

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بغداد - كلية الإعلام



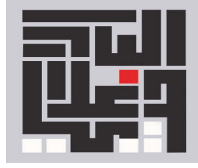
مجلة علمية فصلية محكمة تعنى بشؤون الإعلام والاتصال
تصدر عن كلية الإعلام - جامعة بغداد

رئيس التحرير
أ. د. ارادة زيدان الجبوري

ISSN : 1995 - 8005
E-ISSN : 2617-9318
رقم التصنيف: 2303 / 302 ب 264

46
تشرين الأول - تشرين الثاني - كانون الأول
2019م

حقوق النشر محفوظة لكلية الإعلام - جامعة بغداد



شروط النشر

تتبع الباحث الإعلامي الطرق العلمية في التعامل مع البحوث والدراسات التي تصلها لغرض النشر على وفق الشروط الآتية:-

١. يتضمن البحث، العنوان الوظيفي للباحث، والبريد الرسمي له.
 ٢. يلتزم الباحث بالمنهجية الأكاديمية في إعداد بحثه .
 ٣. تخضع البحوث والدراسات جميعها للتقويم من قبل محكمين علميين متخصصين .
 ٤. ينبغي أن لا يزيد البحث عن ستة آلاف كلمة، أي ما يناهز ٢٠ صفحة A٤، والالتزام بالتصميم الخاص بصفحة المجلة .
 ٥. يقدم الباحث ثلاث نسخ مطبوعة من بحثه فضلاً عن قرص CD يحتوي على نص البحث.
 ٦. يقدم الباحث مستخلصاً باللغتين العربية والإنكليزية .
 ٧. تكتب عناوين البحوث باللغتين العربية والإنكليزية .
 ٨. يتضمن مستخلص البحث (الكلمات المفتاحية) باللغتين العربية والإنكليزية .
 ٩. يلتزم الباحث بالتوثيق العلمي في متن البحث وقائمة المصادر .
 ١٠. يلتزم الباحث بتقديم استشهاد من قبل مصحح لغوي معتمد باللغتين العربية والإنكليزية .
 ١١. المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث إلى أصحابها ، ويبلغ الباحث بقبول بحثه أو عدم قبوله برسالة من هيئة التحرير خلال شهرين من تسلم البحث أو الدراسة .
 ١٢. ترحب المجلة بالتقارير التي تغطي المؤتمرات والندوات العلمية شريطة أن لا يزيد التقرير الواحد عن ٢٥٠٠ كلمة .
- الاشتراك السنوي للأفراد
داخل العراق ٣٠٠٠٠ دينار عراقي
داخل الوطن العربي ٤٠ دولار مع أجور البريد
تدفع اشتراكات الأفراد والأساتذة والطلبة نقداً
يدفع اشتراك المؤسسات إما بشيك أو نقداً
يتم تحويل الاشتراك على العنوان الآتي
جامعة بغداد - كلية الإعلام
مصرف الرافدين - فرع الوزيرية
مجلة الباحث الإعلامي
الاشتراك السنوي للمؤسسات
العراق ٣٠٠٠٠ دينار عراقي
الوطن العربي ٤٠ دولار مع أجور البريد
أساتذة جامعة بغداد ٣٠٠٠٠ دينار عراقي
طلبة جامعة بغداد ٢٥٠٠٠ دينار عراقي
سعر النسخة: ٣٠٠٠ دينار عراقي لأساتذة الكلية
٢٠٠٠ دينار عراقي للطلبة
الموقع الإلكتروني للمجلة
<http://abaa.uobaghdad.edu.iq>
رابط المجلة في مستودع المجالات العلمية لوزارة
التعليم العالي والبحث العلمي
<http://www.iasj.net/iasj?func=search&template>
المراسلة عبر البريد الرسمي للمجلة
media@comc.uobaghdad.edu.iq
كلية الإعلام - العراق - جامعة بغداد - الجادرية
رقم التصنيف حسب المكتبة المركزية في جامعة
بغداد 302/2305 ب 264
ص- ب 47093

مدير التحرير

أ. د حمدان خضر السالم

أعضاء هيئة التحرير

أ.م.د رشيد حسين عكلة

أ.م.د بشرى جميل الراوي

أ. م. د سهام الشجيري

أ. م. د أزهار صبيح غنتاب

أ. م. د ايمان عبد الرحمن

أ. د محمد الداھي

أ. د جمال الزرن

أ.د رضوان بو جمعة

الإشراف اللغوي

أ.م.د خلود جبار

أ.د نبيل محمد سلمان

كلية الإعلام - وحدة اللغة العربية

كلية الإعلام - مسؤول وحدة اللغة العربية

التصميم والإخراج الفني: شذى عبد الله حسين

المحتويات

الصفحة	عنوان البحث - اسم الباحث
ص ٣٤ - ٧	مسؤولية الجرائد العراقية المستقلة في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع - دراسة تحليلية في مقالات الرأي في جريدتي الصباح الجديد والمدى أ.م.د حسين علي إبراهيم الفلاحي
ص ٧٠ - ٣٥	<i>The Academic Training in Media and Communication Sciences and Its Relation to Media Practice: Reading the Nature of the Relationship: Integration or Separation</i> Dr. Mohamed El Fateh Hamdi Dr. Samira Satotah
ص ٩٦ - ٧١	عناصر بناء محتوى المواقع الإلكترونية الحكومية: دراسة تجريبية د. أحمد فاروق رضوان د. أحمد عمر محمد
ص ١١٦ - ٩٧	سيميائية كاريكاتير مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة د. طلعت عبد الحميد عيسى
ص ١٣٢ - ١١٧	تكريس التعددية الإعلامية عبر تحقيق التنوع الثقافي في وسائل الإعلام الرقمية: الملاحم، المقومات والعوائق د. عبد الرزاق غزال أ. وفاء بورحلي
ص ١٥٠ - ١٣٣	معايير جودة الصورة الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية م.م حسني رفعت حسني
ص ١٧١ - ١٥١	توظيف شبكة «تويتر» في الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية ٢٠١٦ تغريدات المرشح الأمريكي دونالد ترمب «نموذجاً» (دراسة تحليلية) وهو بحث مستل من رسالة ماجستير م.م محمد حميد زامل د. كامل خورشيد مراد
ص ١٨٩ - ١٧٣	قضايا الشباب في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية دراسة تحليلية لبرنامجي شباب وبنات في قناة السومرية وهلا شباب في قناة العراقية - وهو بحث مستل من رسالة ماجستير كرار محمد حاتم أ.م.د هادي عبد الله احمد
ص ٢٠٦ - ١٩١	موضوعات التعايش السلمي في القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية وهو بحث مستل من رسالة ماجستير أ.م.د. محمد جاسم فلحي مريم محسن كريم
ص ٢٢٦ - ٢٠٧	معالجة أهداف التنمية المستدامة في الصحافة العربية دراسة تحليلية في جرائد (الصباح العراقية، والشعب الجزائرية، والاتحاد الإمارتية) (بحث مستل من رسالة ماجستير) رغدة صلاح أ.م.د. أزهار صبيح غنتاب

يفيد الموروث الديني بأن الله أول ما خلق، خلق العقل. قال له أقبَل فاقبَل، ثم قال له أدبِر فأدبِر.

وبصرف النظر عن كيفية الرواية، فإنها تؤكد مكانة العقل الذي ينطوي على عملية التفكير والتدبر والتعقل والبحث عن الخيارات والبدايل المثلى لمواجهة التحديات والمصداق التي عبر عنها اهل البحث العلمي بـ (المشكلات) التي لا يخلو منها ميدان منذ بدء الخليقة.

والتفكير نشاط دماغي يستثار أثناء مواجهة العقل البشري مواقف معينة تشكل عقبات نحفز العقل على استحضار ما اودع فيه من قدرات وامكانيات وخبرات وتجارب ومهارات ليهتدي من خلالها الى مواجهة المشكلات والبحث عن حلول تناسب مع المستلزمات والظروف التي تحيط بها.

ولاجل معالجة اي ظاهرة بحثية لا يمكن الركون الى القدرات العقلية فحسب مهما توافرت عليه من راحة وفهم واستعداد وخبرة ومهارة.

لان ما يعرف بالعوامل الذاتية تبقى عاجزة أمام المشكلات من دون توافر العوامل الموضوعية. تلك التي تحيط بالظاهرة من كافة جوانبها. فمواجهة مشكلة أو ظاهرة ما يستدعي تحديد حجم هذه الظاهرة وامتداداتها وبيئتها والعوامل التي ساهمت بظهورها.

والسبيل الامثل لمعالجتها والزوايا التي يمكن النظر من خلالها والمستلزمات الادارية والفنية والمادية والبشرية التي تحتاجها. فضلاً عن العامل الالهم وهو العامل الزمني والمكاني للظاهرة.

فالباحث العلمي مهما امتلك من مقومات ذاتية سيجد نفسه عاجزاً عن مواجهة المشكلات من دون توافرالعوامل الموضوعية. تلك التي تحيط بالظاهرة.

مسؤولية الجرائد العراقية المستقلة في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع

دراسة تحليلية في مقالات الرأي في جريدتي الصباح الجديد والمدى

أ.م.د. حسين علي إبراهيم الفلاحي

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

المستخلص :

تنطلق مشكلة البحث من تساؤل رئيس مفاده : ما طبيعة المسؤولية التي اضطلعت بها جريدتا الصباح الجديد والمدى في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع ؟ ويرمي البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف ، منها : تحديد أبرز المحاور التي تم التأكيد عليها في مقالات الرأي في تلك الجريدتين في إطار مسؤولية تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع ، والكشف عن أبرز الموضوعات التي تناولتها مقالات الرأي في جريدتي العينة فيما يتعلق بتعزيز القيم المذكورة ، ويُعد هذا البحث من البحوث الوصفية ، وقد استخدم منهج المسح الوصفي التحليلي ، ومن أجل تحقيق أهداف البحث فقد تم استخدام أداة تحليل المضمون .

توصل البحث إلى مجموعة من النتائج من أبرزها : تركيز مقالات الرأي في جريدتي العينة على (٩) محاور فيما يتعلق بمسؤوليتهما المشار إليها ، واشتملت تلك المحاور على (٦٨) موضوعاً مختلفاً تتناول الموضوع وجوانبه ، وتركيز مقالات الرأي في جريدتي العينة بصورة أساسية على الموضوعات الخاصة بقيم المواطنة والانتماء الوطني فيما حظت بموضوعات المحاور الأخرى التي تم تحديدها بأهمية أقل ، وتفاوت اهتمام مقالات الرأي في جريدتي العينة بالموضوعات التي تشتمل عليها المحاور التي تم تحديدها .
الكلمات المفتاحية : وسائل الإعلام ، العدالة الاجتماعية ، الانتماء للوطن ، الحقوق والحريات ، سيادة القانون .

*THE RESPONSIBILITY OF INDEPENDENT IRAQI NEWSPAPERS
IN PROMOTING THE VALUES OF CITIZENSHIP AND NATIONAL
BELONGING IN THE SOCIETY*

(An Analytical Study in the Opinion Articles in the Newspapers of Al-Sabah Al-Jadeed and Al-Mada)

As st .Prof.DR.Hussein Ali Ibrahim AL-Falahi

College of Mass Communication / Iraqi University

dr.huseenalfalahi@yahoo.com

Abstract

The research problem stems from a chief question:

“What is the nature of the responsibility that «Al-Sabah Al-Jadeed» and «Al-Mada» Newspapers have undertaken in promoting the values of citizenship and national belonging in the society? The research aims to achieve a number of goals, including:

Determining the most prominent themes that were emphasized in the opinion articles in these two newspapers within the framework of the responsibility of promoting the values of citizenship and national belonging in society, and revealing the most prominent topics that were discussed in opinion articles in the two sample newspapers regarding the promotion of the mentioned values.

This research is a descriptive research.

It used the descriptive analytical survey method. Moreover, in order to achieve the research objectives, the content analysis tool was used.

The research reached a set of results, the most important of which are: the focus of opinion articles in the two sample newspapers on (9) axes in relation to their responsibilities referred to, and those axes included (68) different topics that deal with the topic and its aspects, and focus of opinion articles in the two sample newspapers mainly on special topics The values of citizenship and national belonging, while other topics identified were less important, and opinion articles in the two sample newspapers varied interest in the topics included in the themes identified.

Keywords: *Media, Social justice, Homeland, Rights and Freedoms, The Rule of Law.*

المقدمة : Introduction

يجمع معظم الباحثين على أن وسائل الإعلام عامة ولاسيما منها الصحافة الورقية تُعد من المؤسسات المجتمعية الفاعلة ، وهو ما يفرض عليها مسؤوليات عديدة والقيام بجملة من الوظائف التي تصب في خدمة المجتمع وقضاياها ؛ ومنها التي تتعلق بتعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني ، وتُعد مقالات الرأي بأنواعها كافة من أكثر الفنون الصحفية مقدرة على الاضطلاع بهذه المسؤولية وتأدية هذه الوظيفة ، وفي ضوء ما تقدم فقد جاء هذا البحث ليلسط الضوء على مسؤولية الجرائد العراقية المستقلة ممثلة بجريدتي الصباح الجديد والمدى في تعزيز القيم المشار إليها .

الإطار المنهجي للبحث: Methodological framework

أولاً : مشكلة البحث: Research problem

ينبغي على الصحافة ومنها الجرائد المستقلة أن تضطلع بمسؤولياتها إزاء المجتمع الذي تصدر فيه ، وتتصدى لمشكلاته وقضاياها ولاسيما منها التي تتعلق باستقراره ووحده ومنها المواطنة والانتماء الوطني ، بتوظيف الفن الصحفي المناسب لأداء هذه المسؤولية والقيام بهذه المهمة وهو مقالات الرأي ، لكن ما طبيعة المسؤولية التي اضطلعت بها الجرائد المذكورة ممثلة بجريدتي الصباح الجديد والمدى في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع ؟ وفي هذا تتحدد المشكلة الرئيسية للبحث والتي يمكن صياغتها بمجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل بالآتي :

١. ما المحاور الرئيسية التي أبرزتها مقالات الرأي في جريدتي العينة فيما يتعلق بتعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني؟
٢. ما طبيعة الموضوعات التي تناولتها مقالات الرأي في جريدتي العينة في إطار مسؤولية تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني ضمن المحاور التي تم تحديدها ؟
٣. ما الموضوعات التي حظيت بتركيز واهتمام مقالات الرأي في جريدتي العينة ضمن كل محور من المحاور المشار إليها ؟
٤. ما أبرز قيم المواطنة والانتماء الوطني التي ركزت عليها مقالات الرأي في جريدتي العينة أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ؟

ثانياً : أهمية البحث : (importance Research)

إن أهمية هذا البحث تأتي من طبيعة الموضوع الذي يتناوله والذي يتعلق بالمسؤولية التي ينبغي أن تضطلع بها الجرائد العراقية المستقلة ممثلة بجريدتي العينة في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع ، وهذه الأهمية تأخذ مجالين أساسيين ، الأول هو الأهمية العلمية والتي تتعلق بما تضيفه نتائج هذا البحث مع ما سبقته من نتائج الأبحاث الأخرى للمعرفة العلمية وإغنائها للمعرفة العلمية ، ولآخر هو الأهمية المجتمعية ، والتي تتعلق بارتباط النتائج المتوصل إليها باستقرار المجتمع وتماسكه والحفاظ على الروابط بين أبنائه وديمومة السلم الأهلي والوثام الاجتماعي فيه .

ثالثاً : أهداف البحث : (Research goals)

يرمي البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف هي :

١. تحديد أبرز المحاور التي تم التأكيد عليها في مقالات الرأي في جريدتي العينة في إطار مسؤولية تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع .
٢. التعرف على أبرز الموضوعات التي تناولتها مقالات الرأي في جريدتي العينة فيما يتعلق

بتعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني .

٣. تحديد الموضوعات التي حظيت باهتمام واسع و مقالات الرأي في جريدتي العينة في إطار مسؤوليتها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع .

٤. الكشف عن أبرز قيم المواطنة والانتماء الوطني التي تناولتها مقالات الرأي في جريدتي العينة في إطار مسؤوليتها في هذا الجانب .

رابعاً : نوع البحث ومنهجه : Type and method of study

يُعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد منهج المسح الوصفي التحليلي , واستعمل البحث أداة تحليل المضمون التي أتاحت تحليل الموضوعات التي تتعلق بالمواطنة والانتماء الوطني في جريدتي العينة وتصنيفها وتبويبها بما يحقق أهداف البحث ويوفر الإجابة عن تساؤلاته .

خامساً : مجالات البحث وحدوده : The Limitations

تتحدد مجالات البحث بمجالين أساسيين هما :

المجال المكاني : Time Field

• يتحدد المجال المكاني للبحث بالجرائد العراقية المستقلة ، وقد تم اختيار جريدتين من هذا المجتمع تتوافر فيهما السمات الأساسية لهذا المجتمع ، وهما جريدتا الصباح الجديد والمدى .

المجال الزمني : Place Field

• لقد تم تحديد المجال الزمني للبحث بثلاثة أشهر ، هي الأشهر الثلاثة الأولى من عام ٢٠١٩م، وهي كانون الثاني وشباط وآذار .

سادساً : مجتمع البحث وعينته : Research community and sample

إن مجتمع البحث يتمثل بالجرائد العراقية المستقلة ، وكما سبق الإشارة ، اختيار جريدتين من هذا المجتمع تحملان السمات العامة لهذا المجتمع ، هما : جريدة الصباح الجديد ، وتُعد من الجرائد العراقية التي صدرت بعد عام ٢٠٠٣م وتواصل صدورها حتى اليوم ، ويكتب فيها كتاب من النخب السياسية والأكاديمية ومن التوجهات المختلفة، وجريدة المدى ، وهي كذلك من الجرائد التي صدرت بعد عام ٢٠٠٣م وتواصل صدورها حتى اليوم ، وهي توفر كذلك مساحات لكتاب مقالات الرأي من التوجهات المختلفة، وقد بلغ مجموع الأعداد الصادرة من جريدتي العينة أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل (١٥٠) عدداً ، توزعت مناصفة بين الجريدتين ، فالجريدتان تصدران في جميع أيام الأسبوع عدا يوم الجمعة والأعياد والعطل الرسمية ، وقد تم اختيار مقالات الرأي في الجريدتين المذكورتين لتناول الموضوع نظراً لأهمية مقالات الرأي ومقدرتها على تناول الموضوع من أوجهه كافة ، وتم اعتماد أسلوب الحصر الشامل للمقالات التي تناولت الموضوع أو ظهر فيها ما يتناوله في الجريدتين

المذكورتين عينة البحث أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وقد بلغ عدد تلك المقالات (٢٠٩) مقالاً ، وكما موضح في جدول (١) ، وهذه المقالات تشتمل وأنواع مقالات الرأي التي تناولت الموضوع ، سواء منها الأعمدة الثابتة أو المقالات المنشورة والصفحات المخصصة لذلك في الجريدتين المذكورتين ، مع الإشارة إلى أن النسبة الأكبر من المقالات التي تناولت الموضوع هي المقالات المنشورة في صفحات الرأي في تلك الجريدتين والتي تعود الى كتاب من خارج ملاكاتها الصحفية .

جدول (١) يبين عدد مقالات الرأي لخاضعة للتحليل في جريدتي العينة

عدد مقالات الرأي الخاضعة للتحليل	ك	الجريدة
%١٠٠		
٥٤,٠٧	١١٣	الصباح الجديد
٤٥,٩٣	٩٦	المدى
%١٠٠	٢٠٩	المجموع

سابعاً : إجراءات التحليل وخطواته : Analysis procedures and steps

لقد تطلبت عملية التحليل القيام بمجموعة من الإجراءات والخطوات تمثلت بالآتي :

١. حصر مقالات الرأي التي اشتملت على موضوعات تتعلق بقيم المواطنة والانتماء الوطني في الجريدتين عينة البحث باستخدام أسلوب الحصر الشامل ، وكما سبق الإشارة لذلك .
٢. إخضاع مقالات الرأي التي تم تحديدها للتحليل في الجريدتين عينة البحث ، وقد تم تحديد المحاور أو الفئات الرئيسية التي تتعلق بالموضوع ، والتي بلغت (٩) محاور اشتملت على (٦٨) موضوعاً أو فئة فرعية .
٣. وحدات التحليل ، إن طبيعة موضوع البحث ؛ قد اقتضت استعمال وحدة الفكرة أو الموضوع ، وهي من أكبر وحدات تحليل المضمون وأكثرها أهمية ، وهي تُعد الوحدة الأكثر ملاءمة في تحقيق أهداف البحث .
٤. فئات التحليل ، إن تلبية متطلبات البحث قد اقتضت استعمال فئة شكل أو نمط المادة الإعلامية ضمن فئة الشكل الذي تم تقديم المادة الإعلامية عن طريقه « كيف قيل » ، فيما تم اختيار فئة موضوع الاتصال ضمن فئة « ماذا قيل » وبما يوفر تحقيق أهداف البحث وإجابة تساؤلاته
٥. تبويب الموضوعات الخاصة التي تضمنتها مقالات الرأي موضع التحليل في كلتي الجريدتين عينة البحث ضمن كل محور من المحاور الرئيسية ، وترميزها ترميزاً كميّاً باحتساب عدد المرات التي تكررت فيها ومن ثم استخراج النسبة المئوية لكل موضوع .
٦. تفسير النتائج الإحصائية التي تم الحصول عليها من جراء عملية التحليل واستخلاص النتائج فيما يتعلق بها .

ثامناً : مفاهيم البحث ومصطلحاته : Research concepts and terminology

لقد اشتمل البحث على مجموعة من المفاهيم والمصطلحات ، منها :

١. **المسؤولية** : ويقصد بها الالتزام بتأدية المطلوب من مهام أو وظائف أو أفعال ، على أن تقتصر هذه التأدية بالأمانة والنزاهة والصدق والإخلاص خدمة للهدف المراد .
٢. **الجرائد المستقلة** : ويقصد بها الجرائد المطبوعة المملوكة ملكية خاصة ، والتي لا ترتبط بجهة رسمية أو حزبية أو اجتماعية تنطق بلسان حالها أو تمثلها ، وتعتبر عنها وعن فلسفتها وأيديولوجيتها وتوجهاتها السياسية أو الاجتماعية ، بمعنى استقلاليتها من ناحية الارتباط أو التمويل أو التمثيل لجهة حكومية أو حزبية أو مؤسسة من مؤسسات الدولة .
٣. **المجتمع** : ويقصد به مجموعة من الناس الذين يعيشون في نطاق رقعة جغرافية تمثل دولة أو إقليمياً ، ويرتبطون فيما بينهم بمجموعة من الروابط المشتركة ويخضعون لمجموعة من القوانين والأعراف والمواثيق المكتوبة وغير المكتوبة التي تنظم حياتهم وعلاقاتهم وتعاملاتهم ، ويتشاركون في مجموعة مشتركات وقيم تعزز الروابط والأواصر فيما بينهم .
٤. **مقال الرأي** : ويقصد به الفن أو النوع الصحفي الذي ينشر في الجريدة ، ويتولى كتابته أحد ملاكات الجريدة أو أفراد من خارجها ، ويتناول الوقائع والحوادث والموضوعات والقضايا المختلفة التي تلامس حياة أفراد المجتمع سواء على النطاق الداخلي أم الخارجي ، والتي يمكن تناولها بالتقديم والعرض والشرح والتفسير والتحليل والاستنتاج وبحسب طبيعة الموضوع ونوع المقال الذي تتم كتابته .

تاسعاً : التعريفات الإجرائية لفئات التحليل :

لقد تم - وكما سبق الإشارة - تحديد تسعة محاور أو فئات رئيسة تتعلق بتعزيز قيم المواطنة والانتماء المجتمعي ، انطوت عليها مقالات الرأي في جريدتي العينة ، وهي :

١. **قيم المواطنة** : ويقصد بها مجموعة القيم التي تشتمل عليها المواطنة كإحساس وسلوك ، والتي تؤدي بالفرد إلى الارتباط بوطنه وتعزز لديه هذا الإحساس ، ومنها : العدالة والمساواة والتسامح وقبول الآخر والحياة الحرة الكريمة .
٢. **قيم الانتماء الوطني** : ويقصد بها مجموعة القيم التي تشعر الفرد بالانتماء لوطنه وتدفعه للارتباط به والدفاع عنه ، ومنها الروح الوطنية والإخلاص للوطن والتضحية من أجله والاستعداد للدفاع عنه والحفاظ على ممتلكاته .
٣. **كفالة حقوق المواطنين وحرياتهم** بعدها إحدى مقومات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني : ويقصد بها ضمانات حقوق المواطنين وحرياتهم على اختلاف انتماءاتهم وأجناسهم ، واحترام خصوصياتهم ، وبما يؤدي إلى تعميق الشعور لديهم بالمواطنة والانتماء للوطن .

٤. متطلبات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني : ويقصد بها المتطلبات الخاصة بتعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع ، كتبني الديمقراطية وتعميق مساراتها وبناء أسس دولة المواطنة والدولة المدنية ودولة المؤسسات وتعزيز عمل منظمات المجتمع المدني .
٥. الانعكاسات السلبية للمحاصصة والطائفية والتطرف على المواطنة والانتماء الوطني : ويقصد بها المحاصصة السياسية والطائفية والدعوات المذهبية والطائفية وخطابات التطرف والعنف والكرهية ، والتي يمكن أن تنعكس سلباً على قيم المواطنة والانتماء الوطني .
٦. مسؤولية القوى السياسية والاجتماعية في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني : ويقصد بها المسؤولية الملقاة على عاتق القوى السياسية والمجتمعية الفاعلة في المجتمع في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني ، عن طريق التأكيد على الروابط المشتركة وقيم الشراكة بين أفراد المجتمع ، واتباع سبل الحوار والتفاهم لحل المشكلات وردم فجوة الخلاف .
٧. الانعكاسات الإيجابية لتدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني على السلم الأهلي والوثام الاجتماعي : ويقصد بها الفوائد التي ستعم على المجتمع وأفراده عامة نتيجة تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني ، سواء على صعيد تحقيق السلم الأهلي أو تعزيز روابط التعايش السلمي أو تحقيق الاستقرار والوثام الاجتماعي وزيادة أواصر الترابط بين أفراد المجتمع .
٨. سيادة القانون يعدها إحدى ضمانات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني : ويقصد بها سيادة القانون وعدالة تطبيقه على أفراد المجتمع ومكوناته كافة ، ومن دون تمييز ، وترسيخ حكم القانون في المجتمع ، وبما ينعكس إيجاباً على الاحساس بالمواطنة والانتماء الوطني لدى أفراد المجتمع .
٩. مسؤولية وسائل الإعلام في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني : ويقصد بها المسؤولية التي يجب أن تضطلع بها وسائل الإعلام المختلفة في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني ، والتأكيد عليها ، والحث على تلاحم أفراد المجتمع وترابطه وزيادة الأواصر بين مكوناته .

عاشراً : الدراسات السابقة : (Previous Studies)

١. الدراسات العربية : دراسة (القرعان، ٢٠١٠م).

تنطلق مشكلة الدراسة من تساؤل رئيس مفاده : ما مسؤولية الصحافة اليومية الأردنية في نشر القيم الوطنية في المجتمع ؟ وسعت الدراسة إلى الكشف عن مسؤولية الصحافة المشار إليها ممثلة بجريدتي الرأي والغد في نشر القيم الوطنية في المجتمع ، وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت منهج المسح الوصفي التحليلي ، واستخدمت أداة تحليل المضمون من أجل تحقيق أهدافها ، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أبرزها : إن لجريدتي العينة دوراً بارزاً في تعزيز القيم المشار إليها في المجتمع وبخاصة قيم الولاء والانتماء ، وتفوق جريدة الغد على جريدة الرأي فيما يتعلق بعدد التكرارات المسجلة الخاصة بالقيم الوطنية التي تم نشرها في كلتي الجريدتين .

دراسة (المدهون، ٢٠١٢).

تتعلق مشكلة هذه الدراسة من تساؤل رئيس هو : ما دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظة غزة ؟ كما استخدمت مجموعة من الفروض التي تم التحقق منها ، وسعت الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها : تحديد درجة مساهمة الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظة غزة من وجهة نظر أولئك الطلبة ، وتُعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت منهج المسح الوصفي التحليلي ، ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام أداة الاستبيان كما استخدم الباحث مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها : إن الصحافة المذكورة قد أسهمت في تدعيم قيم المواطنة لدى عينة الدراسة بوزن نسبي قدره (٦٥,٥٪) ، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تدعيم الصحافة المشار إليها لقيم المواطنة بين كل من الذكور والإناث وتبعاً لمتغير الجامعة .

دراسة (الغنيم، ٢٠١٣).

تتعلق مشكلة الدراسة من تساؤل رئيس مفاده : ما دور وسائل الإعلام في تعزيز الانتماء الوطني لدى طلاب الجامعة الأردنية ؟ وسعت الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام في توعية طلاب الجامعة بما يعزز لديهم الولاء والانتماء للوطن ، وهي من الدراسات الوصفية التي اعتمدت منهج المسح الوصفي التحليلي ، وقد استخدمت أداة الاستبانة من أجل تحقيق أهدافها ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها : إن وسائل الإعلام تقوم بدور فاعل في تدعيم قيم الانتماء الوطني لدى عينة البحث ، ويتجسد هذا في عملها على تنمية القيم الوطنية والتشجيع على الأعمال التطوعية ، إضافة إلى دورها في توجيه سلوك الجمهور بما ينعكس على الولاء للوطن .

٢. الدراسات الأجنبية : دراسة (Masek, 2008, pp. 713-716).

