01، كلية الشريعة ، جامعة جرش، الأردن، جوان 2005.
 9. لمشونشي مبروك، حقوق الملكية الأدبية والفنية بين الإتفاقيات الدولية والتشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، فرع الملكية الفكرية، (الجزائر: كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2007).
 10. النجار محمد السيد، تقنية الويب 3.0 - مفهومها ومكوناتها وأدواتها: <http://emag.mans.edu.eg/media/pdf/30/7.pdf> تم التحميل يوم 2018/10/21. (تم التحميل يوم: 2019/05/12) على الساعة: 15:30
 11. الموقع الرسمي لمنظمة الويبو، قوانين الملكية الفكرية في الجزائر وفرنسا: <https://wipolex.wipo.int> (شوهد يوم: 2019/07/17) على الساعة: 22:30.
- ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

1. La Constitution française du 4 octobre 1958
2. Les lois relative à la protection du propriété intellectuelle publiées sur le Journal officiel de la République française .

3. BENKÖ Cilla et autres, Journalisme 3.0: le pari de la radio publique suédoise , article Publié le 24 mars 2012 sur le site :<https://www.meta-media.fr/2012/03/24/journalisme-3-0-le-pari-de-la-radio-publique-suedoise.html> (consulté 19/08/2019) à 23h30.
4. CHARON Jean-Marie et LE FLOCH Patrick, presse en ligne, (France : édition la découverte, 2011).
5. CHARON Jean-Marie, histoire du journalisme en ligne, journalisme en ligne : pratiques et recherches, sous la direction de :Amandine DEGAND et Benoit GREVISSE, (Belgique : édition De Boeck Université, 2012).
6. REBILLARD Franck, la presse multimédia, thèse de doctorat,(France : université Lumière Lyon 3, 1999).
7. RIEFFEL Rémy, révolution numérique, révolution culturelle ?, (Espagne : éditions Gallimard, Barcelone, 2014).
8. VERBISTE Thibault, la presse électronique, (France : droit et nouvelles technologies, 2000).
9. [http://fr.jurispedia.org/index.php/Droit_d%27auteur_des_journalistes_sur_Internet_\(fr\)](http://fr.jurispedia.org/index.php/Droit_d%27auteur_des_journalistes_sur_Internet_(fr)) (consulté 12/08/2019) à 19h30.

7. الهوامش:

¹ Jean-Marie CHARON, histoire du journalisme en ligne, journalisme en ligne : pratiques et recherches, (Belgique : édition De Boeck Université, 2012), p 26.

² الصادق رابع، الصحافة الإلكترونية وعصر الويب 2.0، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 24، جامعة بغداد، العراق، 2014، ص 36.

³ محمد السيد النجار، تقنية الويب 3.0 – مفهومها ومكوناتها وأدواتها:

<http://emag.mans.edu.eg/media/pdf/30/7.pdf>. (يوم: 2019/05/12) على الساعة: 15:30.

⁴ Cilla BENKÖ et autres, Journalisme 3.0: le pari de la radio publique suédoise , <https://www.meta-media.fr/2012/03/24/journalisme-3-0-le-pari-de-la-radio-publique-suedoise.html> (consulté 19/08/2019) à 23h30.

⁵ الصادق رابع، مرجع سابق ذكره، ص 37.

⁶ حسين دوحاجي التشريعات الإعلامية وتأثيرها على حرية الصحافة الإلكترونية ، رسالة ماجستير، (الجزائر: كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2016-2017)، ص 32.

⁷ Franck REBILLARD, la presse multimédia,(France : université Lyon 3, 1999), p 11.

⁸ حسين دوحاجي ، مرجع سابق ذكره، ص 32.

⁹ Rémy RIEFFEL, révolution numérique, révolution culturelle ?, (Espagne : éditions Gallimard, Barcelone, 2014), pp 13-14.

¹⁰ Jean-Marie CHARON et Patrick LE FLOCH, presse en ligne, (France : édition la découverte, 2011), p7.

- ¹¹ إحسان سمارة، مفهوم حقوق الملكية الفكرية وضوابطها في الاسلام، مجلة العلوم الانسانية، العدد 01، كلية الشريعة، جامعة جرش، الأردن، جوان 2005، ص 21.
- ¹² عرب يونس، موسوعة القانون وتقنية المعلومات، الكتاب الاول: قانون الكمبيوتر، ط1، (لبنان: منشورات اتحاد المعارف العربية، بيروت، 2001)، ص 298.
- ¹³ أحمد العيدوني وداد، حماية الملكية الفكرية في البيئة الرقمية: برامج الحاسوب وقواعد البيانات نموذجاً، المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية لبيئة المعلومات الأمنة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، 06-07 أبريل 2010، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص 4.
- ¹⁴ مهناس رضا، المبادئ الدستورية التي تكفل حماية حقوق الملكية الفكرية حق دستوري، مجلة آفاق العلوم، العدد 38، جامعة الجلفة، الجزائر، 01 جوان 2016، ص 139.
- ¹⁵ نفس المرجع، ص 140.
- ¹⁶ لمشونشي مبروك، حقوق الملكية الأدبية والفنية بين الإتفاقيات الدولية والتشريع الجزائري، رسالة ماجستير، (الجزائر: كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2007)، ص ص 37-39.
- ¹⁷ التعريف بالمعهد الوطني للملكية الصناعية، <http://www.mdipi.gov.dz>، (شاهد يوم 12/05/2019) في 12:30.
- ¹⁸ VERBISTE Thibault, la presse électronique, (France : droit et nouvelles technologies, 2000), p3.
- ¹⁹ Droit d'auteur des journalistes sur Internet : [http://fr.jurispedia.org/index.php/Droit_d%27auteur_des_journalistes_sur_Internet_\(fr\)](http://fr.jurispedia.org/index.php/Droit_d%27auteur_des_journalistes_sur_Internet_(fr)) (consulté 12/08/2019) à 19h30.
- (*) اتفاقية الويبو (wipo) المنظمة العالمية للملكية الفكرية: تم توقيع هذه الاتفاقية في استوكهولم سنة 1967 لتدخل حيز النفاذ سنة 1970 و عدلت سنة 1979 لتصبح إحدى وكالات الأمم المتحدة المتخصصة في 17/12/1976 وتعتبر المنتدى العالمي للخدمات في مجال الملكية الفكرية.

ازدواجية اللغة في الخطاب الإعلامي من خلال الصحافة الرياضية في الجزائر

Diglossia in media discourse through sports journalism in Algeria

عولة حمودي

طالبة دكتوراه

جامعة الجزائر 2

docteurphd16@gmail.com

فتيحة لعلاوي

أستاذة التعليم العالي

جامعة الجزائر 2

lalaouifatih@yahoofr

تاريخ القبول: 2020/09/01 تاريخ النشر: 2020/09/02

تاريخ الاستلام: 2020/02/17

ملخص:

أصبح الإعلام صناعة متطورة توظف أحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا الاتصال. إلا أن الجانب اللغوي لا يساير هذا التطور، فالخطاب الإعلامي يستخدم المألوف من اللغة لدى عامة الناس، ويعمل على تكريسها، وتبريره في ذلك تفادي كل ما يثير صعوبات لدى المتلقي حول مضمون الرسالة الإعلامية، وهذا ما أدى إلى تراجع لغة الإعلام، فاعتمدت على الفصحى، إلى جانب الألفاظ الدارجة والكثير من الألفاظ الأجنبية وهو ما يصطلح عليه بالازدواجية اللغوية. تهدف هذه الورقة البحثية إلى الوقوف على مدى تأثر لغة الخطاب الإعلامي في الجزائر بالازدواجية اللغوية، هذه الأخيرة التي عرفت انتشارا وتوسعا كبيرين، إذ يجتمع فيها مستويين من اللغة، الأول فصيح والآخر عامي، وهذا من خلال الصحافة الرياضية، كما نهدف من خلالها إلى التمييز بين الازدواجية اللغوية والثنائية اللغوية، حيث الثنائية تعبر عن وجود لغتين مختلفتين في مجتمع واحد.

الكلمات المفتاحية: العربية الفصحى، العامية، الازدواجية اللغوية، الثنائية اللغوية، لغة الإعلام.

Abstract:

Media has become a sophisticated industry employing the latest in communication technology, However, the linguistic aspect does not correspond to this development, Where the media discourse uses the familiar language among the general public and works to consecrate it. Justified by avoiding all difficulties that the receiver has about the content of the informational message, This has led to the recede of the media language, Which uses in addition to the standard language, colloquialism and many foreign words, which is that called the diglossia.

The aim of this article is to find out the extent to which the language of the media discourse in Algeria is influenced by the diglossia , where two levels of language, the first is colloquial, the other is classical through the sports journalism. It also aims to distinguish between diglossia and bilingualism, where the bilingualism means that there are two different languages in one society

Keywords: classical language, colloquialism, diglossia, bilingualism, media language

1. مقدمة:

للغة قيمة و مكانة كبيرتين في حياة كل أمة، لأنها الأداة التي تحمل الأفكار، وتنقل المفاهيم، فتقيم بذلك روابط الاتصال بين أبناء الأمة الواحدة، و بها يتم التقارب والتشابه والانسجام، ولهذا فإن كل لغة تجعل من الأئمة الناطقة بها كلاً متراصاً خاضعا لقوانينها (عودة، 2017).
ويعد عالمنا حاليا أكثر من 6700 لغة أغلبها لهجات محلية تنتشر في أكثر من 220 دولة وكيان سياسي، بمعدل 30 لغة في الدولة الواحدة حسب الباحثة CARMEN ALÉN GARABATO، وهو ما يفسر وجود و انتشار ظاهرتي التعدد و ازدواج اللغوي، فالقليل من الدول التي لها لغة واحدة مثل ما هو الحال بالنسبة لكوبا، اسلندا، والكوريتين الشمالية و الجنوبية، فأغلب دول العالم إما يسودها ما يصطلح عليه بظاهرة الازدواج اللغوي أو التعدد اللغوي أو الاثنين معا، كما أن الحدود اللغوية لا تتوافق دائما مع الحدود السياسية للدول، فعدد اللغات تتعدى حدود بلدانا إلى بلدان أخرى (GARABATO, 2017).

وفي هذا الإطار يذكر الباحث LOUIS-JEAN CALVET أن عدد اللغات في قارة آسيا هو 2165 و 2011 في إفريقيا و 1302 في مناطق المحيط الهادي و 1000 في قارة أمريكا و 225 في أوروبا، ومن بين هذا العدد الهائل من اللغات نجد أن أغلب سكان العالم لا يتحدثون إلا ثمانية (08)

منها فقط، حيث كل لغة من بين الثمانية يتحدث بها على الأقل 100 مليون فرد، وأكثر من مليار بالنسبة للصينية مثلا، حسب نفس الباحث، وبالمقابل فأكثر من 4182 لغة أي ما يعادل 70% من لغات العالم تستعملها مكونات أو جماعات لغوية لا يزيد عددها في أحسن الأحوال عن مليون فرد للغة الواحدة منها (Calvet، 2004).

فبالنسبة للغة العربية و التي تحمل بشكل خاص تميّزا عن الكثير من اللغات بصفتها المُعبّر الوحيد عن التراث الديني والتشريع القرآني، الأمر الذي أكسبها نوعا من الصلابة في مواجهة التغيرات التي طرأت عليها وقدرًا أكثر من الأهمية للناطقين بها أو من يعتنقون الإسلام دينًا بشكل عام، إلا أنها لم تسلم كغيرها من حالات ازدواج اللغوي وتحول النطق العامي بها عن كتابتها الفصحى (عودة، 2017)، فقد عرف العرب الأوائل ازدواج اللغوي، حيث اختلفت اللهجات القبلية عن لغة التدوين الشعري، ولكنه لم يكن على هذا المستوى الحالي من التباعد بين اللغتين، فمن بين المئات من لغات العالم يرى الباحثان عباس المصري وعماد أبو الحسن أن العربية تخضع لهذه الازدواجية بشكل يفوق غيرها في الواقع المعاصر وهو ما تفسّره جغرافيا انتشارها الواسعة والتباين الكبير بين لهجاتها العامية المتداولة (الحسن، 2014).

الإشكالية:

يتسع مجال استعمال اللغة لما تتصف به من سهولة وبساطة وغناء المعجم و ثراء التراكيب، و مسيرتها للواقع والتطور الحاصل، ثم بما تحمله من رسالة (قادري، 2004، صفحة 78)، وهذا ينطبق على اللغة الانجليزية في عصرنا الحالي و التي فرضت وجودها عالميا لأنها أكثر تأهيلا لحمل رسالة العلوم والتكنولوجيا. أما اللغة العربية فلم تكن مؤهلة للانتشار الذي عرفته إلا بفضل القرآن الكريم الذي كرمها و كان حافزا لدى البشر لتعلمها و زاد في انتشارها واتساع رقعة استعمالها، و أهلها لتكون لغة الخطابة و البحث و وسيلة لتلقي العلوم.

وتعتبر اللغة من أهم أدوات الاتصال، و ما زادها من هذه الأهمية، الإعلام، فتزامنا مع التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام تطورت اللغة كذلك، ودخلت هذه الوسائل في تنافس فيما بينها في اختيار الكلمة للتأثير في الجماهير. و لأن وسائل الإعلام هي القنوات التي يتم عن طريقها تمرير الرسائل الإعلامية، فالقناة تجمع بين المرسل (المخاطب) و المستقبل (المخاطب) مستعملة اللغة كأهم أداة لفهم و ترجمة أي رسالة، حيث اللغة هي المفتاح، فلكي يرسل

المرسل رسالته فانه يستحضر قانونا أو رموزا يفترض في مستقبله العلم بها من أجل أن يتم التبليغ بشكل صحيح (مرتاض، 2000، الصفحات 86-87) .

وبما أن وسائل الإعلام هي أدوات تقنية تستخدم للاتصال بالجمهير وإبلاغها رسائل ذات غايات مرسومة سلفا ، وعلى اعتبار أن هذه الجماهير غير متجانسة، يختلف أفرادها من حيث الجنس والعرق و المعتقد و الاهتمام والرأي ومن حيث المستوى التعليمي والثقافي وغيرها من الفروق، ومنها الجمهور الرياضي الذي يضم متبوعي الأخبار الرياضية و هي شريحة مهمة في المجتمع، ولأن وسائل الإعلام في أغلبها ربحية تستهدف الانتشار والتموقع أكثر لدى أغلب شرائح الجماهير فهي تخاطبها باللغة التي تفهمها.

وبناء على ما سبق ذكره، فان سؤالنا الرئيس يدور حول تفسير وجود هذه الازدواجية في لغة الخطاب الإعلامي في الصحافة الرياضية الجزائرية؟ وهل الفصحى حائلا للوصول إلى الجماهير؟ وهل استعمالها للازدواجية اللغوية ضرورة لتجاوز هذا الحائل؟ ووفقا لما تقدم تناولنا في هذه الورقة البحثية بعد المقدمة والإشكالية الآتي :

2- اللغة العربية، الفصحى و العامية و معايير التمييز بينهما:

1.1. اللغة العربية الفصحى

2.2 -العامية (الدارجة) :

3.2. معايير التمييز بين الفصحى و العامية:

3. الازدواجية اللغوية *diglossia* :

1.3. لغة:

2.3. اصطلاحا:

3.3.التعريف الإجرائي للازدواجية اللغوية:

4.3 -التمييز بين الازدواجية اللغوية (*diglossia*) و الثنائية اللغوية *bilingualism* :

4- الخطاب الإعلامي:

1.4- لغة الخطاب الإعلامي:

2.4- مستويات اللغة في الخطاب الإعلامي:

5. اللغة الإعلامية بين الفصحى و العامية:

6. الصحافة الرياضية:

1-6 لمحة تاريخية عن الصحافة الرياضية:

2-6 ظهور الصحافة الرياضية في الوطن العربي:

3-6 لغة الصحافة الرياضية:

4-6 استخدام اللغة العامية في الصحافة الرياضية الجزائرية:

7- خاتمة :

2-اللغة العربية، الفصحى و العامية و معايير التمييز بينهما:

1.1.اللغة العربية الفصحى:

هي لغة القرآن والأدب، وهي لغة خالصة سليمة من كلِّ عيب، لا يخالطها لفظ عامي أو أعجمي، خلاف العامية، ويحرص الخطباء والدعاة على استخدام الفصحى في كلامهم (تعريف ومعنى اللغة العربية الفصحى في قاموس المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصر، 2010)، والقرآن الكريم هو النصُّ المقدس في قواعد العربية ومرجعٌ للقياس، والفصحى هي الأصل، والمرجع للهجات العربية التي كانت موجودة في صدر الإسلام، حيث اتسم اللفظ القرآني بجزالة اللفظ الذي لا تشوبه أي شائبة، وتعجب شعراء العرب الجاهليين من بلاغة وفصاحة كلمات القرآن الكريم (العبادي، 2018).

2.2-العامية (الدارجة في المغرب العربي أو المحكية في مصر) :

وهي التي تستخدم في الشؤون العادية، والتي يجري بها الحديث اليومي، فهي "عبارة عن مجموعة من الصفات اللغوية تنتمي إلى بيئة خاصة، ويشترك في هذه الصفات جميع أفراد هذه البيئة" (أنيس، 2003، صفحة 15). وهي: "نمط من الاستخدام اللغوي داخل اللغة الواحدة، يتميز عن غيره من الأنماط داخل نفس اللغة بجملة من الخصائص اللغوية الخاصة، ويشترك معها في جملة من الخصائص العامة" (داود، 2001م، صفحة 64)، مما يؤكد على أن العلاقة بين اللهجة واللغة هي علاقة عموم وخصوص، حيث تشمل اللغة الواحدة عدة لهجات متباينة في خصائصها اللغوية، مع اشتراكها في صفات لغوية أخرى.

ويتخذ مصطلح العامية أسماء عدة عند بعض اللغويين المحدثين، وعلى الرغم من تعدد المصطلحات التي تطلق على لغة الحديث والتعامل اليومي نجد أن بعض الباحثين في هذا

المجال يفضلون استعمال كلمة دارجة على العامية، حيث يقول أحدهم : "وإننا نفضل استعمال كلمة الدارجة على العامية لما تتضمنه الكلمة الأخيرة من دلالة طبقية لا تليق بالبحث العلمي المجرد " (البكوش، 1990، صفحة 174).

3.2. معايير التمييز بين الفصحى والعامية:

المعايير التي تحدد إن كانت هذه اللغة عامية أو فصحية ترجع بالدرجة الأولى إلى موقف أفراد الجماعة اللغوية منها، وكيفية استخدامها وتوظيفها في مجالات الحياة المختلفة، ومعنى هذا أنه ليس في بنية لهجة أو اللغة ما يحتم تصنيفها بالضرورة هذا التصنيف، ولكن مجالات الاستخدام عند أبناء الجماعة اللغوية هي التي تفرض هذا التصنيف، فالنظام اللغوي الذي يستخدم في مجالات الثقافة والعلم والأدب الرفيع هو ما يصنف اجتماعيا بأنه فصيح، والذي يقتصر استخدامه على مجالات الحياة اليومية هو بالضرورة ما يصنف اجتماعيا بأنه لهجة أو بأنه عامية" (هادف، 2015).

3- الازدواجية اللغوية :

1.3. الازدواجية لُغَةً:

جاء في لسان العرب لابن منظور " الزوج: خلاف الفرد، يقال زوج أو الفرد، وكان الحسن يقول سبحانه و تعالى: "ومن كل شيء خلقنا زوجين"، قال: السماء زوج، والنهار زوج ويجمع الزوج أزواجا و أزواج (منظور، 1990)....، أما في المعجم الوسيط " (زواج) الأشياء تزويجا، وزواجا : قرن بعضها ببعض ، "ازدوجا" اقترنا والقوم : تزوج بعضهم من بعض والكلام أشبه بعضه بعضا في السجع والوزن والشئ صارتين ، " تزواجا " وازدوجا والقوم ازدوجوا" (ابراهيم مصطفى اخرون، 1989، صفحة 405).

2.3. الازدواجية اللغوية اصطلاحا:

يمكن تعريفها على أنها ذلك التعدد والاختلاف للسان الواحد، معنى ذلك أنه يكون مستويين لغويين للسان الواحد، فصيح يستعمل في التعليم والإدارات والمليقيات والسياسة...الخ، وآخر عامي يستخدم في الشوارع والمحادثات اليومية (عمارة، 2018)، و تمثل الفصحى والعامية في

سياق اللغة العربية مستويين بينهما فرق أساسي حاسم، يتمثل في أن الفصحى نظام لغوي مُعَرَّب، أما العامية فقد سقط منها الإعراب بصورة شبه كلية.

و يعرفها اللساني الأمريكي شارل فرغيسون بقوله : "الازدواجية اللغوية وضع مستقر نسبيا توجد فيه بالإضافة إلى اللهجات الرئيسية للغة لغة تختلف عنها وهي مقننة بشكل متقن، وغالبا ما تكون قواعدها أكثر تعقيدا من قواعد اللهجات، وهذه اللغة بمثابة نوع راق يستخدم وسيلة للتعبير عن أدب محترم ويتم تعلم هذه اللغة الراقية عن طريق التربية الرسمية، ولكن لا يستخدمها أي قطاع من الجماعة في أحاديثه الاعتيادية" (القاسمي، 2008، صفحة 37).

وتعرفها دائرة العلوم البريطانية كالآتي :

Diglossia: " the coexistence of two varieties of the same language throughout a speech community. Often, one form is the literary or prestige dialect, and the other is a common dialect spoken by most of the population". ... (Encyclopaedia Britannica, 2016)

3.3. التعريف الإجرائي للازدواجية اللغوية:

يمكن تعريف الازدواجية إجرائيًا بأنها الاستخدام المزدوج للعامية والفصحى، حيث يتم استخدام العامية في الحياة اليومية، والفصحى في الحياة الرسمية، فهي تعبر إذا عن "وجود مستويين في اللغة العربية، مستوى الفصحى، ومستوى الدارجة، أو مقابلاتها مثل العامية واللهجة ، وما يتضمنه هذا المفهوم من تباعد بل صراع في بعض المجالات والأذهان" (القعود، 1997، صفحة 19).

4.3. التمييز بين الازدواجية اللغوية (diglossia) و الثنائية اللغوية bilingualism :

مصطلح **diglossia** ذو الأصل اليوناني لم يوضع كمكافئ للمصطلح اللاتيني **bilingualism** ، بل وُضع للتعبير عن وضعية سوسiolغوية أين نكون أمام مستويين من نفس اللغة مستخدمين في الحياة اليومية كلاً حسب خصوصيته (BOYER, 2017, p. 69)، عكس مصطلح **bilingualism** والذي يكون بين لغتين مختلفتين، فمصطلح **diglossia** حسب العالم فيشمان **fishman** وُضع للتمييز عن **bilingualism**، فالأول هو ظاهرة اجتماعية، بينما الثاني هو ظاهرة فردية (CALVET, 2009, p. 57) .

هذا الأخير عرفته دائرة المعارف البريطانية بالآتي:

Bilingualism : Ability to speak two languages. It may be acquired early by children in regions where most adults speak two languages (e.g., French and dialectal German in Alsace) . Bilingualism can also refer to the use of two languages in teaching, especially to foster learning in students trying to learn a new language (Encyclopaedia Britannica, Bilingualism, 2018).