تتمحور مشكلة هذه الدراسة حول كيفية توظيف الإعلام في تعليم المواطنة وتطوير مهاراتها عن طريق تطبيق مجموعة من الممارسات التعليمية ، وهدفت الدراسة إلى التعرف على آلية توظيف الإعلام لتعليم المواطنة وتطوير مهاراتها بتطبيق مجموعة من الممارسات التعليمية التي تتعلق بالموضوع ، وهي من الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها : إن قوة الإعلام تتزايد في تطوير مهارات المواطنة استناداً إلى نظرية التعليم بالوسائل الإعلامية ، توجد مجموعة من الممارسات التي توفر تطوير مهارات المواطنة باستخدام وسائل الإعلام ، منها : تحفيز الجمهور على التفكير بشكل نقدي فيما يتعلق بالمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام حول القضايا الوطنية .

دراسة بولات وبراتشت (Polat & Pratchett, 2010).

تتعلق مشكلة الدراسة من تساؤل جوهري مفاده : ما انعكاسات المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية على تعزيز قيم المواطنة في كل من بريطانيا وتركيا ، وسعت الدراسة إلى التعرف على انعكاسات المواقع والشبكات المذكورة على تدعيم قيم المواطنة في الدولتين المذكورتين ، وهي من

الدراسات الوصفية التي تعتمد منهج المسح الوصفي التحليلي ، وقد استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لتحقيق أهدافها ، وتوصلت الدراسة إلى المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية قد نجحت في تغيير فضاءات المواطنة وممارساتها في الدولتين المشار إليهما ، وأنها قد عملت على تعزيز تلك القيم .

التعليق على الدراسات السابقة

توجد مجموعة من النقاط المشتركة بين البحث والدراسات التي تم استعراضها ، وتوجد في الوقت نفسه مجموعة من الاختلافات ، ويمكن تناول ذلك على وفق ما يأتي :

- ١ . يشترك البحث مع الدراسات السابقة التي تم استعراضها في نوع الدراسة الوصفي والمنهج المستخدم وهو منهج المسح الوصفي التحليلي .
- ٢ . تشترك الدراسة مع بعض الدراسات المشار إليها في تناول متغير المواطنة ومع بعضها الآخر في تناول متغير الانتماء الوطني على الرغم من خصوصية البحث وخصوصية كل دراسة من ناحية طبيعة التناول وآلية المعالجة .
- ٣ . يشترك البحث مع بعض الدراسات المشار إليها في استخدام الأداة البحثية وهي أداة تحليل المضمون لتحقيق أهداف البحث ، ويختلف مع بعضها الآخر الذي استخدم أداة الاستبانة لتحقيق تلك الأهداف .
- ٤ . يختلف هذا البحث عن الدراسات السابقة في مجتمع الدراسة وعينتها ومجالاتها ، ويختلف في موضوعه ومشكلته البحثية والأهداف التي يسعى لتحقيقها .
- ٥ . إن ما سبق قد انعكس على طبيعة النتائج التي تم التوصل إليها في هذا البحث مقارنة مع النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة تبعاً لطبيعة كل دراسة وخصوصيتها وأهدافها .

حدود الافادة من الدراسات السابقة

على الرغم من أوجه الاختلاف العديدة بين هذا البحث والدراسات السابقة التي تم التطرق إليها ؛ إلا أن هذا لم يمنع من الافادة من تلك الدراسات في نواحي عديدة ، منها : الافادة منها في الحصول على قائمة بالمراجع ، وكذلك في تحديد المشكلة وصياغتها وتحديد أهداف البحث وآلية تطبيق المنهج ، فضلاً عن تلافى التشابه والتكرار والانزلاقات التي يمكن أن تعكس سلباً على عملية إنجاز متطلبات البحث وتطبيق إجراءاته المنهجية .

أحد عشر : إجراءات الصدق والثبات procedures of stability and honesty

- ١ . صدق التحليل : لقد تحقق صدق التحليل في هذا البحث عن طريق الحرص الشديد في اختيار وحدة التحليل وفئاته ، واتباع الإجراءات المنهجية الدقيقة في عملية إنجازه ، فضلاً عن الالتزام الشديد بالمعايير العلمية في تنظيم استمارة التحليل والتصنيف ، والتي تم عرضها على مجموعة من الخبراء المختصين (١) لغرض تقييمها وإبداء الملاحظات العلمية بشأنها ، وقد تم الأخذ بتلك

(١) تألفت لجنة الخبراء الذين عرضت عليهم الاستمارة من : أ.م.د. سمير محمد حسين / كلية الإعلام / جامعة ٦ أكتوبر /

الملاحظات ؛ مما وفر لصدق التحليل أن يستوفي شروط الأساسية .
 ٢. ثبات التحليل : اعتمد الباحث في استخراج الثبات على استخدام أسلوب الاتساق الزمني « أو الاتساق عبر الزمن » بتكرار عملية التحليل على مقالات الرأي موضع التحليل في كلتي الجريدتين عينة البحث مرتين وبفاصل زمني أمده شهراً واحداً بين انتهاء عملية التحليل الأولى وبدء عملية التحليل الثانية ، وقد ظهرت اختلافات طفيفة بين نتائج التحليلين ، وقد بلغ معدل الثبات الذي تم استخراجه باستعمال معادلة هولستي (٩٤,٨٠) وكما مبين في المعادلة ، مما يشير إلى وجود نسبة اتساق عالية بين التحليلين الأول والثاني .

$$R = \frac{73}{C_1 + C_2} = \frac{146 \times 2}{77 + 77} = \frac{2(C1,C2)}{154} = 94.80$$

وهي نسبة ثبات تُعد مرتفعة .

الإطار النظري للبحث : Theoretical context

مفهوم المسؤولية الصحفية وفتاتها

تُعد مسؤولية الصحافة في تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي جزءاً من مسؤوليتها الاجتماعية ، وكلمة المسؤولية « Responsibility » تعني بحسب معجم المنجد في اللغة : « ما يكون به الإنسان مسؤولاً ومطالباً عن أمور أو أفعال أتاها » (موترد، ٢٠٠٣، صفحة ٣١٦).

وينظر أحد الباحثين الى المسؤولية الاجتماعية للصحافة وأنها حزمة من الوظائف يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في المجالات كافة ، على أن تتسم المعالجة بالقيم المهنية كالدقة والصدق والأمانة والنزاهة والتوازن والشمول والموضوعية ، شريطة أن تتمتع الصحافة بحرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام المجتمع والقانون (الدين، ٢٠٠٣، صفحة ٩٨) .

وتتحدد التزامات الصحافة تجاه المجتمع في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية بالآتي:

(Quail, 1972, pp. 116 – 117) :

- إن الصحافة يجب أن تقبل بتنفيذ التزامات معينة تجاه المجتمع ، ويمكن تنفيذ هذه الالتزامات بوضع معايير مهنية لنقل المعلومات ، منها : الحقيقة ، والدقة ، والموضوعية ، والتوازن .

مصر ، أ.د. كامل القيم / كلية الفنون الجميلة / جامعة بابل .
 - أ.د. فاضل محمد البدراني / كلية الإعلام / الجامعة العراقية ، أ.د. عبد الرحمن ذياب عبد الله / كلية الاتصال والإعلام / جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا ، أ.د. علي دشتي / قسم الإعلام / كلية الآداب / جامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا / الكويت .

- يجب على الصحافة تجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه إهانات إلى الأقليات الدينية أو العرقية .
 - إن المجتمع من حقه أن يتوقع من الصحافة معايير رفيعة لأداء الالتزامات والوظائف المشار إليها ، والتي يجب أن تراعيها الصحافة في كل وقت .
 - وفيما يتعلق بمفهوم القيم ، فإن من الباحثين من ينظر إلى القيم أنها : « مجموعة من الأحكام المعيارية المتصلة بمضامين واقعية يتشربها الفرد من خلال انفعاله وتفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة ، ويشترط أن تنال هذه الأحكام قبولاً من جماعة اجتماعية معينة ، حتى تتجسد في سياقات الفرد وسلوكه واتجاهاته ومعتقداته» (نازلي، ١٩٧٩، صفحة ٢)^(١).
- وتوجد أنواع عدة من القيم منها : القيم الفلسفية ، والقيم الأخلاقية ، والقيم الاجتماعية ، والقيم الاقتصادية ، والقيم السياسية ، وينبغي على الصحافة وكتاب مقالات الرأي فيها التأكيد على القيم الايجابية التي تعزز المواطنة والانتماء الوطني ، وهذا ينبع من مسؤولية الصحيفة وكتاب المقال وبغض النظر عن انتسابه للصحيفة أو عدمه .

ويمكن القول في ضوء ما تقدم إن مسؤولية الصحافة في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني تعني في العموم : التزام الصحافة بمسئوليتها إزاء المجتمع الذي تصدر فيه ، بالتأكيد على المشتركات الوطنية بين أفراد المجتمع وتعزيز الشعور بالمواطنة وتدعيم قيم الانتماء الوطني وترسيخها ، باستخدام الفنون الصحفية المناسبة ولاسيما مقالات الرأي نظراً لطبيعتها التي تتيح تناول الموضوع بالعرض والتحليل والتفسير باستخدام الحجج والأدلة والبراهين التي توفر الوصول إلى الهدف المقصود من كتابة المقال بأنواعه .

مفهوم المواطنة وأبعادها وقيمتها

ينظر أحد الباحثين الى المواطنة على أنها : « صفة ينالها الفرد من الناس ليتمتع بالمشاركة الكاملة في دولة لها حدود إقليمية» (ميثيل، ١٩٩٤، صفحة ١١٥).

ويحدد باحث آخر مفهوم المواطنة بالقول إن : «المواطنة هي تمتع الشخص بحقوق وواجبات ، وممارستها في بقعة جغرافية معينة ، لها حدود محددة ، تعرف في الوقت الراهن بالدولة القومية الحديثة التي تستند إلى حكم القانون» (فوزي، ٢٠٠٧، صفحة ٧).

ويمكن تحديد مفهوم المواطنة على أنه : امتزاج للمشاعر والأحاسيس الوجدانية والأفعال والسلوكيات ، التي تعبر عن انتماء الفرد لوطنه والذي يجب أن يعلو على كل الانتماءات الفرعية الأخرى ، واعتزازه به وبرموزه وموروثه وتراثه وتاريخه ولغته وقيم مجتمعه وعاداته وتقاليده ، واستعداده للذود عنه والدفاع عنه والتضحية من أجله واحترام قوانينه ، على أن يقترن هذا بتمتع الفرد بحريته وحصوله على حقوقه ، وتمتعه بخيراته من دون تمييز على أية أسس .

إن مبدأ المواطنة يرتكز على منظومة متكاملة متعددة الأبعاد ، منها الأخلاقية والقانونية والسياسية

(١) نقلاً عن : عبد الفتاح ، إسماعيل.(٢٠٠١م) . القيم السياسية في الإسلام . القاهرة : الدار الثقافية للنشر ، ص ١٣ .

والاجتماعية ،ولها مقوم أساس يتمثل بالمساواة والعدالة وتكافؤ الفرص، وبما يعني عدم التمييز بين الأفراد على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو المعتقد الديني أو الانتماء السياسي أو القناعة الفكرية (أمين، ٢٠١٠، صفحة ٥٣).

والمساواة المشار إليها يجب أن تتجسد في المساواة أمام القانون، سواء من ناحية الحماية التي يوفرها هذا القانون للأفراد جميعاً أو من ناحية خضوعهم له من دون تمييز، بما يعني أهمية وجود ضمانات قانونية وسيادة عليا للقانون .

والمواطنة تستند إلى مجموعة من المقومات ومن أبرز هذه المقومات : الاحترام المتبادل بين أفراد المجتمع بغض النظر عن العرق أو الجنس أو الانتماء أو الثقافة أو المستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي والفكري ، الاعتدال في السلوك والعمل وقبول الآخر واحترام وجوده وآرائه ومعتقداته وخصوصياته، وسيادة مبدأ العدالة الاجتماعية والمساواة وتكافؤ الفرص واحترام خصوصيات الأقليات وسيادة القانون (جرار، ٢٠١١، صفحة ٤٣) .

ويجب التأكيد على أن المواطنة تعني تعزيز الشعور لدى أفراد المجتمع كافة على اختلاف انتماءاتهم وطوائفهم بالانتماء لهوية مشتركة يمثلها الوطن الواحد ، في حين أن الطائفية تعني تنمية الشعور لدى الفرد بالانتماء الفرعي إلى طائفته أو مذهبه وإعلاء هذا الانتماء على الانتماء الأكبر للوطن، والطائفية ولاسيما منها الطائفية السياسية يمكن أن تؤدي إلى التخندق الطائفي الذي يعكس على الاستقرار المجتمعي والوئام الاجتماعي.

وينبغي الإشارة هنا إلى أن المواطنة لا تلغي الشعور بالانتماء للطائفة أو المذهب أو القومية لكنها تعمل على صهر الانتماءات الفرعية في منظومة توفر للجميع الإحساس المشترك بهوية الوطن الواحد. وللمواطنة قيمها العامة التي تُعد مكوناً أساسياً من مكوناتها ، والتي تتمثل بمجموعة من المثل والمبادئ والصفات الحميدة التي يجب أن يتحلى بها الفرد ، وتتجسد في سلوكياته ، ومنها : التعاضد والتناصح والإخلاص في العمل والأمانة والصدق في التعامل ، فضلاً عن احترام القيم السائدة في المجتمع (ناصر، ٢٠٠٤، صفحة ٣٥).

وينبغي على كتاب مقالات الرأي التأكيد على تلك القيم التي يمكن أن تعزز من شعور أفراد المجتمع بالمواطنة ، وتحررهم من قيود الانتماء الضيق الذي يمكن أن يعزز لديهم شعور التعصب والطائفية التي يمكن أن تقوض أسس السلم الأهلي والوئام الاجتماعي .

وثمة ترابط قوي بين : « المواطنة بجناحيها الحقوق والواجبات ، وبين فكرة الولاء والانتماء التي تحرص كافة المجتمعات بمختلف أنماطها على غرسها لدى أبنائها» (شمس، ٢٠١٧، صفحة ١٠) . فالمواطنة هي الإطار العام الذي يتجسد في ممارسات وسلوكيات متعددة الأوجه تحت إطار الوطنية والانتماء الوطني الذي يعلو على الانتماءات الفرعية للفرد .

مفهوم الانتماء الوطني ومظاهره وقيمه

ينظر للانتماء الوطني على أنه شعور الفرد بارتباطه بتراب الوطن ، ويتضح هذا بالالتزام بقيم المجتمع ومثله ،

وتقديمه للصالح العام على مصالحه الشخصية واندماجه في شؤونه على الصعد كافة (التواب، ١٩٩٣، صفحة ٤٨). وفي الإطار نفسه ينظر الى الانتماء الوطني على أنه يتجسد في حب الفرد لوطنه والولاء له ، وفي الإيمان بقيمه وعاداته وتقاليده وأعرافه ، والتقدير لمؤسساته ورموزه ، والطاعة لقوانينه والامتثال لها، والمحافظه على ثرواته وممتلكاته ، والاستعداد للنهوض به والدفاع عنه (علي، ١٩٩٨، صفحة ٢٢٩).

إن الانتماء الوطني لا يعني فقط سكن الفرد ضمن الرقعة الجغرافية لحدود الدولة وحمله لجنسيتها، إنما يعني في الأساس الشعور الحقيقي بالانتماء لهذا الوطن والتعايش المشترك مع أفراده على اختلاف انتماءاتهم ، وتمتعه بالحقوق والتزامه بالواجبات ، وهو ما يعني أن الانتماء الوطني يُعد أحد أوجه المواطنة .

وتوجد مظاهر عدة للانتماء الوطني، منها :

١. الهوية الوطنية : إن الانتماء الوطني للفرد يرتبط بهويته التي تدل على وجوده ، فالانتماء يعمل على توطيد الهوية الوطنية التي تتجسد في سلوكيات تعبر عن هذه الهوية (العظيم، ١٩٩٥، صفحة ١٨٤).

٢. الولاء : وتعني تعمق شعور الفرد بالانتماء لوطنه والارتباط الوجداني بهذا الوطن ، وأن يعلى هذا الارتباط ويسمو على ما عداه من ارتباطات أخرى ، فضلاً عن إدراك هذا الفرد بأن عليه وعلى غيره من المواطنين التزامات وواجبات نحو الوطن (أحمد، ١٩٩١، صفحة ١٧).

٣. الاتسام بروح العمل الجماعي : إن عمق إحساس الفرد بانتمائه لوطنه تفرض عليه التحلي بروح الجماعة ، والتوحد مع أفراد المجتمع والأهداف العامة للجماعة التي ينتمون إليها ، وهو ما يتجسد بالمحبة والتفاعل مع أفراد المجتمع والتعاون والعمل المشترك (منصور، ١٩٨٤، صفحة ١٣٧).

٤. الالتزام بالثوابت الاجتماعية والوطنية : إن الانتماء الوطني يتطلب تمسك الفرد بالنظم والمعايير والثوابت الاجتماعية والوطنية والانسجام معها والقبول بها والدفاع عنها (بانفيلد، ١٩٩٠، صفحة ٤٤).

٥. المشاركة في صنع السياسات : ويقصد بها مقدرة الفرد على المشاركة في صنع القرارات بأبعادها المختلفة ، والمساهمة في صنع السياسات التي لها تأثيرات مباشرة على حياته على اختلاف أنواعها .

٦. الحصول على الحقوق وأداء الواجبات : إن للمواطن مجموعة من الحقوق التي يجب أن يحصل عليها أسوة بباقي المواطنين ، والتي توفر له العيش بكرامة ، ويجب أن يشعر المواطن بوجود الضمانات التي تكفل له الحصول على هذه الحقوق ، وله في الوقت نفسه مجموعة من الالتزامات تجاه مجتمعه ووطنه في الأوقات كافة (فيصل، ٢٠٠٩، صفحة ١٧٠) .

مما يعني أن الانتماء الوطني يوجب المشاركة الفاعلة للمواطن في الحياة السياسية ومساهمته في تشكيل الإرادة العامة ، وحصوله على حقوقه واحتياجاته الأساسية وممارسة حرياته التي كفلها القانون ، وتمتعه بخيرات وطنه وثرواته مع غيره من المواطنين ، وبما يوفر له العيش الكريم في وطنه، فضلاً عن وجود مؤسسات مجتمعية فاعلة ولاسيما وسائل الإعلام ، تغرس في الأجيال قيم الانتماء للوطن والإحساس العميق بالمواطنة .

والانتماء الوطني يعني انتساب الفرد لمجتمعه ووطنه ، وهو يرتبط بالولاء ويتمثل بشعور وجداني داخلي يتجسد بسلوكيات وأفعال تتم عن المواطنة وعمق الإحساس بها ، وبما يدفع الفرد الى العمل

الدؤوب بكل جهده للارتقاء بوطنه وإعلاء شأنه وتعزيز مكانته .

وكما للمواطنة قيمها فإن للانتماء الوطني قيمه أيضاً ، ومن أبرز تلك القيم : الولاء للوطن والدفاع عنه والاستعداد للتضحية من أجله وتنمية مشاعر الاعتزاز بإنجازاته ، وتغليب المصلحة الوطنية على ما عداها من مصالح ، والمحافظة على ثروات المجتمع ومقدراته ، والوعي العميق بالمناسبات الوطنية والتفاعل الإيجابي معها ، وتنمية مشاعر الوفاء تجاه الثوابت الوطنية والمقدسات ، وتأكيد التمسك بالحقوق الوطنية المشروعة للشعب ، وتحشيد المساندة والتأييد لقضايا الوطن ، وحماية الموروث الثقافي والتراث الشعبي ، ويشار هنا إلى أنه توجد مجموعة من العوامل التي يمكن أن تسهم في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني لدى الأفراد ويمكن أن تسهم في الوقت نفسه في إضعافها ، وهذه العوامل تتراوح ما بين سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية ونفسية .

إن مسؤولية كتاب مقالات الرأي في الجرائد ، تفرض عليهم العمل الجاد والدؤوب لتعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني ، والتأكيد المستمر على قيم التسامح وقبول الآخر واحترام وجوده ، وكذلك على الثوابت والمشاركات التي تجمع بين أبناء الوطن الواحد على اختلاف انتماءاتهم ، والتأكيد على هذه القيم التي توفر للجميع الحقوق والحريات نفسها وتفرض عليهم الالتزامات نفسها ، وينبغي عليهم أيضاً وفي ضوء مسؤولياتهم التوجيهية والإرشادية ، الحرص على نبذ الدعوات الطائفية والتحذير من مخاطر المذهبية والطائفية والتي تعد من المسببات الرئيسية لإشاعة عدم الاستقرار وتهديد التوافق الاجتماعي .

نتائج الدراسة التحليلية: Results of the analytical study

أولاً : المحاور الخاصة بمسؤولية جريدتي الصباح الجديد والمدى في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع :

لقد بلغ عدد الموضوعات « الفئات الفرعية » التي تم تحديدها (٦٨) موضوعاً « فئة » توزعت على تسعة محاور « فئات رئيسية » وكما يتوضح في جدول (٢).

جدول (٢) يبين المحاور الخاصة بمسؤولية جريدتي الصباح الجديد والمدى في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع

المرتبة	مج	جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الجريدة المحور
		ك	%١٠٠	ك	%١٠٠	
الأولى	٣٦٣	١٩١	١٩,٧٧	١٧٢	١٦,٩٦	قيم المواطنة
الثانية	٢٨٤	١٢٨	١٣,٢٥	١٥٦	١٥,٣٨	قيم الانتماء الوطني
الثالثة	٢٧٩	١٣٢	١٣,٦٧	١٤٧	١٤,٥٠	كفالة حقوق المواطنين وحرياتهم كإحدى مقومات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني
الرابعة	٢٦٣	١٤٩	١٥,٤٢	١١٤	١١,٢٤	متطلبات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني
الخامسة	٢٥٠	١١٢	١١,٥٩	١٣٨	١٣,٦١	الانعكاسات السلبية للمحافظة والطائفية والتطرف على المواطنة والانتماء الوطني
السادسة	٢٣٨	١٠١	١٠,٤٦	١٣٧	١٣,٥١	مسؤولية القوى السياسية والاجتماعية في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني

الانعكاسات الإيجابية لتدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني على السلم الأهلي والوثام الاجتماعي	٨٦	٨,٤٨	٦٧	٦,٩٤	١٥٣	السابعة
سيادة القانون كإحدى ضمانات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني	٥٣	٥,٢٣	٨٢	٨,٤٩	١٣٥	الثامنة
مسؤولية وسائل الإعلام في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني	١١	١,٠٩	٤	٠,٤١	١٥	التاسعة
المجموع	١٠١٤	١٠٠٪	٩٦٦	١٠٠٪		

يتبين من جدول (٢) أن محور « قيم المواطنة » قد سجل أكبر عدد من التكرارات ، إذ سجل (٣٦٣) تكراراً توزعت بواقع (١٧٢) تكراراً في جريدة الصباح الجديد ونسبة مئوية قدرها (١٦,٩٦٪) و (١٩١) تكراراً في جريدة المدى ونسبة مئوية بلغت (١٩,٧٧٪) ، ثم حل بعده في عدد التكرارات المسجلة محور « قيم الانتماء الوطني » بتسجيله (٢٨٤) تكراراً توزعت على (١٥٦) تكراراً في جريدة الصباح الجديد ونسبة مئوية قدرها (١٥,٣٨٪) و (١٢٨) تكراراً في جريدة المدى ونسبة مئوية قدرها (١٣,٢٥٪) ، ثم جاءت بعدهما المحاور الأخرى بحسب عدد التكرارات المسجلة وصولاً إلى محور « مسؤولية وسائل الإعلام في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني » والذي سجل أقل عدد من التكرارات ، بتسجيله (١٥) تكراراً فقط توزعت بواقع (١١) تكراراً في جريدة الصباح الجديد ونسبة مئوية بلغت (١,٠٩٪) و (٤) تكرارات فقط في جريدة المدى ونسبة مئوية قدرها (٠,٤١٪) ، وهو ما يشير إلى حجم الاهتمام المنخفض بموضوعات هذا المحور وكُتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة .

ثانياً : الموضوعات الخاصة بمحور « قيم المواطنة » في جريدتي الصباح الجديد والمدى

يشتمل هذا المحور على (٨) موضوعات أو فئات فرعية ، إلا أنها قد حظت باهتمام متباين وكُتاب مقالات الرأي في كل من جريدتي العينة .

جدول (٣) الموضوعات الخاصة بمحور « قيم المواطنة » في جريدتي الصباح الجديد والمدى

الموضوع	جريدة الصباح الجديد		جريدة المدى	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
العدالة الاجتماعية	٣٦	٢٠,٩٣	٥٩	٣٠,٨٩
شعور المواطن بالأمان في وطنه	٢٤	١٣,٩٥	٢١	١٠,٩٩
شيوخ قيم التسامح	٢٣	١٣,٣٧	١٧	٨,٩٠
المساواة في الحقوق والواجبات	٢٢	١٢,٧٩	٣٣	١٧,٢٨
قبول الآخر واحترامه	٢١	١٢,٢١	١٦	٨,٣٨
عدم التمييز بين أفراد الشعب ومكوناته	١٩	١١,٠٥	٢٢	١١,٥٢
توفير سبل العيش الكريم للمواطن	١٨	١٠,٤٧	١٥	٧,٨٥
توفير الحماية للمواطن وممتلكاته	٩	٥,٢٣	٨	٤,١٩
المجموع	١٧٢	١٠٠٪	١٩١	١٠٠٪

يظهر من بيانات جدول (٣) إن موضوع « العدالة الاجتماعية » قد سجل النسبة المئوية الأكبر

ضمن موضوعات هذا الجدول ، إذ سجل نسبة مئوية قدرها (٣٠,٨٩٪) وعدد تكرارات بلغت (٥٩) تكراراً في جريدة المدى و نسبة مئوية بلغت (٢٠,٩٣٪) وبعدهد تكرارات بلغت (٣٦) تكراراً في جريدة الصباح الجديد ، وهو ما يشير إلى أن هذا الموضوع قد جاء في مرتبة متقدمة من أولويات كتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وجاء بعده في جريدة الصباح الجديد موضوع « شعور المواطن في بلده » بعد أن سجل (٢٤) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٣,٩٥٪) ، في حين أن هذا الموضوع قد حل في الترتيب الرابع بعدد التكرارات المسجلة في جريدة المدى بعد أن سجل (٢١) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٠,٩٩٪) ، بعد موضوعات : « العدالة الاجتماعية » ، و « المساواة في الحقوق والواجبات » و « عدم التمييز بين أفراد الشعب ومكوناته » ، فيما سجل موضوع « توفير الحماية للمواطن وممتلكاته » أقل عدد من التكرارات ضمن هذا الجدول في كلا الجريدتين ، إذ لم يسجل سوى (٩) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٥,٢٣٪) في جريدة الصباح الجديد و (٨) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٤,١٩٪) في جريدة المدى ، وهو ما يعني عدم إيلائه الأهمية المطلوبة وكتاب مقالات الرأي في الجريدتين المذكورتين على الرغم من أهميته .

ثالثاً : الموضوعات الخاصة بمحور « قيم الانتماء الوطني » في جريدتي الصباح الجديد والمدى :

يشتمل هذا المحور على (١٣) موضوعاً سجلت (٢٨٤) تكراراً في كل من جريدتي العينة وكما يتوضح في جدول (٤) .

جدول (٤) يبين الموضوعات الخاصة بمحور « قيم الانتماء الوطني » في جريدتي الصباح الجديد والمدى

الموضوع	جريدة الصباح الجديد		جريدة المدى	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الالتسام بالروح الوطنية	٢٦	١٦,٦٧	٢٣	١٧,٩٧
تغليب المصلحة العامة على الخاصة	٢٣	١٤,٧٤	٢١	١٦,٤١
الإخلاص للوطن في القول والعمل	١٩	١٢,١٨	١٦	١٢,٥
الاعتزاز بالهوية الوطنية	١٥	٩,٦٢	٢١	١٦,٤١
الحرص على الوحدة الوطنية	١٤	٨,٩٧	٩	٧,٠٣
تنامي الشعور الجمعي بالانتماء لوطن واحد	١٢	٧,٦٩	٤	٣,١٢٥
التضحية والإيثار من أجل الوطن	١١	٧,٠٥	٨	٦,٢٥
الحرص على الاهتمام بالشأن العام	٩	٥,٧٧	٧	٥,٤٧
عمق الإحساس بالانتماء للوطن	٨	٥,١٣	٤	٣,١٢٥
التفاعل الإيجابي مع الهم الوطني	٧	٤,٤٩	٦	٤,٦٨
الاستعداد للدفاع عن الوطن في الأوقات كافة	٥	٣,٢١	٥	٣,٩١
التفاعل مع المناسبات الوطنية	٤	٢,٥٦	٣	٢,٣٤
الالتزام بالمحافظة على ثروات الوطن وموارده	٣	١,٩٢	١	٠,٧٨
المجموع	١٥٦	٪١٠٠	١٢٨	٪١٠٠

يتبين من جدول (٤) إن موضوع « الاتسام بالروح الوطنية » قد سجل العدد الأكبر من التكرارات

ضمن هذا المحور في كل من جريدتي العينة ، إذ سجل (٢٦) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٦,٦٧٪) في جريدة الصباح الجديد و (٢٣) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٧,٩٧٪) في جريدة المدى ، وهو ما يدل على أولويته لدى كتاب مقالات الرأي في الجريدتين المذكورتين مقارنة بالموضوعات الأخرى ضمن هذا الجدول ، ثم جاء بعده في الترتيب موضوع « تغليب المصلحة العامة على الخاصة » بعد أن سجل (٢٣) تكراراً في الجريدة الأولى ونسبة مئوية قدرها (١٤,٧٤٪) و (٢١) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٦,٤١٪) في الجريدة الثانية ، مع الإشارة إلى أن هذا العدد من التكرارات قد سجل أيضاً في جريدة من قبل موضوع « الاعتزاز بالهوية الوطنية » ، في حين جاءت الموضوعات الأخرى بعدد تكرارات أقل وصولاً إلى موضوع « الالتزام بالمحافظة على ثروات الوطن وموارده » ، والذي سجل العدد الأقل من التكرارات ضمن هذا الجدول ، إذ سجل (٣) تكرارات فقط ونسبة مئوية قدرها (١,٩٢٪) في جريدة الصباح الجديد وتكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (٠,٧٨٪) في جريدة المدى ، مما يدل على تدني مستوى الاهتمام به وكتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

رابعاً: الموضوعات الخاصة بمحور « كفالة حقوق المواطنين وحررياتهم كإحدى مقومات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني» في جريدتي الصباح الجديد والمدى :

يشتمل هذا المحور على (٧) موضوعات أو فئات فرعية ، تباين الاهتمام بها وكتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة ، وكما يتوضح في جدول (٥) .

جدول (5) يبين الموضوعات الخاصة بمحور « كفالة حقوق المواطنين وحررياتهم كإحدى مقومات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني» في جريدتي الصباح الجديد والمدى

جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الجريدة الموضوع
التكرار	%	التكرار	%	
٥٣	٤٠,١٥	٦١	٤١,٥٠	توفير ضمانات حقوق المواطنين وحررياتهم يسهم في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني لديهم
٢٨	٢١,٢١	٣٦	٢٤,٤٩	دولة المواطنة تتطلب كفالة حقوق المرأة وحمايتها من العنف
١٧	١٢,٨٨	١٥	١٠,٢١	البناء السليم للمواطنة يستلزم حماية الحقوق الخاصة بالأقليات الدينية والعرقية
١١	٨,٣٣	١٢	٨,١٦	كفالة الدستور لحقوق المواطنين وحررياتهم يسهم في تعميق انتمائهم الوطني
١٣	٩,٨٥	١١	٧,٤٨	الشعور بالمواطنة والانتماء الوطني يستلزم حماية حرية الرأي والتعبير
٨	٦,٠٦	٩	٦,١٢	توفير ضمانات حقوق المواطنين وحررياتهم يسهم في تدعيم أركان دولة المواطنة
٢	١,٥٢	٣	٢,٠٤	تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني لا يتقاطع مع احترام خصوصيات فئات المجتمع وحررياتهم
١٣٢	٪١٠٠	١٤٧	٪١٠٠	المجموع

يتوضح من بيانات جدول (٥) أن موضوع « توفير ضمانات حقوق المواطنين وحررياتهم يسهم في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني لديهم » قد سجل أكبر عدد من التكرارات ضمن هذا المحور ، إذ

سجل (٦١) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٤١,٥٠٪) في جريدة الصباح الجديد و (٥٣) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٤٠,١٥٪) في جريدة المدى ، وهو ما يدل على مستوى الاهتمام المرتفع به وكتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة مقارنة بمستوى اهتمامهما بالموضوعات الأخرى التي يشتمل عليها هذا الجدول ، وحل بعده في عدد التكرارات المسجلة موضوع « دولة المواطنة تتطلب كفالة حقوق المرأة وحمايتها من العنف » بتسجيله (٣٦) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٤,٤٩٪) في جريدة الصباح الجديد و (٢٨) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢١,٢١٪) في جريدة المدى ، وعلى الرغم من أن عدد التكرارات التي سجلها هذا الموضوع تقل كثيراً عن عدد التكرارات التي سجلها الموضوع السابق ؛ إلا أن هذا العدد يفوق كثيراً عدد التكرارات التي تم تسجيلها من قبل الموضوعات الأخرى ضمن هذا الجدول ، مما يوضح حجم الاهتمام بتلك الموضوعات من قبل كتاب مقالات الرأي في الجريدتين المشار لهما ، وسجل موضوع « تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني لا يتقاطع مع احترام خصوصيات فئات المجتمع وحررياتهم » أقل عدد من التكرارات ضمن هذا المحور ، إذ لم يسجل سوى (٣) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢,٠٤٪) في جريدة الصباح الجديد ، وتكراران فقط ونسبة مئوية قدرها (١,٥٢٪) في جريدة المدى ، وهو ما يؤكد مستوى الاهتمام المتدني به وكتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

خامساً : الموضوعات الخاصة بمحور « متطلبات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني » في جريدتي الصباح الجديد والمدى

يشتمل هذا المحور على (٨) موضوعات سجلت (٢٦٣) في كلتي الجريدتين وكما يتوضح في جدول (٦).

جدول (٦) يبين الموضوعات الخاصة بمحور « متطلبات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني » في جريدتي الصباح الجديد والمدى

جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الجريدة الموضوع
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
٤٧,٦٥	٧١	٣٣,٣٣	٣٨	تبني الديمقراطية وتعزيز مساراتها
١٠,٠٧	١٥	٢٢,٨١	٢٦	توفير أسس دولة المواطنة
٢٧,٥١	٤١	٢٠,١٨	٢٣	بناء الدولة المدنية
٥,٣٧	٨	٧,٨٩	٩	تعزيز عمل منظمات المجتمع المدني
٢,٦٩	٤	٥,٢٦	٦	الوعي المجتمعي بالمواطنة والانتماء الوطني
٢,٦٩	٤	٤,٣٩	٥	بناء دولة المؤسسات
٢,٠١	٣	٣,٥١	٤	القضاء على العوز والحرمان والتهميش
٢,٠١	٣	٢,٦٣	٣	صهر الانتماءات الفرعية في بوتقة وطنية
٪١٠٠	١٤٩	٪١٠٠	١١٤	المجموع

تشير بيانات جدول (٦) إلى أن موضوع « تبني الديمقراطية وتعزيز مساراتها » قد سجل أكبر عدد من التكرارات في كلتي الجريدتين مع تفوق واضح لجريدة المدى ، إذ سجل (٧١) تكراراً في الجريدة المذكورة ونسبة مئوية قدرها (٤٧,٦٥٪) ، مما يؤشر حجم الاهتمام المرتفع به وكتاب مقالات الرأي في الجريدة المذكورة ، في حين سجل (٣٨) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٣٣,٣٣٪) في جريدة الصباح

الجديد ، وجاء موضوع « بناء الدولة المدنية » في المرتبة الثانية في جريدة المدى فيما يتعلق التكرارات المسجلة، إذ سجل (٤١) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٧,٥١٪) ، فيما حل الموضوع نفسه في الترتيب الثالث في جريدة الصباح بعد موضوع « توفير أسس بناء دولة المواطنة » بعد أن سجل (٢٣) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٠,١٨٪)، فيما سجلت الموضوعات الأخرى نسب مئوية أقل في كلا الجريدتين، مما يؤشر عدم إيلانها المطلوبة وكتاب مقالات الرأي في الجريدتين المشار إليهما أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل.

سادساً: الموضوعات الخاصة بمحور « الانعكاسات السلبية للمحاصرة والطائفية والتطرف على المواطنة والانتماء الوطني» في جريدتي الصباح الجديد والمدى :

يشتمل هذا المحور كما المحور السابق على (٨) موضوعات أو فئات فرعية ، سجلت (٢٥٠) تكراراً توزعت بواقع (١٣٨) تكراراً لجريدة الصباح الجديد و (١١٢) تكراراً لجريدة المدى ، مما يؤشر تفوق الجريدة الأولى على الثانية فيما يتعلق بتناول موضوعات هذا المحور .

جدول (٧) يبين الموضوعات الخاصة بمحور « الانعكاسات السلبية للمحاصرة والطائفية والتطرف على المواطنة والانتماء الوطني» في جريدتي العينة

جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الموضوع	الجريدة
التكرار	%	التكرار	%		
٤٦	٤١,٠٧	٣٩	٢٨,٢٦	الطائفية تؤدي إلى تفويض أركان دولة المواطنة	الجريدة
١٥	١٣,٣٩	٢٧	١٩,٥٧	التطرف والتعصب القومي ينعكس سلباً على الشعور بالمواطنة والانتماء الوطني	الموضوع
٢١	١٨,٧٥	٢٠	١٤,٤٩	المحاصرة السياسية تقوض جهود بناء دولة مواطنة حقيقية	الطائفية تؤدي إلى تفويض أركان دولة المواطنة
١٤	١٢,٥	١٧	١٢,٣٢	الخطابات الطائفية والمذهبية تؤدي إلى تلاشي الإحساس بالمواطنة والانتماء الوطني	التطرف والتعصب القومي ينعكس سلباً على الشعور بالمواطنة والانتماء الوطني
١٢	١٠,٧١	١٥	١٠,٨٧	بناء دولة المواطنة يتطلب محاربة الدعوات الطائفية والمذهبية	المحاصرة السياسية تقوض جهود بناء دولة مواطنة حقيقية
٢	١,٧٩	٩	٦,٥٢	خطاب الكراهية والتطرف يؤدي إلى الإرهاب الذي يمكن أن يدمر أسس دولة المواطنة	الخطابات الطائفية والمذهبية تؤدي إلى تلاشي الإحساس بالمواطنة والانتماء الوطني
٢	١,٧٩	٨	٥,٨٠	الطائفية والمذهبية تنتعش في ظل ضعف تطبيق القانون وهو ما ينعكس سلباً على المواطنة والانتماء الوطني	بناء دولة المواطنة يتطلب محاربة الدعوات الطائفية والمذهبية
-	-	٣	٢,١٧	الاحتلال الأميركي للعراق أسس للطائفية السياسية التي انعكست سلباً على الشعور الجمعي بالمواطنة والانتماء الوطني	خطاب الكراهية والتطرف يؤدي إلى الإرهاب الذي يمكن أن يدمر أسس دولة المواطنة
١١٢	٪١٠٠	١٣٨	٪١٠٠	المجموع	الطائفية والمذهبية تنتعش في ظل ضعف تطبيق القانون وهو ما ينعكس سلباً على المواطنة والانتماء الوطني

يظهر من بيانات جدول (٧) أن موضوع « الطائفية تؤدي إلى تفويض أركان دولة المواطنة » قد سجل النسبة المئوية الأعلى في كلتي الجريدتين مقارنة بالنسب التي سجلتها الموضوعات التي يشتمل

عليها هذا المحور ، إذ سجل نسبة مئوية قدرها (٢٨,٢٦٪) وعدد تكرارات بلغت (٣٩) تكراراً في جريدة الصباح الجديد و نسبة مئوية قدرها (٤١,٠٧٪) وعدد تكرارات بلغت (٤٦) تكراراً في جريدة المدى، وهو ما يدل على حجم الاهتمام المرتفع به وكُتاب مقالات الرأي في الجريدتين المذكورتين، وحل موضوع « التطرف والتعصب القومي ينعكس سلباً على الشعور بالمواطنة والانتماء الوطني» في المرتبة الثانية فيما يتعلق بعدد التكرارات المسجلة في جريدة الصباح الجديد ، بعد أن سجل (٢٧) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٩,٥٧٪) ، فيما حل هذا الموضوع بالمرتبة الثالثة في جريدة المدى بعد موضوع « المحاصصة السياسية تقوض جهود بناء دولة مواطنة حقيقية » بعد أن سجل (١٥) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٣,٣٩٪) ، أما الموضوعات الأخرى فقد سجلت عدد تكرارات أقل ، مع الإشارة إلى غياب موضوع واحد عن جريدة المدى ضمن هذا المحور ، هو موضوع « الاحتلال الأميركي للعراق أسس للطائفية السياسية التي انعكست سلباً على الشعور الجمعي بالمواطنة والانتماء الوطني » ما يعني عدم حضوره في أجنحة كُتاب مقالات الرأي في الجريدة المذكورة أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل.

سابعاً : الموضوعات الخاصة بمحور « مسؤولية القوى السياسية والاجتماعية في تدعيم قيم

المواطنة والانتماء الوطني » في جريدتي الصباح الجديد والمدى :

يشتمل هذا المحور على (٩) موضوعات سجلت (٢٣٨) تكراراً في كلا الجريدتين ، وكما يتوضح

في جدول (٨) .

جدول (٨) الموضوعات الخاصة بمحور « مسؤولية القوى السياسية والاجتماعية في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني» في جريدتي الصباح الجديد والمدى

جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الجريدة الموضوع
التكرار	%	التكرار	%	
٢٣	٢٢,٧٨	٣٧	٢٧	على القوى السياسية والاجتماعية الفاعلة الاضطلاع بمسؤوليتهما في الدفع بتعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني لدى أفراد المجتمع
٧	٦,٩٣	٢١	١٥,٣٣	مسؤولية القوى السياسية والاجتماعية في بناء دولة المواطنة
٩	٨,٩١	٢٠	١٤,٦٠	مسؤولية الفعاليات السياسية والاجتماعية الناشطة في تعزيز الروابط المشتركة بين أفراد المجتمع وبما يساهم في تدعيم قيم المواطنة
١٧	١٦,٨٣	١٢	٨,٧٦	أهمية التزام القوى السياسية بالحوار الجاد لحل المشكلات العالقة وبما ينعكس إيجاباً على قيم المواطنة والانتماء الوطني
٤	٣,٩٦	١١	٨,٠٣	أهمية التزام القوى السياسية والاجتماعية بالتأكيد على قيم الشراكة الحقيقية كأساس لبناء دولة المواطنة
٩	٨,٩١	١٠	٧,٣٠	التزام القوى السياسية في ردم فجوة أي خلاف بعيداً عن العنف والإكراه وبما يساهم في الحفاظ على السلم الأهلي والإحساس بالمواطنة
٦	٥,٩٤	٩	٦,٥٧	دور الفعاليات السياسية والاجتماعية في تعزيز الأواصر بين مكونات المجتمع وبما يساهم في تعميق شعورهم بالانتماء للوطن الواحد
٧	٦,٩٣	٩	٦,٥٧	التزام القوى والفعاليات السياسية بإيجاد أسس التسوية الشاملة لكل المشكلات التي يمكن أن تقوض أركان دولة المواطنة

١٨,٨١	١٩	٥,٨٤	٨	ضرورة التزام الفعاليات الاجتماعية بإيجاد أسس مصالحة مجتمعية فاعلة تؤسس لمواطنة حقيقية
%١٠٠	١٠١	%١٠٠	١٣٧	المجموع

يتبين من بيانات جدول (٨) إن موضوع « على القوى السياسية والمجتمعية الفاعلة الاضطلاع بمسؤوليتهما في الدفع بتعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني لدى أفراد المجتمع» قد سجل العدد الأكبر من التكرارات ضمن هذا المحور في كلتي الجريدتين ، إذ سجل (٣٧) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٧%) في جريدة الصباح الجديد و (٢٣) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٢,٧٨%) في جريدة المدى ، ما يعني حضوره بشكل واضح في أجندة كتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وحل بعده في جريدة الصباح الجديد في عدد التكرارات المسجلة موضوع « مسؤولية القوى السياسية والاجتماعية في بناء دولة المواطنة » بعد أن سجل (٢١) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٥,٣٣%) ، في حين أن هذا الموضوع لم يسجل سوى (٧) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٦,٩٣%) في جريدة المدى ، وهو ما يؤشر مستوى الاهتمام المنخفض به من قبل كتاب مقالات الرأي في الجريدة المذكورة على الرغم من الأهمية الكبيرة له ، ويؤشر كذلك تباين مستوى اهتمام كتاب مقالات الرأي في الجريدتين المذكورتين بالموضوعات الأخرى التي يشتمل هذا الجدول ، ويتوضح هذا في عدد التكرارات التي سجلها كل موضوع ضمن هذا المحور في كلا الجريدتين ، مع الإشارة إلى أن أقل عدد من التكرارات ضمن هذا المحور قد سُجلت في جريدة المدى من موضوع « أهمية التزام القوى السياسية والمجتمعية بالتأكيد على قيم الشراكة الحقيقية كأساس لبناء دولة المواطنة» ، إذ لم يسجل سوى (٤) تكرارات فقط ونسبة مئوية قدرها (٣,٩٦%) .

ثامناً : الموضوعات الخاصة بموضوع « الانعكاسات الإيجابية لتدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني

على السلم الأهلي والوئام الاجتماعي» في جريدتي الصباح الجديد والمدى :

يشتمل هذا المحور على (٥) موضوعات ، وسجلت تلك الموضوعات (١٥٣) تكراراً توزعت بواقع (٨٦) تكراراً في جريدة الصباح الجديد و (٦٧) تكراراً في جريدة المدى .

جدول (٩) يبين الموضوعات الخاصة بمحور « الانعكاسات الإيجابية لتدعيم قيم المواطنة والانتماء

الوطني على السلم الأهلي والوئام الاجتماعي» في جريدتي الصباح الجديد والمدى

جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الجريدة الموضوع
%	التكرار	%	التكرار	
٢٦,٨٧	١٨	٢٤,٤٢	٢١	تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني يؤدي إلى تحقيق السلم الأهلي والحفاظ على ديمومته
٢٢,٣٩	١٥	٢٣,٢٦	٢٠	تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني يساهم في بناء الوحدة الوطنية وزيادة التماسك الاجتماعي

١٣,٤٣	٩	٢٢,٠٩	١٩	الالتزام بقيم المواطنة والانتماء الوطني يسهم في تحقيق الاستقرار الاجتماعي
١٦,٤٢	١١	١٦,٢٨	١٤	دولة المواطنة تسهم في تعزيز التعايش السلمي والوئام الاجتماعي
٢٠,٨٩	١٤	١٣,٩٥	١٢	دولة المواطنة تؤدي إلى تعزيز أواصر الثقة والتماسك بين مكونات المجتمع
%١٠٠	٦٧	%١٠٠	٨٦	المجموع

تشير بيانات جدول (٩) إلى أن موضوع «تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني يؤدي إلى تحقيق السلم الأهلي والحفاظ على ديمومته» قد سجل النسبة المئوية الأكبر في كلتي الجريدتين عينة البحث، إذ سجل نسبة (٢٤,٤٢%) في جريدة الصباح وبعدد تكرارات بلغت (٢١) تكراراً ونسبة (٢٦,٨٧%) وعدد تكرارات بلغت (١٨) تكراراً في جريدة المدى، وهو ما يؤشر إلى حجم الاهتمام المرتفع بهذا الموضوع ككتاب مقالات الرأي في الجريدتين المذكورتين، وجاء في الترتيب الثاني موضوع «تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني يسهم في بناء الوحدة الوطنية وزيادة التماسك الاجتماعي» بعد أن سجل (٢٠) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٣,٢٦%) في جريدة الصباح الجديد و (١٥) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٢,٣٩%) في جريدة المدى، ويعد تأكيد كتاب مقالات الرأي في الجريدتين على الموضوعين المذكورين من الأمور الإيجابية؛ إلا أنه كان ينبغي عليهم في الوقت نفسه إيلاء الموضوعات الأخرى ضمن هذا المحور الاهتمام المطلوب نظراً لارتباطها بتحقيق السلم الأهلي والوئام الاجتماعي في المحصلة، ثم جاءت الموضوعات الأخرى ضمن هذا المحور بعدد تكرارات أقل، مع الإشارة إلى أنه وعلى الرغم من قلة إجمالي عدد التكرارات المسجلة في هذا المحور مقارنة مع التكرارات التي سجلتها المحاور السابقة؛ إلا أن عدد التكرارات التي سجلها كل موضوع ضمن هذا المحور يُعد مقبولاً مقارنة مع ما سجلته مجموعة كبيرة من الموضوعات التي اشتملت عليها المحاور السابقة.

تاسعاً: الموضوعات الخاصة بمحور «سيادة القانون كإحدى ضمانات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني» في جريدتي الصباح الجديد والمدى:

يشتمل هذا المحور على (٦) موضوعات أو فئات فرعية سجلت (١٣٥) تكراراً في كلتي الجريدتين، وكما يتوضح في جدول (١٠).

جدول (١٠) يبين الموضوعات الخاصة بمحور « سيادة القانون كإحدى ضمانات تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني » في جريدتي الصباح الجديد والمدى

جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الجريدة الموضوع
التركرر	%	التركرر	%	
١٤	١٧,٠٧	١٢	٢٢,٦٤	سيادة القانون وعدالة القضاء يعمقان الشعور بالمواطنة والانتماء الوطني
١٠	١٢,٢٠	١١	٢٠,٧٦	دولة المواطنة تتطلب العمل الجاد على ترسيخ سلطة القانون
١١	١٣,٤١	٩	١٦,٩٨	سيادة القانون مبدأ يصبو إليه الجميع في دولة المواطنة
٧	٨,٥٤	٨	١٥,٠٩	سيادة القانون تعني تطبيق القانون بنزاهة على الجميع
٢٤	٢٩,٢٧	٧	١٣,٢١	تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني يتطلب مساواة الجميع أمام القانون وأحكامه
١٦	١٩,٥١	٦	١١,٣٢	سيادة القانون ركن أساسي من أركان دولة المواطنة
٨٢	١٠٠%	٥٣	١٠٠%	المجموع

يظهر من بيانات جدول (١٠) إن موضوع « سيادة القانون وعدالة القضاء يعمقان الشعور بالمواطنة والانتماء الوطني » قد سجل أكبر عدد من التكرارات في جريدة الصباح الجديد بعد أن سجل (١٢) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٢,٦٤%) ، في حين أنه قد جاء في الترتيب الثالث في جريدة المدى بعد موضوعي : « تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني يتطلب مساواة الجميع أمام القانون وأحكامه » و « سيادة القانون ركن أساسي من أركان دولة المواطنة » بعد أن سجل (١٤) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٧,٠٧%) ، وجاء موضوع « دولة المواطنة تتطلب العمل الجاد على ترسيخ سلطة القانون » في الترتيب الثاني فيما يتعلق بعدد التكرارات المسجلة ضمن هذا المحور في جريدة الصباح الجديد ، بعد أن سجل (١١) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٠,٧٦%) بما يقارب كثيراً النسبة المسجلة من الموضوع الأول ، فيما سجل هذا الموضوع (١٠) تكرارات في جريدة المدى ونسبة مئوية قدرها (١٢,٢٠%) ، ويؤشر هنا تبايناً في مستوى اهتمام كتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة بالموضوعات التي يشتمل عليها هذا المحور ، وهو ما يؤشر الى تباين أجندتهما حول تلك الموضوعات ، فضلاً عن عدم إيلائهما الأهمية المطلوبة لتلك الموضوعات ، على الرغم من أن مبدأ سيادة القانون عموماً وبما ينطوي عليه من موضوعات يستحق أن يتم التأكيد عليه بصورة أكبر من أولئك الكتاب نظراً لأهميته في تعزيز الشعور لدى المواطنين كافة بأن القانون يسود على الجميع ، وهو من المبادئ الأساسية التي تولد الشعور بالأمان لدى المواطن فضلاً عن أنه يُعد من عوامل الاستقرار وتعزيز الشعور الجمعي بالمواطنة وبالانتماء الجمعي وبوجود المظلة الحامية التي تكفل العدالة وتطبيق القانون بنزاهة وعدالة على الجميع .

عاشراً : الموضوعات الخاصة بمحور « مسؤولية وسائل الإعلام في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني» في جريدتي الصباح الجديد والمدى :

يشتمل هذا المحور على أقل عدد من الموضوعات مقارنة بالموضوعات التي تضمنتها المحاور السابقة إذ لا يشتمل سوى على (٤) موضوعات ، كما أنه قد سجل في الوقت نفسه أقل عدد من التكرارات ، إذ بلغت عدد التكرارات التي سجلها (١٥) تكراراً فقط في كلا الجريدتين .

جدول (١١) يبين الموضوعات الخاصة بمحور « مسؤولية وسائل الإعلام في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني» في جريدتي الصباح الجديد والمدى

جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الجريدة الموضوع
التكرار	%	التكرار	%	
٢	٥٠	٣٦,٣٧	٤	ضرورة التزام وسائل الإعلام بمسؤوليتها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني
١	٢٥	٢٧,٢٧	٣	أهمية التزام وسائل الإعلام بإبراز المشتركات بين المكونات المجتمعية
١	٢٥	١٨,١٨	٢	ضرورة التزام وسائل الإعلام بمحاربة الدعوات الطائفية والمذهبية
-	-	١٨,١٨	٢	التأكيد على التزام ووسائل الإعلام عامة بإبراز دور الرموز الوطنية في الحفاظ على وحدة البلد وتدعيم الشعور بالانتماء الوطني
٤	١٠٠%	١١	١٠٠%	المجموع

تشير بيانات جدول (١٠) إلى أن موضوع « ضرورة التزام وسائل الإعلام بمسؤوليتها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني » قد سجل (٤) تكرارات فقط ونسبة مئوية قدرها (٣٦,٣٧%) في جريدة الصباح الجديد ، فيما لم يسجل سوى تكرارين فقط ونسبة مئوية قدرها (٥٠%) في جريدة المدى ، وسجل موضوع « أهمية التزام وسائل الإعلام بإبراز المشتركات بين المكونات المجتمعية» (٣) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٧,٢٧%) في الجريدة الأولى فيما لم يسجل سوى تكرار واحد فقط ونسبة مئوية قدرها (٢٥%) في الجريدة الثانية ، فيما سجل كل من الموضوعين الآخرين ضمن هذا الجدول تكرارين فقط ونسبة مئوية قدرها (١٨,١٨%) في جريدة الصباح الجديد ، وسجل الموضوع الأول منهما تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (٢٥%) في جريدة المدى ، في حين غاب الموضوع الآخر عن الحضور في تلك الجريدة وهو موضوع « التأكيد على التزام وسائل الإعلام عامة بإبراز دور الرموز الوطنية في الحفاظ على وحدة البلد وتدعيم الشعور بالانتماء الوطني » ، وعلى الرغم من تفوق جريدة الصباح الجديد على جريدة المدى في عدد التكرارات المسجلة ضمن هذا المحور؛ إلا أنه يؤشر الى تدني مستوى اهتمام كتاب مقالات الرأي في كلتي الجريدتين بموضوعات هذا المحور ، على الرغم من أنها كانت تستحق التأكيد عليها والاهتمام نظراً لأهميتها التي تأتي من دور الإعلام عامة بوسائله كافة في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني في المجتمع .

الاستنتاجات : (The Conclusions)

لقد توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات من أبرزها ما يأتي :

١. تفاوت جريدتا العينة في مستوى الاهتمام بالمحاور الخاصة التي تم تحديدها وما تشتمل عليه من موضوعات ، ومرد هذا هو تفاوت اهتمام كتاب مقالات الرأي في تلك الجريدتين إزاء الموضوع ، مما يعكس أولويات أجندتهما وتباينها فيما يتعلق بذلك .
٢. لقد تمحورت اهتمامات كتاب مقالات الرأي في الجريدتين عينة البحث فيما يتعلق بموضوع البحث على تسعة محاور « فئات رئيسة » اشتملت كل منها على عدد من الموضوعات الفرعية « قد أحاطت بالجوانب الأساسية من الموضوع وإن بدرجة اهتمام متباينة بين كل من الجريدتين .
٣. لقد أظهرت نتائج التحليل تفوق محدود لجريدة الصباح الجديد على جريدة المدى في المجموع العام لعدد التكرارات المسجلة فيما يتعلق بالموضوعات التي اشتملت عليها المحاور التسعة المشار إليها ، مع تفوق لجريدة المدى في عدد تلك التكرارات في محورين فقط من تسعة محاور وكما توضح في نتائج التحليل .
٤. لقد حظى محور قيم المواطنة بالاهتمام الأكبر من كتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة ثم تلاه محور قيم الانتماء الوطني ، فيما حظى محور مسؤولية وسائل الإعلام في تدعيم قيم المواطنة والانتماء الوطني بأقل درجة اهتمام ، على الرغم من الأهمية التي ينطوي عليها .
٥. إن موضوع تبني الديمقراطية وتعزيز مساراتها قد سجل الحضور الأبرز ضمن الموضوعات التي اشتملت عليها المحاور التي تم تحديدها ، فيما جاء بعده موضوع توفير ضمانات حقوق المواطنين وحياتهم يسهم في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني لديهم ثم موضوع العدالة الاجتماعية ، فيما جاءت الموضوعات الأخرى بدرجة اهتمام أقل ، وهو ما يشير إلى طبيعة توجهات كتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة إزاء الموضوع .
٦. يؤشر ضعف اهتمام كتاب مقالات الرأي بعدد كبير من الموضوعات التي اشتملت عليها المحاور التي تم تحديدها ، إذ لم تحظ سوى باهتمام محدود أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل والبالغة ثلاثة أشهر ، على الرغم من أنها ذات أهمية بالغة ، وهو ما يؤشر إلى طبيعة المحددات التي تحكم تناول كتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة لتلك الموضوعات .

التوصيات : (The Recommendations)

يوصي الباحث بما يأتي :

١. ضرورة إيلاء كتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة الأهمية الكافية للموضوع والإحاطة به من جوانبه كافة ، نظراً لأهميته في تحقيق الاستقرار والحفاظ على النسيج الوطني واللحمة المجتمعية والحفاظ على السلم الأهلي والوئام الاجتماعي .

٢. ضرورة إيلاء كُتاب مقالات الرأي في جريدتي العينة الاهتمام المطلوب لجميع المحاور التي تتعلق بالموضوع وما تشتمل عليه من موضوعات فرعية ، وذلك لارتباط تلك المحاور ببعضها الآخر وعدم وجود أهمية لمحور منها من دون الآخر .
٣. أهمية اعتماد الجرائد العراقية المستقلة ولاسيما جريدتي العينة لخطة منهجية متكاملة لتناول موضوع تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني ، وعدم ترك الأمر إلى اجتهادات الكتاب في تلك الجرائد .
٤. أهمية التزام كتاب مقالات الرأي في كلتي الجريدتين بمسؤولياتهم فيما يتعلق بالتأكيد على قيم المواطنة والانتماء الوطني بما تنطوي عليها من موضوعات فرعية ، وعدم اتباع ردة الفعل أو متابعة الحوادث الراهنة فيما يتعلق بتناولهم تلك الموضوعات .
٥. ضرورة التزام الجهات القائمة على كلتي الجريدتين باستقطاب النخب في المجالات كافة للتصدي لموضوع تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني ، بما يتيح التوسع في تناول الموضوع وإثرائه بأراء وطروحات متعددة .
٦. أهمية إيلاء الجهات المعنية في المؤسسات كافة الأهمية اللازمة لموضوع تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني ، والعمل على إطلاق حملات تثقيفية فيما يتعلق بهذا المجال تشمل فئات المجتمع كافة .