ولم يتخذ مصطلح **diglossia** شكلا علميا في مُصنّفات اللغة إلا خلال القرن السابق، حيث يعتبر الألماني كارل كرمباخر أول من تحدث عن هذه الظاهرة وذلك عام 1902م (الزغول، 2017)، وبالنسبة لـ HENRI BOYER فإن الفرنسي ذو الأصول اليونانية جون بسيشاري (1854-1929) JEAN PSICHARI، والمتخصص في الحضارة اليونانية، هو أول من أستعمل **diglossie** (بالفرنسية) في مقالة نشرت له سنة 1928 في مجلة *le mercure de France* عنوانها: "un pays qui veut pas sa langue" أي "بلد لا يريد لغته"، أين درس الوضع اللغوي في اليونان في تلك الفترة وخلص إلى أنها تعيش في تنافس لغوي (*une concurrence linguistique*)، بين تنوعين للغة اليونانية، الكاثاريفوسة *le katharevousa* وهي لغة العلم المفروضة و اللغة الوحيدة المكتوبة من جهة، والديموتيكى *le demotiki* والتي تستعمل من قبل غالبية اليونانيين من جهة أخرى (BOYER، 2017)، فيما يعتقد البعض أن الفضل الحقيقي يرجع للفرنسي وليام مارسين في تدشين المصطلح لأول مرة بالفرنسية "La diglossie" عام 1930م، والذي تُعد دراسته أول دراسة للواقع اللغوي العربي أستخدم فيها هذا المصطلح، مُعرِّفا إياه بأنه الصراع القائم بين لغة أدبية مكتوبة وأخرى عامية شائعة (الزغول، 1980، الصفحات 120-121)، وقد ظل المصطلح محدودا في استعماله حتى قدّمه اللغوي الأميركي شارل فيرغسون إلى الإنجليزية عام 1959م، إذ بحث أربع حالات لغوية تتميز بهذه الظاهرة، وهي: العربية، واليونانية، والألمانية السويسرية، واللغة المهجنة في هايتي (عودة، 2017).

وقد أختلف العلماء في تحديد مفهوم دقيق لكل ظاهرة من هاتين الظاهرتين، فذهب أندري مارتيني إلى القول بأن مصطلح **bilingualism** يدل في جذوره اللغوية على معنى الثنائية اللغوية، و يدل **diglossia** على الأزواج اللغوي، وقد وصل إلى هذه القناعة من العودة إلى جذور كل مصطلح من المصطلحين، إذ ذهب إلى القول بأن عنصر "lingu" يتماثل مع مفردة

لسان في اللغتين الانجليزية و الفرنسية ، و أن عنصر **gloss** لا يفرض مفهوم اللسان الحقيقي بل يوحي بتنوع اللسان (محمود، 2002، صفحة 57)، وهو نفس الاتجاه الذي سلكه فرغسون أين وضع الحدود العامة لمصطلح (**diglossia** بالانجليزية) عام 1959، لما استعمل هذه المفردة و قصد بها الازدواج اللغوي الذي يقوم على تنوعات مختلفة للسان الواحد، وعليه فلن تكون هناك ثنائية **bilingualism** إلا إذا كان موضوع الخلاف بين لسانين مختلفين كالانجليزية والفرنسية مثلا (محمود، 2002، صفحة 56).

وعلى هذا الأساس فإن الازدواجية اللغوية **diglossia** بالنسبة له هي عبارة عن صراع بين نوعين للسان واحد، أحدهما عالي التصنيف لكنه غير شائع، والآخر دون ذلك ولكنه عام وشائع، فهي تُشكّل صراعا أو تقابلا لغويا داخليا بين الفصحى والعامية تظهر فيه الثانية بوصفها تفرعا لهجيا للأولى، وهي بذلك تختلف عن الثنائية اللغوية "**Bilingualism**"، التي تُعبّر عن صراع خارجي بين لغتين مختلفتين من حيث المنشأ، كالعربية والفرنسية في بلاد المغرب العربي (عودة، 2017).

وعلى العكس مما سبق ذكره يرى بعض الباحثين أن الازدواجية تختلف باختلاف العلوم، ففي علم اللغة النفسي مثلا، الازدواجية هي " أن يُجيد المرء لغتين معًا إجادة تامة، لغة الأهل ولغة أخرى، وقد يكتسبها معًا، وقد يكتسب لغة الأهل أولاً" (شمس الدين، 2003، صفحة 109)، فالباحث علي تعوينات (أستاذ و باحث في علوم التربية و علم النفس بجامعة الجزائر) يرى أن الثنائية اللغوية **bilingualism** عبارة عن وضعية سوسيو-لغوية، حيث تُوضّح بتنافس لهجتان ذات وضع اجتماعي ثقافي متباين إحداهما معتبرة محليا ويعني شكلا لغويا مكتسبا أوليا ومستخدمًا في الحياة اليومية، والثاني يمثل اللغة التي تستعمل في بعض الظروف ومفروضة من قبل الذين يمثلون السلطة، ويمكن لهذه الثنائية اللغوية أن لا تمس إلا جزءاً فقط من الطائفة المعنية (تعوينات، 2018).

ويشاطره في هذا الاتجاه الباحث بوزيد ساسي هادف ، فبالنسبة له الازدواجية اللغوية تعني وجود لغتين مختلفتين عند فرد ما، أو جماعة ما، في آن واحد، ويستشهد في ذلك بمواقف بعض الباحثين والذين يرفضون حسبه استعمال مصطلح الازدواجية الذي يستخدمه الكثير من اللغويين للدلالة على شكلي اللغة العربية الفصحى و العامية، ذلك أن العامية، والفصحى فصيلتان من لغة واحدة، والفرق بينهما بالتالي فرق فرعي، لا جذري وعليه، فالازدواجية الحق لا تكون إلا بين

لغتين مختلفتين، كما بين الفرنسية والعربية، أما أن يكون للعربي لغتان إحداهما عامية، والأخرى عربية فصيحة، فذلك أمر لا ينطبق عليه مفهوم الازدواجية، وأن الفصحى والعامية نوع من الثنائية، وذلك لأنهما فصيلتان من لغة واحدة. مثلا (هادف، 2015، صفحة 9).

والملاحظ أن الباحثان وضعوا مصطلح **belingualism** مقابلا للازدواجية اللغوية، و **diglossia** مقابلا للثنائية اللغوية.

4- الخطاب الإعلامي:

الخطاب الإعلامي ممارسة اجتماعية قابلة للتغير و التطور كباقي الممارسات، فهو دلالة تتضمن الحوار ومعاني الخطابة، على غرار ما روجت إليه اللسانيات المعاصرة، يقوم بنقل هذه الممارسة الاجتماعية إلى الجمهور عن طريق وسائل الإعلام، ويعرف أيضا بأنه التوجه لمجموعة من الأفراد عن طريق مخاطبتهم من أجل تعريفهم بشيء ما، أو الحديث معهم حول موضوع معين (شومان، 2004). ويعرفه فيركلاو Fairclough بمعنى أضيق حين يقول: "الخطاب هو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة" (Fairclough, 2000, pp. 53-56).

كما يمكن أن نصف الخطاب الإعلامي بمجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية، التي ترمي إلى ملامسة جمهور عريض متنوع أشكال ومستويات متلقيه، الشيء الذي يجعلنا ننعت هذا الشكل الخطابي بصفة التعميم، والقصدية المتعددة المستويات، إضافة إلى تنوع قنوات الاتصال والتواصل التي يعتمدها، فهو صناعة ثقافية تجمع بين اللغة والمعلومة والمحتوى الثقافي لتبليغها عبر الزمان والمكان (العلوي، 2017)، ويعتمد بشكل رئيسي على البراهين والحجج الداعمة له حتى يصبح أكثر إقناعا، ويُسهل فهمه من قبل الأفراد. حيث يستخدم اللغة حديثا وكتابة، كما يتضمن أنواعا أخرى من النشاط العلاماتي مثل الصورة، والاتصال غير الشفوي، لغة الجسد... الخ.

1.4- لغة الخطاب الإعلامي:

اللغة هي التي جعلت من الاتصال عملية اجتماعية، وهي التي تحدد الكيان الاجتماعي للاتصال الإعلامي، وعلى ذلك فإن الباحث في لغة الخطاب الإعلامي إنما يهدف إلى البحث في ماهية اللغة من حيث كونها أداة اتصال يستعملها المشتغلون في الأجهزة الإعلامية، بحيث

ينصبُّ البحث بشكل خاص في اللغة الإعلامية بمستواها العلمي الاجتماعي، باعتبارها كيانا خاصا متميز الملامح والسمات مستقلا عن اللغة بمستوياتها التذوق الفني الجمالي والعلمي النظري التجريدي، ذلك أن لغة الخطاب الإعلامي لا تهدف إلى مناقشة حاسة الجمال للقارئ بقدر ما تتضمن اتصالا ناجحا أساسه الوضوح والسهولة (عودة، 2017).

واللغة الإعلامية ليست لغة أدبية ذات ذوق فني جمالي عالي بل هي لغة خاصة يستعملها المذيع لبلوغ هدفه، وحينما ننظر في هذه اللغة نجد لها لغة مباشرة تصل إلى الهدف دون استخدام الإيحاءات الجمالية والفنية للألفاظ، مصاغة في قالب صحفي خاص، مع مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، وكذا الحرص على خصائص أسلوبية خاصة يتطلبها الموقف الإعلامي نحو البساطة، الإيجاز والوضوح (ديدوح، 2013).

ويتميز الخطاب الإعلامي كذلك عن الأدب من ناحية اللغة، فلغة الأدب تعتمد الخرق والإبداع وأحيانا الغموض، في حين يستأنس الخطاب الإعلامي بالمألوف من اللغة ويوظف المعجم المتداول ويعمل على تكريسه، وهو بهذا يوظف لغة بسيطة ومفهومة ومباشرة، كما يتميز ببلاغة وملامح لغوية خاصة به، فلا توظيف للتشبيهات الغريبة والاستعارات والمجازات والمعاني والدلالات الغامضة، بل يوظف كل ما من شأنه أن يُسهل عملية الفهم، حتى يلاءم أكبر عدد ممكن من المتلقين (العلاوي، 2017).

كما يغلب على الخطاب الإعلامي المعاصر طابع الرسمية، بمعنى أن اللغة باعتبارها أداة ربط بين المرسل والمتلقي أو المشاهد باتت لغة رسمية لا لغة عربية فصيحة، فهي لغة مقطوعة الأوصال تتنافس فيها اللكنات، زد على ذلك ما تعرفه من أخطاء شائعة؛ يعني لغة عربية في الشكل لا في المضمون (ديدوح، 2013).

وقد تأثرت اللغة بالصحافة، فالصحافة طوعت اللغة وجعلتها مرنة، تفي بمتطلبات العصر كما تستوعب التطورات العظيمة المصاحبة للنهضة، فنلاحظ شيوع ألفاظ جديدة ومصطلحات حديثة وتوسيع أفاق اللغة وتطورات أساليبها في العلوم، الفنون، الاجتماع، السياسة وغيرها، لكن بقدر ما أثرت الصحافة في اللغة إيجابا كان لها تأثير سلبي، فبسبب ضعف وغياب العنصر المثقف المني، أدى ذلك إلى ضعف لغوي أدائي وإعلامي انعكس على الصحافة باعتبارها منبرا إعلاميا جماهيريا، وسبب ضعفاً في مضامينها.

2.4- مستويات اللغة في الخطاب الإعلامي:

ميز السعيد بدوي في كتابه "مستويات اللغة العربية المعاصرة"، بين خمسة مستويات للغة المعاصرة أولها فصحي التراث وتشمل النصوص القرآنية وتخص علماء الأزهر والبرامج الدينية، فصحي العصر مجالها أوسع من مجال فصحي التراث، تستعمل في مجالات الحياة أجمعها، وفي وسائل الإعلام، ثالثا عامية المثقفين والتي تستخدم في المناقشات السياسية، العلمية والفنية. تتميز بمرونتها فهي مستودع الحضارة ولسان العلم المعاصر أما المستوى الرابع والمتمثل في عامية المتنورين فيستخدمها غير الأميين، في جميع مجالات الحياة اليومية، وأخيرا عامية الأميين ومجالها البرامج والتمثيلات والمسرحيات أو لغة أولاد البلد كما وصفها (بدوي، 1973، الصفحات 89-91).

وعند قراءتنا للمستويات الخمسة، نجد أن المستوى الأول ينظم تحت لواء الفصحي التي تسير بتواز وتقاطع مع فصحي العصر، يستعملها الأدباء والشعراء و"الصحافة الثقافية النيرة" في العالم العربي، تتميز بالرصانة والسلاسة وقوة التعبير. المستوى الثاني يقابله عامية المثقفين وعامية المتنورين. ثم المستوى الثالث يوازي عربية المثقفين، أما الرابع والخامس فيشكلان اللهجة والدارجة (الزغول، 2017).

في حين يُجمع الكثير من الباحثين على وجود ثلاثة مستويات للتعبير اللغوي : أولهما المستوى التذوقي الفني والجمالي ويستعمل في الأدب والفن، والثاني هو المستوى العلمي النظري التجريدي ويستعمل في العلوم، والثالث هو المستوى الاجتماعي العادي الذي يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام، وهذه المستويات الثلاثة كائنة في كل مجتمع إنساني (العزیز، علم الإعلام اللغوي، 2000، صفحة 63) .

ومصادر لغة الإعلام ثلاثة، أولها اللغة العربية الفصحى ، وهي الأساس ، لأنها أعطتها المفردات ونظام التركيب، والثاني اللغات الأجنبية التي أثرت في العربية مباشرة في مرحلة الاستعمار وفي حديث الذين درسوا في البلاد الأجنبية، وبصورة غير مباشرة من خلال الترجمة المستمرة والمتزايدة في فروع المعرفة كلها، والثالث اللهجات العامية التي أخذت منها وسائل الإعلام مفردات وتراكيب، أحدثت أحيانا تغييرا في نظام الجملة (حلواني، 2015، صفحة 15).

وتقوم لغة الصحفي والإعلامي على الوظيفة الهادفة والوضوح والإشراق، فالفن الصحفي والإعلامي تعبير اجتماعي شامل ولغته ظاهرة مركبة خاضعة لكل مظاهر النشاط الثقافي من علم وفن وموسيقى إلى جانب السياسة والتجارة والاقتصاد والموضوعات العامة... الخ، ومن ذلك يتبين أن هذا الفن هو تطبيقي يهدف إلى الاتصال بالناس ونقل المعاني والأفكار إليهم، فهو أداة وظيفية وليس فنا جماليا لذاته، لكن مع ذلك فلغة الصحفي تختلف عن كل هذه جميعا لأنها تتضمنها كلها ولا تقتصر على أي منها لأنه يكتب لكل الناس، فعليه أن يسعى لتحقيق هدف عام وهو جعل رسالته مفهومة لدى الجميع. (أحمد، 2009)

يعمل العلماء والأدباء على تنمية اللغة وجعلها غنية، فإذا قدر للغة ألا تموت وتندثر كما اندثرت اللغات القديمة التي انقطعت صلتها بكلام الناس وخطابهم، يجب ألا تكون هناك فجوة بين لغة الأدب والعلم وألفاظهما والحديث اليومي، فقد تتطور تلك الفجوة وتصبح لغة الأدب والعلم أشبه باللغة المصنوعة التي تتقرر صيغها وأشكالها بوساطة سلطة عليا كما هو الشأن في المجامع اللغوية بأوروبا (العزيز، اللغة الإعلامية، 1991، صفحة 84).

5- اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية:

بُنيت اللغة الإعلامية على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، حيث تعرض مواد مُبسطة يسهل على الجماهير فهمها، كما أنها تتماشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليدته، فالألفاظ العربية تدل على تفكير العرب ونظرتهم إلى الأشياء، واللغة العربية لغة دالة، ترمي إلى التبسيط من خلال منهج لوضع الألفاظ للمعاني الجديدة، باختيار صفة من صفات الشيء الذي يراد تسميته أو بعض أجزائه أو نواحيه أو تحديد وظيفته وعمله (أحمد، 2009). وإذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى من بساطة وإيجاز ووضوح، ذلك أن كل كلمة في اللغة الإعلامية يجب أن تكون مفهومة من قبل الجمهور المستقبل كما يجب أن تُعرض بطريقة تُحقق يسر القراءة والاستماع (العزيز، اللغة الإعلامية، 1991، صفحة 133).

تقبل اللغة العربية رغم غناها الألفاظ الجديدة التي تطرأ عليها، تلك التي يفرضها واقع الحال أو المرحلة الزمنية والتي تتطلب ألفاظا خاصة بها للتعبير عن الأحداث والوقائع التي ترافقها والتي لا يمكن التعبير عنها بالألفاظ القديمة التي هي أيضا لم تكن إلا وليدة مرحلة زمنية

معينة، فمن أهم المقاييس التي يعرف بها ارتقاء اللغات هو مقياس الدلالة على الزمن، وهذا المقياس يصبح من أهم مظاهر اللغة الإعلامية، لأن الصحفيين ورجال الإعلام يكتبون لكل الناس وفي كل الأوقات وليس لجزء من الناس في أوقات معينة (أحمد، 2009).

وعليه فإن الكلمات لا تستعمل في واقع اللغة الإعلامية إلا تبعاً لقيمتها التاريخية، ذلك أن للألفاظ في الإعلام قيمة وقتية أي محددة باللحظة التي تستعمل فيها، وقد تمر لحظة تستعمل فيها كلمة ما استعمالاً مجازياً، ولكن هذه اللحظة لا تطول لأن اللفظة في اللغة ليس لها إلا معنى واحد في الوقت الواحد. ويرجع لجوء اللغة الإعلامية إلى الاستعانة بالعامية حسب الكثير من الباحثين إلى عدة أسباب منها:

_ بعض الوسائل الإعلامية التي تدخل العاميات إلى أغلب موادها، تعتقد أن استقطاب الجمهور، ومواكبة العصر والتطور تستوجب الابتعاد عن الفصحى واللجوء إلى العاميات.

_ البرامج ذات المضامين المتدنية لبعض المواد وخاصة الترفيهية، تحتم استخدام العاميات، لأن الفصحى لا تتلاءم وهذا النوع من الثقافات الترفيهية.

_ وسائل الإعلام الجماهيري صنعت جمهوراً إعلامياً يحتوي على شرائح أمية أو شبه أمية مما جعل الفصحى تشكل حائلاً اصطلاحياً وتواصلية لا يمكن تخطيه إلا باللجوء إلى العاميات. (أحمد، 2009).

_ تمسك بعض الأوساط الثقافية والأكاديمية بحرفية اللغة العربية التراثية إلى حد التعصب مما يدفع العديد من القائمين على الإعلام إلى التخلي التدريجي (كمال، 2008، صفحة 407).

6. الصحافة الرياضية:

نتطرق في هذا العنصر إلى لمحة تاريخية عن نشأة الصحافة الرياضية باعتبارها متأخرة نوعاً ما مقارنة بنظيراتها السياسية والاقتصادية في العالم عامة وفي الوطن العربي والجزائر بصفة خاصة، وكذا لغة هذه الصحافة كونها متخصصة في هذا المجال، ثم خصوصية هذه اللغة في الجزائر باعتبارها تمزج بين العامية والفصحى.

1-6 لمحة تاريخية عن الصحافة الرياضية:

ارتبط ظهور وتطور الصحافة بازدياد نفوذ وتطور الرأسمالية الأوروبية واهتمامها بأخبار النشاطات الاقتصادية والشؤون السياسية ومستجداتها، حينها كانت الأخبار الرياضية في مرتبة

أقل أهمية هذا في صحافة القرن التاسع عشر(19)، لكن ما لبثت أن أصبحت الأخبار الرياضية تحتل الصفحات الأولى لأعرق وأشهر الجرائد والمجلات العالمية وهذا طبعا في بداية القرن العشرين (20) وارتبط هذا بعدد قرائها ومصاحبا لميلاد الصحافة الشعبية. (الخصاونة، 2012، صفحة89)

بعد الحرب العالمية الثانية بدأت المجلات والجرائد المتخصصة في شتى مجالات الرياضة بالظهور، فبدأت الصحافة في التخصص اعتبارا لتعدد مجالات وتخصصات الرياضات وهو ما اطلق عليه بمرحلة التخصص، ما أوجد مجلات وجرائد متخصصة في سباق السيارات، سباق الخيل، سباق التخوت، كرة السلة وغيرها. (عجروود، 2017، صفحة290)

2-6 ظهور الصحافة الرياضية في الوطن العربي:

عرفت المنطقة العربية هذا النوع من الصحافة متأخرة مقارنة بنظيرتها في أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية إلا القليل منها وهذا لأسباب عدة، أهمها وجود هذه المنطقة تحت السلطة الاستعمارية ومعاناتها من التخلف المقصود والمتعمد وفي جميع المجالات، وتعتبر مصر أول دولة عربية عرفت الصحافة الرياضية عندما صدرت صحيفة" الرياضة المصرية" عام 1888 ثم تلتها العراق سنة 1922 عندما صدرت مجلة الألعاب الرياضية، ثم لبنان عندما صدرت جريدة" الحياة الرياضية" في بيروت سنة 1925 ، أما الدولة العربية الرابعة التي عرفت الصحافة الرياضية فهي السودان عندما صدرت مجلة "الرياضة" والسينما عام 1940 ، وعرفت سوريا كذلك الصحافة الرياضية سنة 1955 بصور مجلة "الأبطال"، وفي المملكة العربية السعودية صدرت مجلة "الرياضة" عام 1380 هـ (الموافق ل1960م) بمكة المكرمة. وفي الجماهيرية الشعبية الليبية صدرت أول صحيفة رياضية سنة 1966 وهي "الأولمبياد"، وصدرت مجلة الرياضي عام 1971 في دولة الكويت، تلتها مجلة "الهداف" بالجزائر سنة1982 ، وكانت "الزمالك" أول مجلة رياضية تصدر في الإمارات العربية المتحدة في فبراير 1983 ، وصدرت مجلة الصقر الرياضية في دولة قطر 1988 وكانت من أوسع المجالات الرياضية العربية انتشارا. (ابراهيم، 2006، صفحات،54،55)

3-6 لغة الصحافة الرياضية:

تعود نشأة لغة الصحافة الرياضية بمفهومها الحالي إلى فترة ما بين الحربين العالميتين، و باعتبار صياغة القواعد والأحكام المنظمة لرياضة ما هي ميلادا للغتها، أرخ المختصون لميلاد للكثير من اللغات الرياضية المختصة على غرار لغة رياضة الرغبي (RUGBY) التي دُونت بإنجلترا عام 1845، في حين يعود

ميلاد اللغة الرياضية لكرة السلة لسنة 1891، أما لغة كرة القدم فتعود إلى سنة 1862، في حين تشكلت لغة كرة اليد سنة 1898، ونشرت سنة 1905، وتم اعتمادها سنة 1917، وطورت بعد ذلك سنة 1919، وdic نخلص إلى أن الصناعة المعجمية في هذا المجال لم تبدأ في الظهور إلا في نهاية القرن التاسع عشر ولم تبح لغاتها الأصل إلا بعد ذلك. (بوغابة، 2015، صفحة 47)

يغتني معجم اللغة وتنوع تراكيبيها بقدر دقة هذا المجال وحجمه وطبيعة الفاعلين فيه والوسائط الموظفة في إطاره كما أن اللغة تكتسب حيويتها وديناميكيته من مجالات تداولها، ولا شك أن الرياضة عامة، وكرة القدم خاصة من المجالات الأكثر توظيفا للغة واستثمارا لوسائل الإعلام، فضلا عن كونها تستأثر باهتمام فئات عريضة من المتلقين، كما أضحت جزءا من لغتهم العادية يتداولونها في الملاعب وخارجها، ويستعملونها للدلالة الحقيقية على وقائع اللعب كما يستعيرونها للحديث عن حياتهم اليومية وعلاقاتهم العامة، فلفظة "الكرة في ملعبك الآن" تحتل الحقيقة والمجاز، وعليه إن الرياضة من هذه الجهة تمتلك معجمها التقني الخاص بكل مجال من مجالاتها، فكثير من المصطلحات التي وجدت في قاموس الرياضة يعبرها في غير هذا المجال وهي مفهومة لدى اغلب الناس. (بوغابة، 2015، صفحة 45)

ويُعبّر عن الكثير من الحركات الفنية والرياضية في المباريات ومختلف المنافسات بمصطلحات خاصة تختلف من رياضة لأخرى، فلكل نوع مصطلحاته الخاصة به مثل "مخالفة" و"ركلة جزاء" و"ركنية" و"تسلل" في رياضة كرة القدم، والرمية الثلاثية في كرة السلة، وحائط الصد في الكرة الطائرة وغيرها من المصطلحات، كما أنها تختلف حسب الحقل الذي ترتبط به، فاللغة المستعملة في رياضة الغولف تختلف عن لغة التزلج والعدو الريفي وألعاب القوى والسباحة، فلغة السباحة تستعير بعض من مرجعيتها من عالم الحيوان، بينما لغة الغولف ترتكز على الحفر الممتدة على مساحات شاسعة ومضارب وبحيرات، وقواعدها ليست بدرجة كبيرة من التعقيد لتعكس الحياة الراقية للنخبة، في حين ترتكز السباحة على توصيف أوضاع السباح كالسباحة على الصدر و على الظهر والسباحة الحرة والفراشة، جدير ذكره هنا أن الطابع الفردي لبعض المنافسات الرياضية يقلص بشكل كبير من دور الإعلام في استقطاب فئات عريضة بخلاف ما يقع على مستوى الرياضات الجماعية. (عجروود، 2017، صفحة 293)

4.6. استخدام اللغة العامية في الصحافة الرياضية الجزائرية:

تستخدم اللغة العامية دون التقيد بقواعد اللغة العربية المتعارف عليها من نحو وصرف وغيرها، وهي أداة التعبير على المستوى المحلي، كما لها صور عدة تختلف باختلاف الأقطار والأقاليم في الوطن العربي، ويُعد استخدام الألفاظ العامية في كتابة الموضوعات الرياضية نوعا من أنواع التبسيط والتقريب من القراء، فأصبحت كتابات الكثير من الصحفيين لا تخلو من

العامية محاولين الجمع بين اللغة الفصحى الراقية واللهجة العامية المتداولة بين الناس، بل وأحيانا لغة الشارع كلغة مزوجة للفصحى وهذا بغية التبسيط والوصول إلى أكبر شرائح المجتمع من جهة، و لأجل تسهيل عمليات التحرير الصحفي من جهة أخرى، فلا يجهد الصحفي نفسه في انتقاء المفردات والتراكيب المناسبة فيكتب بالتالي للقراء وكأنه يتكلم معهم مباشرة (عجروود، 2017، صفحة 290).

ويبرزون ذلك بأن الموضوعات الرياضية التي يتم تحريرها من خلال الأشكال الصحفية المختلفة هي نوع من الموضوعات الخفيفة التي تهدف إلى تسلية وثقيف القارئ، وتزويده بكل المعلومات عن رياضته المفضلة والفرق التي يناصرها، ولهذا نجد كُتاب ومُحرري الصحافة الرياضية يملكون حرية أكثر عند تحرير موضوعاتهم الصحفية مقارنة بغيرهم من الكُتاب والمحررين في الأقسام الصحفية الأخرى، (عجروود، 2017، صفحة 293)، وبذلك يمكن للصحافة الرياضية أن تستثمر في هذه الحرية وتقدم نماذج جيدة للتحرير الصحفي الرياضي بما يتناسب مع الهدف منها، ولهذا يجب على الكاتب أو المحرر الرياضي أن يكون على درجة كبيرة من الإبداع في استخدام اللغة حتى يتمكن من تقديم مادة صحفية يفهمها الجمهور الذي يتطلع دائما إلى أسلوب إبداعي أرقى.

كما أن الصحافة الرياضية تتميز عن غيرها من الصحف المتخصصة الأخرى بأنها أقرب أنواع الصحف المتخصصة إلى الناس لذلك يتضمن أسلوب الكتابة الرياضية بعض العبارات العامية، الأقرب إلى استيعاب القراء، وبالرغم من البساطة والسهولة التي تتميز بها لغة الصحافة الرياضية إلا أنها في الجانب المقابل أكثر صرامة ودقة من غيرها، فهي لغة معيارية تناظر اللغة القانونية وتمثلها في صرامتها، فاللغة في هذا المستوى لغة ضابطة ودقيقة في انتقاء مفرداتها وتراكيبها، حيث لا مجال للاستطرادات والحشو والإطناب.

وللتوضيح أكثر حول استخدام العامية في الصحافة الرياضية المكتوبة و توظيف الكثير من مفرداتها الشائعة، نبدأ أولا بالمفردات التي هي من أصل أجنبي ودخلت على العامية و أصبحت مألوفة في الخطاب اليومي نذكر: ميركاتو و يقصد به سوق تحويل اللاعبين، "الداربي" و يقصد به مقابلة تجمع بين فريقين جارين أو من نفس المدينة، "الكلاسيكو" و يعني مقابلات تقليدية تجمع بين فرق مشهورة كمقابلة مدريد و برشلونة في اسبانيا و مقابلة المولودية و الاتحاد في الجزائر، "الويكلو" وهي كلمة تستعمل كثيرا من قبل الصحافة الرياضية و يعني بها لعب مقابلة

بمدرجات فارغة تطبيقا لعقوبة حرمت الفريق من حضور جماهيره، "كأس السوبر" و يراد بها الكأس الممتازة و تجمع بين بطل الدوري مع حامل الكأس لنفس الموسم. وثانيا نورد بعض من المفردات العامية المتداولة في التخاطب اليومي كذلك أو كما يصفها البعض بلغة الشارع و هو ما تضمنته عناوين صحيفتين رياضيتين كمثال هما الهدف والخبر الرياضي،

1- تضمن العدد 4410 لجريدة الهدف ليوم : 08\11\2018، عناوين منها:

- بن حمادي: "دزيري قادر على شقاه..."، ويقصد به ان المدرب دزيري بلال له القدرة والكفاءة.
- بولخوة: "لازم انسقموروا حنا..."، ويقصد به وجوب أن ينظموا أنفسهم.
- "المولودية ولات ومع عمروش تزهى ليامات"، أي أن المولودية عادت إلى سابق عهدها المتميز بالانتصار والتفوق ومع المدرب الجديد عمروش ستكون الأيام القادمة أجمل وأحسن.
- عمراني: "السي اس سي متحبسش عند عمراني..." وهو تصريح للمدرب عمراني بعد استقالته من تدريب شباب قسنطينة يؤكد فيه على استمرار مسيرة الفريق التي لا تتوقف بدونه، و(السي اس سي) هي اختصار لـ: Club Sportif de Constantine

2- أما جريدة الخبر الرياضي في عددها رقم 3038 ليوم : 07\11\2018 فأوردت بعض العناوين امتزجت بين العامية والفصحى منها:

- "المقاروة معولين على عنابة" أي أن أبناء فريق مدينة مقرة (المقاروة صيغة الجمع)، مصممين على الفوز على فريق عنابة.
- "بن عمار تاع النهارات الكبار والقبة تضيع الانتصار" ويقصد بهذا العنوان ان اللاعب بن عمار هو رجل مواقف وتجده في الضيق والشدة .

- جمعية الخروب: "الأنصار يترقبون اسم المدرب الجديد ويرفضون البريكولاج"، والبريكولاج كلمة فرنسية يقصد بها الترقيع والإصلاح، لكن الكلمة كما هو شائع في الجزائر يقصد بها إصلاح الشيء بشكل غير نهائي بل ظرفي ولإسكات المطالبين به، وبالتالي ومن خلال هذا العنوان نفهم أن أنصار ومجبي فريق جمعي الخروب يريدون حل نهائي لإشكالية تعيين مدرب جديد رافضين الحلول الترقيعية الظرفية.

- و.سطيف : "الكحلة تعود بفوز رد الاعتبار..."، والكحلة يقصد به السوداء، وهو الاسم الذي يطلق على هذا الفريق نظرا لتمييز بذلته الرياضية باللون الأسود، ووجود صورة النسرعليها.

7-خاتمة:

يمكن القول أن إشكالية الازدواجية اللغوية في الخطاب الإعلامي الرياضي في الجزائر لا يمكن الفصل فيها باستخدام مستوى واحد فقط، بل من الضروري التعايش بين الفصحى والعامية، عامية مهذبة كما يصفها الأستاذ مصطفى حركات (أستاذ بجامعة الجزائر2)، مع الاعتماد أكثر على الأولى و الانتهاك من حين لآخر من الثانية لكن دون الإفراط في ذلك والوقوع تحت تأثير ما ينتجه الشارع من ألفاظ وما أكثرها، فلغة الصحافة الرياضية ومن خلال الجريدتين انسقت عناوينها البارزة وبشكل كبير نحو العامية المستحدثة في قاموس الشارع الرياضي وما عدا ذلك فكانت للفصحى حصة الأسد.

ولغة الصحافة الرياضية تستطيع أن تكون أفضل لغة إعلامية متخصصة إن استطاعت استثمار واستغلال كل ما تمتلكه من ثراء معجمها وغناء تراكيبيها، وتؤسس لنفسها لغة رياضية هادفة وراقية وذلك بفضل الاعتماد على هذا الثراء المعجبي .

الهوامش:

- 1-إبراهيم أنيس. (2003). في اللهجات العربية. القاهرة، مصر: مطبعة أبناء وهبة حسان، مكتبة الأنجلوالمصرية.
- 2- إبراهيم كايد محمود. (مارس، 2002). العربية الفصحى بين الازدواجية اللغوية و الثنائية اللغوية. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل ، المجلد الثالث (العدد الأول).
- 3-إبراهيم مصطفى و اخرون. (1989). المعجم الوسيط، (المجلد ج1و2). اسطنبول، تركيا: دارالدعوة.
- 4-إبراهيم فؤاد الخصاونة. (2012). الصحافة المتخصصة. عمان، الأردن: دار المسيرة للطبع والنشر والتوزيع.
- 5-ابن منظور. (1990). لسان العرب (الإصدار1). بيروت، لبنان: دارصادر.
- 6-اسماعيل ابراهيم. (2006). الصحفي المتخصص (الإصدار 1). القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 7-اسيا عجرود. (جوان، 2017). لغة الصحافة الرياضية بين الفصحى والعامية. (كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة قسنطينة3، المحرر) مجلة العلوم الانسانية، أ (47)، الصفحات 289-297.
- 8-الحاج كمال. (2008). الإعلام النامي. دمشق، سوريا: منشورات جامعة دمشق.

- 9-السعيد محمد بدوي. (1973). مستويات العربية المعاصرة في مصر، بحث في علاقة اللغة بالحضارة. القاهرة، مصر: دار المعارف .
- 10-الطيب البكوش. (1990). إشكاليات الفصحى و الدارجات ، بحث جاء في كتاب " من قضايا اللغة العربية المعاصرة". تونس: المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، الألسكو ALESCO .
- 11-بوزيد ساسي هادف. (15 05, 2015). لاذواجية اللغوية في الجزائر المستقلة. تاريخ الاسترداد 02 11, 2018، من مركز نقد و تنوير للدراسات الانسانية:
- <http://tanwair.com/2015/05/الازدواجية-اللغوية-في-الجزائر-المستق> /
- 12-تعريف و معنى اللّغة العربيّة الفصحى في قاموس المعجم الوسيط ، اللغة العربية المعاصر. (2010). تاريخ الاسترداد 12 10, 2018، من المعاني:
- <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-اللغة+العربية+الفصحى> /
- 13-جريدة الخبر الرياضي. (07 11, 2018). (3038) ، 26. الجزائر العاصمة، الجزائر: شركة الخبر
- 14-جريدة الهداف. (08 11, 2018). (4410) ، طبعة الشرق ، 25. الجزائر العاصمة، الجزائر: شركة الهداف.
- 15-جلال شمس الدين. (2003). علم اللغة النفسي، مناهجه نظرياته وقضاياها، (المجلد ج1). الإسكندرية، مصر: المؤسسة الثقافية الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
- 16-حسين قادري. (فيفري، 2004). دور وسائل الاعلام في تعميم اللغة العربية في الجزائر. مجلة العلوم الانسانية ، 3 (5)، الصفحات 95-115.
- 17-سامح عودة. (23 07, 2017). بين العامية و الفصحى، هل تشكل الازدواجية خطرا على العربية؟ تاريخ الاسترداد 03 11, 2018، من شبكة الجزيرة الاعلامية:
- <http://midan.aljazeera.net/intellect/sociology/2017/7/23>
- 18-شرف عبد العزيز. (1991). اللغة الإعلامية (الإصدار 1، المجلد 1). بيروت، لبنان: دار الجيل للطبع و النشر و التوزيع.
- 19-شرف عبد العزيز. (2000). علم الإعلام اللغوي (الإصدار الاولي، المجلد المجلد1). القاهرة، مصر: مكتبة لبنان ناشرون.
- 20-عباس المصري و عماد أبو الحسن. (2014). الازدواجية اللغوية في اللغة العربية. مجلة المجمع (8)، الصفحات 37-76.
- 21-عبد الجليل مرتاض. (2000). اللغة و التواصل، اقترايات لسانية للتواصلين:الشفهي و الكتابي. الجزائر: دار هومة.

- 22- عبد الاله بوغابة. (2015). الإعلام المغربي الضوابط اللغوية والإكراهات المهنية. المغرب: دار ابي رقرق للطباعة و النشر.
- 23- عبد الرحمن بن محمد القعود. (1997). الازدواج اللغوي في اللغة العربية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية.
- 24- علي القاسمي. (2008). العربية الفصحى وعاميتها في السياسة اللغوية. أعمال الندوة الدولية للفصحى وعاميتها (الصفحات 194-212). الجزائر: المجلس الأعلى للغة العربية.
- 25- علي تعوينات. (20, 07, 2018). الازدواجية اللغوية والثقافية في الجزائر. تاريخ الاسترداد 06 11, 2018 من <http://educapsy.com/blog/bilinguisme-algerie>
- 26- عماد حسين أحمد. (10, 12, 2009). ، اللغة الإعلامية. تاريخ الاسترداد 04 11, 2018، من <https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2009/12/10/182243.html>
- 27- فادية المليح حلواني. (2015). لغة الاعلام العربي. مجلة جامعة دمشق ، المجلد 31 (العدد 3)، الصفحات 11-30.
- 28- فرح ديدوح. (24, 12, 2013). ، واقع اللغة العربية في الخطاب الإعلامي المعاصر. تاريخ الاسترداد 06 11, 2018، من [http://www.alarabiahconference.org/uploads/conference_research-](http://www.alarabiahconference.org/uploads/conference_research-1883602584)
- 29- فوزية طيب عمارة. (سبتمبر، 2018). الازدواجية اللغوية في اللغة العربية. مجلة أقلام الهند، مجلة الكترونية فصلية (العدد الثالث).
- 30- كفاية العبادي. (14, 11, 2018). مفهوم اللغة العربية الفصحى. تاريخ الاسترداد 15 11, 2018، من موضوع: مفهوم_اللغة_العربية_الفصحى <https://mawdoo3.com/>
- 31- محمد راجي الزغول. (1980). ازدواجية اللغة، نظرة في حاضر اللغة العربية وتطلع نحو مستقبلها في ضوء الدراسات اللغوية. مجلة مجمع اللغة العربية الأردني (8).
- 32- محمد راجي الزغول. (12, 11, 2017). ازدواجية اللغة: طبيعتها ومشكلاتها في سياق التعليم. تاريخ الاسترداد 06 11, 2018، من منتدى مجمع اللغة العربية على الشبكة العالمية: <http://www.m-a-arabia.com/vb/showthread.php?p=43064>
- 33- محمد شومان. (أفريل، 2004). إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية، الدراسات المصرية نموذجاً. المجلة العلمية لكلية الآداب .
- 34- محمد محمد داود. (2001م). العربية و علم اللغة الحديث. القاهرة، مصر: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.

- 35-مولاي مروان العلوي. (21 02, 2017). الخطاب الاعلامي و رهان التغيير. تاريخ الاسترداد 11 02, 2018، من أخبارنا: <https://www.akhbarona.com/writers/199553.html>
- 36-BOYER, H. (2017). *Introduction à la sociolinguistique* (éd. 2). Paris, France: DUNOD.
- 37- CALVET, L.-J. (2004, 03). La diversité linguistique : enjeux pour la Francophonie. (C. Editions, Éd.) *Hermès, La Revue* (40), pp. 287 -293.
- 38-CALVET, L.-J. (2009). *La sociolinguistique*. (P. U. France, Éd.) France.
- 39-Encyclopaedia Britannica, I. (Éd.). (2018, 12 06). *Bilingualism*. Consulté le 12 14, 2018, sur Encyclopaedia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/bilingualism>
- 40-Encyclopaedia Britannica, I. (Éd.). (2016, 02 16). *Diglossia*. Consulté le 11 02, 2018, sur : Encyclopaedia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/diglossia>
- 41-FAIRCLOGH, N. (2000). Discoure,social theory and social research:the discourse of welfare. *journal of sociolinguistics* , pp. 53- 56.
- 42-GARABATO, C. A. (2017). *les langues en contact. bilinguisme et diglossie*, Consulté le 11 02, 2018, sur: https://www.coursum3.org/itic/?wpdf_download_file=/home/ichigo1vs/www8/wp

1 . مقدمة:

عرفت الجزائر- كغيرها من المجتمعات- التعددية الإعلامية بعد 1988، متأثرة بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي عاشتها حينها، حيث كانت الصحافة في الجزائر قبل سنة 1988 صحافة موجهة خاضعة للحزب الحاكم، أما بعد هذا التاريخ فقد صدر قانون 1990 الذي وضع حدا لاحتكار الدولة لقطاع الإعلام خاصة المكتوب وأقر التعددية الإعلامية وحرية الصحافة المكتوبة لتشهد الجزائر بعدها انفتاحا إعلاميا ميزته التعددية الصحفية واتساع هامش الحرية.

لكن إقرار حرية الصحافة لا يعني أن الصحافة حرة فعلا ، فكل ذلك يحتاج إلى ظروف اقتصادية واجتماعية وسياسية مناسبة، حيث أن غياب هذه الأخيرة خلال مرحلة التعددية الاعلامية جعل الصحافة تواجه أزمة حقيقية خاصة بعد صدور مرسوم إعلان حالة الطوارئ - مرسوم 320/92 - والذي شكل عقبة في سبيل حرية الصحافة المكتوبة في الكثير من الأحيان، ومنه لم يثبت المشروع طويلا اذ سرعان ما فضل توزيع مهمة الضبط على جهازين مختلفين لتحظى بذلك الصحافة المكتوبة سنة 2012 بسلطة ضبط مستقلة وهو ما أقره القانون العضوي للإعلام . انطلاقا من المشاكل السابقة وغيرها، كان من المهم معرفة الوضعية الحالية لحرية الصحافة المكتوبة في الجزائر في نظر الصحفيين ومعرفة واقع الممارسة الصحفية في الجزائر في هذه الفترة التي ميزتها عدة مشاكل واجهتها الصحف على عدة أصعدة كان للسلطة الحاكمة دور كبير فيها. ومنه تمت صياغة التساؤل الرئيسي للدراسة كما يلي:

ما هي نظرة الصحفيين الجزائريين لمفهوم حرية الصحافة المكتوبة في ظل التشريعات المنظمة لها ؟ وما مدى ممارستها ميدانيا ؟
التساؤلات الفرعية :

1. ما هو مفهوم حرية الصحافة المكتوبة لدى الصحفيين الجزائريين العاملين في القطاع الخاص؟
2. هل هناك ممارسة مهنية لمفهوم حرية الصحافة المكتوبة المتعارف عليها من قبل الصحفيين الجزائريين ؟
3. هل كان هناك تجسيد فعلي لروح التشريع فيما يخص تكريس حرية الصحافة ميدانيا؟
4. ما هي عوائق ممارسة حرية الصحافة المكتوبة ميدانيا حسب الصحفيين الجزائريين؟

2. المقاربة المنهجية للدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف أساسا الى التعرف على ظاهرة معينة بطريقة تفصيلية و دقيقة ، فالهدف من الأبحاث الوصفية، هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة. كما هو في الحيز الواقعي، أي وصف ما هو موجود في الواقع من زوايا مختلفة محققة للأهداف المتوخاة من إجراء الدراسة (بن مرسلي، 2005)¹.

- منهج الدراسة : المنهج الأنسب للقيام بدراستنا، والذي يرتبط ارتباطا وثيقا بالدراسات الوصفية هو المنهج المسحي : والذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن وضعها من خلال مجموعة من الاجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها (عبد الحميد، 1993)².

- أدوات جمع البيانات : كان لابد من الاستعانة في دراستنا بأداة الاستبيان والتي توزع على مجموعة من الصحفيين الجزائريين والذين بلغ عددهم 153 صحفيا من العاملين لمدة 15 سنة على الأقل في القطاع الخاص للصحافة المكتوبة الجزائرية، وذلك بغرض الاقتراب أكثر فأكثر من حقيقة واقع الممارسة المهنية لحرية الصحافة في الجزائر خلال التعددية الاعلامية، وبالتالي الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والحقائق الكاملة والدقيقة والشاملة حتى نتمكن من التحليل الصائب لهذه المعلومات وبالتالي الوصول الى النتائج التي تخدم موضوع البحث.

اختبار صدق الاستبيان (صدق الثبات الظاهري): عرض مشروع الاستبيان على ستة محكمين مقسمين حسب التخصصات الى مختصين في الجانب المنهجي والتشريعي¹، وهذا بهدف معرفة

¹ تم عرض الاستبيان للتحكيم على الأساتذة الآتية أسماؤهم:

- د.جمال شاوش، كلية الاعلام والاتصال، جامعة

- أ.د الحاج سالم عطية، كلية الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر3.
الجزائر3.

- د.عادل هبناس، كلية الاعلام والاتصال، جامعة

- أ.د أحمد فلاق، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.
الجزائر3.

- د.أمال معيزي، كلية الاعلام والاتصال، جامعة

- د.خالد لعلاوي، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام.
الجزائر3.