المصادر باللغة العربية

- إبراهيم علي. (١٩٩٨). برنامج مقترح في مادة علم الاجتماع لتنمية الانتماء الاجتماعي لدى طلبة كلية التربية. *مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس* (٤٧).
- إبراهيم ناصر. (٢٠٠٤). *أصول التربية: الوعي الإنساني*. عمان : مكتبة الرائد العلمية.
- أبو بكر علي محمد أمين. (٢٠١٠). *العدالة مفهومها ومنطلقاتها*. دمشق : دار الزمان.
- أحلام محمد عبد العظيم. (تشرين الثاني، ١٩٩٥). أزمة الهوية في الخطاب التربوي الرسمي المعاصر في مصر : دراسة تحليلية نقدية. *مجلة التربية للبحوث التربوية والنفسية والاجتماعية* (٢٥).
- إدوارد بانفيلد. (١٩٩٠). *السلوك الحضاري والمواطنة في المجتمعات الديمقراطية*. (عزت نصار، المترجمون) عمان : دار النسر للنشر .
- الأب بولس موترد. (٢٠٠٣). *المنجد في اللغو والأعلام* (الإصدار ط ٤٠). بيروت: دار المشرق.
- أماني غازي جرار. (٢٠١١). *المواطنة العالمية*. عمان : دار وائل للنشر والتوزيع.
- حسن اسماعيل نازلي. (١٩٧٩). *فلسفة القيم*. القاهرة، كلية الاداب، عين شمس: الدار الثقافية للنشر. تم الاسترداد من إسماعيل عبد الفتاح. (٢٠٠١). القيم السياسية في الإسلام . القاهرة : الدار الثقافية للنشر ، ص ١٣ .
- زيد أحمد أبو الغنيم. (٢٠١٣). *دور وسائل الإعلام في تعزيز الانتماء الوطني: دراسة حالة طلاب الجامعة الأردنية في الفترة من ٢٠١١ - ٢٠١٣م* (اطروحة دكتوراه غير منشورة) . معهد دراسات العالم الإسلامي.
- سامح فوزي. (٢٠٠٧). *المواطنة*. القاهرة : مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان.
- طلعت منصور. (١٩٨٤). *أسس علم النفس العام* . (آخرون، المحرر) القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية.
- عبد الله عبد التواب. (١٩٩٣). دور كليات التربية في تأصيل الولاء الوطني لدى طلابها : دراسة ميدانية. *مجلة دراسات تربوية*، ٨(٥٦).
- عبيد عبد المنعم فيصل. (٢٠٠٩). *علم الاجتماع وتنمية الوعي بالمتغيرات المحلية والعالمية*. القاهرة : المكتبة العصرية.
- عصام حسين أحمد. (١٩٩١). *إبرك الهوية القومية لدى الطفل المصري (رسالة ماجستير غير منشورة)* . القاهرة،

- جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة.
 مان ميشيل. (١٩٩٤). *موسوعة العلوم الاجتماعية*. (عادل الهواري، المترجمون) الكويت: مكتبة الفلاح.
 محمد حسام الدين. (٢٠٠٣). *المسؤولية الاجتماعية للصحافة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
 محمد كامل القرعان. (٢٠١٠م). *الصحافة اليومية الأردنية ومسؤوليتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع* (٢٠٠٩ - ٢٠١٠م) *صحيفتنا الرأي والغد نموذجاً* (رسالة ماجستير غير منشورة). عمان: جامعة الشرق الأوسط.
 ندى علي حسن بن شمس. (٢٠١٧). *المواطنة في العصر الرقمي: نموذج مملكة البحرين*. سلسلة دراسات.
 يحيى إبراهيم المدهون. (٢٠١٢). *دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظة غزة* (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة، جامعة الأزهر: كلية التربية.

Recourses

- Masek, J. (2008). *Citizenship Education and Media Pedagogy : Developing Citizenship Skills with Media Environments Reflecting on Identities :Research, Practice and Innovation*. (A. C. Ross, Ed.) London: London:CiCe.
- Polat , R. K., & Pratchett, L. (2010). *Citizenship in the age of the Internet: a comparative analysis of Britain and Turkey*. Political Studies Association, 63-80. doi:https://doi.org/10.1080/13621025.2013.780765
- Quail, D. M. (1972). *Mass Communication Theory*. London: Sage publication.
- 1 - Alkaraan, Muhammad Kamel (2010 AD). *The Jordanian daily press and its responsibility in disseminating national values in society (2009-2010)*. Opinion and tomorrow newspapers as an example, unpublished master's thesis, Middle East University, Amman.
- 2 - Al-Madhoun, Yahya Ibrahim Al-Madhoun (2012). *The role of the Palestinian electronic press without strengthening citizenship values among university students in Gaza governorates*, unpublished master's thesis, Al-Azhar University - Gaza, College of Education.
- 3 - Abu Al-Ghanam, Ziad Ahmed. (2013 AD). *The role of the media in promoting national belonging: a case study of the University of Jordan students from 2011-2013*, unpublished doctoral thesis, Institute of Islamic World Studies.
- 4 - Masek, Jan.(2008): *Citizenship Education and Media Pedagogy : Developing Citizenship Skills with Media Environments* , in Ross, A.& Cunningham.(eds.) *Reflecting on Identities :Research, Practice and Innovation* .London: CiCe,pp.713-716.
- 5 - Pola ,Rabia Karakaya & Pratchett, Lawrence ,(2010): *Citizenship in the Age of the Internet : A Comparative Analysis of Britain and Turkey* , Political Studies Association , Edinburgh.
- (*) The committee of experts who presented the form to them consisted of: A 0 D 0 Samir Muhammad Hussein / Faculty of Media / October 6 University / Egypt, A 0 D 0 full values / College of Fine Arts / University of Babylon 0
- Dr. Fadel Mohammed Al-Badrani / College of Information / Iraqi University, Dr. Abdul Haman Diab Abdullah / College of Communication and Media / Al Ain University of Science and Technology, Dr. Ali Dashti / Department of Information / College of Arts / Gulf University for Science and Technology / Kuwait.
- The dictionary of language and media. (2003 AD). I 40. Beirut: House of Al-Mashriq. P. 316.
- 7 - Hussam El-Din, Mohamed. (2003). *Social responsibility of the press*. Cairo: The Egyptian

- Lebanese House. P. 98.
- 8-Quail, Dennis Mc. (1972). Mass Communication Theory. London: Sage publication, pp. 116–117.
- Hassan, Nazli Ismail Hassan. (1979 AD). Research on the philosophy of values. Cairo: Faculty of Arts, Ain Shams. P. 2, citing: Abd al-Fattah, Ismail. (2001 AD). Political Values in Islam, Cairo: The Publishing House, p. 13.
- (10) - Michelle, Mann (1994 AD). Encyclopedia of Social Sciences, translation: Adel Al Hawari. Kuwait: Al-Falah Library, p. 115.
- (11) - Fawzi, Sameh. (2007 AD). Citizenship. Cairo: Cairo Institute for Human Rights Studies, p. 7.
- (12) - Muhammad Amin, Abu Bakr Ali. (2010 AD). Justice is its concept and premises. Damascus: Dar Al-Zaman, 2010. P. 53.
- (13) - Jarrar, Amani Ghazi (2011). Global citizenship. Amman: Wael Publishing and Distribution, pp. 43.
- (14) - Nasser, Ibrahim. (2004 AD). Foundations of Education: Human Awareness. Amman: Al-Raed Scientific Library, p. 35.
- (15) - Bin Shams, Nada Ali Hassan. (2017 CE). Citizenship in the Digital Age: The Kingdom of Bahrain Model. A series of studies. Bahrain: Bahrain Institute for Political Development, p. 10.
- (16) - Abdel Tawab, Abdullah. (1993 AD). The role of colleges of education in establishing national loyalty among their students: a field study. Journal of Educational Studies. Volume 8, Part 56. The World of Books: Cairo, p. 48.
- (17) - Ali, Ibrahim. (198 AD). A proposed program in the subject of sociology to develop social affiliation among students of the Faculty of Education. Journal of Studies in Curricula and Teaching Methods, No. 47, Zagazig University, Faculty of Education, p. 229.
- (18) Abdul-Azim, Ahlam Muhammad (1995 AD). The identity crisis in the contemporary official educational discourse in Egypt: a critical analytical study. Education Journal for Educational, Psychological and Social Research, Issue 25, November, p. 184.
- (19) - Ahmed, Essam Hussein. (1991 AD). Realizing the national identity of the Egyptian child. Unpublished Master Thesis, Institute of Higher Studies for Childhood, Ain Shams University, p. 17.
- (20) Mansour et al., Talaat (1984 AD). Foundations of general psychology. Cairo: The Anglo-Egyptian Library, p. 137.
- (21) - Banfield, Edward. (1990 AD). Civilizational behavior and citizenship in democratic societies. Translation: Ezzat Nassar. Amman: The Eagle Publishing House, p. 44.
- (22) Faisal, Abeer Abdel Moneim. (2009). Sociology and developing awareness of local and global variables. Cairo: The Modern Library, p. 170.

ACADEMIC TRAINING IN MEDIA AND COMMUNICATION SCIENCE AND ITS RELATIONSHIP TO MEDIA PRACTICE

(*READING IN THE NATURE OF THE RELATIONSHIP:*)
(*INTEGRATION OR SEPARATION*)

التكوين الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال وعلاقته بالممارسة الإعلامية
قراءة في طبيعة العلاقة: التكامل أم الانفصال

*Dr. Mohamed El Fateh Hamdi, Ph. D.,
Qatar university*

*Dr. Samira Setoutah, Ph. D.,
Al Ain University The United Arab Emirates*

Abstract:

The aim of this scientific study is to diagnose the nature of the relationship between academic education in the field of media, communication and media practice. The university offers theoretical and practical lessons to students on the concepts of communication sciences, theories, models, legislations, ethics, and techniques over three years or more. The diploma in the field of communication and Media Sciences, moreover, gives students the opportunity to work in the field of journalism and media in the future. This is what many academics and media thinkers in Algeria believe. While another trend sees the exact opposite: The study of information and communication sciences within the university in the form of theoretical lessons cannot contribute to the improvement and development of the level of the student who aspires to practice the profession of journalism. In this study, we will try to find out whether the academic experience in the field of media has a relationship with the media practice in the field, or that the professional practice in the field of journalism and the media requires other criteria and conditions that must be taken into account in the university stands.

*Key words: Academic Training ; Media and Communication Sciences;
Theoretical Training; Field Training; Media Practice; Training Courses.*

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة العلمية إلى تشخيص طبيعة العلاقة بين التعليم الأكاديمي في مجال الإعلام والاتصال والممارسة الإعلامية، فالجامعة وما تقدمه من دروس ومحاضرات نظرية وتطبيقية للطلبة حول مفاهيم علوم الاتصال والإعلام ونظرياته ونماذجه وتشريعاته وأخلاقياته وفنائه وتقنياته على مدار ثلاث سنوات أو أكثر، يعد ذلك تكويناً مهماً في مسار الطالب الجامعي، كما أن الشهادة في تخصص علوم الاتصال والإعلام تمنح للطلبة فرصة العمل في مجال الصحافة والإعلام مستقبلاً، هذا ما يعتقد به الكثير من الأكاديميين والإعلاميين في الجزائر، في حين هناك اتجاه آخر يرى عكس ذلك تماماً، حيث يرى أن مهنة الصحافة والإعلام تحكمها معايير أخرى، بعيداً عن الاحترافية والشفافية في اختيار الكفاءات الإعلامية داخل مختلف المؤسسات الإعلامية العربية والجزائرية، كما أن دراسة علوم الإعلام والاتصال داخل الجامعة على شكل دروس نظرية لا يمكن أن تساهم في تحسين وتطوير مستوى الطالب الذي يطمح لممارسة مهنة الصحافة. ومن خلال هذه الدراسة سنحاول معرفة إن كان للتجربة الأكاديمية المتخصصة في مجال الإعلام علاقة بالممارسة الإعلامية في الميدان، أم أن الممارسة المهنية في مجال الصحافة والإعلام تتطلب معايير وشروط أخرى يجب مراعاتها داخل مدرجات الجامعات. الكلمات الدالة: التكوين الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال-التكوين النظري- التكوين الميداني- الممارسة الإعلامية- الدورات التكوينية.

Introduction

University training is considered as an important stage in the path of the university student. This configuration allows him to enter the field of work in the future, and in many cases we find that the university training is the basis through which the student acquires knowledge and theoretical lessons and conducting experiments and theoretical courses within the university, it is easy for him to develop his abilities and skills when contributing to the production of ideas within the institution in which he works.

The talk about university training in the field of information and communication sciences and its relation to the field of work in the sector of journalism and media is the subject of our study, where the specialization of information and communication among the disciplines that have been given great attention within the Algerian University in recent years, where this specialization has been opened in several universities, in addition to the National School of Journalism, having been present at the University of Annaba and the University of Algiers.

The importance of this specialization lies in the fact that it is one of the modern

disciplines within The Algerian University. This has given great opportunities for students to join the media departments in the north or the south of Algeria. In addition, the specialization of media and communication is one of the specialties that appeal to young people due to the multidisciplinary specialization in this field. There are also those who believe that there are more opportunities to get a job in the media sector with the opening of the private audiovisual sector in Algeria in recent years. But the big problem that the students suffer at the level of various media and communication departments within the Algerian university is the lack of supervision and training by the specialized professors. There are a large number of media departments have been opened and then closed because of the lack of professors in the specialization. (Such as sociology, psychology, political science and law), in addition to the lack of material resources (studios, editing rooms, photocopiers, etc.) for training in certain technical disciplines such as editing, radio and television, a journalist, radio and television activation techniques.

In front of these problems and obstacles which are facing the media and communication specialization within the university, the students find themselves confronted with data related to the world of work, often different from the knowledge gained during their university formation. A large proportion of the students had the aim of studying media specialization; they are allowed to access the field of journalism and media in its broadest scope, with the aim of working on satellite channels, national radio stations, various paper and electronic newspapers. However, the practical and training differences between reality and training at the Algerian University are different. As soon as the students leave the university, they find themselves with a knowledge heritage that often does not help them to get a job in the local or national media outlets, as a results of the absence of partnership and harmonization between the outputs of the programs and the academic curricula in addition to the academic methods in the field of communication and information on the one hand, and the requirements of the labor market On the other hand. The work in the field of journalism both inside and outside Algeria is governed by other criteria related to needs that have increasingly developed with the existence of communication technology that created new challenges for the specialization of media and communication, it also created new professions and abolished others in return for the content of

the training programs at the university. This development was not accompanied by content that does not reflect the new environment requirements for the specialization of communication and the media. This is why many students are thinking of leaving Algeria for European or American countries, to get jobs in the domain of media organizations.

Algerian media organizations of all kinds and forms imposed a special form of training on the media in order to improve their performance in the various arts of journalism, whether in editing, presentation, directing, methods of dealing with the new media or in the arts of conducting press interviews and other arts in various institutions. But what many researchers do not know is that the percentage of employees in the Algerian media is among other specialties unlike the media and journalism, there are many media professionals who specialize in journalism and media. There are those who see this as usual because the profession of the press is practiced by everyone because of the development of the press in the world.

Through this study, we will try to present the views of a sample of Algerian media professionals in various media institutions, both inside and outside Algeria, on the relationship between the academic experience in the media, communication and media practice in various media institutions, both inside and outside Algeria.

First: The problem of the study and its questions.

Today, universities, especially in developed countries, seek to ensure the quality of the training and to create the conditions for upgrading it on a continuous basis to cope with the global changes taking place in the higher education sector from the perspective of the knowledge economy, which sees the university as a source of supply for different levels of comprehensive development that can cover the societal needs. Money is important in this type of economy.

The university as a space for the production and reproduction of knowledge has become a student of scientific and practical qualifications that responds to his aspirations and fulfills the needs of the society. This enables him to be an effective and influential element in the framework of comprehensive development. Within this intellectual perspective of the university and its role in the qualification of productive cadres, we can consider the academic training in communication

and information science an important stage in the path of university students in this specialization, because the first goal of entering the university is to obtain a university degree that qualifies them for a job in the future. The university is an important stage in shaping the success of any university student. Many students prefer to practice the profession of journalism and media within the various media institutions, which makes them clash with a reality that is totally contrary to what they were seeing when they were inside the university because the media practice focuses on skills and techniques Which the media is capable of preparing, editing or presenting television or radio programs or practicing written journalism. This makes students seek continuous training courses to develop their skills and improve their skills. Through this scientific study we will try to diagnose the nature of the relationship between the academic composition in the media, communication and media practice within the various media organizations from the point of view of a sample of media professionals in some Algerian media institutions. We will focus on the problem of this study through a major question:

What is the nature of the relationship between academic composition in the media, communication and media practice from the media point of view?

Sub-questions:

- 1. To what extent can the journalist practice the profession of journalism without having received an academic training in the information and communication sciences within the university?*
- 2. How far academic training in the information and communication sciences could be considered as a basis for practicing journalism?*
- 3. What are the mechanisms for developing the relationship between academic training in information and communication sciences within the universities and media practice within the media institutions?*

Second: The hypothesis of the study:

Based on the study's questions, we can focus on one main hypothesis:

The academic composition in the information science and communication within the universities contributes to facilitate the media practice of students in various media institutions, whether written or audible or visible.

This hypothesis was formulated in terms of the lessons and lectures received by the journalist in the university training for the specialization of communication and information, which constitute for him a great knowledge base that allows him to develop his skills to join the job.

Third: The importance of the study:

1. *This study is important because of the importance of the subject in question, which discusses the problems faced by many Algerian universities in many disciplines, and not only the specialization of communication and information, which is related to the rift that distinguishes the university's relationship with labor market. Is essential in the overall development and transforms it into an effective producer in the knowledge economy.*
2. *The importance of linking the specializations and the outputs of their training programs at the university with the requirements of labor market.*
3. *The importance of providing a network of communication and information at the university to allow the establishment of new specialties required by the labor market.*
4. *The importance of clarification of the personality of the media student by raising his abilities and his practical scientific competence and linking them to the requirements of comprehensive development within the framework of the interaction between the university student and the labor market.*

Fourth: The objectives of the study:

1. *To know the nature of the relationship between the academic composition in the field of media and communication in vocational training in the field of journalism and media from the point of view of a sample of Algerian journalists.*
2. *To tackle the most important obstacles and difficulties faced by academic training in the field of information and communication sciences within the Algerian University.*
3. *To know the extent to which the training programs in the Algerian University are compatible with the needs of the graduates of the media and communication in the labor market.*
4. *Highlighting the importance of opening scientific disciplines in the field of written and audiovisual journalism within the Algerian University and the*

extent to which Algerian media institutions benefit from these frameworks.

Fifth: Concepts of the study.

5-1 *The academic formation: University training is the specialized study in universities, which is related to the subject of specialization and the related materials, unlike the study in general education that precedes university education.(Masoudi, 1996, p. 45)*

The university training is also defined as a high education and rehabilitation of high and high-level human forces in order to rationalize and scientific research, to produce knowledge and its direct scientific applications and to organize the management of society and the state politically, economically and socially.(Madhkour, 2000, p. 47)

The academic configuration is a combination of thinking and methods of development, in addition to the training processes that include the integration of all theoretical and applied, where the focus should be on how the student performs a job while receiving the applied side, because the acquisition of theoretical knowledge without controlling the performance related to the specialization makes the differences experienced by the student in the labor market large, and sometimes obstructive, because the knowledge of the skills and skills needed by the student in the actual practice of his profession makes it productive and creative.

5-2 *The academic formation is defined in this study as that which is obtained by the university student within the Algerian university in any specialization that was directed to him when he received the baccalaureate. This formation is at least between 3 and 7 years, and may exceed that in the case of continuation of the student for postgraduate studies, in addition, University training includes theoretical and applied courses, and this varies from one scientific discipline to another,. The training process is supervised by specialized professors who provide knowledge and skills to the student in order to prepare him for his professional future.*

The university training is the basic foundation on which developed and civilized societies are based. In creating competitive societies at all levels and fields, therefore, the world's superpowers are spending huge budgets on scientific research in order to create knowledge that transforms the processes of the knowledge economy into financial, social and cultural values that change

societies and their economies according to pre-determined targets.

5-3 Media practice.

It is the rules, principles, charters and standards that media professionals are committed to when practicing the profession of journalism, in both inside and outside editorial rooms. This practice is governed by ethics, charters and legal regulations. All media professionals are obliged to submit to them when producing media material. In order to benefit the public opinion, there must be multiple media values, in order to achieve the goals and objectives that were planned in the preparation of the media message, and through this study we will focus on the dimensions and indicators of the important practice of the media based on the nature of the sample that was relied on in the field study, because the media practice varies in nature and methods on which we focus on them in this study.

5-4 Information and Communication Sciences:

These are the sciences that are taught within Algerian universities in the Departments of Communication and Information Sciences, where this specialization contains several branches and different fields studied in theory and practice. Among these specialties, Radio and television, public relations and communication, written journalism and many other disciplines that have been taught within Algerian University, where students receive communication and many lectures and applications on the concepts and models of communication and contemporary theories, as well as editing techniques and methods of writing for various media outlets, the science of communication and information despite its modernity as a science within Algerian universities, but there is a demand by university students in recent years, and through our study we will seek to know the nature of the relationship between the theoretical and applied training of communication and information sciences within the university and media practice in the field.

5-5 The Journalist

The journalist is the person who creates and edits news stories, prepares and presents programs to the public whether they are readers, listeners or viewers through various media (Newspaper, Radio, Television or the Internet) because its role varies according to the nature of the institution to which it belongs. To adhere to the ethics of media practice in transmitting information to public

opinion, because the pursuit of the press may lead the media to publish false news and information that may be the cause of many crises, and this media profession is governed by honesty, truthfulness and the search for the right information.

5-6The academic training in the field of information and communication sciences:

The academic training in the information and communication sciences is defined as the training that the student receives at Algerian university within a specified time span of three to five years. The student will study several lectures and applications in the field of communications and information sciences during the academic training, and this choice will be according to the desire of the student most often, and oversees the composition of students a large number of professors and experts in the sciences of communication and information, and within this configuration, the professors try to provide the largest number of information and data, both related to the theoretical aspect of communication science and information such as theories and scientific approaches and communication models, as well as lessons and knowledge related to the methodology of scientific research and how to provide and conduct scientific research in the field of communication science and information, and the training includes legal knowledge, technical and technical, to find the student himself at the end of the course has a large balance of scientific knowledge in the field of communication science and information, he is allowed to pursue graduate studies or apply for a job to develop his or her theoretical and applied skills.

5-7Field training in Journalism and Information:

The field training in the field of journalism and media is linked to the regular training courses organized by the media institutions for the benefit of journalists to develop their abilities and skills in the various Arts of journalism, as well as ways of dealing with modern technologies used in the field of journalism either in news editing or production and delivery of television programs, radio or written press and electronic, training accompanies the journalist in his career because the profession of journalism is constantly evolving under the new used technologies, making this development necessary for all media professionals. When we talk about the communications and media sector, we find that the

impact is greater and the transformation is more inflective. Digital technologies have replaced their analogue counterparts in order to refer many of the teaching methods to re-evaluation and structuring.

The entries in the field of communication and education have changed when a digital alternative emerged for every analogy in the sense of a new media competing with traditional media and social networks, traditional media competing with new media and digital public relations competing with traditional public relations. Today's change transcends the content of academic programs in the field of communication and information to teaching methods and methods of training, where multimedia has become a major component of these methods. (Moussa, 2018, p. 8)

5-8 the cognitive orientation in the training of students of communication and information:

The knowledge explosion resulting from the information and communications revolution made the university academic training in the field of communication and media oriented towards the need for an intellectual orientation based on the multidisciplinary training, which makes the faculty member in need of a "cognitive orientation that qualifies for the integration of all knowledge of the educational process through focus on the prominent concepts and relations between different sciences, especially the inter-nature, especially with regard to the science of communication and its relation to other sciences, and the need of the media to approach a wide range of science and knowledge, even if only to ask questions to specialists and their interlocutors (Moussa, 2018, p. 7). In this regard we find what we call the internal training, which allows the student to identify the different dimensions of knowledge and practical interdisciplinary intervention in the work of media, where is known in the colleges of communication and information in the English term Internship, this is the method adopted by colleges and specialized institutes to give their students doses of real scientific experiences within the institutions, through the practice of actual students to work in the media institutions, in accordance with agreements concluded between the university and these institutions, where the daily students are monitored in the training institution and their supervisor reports daily on their performance, "In America, in addition to this method,

they use another method of training based on bringing a number of prominent journalists in various media institutions to become short-term visiting professors at university colleges, and organizing theoretical and practical lectures in the faculty's classrooms and studios. Professional Media in open sessions are closer to the Workshops system where they talk about every little and large details about programming and preparation through the students' practical experiences and practical models. The student has the right to inquire about all the programs, production, planning, and presentation. That comes within the framework of the specialty of this visiting coach. After these exercises at the university level, the students go with the coach to his institution, which came from them and here is the actual convergence between theory and practice, where the picture is completed in this unique training stage by holding students to all the details of the information process from A to Z.

A Nota Been to be made attention to in this context, is that most of the training of media students in America are concerned with financial gain through media production, meaning that they are not engaged in training that does not lead to the greatest gains and guaranteed profits, but they are not preoccupied with what they consider to be irrelevant such as the issues of education, ethics and commitment to the nodal and other concerns of media professionals in our country.

The American universities' keenness to train their students in media organizations in this manner has stemmed from the need of the American labor market for highly qualified and specialized graduates to lead the media work that has become a highly profitable economic industry. (Awad, 2018, p. 3)

5-8 Challenges of university training for media students in the digital media market.

The revolution of information and communication technologies left its marks on all sides of life until we are talking about the digital era in which most of the technologies used from nature and analog performance have been transformed into digital nature and digital performance.

These new developments and the emergence of new media, as well as the new international media, have changed the concepts and practices of the latter. It also changed the principles and foundations of the media. Their

technological and digital manifestations were reflected in university education, especially in the field of communication and information. There was a growing skepticism about the ability of the university to produce outputs to cope with the acceleration and digital development and the needs of the media work, which allowed for differences in views and trends in the type of formative path between what is theoretical knowledge and what is applied in the field, and in this context emerged the difference between the programs and strategies specialized in communication and information, the change is not limited to the content of academic programs, but rather to the teaching methods and teaching techniques, digital presentations are the basis of lectures and multimedia. The main components of these presentations, as well as the ease of navigation in the WAP network as the largest library present in the media lesson and provided by fixed and portable digital devices of the possibilities for the success of the lesson scientifically and applied. (Moussa, 2018, p. 8)

The data of this new formative environment have formed and pose great challenges to many Arab and Algerian universities. These challenges are imposed by the material resources, the time required to learn and the readiness to learn, what must be learned, the constraints of the present and the immediate future of this generation that grew up in this digital environment and its characteristics And educational preparations, so we can stand up to some of these challenges, which can be mentioned as follows:

The biggest challenge facing the training in communication and information is related to the technological aspect, from the lack of Algerian universities to the technological possibilities that facilitate the faculty member to integrate in the digital revolution and keep pace with the type of information and how it is presented and the level of skills that are trained by students and allow them to contact the market developments the work. Technology cannot be understood and employed through the theoretical lesson only, especially as it develops and accelerates at a great pace that is difficult to maintain compared to the past, which had been held for a fairly long time, allowing the students to consider and theoretical. The results of the study by Walid Bakhouche in his study entitled: The reality of the use of information technology and educational communication from the point of view of the professors of Oum al Bouaghi University that

86.87% of the sample confirmed the absence of the Internet in the classrooms, and 43.81% believe that the computer equipment available in the lab is not commensurate with the number of students, and 71.75% of the sample said that the administrative climate does not encourage the use of these technologies. (Bakhouché, 2017, p. 539) To integrate into this digital revolution and cope with it, it is forced to deal with the phenomenon deeply away from the surface, in order to understand the educational reality that framed and allows him to transfer knowledge to students of communication and information in a manner that combines theory and practice, as well as the need for faculty members to understand the future of the digital future and to have a rapid response to the changes and dynamics of the media.

2. Some of the mediatic problems in the digital Media and the problems which stand in front of the flow of media messages produced within the digital media field have yet to be clarified.

Sixth: Methodology of the study tools and sample.

The study was based on a descriptive approach, through the selection of a sample of media professionals working in the media sector in the Algerian media. The purpose of this study is to know their attitudes towards the nature of the relationship between academic training in the field of information sciences, communication and media practice. In the collection of data, where a sample was interviewed by Algerian media professionals working in several Algerian media organizations, who hold higher degrees in the field of communication sciences, media and cooperatives to answer the questions.

Seventh: The Previous studies.

The previous studies are important research literature that researchers return to in order to strengthen their studies both in terms of methodological, theoretical, applied and field construction, and this is given importance when developing the methodological procedures for any scientific study, and through our study we will try to present some studies related to the subject of our study despite its rareness.

The first study, entitled "The job market of journalism and the inevitability of the applied training in media and press photography at the Algerian University, for the researcher Omar Yousfi, completed this study at the University of Algiers

(3), Faculty of Information and Communication, and to work to establish new foundations realistic in line with the Algerian market and global. Finally, he asked the main question: How can the Algerian University to move from theoretical to practical training in media and press photography in accordance with the requirements of the Algerian labor market?