نقاط الضعف والنقائص ومدى ارتباطها بإشكالية الدراسة و تساؤلاتها وأهداف الدراسة عموما، وكذا مدى احترامها للشروط العلمية في صياغة أسئلة الاستبيان. ليتم استرجاعها فيما بعد وتعديلها وفقا للملاحظات المقدمة من طرف الأساتذة المحكمين وحررت في شكلها النهائي الذي تم توزيعه على عينة الدراسة. مجتمع الدراسة والعينة : يقصد به جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، وغالبا ما يتسم بالشساعة، ولهذا تظهر أهمية المعاينة و التي تعني اختيار جزء صغير من مجتمع البحث ليمثل هذا الأخير المادة الأساسية للدراسة، ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا في كل الصحفيين الجزائريين العاملين في قطاع الصحافة المكتوبة وفي مختلف الجرائد الجزائرية الخاصة والصادرة باللغتين العربية والفرنسية، والعاملين بالقطاع من سنة 2000 على الأقل الى غاية سنة 2016، أي أصحاب الخبرة المهنية التي تصل الى 15 سنة على الأقل، والذين بإمكانهم إفادتنا بالبيانات و المعلومات التي نحتاجها حول مفهوم حرية الصحافة وتطورها ممارسة وتشريعا خلال التعددية الاعلامية الممتدة من 1989 الى 2016، باعتبارهم عايشوا أغلب مراحل تطور حرية الصحافة المكتوبة المستقلة في الجزائر، علما بأننا اخترنا الجرائد الخاصة دون العمومية كون حرية الصحافة ممارسة متعلقة فقط بالجرائد الخاصة باعتبار الصحف العمومية هي صحف موالية للنظام الحاكم وتتماشى مع برامجه وأهدافه. ولاختيار عينة تمثيلية للدراسة إعتدنا على العينة القصدية ،بحيث تكون عملية الاختيار من المجتمع الأصلي عملية مشترطة بشروط تحدد الافراد الذين تشمل عليهم العينة المطلوبة (الشريف، 2006)³.

أما عن حجم العينة الخاصة بالدراسة فقد حددناه ب 153 صحفيا موزعين على 16 جريدة خاصة صادرة باللغتين العربية و الفرنسية و المتمثلة في كل من : جريدة الفجر، الشروق، الخبر، النهار، المساء، المحور،الجزائر نيوز و هي الجرائد الصادرة باللغة العربية إضافة إلى كل من :

Liberté ،L'expression ، Le Courier d'Algérie ، le Soir d'Algérie ،Elwatan le matin ،Le reporter،La nouvelle république ، le jeune indépendant ،L'horizon ، و هي الجرائد الصادرة باللغة الفرنسية، وبالتالي فالعينة كانت قصدية بحيث توجهنا وبحثنا قصدا عن الصحفيين العاملين في قطاع الصحافة المكتوبة الخاصة الصادرة باللغتين العربية والفرنسية والتي يتواجد مقرها على مستوى الجزائر العاصمة، وذوي الخبرة المهنية التي تصل

على الأقل الى 15 سنة . وهي فئة الصحفيين التي بإمكانها إفادتنا في بحثنا باعتبارها عايشة أغلب مرحلة التعددية الاعلامية من بدايتها لغاية 2016 بكل تطوراتها الايجابية والسلبية وهو ما يفسر كذلك حجم عينة بحثنا، وذلك لصعوبة ايجاد هذه الفئة من الصحفيين.

3. مفهوم حرية الصحافة المكتوبة و مبادئها:

مدلول حرية الصحافة يقصد به قدرة الأفراد على استعمال حقهم في التعبير عن آرائهم في الصحف و المجلات المختلفة و حقهم في إصدار ما يشاءون من صحف أو مطبوعات ضمن إطار هدف معين، دون رقابة من السلطة العامة، مادامت تخدم ذلك الهدف ولا تسيء استعمال ذلك الحق.

كما إتفق على تعريفها بأنها: "بالإضافة إلى كونها تعني نشر الصحف الدورية المطبوعة و الكتابة فيها، هي وظيفة اجتماعية مهمتها الإخبار والإعلام وتوجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات و الأفكار الخيرة الناضجة والاهتمام بالجماعات البشرية وتناقل أخبارها ووصف نشاطاتها وتسليتها (الحسن، 1986) ⁴.

هناك من يعرف حرية الصحافة المكتوبة كذلك على أنها حرية الجهر بالأراء و الأفكار ، وهي من حقوق الانسان المقدسة حيث لا يحرم أي شخص من الافاضة بما يدور في خلدته من الآراء، والصحافة حرة في نشر هذه الآراء في حدود القانون و من ثم فالرقابة محظورة إلا اذا كان ذلك ضروري لوقاية النظام الاجتماعي (بدوي، دون سنة) ⁵.

وتعني حرية الصحافة في التشريعات الحديثة حرية الطبع والنشر والتأليف و توزيع المنشورات، وحسب النظرية الليبرالية فإن حرية الصحافة هي حق الملكية، أو أن المالكين أو الأفراد الذين فوضوهم السلطة لهم الحق في تسيير منشوراتهم كما يشاءون، لا يقيدهم في ذلك إلا القانون، وهذا من أجل الصالح العام، وتعني حرية الصحافة كذلك أن الصحافة يجب أن تكون حرة من رقابة الدولة و ملكيتها (قسايسية، 1996) ⁶.

ويقصد بمبادئ حرية الصحافة تلك الأبعاد التي ترسم الاطار الخارجي لهذه الحرية. وقد اختلف الفقه في تحديد هذه المبادئ، فذهب رأي الى أن مفهوم حرية الصحافة ينبغي أن يتضمن المبادئ أو العناصر التالية:

حق إصدار الصحف لكل التيارات، حق الحصول على الحقائق وحق التعبير عن الآراء والأفكار، حق مراقبة السلطة و قطاعات المجتمع، التفاعل مع حرية الصحافة بالاستجابة

والتصحيح والاصلاح، التوازن بين حقوق الأفراد والجماعات مع الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية كضوابط لممارسة هذه الحقوق، خدمة المصالح العامة للمجتمع.

بينما ذهب رأي آخر الى حصر مبادئ وعناصر حرية الصحافة في :
أولاً : حرية إصدار الصحف.

ثانياً: في تبلور حرية الصحف القائمة فعلا في مباشرة نشاطها دون تدخل أو تعويق من جانب السلطة، ويؤكد هذا الرأي على أن حرية إصدار الصحف هي حجر الزاوية الذي يقام على منتهى حرية الصحافة(أشرف،2004).⁷

وقد حدد المعهد الدولي للصحافة في زيورخ الألمانية مبادئ حرية الصحافة في أربع عناصر وهي: حرية إصدار الصحف ، حرية إستيحاء الأخبار وحرية نقل الأخبار، أما الرابع فيتمثل في حرية التعبير عن وجهات النظر المختلفة.

ويتناول ويلبر شرام الحديث عن مبادئ حرية الصحافة في ثلاث زوايا وهي :

- حرية المعرفة: وهي الحق في الوصول الى المعلومات اللازمة حتى نستطيع تنظيم حياتنا والحصول على قدر من المشاركة في الحكم ، وهو حق اجتماعي لعامة الجماهير.

- حرية القول: وهي الحق في نقل المعلومات بحرية وتكوين الرأي في أي موضوع ومناقشته وهو ما يقصد به حرية الصحافة وهو بدوره حق المجتمع تؤديه عنه وسائل الاتصال.

- حرية البحث: وهي الحق في اتصال وسائل الاتصال بمصادر المعلومات التي يجب معرفتها ونشرها وهو حق للمجتمع كذلك تؤديه عنه وسائل الاتصال .

ويحدد عمار النجار عناصر حرية الصحافة من الناحية الدستورية والقانونية في الجوانب الثلاثة التالية:

- عدم خضوع المطبوعات للرقابة السابقة من جانب السلطة،لأن هذه الرقابة السابقة عبارة عن تنازل عن الحرية وهو أمر غير مقبول في جميع الأحوال ، حتى في الظروف الاستثنائية كحالات الحرب والطوارئ إلا في أضيق الحدود.

- تحديد المجال الذي يخول للمشرع تقييد حرية الصحافة فيه، بمعنى أن لا يكون بوسع المشرع وضع تشريعات تجرم شيئا ينفع المجتمع.

- حق الفرد والجماعة في اصدار الصحف من دون اعتراض من السلطة (حرية الصحافة وعلاقتها بالسلطة ، 2018).⁸

4. حرية الصحافة المكتوبة من خلال التشريعات الاعلامية في جزائر التعددية الاعلامية:

- الدساتير الوطنية:

عرفت جزائر التعددية السياسية والاعلامية ثلاث دساتير وطنية، جاء الأول بعد الأحداث التاريخية التي عرفتها الجزائر في أواخر سنة 1988، ليليه بعد ذلك دستور 1996 و الذي جاء بعد الحالة الأمنية التي عاشتها الجزائر في تلك الفترة، لنصل الى دستور 2016 والذي جاء ليكرس مجموع الاصلاحات والتحديات الجديدة التي تتماشى والتطورات التي يعرفها المجتمع في شتى المجالات.

بالعودة الى دستور 1989 فقد إستلهم الديمقراطية الليبرالية، وجعل الاهتمام يتوجه الى تحديد العلاقة بين التعددية الديمقراطية و الاعلام حيث أن الإقرار الدستوري بتأسيس نظام سياسي تعددي ديمقراطي ، قانونا، يفترض أن يصون الاعلام ويضمن وجود حرية الصحافة، كما يفترض أن كل المواطنين باستطاعتهم التعبير عن حقوقهم وآرائهم باستقلالية وحرية تامة، وخاصة من خلال وسائل الاعلام حيث من غير الممكن الحديث عن التعددية السياسية وممارسة الاعلام خاضعة لمعايير نظام الحكم الأحادي الذي كرسه الدستوران السابقان 1963،1976 (بن بوزة، 1996)⁹، ولهذا فدستور 1989، يعتبره فقهاء القانون الدستوري والإعلام انطلاقة حقيقية لرفع كل القيود التي تقف أمام تحديد حرية الصحافة في الجزائر وممارستها في اطار ما يسمح به القانون، وبذلك مهد هذا الدستور للتعددية الاعلامية وفتح المجال واسعا أمام الحريات الديمقراطية، ووضع إطارا توافيقيا بين تنظيم السلطة والحرية قانونا، في إطار الدولة (بوشعير، 1992)¹⁰.

أما فيما يخص دستور 1996 فقد تضمن جميع المبادئ الخاصة بالحريات الفردية و الجماعية وخصوصا حرية التعبير، ولكن من حيث التطبيق، فإن بعض المضايقات و الممارسات كانت منافية للدستور، ولأحكام القانون، مبررة تحت غطاء حالة الطوارئ، حيث عرفت الصحافة عدة عراقيل وقيود من خلال ما تعرضت له بعض العناوين من حجز و توقيف، وغيره من الضغوطات المختلفة الأشكال، كما أن هذا الدستور جاء مثقلا بالآليات المحددة لمجال ممارسة التشريع، والرقابة و كذلك الحريات التي من بينها حرية الصحافة، حيث يعطي للحكومة حق المراقبة بدل من البرلمان و بزيادة تخضع القوانين التي يصادق عليها المجلس الشعبي الوطني لمراقبة مجلس الأمة الذي يعين أغلبيته رئيس الجمهورية.

وفي الأخير نجد دستور 2016 الذي أعطى مساحة أكبر لحرية الصحافة المكتوبة و حتى الاعلام السمعي البصري والالكتروني من خلال مختلف مواد المذكرة وبشكل خاص المادة 50 التي كرست حرية الصحافة والاعلام بشكل عام دون أي قيد أو رقابة قبلية، كما أنها ألغت خضوع جناح الصحافة لعقوبة سالبة للحرية، كما أنها سمحت بتداول الأفكار والمعلومات والآراء بكل حرية.

- قوانين الاعلام:

عرفت جزائر التعددية السياسية والاعلامية قانون الإعلام 1990 وبعده قانون الإعلام العضوي 2012، وبالعودة الى قانون الإعلام لسنة 1990، فقد كان في وقته ثورة في التفكير والممارسة معا، إلا أنه لم يصمد طويلا، بل لم يركز على التوجهات الحديثة في مجال التشريعات الاعلامية، ومما يلاحظ فيه اهتمامه بالفرد على حساب الجماعة، لكن آثار التوجه الاشتراكي السلطوي بقيت سائدة في طبيعة الممارسة، مع بقاء قطاع السمعي -البصري تحت هيمنة الدولة، ورسم خطوط حمراء للصحفيين، جعلت من الممارسة الاعلامية الحقيقية تراوح مكانها، بل وإنها لم تبتعد كثيرا عن الفكر الاشتراكي السلطوي، خاصة مع اعلان حالة الطوارئ بسبب إيقاف المسار الانتخابي في بداية سنة 1992، التي زادت الخناق على ممارسة حرية الصحافة والرأي والاعتقاد، لاسيما بعد إلغاء المجلس الأعلى للإعلام، واعتماد أسلوب الرقابة المسبقة على الصحف، بوضع مكاتب المراقبة على مستوى المطابع، حيث كاد ذلك يقضي على المولود الجديد للإعلام النقدي، ولكنه كرس ميدانيا مبدأ حرية الصحافة من خلال حرية انشاء الصحف والنشريات الدورية بشكل دائم، عكس القانون العضوي للإعلام 2012 والذي تضمن فتح قطاع السمعي-البصري للاستثمار الخاص بقانون خاص، وكان الاعتقاد السائد لدى الإعلاميين والقانونيين أن هذا القانون سينهي احتكار الدولة له، والبدء في تكريس التوجه الليبرالي الذي بدأ مع دستور 1989، والذي حافظ عليه دستور 1996، إلا أنه خالف التوقعات المنتظرة في تكريس الحق في الاتصال كجيل ثالث لحقوق الانسان، بالإضافة الى التراجع عن بعض المبادئ التي أقرها القانون السابق لسنة 1990، فيما يخص الحق في الاعلام واصدار الصحف.

5. تحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية :

1.3 الجداول الإحصائية :

المحور 01 : البيانات السوسيو مهنية :

جدول رقم 01 : يوضح توزيع متغير لغة الممارسة في الجريدة بالنسبة للمبحوثين .

التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عربية	53	34.6%	
فرنسية	81	52.9%	
اللغتين معا	19	12.4%	
المجموع	153	100.0%	

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 01 بأن أغلبية عينة الدراسة بنسبة 52,9 % من الصحفيين الذين يمارسون مهنة الصحافة باللغة الفرنسية، في حين نجد بأن الصحفيين الذين يمارسون مهنة الصحافة باللغة العربية يمثلون نسبة 34,6 %، كما نجد في الأخير بأن هناك نسبة 12,4 % من الصحفيين يمارسون الصحافة باللغتين معا.

جدول رقم 02: يوضح توزيع متغير المسمى الوظيفي في الجريدة بالنسبة لعينة الدراسة للمبحوثين .

التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صحفي	79	51.6%	
رئيس قسم	43	28.1%	
نائب رئيس التحرير	9	5.9%	
رئيس التحرير	14	9.2%	
اخر	8	5.2%	
المجموع	153	100.0%	

يوضح لنا الجدول رقم 02 بأن أغلبية العينة المدروسة من الصحفيين وذلك بنسبة 51,6% أي أكثر من نصف عدد العينة، في حين نجد بأن النسبة المتبقية انقسمت بين رؤساء الأقسام، نواب رؤساء التحرير و رؤساء التحرير أنفسهم، بحيث نجد بأن رؤساء الأقسام مثلوا نسبة 28,1 %، أما رؤساء التحرير فقد مثلوا نسبة 9,2 %، لنجد في الأخير نواب رؤساء التحرير الذين مثلوا نسبة 5,9 %، وهي نفس النسبة التي مثلت مسميات وظيفية أخرى داخل الجريدة، وكان هذا التنوع اختيارا منا لتكون العينة أكثر تمثيلا لمجتمع الدراسة .

جدول رقم 03: يوضح توزيع متغير الاقدمية في العمل في مجال الصحافة المكتوبة للمبحوثين .

النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
%31.4	48	من 15 الى 20 سنة	
%62.1	95	من 21 الى 29 سنة	
%6.5	10	من 30 سنة فما فوق	
%100.0	153	المجموع	

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 03 بأن أغلبية عينة الدراسة تتراوح خبرتها في ميدان الصحافة من 21 الى 29 سنة وذلك بنسبة 62,1 % ، و هي النسبة التي تفوق نصف عدد العينة، أما نسبة 31,4% فتمثلت الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم بين 15 الى 20 سنة ، في حين نجد فئة الصحفيين الذين لديهم خبرة من 30 سنة فما فوق مثلت نسبة قليلة مقارنة بالفئتين السابقتين 6,5 % ، وهذا نظرا لصعوبة الوصول الى هذه الفئة باعتبارها غير متاحة في الميدان.

المحور 02 : حرية الصحافة بين المفهوم ، الممارسة المهنية و التشريع في نظر الصحفيين.

جدول رقم 01 : يوضح ترتيب معنى مفهوم حرية الصحافة المكتوبة لدى عينة الدراسة

الترتيب	المتوسط الحسابي	العبارات
5	3,99	-هي حق اصدار الصحف
7	5,50	-هي حق تملك الصحف لمن يشاء
6	4,68	-الحق في أن تنشر ما تريده،
4	3,78	-حماية الصحفي ضد أي مسؤولية عن ما قام بنشره
1	2,50	-عدم تدخل الحكومة فيما ينشر في الصحف ، بصرف النظر عن اتجاهاتها
2	3,07	-عدم احتكار الصحف و خضوعها للتأثيرات المالية و السياسية و الايديولوجية للمالك واحد
3	3,26	-حرية الصحفي في الكتابة حول جميع المواضيع دون رقابة مسبقة او بعدية

يوضح لنا الجدول رقم 01 ترتيب معاني مفهوم حرية الصحافة المكتوبة لدى العينة المدروسة، بحيث ترى عينة الدراسة بأن معنى حرية الصحافة المكتوبة هو "عدم تدخل الحكومة فيما ينشر في الصحف، بصرف النظر عن اتجاهاتها" وذلك في المرتبة الأولى، في حين أن المرتبة الثانية تمثلت في "عدم احتكار الصحف و خضوعها للتأثيرات المالية و السياسية و الايديولوجية للمالك واحد"،

أما المرتبة الثالثة فكانت حول "حرية الصحفي في الكتابة حول جميع المواضيع دون إجازة أو رقابة مسبقة أو بعدية"، بمعنى أن حرية الصحافة المكتوبة حسيم مرتبطة بعدم تدخل الحكومة في المهنة، وعدم تمركز العناوين تحت تأثيرات معينة مهما كانت وحرية الصحفي في الكتابة حول جميع المواضيع في إطار الاحترام و الآداب العامة بطبيعة الحال"، كما نجد "حماية الصحفي ضد أي مسؤولية عما قام بنشره" كمعنى لحرية الصحافة المكتوبة ، و الذي جاء في المرتبة الرابعة ، أما في المرتبة الخامسة فنجد أن حرية الصحافة المكتوبة هي "حق اصدار الصحف"، أما في المرتبة ما قبل الأخيرة فنجد "الحق في أن تنشر ما تريده"، و في المرتبة السابعة والاخيرة نجد بأن مفهوم حرية الصحافة تمثل في "حق تملك الصحف لمن يشاء".

- الجدول رقم 02 يوضح احترام ونص التشريعات الاعلامية الجزائرية لمفهوم حرية الصحافة المكتوبة المقدم من قبل عينة الدراسة.

النسبة	التكرار	النسبة التكرار
35,9 %	55	نعم
18,3 %	28	لا
45,1 %	69	الى حد ما
0,7 %	1	بدون اجابة
100,0 %	153	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 02 بان نسبة 45,1% من عينة الدراسة ترى بأن المعنى المقدم لحرية الصحافة المكتوبة من طرفهم محترم ومنصوص عليه في التشريعات الاعلامية الجزائرية الى حد ما ، بمعنى بشكل جزئي و غير كامل، فمفهوم حرية الصحافة المكتوبة المقدم حسب هذه النسبة غير منصوص عليه بشكل كلي و حرفي و مطابق لإجاباتهم .في حين نجد نسبة 35,9 % ترى بأن المفهوم المقدم حسيم لحرية الصحافة المكتوبة محترم ومنصوص عليه في التشريعات الاعلامية الجزائرية ، أما نسبة 18,3 % من العينة فتقول بأن المفهوم المقدم لحرية الصحافة المكتوبة حسيم غير محترم و غير منصوص عليه أصلا في التشريعات الاعلامية الجزائرية ، وأخيرا نجد بأن نسبة 0,7 % من العينة امتنعت عن الاجابة.

- الجدول رقم 03 يوضح انعكاس المفهوم المقدم لحرية الصحافة المكتوبة في الممارسة

المهنية

التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	20	13,1 %	
لا	46	30,1 %	
الى حد ما	87	56,9 %	
المجموع	153	100,0 %	

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 03 بأن أكثر من نصف عدد العينة وبنسبة 56,9 % يرون بأن المفهوم المقدم حسيم لحرية الصحافة المكتوبة ملموس في ممارستهم اليومية لمهنة الصحافة المكتوبة الى حد ما، بمعنى بشكل غير كلي وغير كامل، وهو عكس ما ذهبت إليه نسبة 30,1 % والتي تؤكد صراحة و بشكل مؤكد وواضح بأنها لا تلمس المعنى المقدم لحرية الصحافة في ممارستها اليومية للمهنة، وهو ما يؤكد وجود فرق في مفهوم حرية الصحافة المكتوبة الموجود في أذهان عينة الدراسة و بين المفهوم الموجود في الممارسة اليومية، أما البقية والتي تمثل نسبة 13,1 % تقول بأن المفهوم المقدم لحرية الصحافة المكتوبة موجود و ملموس في ممارستهم اليومية للمهنة.

جدول رقم 04 : يوضح مفهوم حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين

التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
حرية الصحافة المكتوبة مرتبط باللوبيات الاقتصادية	52	14,9 %	
حرية الصحافة المكتوبة مرتبط باللوبيات السياسية المتحكمة في البلاد	99	28,4 %	
حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر موجود نظريا فقط	64	18,3 %	
حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر مرتبط بالأوضاع الامنية التي عاشتها البلاد	54	15,5 %	
المواد الخاصة بتنظيم حرية الصحافة غامضة و غير دقيقة	72	20,6 %	
آخر	8	2,3 %	
المجموع	349	100,0 %	

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 04 بأن أكبر نسبة من الصحفيين المدروسين يرون بأن حرية الصحافة المكتوبة بالجزائر مرتبط باللوبيات السياسية المتحكمة في البلاد و ذلك بنسبة 28,4 %، و تليها نسبة 20,6 % من الصحفيين الذين يرون بأن حرية الصحافة المكتوبة مرتبط بالمواد القانونية الخاصة بتنظيمها ، باعتبارها غامضة و غير دقيقة و بالتالي فهي ترتبط بالتشريعات

المنظمة للمهنة في حد ذاتها، كما أن هناك فئة ترى بأن حرية الصحافة في الجزائر موجود نظريا فقط من خلال القوانين والتنظيمات ولكنها غائبة ميدانيا وذلك بنسبة 18,3%، أما نسبة 14,9 % من الصحفيين، فيعتبرون حرية الصحافة المكتوبة مرتبط باللوبيات الاقتصادية في البلاد، خاصة في السنوات الأخيرة.

وتبقى نسبة 2,3% من الصحفيين الذي قدموا تعاريف خاصة بهم تمثلت في اعتبارها (حرية الصحافة المكتوبة) مرتبطة بكفاح ونضال الصحفيين والمجتمع من أجل حرية التعبير، كما هناك من يعرفها على أنها انبطاح وتملق بعض الصحفيين للسلطة السياسية والقوى المالية المتحكمة في البلاد.

وهنا تجدر الإشارة الى أن بعض اجابات الصحفيين كانت بتحفظ و سرية تامة و دون ذكر الأسماء في حين أن البعض الآخر من الصحفيين لم يكن لديهم أي مشكل في تقديم إجاباتهم دون خوف من الإفصاح عن هويتهم.

المحور 03 : البيئة القانونية وعوائق ممارسة حرية الصحافة المكتوبة حسب الصحفيين

جدول رقم 01 : يوضح مدى توفر البيئة القانونية والمهنية لممارسة حرية الصحافة في الجزائر

التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	12	7.8%	
لا	82	53.6%	
الى حد ما	59	38.6%	
المجموع	153	100.0%	

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 01 بأن أغلبية الصحفيين المدروسين يؤكدون على غياب البيئة القانونية والمهنية الملائمة لممارسة حرية الصحافة المكتوبة وذلك بنسبة 53,6 %، وتليها نسبة 38,6 % من الصحفيين الذين يرون بأن هناك نوعا ما بيئة قانونية ومهنية تساعد على ممارسة حرية الصحافة المكتوبة ولكنها ناقصة وغير كاملة، بمعنى أن هذه البيئة لا تتوفر بالشكل اللازم والكلي لتتيح للصحفيين ممارسة مهنتهم في بيئة سليمة قانونيا ومهنية، أما النسبة المتبقية والتي مثلت 7,8 % من مجموع الصحفيين فترى بأن هناك بيئة قانونية ومهنية لممارسة حرية الصحافة المكتوبة بالشكل اللازم.

جدول رقم 02 : يوضح عوائق ممارسة حرية الصحافة المكتوبة حسب الصحفيين

النسبة	التكرار	النسبة التكرار
18,1 %	132	تحكم الدولة في الاشهار
9,5 %	69	التمويل
5,2 %	38	العقوبات القانونية الجزائرية
2,2 %	16	الفترة الامنية التي مرت بها البلاد
14,6 %	106	صعوبة الوصول الى مصادر المعلومات
12,6 %	92	سيطرة الدولة على المطابع
14,8 %	108	الظروف الصعبة التي يعمل فيها الصحفيون
4,9 %	36	الرقابة الذاتية
4,9 %	36	الرقابة القبلية من طرف رؤساء التحرير
12,1 %	88	ضغوطات السلطة الحاكمة
1,0 %	7	عوامل اخرى
100,0 %	728	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 02 بأن أكبر نسبة من الصحفيين المدروسين أكدوا على أن أهم عوائق حرية الصحافة المكتوبة ميدانيا هي تحكم الدولة في الاشهار، كما نجد بعدها نسبة 14,8%، من الصحفيين الذين يؤكدون على أن الظروف الصعبة التي يعمل فيها الصحفيون هي من أهم العوامل التي تعيق ممارسة حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر، وهي نفس النسبة تقريبا التي أكدت على أن صعوبة وصول الصحفيين الى مصادر المعلومات يعتبر من أهم عوائق ممارسة هذه الحرية حيث مثلت النسبة 14,6% كما نجد عاملين متقاربين من حيث نسبة عرقلة ممارسة حرية الصحافة المكتوبة وهما سيطرة الدولة على المطابع أولا، وكذا الضغوطات السياسية المختلفة للحكومة ثانيا، حيث مثلت الأولى نسبة 12,6% والثانية نسبة 12,1%، هذا اضافة الى وجود عراقيل ميدانية أخرى من شأنها عرقلة ممارسة حرية الصحافة المكتوبة، حيث نجد عامل التمويل مثلا بنسبة 9,5%، وكذا العقوبات القانونية الجزائرية بنسبة 5,2%. خاصة في فترة قانون العقوبات لسنة 2001، لنصل الى عامل الرقابة سواء كانت ذاتية أو قبلية من طرف رؤساء التحرير واللذان مثلا نفس النسبة 4,9%.

لنجد في الأخير نسبة 1,0% والتي مثلت عوائق الاعلام الجديد و مواقع التواصل الاجتماعي التي تعيق حسمهم ممارسة حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر.

5. تحليل النتائج:

- ترى عينة الدراسة بأن معنى حرية الصحافة المكتوبة هو "عدم تدخل الحكومة فيما ينشر في الصحف، بصرف النظر عن اتجاهاتها" وذلك في المرتبة الأولى، في حين أن المرتبة الثانية تمثلت في "عدم احتكار الصحف وخضوعها للتأثيرات المالية والسياسية والايديولوجية للمالك واحد"، أما المرتبة الثالثة فكانت حول "حرية الصحفي في الكتابة حول جميع المواضيع دون إجازة أو رقابة مسبقة أو بعدية"، بمعنى أن حرية الصحافة المكتوبة حسيم مرتبطة بعدم تدخل الحكومة في المهنة، وعدم احتكار الصحف وخضوعها لتأثيرات معينة مهما كانت وحرية الصحفي في الكتابة حول جميع المواضيع في اطار الاحترام والآداب العامة بطبيعة الحال".

- نجد بأن أغلبية الصحفيين المدروسين و الذين ينفون بشكل كلي أو نسبي (لا او الى حد ما) نص واحترام التشريعات الاعلامية الجزائرية للمفهوم المقدم حسيم لحرية الصحافة المكتوبة، يستدلون في ذلك بالمواد القانونية المتعلقة بحرية الصحافة المكتوبة في الجزائر غير المفهومة حسيم، كما يفسر البعض الآخر بأن حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر عبارة عن حبر على ورق، فحتى وإن كان منصوص عليها قانونا فإنها غير مطبقة في الواقع، كما يرجع البعض ذلك الى اعتبار قانون الاعلام يخدم السلطة بالدرجة الأولى، فيما يرجعه البعض الى وجود رقابة على حرية الصحافة مع غياب كل ما يتعلق بحماية الصحفي، ويرى البعض الآخر بأن القوانين الموضوعية لا تراعي التطورات الحاصلة على جميع الأصعدة، وأخيرا نجد من يرى بأن حرية الصحافة خاضع للريع الاشهاري اضافة الى سيطرة اللوبي السياسي على حرية الاعلام والصحافة.

- يوضح أغلب الصحفيين الذين يؤكدون بشكل كلي أو جزئي على أن المفهوم المقدم حسيم لحرية الصحافة المكتوبة غير ملموس في ممارستهم المهنية للصحافة المكتوبة بأن ذلك يعود بالدرجة الأولى الى وجود رقابة على كل ما ينشر في الصحافة المكتوبة، فليس كل ما يكتب ينشر، كما يعود ذلك الى الظروف السياسية والضغوطات التي تمنع الصحفي من ممارسة مهنته بحرية، هذا اضافة الى بعض الصحفيين الذي باعوا ذمهم وأصبحوا أبواق اعلامية للمسؤولين في السلطة، وهناك من يربط ذلك بصعوبة الوصول الى المعلومة وكذا غياب إرادة سياسية لتطوير الممارسة المهنية لحرية الصحافة المكتوبة، كما أن هناك من يربط حرية الصحافة المكتوبة بالإشهار اضافة الى الفراغ القانوني الموجود فيما يتعلق بتنظيم حرية الصحافة، وكذا الفرق الموجود في مفهوم حرية الصحافة المكتوبة بين التشريع والممارسة،

ومن جهة أخرى يرى البعض بأن الممارسة المهنية لحرية الصحافة هي محاولة لممارسة حرية فعلية.

- يوضح الصحفيون الذين يؤكدون على غياب البيئة القانونية و المهنية الملائمة لممارسة حرية الصحافة المكتوبة بشكل كلي أو جزئي، بأن ذلك يعود حسيهم الى عدم التطبيق الفعلي لما جاء في قوانين الاعلام من جهة، ومن جهة أخرى سيطرة الضغوطات السياسية على العمل الصحفي، هذا بالإضافة الى غياب استقلالية القضاء و غياب ارادة سياسية لإصلاح قطاع الاعلام عموما نظرا للغموض الذي يكتنفه بما في ذلك القوانين التي تنظمه و كذا غياب أي حماية بالنسبة للصحفي ، هذا اضافة الى وجود إعلام عمومي يخدم السلطة الحاكمة و كذا غياب الديمقراطية الفعلية و خضوع ضمائرو ذمم بعض المنابر الصحفية الى القوى السياسية والمالية في البلاد، لنصل في الأخير الى انتشار الدخلاء على مهنة الصحافة المكتوبة في الجزائر.

- أكبر نسبة من الصحفيين المدروسين أكدوا على أن أهم عوائق حرية الصحافة المكتوبة ميدانيا هي تحكم الدولة في الإشهار، وهو أهم العوائق التي صاحبت حرية الصحافة المكتوبة منذ ظهور التعددية الاعلامية و لو أنها تراجعت نوعا ما في السنوات الأخيرة نظرا للتطور الاقتصادي الذي عرفته البلاد و ظهور المعلنين الخواص بشكل كبير مقارنة بالسنوات الأولى للتعددية الاعلامية.

كما نجد بعدها نسبة 14,8% من الصحفيين الذين يؤكدون على أن الظروف الصعبة التي يعمل فيها الصحفيون هي من أهم العوامل التي تعيق ممارسة حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر، وهي نفس النسبة تقريبا التي أكدت على أن صعوبة وصول الصحفيين الى مصادر المعلومات يعتبر من بين أهم عوائق ممارسة هذه الحرية حيث مثلت النسبة 14,6%.

هذا بالإضافة الى عاملين أساسيين وهما سيطرة الدولة على المطابع أولا، و كذا الضغوطات السياسية المختلفة للحكومة ثانيا، لنجد في الأخير العديد من العراقيل التي أكد الصحفيون على وجودها ميدانيا والتي من شأنها عرقلة ممارسة حرية الصحافة المكتوبة، حيث نجد عامل التمويل مثلا بنسبة 9,5%، وكذا العقوبات القانونية الجزائرية بنسبة 5,2%، خاصة في فترة قانون العقوبات لسنة 2001، لنصل الى عامل الرقابة سواء كانت ذاتية او قبلية من طرف رؤساء التحرير و اللذان مثلا نفس النسبة 4,9%، ونسبة 1% والتي مثلت عوائق الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي التي تعيق حسيهم ممارسة حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر.

6. خاتمة:

نخلص من خلال هذه الدراسة، الى أن هناك اختلاف كبير بين مفهوم حرية الصحافة المكتوبة في نظر الصحفيين و بين المفهوم الموجود في التشريعات الاعلامية الجزائرية المعمول بها، أو حتى مفهوم حرية الصحافة المكتوبة الممارسة مهنيا والذي لا يعكس في الكثير من الأحيان ما هو منصوص عليه في التشريع الاعلامي، بحيث نجد الصحفيين المدروسين يربطون مفهوم حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر باللوبيات السياسية والاقتصادية المتحكمة في البلاد بالدرجة الأولى ، بغض النظر عن التشريع الاعلامي المنظم لها، والذي يبقى حسيهم منصوص عليه نظريا فقط، كما أن التشريع الإعلامي الجزائري لا ينص أساسا على مفهوم حرية الصحافة المكتوبة المقدم من قبل الصحفيين المدروسين، وهو ما يمكن ارجاعه حسيهم الى غياب البيئته القانونية والمهنية الملائمة لممارسة حرية الصحافة المكتوبة ميدانيا بسبب العلاقة الموجودة بين المؤسسات الصحفية والسلطة الحاكمة، وكذا غياب الثقة بين الطرفين وهو ما يفرض الصراع بينهما، هذا من جهة، و من جهة أخرى يعود كل ذلك الى غياب أي تنظيم خاص بالصحفيين لتنظيم المهنة والتطبيق الفعلي لحرية الصحافة المكتوبة ميدانيا.

7. تهميش الدراسة :

¹ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم العلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005، ص51.

² محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة ، ط1، 1993، ص183.

³ عبد الله محمد الشريف: مناهج البحث العلمي، مكتبة الاشعاع للطباعة و النشر و التوزيع. الاسكندرية، (دون طبعة)، 1966، ص34.

⁴ حسن الحسن: الدولة الحديثة اعلام و استعمال، دار العلم للملايين، بيروت، د ط ، 1986، ص111.

⁵ أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الاعلام، دار الكتاب للكتاب، بيروت، (دون طبعة). دون سنة، ص158.

⁶ علي قسايسية: التشريعات الاعلامية الحديثة في ظل مبادئ سوق الافكار الحرة، المجلة الجزائرية للاتصال، (جامعة الجزائر معهد علوم الاعلام و الاتصال)، العدد14، (جويلية ديسمبر، 1996) ص83.

⁷ أشرف رمضان عبد المجيد: حرية الصحافة (دراسة تحليلية في التشريع المصري و القانون المقارن)، دون دارنشر، دون بلد نشر، الطبعة الاولى، 2004، ص119.

⁸ مقال بعنوان: حرية الصحافة و علاقة الصحافة بالسلطة، منشور على موقع "يا بيروت" بتاريخ 11 جانفي 2018 ، شوهود يوم 02 افريل 2019 على الساعة العاشرة صباحا على الرابط: <https://www.yabeyrouth.com/5439->

⁹ صالح بن بوزة: السياسة الاعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسة 1979-1990، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، 1996، ص56.

¹⁰ سعيد بوشعير: القانون الدستوري و النظم السياسية المقارنة ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص54.

• قائمة المراجع

- الكتب

1. باللغة العربية
- احمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005.
- احمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الاعلام، دار الكتاب لللبناني، بيروت، (دون طبعة). دون سنة.
- أشرف رمضان عبد المجيد: حرية الصحافة (دراسة تحليلية في التشريع المصري والقانون المقارن)، دون دارنشر، دون بلد نشر، الطبعة الاولى، 2004.
- حسن الحسن: الدولة الحديثة اعلام و استعلام، دار العلم للملايين، بيروت، ط1، 1986.
- سعيد بوشعير: القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- عبد الله محمد الشريف: مناهج البحث العلمي، مكتبة الاشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، الاسكندرية، (دون طبعة)، 2006.
- محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1993.

- المقالات العلمية:

• صالح بن بوزة: السياسة الاعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسة 1979-
1990، المجلة الجزائرية للاتصال ، العدد 13، 1996.

• علي قسايسية: التشريعات الاعلامية الحديثة في ظل مبادئ سوق الافكار الحرة، المجلة
الجزائرية للاتصال، (جامعة الجزائر معهد علوم الاعلام والاتصال)، العدد14، (جويلية
ديسمبر، 1996).

- أطروحات الدكتوراه:

• مدحت محمود عبد العال: المسؤولية المدنية الناشئة عن ممارسة مهنة الصحافة، رسالة
دكتوراه، حقوق، القاهرة، 1994.

- مواقع الكترونية:

• مقال بعنوان: حرية الصحافة و علاقة الصحافة بالسلطة، منشور على موقع "يا بيروت"
بتاريخ 11 جانفي 2018، شوهد يوم 02 افريل 2019 على الساعة العاشرة صباحا على
الرابط: <https://www.yabeyrouth.com/5439->

الاتصال والتحسيس البيئي حول التسيير المستدام لنفايات الصلبة الحضرية
- تجربة الجزائر في هذا المجال

Environmental communication and sensitization regarding the sustained management of waste - The Algerian experience

دليلة حمروش

أستاذة مساعدة "أ"

جامعة وهران 1

hamrouche1983@gmail.com

بن عمر يزلي

أستاذ التعليم العالي

جامعة وهران 2

amar.yezli@gmail.com

تاريخ النشر : 2020/09/02

تاريخ القبول: 2020/09/01

تاريخ الاستلام: 2019/09/03

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى وصف واقع التثقيف والوعي البيئي حول التسيير المستدام للنفايات بالجزائر، حيث قامت الباحثة بإجراء مقابلات ومسح لدراسات وتقارير كمحددات لاستقراء اساليب الاتصال والتحسيس البيئي لفواعل القطاع وتقييم تجربة الجزائر في ذلك. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة؛ ان الجزائر متأخرة في مجال تسيير وتثمين النفايات لعدم تفعيل كل أليات الحوكمة البيئية بين الفاعلين في المقابل استمرار أزمة الرمي العشوائي كسلوك غير مسؤول مرده للبرامج والحملات المتشابهة التي طبقت بدون تحسيس مستمر وافتقادها للتحفيز والمتابعة وتحديث التربية البيئية مع واقع تسيير النفايات بالجزائر وتبقي وثيرة التكوين والتدريب لفاعلي القطاع متوسطة مع تفاوت من ولاية لأخرى

الكلمات المفتاحية: الاتصال البيئي، التحسيس البيئي، التسيير المستدام، النفايات الحضرية، الرشادة البيئية.

Abstract:

The aim of this study is to describe the reality of environmental communication and awareness regarding the sustained management of waste in Algeria, In order to reach the objectives of the study, the researcher conducted interviews and administered surveys and reports, and utilised them as indicators to extrapolate the methods of communication and environmental awareness of the different sectors actors, and also, to evaluate the Algerian experience.

The major results of the current study indicate that Algeria falls behind in the field of waste management and valuation. This is due to the fact that not all mechanisms of environmental governance are being activated on the one hand. On the other hand, the littering crisis continues to exist as an irresponsible behaviour. This is because the same programs and campaigns have been implemented without constant awareness, and lack of motivation, follow up and update on the environmental education that goes along with the reality of the waste management in Algeria. The pace of the training of the different sectors actors varies from one state to another.

Keywords: Environmental communication, Environmental sensitization, Sustained management, Urban solid waste, Environmental governance.

1 . مقدمة:

نتج عن اختلال توازن النظام البيئي جراء التصنيع والاستهلاك غير العقلاني جملة من المشاكل البيئية النفايات احداها كأهم مصدر من مصادر التلوث في العالم، وبتصاعد الوعي العالمي نحو التنمية المستدامة وإدراج البعد البيئي في النشاط الاقتصادي تحولت رؤية مخططي السياسات القطاعية، الى النفايات من نتيجة حتمية للاقتصاديات الصناعة الى مورد ثمين قابل لإعادة الاستخدام - اقتصاد التدوير- والمناداة لاتباع أنظمة تسيير مستدامة للنفايات والحرص على التحسيس الشامل والدائم حولها من اجل تربية بيئية مستدامة.

والجزائر كغيرها من دول العالم عانت ولازالت من إشكالية النفايات الحضرية الصلبة جعلت منها الوزارة الوصية قضية ذات أولوية في إستراتيجيتها ومخططها الوطني الخاص بالبيئة والتنمية المستدامة وأعدت برنامج وطني لتسيير النفايات الصلبة الحضرية PROGDEM، كما ابتكرت جملة من المقاربات والأساليب لإدارة النفايات (القانونية، المالية، المؤسساتية،

الاتصالية...) حفاظا على البيئة وتحقيق أبعاد التنمية المستدامة. انطلاقا مما سبق يمكن طرح اشكالية الدراسة التالية: ما دور الاتصال والتحسيس البيئي في تفعيل الوعي والمشاركة المجتمعية حول التسيير المستدام للنفايات الصلبة الحضرية في الجزائر؟ وماهي الآليات والاساليب المتبعة من طرف فواعل القطاع؟
تساؤلات البحث: تندرج تحت هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية والتي اعتمدت عليها الباحثة كمحاور لتفصيل البحث وهي:

- ما المقصود بالاتصال والتحسيس البيئي وعلاقته بالتنمية المستدامة؟
- ما واقع التسيير المستدام للنفايات الصلبة الحضرية في الجزائر؟
- كيف يساهم الاتصال والتحسيس البيئي في نشر ثقافة التسيير المستدام للنفايات الحضرية الصلبة في الجزائر؟

أهداف البحث: تسعى الدراسة الى الكشف عن دور الاتصال والتحسيس البيئي في التوعية المجتمعية حول التسيير المستدام للنفايات الصلبة الحضرية بالجزائر، وابرارز أهم الأساليب المتبعة من طرف فاعلي القطاع لتحقيق مبادئ التنمية المستدامة.
منهج البحث: تم الاعتماد على المنهج الوصفي لتشخيص تجربة الجزائر في مجال التسيير المستدام للنفايات الحضرية واستقراء اساليب الاتصال والتحسيس حولها لفاعلي القطاع كما تم استخدام بعض الاساليب الإحصائية كالجداول والدوائر النسبية والاعتماد ايضا على بيانات واحصاءات بعض الهيئات الوطنية والدولية.

2.الاتصال والتحسيس البيئي

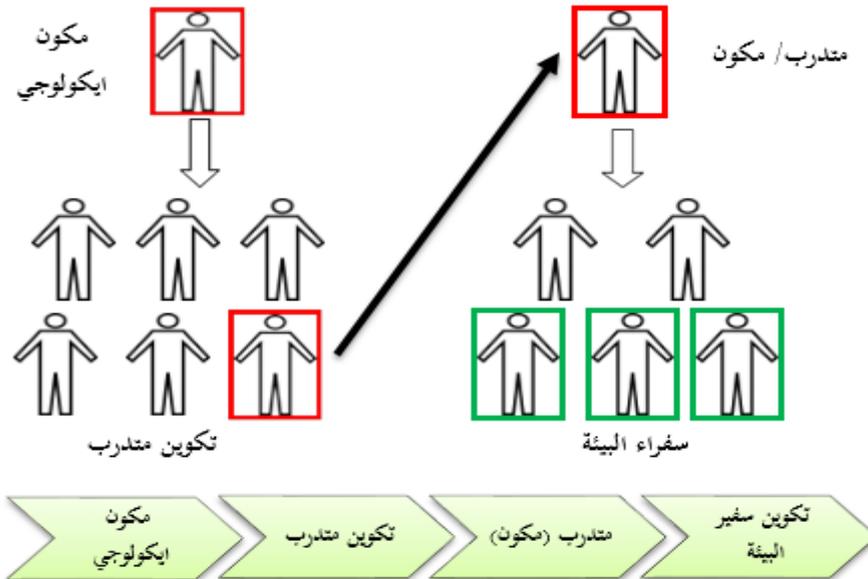
تعددت وتباينت تعريفات الاتصال البيئي ومن ذلك: " كلما يتعلق بتعليم بيئي غير رسمي ورسمي وجملة العمليات التي تمكننا من معرفة القيم والسلوكيات الاجتماعية والاقتصادية والتقنية التي تساهم في تغيير الأفكار السلبية، وذلك لبلوغ ممارسة التنمية المستدامة وبلوغ مرحلة القدرة على حل المشكلات وهذا من خلال إستراتيجية اتصالية على المدى القصير والبعيد".

(مسعودان وغروبة، 2016)

وينصرف المفهوم العام لعملية التحسيس البيئي عندما تشترك وتتكافل جهود الفاعلين (المكلفين بتحريك الوعي الفردي والجماعي) في علاقة متداخلة ومتكاملة لتشكيل آليات الوعي وتحفيز الأفراد للمشاركة من خلال جعل سلوكياتهم أكثر توافقا ومقتضيات حماية البيئة وهو ما يتحقق معه فكرة "المواطنة البيئية" (فهبي، 2011).