The researcher adopted the field survey method by conducting a study on a sample consisting of (100) individual university students in the fields of media sciences and communication at the University of Algiers 3, the data was collected on the questionnaire and after the data was unloaded, analyzed and interpreted, the following results were obtained, the most prominent of which are:

The majority of university students believe that the university's knowledge in the field of information and communication sciences is merely a theoretical lesson away from the reality of living. They also believe that the contents of the standards they study at the Algerian University are not in keeping with developments in Western universities. (References in foreign languages, studios, editorial rooms, lack of agreements with media institutions.) , And the successful mechanisms for running the university. The study also found that the majority of the respondents believe that their level of science ranges from the weak to the average level. This is due to their lack of interest in the study, in addition to the lack of practical and field training on theoretical lectures. In addition, members of the study sample see that the Algerian University does not focus on the composition of the needs of the labor market, which makes the university training in this specialty, according to their belief does not keep pace with the reality of media practice within the various media institutions. (Amor, n.d., pp. 64-72)

The second study, entitled "The Problem of the Academic Training of Media in Algeria," was devoted to the researcher Mourad Miloud, who focused his theoretical study on highlighting the quality and importance of academic programs in the field of information and communication sciences offered to students within the Algerian University. To provide a description of the status of academic training within the media departments of various Algerian and Arab universities, the researcher reached at last to make a number of recommendations, most notably, the provision of material and human resources in the field of information

and communication in all disciplines within departments and faculties of media.

In addition to the establishment of agreements and partnerships between universities and media institutions to contribute to the development of students' abilities in terms of skills

The Algerian universities should also provide material resources such as studios, editorial rooms, etc., because this is important for the development of the level of students in terms of dealing with modern means, as well as learning the techniques and techniques of editing, presentation and output. The researcher stressed in his study the need to add scientific standards directly related to applied disciplines and field supervised by the owners of experience and experience within the media and university institutions. Finally, the researcher stressed the need for students to have training courses within the media institutions on a continuous basis before joining the field media work. (Miloud, 2018, pp. 308-318)

The third study, entitled "The Factors Affecting the Performance of the Algerian Journalist Media", by researcher Zaynab Yaqout, focused on the study of the nature of the factors influencing the media performance of the journalist on Algerian television. In her study, the researcher used the survey method, and adopted in her collection of data from the community of journalists on the form tool, the researcher concluded that the Algerian television workers have different academic disciplines (Arabic literature, foreign languages, sociology, psychology, information and communication sciences, etc.), and their experience in the field of media is medium. The majority of media professionals have poor media training experience. They also believe that the academic training at the Algerian University in the field of information and communication sciences does not focus on developing the language abilities of the students, which is reflected negatively on them when entering the media institutions. (Yagout, pp. 279-317)

The fourth study, entitled "The academic and training background" of the Algerian cultural radio journalists, was written by researcher Yacoub Ben Sghir. The problem of this study focused on the following questions:

What are the academic and applied qualifications obtained by the Algerian Cultural Radio? Are callers subject to training and training courses?

The researcher relied on the survey method using the questionnaire tool to collect data from the study society, which is represented in all the workers in the Algerian Cultural Radio, estimated at (23) individuals. After analyzing and interpreting the data, the researcher got several conclusions, the most prominent of which are:

All cultural radio workers hold bachelor's degrees (MA-PhD), most of which are in the fields of media and communication sciences. The researcher also found that the majority of workers in the cultural radio did not have a formation or training before joining the field of work, both within the university or in the media institutions in which they work, this is negatively reflected in the beginning of their career, because the university, according to them focuses only on theoretical lessons, concepts and theories, while training in the arts of editing, presentation, output and photography are few, due to the lack of material and human resources that can oversee these complementary courses to theoretical lessons. (Ben Sghir; 2015-2016) Based on these scientific studies, which dealt with different scientific problems, but being intersected in terms of some variables independent and dependent, we will try to rely on them in the analysis and interpretation of data, and draw the final results of the study.

Eighth: Analyzing and Interpreting the Results of Interviews:

The first topic: Analysis of the personal data of the sample of the study.

01- Research Sample:

Interviews were conducted with a sample of 15 journalists working in the print, audio and visual media. This type of samples was chosen in order to reveal the relationship of media practice in various sectors of the press to the academic experience in the field of information and communication. The profession of journalism has become practiced by many individuals who hold higher degrees in specializations that have nothing to do with the field of media.

02. Years of work in the field of journalism and media.

The experience in the field of media is an important element in the professionalism of the media. Working for years in a newspaper, channel or radio leads over time to gaining considerable experience in the field of journalism and media. The years of work earn the journalist confidence in himself, Radio and television, which was recorded on the sample of the study, where more than (93.34%) of the

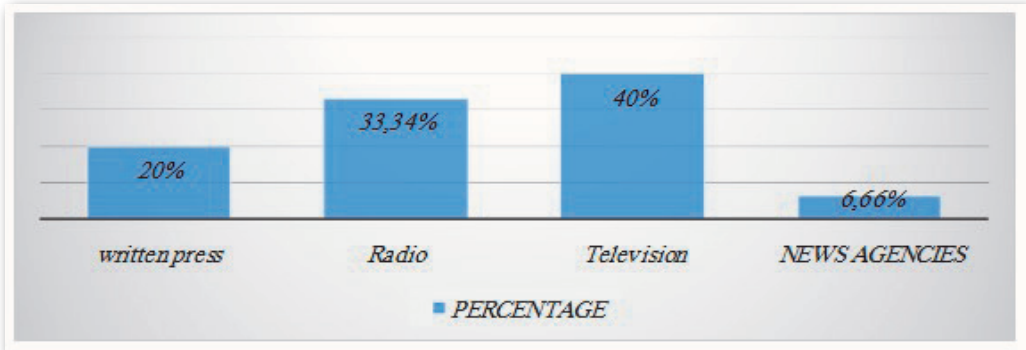
media professionals have experience in the field of work more than 50 years.

03 - Distribution of the sample items as per a scientific specialization.

The field study revealed that the majority of the sample of the study sample holds higher certificates in the field of media and communication from the Algerian university by (46.66%). This explains that the media institutions in Algeria employ individuals with higher degrees in the field of media and communication, but this doesn't mean that there are no media persons holding certificates and diplomas in literary, scientific and technical specialties, as explained in the table above.

The media profession can be exercised by any individual with a scientific certificate that qualifies him to present or edit the news, whether in the written or audiovisual media. However, the certificate alone is not sufficient to practice the media activity very professionally; continuous training courses are highly demanded to improve the level of the various Arts of journalism.

04 - Distribution of sample items by place of work.

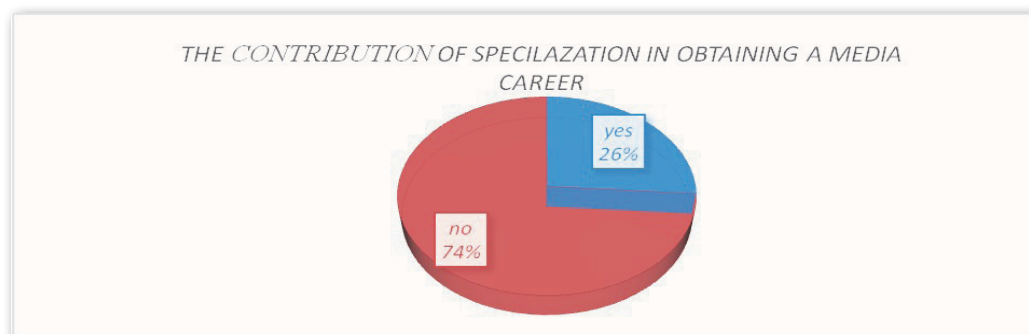


The figures in the table above show that the sample of the study includes journalists working in various Algerian media organizations, whether in television, radio or print media, in order to know the media attitudes towards the relationship of the field media practice to the academic study at the university in the field of media. This diversity in the sample of the study makes us reveal the different trends that are involved in the manufacture of several factors related mainly to the field experience and practice.

The Second Topic: Media trends towards academic training at the university.

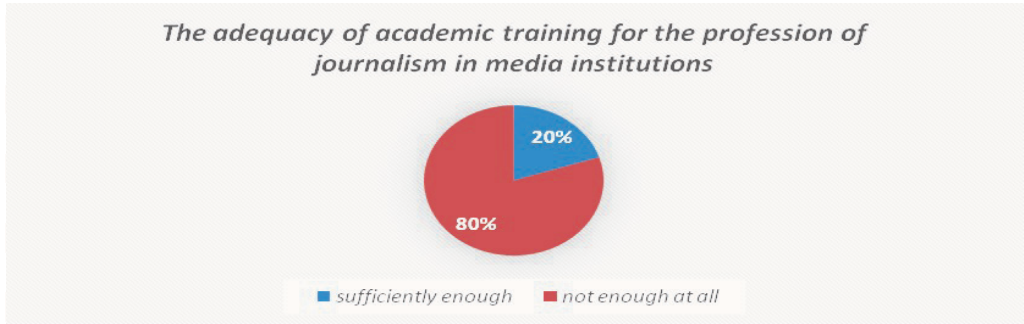
05- The extent of the contribution of academic training in various disci-

plines in the study sample access to the profession of journalism and media



The field study revealed that the profession of journalism is practiced by everyone who holds a university degree in any of the scientific disciplines by (73.34%). The profession of journalism is no longer restricted to graduates of colleges and departments of information and communication, but has become a turnout from different scientific disciplines, (All channels) where the profession of journalism staff graduated from the departments of political science, sociology, Arabic literature, translation, architecture and other disciplines (Hamdi, 2011, p. 132). This can be considered positive if we consider that the profession of journalism requires specialists in different fields to provide television programs of value and benefit to the community, because the specialized journalist can provide the greatest amount of information, whether in the written or audiovisual press, but this can be considered negative because the journalist The professional is not only competent to specialize, but must master the skills of writing, editing, presentation and installation, and these arts cannot be learned accurately, but through his specialization in the field of information and communication and conduct training courses on a continuous basis on these arts, who we conducted interviews with Al-Jazeera news, the channel has a large number of media professionals who hold higher degrees not in the field of communications and information sciences, including those who graduated from the departments of economics, foreign languages, sociology, political science, and even experimental and technical sciences from several Arab and foreign universities. Providing a variety of television programs with a high level of ideas and information. (Ben Guinna, 2016)

7. The adequacy of academic training for the profession of journalism in the field.



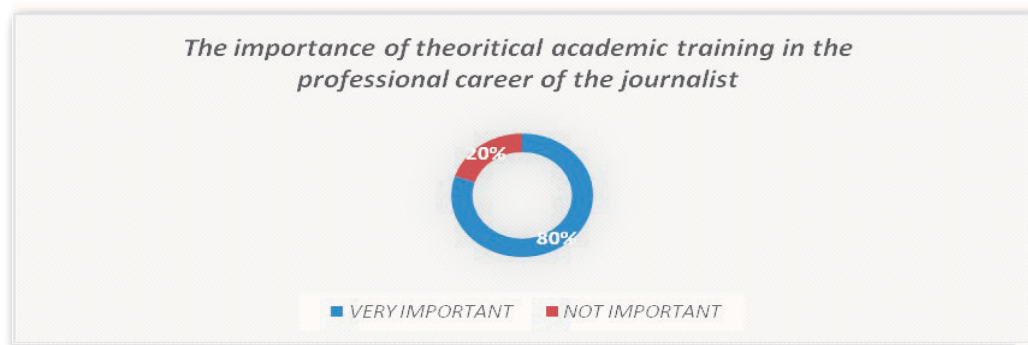
The academic training of universities in different disciplines is no longer sufficient to practice the profession of journalism and media, 80% of the sample of the study, because the profession of the press requires continuous training in the various Arts of editing, whether written or electronic, or radio and television editing, in addition to presentation, production and installation of various media materials.

In view of the great developments in the field of journalism and media, it is necessary for all media professionals working in various media to conduct continuous training sessions with experts and academics in the field of media and communication in order to develop their artistic and scientific abilities in the various Arts of journalism. The modern communication technology has produced a number of modern means and techniques used in the production and delivery of television and radio programs, forcing the workers in this field to conduct training courses to practice these methods and modern technologies. The media stressed that the academic experience is important for the path of the journalist, but it is not enough to practice the profession of media in a professional manner, where he believes that "media students should contact the field work through the conduct of training courses on an ongoing basis, this is doesn't mean that the academic experience is not important, but the student must obtain theoretical lessons in several important subjects.

The editing techniques, the presentation techniques, the preparation of television and radio programs, the television and radio output and other arts that must be learned within the university stands, thus, the development of the level of the student significantly, after leaving the university, media students

should not drop out of the training courses. It is important to maintain and develop the level, because stopping training will make the level of the student decline over time, and this does not allow him to join the media institutions to work. So we consider that academic training is important and complementary to the professional practice, it is impossible to bring anyone from the street and tell him to be an announcer. The way they sit and talk, how to present news, and how to formulate and streamline news so that the audience can understand the news and events (Boutamine, 2016). "The same thing has been adopted by the Media" Ouday El Katib"on Al-Jazeera, where he says that" the practice of the profession of journalism without the theoretical lectures on the profession of the media is a big mistake, where I practiced the media for years without access to theoretical lessons and this has created great difficulties in my career, so I decided to take a large number of theoretical lessons in various media arts, the academic experience has been useful to me in my professional career, so it is inconceivable that there is field work without theoretical lessons and vice versa. Media students should have the most theoretical concepts and lessons about the media profession. Theoretical lessons "Media work requires a continuous theoretical training with intensive training courses on what is learned from theoretical lessons.(Aday, 2016)

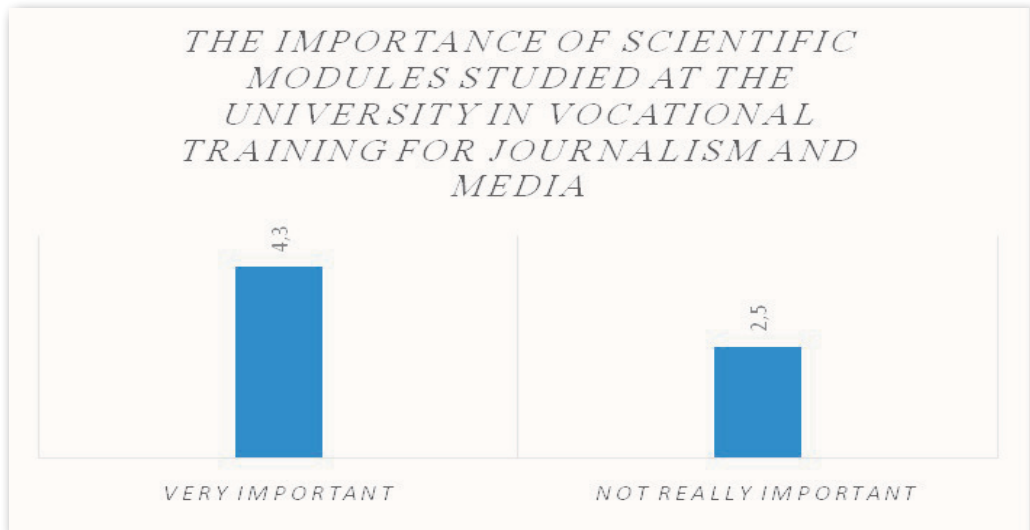
8- The importance of theoretical academic training in the professional career of the journalist.



The specialized academic training is very important to the media man, and this is revealed by the field study, where we recorded the proportion (80%) of those who see it. Academic training in universities in the field of information

and communication is an important base in which any media can learn through it many guidance and advice and take the theoretical information in various materials that allow it to enter the field of journalism by its wide gate, a journalist who does not have an academic degree will be exposed to many difficulties and problems at the beginning of his career in the field of editing, installation or output or provide and broadcast programs, quotas and interviews, in addition to ignorance of legislation and charters that facilitate the exercise of his profession. This is why academic training is considered one of the stages of building the path of a successful journalist, and one of the workshops to develop his intellectual, technical and scientific capabilities, this is what revealed by the media woman who works in Al-Jazeera (Khadija Bin Guinna). She says: "Her experience in the media in the Swiss state revealed to her that 90% of the journalists were not graduates of the media institutes. A training course through which he learns the world of media and tools and develops his skills according to the specialty that he prefers, he can develop its capabilities in the field of photography and output, and the reporter, news presentation and presentation of the dialogue in the programs (Aradha, 2013). "The academic experience is important in the course of the journalist, whether in the media or other disciplines, but this experience should be supported by practical courses of media practice in any Art of its multiple Arts.

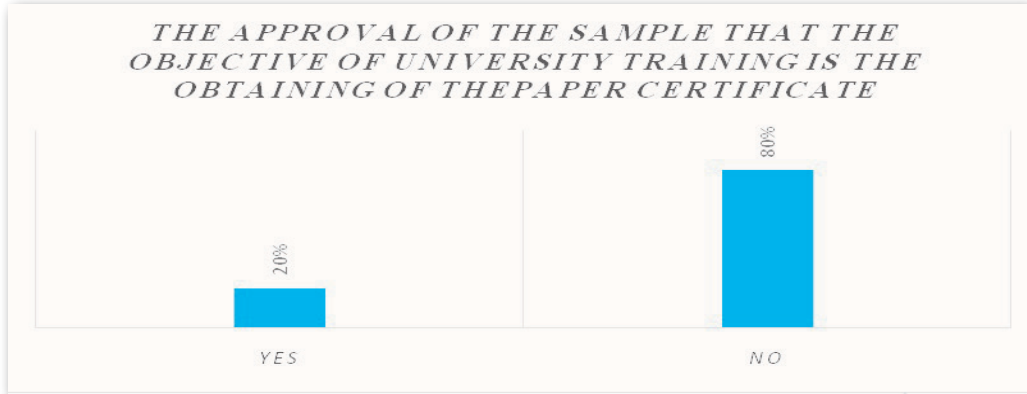
9 - The importance of the scientific modules studied by the journalist in the university in the profession of journalism and media.



The field survey revealed that the majority of respondents agree for the point that the standards they study at the University of Algeria are very important when they join the position in the field of journalism and media, 60% of those who believe that. This result can be explained by the fact that what is taught at the University of Algeria in the field of communication and information sciences is the basis for every media person who wants to form himself theoretically and practically because the profession of the press is not only an exercise, because when ignoring the theoretical rules in the standards of journalistic editing techniques, Radio and television presentation will find it very difficult to learn and train on these techniques because of the lack of time to conduct training courses in such matters within the media organizations, in addition, there is a great shortage of such training courses within the Algerian media institutions, compared to some Arab media institutions, which hold periodic sessions in various Arts of production and management of television and radio programs. This is confirmed by the media "The majority of journalists working on Al Jazeera are conducting training courses inside or outside the channel in order to keep abreast of the major developments imposed by modern communication technology and media in the news rooms (Aradha, 2013)." Media journalist Hossam Attali said on Al Jazeera television that "theoretical modules taught at Arab universities must be matched by an application within the studios, the fact that everyone should know that the specialization of the media has existed in the past years in most Arab universities on theoretical subjects rather than the process, and this can be considered as a defect or a defect in the programs, because the media is primarily a practice, and this profession needs a lot of field practice and experience in dealing with situations, and this does not mean that theoretical lessons are not important, there are many materials that the media should obtain from the university. We believe that the media colleges in all the Arab universities have begun to realize that the media practice needs theoretical and practical lessons, where they have provided studios, editing rooms, cameras and various modern devices that allow students to practice them continuously. If we want to form a successful media, we do not only teach him theoretical lessons, concepts, dates and legislation, and keeping him separated from practice and training, because the media work needs the skills acquired by the student through continuous training. The media profession needs to write daily and continuous,

what has been learned from the theoretical material must be embodied in the work of application on the ground, and this makes the media students acquire many experiences before joining the work within the media.(Attali, 2016)

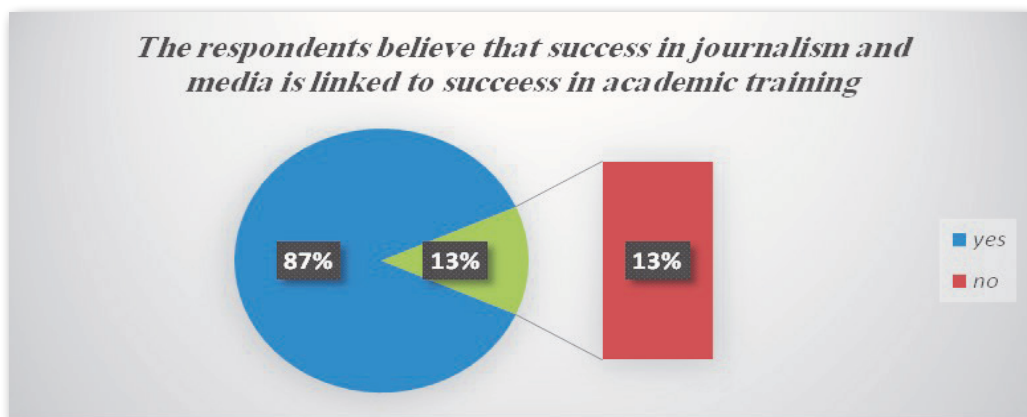
10 - The extent of approval of the sample members of the study that the academic training aimed at obtaining a paper certificate.



The study revealed that the majority of the respondents (80%) considered the academic degree in the field of communications and information sciences to be important and necessary in joining the profession of journalism and media. They do not consider academic training as the purpose of obtaining the certificate only. The academic certificate is not enough to enter the media institutions, because experience, training and understanding of the science of the press and media has become a necessity in the course of any media, there are a lot of things the media person should learn at the university and train on it before reaching the field of work. Many media professionals believe that the university degree in the field of media has a big role in entering the field of journalistic practice despite the difficulties that surround it in several Arab countries, because the profession of the media does not need only scientific degrees, there are many competencies still suffer from unemployment despite their superiority in Media, this is the reason for the policy of marginalization and exclusion prevailing within most Arab media institutions. This is confirmed by the media, "Biba Ould Oum Hadi." The journalist who graduated from the Institute of Journalism and Media who has a paper or a scientific certificate, but cannot determine his future journalist, the media person, who receives an academic degree and has many training courses in

the university track, is much better than that of the student, who only obtained the certificate through theoretical lessons without strengthening his training courses within the media institutions. The first student has great opportunities to enter the media profession, and field application. We know that university institutions within the Arab world do not provide students with the necessary equipment and means to practice theoretical lessons before obtaining the certificate in the media specialty. Therefore, the university student must use his personal potentials to develop his abilities before leaving the university. This is important for us when we join a job in any media organization. “(Ould Oum Hadi, 2016)

11- The extent to which the sample of the study believes that success in the profession of journalism and media is strongly related to the success of academic training.



The majority of the sample of the study (67.86 %) believes that success in the profession of journalism and media is highly dependent on excellence in the academic aspect.

The outstanding student in his specialization in the university we find him as an innovator in his profession when he enrolls it with excellence, discipline, perseverance, diligence, the same qualities that this student can maintain when joining his profession in journalism and media, if given the opportunity to appear on the screen or radio presentation, or within editorial editing rooms. However, it is very unfortunate that recruitment within most of the Algerian media institutions is based on favouritism and the criterion of exclusion of outstanding talent, which has resulted in poor quality in the contents of these

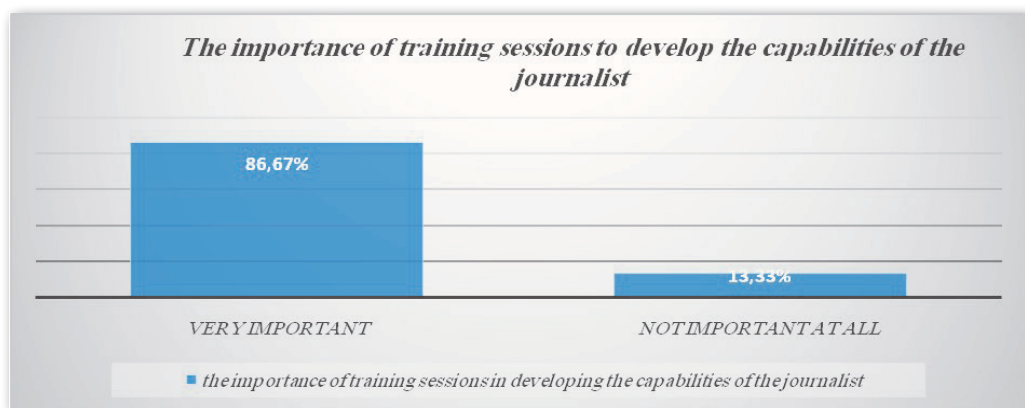
various means. Most of media professionals of Al Jazeera News believe that the successful student inside the university stands must have great abilities and skills to maintain his success in his career, because the professional practice in the field of media requires the availability of many conditions and the most important according to a sample of journalists on Al Jazeera News:

1. Be fully aware of what he wants to say, and be fully informed about what is happening in the field of specialization.
2. The media person should be familiar with the background of the television work that he needs in his day-to-day work, both from technical skills such as dealing with videos, pictures and cameras, the distribution of roles, and from the administrative side such as the ability to manage and distribute media teams, that the viewer needs to know from the topics of his daily work.
3. Have multiple language abilities in speaking, writing and drafting, and skills in dialogue and discussion, and the art of casting and presentation. (Ould Oum Hadi, 2016)
4. Proficiency in foreign languages, especially English, because many news and events arrive in a fast and urgent way through the international news agencies and need a quick translation for them to be broadcasted directly to the public.
5. The speed in completing the work required of you within the media organization, because time is a success factor if it is exploited in a systematic and organized manner.
6. Have a broad culture on various political, cultural, social and economic issues and international and regional events. (Attali, 2016)
7. Ability to carry out any task entrusted to the journalist, whether at the headquarters of the media institution or outside.
8. - A journalist is a lover of his profession and must master it. He must also listen to his predecessors to gain experience. In addition, he must stay away from vanity. (Obayish, 2016)
9. - Journalist should provide and display media material in a beautiful language, and a decent appearance. Success in the media profession starts with humility, then mastering the work, and finally the ethics of honesty, credibility, patience and honesty in the performance of your task.

10. *A news presenter should have a great ability to diversify his voice during news broadcast so the listener or the viewer is not bored, as well as the good shredding of sentences so as not to distort the meaning of the text. (Boutamine, 2016)*
11. *The use of body language is important when presenting news such as head movements, and the way of sitting.*
12. *Variation in visual communication when dealing with the paper version of the bulletin and the electronic version on the Autocue Unit so that the presenter does not appear as a robot when reading the bulletin. The journalist must have multiple skills to manage the dialogue, because newsletters are not without hosting guests in various disciplines. (Ben Guinna, 2016)*

The third topic: Media trends towards professional training in the field of journalism and media.

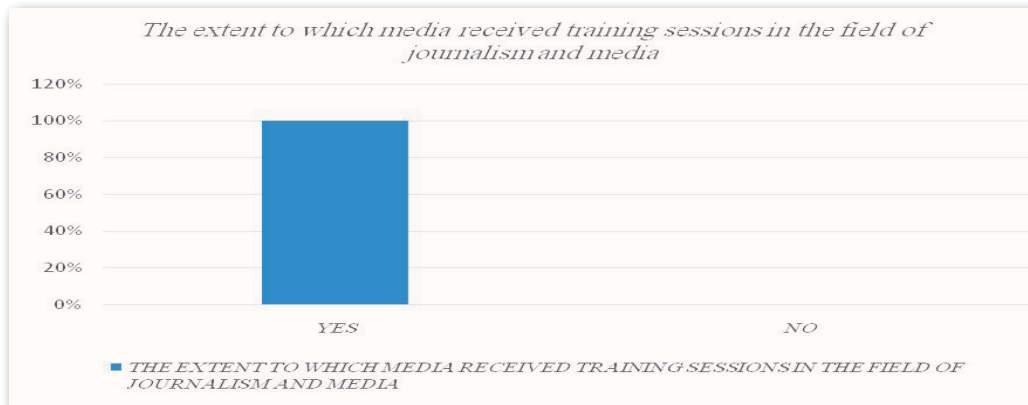
12 - The importance of training courses in the field of journalism and media to develop the capabilities of the journalist.



The training courses in the field of journalism and media are essential for all media professionals working in this sector. 67.86% of the sample members of the study sample confirmed this. We cannot talk about the profession of journalism and media without talking about training courses in this area, because what these courses add to the balance of media is very important in the course of composition, the distinction in the profession of journalism, whether in editing, presentation, program management, etc. is directly related to the courses organized by the channel or training and training centres in the world, but it is very unfortunate that the media in the Algerian media do not have many opportunities to do such

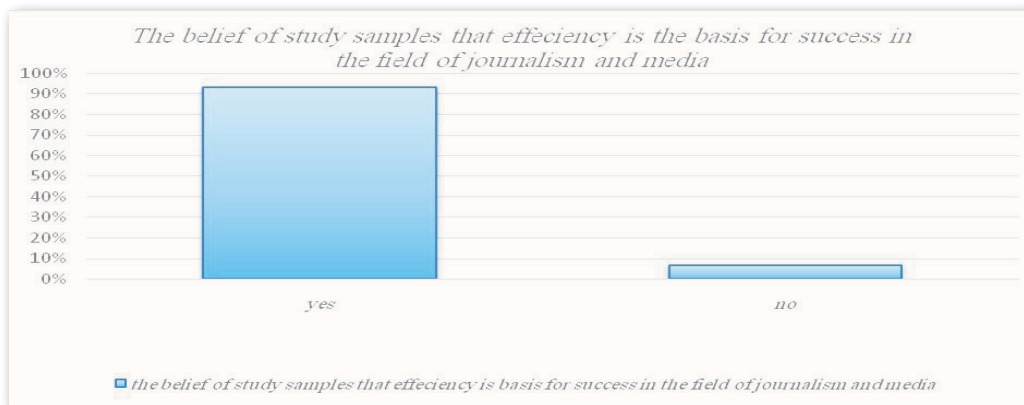
courses, in various media, Arab and foreign, and this has been confirmed to us by many media workers working on Al Jazeera News in Qatar (Ben Guinna, 2016). The media has stressed the importance of the training courses in developing the level of journalists and media people on Al Jazeera, because it is a major development in the field of television news production and presentation, where media professionals must keep abreast of developments in the field of news, Al Jazeera organizes several courses throughout the year, including various arts and skills, whether its content or means used in the production of news (Aradha A. , 2016).

13. The extent to which journalists and media professionals received training courses in the field of journalism and media.