فعلي سبيل المثال : اعتمدت الجزائر حقيبة التربية البيئية والتنمية المستدامة (2007 الى يومنا هذا) تدريجيا في الأطوار التعليمية الأساسية كمقرر، نشاط و نادي حسب الأطوار تستهدف هذه العملية التحسيس من خلال تعزيز الوعي الاجتماعي، وإغناء معارف المعلمين وتغيير قناعاتهم الشخصية تجاه البيئة والتنمية المستدامة ثم نقل التجربة الى التلميذ والنتيجة وضع سلسلة للتحسيس- يمكن اسقاطها على مختلف الفاعلين البيئيين-بدأ من المعلم-مكون اكلوجي محفز ومستعد لتحقيق أهداف منرج التربية البيئية وصولا الى التلميذ- سفير بيئي عبر التربية والتثقيف لصناعة جيل مسؤول وواع والشكل التالي يوضح :

شكل1: شبكة التحسيس البيئي



المصدر: من إعداد الباحثة

3.2 آليات وطرق الاتصال والتحسيس البيئي: يتبع الفاعلين لتنفيذ الخطة البيئية للتنمية المستدامة عدة أساليب ووسائل للاتصال والتحسيس منها:

- وسائل الإعلام الجماهيري: يحرص الإعلام البيئي على معالجة المشكلات البيئية لتنمية الوعي البيئي لدى الجماهير وصانعي القرار، باستخدام الصحافة المكتوبة للإذاعة والتلفزيون وحتى السينما فكلما زاد عدد الرسائل الاعلامية زاد الوعي البيئي في علاقة طردية كمعيار لنجاح الإعلام البيئي.

- المجتمع المدني: تقوم الجمعيات والتنظيمات البيئية بعدة أدوار مهمة تجاه البيئة ناقل للمعلومات ومحفز للسلوكيات الإيجابية، مساعد وداعم ميداني لسياسات البيئة. مشاركته في النقاش الديمقراطي حول قضايا البيئة والتنمية المستدامة المحلية والعالمية واسهامه في الصالح العام.

- مؤسسات التنشئة الاجتماعية: والحديث هنا يكون حول الأسرة والمدرسة، باعتبارهما النواة الأولى التي تبني وترسي قواعد الوعي للفرد في مجالات الحياة وتعليمهم السلوكيات الصحيحة والإيجابية في التعامل مع البيئة. ايضا المسجد والخطاب الديني فعلى سبيل المثال: في الجزائر قامت وزارة البيئة بالتعاون مع وزارة الشؤون الدينية والأوقاف بإعداد دليل تحت عنوان "المساجد والتربية البيئية" تم تحديد الآيات القرآنية التي توضح الاهتمام بالبيئة (مسعودان وغروبة، 2015)

- قادة الرأي: يعتبر المواطن أهم مصدر للمعلومات البيئية لاحتكاكه الدائم بالمحيط: لكنه يحتاج الى طرف ثاني لمناقشة معلوماته وتحفيزه على التواصل والمشاركة في حماية البيئة "قادة الرأي"، يراهم المواطن مصدر موثوق للمعلومات أكثر من وسائل الإعلام.

- التطوع في المجال البيئي: يعد من بين أنجع الطرق وأكثر تصديقا لإن المتطوع غير مدفوع الأجر، ولا ينتمى لجهة رسمية يسعى لتفعيل المواطنة البيئية، فضلا انه يتمتع بوضع معترف به لأنه تلقى تدريبًا محددًا ولديه بعض الخبرة في مجال البيئة. فعلى سبيل المثال: قامت منظمة Med²⁰ غير الحكومية الفاعلة في مجال البيئة، بورشة تكوينية لمجموعة شاب متطوعين. كان للباحثة مشاركة معهم. حول موضوع الفرز الإنتقائي للنفايات المنزلية على مستوى دار

الشباب "بجي ابن سينا" وهران من 17- 18 جويلية 2018 تخللها زيارة ميدانية لمركز الردم التقني بحاسي بونيف.

- الإعلام الجديد (صفحات الفايسبوك): وهو نوع جديد من الإعلام البيئي، يقوم بأدوار أساسية في التحسيس ونشر ثقافة حماية البيئة والتنمية المستدامة خاصة إذا ما تم توظيفه ضمن وسائل تنفيذ الحملات الاعلامية التوعوية وبصفة أساسية أصبح الفاعلين البيئيين ينشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي انظر الصورة التالية:

الصورة 1 نماذج لصفحات بعض الفاعلين البيئيين في الجزائر



صفحة وزارة البيئة



صفحة المؤسسة العمومية لتسيير مراكز الردم التقني النفايات لولاية وهران



صفحة الوكالة الوطنية للنفايات

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على صفحاتهم الرسمية عبر الفايسبوك

6.2 تكاملية العلاقة بين الاتصال والتنمية المستدامة (تجربة الجزائر):

أصدر برنامج الامم المتحدة للبيئة كتيب بعنوان التواصل حول التنمية المستدامة . كيف ننتج حملات عمومية فعالة سنة 2005 عبارة عن دليل تطبيقي لتجارب الاتصال حول التنمية المستدامة توصل الخبراء من خلال تحليلهم لتجارب 49 دولة وجود تحديات وانجازات أثبتت فعاليتها في السياق المناسب لبعض الدول، من ذلك تجربة الجزائر حيث بادرت وزارة البيئة بالتعاون مع وكالة التعاون الفني الألماني GTZ في إيجاد استراتيجية مناسبة لإعلام المواطنين حول السياسة الوطنية الجديدة لحماية البيئة والتنمية المستدامة، وبما أن شبكة الإعلام لم تكن الأمثل للوصول إلى كافة الجمهور فكان الحل معرض متحرك بتحويل قطار أربع

عربات إلى مركز معلومات تم تهيئته بأجهزة تلفزيونية ولافتات بالإضافة إلى مشاركة العديد من المتطوعين لتنشيط الزيارات لقطار دنيا انطلق من 29 أكتوبر 2002 إلى غاية 31 مارس 2003 زار حوالي 22 ولاية عبر التراب الوطني تحت شعار "البيئة في قطار" (UNEP,2005) هدف الي :
أولا- تقديم توجهات الحكومة الأربعة للسكان في إطار البيئية والتنمية المستدامة وهي: تربية المواطنة البيئية والتحصين البيئي، حماية التنوع البيولوجي، المدينة النظيفة من النفايات، البيئة الصناعة والطاقات المتجددة

ثانيا- إعلام الجمهور السياسات الجديدة للاستراتيجية الوطنية لحماية البيئة لعام 2000 ومخطط الأعمال الوطني للأعمال من أجل البيئة والتنمية المستدامة 2002.
كان التأثير كبيرا على السكان رغم الميزانية المحتشمة حيث نجحت الوزارة في اعلام أكثر من مليون مواطن خلال مدة الحملة الإعلامية مع الإشارة الى أن جهود الحملة لم تمس فقط المواطنين بل هناك 35 رئيس بلدية أمضوا موثيق بيئية و22 مؤسسة عملت على تطوير نظام إدارة البيئة لنشاطها، أثبتت الجزائر أن جهود الاتصال المسؤول والمستدام يمكن أن يكون مبتكرا، غير مكلف وفعالا للغاية.(JODON,2017)

3. واقع التسيير المستدام للنفايات الصلبة الحضرية في الجزائر:

1.3 مفهوم النفايات:إنها: "أي مواد أو أشياء يتخلص منها صاحبها أو ينوي التخلص منها أو يكون مطلوبا منه التخلص منها ويمكن إنتاجها أثناء استخراج أو معالجة المواد الخام الى المنتجات وسيطة ونهائية أو أثناء استهلاك المنتجات النهائية أو غيرها من الأنشطة البشرية". (هيدالغو، 2018)

ووفقا للمادة 3 من القانون الجزائري رقم 10-19 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بإدارة وتسيير النفايات والتحكم فيها والتخلص منها " النفايات كل البقايا الناتجة عن عمليات الإنتاج أو التحويل أو الاستعمال وبصفة أعم كل مادة أو منتج وكل منقول يقوم المالك أو الحائز بالتخلص منه أو يلزم بالتخلص منه أو بإزالته".

2.3 كمية الانتاج الوطني للنفايات الحضرية الصلبة على مستوى الجزائر:

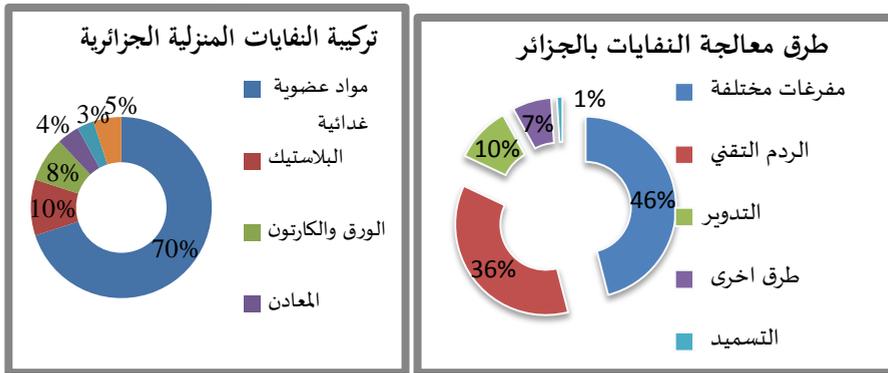
نتج الجزائر سنويا ما بين 10-12 مليون طن من النفايات، وحسب تقديرات الوزارة الوصية لعام 2005 من المتوقع أن يتجاوز 17 مليون طن سنويا في غضون 2030 بمعدل نمو يتجاوز 3% سنويا، في المقابل عملية الاسترجاع لا تزيد عن 5% (معطي الله و بوخدنة، 2014).

2.3 طرق معالجة النفايات الصلبة الحضرية: تختلف طرق إدارة النفايات من دولة لأخرى حسب إمكانياتها ومدى تحكمها في الجوانب التقنية، الاقتصادية والإدارية ومدى التزامها بمبادئ التنمية المستدامة وقبل شرح هذه العمليات؛ يعرف التسيير المستدام للنفايات الصلبة الحضرية أنه: " عملية التخلص والاستفادة من النفايات بكافة أنواعها وبأقل ضرر ممكن على صحة الإنسان والبيئة مع توفير الاعتمادات المالية لذلك." (صابر، 1998) ولتحقيق ذلك فهو يعتمد على الأساليب التالية:

- الرسكلة او إعادة تدوير النفايات كمادة أولية لإنتاج منتجات أخرى جديدة.
 - المعالجة العضوية او التسبيخ من أجل إنتاج سماد يستخدم في الزراعة.
 - الردم او الدفن التقني للنفايات كأخر مرحلة يتم دفنها في حفر مجهزة.
- اتخذت الجزائر من البرنامج الوطني لتسيير النفايات PROGDEM منهجا لإدارة النفايات والذي تم إنشاؤه وفقا للقانون رقم 01-19 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 ويهدف البرنامج الى:
- إنجاز وتطوير مخطط توجيهي لتسيير النفايات الصلبة الحضرية على مستوى البلديات
 - ترقية نشاطات إعادة تدوير واثمين النفايات الصلبة الحضرية
 - التحسيس ومشاركة المواطن في عملية التسيير لتفعيل قيم المواطنة البيئية. (فروحات، 2015-2016)
 - إغلاق وإعادة تهيئة المفارغ العشوائية فعلى سبيل المثال أحصت دراسة أجرتها الوزارة في 2007 21 مفرغة عشوائية تشغل مساحة 163 هكتار على مستوى ولاية وهران وبعد تجسيد البرنامج وانجاز مراكز الردم التقني ومحطات التحويل، تم تسجيل انخفاض كبير في عدد المفارغ العشوائية.
 - بناء مراكز الردم التقني واقتناء الموارد المادية: تم انجاز مراكز الردم التقني طبقا للقانون رقم 01-19 مع أخذ بعين الاعتبار دراسات الأثر على البيئة والصحة ووفقا للمعايير الدولية

فإن أساسيات مراكز الردم هي الوزن ومراقبة النفايات لضمان معالجتها عن طريق الردم أو الضغط COMPACTAGE ومعالجة الرواسب السائلة LIXIVIAT والغازية بوضع أجهزة لاسترجاع كالغاز الحيوي أو التخلص منها. (المجلس الشعبي الولائي، مارس 2018) وكحوصلة لما تقدم ذكره حول واقع تسيير المستدام لنفايات الصلبة الحضرية في الجزائر الشكل التالي يوضح جيدا تركيبة النفايات الصلبة الحضرية وطرق تسييرها حسب تقرير لدراسة أعدتها الوكالة الوطنية للنفايات AND لسنة 2014.

شكل2: خصوصيات تسيير النفايات الصلبة الحضرية في الجزائر



المصدر: Agence Nationale (des Des Dechet, 2014)

4. نماذج واساليب الاتصال التحسيس البيئي حول التسيير المستدام للنفايات بالجزائر:

1.4 الإعداد والتنظيم لمقاربة الاتصال والتحسيس البيئي لفواعل القطاع:

سياسة التعاقد: ركزت الإستراتيجية الوطنية ومخطط عملها للبيئية والتنمية المستدامة سنة 2002 على تفعيل الشراكة بين السياسات القطاعية (التربية، البيئة، الصناعة، الداخلية والجماعات المحلية، التكوين المهني... الخ) دون أن تستثني العمل الجمع ويودراج مؤشر التربية والتحسيس في برامجها

برامج التعاون بين القطاعات: تم إنشاء لجنة مشتركة بين وزارتي التربية الوطنية والبيئة. وكان الهدف منها وضع وتنفيذ برنامج لتعزيز التعليم البيئي في المناهج الدراسية وخلق أنشطة تكميلية من خلال النوادي الخضراء للمدارس وباقي المؤسسات الأساسية.

كما تعاونت وزارة الداخلية مع وزارة البيئة، لإعداد برنامج تكوين الفاعلين (منتخبين محليين، جمعيات، لجان أحياء) حول التحسيس واعداد أنشطة اتصالية تساهم في التسيير الحسن للنفايات وقامت أيضا وزارة الداخلية بإعداد وتنفيذ مخطط للمعلومات والتحسيس موجه للمواطنين والقطاع الصناعي. وحرصت على فاعلي القطاع وباقي الوزارات احترام وتنفيذ المبادئ التنظيمية / اللوائح والقوانين.

2.4 تحليل اساليب وأنشطة التحسيس والإتصال المعدة لفواعل القطاع في تسيير النفايات:

- نشاط الوكالة الوطنية للنفايات (l'AND): بدأت الوكالة الوطنية في تنفيذ نشاطات الاتصال ووضع حيز التنفيذ حملات التحسيس انطلاقا من سنة 2013 ، والجدول التالي يوضح انجازات الوكالة المحققة :

النشاط	نوع الحوامل الإتصالية	النتيجة
حي نظيف (الفرز الإنتقائي) مشروع تم إطلاقه في سنة 2013	حوامل الإتصال جد متنوعة تم إعدادها باللغتين لإخبار المواطنين بالفرز الانتقائي للنفايات باستخدام حاويات الفرز التنشيط في مواقع التواصل الإجتماعي وموقع الواب للوكالة	13 ولاية وصلت اليها بمعدل 21 حي 63000 شخص تم تحسيسهم 1900 ممتدرس تم تحسيسهم
مشروع بورصة النفايات تظاهرة بيئية لتثمين النفايات الصناعية	حامل A4 يوضح رسوم بسيطة باللغتين صفحة على الواب لمساعدة المشروع تنشيط عبر الشبكات الإجتماعية	المشروع لازال مستمرا أكثر من 140 مؤسسة صناعية عمومية وخاصة على المستوى الوطني إنخرطت في بورصة النفايات الصناعية
الإدارة تساهم في الإسترجاع : أطلقت وزارة للبيئة في ديسمبر 2013 من خلال الوكالة مشروع نموذجي يتعلق بالفرز ثم إسترجاع ورق مكاتب الإدارة	حوامل الإتصال المستعملة طيلة المشروع كانت سلل للفرز تحوي المسميات لمختلف النفايات باللغتين تنشيط عبر الفيسبوك ومواقع الواب	4000 موظف قاموا بفرز أوراقهم 10 وزارات شاركت في المشروع 80 طن من الورق تم استرجاعه 1600 شجرة تم حمايتها من القطع والاستعمال المحتمل

<p>تحسيس مهني القطاع والأعضاء في مشروع الوكالة تحسيس المواطنين والاطفال على مستوى العديد من المؤسسات التربوية انطلاقا في 13 ولاية</p>	<p>مختلف أنواع الحوامل الترويجية والتنشيط على مواقع التواصل الإجتماعي وموقع الواب المشاركة في المعارض والصالونات وتنظيم أيام دراسية حول تسيير النفايات</p>	<p>التحصيس حول التسيير المستدام للنفايات</p>
---	--	--

جدول 1: أنشطة وأعمال التحسيس المعدة من طرف الوكالة الوطنية للنفايات AND
المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على المقابلات ونشرات تعريفية بأعمال ومشاريع الوكالة

- نشاط المعهد الوطني للتكوين البيئي CNFE: المسؤول عن مراقبة وإنشاء النوادي الخضراء وتصميمها لأدوات التعليم البيداغوجية لجميع الاطوار التربوية بالإضافة تدريب 4000 متدربا في مجال إدارة النفايات من بينهم (مسيري الجماعات المحلية، أعوان تنفيذيين EPIC، أعوان نظافة) في إطار برنامج تطوير الولاية الأعلى حصة في إدارة النفايات بالشراكة مع وزارة تهيئة الاقليم والبيئة، كما تم القيام بمشروع تدريبي في ادارة النفايات من قبل المعهد الوطني للتكوينات البيئية بالشراكة مع وزارة التكوين المهني ونفس هذه الدورات التدريبية قدمت لمدرء التنفيذيين في الحماية المدنية.

تم تخصيص برنامج تدريبي للصحفين حول الادارة المتكاملة للنفايات تضمن رحلات تعليمية وخرجات بيداغوجية، كما يدعم قسم الإتصال والتحصيس الإيكولوجي للمعهد برامج البيئة في التلفزيون، والإذاعة المسموعة للأسف المعهد ليس لديه قسم سمعي بصري لإنتاج محتوى تحسيسي حول النفايات، لكن لديه قناة على اليوتوب، أيضا مشاركة الأخبار البيئية مع الصحافة اليومية، فالمعهد لا يمتلك نشرة إخبارية بسبب الإمكانيات ولكن لديه طموح بنشر مجلة متخصصة في التوعية البيئية والتعليم.

بالنظر الى هذه البيانات يبدو أن المعهد الوطني: يتمتع باستقلالية نسبية في نشر برامج التوعية والتدريب حول البيئة وإدارة النفايات أمرا إيجابيا من حيث التأثير على سلوك المواطن؛ لكن لا تزال المشاركة في أنشطة التدريب والتوعية هي الحلقة النهائية لتأثير على السلوك الإجتماعي.

يمتلك المعهد إطارات ذوي مهارات وكفاءات في إنشاء وتصميم حوامل إتصالية أحد الأمور الإيجابية اما الجانب السلبي عدم إستقلالية موارد المعهد وغياب رؤية إستراتيجية لتوسيعها.

- دار البيئة :كملاحق للمعهد الوطني لتكوينات البيئة مكلفة بوضع حيز التنفيذ المهمات المطلوبة في إطار الاستراتيجية والبرنامج الوطني لتسيير النفايات، تفتقد معظمها للوسائل وعدم تمكنها من تحقيق أنشطة التحسيس وأنشطة تسيير النوادي الخضراء على مستوى المؤسسات التربوية ، أما الحملات تنشط بصفة موسمية بمناسبة الأيام العالمية ، تصميمها وتنظيمها يفتقد للرؤية والقرب من المواطن ، بناؤها كان معد لتكون مؤسسات مكلمة للتربية البيئية لكن للأسف مجرد بناءات فارغة بدون مسيري أكفاء وبرامج سنوية محددة مسبقا وفي بعض الأحيان مازالت طور الإنجاز كدار البيئة لولاية وهران. (Guellal, 2017)

- أنشطة وزارة البيئة والطاقات المتجددة (المسمى الحالي) ومن ذلك:

1. قطار البيئة: والذي جال حوالي 23 ولاية ابتداء من سنة 2002 الى غاية 2006 وقد سجل مليون زائر تناول كافة المشاكل والقضايا البيئية شكل قطار دنيا حامل جيد لتحسيس والتربية البيئية وتلقي البرنامج التحسيسى قبول من قبل وسائل الإعلام ومختلف شرائح المواطنين

2. النوادي الخضراء: تم ادراجها في كل مؤسسة تربوية وهذا من أجل الحصول على ثقافة بيئية متكاملة وتربية مستدامة

3. مديرية البيئة: تعتبر مديرية البيئة هيئة غير مركزية تابعة لوزارة البيئة والتي تضمن تطبيق اللوائح البيئية بالتنسيق مع الهياكل الأخرى على المستوى المحلي تحت سلطة الوالي ووفقا لأنظمة المعمول تلتزم مديرية البيئة التزاما تاما بتنفيذ أهداف استراتيجية حماية البيئة في سياق التنمية المستدامة وبهذه الصفة تعمل على تصميم بالشراكة مع القطاعات المحلية كمؤسسات الصناعية الصغيرة، المجتمع المدني، المنظمات غير الحكومية مبادئ لاستراتيجية التحسيس حول النفايات والسعي لتنفيذها.

- نشاطات المجتمع المدني / الجمعيات: عملية التحسيس حول تسيير النفايات كانت

جد حافلة في جل التراب الوطني من ذلك:

- المواطنة البيئية بوهران: أكثر من 200 مدرب ومنشط سوسيو ثقافي تم تكوينه من

طرف منظمة R20^{Med}، حول موضوع تربية المواطنة البيئية على تقليل النفايات من المصدر

والفرز الانتقائى حيث سعى البرنامج تدريب المربين بتحسين الجمهور العريض بالأخص الأطفال حول أهمية الفرز الإنتقائى وأخذ هذه التجربة من الأحياء التى تبنت وشجعت الفرز الانتقائى إلى أحياء أخرى على مستوى الولاية

-التربية البيئية بالجزائر العاصمة: شاركت جمعية الأحرار TOUIZA بالعاصمة بمشاريع مختلفة وخصوصا برنامج التربية البيئية فى المدارس الإبتدائية والمتوسطات هذا البرنامج ثم الموافقة عليه خصيصا من طرف وزارة التربية الوطنية.

-مهرجان اسبوع الطفل بعنابة: من كل سنة جمعية الشهاب تنظم مهرجان "أسبوع الطفل العنابى" تشارك فيه دار البيئة للولاية ويدوم المهرجان 5 أيام متتالية حمل فى طياته برنامج حافل للتحسين حول مخاطر النفايات وتنظيف الشاطئ وحماية الساحل، المحافظة على الغابات تخللته خرجات بيداغوجية.

- أنشطة وسائل الإعلام : فى سنة 2013 جندت الاذاعة الوطنية الجزائرية من اجل حماية البيئة والتنمية المستدامة، وكانت الإنطلاقة الرسمية للأسبوع التحسينى للمسائل البيئية من مدينة قسنطينة وكان عنوان هذه المبادرة تسيير النفايات الحضرية. كما عمل التلفزيون الجزائرى على اعداد واخراج العديد من الحصص والبرامج البيئية ناهيك عن الأخبار الدورية بالشأن البيئى ومن ذلك برنامج "بيتنا" والذى عالج موضوع النفايات فى الجزائر، أما الصحافة المكتوبة كانت تقوم بدور المراقب للمشاكل البيئية والناقل للأخبار بما فى ذلك ملف النفايات.

- المؤسسة العمومية المكلفة بمراكز الردم التقنى للنفايات EPIC CET: اختارت الباحثة عينة من المؤسسات عبر التراب الوطنى لما توفر لدينا من معطيات ويمكن توضيح أساليب التحسين والاتصال فى الجدول التالى:

جدول 2: تقييم أساليب الاتصال والتحصين للمؤسسة العمومية لمراكز الردم التقنى

الولاية	Epic	الموقع	أساليب التحسين والاتصال المعتمدة
الجزائر العاصمة	CET- GECETAL	حامسي	-أنشطة التحسين عن طريق استقبال وتنظيم زيارات استطلاعية للموقع -حملات التحسين عى مستوى المدارس حول تامين النفايات المنزلية -المشاركة فى الأيام الإحتفالية (عيد الإستقلال، اليوم العالى للبيئة...)

<p>-تنشيط المؤتمرات حول تسيير النفايات في المراكز الثقافية ودور الشباب -حضور دائم عبر الشبكات الفايبريوك وغياب لمواقع الواب</p>			
<p>-منادات جميع المؤسسات الإقتصادية والتربوية وأي شخص يريد جمع الأوراق، الكرتون، البلاستيك، تحت شعار الإشراف للاسترجاع -ايام اعلامية تحسيسية منظمة على مستوى مراكز التكوين المهني، الجامعات، المؤسسات الصحية، والمؤسسات التربوية لتحسيس حول الفرز الإنتقائي للنفايات -وضع سبل للفرز الإنتقائي في المؤسسات التربوية والاحياء النموذجية في إطار مشروع تربية المواطنة البيئية -عمليات تطوعية لتنظيف الأحياء والغابات بالتعاون مع الجمعيات -المشاركة في المعارض والصالونات الوطنية تنظيم خرجات وزيارات ميدانية لفائدة الأطفال المتمدرسين والشباب المتطوع -تظاهرات صيفية تثقيفية لفائدة العائلات الوهرانية لتحسيس حول تقليل النفايات من المصدر والفرز الانتقائي -حضور دائم ومنتظم عبر الفايبريوك وغياب لمواقع الواب</p>	<p>حاسي بونيف + المركز الحضري بالمدينة الجديدة</p>	<p>CET</p>	<p>وهران</p>

المصدر: اعداد الباحثينوبالاعتماد على تقرير (Guellal, 2017)

5. خاتمة:

تعرفنا في المحور الأول من الدراسة على كل من مفهوم الاتصال والتحسيس البيئي، تكاملية العلاقة بين الاتصال والتنمية المستدامة، وتجربة الجزائر في ذلك كما تناولنا في المحور الثاني واقع تسيير النفايات بالجزائر وكذلك أساليب التسيير وبرامج الاتصال والتحسيس البيئي لإنجاح برنامج تسيير النفايات الحضرية أما في المحور الثالث قمنا بتحليل وتقييم اساليب وأنشطة التحسيس والإتصال لفواعل القطاع في تسيير النفايات بالجزائر استنتجنا من خلالها: أن الأنشطة الاتصالية وبرامج التحسيس كانت تصب في التثقيف والتوعية حول أثر النفايات أيضا تأسيس تربية بيئية مستدامة للحصول على مواطنة بيئية واستمرار التكوين والتدريب لفاعلي القطاع والاقبال المتزايد على تخصص مهن الاقتصاد الأخضر.

لكن لا تزال الجزائر متأخرة في مجال تسيير النفايات بسبب تغيب أليات المسالة والشفافية والمشاركة كمبادئ مهمة للحوكمة البيئية في إطار التعاون بين الفاعلين و الجهود مازالت ضئيلة لتشجيع ثقافة الفرز بين المواطنين وتحفيزهم كآزمة سلوك ووعي بقضايا البيئة وإدارة النفايات. ويمكن أن نورد الاقتراحات فيما يلي:

- تضمين فصول أو مواد خاصة بأهمية الفرز وتثمين النفايات في مناهج التعليم الاساسي والجامعي مربوطة بالتحديث المستمر لواقع تسيير النفايات في الجزائر.

- دعم قدرات المجتمع المدني مع ضمان رفع مستوى مسؤولياته في مجال البيئة والتنمية المستدامة والاهتمام أكثر بفضاء التطوع في الجزائر.

- تعميم التكوين في مجال الإقتصاد الأخضر خاصة قطاع تسيير النفايات والذي يحمل معه فرصة حقيقة لاعادة هيكلة الإقتصاد الجزائري وخلق فرص للشغل وتحسين عروض التدريب والتكوين للمستهدفين (ادرات، جماعات محلية، مجتمع مدني...الخ) من أجل إكتساب خبرات ومعارف عالمية في مجال الادارة المتكاملة لتسيير النفايات والاتصال المؤسساتي.

- تقوية العمليات التشاركية والمُسألة بين الجماعات المحلية وباقي الفاعلين في مجال البيئة وخاصة تسيير النفايات الحضرية الصلبة والترويج لدور العملياتي للجنة المتابعة للفرز الإنتقائي الولائية.

- توحيد جهود كل من الوكالة الوطنية للنفايات والمعهد الوطني لتكوين البيئي حيث تلعب دور مهم في التأسيس والتربية البيئية.

- الضرورة لوضع استراتيجية وطنية للاتصال والتأسيس البيئي خاصة بالنفايات وبرنامج عمل يراعي الاوضاع المحلية لكل ولاية عبر التراب الوطني.

6. قائمة المراجع :

1. خالد مصطفى فهم، الجوانب القانونية لحماية البيئة من التلوث ، (الإسكندرية:2011، درا الفكر الجامعي)ص35.
2. محمد صابر، اساليب مواجهة التحديات البيئية في العالم العربي، (مصر:1998، المركز القومي للبحوث)ص40 .
3. UNEP, Communique sure le développement durable – comment produit des campagnes publiques efficaces (PNUE:2005),p28-29

4. خير الدين معطي الله ،آمنة بوخدنة، الإستهلاك المستدام- التحديات والسياسات المرتبطة به في الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، العدد 42،2014،ص30-31 .
5. فروحات حدة، التسيير المستدام للنفايات الصلبة الحضرية في الجزائر "دراسة حالة مركز الردم التقني بورقلة، اطروحة دكتوراه منشورة ، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة قصدي مرباح ورقلة،2015-2016،ص203-205
6. مانويل بيدالغو، تحقيق الإيرادات والتنمية الإقتصادية من إدارة النفايات ، مجلة بيئة المدن الإلكترونية، العدد 19،2018،ص40.
7. نسيم مسعودان، دليله غروبة، الإعلام ودور التثقيف البيئي في الجزائر، مجلة العلوم الإسلامية ، العدد11، 2015، ص264.
8. نسيم مسعودان، دليله غروبة، واقع الإتصال البيئي في الجزائر- المعهد الوطني للتكوينات البيئية أنموذجا، حوليات جامعة قلمة للعلوم الإجتماعية والإنسانية، العدد 18،2016،ص435.
9. Tommy Jodon, communication responsable et principes connexes recommandations a Hydro-Québec. CENTRE Universitaire DE FORMATION EN ENVIRONNEMENT ET DEVELOPPEMENT DURABLE .UNIVERSITE DE SHERBROOKE, 2017, P39
10. تقرير المجلس الشعبي الولائي لولاية وهران، من إنجاز لجنة الصحة النظافة وحماية البيئة، جمع وتسيير النفايات المنزلية والطبية دورة مارس2018،ص15-16
11. Guellal Nawel Hafid, Etude sur la Stratégie Nationale et Plan d'Actions de la Gestion Intégrée et de la Valorisation des Déchets a l'Horizon 2035-2017. MEER, P13
12. Agence Nationale Des dechet, Caracterisation DAM -2014,p11.

تطبيق مقارنة التنمية التشاركية: مدخل في الديمقراطية الرقمية

Application of participatory development-approach: preface in E-DEMOCRACY

رضوان مجادي

طالب دكتوراه (إشراف الدكتور سعدي الشيخ)

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعيدة

aeckmedjadi66@gmail.com

تاريخ النشر : 2020/09/02

تاريخ القبول: 2020/05/17

تاريخ الاستلام: 2019/01/21

ملخص:

نسعى من خلال ورقتنا البحثية إلى الدنو من مقارنة التنمية التشاركية ومجالات تشغيلها وتطبيقها في ظل الديمقراطية الرقمية، لاسيما البحث عن مدى تكريس مناخ تساهمي وتمكين الفواعل المجتمعية والاقتصادية من المشاركة في الحياة التنموية داخل فضاء عمومي رقمي. وتعالج الورقة مجموع الإمكانيات التي تتيحها الديمقراطية الرقمية ومحاولاتها في دمج النمط التشاركي في مجال الإدارة والتنمية، كما نطرح جملة من الآليات والديناميكيات التي تساعد على تعميق الثقافة الرقمية والتنمية التشاركية.

الكلمات المفتاحية: الديمقراطية الرقمية، التنمية التشاركية؛ المشاركة؛ المواطنين؛ الحكومة.

Abstract:

The preferred development approaches in the field of technology and digital science, is the E-democracy paradigm, which the building of its intellectual logic of E-government, in which based on the climate of contributory within the E-Public space. In addition, the offered by e-democracy so attempt to integrate the citizen or society in order to achieve the participatory approach, particularly; when development planning is based on technological mechanisms to promote approach in sphere of public policy making, which depends on digital communication and dialogue channels, in the field of E-culture while should be strength it.

Keywords: e-democracy; participatory development; participation; citizens; government.

مقدمة:

تهتدي المجتمعات المعاصرة إلى الاعتماد على تدفقات العولمة بشكل رهيب، واستغلالها كأسلوب رقمي جديد يساعد على ضمان أكبر قدر من استخدام الوسائل والأدوات التكنولوجية المختلفة، وهو ما صاحب التطورات الحاصلة مع مفهوم الديمقراطية وتحولاتها الفكرية من النمط التقليدي إلى الصورة الرقمية، حيث تقتضي فلسفة التنمية الجديدة إلى تكييف معطيات تجسيدها وفقا لآليات تكنولوجية أملتها مضامين الديمقراطية الرقمية، وهو ما يتجسد من خلال استراتيجيات فعالة تؤمن بجدارة الفضاء الرقمي أو الإلكتروني، تهدف إلى تقليص الفجوة، ومساعدة المواطنين على التفاعل عبر قنوات حوار إلكتروني، وتشارك مباشر مع السياسيين والإداريين في السلطة والإدارة العمومية، إضافة إلى تعزيز ما يعرف بالمشاركة الإلكترونية في رسم توجهات ومسارات المشاريع والبرامج، بالشكل الذي يكفل ترقية آلية الديمقراطية الرقمية في تفعيل التنمية التشاركية.

تنطلق هذه الدراسة البحثية من إشكالية رئيسية، تركز على دراسة موضوع التنمية التشاركية؛ نصيها في مقارنة الديمقراطية الرقمية كسبيل لتطوير آليات المشاركة الشعبية والتشاركية في فضاء رقمي، من خلال البحث عن الآليات الكفيلة بتطبيقها وتفعيل الإدماج والإشراك السياسي والاجتماعي والاقتصادي، دعما لفكرة التسيير الجماعي الرقمي والإلكتروني للشؤون العامة والمشاريع التنموية. إذن، فما هي الثوابت التي تنطلق منها الديمقراطية الرقمية، ومجالات استخدامها لتفعيل آليات التنمية التشاركية؟

تكمن أهمية الموضوع في أن الديمقراطية الرقمية تعتبر من إفرانات العولمة، وأضحت ضرورة وحتمية مؤكدة في الحياة العامة، وبموجبها استنارت الممارسات والعمليات الإدارية والتنموية بفضل استخدامات وسائل الاتصال والتكنولوجيات المتعددة، بما يسمح من تحقيق الوصلة الاجتماعية والسياسية، لا سيما فيما يخص استثمارها في مجال التنمية من خلال تفعيل آليات التشاركية عبر وسائط وقنوات إلكترونية.

يبقى الهدف من هذا الطرح هو محاولة تقديم رؤية معرفية ونظرية عن الديمقراطية الرقمية في أدبيات الدراسة ودورها في تفعيل الآليات التشاركية التي تقوم على إشراك المواطن والمجتمع في تفعيل التنمية وفق قواعد استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مع

ضمان أدنى حد من الأمن الإلكتروني (السيبراني) لحماية المنظومة وقواعد البيانات الرقمية لأجندة الحكومات من جهة، وإيضاح أهم المقومات الواجب توافرها في استخدامات الديمقراطية الرقمية وإلحاقها بعملية إدماج وتفعيل الآليات التشاركية.

من خلال ما سبق سنعرج على أهم محطات الدراسة التي ستحاول الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ماذا نقصد بالديمقراطية الرقمية ومقاربة التنمية التشاركية؟
- 2- ما هي معالم الربط بين الديمقراطية الرقمية والمقاربة التشاركية؟
- 3- فيم تكمن أهم المقومات والآليات في تطبيق مقارنة التنمية التشاركية الرقمية؟

وللإجابة على هذه الأسئلة، وانطلاقاً من معالجة جوانب إشكالية الدراسة سنركز بالأساس على التحليل الوصفي للمقاربة محل البحث، من خلال الكشف عن مواطن تطبيقها حتى يتشكل فضاء رقمية يثير النقاش العمومي في القضايا العامة، إذ تتوزع هيكلية البحث في هذا المقام على المحاور الآتية بالترتيب.

المحور الأول: إيتيمولوجية التنمية التشاركية والديمقراطية الرقمية

تعتبر مقارنة الديمقراطية الرقمية معطى حيويًا وعنصرًا أساسيًا في ترسيخ معالم التنمية التشاركية، إذ أنها تلعب دوراً مهماً في إحداث التوازنات السياسية الاجتماعية والاقتصادية في دول العالم، وبالتالي فإن إدماجها يحدث التغيير في عملية البناء التنموي التشاركي. من الناحية العملية يمثل هذا التوجه العالمي الجديد عاملاً إيجابياً في تحديد خارطة الديمقراطية والسياسية، وتفعيل مشروع بناء الحكومة والإدارة بالمفهوم المعاصر (الحكومة الإلكترونية)، حيث أنه ومنذ مطلع القرن العشرين 20؛ كانت الحكومة الإلكترونية واحدة من تفضيل التقييمات المقارنة في السياسات والأعمال الحكومية، ومدى ترقيتها لعنصري التمكين والتوفير الرقمي في المشاركة الواسعة للشركاء الاجتماعيين والاقتصاديين.

1- مدلول التنمية التشاركية

المقاربة التشاركية في مفهومها العام: "أنها تشتمل على المناهج التي تحرر الجماعات مثيرة بذلك مكتسبات التصور والفهم والإحساس لحيازة المشاريع التنموية المؤدية إلى التغيرات

الدائمة وأن هذه المناهج متوجهة نحو الأشخاص لتحقيق المزيد من احترام الكرامة الإنسانية وتحسين شروط الحياة اللائقة بحيث أن تطبيقها العقلاني سيؤدي إلى التكليف وقبول المسؤولية والإصلاحات المقترحة"¹، حيث تشكل المقاربة التشاركية مفهوما جديدا لتخطيط التنمية واستدامة المشاريع والبرامج التنموية.

كما يركز تعريف التقرير الذي قدمه أصحاب المبادرة الوطنية للتنمية البشرية المغربية على مؤشرات الحوكمة والرشادة في الحكم والتسيير، والتشاركية بمفهوم هذا التقرير تقوم على أن كل تنمية تتوجه مباشرة للمواطن لتحقيق شروط حياة مفعمة بالكرامة والاحترام؛ من جهته يعرف التقرير الوطني للتنمية البشرية للملكة المغربية المقاربة التشاركية بمفهومها العام على أنها تحدد منهجية التنمية في مسار يكون فيها المواطنون هم المستفيدون من التنمية؛ لهم دور محدد في عمليات التصور والتنفيذ لبرامج التنمية²، ويعد هذا التقرير واحد من النشاطات لبرنامج التنمية البشرية المستدامة والمنفذ من طرف وزارة الاقتصاد والتخطيط المغربية بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، حيث يذهب التقرير في تقديم شروح إضافية عن يقصد بلفظة المشاركة فيشير إلى 3 حالات هي:

- المشاركة تكون من طرف المواطنين على شكل أدوات ومساهمات مالية؛
- المشاركة تكون في أنشطة تنموية مختارة من طرف المواطنين؛
- المشاركة تكون على شكل تقديم أفكار وتصورات تنموية مع تنفيذها.

أما التقرير العالمي للتنمية البشرية لسنة 1993 المنشور من قبل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي فيشير إلى أن مصطلح المشاركة ليس بالمصطلح الجديد، فقد ظهر ضمن مصطلحات التنمية لسنوات الستينات من القرن الماضي، واستخدم فقط ليشير إلى دور المواطن في المشاريع الخاصة، أما جديد المصطلح الذي يقدم في هذا التقرير هو اعتبار المشاركة كاستراتيجية شاملة للتنمية تتمحور حول الدور الأساسي الذي يجب أن يلعبه المواطنون في كل مناحي حياتهم³، حيث يتبين من خلال قراءة ما سبق، مدى الأهمية في إشراك جميع الفعاليات المحلية في مجال تدبير التنمية، بتعاون الجهود من خلال المقاربات التنموية الجماعية من عدة جوانب تمثل في مؤسسات حكومية رسمية والعنصر الأكبر والمعني في المقاربة ألا وهو المواطن⁴.

ويقصد بالتنمية التشاركية على أنها: "مساهمة أفراد الوحدة المجتمعية والسياسية على مختلف الأصعدة الفكرية والاقتصادية والمالية ...، بإرادتهم وفي حدود معتقداتهم وتوجهاتهم الدينية والثقافية، من أجل إنجاز وتحقيق مشاريع تنموية، تعود بالفائدة عليهم وعلى بيئتهم التي يعيشون فيها".⁵ انطلاقاً من هذا التعريف البسيط لا تنحصر التنمية في كونها عمليات أحادية المسار والمدار، أو هي جهود حكومية تضطلع بتقديم الخدمات لتلبية احتياجات المواطنين والأفراد، بقدر ما هي دائرة عمل وفعل تنموي تستند على قواعد التفاعلية والتبادل الاجتماعي والسياسي، يتقاسم من خلاله أطراف التنمية الأدوار والوظائف، لتصبح مشاركتهم في إدارة التنمية أمر تلقائي يفرض وجوده بالتعلم والطوعية.

إن الديمقراطية التشاركية والتنمية على علاقة من الترابط الوظيفي، إذ تعني: "مجموعة الإجراءات والآليات التي تهدف إلى استيعاب جميع القوى السياسية الرسمية وغير الرسمية وتوسيع وتنظيم إطار مشاركتها في ظل ما يعرف بالحكومة المفتوحة Open government"، فالنشاط السياسي والاجتماعي والنفسي للمواطن من خلال تنمية مهاراته وقدراته في المشاركة ووضع القوانين ورسم السياسات.⁶

كما أن رسوخ ثقافة التشاركية في الأعمال التنموية هو محصلة جهود تفاعلية تقوم بين فواعل رئيسية رسمية وغير رسمية، حيث يتحدد ذلك من خلال ما يلي:⁷

- توزيع العمل التنموي على جميع الفواعل في التنمية؛
- تعدد فرص المشاركة في الأعمال التنموية المختلفة؛
- وجود رسالة محددة للمؤسسات والهيكل المساهمة في دعم المشروع التنموي؛
- ضرورة توفير آليات تشاركية في التنمية الشاملة والمستدامة.

2- مدلول الديمقراطية الرقمية

يمكن تعريف الديمقراطية الرقمية بأبسط المعاني على أنه: "العملية المنظمة والمخططة منهجياً في توظيف أدوات تكنولوجيا وتحليل وتداول كل المعلومات والبيانات والمعارف المتعلقة بممارسة قيم الديمقراطية وآلياتها المختلفة، بغض النظر عن الديمقراطية وقالها الفكري ومدى انتشارها وسلامة مقصدها وفعاليتها في تحقيق أهدافها"،⁸ والديمقراطية الرقمية لا تتوقف جذورها عند ما هو سياسي أو اجتماعي واقتصادي وعقائدي وقيمي وحسب، بل هي

تتعدى ذلك إلى ما هو تكنولوجي، ومن ثم فظاهرة الديمقراطية الرقمية لم يصفها ويتعامل معها علماء السياسة والإدارة فقط، بل هي ظاهرة يشارك فيها علماء وباحثين في الميادين الرقمية والشبكات المعلوماتية ومجالات التكنولوجيا والاتصالات. لذلك تعتبر ضرورة عصرية ومتطورة تدعو إلى نشر الديمقراطية واعتماد آلياتها في شتى الميادين، وعلى رأسها المشاركة وحرية التعبير، وهي بؤرة التشارك الإلكتروني بين الجمهور لتصميم وتنفيذ وتقييم السياسات والخدمات، وكذلك المشاركة في صناعة القرار لجعل الإدارة الحكومية تسير وفق نمط تشاركي وتعاوني شامل من أجل تحقيق رضا المتعاملين وسعادة المجتمع.⁹

تتجلى ممارسات الديمقراطية الرقمية، خصوصا في البلدان المتطورة في أربعة أبعاد ومستويات، يمكن ذكرها على سبيل الإيجاز فيما يلي:¹⁰

1- الاقتراع والاستفتاء الرقمي: وهو مظهر نجده في تجربة الولايات المتحدة الأمريكية، وتكون سهلة التطبيق والتوظيف من قبل المواطنين دون الحاجة لعناء التنقل إلى المؤسسات الحكومية؛

2- التفاعل السياسي إلكترونيًا: حيث يشجع نشر أجنداث العمل السياسي والجمعي والاقتصادي للقوى الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المختلفة، حيث ينهى مضمون التجمع الشعبي الرقمي أو الإلكتروني وما يسفر عنه من نشاطات جماعية وتشاركية؛

3- المشاركة الرقمية: حيث يتم استطلاع رأي الشعب إلكترونيًا حول المسائل المتعلقة بالشأن العام والمصلحة العمومية، سيما نشر الأعمال الحكومية قبل ترسيمها من أجل أخذ القرار التنموي الجماعي؛

تتجلى علاقة مقارنة التنمية التشاركية بالديمقراطية الرقمية في خلق قنوات ومواقع شبكية إلكترونية، يتفاعل على مستواها تحقيقا للتواصل والحوار والنقاش الرقمي مع المؤسسات الحكومية، في ظل الديمقراطية الرقمية سيُشجع فواعل المجتمع على الانغماس في عالم الرقميات،¹¹ مع تجسيد الحكومة الإلكترونية والتوسع في تفعيل الأسس الديمقراطية في العلاقات بين الحكومة والمواطنين.¹²

يستلزم في المشاركة الرقمية لصنع القرار من خلال آليات تستمد وحيا من تكنولوجيات المعلومات والاتصال وتحقيق الشراكة الرقمية بين الأجهزة الحكومية ومنظمات المجتمع المدني

والقطاع الخاص،¹³ ولهذا طرح مقارنة الرقمنة كسبيل جديد لكسر حواجز المشاركة الشعبية والمساهمة كوحدة متضامنة في حل المشاكل المجتمعية والاقتصادية.¹⁴

إن الانترنت أصبحت بمثابة حاضنة لكل التجارب التنموية، حيث أضحى المواطن عنصرا فاعلا في قلب التنمية التشاركية، فالمقاربات الديمقراطية الحديثة تركز عليه كونه المساهم بفاعلية في تأسيس الفعل الديمقراطي والتنموي، وتطوير الممارسة السياسية والاقتصادية، وفي ظل تعاظم مهام الوسائل التكنولوجية فهي تكرر دور المواطن في تمثيلات العملية التنموية، وهو الطرح الذي يؤديه "أنتوني جيدنز"،¹⁵ حيث يذهب إلى تأكيد محورية الدور الذي تلعبه تقنيات الاتصال في افتتاح الفرصة لتوسيع نطاق تداول المعلومات السياسية مما يعطيها أبعادا جديدة في عملية الانتقال الديمقراطي، وبالتالي زيادة الدعم لعملية التنمية.