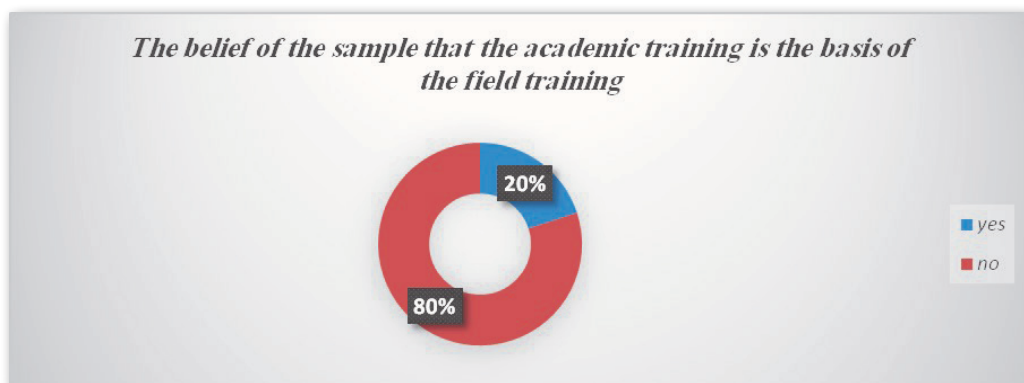
The field study revealed that all media professionals agree that the training courses in the field of journalism are important for improving and developing the professional performance in the field of media, and these courses vary according to the nature of the journalistic specialties. The journalist who does not conduct training courses continuously finds his media performance, whether technical or technical, does not improve. But with the passage of time, a significant decline is witnessed. This is why media organizations have become very important for such training courses. In addition, many media centres were established in several Arab countries to conduct training courses for journalists and media professionals to improve the level and learn new techniques and arts. Such courses are supervised by experts in the field of specialization. This is confirmed by many journalists on Al Jazeera News Channel (Abdelkader Arradha, Khadija Ben Guenna, Mariam Bin Alia, Majid Botamine, \

14. The extent to which members of the study sample believe that efficiency is the basis for success in the field of journalism and media.



(34.93%) of the sample of the study found that the efficiency in the field of media is one of the factors of success and excellence in the field of work. Efficiency is no longer the choice of media professionals to work in the field of journalism. The reality proves the contrary, because what we hear and note in various Algerian media proves that efficiency is not enough to win a job within these institutions, but you have to have a relationship with the influential personalities and money, because efficiency has become a nuisance among decision-makers within the media. And the same within the Arab media institutions, efficiency is no longer a criterion for selecting the best media professionals to practice the profession of journalism and media of various kinds.

15 -The extent of the belief of the sample of the study that the academic training is the basis of field training for the journalist



The majority of the study sample (80%) believes that the academic training in the field of media and communication cannot be considered the basis of the field training of the media, because what is presented to the student at the university are theoretical things in their belief, and the university is no longer a professional journalist, but many students enter the university for the purpose of obtaining a university degree and not for training in the field of journalism and information. The fact is that the practice of journalism and media requires a lot of sacrifice.

The media is not like the rest of the other professions. It is the profession of trouble, and the journalist, who thinks that university training alone is enough to practice a profession, is wrong, and the same with those who believe that the media is connected to the field only, Because academic and field training are both important in the life of the professional media. Media can only be obtained from the university stands and the experience of years in the field of media teaches the journalist a lot of things that benefit him in his career.

16. The extent to which the sample members agree that improving the level of the journalist is related to the number of training and training courses.



Analysis and interpretation of the table:

The majority of the respondents (80%) of the media feel that the improvement of the level of the journalist in both the presentation and the editing is related to the size of the training courses that he conducts both inside and outside his organization. In their opinion, these courses are important for overcoming many of the obstacles facing them in their professional careers. And called for the

formation of themselves to deal with modern technology, which has become a large part of the work of journalism, and most of these technologies have to do with the tasks carried out by the journalist in the field of work, and therefore the Algerian and Arab media organizations to pay attention to these training courses because of their obvious impact Improved level of media professionals.

In this regard, the Association of Algerian Media Professionals in Qatar, which is overseen by a large group of journalists from various Arab and foreign countries, is carrying out many training courses free of charge for students and media professionals in many Algerian universities and centres.

The fourth topic: Media trends towards the relationship of vocational training in academic training in the field of media and journalism.

Terms	Agreed		Neutral		Opposed	
	M	%	M	%	M	%
Training courses are important in the field of journalism and media	14	93.34	1	6.66	0	0
Academic training in the field of media does not complete professional training in the field of journalism	3	20	2	13.33	10	66.67
The profession of journalism needs to be practiced and imitated by experienced people	15	100	0	0	0	0
The profession of journalism and media is governed by standards of patronage and not efficiency	7	46.67	6	40	2	13.33
The profession of journalism requires talent and academic composition and intensive courses in the field of journalism	14	93.34	1	66.66	0	0
Training courses in the field of media are very expensive in terms of money, and do not offer an addition.	3	20	6	40	6	40

Training in the field of journalism depends on the will of the journalist only.	7	46.67	3	20	5	33.33
To improve performance in the field of media, it is necessary to emigrate outside Algeria	6	40	4	26.66	5	33.34
There is exclusion and marginalization of competencies in the field of media in Algeria	10	66.67	3	20	2	13.33
Academic training is an important part of the future success of the journalist.	14	93.34	1	6.66	0	0
University courses do not reflect field practice in journalism and media.	12	80	3	20	0	0

Analysis and interpretation of the table:

Through the above table we see the majority of the study sample (34.93%) believe that training courses are important for media professionals seeking to improve their level of journalism and media, as these courses are a means of developing the technical and technical capabilities of the journalist. We also noted in the table that a large percentage of the sample of the study sample (66.67%) objected to the statement that academic training is not important in the journalist's path. Academic formation is an important station in the successful media course. The theoretical and practical lessons and lectures in the field of information and communication a loop can be dispensed with. We also noted that 100% of the sample of the study believes that success in the profession of journalism and media is related to the extent of friction with the experienced people within the media institutions. This is what we lack in many Algerian media institutions. The TV or radio channel that employs young people without integrating them with experts and specialization will result in the passage of time to fall into many mistakes, both technical and technical. For this reason, many media professionals are keen to be present with experienced people within media organizations in order to benefit from their long experience in journalism and media.

Many media professionals (46.67%) believe that the profession of journalism is governed by the criteria of patronage and bureaucracy both within Algeria and in the Arab world. Efficiency alone is not sufficient to enter the field of journalism. This has made many talented and successful journalists leave Algeria for Europe and America. These methods will rot the situation more and more within the Algerian media institutions; Therefore, the criteria for acceptance of journalists within the media institutions, whether television or radio, should be reconsidered, especially with the emergence of satellite broadcasting in the private sector in Algeria (Hamdi M. , 2015).

The majority of media professionals (34.93%) believe that the profession of journalism is not suitable for all individuals who graduate from university, but those who practice journalism must be gifted in this field with academic training within the university and then to perform multiple sessions in order to learn many of the arts of journalism in terms of technical, or legal aspects. The results show that (40%) of the respondents oppose the statement that the training courses are expensive and not important in the field of journalism. This belief is based on the fact that the press profession needs periodic training courses to improve the level of new matters imposed by new technology and legislation, media and journalistic ethics; Therefore, the profession of journalism is among the professions that require permanent stay in touch with the field of training to improve the technical and technical level, and this is necessary for any journalist who wants to stay in major media institutions.

The study revealed that a large percentage of respondents (40%) believe that migration to Arab or to foreign countries is a solution for improving the level of journalism. The respondents also believe that the material and technical resources granted to the media within the Arab and foreign institutions are great, This is the opposite of what is found in most of the Algerian media institutions, and this is why hundreds of Algerian journalists preferred to emigrate and work within the major media institutions of all disciplines, because the policy of exclusion and marginalization is the prevailing pattern within the Algerian media institutions, whether in the public sector or And this is confirmed by more than (66%) of the respondents.

In conclusion, it can be said that the profession of journalism and

information cannot be exercised without academic training in the field of communication science and information, because this training will provide the journalist important information can be developed on the ground through daily practice and also friction with the owners of experience and experience.

Conclusion

The sample of the study finds that success in the profession of journalism depends on the many skills that must be learned and acquired before entering the world of the profession of journalism and can be limited to the following points:

- 1. Media students should love what they want to do in their scientific and practical lives, and expand their cultures and awareness, and read a lot of the latest scientific research, and the latest developments in the specialty of the media, and expand their perceptions, the more able to assimilate and knowledge as much as possible of knowledge has increased the chances of success.*
- 2. Proficiency in Arabic as well as foreign languages (English) because we have noticed a great decline in current generations in terms of their interest in foreign languages and even the Arabic language is no longer spoken very lightly. A man of information can not practice this profession without being able to write, read or translate.*
- 3. - Media students should pay great attention to reading in order to expand their cognitive perceptions.*
- 4. If a person feels that he deserves to be a journalist he has to work for this continuously, and who believes that the media profession will become a famous figure this is a sign of failure. It is the journalist who focuses on the story that succeeds and not the one who focuses on the person. The story is more important than the journalist. Your job depends on the success of passing the story with all professionalism, no matter what the circumstances (sleeping in the open, working at minus 20 degrees). If you do not eat for two days, Etc.), all circumstances try to overcome them for the success of your career.*
- 5. The media should tell the truth whatever is its shape and colour, and there is a say in this regard: Do not say all the right but not less false, and therefore the truth is required.*
- 6. Getting to the public and securing the path to success starts from the beginning.*

Are you a message carrier or not, if we are the ones who carry the messages and communicate the truth to the people, and do not aim behind this appearance or work to favor someone or serve a particular party or flatter the political side, and your ultimate goal is to reach all segments of society, away from all the challenges and pressures surrounding you. The first thing you think about is success in your profession and telling the truth. There are certainly material temptations, but the material value is not worth anything in front of the value of the message you carry and the achievement of your ultimate goal.

To conclude this study, we recall some of the findings of the analytical field study, as follows:

1. *The field study concluded that the success of the journalism profession according to a sample of media professionals is mainly due to the continuous training of the journalist in the field of his specialization. He also realized that the profession of journalism requires constant follow-up of various developments introduced by modern technologies to develop his skills in dealing with various modern technologies, As well as learning the art of dealing with the media material according to the requirements of the audience watching the channel.*
2. *The majority of the sample of the study considered that academic training in the field of communication and information sciences is an important link in the journalist's course, but it cannot be relied upon only for practicing the profession of journalism, because the professional practice requires learning new skills and arts that the student may not find inside the university stands, and many sections of the media focused on the core theoretical lessons, and neglected the practical side, and can be explained by the lack of material resources within the Algerian universities of studios and rooms of editing and installation and photography and the provision of radio and television programs, and found it is a personal effort by some professors, Besides the shortage of audiovisual specialists within the Algerian universities. Therefore, we find that the profession of the press has become dominated by many media professionals who have graduated from other departments.*
3. *The majority of the sample of the study believes that contact with the people*

of experience in the field of journalism and media is an important factor for developing the skills of junior media professionals. A media institution cannot dispense with their importance in transferring their expertise to the new generation. Journalists and universities should open the door for them to take advantage of them in the formation of students within the university before graduation.

4. *The study found that the majority of the sample of the study believes that joining the profession of journalism is very difficult; efficiency is no longer a criterion for choosing the best media professionals, but rather cronyism, bureaucracy and manipulation of its law within most media institutions. That is why many Algerian experts have decided to leave the homeland to emigrate to work in Arab media institutions.*
5. *- The majority of the sample of the study considers that the profession of the press is not only theoretical lessons and training courses, but that the media should have an instinctive readiness to practice the profession of journalism. This is an important factor for success in the field of media. The press profession is fraught with difficulties and obstacles. Great effort is to be exerted to gain experience to handle all new situations.*

The references of the article:

- Aday, A. (2016). Media interview on how to prepare press interviews on Al Jazeera.
- Amor, Y. (n.d.). The job market and the inevitability of the orientation of applied training in journalism and Media in Algerian Universities. Retrieved February 20, 2019, from Journal of photo and Communication: <http://www.asjp.cerist.dz/en/article/41392>
- Aradha, A. (2013, February). about the production of newsletters in light of the new media.
- Aradha, A. (2016). Production of Newsletters in the New Media Age.
- Attali, H. (2016). TV News Production in the New Media Age.
- Awad, A. I. (2018). Attendance of Media Graduates in Radio and Television Careers in Sudan: Measures of Merit between Local and International Reality. Reserch paper for the Academic Education Evaluation Conference for Communication and Information (p. 3). Khartoum: Khartoum University
- Bakhouche, W. (2017, December). The Reality of the Use of Information Technology and Educational Communication from the Point of View of the Teachers of Umm Al-Bohaki University. Journal of Humanities and social Science(31), p. 539
- .Ben Guinna, K. (2016). Al Jazeera TV Production
- Ben Sghir, Y. (2015-2016). Sociology of Communication in National Topic Radio, Field Study of Qur'an and Cultural Broadcasts(Unpublished Phd Thesis). Algiers, Algeria: Algiers 3 University
- Boutamine, A. (2016). : Media Interview on the Production of TV News in the New Media Age, Al Jazeera
- Hamdi, M. (2011). Production of newsletters in the light of modern communication and information technology. Jordan: Dar Oussama
- Hamdi, M. (2015, July 8). Retrieved November 13, 2018, from Associatio of Algerian Journalists: <http://www.elrabita.net/portal/article72.html>
- Madhkour, A. A. (2000). Educational fame, an integrated vision of the educational system. Cairo: Dar Al Fikr
- Masoudi, Z. (1996). Factors of Training and their Relation to the Attitudes of High School Students toward Teaching Profession,(PhD Thesis). Constantine, Algeria: Constantine University
- Miloud, M. (2018, June). The Problematic of the Academic Composition of the Media in Algeria. Journal of human Sciences,Oum Al Bouaqui University, pp. 308-318
- Moussa, M. A. (2018). Teaching Media in Sudan: Integrating Theory and Practice. Researche paper for the Acadmic Education Evaluation Conference (p. 8). Khartoum: Khartoum University
- .Obayish, M. (2016). Production of Newsletters in the New Media Age
- .Ould Oum Hadi, B. (2016). Production of newsletters in light of new media
- Yagout, Z. (n.d.). Factors Affecting the Media Performance of the Journalist in Algerian Television. journal of Thinker, 2(2), pp. 279-317

عناصر بناء محتوى المواقع الإلكترونية الحكومية: دراسة تجريبية

د. أحمد فاروق رضوان

أستاذ مشارك ، قسم العلاقات العامة، كلية الاتصال – جامعة الشارقة

د. أحمد عمر محمد

أستاذ مساعد ، برنامج التصميم الجرافيكي والوسائط المتعددة، قسم الاتصال الجماهيري،

كلية الاتصال – جامعة الشارقة

ملخص

تناولت الدراسة قياس تأثير توافر كل من عناصر المحتوى الخاصة بالتفاعل ، والخدمات الإلكترونية ، والمعلومات على تقييم مستخدمي الموقع الإلكتروني الحكومي لفاعليته من حيث وظائف الموقع والخاصة بقياس قدرة الموقع على تقديم المهام الخاصة بالمنظمة لفئات المتعاملين . والسلطة وهي خاصة بقياس ثقة المتعاملين في محتوى الموقع ، وفي المنظمة ككل. والصلاحية وهي مرتبطة بقياس فاعلية توظيف محتوى الموقع لتحقيق الهدف من أنشائه وفي التواصل مع المتعاملين. والإتاحة وهي خاصة بقياس مدى سهولة استخدام الموقع . والملاءمة والتي تعني بقياس توافق شكل الموقع ومحتواه مع طبيعة المنظمة الحكومية وهويتها. ثم أدوات التقديم وهي خاصة بقياس تعدد أدوات تقديم المحتوى. وذلك عن طريق دراسة تجريبية اعتمدت على بناء موقع حكومي إلكتروني افتراضي ، تم تصميمه من حيث الشكل والمحتوى من أربع نسخ فقد تم التحكم في عناصر المحتوى الخاصة بكل نسخة ، ثم تم إتاحة استخدام كل موقع من خلال مجموعة تجريبية قامت باستخدامه والتجول في أجزائه، ثم اختبار مقياس من خمسة عناصر لقياس إدراك كل مجموعة لجودة الموقع . وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها أن غياب المعلومات الكافية عن المنظمة على موقعها الإلكتروني وغياب المعلومات عن المهام والخدمات التي يؤديها الموقع الحكومي الإلكتروني يؤدي إلى ضعف تقييم مستخدمي الموقع من حيث قدرة الموقع على التعريف بالمنظمة وتحقيق وظائفها ودعم التفاعل مع المتعاملين معها. والثقة في الموقع من حيث المعلومات والخدمات التي يقدمها ، ومن حيث توفيره للخصوصية والحفاظ على بيانات المتعاملين. و سهولة استخدامه والتعرف على مكوناته ومحتواه وتوظيف أدواته. وقدرته على التعبير عن هوية الموقع الحكومية وتمثيله للمنظمة بعده أحد وسائلها الاتصالية. وكذلك على قدرة مستخدمي الموقع على التعامل مع الأدوات المتعددة للمحتوى بإمكاناتها و بفئاتها المختلفة. وأن غياب أدوات التفاعل على الموقع الحكومي الإلكتروني يؤدي إلى ضعف تقييم مستخدمي الموقع من حيث قدرة الموقع على تحقيق معايير المشاركة الإلكترونية والتواصل المستمر مع المتعاملين. وكذلك على سهولة استخدامه . ويؤدي غياب تقديم الخدمات الحكومية عبر الموقع الإلكتروني للمنظمة الى ضعف تقييم مستخدمي الموقع لعناصر الجودة .

الكلمات المفتاحية : الاتصال الحكومي ، الموقع الإلكتروني الحكومي ، بناء المواقع الإلكترونية الحكومية

*ELEMENTS OF BUILDING CONTENT FOR GOVERNMENT WEBSITES:**(An Experimental Study)**Dr. Ahmed Farouk Radwan, Associate Professor,**Public Relations Department, College of Communication, University of Sharjah**Dr. Ahmed Omar Mohamed, Assistant Professor,**Mass Communication Department, College of Communication, University of Sharjah**Abstract:*

The study dealt with measuring the impact of the availability of each of the content elements of the interaction, electronic services, and information on the evaluation of the users of the government website for its effectiveness in terms of the site's functions and for measuring the site's ability to present the organization's tasks to customer groups.

Authority is concerned with measuring the confidence of customers in the content of the site, and in the organization as a whole. Validity is related to measuring the effectiveness of employing the site's content to achieve the goal of its creation and in communicating with customers. Availability It is for measuring the ease of use of the site. The relevance, which means measuring the compatibility of the site's form and content with the nature and identity of the governmental organization. Then, presentation tools which are for measuring the multiplicity of content presentation tools.

And that is through an experimental study that relied on building a virtual government website, which was designed in terms of form and content in four copies. The content elements for each version were controlled. Then, each site was made available through an experimental group that used it and navigating its parts. Later, testing of a five-element scale was choosing to measure each group's perception of site quality.

The study reached a number of results, the most important of which is the absence of sufficient information about the organization on its website; and the absence of information on the tasks and services performed by the government website that leads to a poor evaluation of the site's users in terms of the site's ability to introduce the organization and achieve its functions and support interaction with clients; the confidence in the site in terms of information and services it provides; and in terms of providing privacy and maintaining customer data; its ease of use and identification of its components and content and the employment of its tools.

Its ability to express the government's identity and representation to the organization after it is one of its communicative methods. As well as the ability of site users to deal with multiple content tools with their different capabilities and categories. The absence of interaction tools on the government's website, moreover; leads to a poor evaluation of the site's users in terms of the website's ability to achieve e-participation standards and continuous communication with customers.; as well as the ease of use.

The absence of government service delivery through the organization's website, however; leads to a poor assessment of site users for quality elements.

Key words: Government Communication, Government website , Website Quality

مقدمة: introduction

تطور استخدام المنظمات الحكومية لمواقعها الإلكترونية بصورة واضحة أثناء السنوات الأخيرة، لاسيما مع تزايد بناء التطبيقات الإلكترونية وكذلك المنصات التفاعلية ، حيث عملت هذه المنظمات على تكامل هذه الأدوات والربط بينها ، حتى تكون منصات لتقديم المعلومات والخدمات وأليات للتواصل مع المتعاملين. وقد تعددت الدراسات التي أهتمت برصد هذه المنصات ، والكشف عن استخداماتها ، وتقييم المتعاملين لها . وتسعى هذه الدراسة لتكشف عن تأثير توظيف عناصر بناء محتوى الموقع الإلكتروني الحكومي وتصميمه على الإدراك الإيجابي للمتعاملين لجودته ، والتعرف على أثر غياب أحد عناصر المحتوى على هذا التقييم ، وذلك عن طريق دراسة تجريبية تم التحكم في بناء موقع حكومي إلكتروني مقترح تم تصميمه من حيث الشكل والمحتوى من أربع نسخ وتعرض مجموعات تجريبية لهذه المواقع بحيث يتم استخدامها والتجول في أجزائها، ثم اختبار مقياس من خمسة عناصر لقياس إدراك كل مجموعة لجودة الموقع الذي تم استخدامه.

مشكلة البحث: research problem

تحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن تأثير توافر كل من عناصر المحتوى الخاصة بالتفاعل ، والخدمات الإلكترونية ، والمعلومات على تقييم مستخدمي الموقع الإلكتروني الحكومي لجودته ، عبر قياس تحقق كل من معايير وظائف الموقع والخاصة بقياس قدرة الموقع على تقديم المهام الخاصة بالمنظمة لفئات المتعاملين. والسلطة وهي خاصة بقياس ثقة المتعاملين في محتوى الموقع ، وفي المنظمة ككل. والصلاحيات وهي مرتبطة بقياس فاعلية توظيف محتوى الموقع لتحقيق الهدف من أنشائه وفي التواصل مع المتعاملين. والإتاحة وهي خاصة بقياس مدى سهولة استخدام الموقع . والملاءمة والتي تعني بقياس توافق شكل الموقع ومحتواه مع طبيعة المنظمة الحكومية وهويتها. ثم أدوات التقديم وهي خاصة بقياس تعدد أدوات تقديم المحتوى.

أهداف البحث: Research aims**يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:**

1. التعرف على تأثير توافر كل من عناصر التفاعل ، والخدمات الإلكترونية ، والمعلومات على إدراك مستخدمي الموقع الإلكتروني الحكومي لجودته من حيث الوظائف التي يؤديها للمتعاملين.
2. التعرف على تأثير توافر كل من عناصر التفاعل ، الخدمات الإلكترونية ، والمعلومات على إدراك مستخدمي الموقع الإلكتروني الحكومي لجودته من حيث السلطة والتي تعني قدرة الموقع على توفير المعلومات الضرورية عن الجهة الحكومية .
3. التعرف على تأثير توافر كل من عناصر التفاعل، الخدمات الإلكترونية، والمعلومات على إدراك مستخدمي الموقع الإلكتروني الحكومي لجودته من حيث الإتاحة والتي تعني سهولة استخدام المتعاملين للموقع.

٤. التعرف على تأثير توافر كل من عناصر التفاعل، الخدمات الإلكترونية، والمعلومات على إدراك مستخدمي الموقع الإلكتروني الحكومي لجودته من حيث الملائمة والتي تعني توفر أدوات التعامل مع الموقع والتواصل مع المنظمة .
٥. التعرف على تأثير توافر كل من عناصر التفاعل، الخدمات الإلكترونية، والمعلومات على إدراك مستخدمي الموقع الإلكتروني الحكومي لجودته من حيث أدوات التقديم والتي تعني قدرة المحتوى على تقديم المعلومات والخدمات للمتعاملين.

تساؤلات البحث: Research questions

١. ما تأثير عدم توافر عناصر التفاعل وأدواته مع المنظمة عبر موقعها الإلكتروني على تقييم المتعاملين لجودة الموقع؟
٢. ما تأثير عدم توافر الخدمات الإلكترونية للمنظمة الحكومية عبر موقعها على تقييم المتعاملين لجودة الموقع؟
٣. ما تأثير عدم توافر المعلومات الضرورية عن المنظمة وأعمالها والخدمات التي تقدمها على تقييم المتعاملين لجودة الموقع؟

الإطار النظري للدراسة: Theoretical context

يتناول الإطار النظري للدراسة المفاهيم النظرية الخاصة بالاتصال الحكومي ووظائفه، فضلاً عن التعريف بأدواره .

تعريف الاتصال الحكومي

يعرف الاتصال الحكومي بأنه الجهود التي تبذلها الحكومة عبر توظيف استخدام البيانات والمعلومات المتاحة لديها للتأثير في معارف أفراد المجتمع وسلوكياتهم، بما يحقق أهدافها وطموحاتها، ويتضمن ذلك أيضاً أساليب جمع المعلومات من المواطنين ومعرفة على آرائهم واحتياجاتهم بغرض توظيف ذلك في وضع الأهداف والسياسات الحكومية. وبناء على ذلك يستخدم الاتصال الحكومي في تحديد أولويات المجتمع وتشكيل السياسات الحكومية، وفي التعريف بالجهود والخدمات الحكومية، وتنفيذ حملات الاتصال وتقييمها.. (Michael,2009)

ويشير الاتصال الحكومي إلى الاتصال الذي يقوم به القادة الحكوميون والمؤسسات الحكومية لتنفيذ المهام على النطاق المحلي والدولي على وفق أهداف ووظائف محددة. (María and Karen,2011)

فالالاتصال الحكومي يعمل على رصد اتجاهات المجتمع واهتماماته وتطلعاته، وفهم مشكلاته والتعرف على الفئات التي تواجه مشكلات معينة والعمل على تقديم الحلول والمشورة بشأن هذه المشكلات، والعمل على إشراك المجتمع في عمليات اتخاذ القرار، وإعلامه بالسياسات والقرارات الحكومية. وهو بذلك يقدم المعلومات للجميع ويهتم بقطاعات المجتمع كافة من دون تمييز ويسهم في دعم ارتباط

المواطنين بمجتمعهم ودولتهم. (W Russell, S Niemeyer, V Darling & John Dryzek,2017)

ويمثل الاتصال الحكومي المهام التي تؤديها المؤسسات الحكومية والتي تعرف بأنها جهات ذات شخصية قانونية واعتبارية تنحصر بها بعض الاختصاصات أو النشاطات ذات الطابع الخدمي . وقد تكون وزارة أو دائرة أو هيئة أو مؤسسة أو مجلساً أو معهداً. (برنامج الشيخ صقر للتميز الحكومي). ويمكن رصد بدايات اهتمام الحكومات بالتواصل مع أفراد المجتمع بصورة مخططة، عندما قامت الحكومة البريطانية عام ١٨٦٠ بنشر إعلانات في الصحف والطرق ترمي إلى إقناع العمال بتوفير جزء من رواتبهم بغرض الافادة منه عند التقاعد وفي عام ١٩١٤ ومع بدايات الحرب العالمية الأولى نفذت الحكومة البريطانية حملات اتصالية بهدف جذب متطوعين للقتال في الحرب وفي أعقاب الحرب أنشأت بريطانيا أول وزارة للإعلام، وخلال الحرب العالمية الثانية اهتمت وزارة الإعلام البريطانية بالتعرف على آراء المواطنين. وعقب انتهاء الحرب تم إنشاء المكتب المركزي للمعلومات بهدف إدارة عمليات نقل السياسات الحكومية وتقديمها للشعب وفي الخمسينيات اهتمت الحكومات في أوروبا بإنتاج أفلام للتوعية العامة خاصة في مجال الصحة، مستفيدة من انتشار التلفزيون وسيلة إعلامية جاذبة للجمهور، واستمر ذلك أيضاً أثناء فترة الستينيات. (Holder,2018)

وظائف الاتصال الحكومي

يقوم الاتصال الحكومي بعدد من الوظائف يمكن تقسيمها على مجموعتين : الأولى ، مجموعة الوظائف الأساسية المرتبطة بشرح ودعم القرارات الحكومية والدفاع عن قيم المجتمع وتسهيل الحوار بين أفراد المجتمع والدولة وكذلك التعريف بالأعمال الحكومية والترويج لها. الاخرى، مجموعة الوظائف المرتبطة بتنشئة أفراد المجتمع وتوجيهه نحو بناء ودعم وحدة المجتمع، وإعلامهم بمسئولياتهم وواجباتهم وعرض آرائهم والتأكيد على شرعية الدولة ومؤسساتها. (Pasquier,2012) ويقوم الاتصال الحكومي بدور مهم يعد مكوناً من مكونات السياسات الحكومية وذلك عن طريق دمج استراتيجيات الاتصال الحكومي ضمن الاستراتيجية العامة للحكومة، والحرص على التواصل الدائم مع المجتمع وفتح قنوات للحوار بين المنظمات الحكومية وقياداتها وبين أفراد المجتمع، وإتاحة الفرصة للرأي العام للتعبير عن نفسه وطرح الأسئلة والاستفسارات. ويتضمن ذلك أيضاً وجود قواعد حاكمة للاتصال الحكومي ومبادئ تحدد أدواره ومهامه، وتؤسس لقدرته على بناء قنوات التشاور ،وعلى إمكاناته في عمليات الإنتاج والنشر لوسائل الاتصال التي يعتمد عليها، ويتضمن ذلك وجود توصيف وبناء جيد لوظائفه داخل المؤسسات الحكومية والإمكانات التي تتوافر له من مصادر وموارد بشرية تدعم قدرته على التخطيط والإنتاج للرسالة الحكومية الفعالة. (Andrés Cañizález,2016) ، وترتبط وظائف الاتصال الحكومي بعدد من المهام المرتبطة بتفعيل عمليات المشاركة والحوار وتداول المعلومات بين الحكومة والمواطنين. وذلك لتحقيق العديد من الوظائف المرتبطة بتنمية الوعي ورفع، والتأثير في الاتجاهات والسلوكيات، وتحقيق وظائف الاتصال الحكومي بصورة أكثر فعالية في حال امتلاك الدولة نظاماً إعلامياً يتمتع بالاستقلال والحرية بحيث يكون قادراً على الاستجابة لمتطلبات المواطنين، فالنظام الإعلامي الحر المستقل المتعدد يسهم في دعم الثقة في المعلومات والأخبار التي ينقلها، ويدعم من قدرته على تشكيل

أولويات الجمهور ومساهمته في برامج التطور والإصلاح. وهو نظام يضمن حريته وجود نظام تشريعي وقانوني يدعم حرية تدفق المعلومات بين الحكومة والمواطنين، ووجود سياسات واضحة للاتصال الحكومي تلتزم بمبادئ الحوار والحرية وبما يسهم في تشكيل الرأي العام والاستجابة له. و تتحدد ثلاثة وظائف أساسية للاتصال الحكومي وهي الإعلام، والتوعية، والإقناع. وعلى الرغم من أهمية قيام الاتصال الحكومي بهذه الوظائف مجتمعة، إلا أنه أحياناً يكون هناك قصوراً في إحداها أو فيها جميعاً بسبب غياب ثقافة استشارة ومشاركة الجمهور، بل أن المشكلة أيضاً تكون في الاتصال بين المؤسسات الحكومية بعضها البعض أو داخل المؤسسة الواحدة.