المحور الثاني: المجال الرقمي والتشاركية في التنمية

إن التحول التنموي والديمقراطي بكل معانيه الاجتماعية ومضامينه السياسية والاقتصادية يستوجب تبسيط الإجراءات الإدارية وحوكمة العلاقات التفاعلية ووجود الشفافية، الأمر الذي دفع إلى إيجاد صيغة جديدة وتبني استراتيجيات العصرية وتطوير الإدارة الحكومية للاستعانة بالديمقراطية الرقمية التي من شأنها ترقية المشاركة الفعالة من منطلق التخطيط والتسيير الرقمي، كما تحقق العديد من المزايا على مستوى علاقة الدولة بالمجتمع، بحيث تصب في ميزان المصلحة العامة.

1- ديناميكية الديمقراطية الرقمية في ترسيخ التنمية التشاركية

إن الرغبة والإرادة السياسية التي تصاحب هذا التوجه، تأتي جزئيا من الاعتقاد أن التكنولوجيا الحديثة تحول الشكل السلمي الغالب في الحكومة إلى الشكل النشط الإيجابي والتفاعلي مع المواطنين ومؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص وتقريبهم من دوائر اتخاذ القرارات عن طريق قنوات وبوابات رقمية، وأن انتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصالات وتزايد استخداماتها ساهم في مساندة ترشيد الخدمات الحكومية.

انطلاقا من الفناعة الهادفة إلى تحقيق أهداف التنمية والرقى الحضاري اللذين تتطلع إليهما الشعوب في العالم، وأن السبيل الأهم هو إقامة مجتمع المعرفة وتضافر جهود المؤسسات المجتمعية والاقتصادية حتى تبني ثقافة متطورة قوامها الانفتاح والاستفادة من تكنولوجيا

العصر، والتحول إلى مجتمع برؤية جديدة يهدف إلى علاج مشكلاته وتعزيز المشاركة الإيجابية من جميع شرائح المجتمع وقطاعاته المختلفة والارتقاء نحو مجتمع رقمي يعي أساليب المشاركة الإلكترونية في دواليب التنمية.

المؤشرات الدالة على انتشار الديمقراطية الرقمية التشاركية يرتهن بمدى القبول الشعبي بجودة أداء الحكومة الإلكترونية بالنظر إلى ارتياحهم وكسبهم الثقة لتعميق التشاركية إلكترونيا وبروح الرقي والتحضر بعيدا عن الانغلاق الفكري لدى المواطنين والحكام، كما تتحكم شريحة كبيرة من الشعوب والمواطنين في التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال، وهذه التقنيات لها خصائص مشتركة تسهل عملية الاتصال وتجعل المعلومات المفيدة والمهمة في مجال التنمية تنتشر بسرعة بفضل المزايا التي تقدمها الديمقراطية الرقمية، دون استدعاء جميع المشاركين والفواعل في مكان واحد، وهو ما يتطلب نوعا من مستوى التحكم العالي والتوظيف المناسب لهذه التقنيات واستغلالها لتغليب المشاركة الرقمية في تخطيط وصياغة الخطط التنموية.¹⁶

في سياق علاقة المواطن بالحكومة، لاسيما البحث في التنمية والديمقراطية الرقمية، قد أجريت العديد من الدراسات حول استخدام المواطنين للقنوات والفضاء الرقمي، وهي تشير كلها مجتمعة إلى تزايد شعبية التأثيرات الرقمية على حساب استخدام القنوات التقليدية (المكتوبة)،¹⁷ وهو مؤشر يدل على ديمقراطية ورقمنة وسائل إدارة التنمية، وترقية القيم التكنولوجية بما يضيف عليه الفعالية عن طريق وسائل الاتصال الرقمية المتعددة.¹⁸

هذا وتعمل الديمقراطية الرقمية على توفير قاعدة من الإمكانيات الضرورية التي تعزز الشراكة بين القطاعين العام والخاص¹⁹، ويكمن هدفها في جذب واستقطاب مؤسسات القطاع الخاص من خلال توفير بوابات إلكترونية e-portal، تعمل على تعميق التبادل في البيانات والمعلومات، وخلق فضاء تشاوري وتشاركي يهدف إلى خلق سياسة تنموية جماعية²⁰، وهي بذلك تهدف إلى إضفاء الطابع الاجتماعي للسياسات من خلال إعطاء دور جديد لمؤسسات المجتمع المدني في الرأي العام على مستوى الفضاء الرقمي في إطار تعزيز وتطوير نموذج السياسات العامة، وكذا المساهمة في إضفاء الشفافية والوضوح، وفتح طرق وقنوات جديدة للاتصال بين الإدارة وبين المواطنين وتحسين العلاقة بينهما،²¹ ومن ثم توجه بنفس الإجراءات إلى بوابات المؤسسات الحكومية إلكترونيا، وتتمثل إحدى إيجابياتها في زيادة فرص الوصول إلى شرائح

المجتمع لفهم احتياجاتهم، وتحديد أولوياتهم من التنمية فيما يتعلق بالسياسات العامة والخدمات، ومن ثم العمل على إشراكهم لتقييم وتقويم الخدمات المقدمة لهم.

2- الديمقراطية الرقمية والتنمية التشاركية: بحث في السبل وآليات التفعيل

وفقا لمقاربة الديمقراطية الرقمية، فإنه وفي ظل انفتاح الدولة على المجتمع، بات من الضروري البحث عن أرضية جديدة تسير توسع وتدفع العولمة، تقوم على مبادئ وآليات عمل مشتركة ومتكاملة، عوض علاقات التوتر والتنافر، التي أثرت سلبا على مسيرة التنمية التقليدية، ويمكن تحديد هذه المبادئ والآليات من خلال إرساء ثقافة الشأن العام الرقمي على نطاق واسع من المجهود والتفاعل الإيجابي في مناقشة القضايا التنموية؛ تجسيد المكاشفة والمحاسبة والشفافية، وتعزيز الرقابة الشعبية التي تسمح بإزالة الغموض والإبهام حول إدارة التنمية الشاملة؛ تنمية وتوسيع فضاءات الحوار والتشاور الرقمي حول المشاريع التنموية المشتركة للمواطنين.²²

يتضح من خلال مبادئ وأسس الديمقراطية الرقمية أن أهميتها تكمن في محاولة الخروج برؤية استراتيجية واضحة المعالم من أجل الانطلاق بخطى ثابتة نحو تطوير نظم الحكم؛ أساليب التنمية والشؤون العامة، وإيجاد علاقة جديدة بين المواطنين والحكومة في إدارة شؤونها من خلال المكونات الثلاث الأساسية:²³

✓ عملية جمع المعلومات كأساس لتطوير السياسات ونشرها بين المواطنين عن نتائج المشاورات في السياسات؛ وفيها تستخدم تقنيات العصر الحديثة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال؛

✓ استخدام نظم المعلومات الرقمية لتسهيل عملية المشاركة والتحاور لإعداد وتحديد الأولويات والتوجهات الاستراتيجية للدولة؛ هنا تتجاوز الحكومة مرحلة تزويد الجمهور بالمعلومات والتحول إلى مرحلة التشارك والتفاعل وطرح الاستشارات حول كيفية صنع وتطوير السياسات العامة والخدمات، ومن ثم العمل على صنع القرارات إلكترونيا باعتبارها أعلى مراحل النضج في الفضاء العمومي.

قد تؤدي هذه الأدوات والأساليب في مجملها إلى الاندماج في فضاء رقمي جديد يمارس فيه المواطن حريته للتعبير عن آرائه وتحديد خياراته التنموية، مما أحدث ثورة في مجال التنمية،

لأنها للمساهمات والأصوات الشعبية المتعددة بأن توجه مشاريعها بما تقتضيه الحاجة،²⁴ ويمكن أن نرسم أهم المبادئ التي وجب مراعاتها لإنجاح المشاركة فيما يلي:

أ- على مستوى البيئة السياسية والقانونية: قد تواجه تطبيقات الديمقراطية الرقمية والمعاملات التشاركية اصطداما مع المحددات السياسية والقانونية المختلفة، لذلك تستحدث القوانين والتشريعات الوطنية لإضافة الشرعية والقبول للوثائق والبيانات والمعلومات، مع ضرورة تأطير الديمقراطية التشاركية وربطها مع الحكومة الإلكترونية في شكل قوالب تشريعية.

ب- على مستوى نظم المعلومات: عمليات التحول والتطوير في النظم المعلوماتية هي أهم المراحل لتوفير نظام معلومات وبوابة إلكترونية-رقمية، تسمح للمواطنين ومؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص الولوج إليها والتحرر للمعلومات من أجل اكتمال عنصري الشفافية والرقابة على الأعمال وبرامج التنمية، مع توفير وسائل إلكترونية تمكن من ملئ نماذج مقترحات وتوصيات تقدم كبداية للحكومة في اتخاذ القرارات التنموية المناسبة، حيث يبقى التأسيس لبوابة إلكترونية للحكومة من بين الخطوات الهامة.²⁵

ت- على الموارد البشرية: لما نتحدث عن دور المشاركة الرقمية أو الإلكترونية فلا يعني إغفال تنمية المورد البشري، وهذا باعتباره المتغير الرئيسي لإنجاح عملية التنمية على مستوى نظم المعلوماتية والاتصال، لذلك يبقى تدريب المواطنين وترقية قدرات المجتمع المدني والقطاع الخاص، وإصلاح نظمهما الداخلية وفق متطلبات الديمقراطية الرقمية لهو من العوامل المتحكمة في تكريس النقاش العمومي والحوار الإلكتروني، حيث لن تعرف الإصلاحات السياسية والإدارية جدواها من التنمية، ما لم يؤخذ في الحسبان تنمية ثقافة المواطن ووعيه بأهمية المشاركة الرقمية كأداة جديدة في التغيير والتنمية الشاملة.

ومن بين آليات الديمقراطية الرقمية في تفعيل مظاهر المشاركة الإلكترونية في عمليات اتخاذ القرارات التنموية ما يلي:

- توسيع دائرة المشاركة من خلال استطلاع إلكتروني للرأي العام حول القضايا المطروحة واعتماد إجراءات الاستفتاءات الإلكترونية، مدونات ومنتديات النقاش العمومي؛

- اعتماد نظام المواقع والصفحات الإلكترونية عند كل مؤسسة عامة أو خاصة، حكومية أو غير حكومية حتى ينتقل الحس التشاركي إلى مجال واسع؛
 - اعتماد نظام الإشعارات الإلكترونية المتعلقة بالإصلاحات السياسية والإدارية والاقتصادية الجديدة مع ضمان وصول المعلومة إلى الطرف الآخر من أجل دفع الفواعل إلى التحرك والمشاركة في إبداء وطرح الاقتراحات والبدائل في سياق بلورة وصناعة السياسة العامة:²⁶
 - ترقية الصحافة الرقمية وتطبيق برامج واستراتيجيات الحكومة في نشر الخبر والحدث والشأن العام رقمياً، فنحن أمام قيم مجتمع الديمقراطية الرقمية؛
 - تبني استراتيجية حسن الاستجابة للمطالب المجتمعية عن طريق خلق نظام ترتيب الأولويات الإلكترونية والرقمي؛
 - اعتماد آلية المواطن للمشروع الرقمي والحكومة للمواطن من خلال تشجيع المبادرات الطوعية؛
 - الاستثمار في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي كمطلب جديد يهدف إلى تنمية المجتمع وتنوعيته حول القضايا السياسية والاقتصادية، وتشجيعه على الممارسة التقييمية للسياسات التي تهم مصلحته العامة، ويتعين على الحكومة أو إدارة التنمية وضع إجراءات رقابية وردعية من أجل حجب التصرفات الغير اللائقة في الحوار والنقاش العمومي.
- بفضل الديمقراطية الرقمية اهتدت الإدارات العمومية والحكومات إلى تطبيق آليات إلكترونية والاستئناس بقنوات رقمية تمكن من تفعيل النقاش العمومي في صورة وحلة أكثر عصراً، حيث يتم التغيير في أدوات ووسائل إدارة التنمية،²⁷ وتنمية الثقافة بما يضمن التطبيق السليم للديمقراطية الرقمية في جو يسوده التعاون والتشارك والمساهمة في النقاش الإلكتروني حول المسائل والشؤون العامة.

خاتمة:

أبرزت التجارب التنموية الفعاليات المتعددة لمقاربة التنمية التشاركية، التي تبدأ بالاستعداد الجماعي والتفاعل الإيجابي في تدبير الشؤون العمومية للدولة، عن طريق خلق آليات وأدوات تفعيل المشاركة والمساهمة البناءة للمواطن في تخطيط التنمية؛ تنفيذها وكذا متابعتها باعتماد المعلومات الكافية والشفافية المستنيرة للمبادرة باقتراحات المشاريع التنموية ومرافقتها بشكل متواتر ومستدام، وكثيرا ما تأثرت هذه المقاربة بتدفقات العولمة وما أفرزته التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا ووسائل الاتصال، وفي ظل تلاقي استخدامات المواطنين للفضاء الرقمي وامتداد الخطاب التنموي بضرورة تكريس الديمقراطية التشاركية كآلية لتحقيق التنمية المحلية، فهناك مطلب علمي وعملي بأن يتضمن تفعيل التنمية التشاركية بالاستعانة باستخدامات قنوات إلكترونية في إطار الديمقراطية الرقمية، وما ينتجه التواصل السياسي الرقمي من ديناميكيات لتلعب دورا بارزا في تحديد توجهات التنمية الشاملة، وترتيب أولويات المشاريع والبرامج التنموية.

وعلى ضوء هذه الدراسة، فإن الدراسة تحمل حزمة من الآفاق في تفعيل آليات المقاربة التنموية التشاركية على ضوء تطبيق الديمقراطية الرقمية، بحيث يكون من الأولى استعراض مزاياها فيما يلي:

- ترقية التواصل الرقمي لتعميق الإصلاحات السياسية والاجتماعية والاقتصادية؛
 - استكمال الأطر التحتية والقانونية للديمقراطية الرقمية لتطبيق مقارنة التنمية التشاركية؛
 - العمل على تأطير مساهمات وتفاعلات المواطنين وتنظيمها، مع الحرص على حوكمة فواعل التنمية من مجتمع مدني وقطاع خاص؛
 - دعم حريات التجمع والتنظيم الرقمي، وثقافة ممارسة التشبيك الإلكتروني، من اجل إنشاء فضاء تنموي رقمي وتكثيف الاقتراحات عن طريق أداة عصرية ومتقدمة في مجال التكنولوجيا.
- وفي إطار المزايا التي تقدمها الديمقراطية الرقمية في مجال التنمية، فإننا نفتح آفاقا دراسية وبحثية حول: كيف تستفيد الجماعات المحلية من مقارنة التنمية التشاركية الرقمية، وما هي الدعائم الأساسية لتحريك شركائها من مجتمع مدني وقطاع خاص لتطبيق ما يسمى بالحوكمة الإلكترونية في مجال التنمية المحلية؟

الهوامش:

- ¹ - جفري سعيد وآخرون، المبادرة الوطنية للتنمية البشرية، الدار البيضاء: طباعة أمة كراف، ط2، 2007، ص.ص 108-109.
- ² Rapport National sur le développement humain 1998-1999, Maroc, décembre 1999, P.02.
- ³ Rapport mondial sur le développement humain 1993, publié par le programme des nations unies pour le développement (PNUD), Paris : Ed. Economica, 1993, p24.
- ⁴ - عبد الله شنفار، الفاعلون المحليون والسياسات العمومية المحلية: دراسة في القرار المحلي، مراكش: مطبوعات المعرفة، 2015، ص.ص.192-193.
- ⁵ - جمال زيدان، إدارة التنمية المحلية في الجزائر: بين النصوص القانونية ومتطلبات الواقع، دراسة تحليلية لدور البلدية حسب القانون البلدي الجديد 10-11، الجزائر: دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص.160.
- ⁶ - عمر بوجلال، "الديمقراطية التشاركية في ظل الإصلاحات السياسية في الجزائر 1989-2014: الواقع وآليات التفعيل"، مذكرة ماجستير، تخصص الدراسات السياسية المقارنة، قسم التنظيم السياسي والإداري، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر3، 2014-2015، ص.38.
- ⁷ شرفاوي عائشة، "السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية"، رسالة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2014-2015، ص، 245.
- ⁸ - مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، الديمقراطية الرقمية: التكنولوجيا وظاهرة رقمنة السياسة، القاهرة: 2017، ص.08.
- ⁹ - تصنيفات الديمقراطية الرقمية تتجلى في توفير الأرضية المناسبة للمواطنين من أدوات الاستفادة من خبرات الناس ومستوى أعلى من المعرفة، وإعلام المواطنين عن المناقشات والتصويت والمشاورات، ووضع جدول أعمال النقاش العام في ظل تأطير المشكلة مع تمكين المواطنين من رفع مستوى الوعي، والمشاركة في اقتراح الأفكار الجديدة وتقديم حلول مستقبلية (تقديم المعلومات من طرف المواطنين). انظر في: Julie Simon and others, op. cit. P.13.
- ¹⁰ - عبد المجيد رمضان، "الديمقراطية الرقمية كآلية لتفعيل الديمقراطية التشاركية: حالة الجزائر"، دفاثر السياسة والقانون، العدد: 16، جانفي 2017، ص.81.
- ¹¹ - بالنسبة للبعض يشير مفهوم الديمقراطية الرقمية إلى الأدوات الرقمية لتوفير المعلومات وتعزيز الشفافية، في حين ينظر إليها من زاوية أخرى على أنها الطرق المستعملة والمستعان بها في الإعلام والاتصال والتي يمكن أن توسع المشاركة. ويرى البعض الآخر على أنها ترقية التمكين من خلال تجسيد مساهمة المواطنين في اتخاذ

القرارات المباشرة من خلال أدوات الانترنت أو هي ببساطة ممارسة الديمقراطية باستخدام الأدوات الرقمية وتكنولوجيات الاعلام والاتصال من اجل تحسين الديمقراطية السياسية أو تعزيز مشاركة المواطنين في التواصل الديمقراطي. راجع في:

- Julie Simon and others, **Digital Democracy: the tools transforming political engagement**, Scotland: Nesta, February 2017. P.11.

- Kenneth L. Hacker Jan van Dijk, **Digital Democracy: issues of theory and practice**, London: SAGE Publications, 2006. P.01.

¹²- المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، الحكومة الإلكترونية: نحو مجتمع المعرفة، جدة: معهد البحوث والاستشارات، الإصدار التاسع، 1427 هـ، ص.16.

¹³- وفاء معاوي، "الحكومة المحلية الإلكترونية كألية للتنمية في الجزائر: دراسة حالة ولاية سطيف"، رسالة دكتوراه، تخصص التنظيمات السياسية والإدارية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016-2017، ص.64-65.

¹⁴- إن موضوع الديمقراطية الرقمية نتاج من نتائج تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهو موضوع ذو أهمية يرتبط بموضوعات جد حيوية من أبرزها موضوع التحول الديمقراطي والتنمية وحقوق الإنسان والمجتمع المدني والمواطنة والحكم الرشيد وغيرها من القضايا الهامة، وجاءت كترجمة لتدشين علاقة متبادلة بين الإنسان والتكنولوجيا والمؤسسات السياسية والإدارية والتغير الاجتماعي وممارسة الضغط على الحكومات والتأثير على الرأي العام لصناعة القرار السياسي. انظر بالتفصيل في: فرج محمد لامة، "الديمقراطية الرقمية: الفرص والتحديات"، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر: التحديات والفرص، المنعقد يومي 25-26 نوفمبر 2014، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص.03-04.

¹⁵- بوحنية قوي، الديمقراطية التشاركية في ظل الإصلاحات السياسية والإدارية في الدول المغاربية، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015، ص.15.

¹⁶- بن عياش سمير، "أثر الفواعل المحلية على تنفيذ السياسات العامة في الجزائر في ظل الإصلاحات الجديدة 2012"، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، العدد: 02، أكتوبر 2013، ص.53.

¹⁷ - Willem Pieterse et Wolfgang Ebbers, l'utilisation des canaux de prestation de service par les citoyens aux Pays-Bas: implications pour la gestion multicanaux, Revue internationale des sciences Administratives, Vol 74, N^o 1, 2008. P. 106.

¹⁸- إدريس الكراوي، الحوار المدني في المجتمعات العربية: تجارب مقارنة، المغرب: منشورات جمعية الدراسات والأبحاث من اجل التنمية، 2013، ص.169-170.

¹⁹- عبد النور ناجي ومبروك ساحلي، تحليل السياسة العامة للدولة: تأثير السياسة التشغيلية للدولة بالوضع السياسي والأيدولوجي، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2016، ص.288-289.

- ²⁰ - Andreas Lienhard, les partenariats public privé (ppp) en suisse: expériences, risques et possibilités, Revue internationale des sciences Administratives, Vol 72, N^o 4, 2006. P. 599.
- ²¹ - خنافيف محمد ومعيزي قويدر، "التصويت الإلكتروني كنموذج مقترح لتفعيل الإدارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جوان 2018، ص.50.
- ²² - سليمان ولد حامدن، "اللجان التشاورية البلدية ومقاربة التنمية المحلية التشاركية بموريتانيا"، مقال اطلع عليه بتاريخ 2018/04/24 على الساعة 21:10 في الموقع: <https://platform.almanhal.com/Reader/Article/87269>
- ²³ - رافيق بن مرسل، "الأساليب الحديثة للتنمية الإدارية بين حتمية التغيير ومعوقات التطبيق: دراسة حالة الجزائر 2001-2011"، مذكرة ماجستير، تخصص تنظيمات سياسية وعلاقات دولية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2011، ص.ص. 131-130.
- ²⁴ - فاطمة الزهراء عبد الفتاح، المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية، القاهرة: دار العالم العربي، 2012، ص.45.
- ²⁵ - عشور عبد الكريم، "دور الحكم الإلكتروني في مكافحة الفساد الإداري: الولايات المتحدة الأمريكية أنموذجاً"، مجلة المفكر، العدد: 11، 2014، ص.467.
- ²⁶ - جيمس أندرسون، تر. عامر الكبيسي، صنع السياسات العامة، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط.4، 2010، ص.60 وما بعدها.
- ²⁷ - عبد الجليل أبو المجد وعبد العالي حارث، الديمقراطية والتنمية في عالم متغير، الدار البيضاء: مطبعة النجاح الجديدة، 2013، ص.05.