(Sanina A, Balashov A, Rubtcova M, Satinsky DM, 2017), (Huma Haider, Claire Mcloughlin and Zoë Scott, 2011), and (Karen Sanders, 2011)

أدوار الاتصال الحكومي

أوضح تقرير أصدرته هيئة الحكومة المحلية ومقرها لندن www.local.gov.uk إن الاتصال الحكومي يقوم بعدد من الأدوار المهمة في المجتمع يمكن تحديدها بالآتي:

- **الدور التشاركي للاتصال الحكومي:** إذ يسهم الاتصال الحكومي في إتاحة الفرصة للمواطنين للمشاركة الفعالة في عمليات الاتصال وإنتاج المعلومات والمحتوى ونشرها، والمساهمة في تشكيل أولويات الموضوعات والقضايا التي تهتم والتي يركز عليها الاتصال الحكومي.
- **دور في دعم المساءلة والشفافية المجتمعية:** يؤدي الاتصال الحكومي دوراً هاماً في مكاشفة الرأي العام ومصارحته، والإعلام بالحقائق والمعلومات ويسمح للفئات المختلفة بتوجيه التساؤلات والاستشارات وتقديم الأجوبة المتكاملة والواضحة.
- **دور في التعامل مع المشكلات والمواقف الطارئة والأزمات:** يعد الاتصال الحكومي أحد عناصر إدارة الأزمات من خلال إدارته للاتصال أثناء الأزمات أو عند حدوث أحداث طارئة أو مشكلات معينة، حيث يناط به تقديم المعلومات والتعامل مع الإعلام ورصد الأحداث.
- **دور ثقافي مجتمعي:** يقوم الاتصال الحكومي بدور مهم في التعبير عن ثقافة المجتمع وراثته، وإعطاء الفرصة للثقافات الفرعية داخل المجتمع في الظهور والتعبير عن نفسها، فضلاً عن دوره في تدعيم قيم المجتمع والحفاظ على تماسكه.
- **دوره في الحفاظ على السلم المجتمعي:** ويقوم الاتصال الحكومي بدور مهم في الحفاظ على السلم داخل المجتمع بين فئاته جميعها، وهو بذلك يجب أن يمارس أنشطة اتصالية بعيدة عن إزكاء الصراعات المجتمعية أو إثارة الفتن، و في الوقت نفسه يقوم بدور مهم في مواجهة الشائعات والأخبار المغلوطة ودعاوى الفتن والفرقة.

وحتى يقوم الاتصال الحكومي بالأدوار السابقة يجب تهيئة المنظومة الاتصالية الحكومية عن طريق تطوير كل من بناء وعمليات الاتصال كآلآتي:

- **بناء الاتصال الحكومي:** ويتضمن ذلك مفهوم الاستراتيجيات والسياسات الحاكمة والموجهة للاتصال الحكومي، الأجهزة الحكومية في هذه الإدارات، ووسائل الاتصال الحكومي وأدواته في التواصل مع المواطنين والإمكانات الفعلية المتاحة له.
 - **عمليات الاتصال الحكومي:** ويتضمن ذلك الوظائف التي يمارسها الاتصال الحكومي والتي يحقق عن طريقها الأهداف والاستراتيجيات الاتصالية للحكومة. ومن ذلك حملات الاتصال الحكومي، المبادرات الحكومية، والأنشطة الحكومية الاتصالية المتنوعة، وهى عمليات ترتبط أيضا ببرامج التسويق الاجتماعي وتممية الوعي وتغير الاتجاهات والسلوكيات ودعم الحوار المجتمعي.
- (Waly,2000) And (Karen & Maria.2015)

الدراسات السابقة: (Previous Studies)

تناولت العديد من الدراسات السابقة الأجنبية والعربية استخدام المنظمات الحكومية لمواقعها ومنصاتها الإلكترونية في التفاعل مع المتعاملين، وفي توظيفها أدواتاً اتصالية وخدمية. ويعرض الباحثان فيما يلي أهم النتائج التي توصلت إليها بعض هذه الدراسات.

- دراسة Maynard & Yan, 2004 والتي أكدت على أن جودة محتوى الموقع تساهم في بناء العلاقة الطيبة مع الجمهور وتحقق سمعة حسنة للمنظمة ، وأن هذه الجودة تتحقق من خلال سهولة استخدام المحتوى وقدرة المستخدم على تعلم و تذكر إجراءات وخطوات التعامل مع الموقع وتحقيقه لأهدافه من استخدام المحتوى ، وأخيراً تفضيله المستقبلي للتعامل مع الموقع مره أخرى.
- وحلل Alfonso & Miguel, 2006 (١٢٠) موقعا إلكترونياً مؤسساً في دول فرنسا والمانيا والنرويج واسبانيا وسنغافورة وبريطانيا والولايات المتحدة، وتوصلت الدراسة إلى أن هذه المواقع توظف المركز الإعلامي الإلكتروني بهدف تلبية احتياجات الإعلاميين وتوفير الأخبار والصور، كما أشارت الدراسة إلى أهمية التحديث المستمر لمضمون المركز الإعلامي وأن يكون سهل الاستخدام.
- حدد Felczak, Smith & Glass, 2009 ثلاثة حقوق لمستخدم الموقع الحكومي يجب توفيرها له من خلال المعلومات المنشورة ، وهي حقه في الحصول على المعلومات التي تمس حياته والقوانين المنظمة لدولته أو الإجراءات الخاصة بالمنظمة . وحقه في التعبير عن رايه أو احتياجاته ، وكذلك حقه في أن يشارك في اتخاذ القرارات التي ترتبط بمصالحه.
- أشارت دراسة سليمان (٢٠٠٩) إلى اهتمام المؤسسات الحكومية بتطوير خاصية التفاعل بينها وبين الجمهور من خلال مفهوم الحكومة الإلكترونية عن طريق إضافة نمط الاتصال الإلكتروني وذلك في دراسة على عينة من المؤسسات الحكومية بدبي ، وتوصلت الباحثة إلى توفر مؤشرات

التفاعل داخل هذه المواقع إلى جانب اهتمام بعضها بتقديم معلومات عن أنشطة المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية مما يساهم في تكوين صورة إيجابية عنها.

- وأشار **Wonsun & Jisu, 2009** إلى أهمية عناصر التصميم ومنها الألوان، وطريقة بناء المحتوى وعرضه على الموقع والأشكال الجرافيكية المستخدمة، وأعتبر أن كل من نوع وطبيعة المنظمة وحجمها، من العوامل المؤثرة في التصميم.
- وأشار **Guillory & Sundar, 2008** إلى أن قدرة مستخدم الموقع الإلكتروني الحكومي على التفاعل والحصول على ما يريده من خدمات، تزيد من فرص تفضيله لاستخدام الموقع والاعتماد عليه في الحصول على الخدمة الحكومية.
- وحدد **Gatti, 2011** العناصر الأساسية التي يجب أن يتضمنها محتوى الموقع المؤسسي في تقديم معلومات عن تاريخ وتطور المنظمة، تقديم معلومات تعكس هويتها وتدعم سمعتها وتؤسس الثقة فيها وكذلك تقديم معلومات عن تميزها وقيادتها وتطورها.
- حدد **Pollach, 2011** عدداً من العوامل التي تساعد على فاعلية استخدام الموقع الإلكتروني المؤسسي تمثلت في تقديم المعلومات التي تدعم صدقية الموقع وتؤسس للثقة به، وتدعم أيضاً سمعة المنظمة، وتقديم خدمات للمستخدمين من خلال الموقع، وتصميمه بأسلوب يحقق سهولة الاستخدام وبما يحقق الفاعلية.
- وضع **Nidhya & Govindaraju, 2011** ثلاثة عناصر لتقييم الموقع الحكومي الإلكتروني تحددت في بناء الموقع من حيث سهولة الوصول إليه والتجول بداخله ، إلى جانب وضوح الأشكال المستخدمة وسهولة التعامل مع الوثائق التي يتضمنها ، إلى جانب وجود نظام للتعرف على ردود فعل المستخدمين ، ويرتبط العنصر الثاني بالمعلومات من حيث تكاملها ودقتها وسلامه عرضها وكتابتها ، ويرتبط العنصر الثالث بوجود مسائل لمساعدة المستخدم والحفاظ على خصوصيته ، وإتاحة إمكانية التواصل مع الموظفين المعنيين.
- وأضاف **Simmons & Zoetewey, 2012** إلى مجموعة من العناصر الأساسية التي يجب مراعاتها عند بناء الموقع المؤسسي، تتمثل في التعرف على احتياجات المستخدمين وتوقعاتهم من الموقع، إلى جانب سماتهم وخصائصهم، تحديد المهام والوظائف التي سيتم تقديمها عبر الموقع، دقة المحتوى وتكامله، سهولة استخدام الموقع، التنظيم الجيد للموقع، وتحقيق التفاعلية مع المستخدمين. وهو ما توصل إليه أيضاً **Wright & Hinson, 2012** في دراسة عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة من عام ٢٠٠٦ إلى عام ٢٠١٢، حيث أشارت النتائج إلى نمو معدلات ومجالات استخدام هذه الوسائل في المنظمات المختلفة وإلى تعدد أهداف استخدامها، كما أكدت على وجود اتجاهات إيجابية لدى العاملين في العلاقات العامة نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر ويوتيوب وفيس بوك والمدونات كأدوات تتواصل بها المنظمة مع الجمهور بفاعلية.

- وأشار كل من **Kim, Hong & Cameron, 2014** إلى أهمية تقديم محتوى موثوق به عبر الموقع الإلكتروني المؤسسي من خلال تقديم محتوى موضوعي، موثق، تتحدد فيه الإجراءات والمبادئ، والشخصيات المسؤولة.
 - وحدد **Ricardo, 2015** أهم المعلومات الخاصة بالمنظمة التي يجب نشرها في موقعها الإلكتروني في تقديم الشرح والتفسير لطبيعة المنظمة وفلسفتها ورسالتها ورؤيتها وهيكلها وملكيته، وكذلك معلومات عما تقدمه من منتجات أو خدمات وتطور أعمالها وإنجازاتها. وأضاف أنه يجب أن يشمل الموقع على بيانات الاتصال بالمنظمة وكيفية الوصول إليها والتواصل معها عبر الوسائل الحديثة، والاتصال بمسؤوليها وفرص التوظيف المتاحة بها. كما أشار كاسان إلى ضرورة وجود معلومات خاصة بالموقع نفسه وسياسات تأمينه وتأمين معلومات المستخدمين وضمان خصوصيتهم.
 - أشارت دراسة كل من **Mohammed, Guillet, Schuckert & Law, 2016** إلى أن الموقع الإلكتروني المؤسسي يساهم في التعبير عن هوية المؤسسة من خلال التعريف بشعارها وهيكلها الإداري وأعمالها وخدماتها واستراتيجيتها وثقافتها وسلوكها المؤسسي.
 - **دراسة فاروق (2017)** عن معايير بناء الموقع الإلكتروني للمنظمات الحكومية. حيث استهدفت الدراسة التعرف على وظائف الموقع الإلكتروني الحكومي ورصد أهم معايير بناء الموقع من حيث الشكل والمضمون، وقدمت الدراسة نموذج يوضح معايير بناء الموقع الإلكتروني الحكومي، يشمل على خمس معايير ترتبط باستراتيجيات إنشاء الموقع، والمعلومات التي يقدمها عن المنظمة، والخدمات التي يوفرها للمتعاملين، إلى جانب معيار الاتصال من خلال نشره لأخبار وفعاليات المنظمة، ثم المعيار الخاص باستخدام الموقع والتفاعل معه.
- وعلى وفق ما أشارت إليه نتائج هذه الدراسات ، يستنتج الباحثان أهمية البناء الدقيق لعناصر محتوى الموقع الإلكتروني الحكومي ، وتوفير معايير الجودة به ، حيث أن غياب هذه المعايير يؤثر على فاعلية الموقع وقدرته على تحقيق مهامه الخدمية أو الاتصالية. كما أشارت النتائج إلى أهمية توجيه محتوى الموقع إلى الجماهير ذات العلاقة دون الاهتمام بفئة على حساب الأخرى ، وأن يتنوع المحتوى بحيث يلبي حاجات هذه الفئات.

التصميم المنهجي للدراسة: The systematic design of the study

اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي وهو منهج يستخدم لاختبار الفرضيات الخاصة بالعلاقات من نوع السبب والنتيجة أو لدراسة تأثير عامل معين على ظاهرة ما، إذ يتحكم الباحث في أحد المتغيرات المستقلة أو غيرها، ويعمل على ضبط تأثير المتغيرات الأخرى ذات الصلة، لاكتشاف تأثير ذلك كله على المتغير التابع، ويشار إلى المتغير المستقل بالمتغير التجريبي أو السبب أو المعالجة وهو تلك الفاعلية أو الخاصية التي يعتقد بأنها تقف وراء الفروق المعنوية التي تلاحظ بين المجموعات (أبو علام ، ٢٠٠١). وقد استخدم الباحث طريقة المجموعات المتكافئة Equated Group Methods عن الاعتماد على مراعاة معياري الانتقاء العشوائي والتكافؤ بين أفراد كل مجموعة. وبناء على ذلك تم

تحديد المتغير المستقل في محتوى الموقع المتضمن كل من المعلومات والخدمات والتفاعل ، وتحديد المتغير التابع في عناصر جودة الموقع، إذ إن المتغير المستقل في الدراسات التجريبية يمثل المعالجة التجريبية ، والتابع يمثل المتغير الذي يتم الحكم على النتائج عن طريقه ، والتي يتم اختبار فروضها عبر التصميم المعلمي والذي يعد أفضل أداة لقياس السببية والتحكم في بيئة الدراسة (زغيب، ٢٠١٥) . وتم اختيار أفراد كل المجموعات التجريبية من طلبة كلية الاتصال جامعة الشارقة ، فقد تم اتباع أسلوب المضاهاة والذي يعني تساوى الخصائص بين المجموعات كلها.

إجراءات التجربة: Experiment procedures

اشتملت إجراءات التجربة على الخطوات الآتية:

١. تم تطوير مقياس لرصد تقييم المتعاملين لجودة الموقع الإلكتروني الحكومي ، تضمن قياس تقييم المتعامل لستة عناصر أساسية تمثل المتغيرات التابعة في الدراسة وهي : الوظائف ، السلطة ، والصلاحيات ، والإتاحة ، والملائمة، وأدوات تقديم محتوى الموقع (Middleton 2007) ، وتضمن كل مقياس خمسة عبارات. فقد تم عرض المقياس على محكمين للتأكد من صدقه ، ثم تم إجراء التعديلات الملائمة على وفق مقترحات المحكمين.^(١) وفيما يلي التعريفات الخاصة بكل عنصر:

 - **وظائف الموقع** : قدرة الموقع على تقديم المهام الخاصة بالمنظمة لفئات المتعاملين.
 - **السلطة** : ثقة المتعاملين في محتوى الموقع ، وفي المنظمة ككل.
 - **الصلاحيات** : فاعلية توظيف محتوى الموقع لتحقيق الهدف من أنشائه وفي التواصل مع المتعاملين.
 - **الإتاحة** : مدى سهولة استخدام الموقع .
 - **الملاءمة** : توافق شكل الموقع ومحتواه مع طبيعة المنظمة الحكومية وهويتها.
 - **أدوات التقديم** : تعدد أدوات تقديم المحتوى.

ويوضح الجدول التالي عناصر المقياس وعباراته:

(١) محكمي المقياس: د. خالد جاويش ، مساعد عميد كلية الاتصال جامعة الشارقة ، د. خيرت عياد ، رئيس قسم العلاقات العامة بكلية

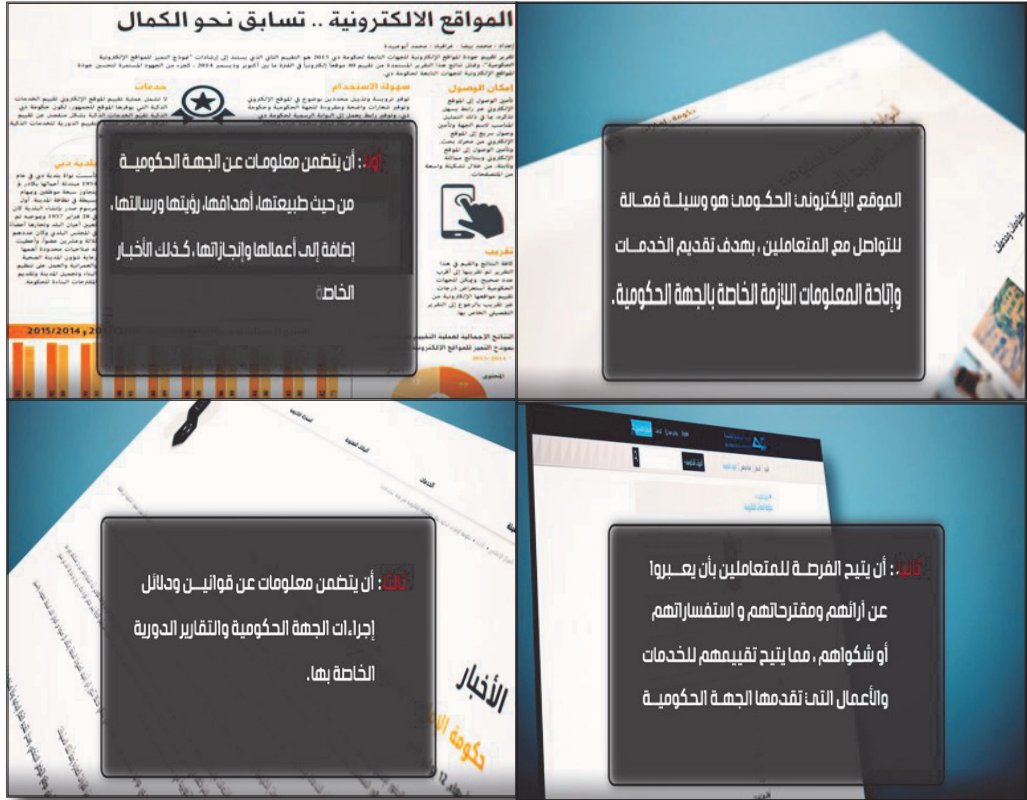
جدول (١) مقياس رصد تقييم المتعاملين لجودة الموقع الإلكتروني الحكومي

م	المعيار	العبارة
١	الموقع Functionality	يحتوى الموقع على المعلومات والخدمات اللازمة التي تمكن المتعاملين من استخدامه والاستفادة منه.
٢		يقدم الموقع العديد من الوظائف الخدمية والمعلوماتية والتفاعلية للمتعاملين.
٣		يستهدف الموقع فئات متنوعة من المتعاملين ولا يركز على فئات بعينها.
٤		المعلومات على الموقع متوازنة ويمكن فهمها واستيعابها.
٥		هناك رؤية شاملة وموحدة للموقع .
٦	السلطة Authority	يحتوى الموقع على بيانات واضحة عن الجهة الحكومية.
٧		يحتوي الموقع على تصريحات من مسؤولي الجهة الحكومية مما يساعد في تدعيم مصداقيه مضمونه.
٨		يتمتع الموقع بسياسات أمان وخصوصية تزيد من الثقة فيه.
٩		يوضح الموقع بيانات مسؤولي الجهة الحكومية وكيفية التواصل مع إدارتها المختلفة.
١٠		يوفر الموقع روابط لمواقع وخدمات حكومية أخرى.
١١	الصلاحيه Validity	يحتوي الموقع على روابط هامة يحتاجها المتعامل.
١٢		تمكن الروابط الموجودة بالموقع من تعريف المتعامل بالخدمات والأعمال الخاصة بالجهة الحكومية.
١٣		الروابط الخاصة بحسابات الجهة الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من فعالية الموقع.
١٤		يُنحِج الموقع للمتعامل الفرصة للتعبير عن رأيه والمشاركة في اتخاذ القرار من خلال الاستبيانات واستطلاعات الرأي.
١٥		يوفر الموقع وقت وجهد المتعامل.
١٦	الأتاحة Obtainability	تصميم الموقع واضح
١٧		مضمون الموقع تم تنظيمه بشكل جيد وواضح
١٨		الموقع سهل الاستخدام
١٩		إجراءات الحصول على الخدمة عبر الموقع سهلة وسريعة وواضحة
٢٠		يضم الموقع خريطة واضحة تمكن المتعامل من التعرف على محتوياته.
٢١	الملاءمة Relevance	بيانات الموقع دقيقة.
٢٢		هناك تحديث مستمر للموقع.
٢٣		يمكن التحكم في بعض عناصر الموقع كحجم الخط واللغة.
٢٤		بناء وشكل الموقع يتوافق مع كونه موقع حكومي
٢٥		تتعدد أدوات التواصل مع المنظمة عبر الموقع.
٢٦	أدوات تقييم المحتوى substance	يحتوى الموقع على إرشادات خاصة باستخدامه.
٢٧		يحتوى الموقع على دلائل خاصة بكيفية الحصول على الخدمة الحكومية.
٢٨		يحتوى الموقع على تقارير دورية عن الجهة الحكومية.
٢٩		يعرض الموقع نتائج استطلاعات رأي المتعاملين
٣٠		يتم تقديم محتوى الموقع نصياً وكذلك عبر الصور والفيديو والجرافيك

الاتصال جامعة الشارقة ، د. محمد بن موسى الأستاذ المشارك بقسم العلاقات العامة بكلية الاتصال جامعة الشارقة ، د. أنجي خليل ، الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة بكلية الاتصال جامعة الشارقة . أ. محمد يوسف ، محاضر التصميم الجرافيكي بكلية الاتصال ، جامعة الشارقة

٢. تم إنتاج فيلم جرافيكى قصير مدته أربع دقائق عن الموقع الإلكتروني الحكومي، فقد تم عرض الفيلم قبل بداية تعرض واستخدام المجموعات للمواقع الإلكترونية التجريبية. ويوضح الشكل التالي واجهة الفيلم التعريفي:

شكل (١) لقطات من الفيلم التعريفي الذي تم إنتاجه للعرض على المجموعات التجريبية قبل التجربة



٣. تم تصميم موقع إلكتروني حكومي افتراضي وإنتاجه تحت مسمى « هيئة الموارد البشرية والتطوير المهني » إذ تم إنتاج أربع نسخ منه مثلت المتغيرات المستقلة في الدراسة ، مع مراعاة أن يتم تقديم محتوى هذه المواقع عن طريق الاعتماد على كل من النصوص المكتوبة والصور والرسوم والروابط الفعالة. وتمثلت المواقع فيما يأتي:

- النسخة الأولى : مثلت الموقع المتكامل من حيث المعلومات والخدمات والتفاعل.
- النسخة الثانية: مثلت الموقع غير المكتمل من ناحية عنصر المعلومات.
- النسخة الثالثة: مثلت الموقع غير المكتمل من ناحية عنصر التفاعل.
- النسخة الرابعة: مثلت الموقع غير المكتمل من ناحية عنصر الخدمات.

ويوضح الشكل التالي النسخة المتكاملة من الموقع التجريبي:

شكل (٢) الموقع التجريبي الذي تم تصميمه باسم هيئة الموارد البشرية والتطوير المهني



٤. تم تقسيم المجموعات التجريبية إلى أربع مجموعات إذ تستخدم المجموعة الأولى الموقع المتكامل في عناصر محتواه ، وتمثل المجموعات الثانية والثالثة والرابعة المجموعات التجريبية التي تتعرض كل منها لأحد المواقع غير المكتملة ، وذلك من طلبة كلية الاتصال جامعة الشارقة من المستويات الدراسية من الثاني إلى الرابع ، ومن قسمي الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة ، من الذكور والإناث. فقد تم مراعاة أن تضم كل مجموعة الفئات السابقة تحقيقاً للتماثل بين المجموعات.

٥. تم تحميل الفيلم والمواقع على أجهزة الحاسب الألى بمختبر كلية الاتصال ، إذ تم عرض الفيلم أولاً ، ثم طلب من كل طالب أن يستخدم الموقع الموجود أمامه على الجهاز ، على وفق إرشادات الاستخدام ، تحت إشراف مجموعة من مساعدي التدريس بالكلية (١) وذلك لمدة ٢٠ دقيقة ، فقد قاموا بإرشاد الطلبة إلى عملية استخدام الموقع ومتابعة توظيفه للبحث عن المعلومات او التفاعل مع محتواه والتعرف على الخدمات التي يقدمها ، ثم توزيع استمارة المقياس. وتم إجراء التجارب أثناء الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي ٢٠١٨/٢٠١٩ (فصل الخريف) .

٦- تم توزيع استمارة المقياس على كل طالب / طالبة ، والتي تقيس جودة الموقع على وفق العناصر المحددة.

(١) مساعداو التدريس الذين شاركوا في تنفيذ التجارب بالمختبر : أحمد الرشيد ، وسارة وليد ، و ماريان صقر

نتائج الدراسة: Results

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أولاً: تقييم المجموعات التجريبية لجودة المواقع الأربعة على وفق معيار وظائف الموقع:

تم تطوير مقياس من خمس جمل لرصد تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق الوظائف التي يؤديها. ويوضح الجدول الآتي (٢) نتائج المقياس .

جدول (٢) تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق الوظائف

المعيار	العبرة	المجموعة الأولى		المجموعة الثانية		المجموعة الثالثة		المجموعة الرابعة	
		المتوسط الحسابي الإلكتروني	المتوسط الحسابي الإلكتروني	المتوسط الحسابي الإلكتروني	المتوسط الحسابي الإلكتروني	المتوسط الحسابي الإلكتروني	المتوسط الحسابي الإلكتروني	المتوسط الحسابي الإلكتروني	المتوسط الحسابي الإلكتروني
وظائف الموقع Functionality	١-يحتوى الموقع على المعلومات والخدمات اللازمة التي تمكن المتعاملين من استخدامه والاستفادة منه.	٥٣٥	٣٠٧	١,١٤٣	٤,٠٠	٢٦٣	٤,٠٧	٧٤٠	
	٢-يقدم الموقع العديد من الوظائف الخدمية والمعلوماتية والتفاعلية للمتعاملين.	٧٨٥	٢,٥٧	١,٢٧٨	٣,٨٧	٣٤٦	٤,٠٣	٨٠٩	
	٣-يستهدف الموقع فئات متنوعة من المتعاملين ولا يركز على فئات بعينها.	٨٨٥	٣,٤٠	١,١٣٣	٣,٨٠	٤٨٤	٣,٣٣	١,٠٢٨	
	٤-المعلومات على الموقع متوازنة ويمكن فهمها واستيعابها.	٦٢٦	٣,٥٠	١,١٠٦	٣,٧٣	٧٤٠	٤,٠٣	٤٩٠	
	٥-هناك رؤية شاملة وموحدة للموقع .	١,٠٣٣	٣,٢٠	٩٦١	٣,٨٠	٤٨٤	٤,٠٠	٧٨٨	
	المتوسط الحسابي العام للمقياس	٢٠,٥٣	٢,٧٣٨	١٥,٧٣	٣,٩٧٣	١٩,٢٠	٠,٩٦١	١٩,٤٧	٢,٣٨٩

توضح نتائج الجدول (١) ارتفاع المتوسطات الحسابية لدى المجموعة التجريبية الأولى والتي استخدمت الموقع المتكامل من حيث المعلومات والتفاعل والخدمات وذلك في العبارات جميعها الخاصة بتقييم وظائف الموقع. وجاءت المجموعة الرابعة التي استخدمت الموقع الرابع (بدون خدمات) في الترتيب الثاني في المتوسطات الحسابية للعبارات الأولى والثانية والرابعة والخامسة. في حين جاءت المجموعة الثالثة (بدون تفاعل) في الترتيب الثاني للعبارة الثالثة. وجاءت أقل المجموعات في المتوسطات الحسابية، المجموعة الثانية (بدون معلومات). ويوضح الشكل التالي (٣) النتائج العامة للمتوسطات الحسابية للمجموعات لمقياس تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق الوظائف.

يتضح من الشكل السابق ارتفاع المتوسط الحسابي العام للمقياس لدى المجموعة الأولى فقد بلغ ٢٠,٥٣، مما يؤثر على تأثير توافر العناصر المدروسة على تقييم المتعاملين للموقع بصورة إيجابية. ويفسر الباحث أيضاً انخفاض المتوسط الحسابي العام للمجموعة الثانية والذي بلغ ١٥,٧٣ على التأثير السلبي لغياب وضوح المعلومات عن المنظمة على تقييم الجمهور لوظائف الموقع .

ثانياً: تقييم المجموعات التجريبية لجودة المواقع الأربعة على وفق معيار السلطة:

تم تطوير مقياس من خمس جمل لرصد تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار السلطة. ويوضح الجدول التالي (٢) نتائج المقياس .

جدول (٣) تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني وفقاً لمعيار السلطة

المعيار	العبرة	المجموعة الأولى		المجموعة الثانية		المجموعة الثالثة		المجموعة الرابعة	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
السلطة Authenticity	١-يحتوي الموقع على بيانات واضحة عن الجهة الحكومية.	٤,٤٣	٨١٧.	٣,٦٠	١,٠٣٧	٣,٨٣	٤٦١.	٤,٣٠	٦٥١.
	٢-يحتوي الموقع على تصريحات من مسؤولي الجهة الحكومية مما يساعد في تدعيم مصداقيه مضمونه.	٤,٠٠	٦٩٥.	٣,٠٧	١,٢٠٢	٣,٧٣	٥٨٣.	٣,٦٧	٨٤٤.
	٣-يتمتع الموقع بسياسات أمان وخصوصية تزيد من الثقة فيه.	٤,٤٠	٨٠٣.	٣,٥٣	١,٠٠٨	٣,٨٣	٤٦١.	٤,٣٣	٧١١.
	٤-يوضح الموقع بيانات مسؤولي الجهة الحكومية وكيفية التواصل مع إدارتها المختلفة.	٤,٢٠	٨٤٧.	٣,٠٧	١,٤٣٧	٣,٤٠	٧٧٠.	٤,١٧	٨٣٤.
	٥-يوفر الموقع روابط لمواقع وخدمات حكومية أخرى.	٣,٥٧	١,١٠٤	٣,٥٣	١,٢٥٢	٣,٣٠	٨٣٧.	٣,٥٦	١,٢٢٣
	المتوسط الحسابي العام للمقياس	٢٠,٣٠	٢,٩٢٦	١٦,٨٠	٣,٨٢٧	١٨,١٠	٢,٠٢٣	٢٠,٠٣	٢,٥٨٠

توضح نتائج الجدول (٢) ارتفاع المتوسطات الحسابية لدى المجموعة التجريبية الأولى والتي استخدمت الموقع المتكامل من حيث المعلومات والتفاعل والخدمات, في العبارات جميع الخاصة بمعيار السلطة. وجاءت المجموعة الرابعة التي استخدمت الموقع الرابع (بدون خدمات) في الترتيب الثاني في المتوسطات الحسابية للعبارات الأولى والثالثة والرابعة والخامسة. في حين جاءت المجموعة الثالثة (بدون تفاعل) في الترتيب الثاني للعبرة الثانية . وجاءت المجموعة الثانية (بدون معلومات) أقل المجموعات في المتوسطات الحسابية للعبارات من الأولى الى الرابعة . ويوضح الشكل التالي رقم (٤) النتائج العامة للمتوسطات الحسابية للمجموعات لمقياس تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار السلطة.

يتضح من الشكل السابق ارتفاع المتوسط الحسابي العام للمقياس لدى المجموعة الأولى فقد بلغ ٢٠,٣٠، مما يؤثر على تأثير توافر العناصر الخاصة بالشفافية والثقة على تقييم المتعاملين للموقع بصورة إيجابية. ويفسر الباحث أيضاً انخفاض المتوسط الحسابي العام للمجموعة الثانية والذي بلغ ١٥,٧٣ على التأثير السلبي لغياب وضوح المعلومات عن المنظمة على تقييم الجمهور لمدى الثقة في الموقع.

ثالثاً: تقييم المجموعات التجريبية لجودة المواقع الأربعة من على وفق معيار الصلاحية والموثوقية:

تم تطوير مقياس من خمس جمل لرصد تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار الصلاحية والموثوقية. ويوضح الجدول التالي (٣) نتائج المقياس .

جدول (٤) تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار الصلاحية

المتغير	العبرة	المجموعة الأولى		المجموعة الثانية		المجموعة الثالثة		المجموعة الرابعة	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الصلاحية Validity	١-يحتوي الموقع على روابط هامة يحتاجها المتعامل.	٣,٨٧	١,١٠٦	٣,٤٠	٠,٨١٤	٣,٤٧	٠,٥٧١	٣,٧٧	١,٠٠٦
	٢-تمكن الروابط الموجودة بالموقع من تعريف المتعامل بالخدمات والأعمال الخاصة بالجهة الحكومية.	٤,٢٣	٠,٥٦٨	٣,٨٠	٠,٩٩٧	٣,٨٣	٠,٤٦١	٤,٢٠	٠,٦٦٤
	٣-الروابط الخاصة بحسابات الجهة الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من فعالية الموقع.	٤,٣٠	٠,٦٥١	٤,٢٩	٠,٧٣٥١	٣,٨٠	٠,٤٠٧	٤,١٠	٠,٧١٢
	٤-يتيح الموقع للمتعامل الفرصة للتعبير عن رأيه والمشاركة في اتخاذ القرار من خلال الاستبيانات واستطلاعات الرأي.	٤,٣٣	٠,٦٠٦	٤,٢٠	٠,٨٨٧	٣,٥٧	٠,٦٢٦	٣,٨٧	١,٠٠٨
	٥-يوفر الموقع وقت وجهد المتعامل.	٤,٣٣	٠,٧١١	٣,٤٧	٠,٨٦٠	٣,٧٠	٠,٦٥١	٤,٠٠	٠,٨٧١
	المتوسط الحسابي العام للمقياس	٢١,٠٧	١,٩١١	٢٠,٢٣	٧,٩٤٢	١٨,٣٧	٢,١٠٩	١٩,٩٣	٢,٥٨٦

توضح نتائج الجدول (٣) ارتفاع المتوسطات الحسابية لدى المجموعة التجريبية الأولى والتي استخدمت الموقع المتكامل من حيث المعلومات والتفاعل والخدمات, في العبارات جميعاً الخاصة بمعيار الصلاحية. وجاءت المجموعة الرابعة التي استخدمت الموقع الرابع (بدون خدمات) في الترتيب الثاني في المتوسطات الحسابية للعبارات الأولى والثانية والخامسة. في حين جاءت المجموعة الثانية (بدون معلومات) في الترتيب الثاني للعبارتين الثالثة والرابعة. وجاءت المجموعة الثالثة (بدون تفاعل)

أقل المجموعات في المتوسطات الحسابية لجميع العبارات ، ويوضح الشكل التالي (٥) النتائج العامة للمتوسطات الحسابية للمجموعات لمقياس تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار الصلاحية.

يتضح من الشكل السابق ارتفاع المتوسط الحسابي العام للمقياس لدى المجموعة الأولى فقد بلغ ٢٠,٠٧، مما يؤثر على تأثير توافر العناصر الخاصة بالصلاحية على تقييم المتعاملين للموقع بصورة إيجابية. ويفسر الباحث أيضاً انخفاض المتوسط الحسابي العام للمجموعة الثالثة (بدون تفاعل) والذي بلغ ١٨,٣٧ على التأثير السلبي عناصر الصلاحية على تقييم الجمهور للتفاعل عبر الموقع. رابعاً: تقييم المجموعات التجريبية لجودة المواقع الأربعة من على وفق معيار الإتاحة:

تم تطوير مقياس من خمسة جمل لرصد تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار الإتاحة. ويوضح الجدول التالي (٤) نتائج المقياس .

جدول (٥) تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار الإتاحة

المعيار	العبارة	المجموعة الأولى		المجموعة الثانية		المجموعة الثالثة		المجموعة الرابعة	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الإتاحة Obtainability	١-تصميم الموقع واضح	٤,٢٧	٠,٩٨٠	٣,٤٠	١,٣٨٠	٣,٨٠	٠,٤٨٤	٣,٩٧	١,١٨٩
	٢-مضمون الموقع تم تنظيمه بشكل جيد وواضح	٤,١٣	١,١٣٧	٢,٨٠	١,٥١٨	٣,٥٧	٠,٥٦٨	٣,٩٣	١,١٧٢
	٣-الموقع سهل الاستخدام	٤,٢٤	٠,٦٢٦	٣,٣٧	١,١٥٩	٣,٨٠	٠,٧٦١	٤,٢٣	١,٠٤٠
	٤-إجراءات الحصول على الخدمة عبر الموقع سهلة وسريعة وواضحة	٤,٢٣	٠,٥٦٨	٣,١٠	١,٢٤٢	٣,٦٧	٠,٤٧٩	٣,٨٧	١,٠٤٢
	٥-يضم الموقع خريطة واضحة تمكن المتعامل من التعرف على محتوياته.	٤,١١	٠,٩٩٥	٤,٠٣	٠,٨٩٠	٣,٨٠	٠,٤٠٧	٤,١٠	٠,٩٦٠
	المتوسط الحسابي العام للمقياس	٢٠,٩٧	٣,٠٩٠	١٦,٧٠	٤,٩٧٧	١٨,٦٣	٢,٠٧٦	٢٠,١٠	٤,٥٥١

توضح نتائج الجدول (٤) ارتفاع المتوسطات الحسابية لدى المجموعة التجريبية الأولى والتي استخدمت الموقع المتكامل من حيث المعلومات والتفاعل والخدمات, في العبارات جميعاً الخاصة بمعيار الصلاحية والخاصة بسهولة الاستخدام. وجاءت المجموعة الرابعة التي استخدمت الموقع الرابع (بدون خدمات) في الترتيب الثاني في المتوسطات الحسابية لجميع العبارات. وجاءت المجموعة الثانية (بدون معلومات) أقل المجموعات في المتوسطات الحسابية للعبارات من الأول الى الرابع، في حين جاءت المجموعة الثالثة أقل المجموعات للعبارة الخامسة. ويوضح الشكل (٦) النتائج العامة للمتوسطات الحسابية للمجموعات لمقياس تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار الإتاحة.

يتضح من الشكل السابق ارتفاع المتوسط الحسابي العام للمقياس لدى المجموعة الأولى فقد بلغ ٢٠,٧٩، مما يؤثر على تأثير توافر العناصر الخاصة بالاتاحة على تقييم المتعاملين للموقع بصورة إيجابية. ويفسر الباحث أيضاً انخفاض المتوسطات الحسابية العامة للمجموعتين الثانية والثالثة (بدون معلومات وبدون تفاعل) والذي بلغ ١٦,٧٠، ١٨,٦٣ على التأثير السلبي عناصر الاتاحة على تقييم الجمهور للتفاعل عبر الموقع.

خامساً: تقييم المجموعات التجريبية لجودة المواقع الأربعة على وفق معيار الملاءمة :

تم تطوير مقياس من خمسة جمل لرصد تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار الملاءمة. ويوضح الجدول (٥) نتائج المقياس .

جدول (٦) تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار الملاءمة

المعيار	البيان	المجموعة الأولى				المجموعة الثانية				المجموعة الثالثة				المجموعة الرابعة				
		١	٢	٣	٤	١	٢	٣	٤	١	٢	٣	٤	١	٢	٣	٤	
الملاءمة Relevance	١-بيانات الموقع دقيقة.	٣,٨٨	٩٧٣	٢,٩٠	٩٦٠	٣,٦٠	٦٢١	٣,٨٧	٩٠٠									
	٢-هناك تحديث مستمر للموقع.	٤,٠٠	٨٧١	٣,٠٠	٢,٣٢	٣,٧٠	٧٠٢	٣,٩٣	١,٠٤٨									
	٣-يمكن التحكم في بعض عناصر الموقع كحجم الخط واللغة.	٣,٧٠	١,٢٢١	٣,٢٣	٨٩٨	٣,٦٣	٥٥٦	٣,٣٣	١,٣٩٨									
	٤-بناء وشكل الموقع يتوافق مع كونه موقع حكومي	٤,١٧	١,٠٢٠	٣,٨٧	١,٣٠٦	٣,٨٣	٦٩٩	٤,٢٧	٨٦٨									
	٥-تتعدد أدوات التواصل مع المنظمة عبر الموقع.	٤,٤٣	٦٧٩	٣,٨٠	١,٢٤٣	٣,٨٣	٥٩٢	٤,٢٣	٥٦٨									
	المتوسط الحسابي العام للمقياس	١٩,٨٧	٣,٤٤١	١٦,٨٠	٣,٤٨٨	١٨,٦٣	١,٩٤٠	١٩,٦٣	٢,٧١٠									

توضح نتائج الجدول (٥) ارتفاع المتوسطات الحسابية لدى المجموعة التجريبية الأولى والتي استخدمت الموقع المتكامل من حيث المعلومات والتفاعل والخدمات، في العبارات جميعاً الخاصة بمعيار الملاءمة. وجاءت المجموعة الرابعة التي استخدمت الموقع الرابع (بدون خدمات) في الترتيب الثاني في المتوسطات الحسابية للعبارات الأولى والثانية والرابعة والخامسة. في حين جاءت المجموعة الثالثة في الترتيب الثاني بالنسبة للعبارة الثالثة. وجاءت أقل المجموعات المجموعة الثانية (بدون معلومات) في المتوسطات الحسابية لجميع العبارات، ويوضح الشكل (٧) النتائج العامة للمتوسطات الحسابية للمجموعات لمقياس تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار الملاءمة.

يتضح من الشكل السابق ارتفاع المتوسط الحسابي العام للمقياس لدى المجموعة الأولى فقد بلغ ١٩,٧٨، مما يؤثر على تأثير توافر العناصر الخاصة بالملاءمة على تقييم المتعاملين للموقع بصورة إيجابية. ويفسر الباحث أيضاً انخفاض المتوسط الحسابي العام للمجموعة الثانية (بدون معلومات) والذي بلغ ١٦,٨٠ على التأثير السلبي لعناصر الملاءمة على تقييم الجمهور للتفاعل عبر الموقع.

سادساً: تقييم المجموعات التجريبية لجودة المواقع الأربعة على وفق معيار أدوات تقديم المحتوى : تم تطوير مقياس من خمسة جمل لرصد تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار أدوات تقديم المحتوى. ويوضح الجدول (٦) نتائج المقياس .

جدول (٧) تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار أدوات تقديم المحتوى

المعيار	البيان	المجموعة الأولى				المجموعة الثانية				المجموعة الثالثة				المجموعة الرابعة			
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
أدوات تقييم المحتوى Substance	١-يحتوى الموقع على إرشادات خاصة باستخدامه.	٣,٩٠	١,٠٢٩	٢,٥٠	١,١٦٧	٣,٧٧	٠,٦٧٩	٣,٣٧	١,٢٤٥								
	٢-يحتوى الموقع على دلائل خاصة بكيفية الحصول على الخدمة الحكومية.	٣,٩٣	٠,٨٦٨	٣,٠٠	٠,٧٤٣	٣,٩٠	٠,٦٨١	٣,٧٧	١,١٣٥								
	٣-يحتوى الموقع على تقارير دورية عن الجهة الحكومية.	٣,٩٤	٠,٦٩١	٢,٨٣	٠,٨٣٤	٣,٤٧	٠,٥٧١	٣,٩٣	٠,٩٨٠								
	٤-يعرض الموقع نتائج استطلاعات رأي المتعاملين	٣,٧٣	٠,٨٦٨	٢,٩٣	٠,٩٠٧	٢,٨٣	٠,٦٩٩	٣,٦٣	١,٠٩٨								
	٥-يتم تقديم محتوى الموقع نصياً وكذلك عبر الصور والفيديو والجرافيك	٤,٤٩	٠,٦٥١	٣,٤٧	١,١٣٧	٣,٩٣	٠,٤٥٠	٤,٠٧	٠,٧٨٥								
	المتوسط الحسابي العام للمقياس	١٩,٦٠	٢,٧٤٩	١٤,٧٣	٣,٤٧٣	١٨,١٣	١,٨٥٢	١٨,٧٧	٣,٦٦٤								

توضح نتائج الجدول (٦) ارتفاع المتوسطات الحسابية لدى المجموعة التجريبية الأولى والتي استخدمت الموقع المتكامل من حيث المعلومات والتفاعل والخدمات, في العبارات جميعاً الخاصة بمعيار أدوات تقديم المحتوى. وجاءت المجموعة الرابعة التي استخدمت الموقع الرابع (بدون خدمات) في الترتيب الثاني في المتوسطات الحسابية للعبارات الثالثة والرابعة والخامسة وجاءت المجموعة الثالثة في الترتيب الثاني للعبارات الأولى والثانية. وجاءت أقل المجموعات المجموعة الثانية (بدون معلومات) في المتوسطات الحسابية لجميع العبارات. ويوضح الشكل (٨) النتائج العامة للمتوسطات الحسابية للمجموعات لمقياس تقييم المتعاملين لجودة الموقع الحكومي الإلكتروني على وفق معيار أدوات تقديم المحتوى.

يتضح من الشكل السابق ارتفاع المتوسط الحسابي العام للمقياس لدى المجموعة الأولى فقد بلغ ١٩ ، مما يؤثر على تأثير توافر العناصر الخاصة بأدوات تقديم المحتوى على تقييم المتعاملين للموقع بصورة إيجابية. ويفسر الباحث أيضاً انخفاض المتوسط الحسابي العام للمجموعة الثانية (بدون معلومات) والذي بلغ ١٤,٧٣ على التأثير السلبي لعناصر تقديم المحتوى على تقييم الجمهور للتفاعل عبر الموقع.

سابعاً: اختبار وجود فروق إحصائية بين المجموعات في تقييمهم عناصر جودة المواقع الإلكترونية:

قام الباحثان بإجراء اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد « اختبار ف » للكشف عن مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في تقييم المواقع التجريبية التي تم استخدامها ، ويوضح الجدول التالي (٨) نتائج الاختبار .

جدول (٨) اختبار وجود فروق إحصائية بين المجموعات في تقييمهم عناصر جودة المواقع الإلكترونية

العنصر	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة (sig.)
وظائف الموقع	بين المجموعات	٣	١٢٩,٩٥٦	١٧,٣٧٥	.٠٠٠
	داخل المجموعات	١١٦	٧,٤٧٩		
	المجموع	١١٩			
السلطة	بين المجموعات	٣	٨٢,٦٠٨	٩,٧٣١	.٠٠٠
	داخل المجموعات	١١٦	٨,٤٨٩		
	المجموع	١١٩			
الصلاحية	بين المجموعات	٣	٣٨,٢٤٤	١,٩٦٥	.١٢٣
	داخل المجموعات	١١٦	١٩,٤٦٦		
	المجموع	١١٩			
الإتاحة	بين المجموعات	٣	١٠٤,٦٢٢	٧,٠٥٢	.٠٠٠
	داخل المجموعات	١١٦	١٤,٨٣٦		
	المجموع	١١٩			
الملائمة	بين المجموعات	٣	٥٨,٤٩٧	٦,٦٦٣	.٠٠٠
	داخل المجموعات	١١٦	٨,٧٨٠		
	المجموع	١١٩			
أدوات التقديم	بين المجموعات	٣	١٣٦,٨٩٧	١٥,٠١١	.٠٠٠
	داخل المجموعات	١١٦	٩,١٢٠		
	المجموع	١١٩			

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في تقييم العناصر الآتية:

- **وظائف الموقع:** جاءت قيمة « ف » ١٧,٣٧٥ ، وهي دالة إحصائياً عند ٠,٠٠٠ ، مما يعني وجود فروق بين المجموعات التجريبية الأربعة في تقييم وظائف الموقع ، وبتطبيق اختبار LSD للكشف عن اتجاه هذه الفروق بين المجموعات نجد أنها كالآتي: بين المجموعة الأولى

والثانية (دالة عند ٠,٠٠٠) لصالح الأولى ، وبين المجموعة الثانية والثالثة (دالة عند ٠,٠٠٠) لصالح الثالثة ، وبين المجموعة الثانية و الرابعة (دالة عند ٠,٠٠٠) لصالح الرابعة . أي أن المجموعة الثانية هي أقل المجموعات تقيماً لوظائف الموقع بين المجموعات الأربعة ، وهو ما يؤكد إحصائياً على ما أشارت إليه دلالات المتوسطات الحسابية من أن غياب المعلومات الكافية عن المنظمة على موقعها الإلكتروني يؤدي إلى ضعف تقييم المستخدمين لجودة الوظائف التي يؤديها الموقع وقدرته على تحقيق مهامه.

- **السلطة:** جاءت قيمة « ف » ٩,٧٣١ ، وهي دالة إحصائياً عند ٠,٠٠٠ ، مما يعني وجود فروق بين المجموعات التجريبية الأربعة في تقييم عنصر السلطة في الموقع ، وبتطبيق اختبار LSD للكشف عن اتجاه هذه الفروق بين المجموعات نجد أنها كالاتي: بين المجموعة الأولى والثانية (دالة عند ٠,٠٠٠) لصالح الأولى ، وبين المجموعة الثانية والرابعة (دالة عند ٠,٠٠٠) لصالح الرابعة ، أي أن المجموعة الثانية هي أقل المجموعات تقيماً بين المجموعات الأربعة لعنصر السلطة ، وأن عدم ميل الفروق بين المجموعتين الثانية والثالثة لصالح أي منهما يشير إلى التأثير السلبي المشترك لغياب المعلومات والتفاعل على تقييم الثقة في الموقع. وبصفة عامة تشير النتائج إلى أن غياب المعلومات والتفاعل التي تؤدي إلى بناء الثقة في الموقع والمنظمة على موقعها الإلكتروني يؤدي إلى ضعف تقييم المستخدمين لجودة الموقع.
- **الصلاحية:** جاءت قيمة « ف » ١,٩٦٥ ، وهي دالة غير دالة إحصائياً عند ١٢٣٠. ، مما يعني وجود عدم فروق بين المجموعات التجريبية الأربعة في تقييم عنصر الصلاحية في الموقع ، ويفسر الباحثان تلك النتيجة في أن الموقع الذي تم استخدامه موقع افتراضي وضعت فيه أدوات التفاعل، من دون أن يتمكن الباحثون من إجراء تفاعل فوري حقيقي مع الطرف الأخر . إلا أنه وبصفة عامة وكما أشار الباحثان في نتائج الجدول (٥) جاء المتوسط الحسابي للمجموعة الأولى أعلى من متوسطات المجموعات الأخرى ، وجاءت المجموعة الثالثة التي استخدمت الموقع المحذوف منه أدوات التفاعل الأقل في متوسطها الحسابي ، مما يشير إلى أهمية تكامل كل من عناصر المعلومات والتفاعل والخدمات لتحقيق عنصر الصلاحية والقدرة على التواصل الفعال مع المتعاملين.
- **الإتاحة:** جاءت قيمة « ف » ٧,٠٥٢ ، وهي دالة إحصائياً عند ٠,٠٠٠ ، مما يعني وجود فروق بين المجموعات التجريبية الأربعة في تقييم عنصر الإتاحة في الموقع ، وبتطبيق اختبار LSD للكشف عن اتجاه هذه الفروق بين المجموعات نجد أنها كالاتي: بين المجموعة الأولى والثانية (دالة عند ٠,٠٠٠) لصالح الأولى ، وبين المجموعة الثانية والرابعة (دالة عند ٠,٠٠٠) لصالح الرابعة ، أي أن المجموعة الثانية هي أقل المجموعات تقيماً بين المجموعات الأربعة لعنصر الإتاحة ، وأن عدم ميل الفروق بين المجموعتين الثانية والثالثة لصالح أي منهما يشير إلى التأثير السلبي المشترك لغياب المعلومات والتفاعل على تقييم سهولة استخدام الموقع . وبصفة عامة تشير النتائج إلى أن غياب المعلومات والتفاعل يؤدي إلى ضعف تقييم المتعاملين لسهولة استخدام الموقع .

- **الملاءمة:** جاءت قيمة « ف » ٦,٦٦٣، وهي دالة إحصائياً عند ٠,٠٠٠، مما يعني وجود فروق بين المجموعات التجريبية الأربعة في تقييم عنصر الملاءمة في الموقع، وبتطبيق اختبار LSD للكشف عن اتجاه هذه الفروق بين المجموعات نجد أنها كالاتي: بين المجموعة الأولى والثانية (دالة عند ٠,٠٠٠) لصالح الأولى، وبين الثانية والثالثة (دالة عند ٠,٢٠)، وبين المجموعة الثانية والرابعة (دالة عند ٠,٠٠٠) لصالح الرابعة، أي أن المجموعة الثانية هي أقل المجموعات تقيماً بين المجموعات الأربعة لعنصر الملائمة، وبصفة عامة تشير النتائج إلى أن غياب المعلومات يؤدي إلى ضعف تقييم المتعاملين لجودة الموقع من حيث توافق تصميمه ومحتواه مع طبيعة المنظمة الحكومية وهويتها.
- **أدوات التقديم:** جاءت قيمة « ف » ١٥,٠١١، وهي غير دالة إحصائياً عند ٠,٠٠٠، ويفسر الباحثان تلك النتيجة في أن الموقع الضابط والمواقع الثلاثة التجريبية قد اعتمدت على أدوات تقديم موحدة، إلا أنه وبصفة عامة وكما أشار الباحثان في نتائج الجدول (٧) جاء المتوسط الحسابي للمجموعة الأولى أعلى من متوسطات المجموعات الأخرى، مما يشير إلى أهمية توفر المعلومات بالموقع تحقيقاً لإدراك المتعامل لتعدد أدوات تقديم المحتوى بالموقع وتقييمه الإيجابي لهذا العنصر.

ثامناً: التقييم العام للمواقع التجريبية الأربعة:

قام الباحثان بوضع مقياس عام من ١٣ عبارة، بهدف قياس التقييم العام للمبجوثين للمواقع الأربعة التي تم استخدامها، ويوضح الجدول التالي (٩) هذه النتائج.

جدول (٩) المقياس العام لتقييم الموقع التجريبي

المجموعة الرابعة	المجموعة الثالثة	المجموعة الثانية	المجموعة الأولى	العبارة
٤,٢٠	٤,١٩	٣,٧٣	٤,٤٠	معلومات الموقع تخدم احتياج المتعامل
٤,٣١	٤,٢٥	٣,٣٣	٤,٣٣	معلومات الموقع دقيقة وموثقة
٤,٤٠	٤,٣٥	٤,٢٣	٤,٤٣	سياسات الخصوصية بالموقع واضحة
٤,٤٠	٤,٢٣	٣,٧٠	٤,٤٣	يوجد بالموقع معايير أمان للمتعامل
٤,٣٧	٤,٤٠	٣,٢٧	٤,٤٣	مضمون الموقع متكامل وواضح
٤,٣٣	٤,٦٠	٣,٧٣	٤,٧٠	الوصول للمعلومات على الموقع سهل وسريع
٤,٣٧	٤,٦٠	٣,٦٧	٤,٨٣	شكل الموقع متناسق وعملي
٤,٥٣	٤,٥٧	٣,٨٧	٤,٦٠	تصميم يسهل عملة الاستخدام
٤,٣٠	٤,٠٣	٤,٦٧	٤,٧٠	يوجد بالموقع أدوات تفاعل ومشاركة وأبداء رأي
٣,٩٣	٣,٨٧	٣,٢٣	٤,٠٣	يوجد أدلة وإرشادات للمستخدم
٤,١٧	٤,٣٧	٣,١٧	٤,٤٣	الصور أو مقاطع الفيديو بالموقع مفيدة وتقدم معلومات إضافية
٣,٩٠	٤,١٣	٣,١٧	٤,٤٥	مضمون وشكل الموقع يشجعان المتعامل على تكرار استخدامه
٣,٦٤	٤,٣٧	٢,٩٧	٤,٤٠	الموقع يتيح إمكانية التسجيل والدخول إلى البيانات الشخصية

يتضح من الجدول السابق ارتفاع المتوسطات الحسابية للمجموعة التجريبية الأولى التي استخدمت الموقع المتكامل، بصورة أكبر من المجموعات الثلاثة الأخرى في جميع عبارات المقياس. وفيما يتعلق بالمجموعة الثانية التي استخدمت الموقع المحذوف منه المعلومات جاءت المتوسطات الحسابية الخاصة بها الأقل في جميع العبارات ما عدا العبارة التاسعة والخاصة بأدوات التفاعل والمشاركة فقد جاءت المجموعة الثالثة باقل متوسط وهي المجموعة التي تعرضت للموقع المحذوف منه التفاعل. وجاءت المجموعة الرابعة التي تعرضت للموقع المحذوف منه الخدمات في الترتيب الثاني من حيث المتوسط الحسابي للعبارات الأولى، الثانية، الثالثة، الرابعة، التاسعة، العاشرة، والثانية عشرة. وهي عبارات خاصة بتقييم توفر المعلومات والأمان بالموقع وطريقة بناء المحتوى وتصميمه. في حين جاءت المجموعة الثالثة والتي تعرضت للموقع المحذوف منه التفاعل في الترتيب الثاني للعبارات الخامسة، السادسة، السابعة، الثامنة، الحادية عشر، وهي عبارات خاصة بوضوح وتكامل الموقع وتوافر أدواته. ويوضح الشكل التالي (٩) ترتيب المجموعات على المقياس .

يتضح من الشكل السابق ارتفاع المتوسطات الحسابية للمجموعة الأولى الضابطة، مقارنة بالمجموعات الأخرى، في حين جاءت المجموعة الثانية الأقل في المتوسطات الحسابية، وتراوحت المتوسطات الخاصة بالمجموعتين الثالثة والرابعة في المنتصف. وتؤكد تلك النتائج على ما أشارت إليه النتائج التي سبق إليها من أن غياب المعلومات الكافية عن المنظمة وعن الموقع يؤدي إلى انخفاض تقييم المتعاملين له، بصورة أكبر من غياب التفاعل أو الخدمات، إلا أن هذا لا ينفي أهمية توافر هذين العنصرين في الموقع الإلكتروني الحكومي، تحقيقاً لتكامل عناصره وتأكيداً على جودته. ومما يؤكد على ذلك نتيجة اختبار تحليل التبيان في اتجاه واحد بين المجموعات الأربعة، فقد جاءت قيمة « ف » ٤,٧٢٧ وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٤)، وهو ما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات تميل لصالح المجموعة الأولى.

وبتطبيق اختبار « ت » للمجموعة الواحدة، على نتائج المقاييس الخاصة بكل مجموعة تجريبية للتعرف على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم المجموعة لعناصر المقياس، أظهرت النتائج أنه لا توجد فروق عند مستوى دلالة (٠,٠٠٠) بين عناصر المقاييس داخل المجموعات الأربعة. وهو ما يشير إلى أن تقدير مستخدمي الموقع لعناصر جودة الموقع يتأثر إيجابياً وسلبياً بكل العناصر مجتمعة، أو بمعنى آخر فإن ضعف عنصر من هذه العناصر يؤثر بطريقة سلبية على الإدراك الإيجابي للموقع ككل.

النتائج العامة للدراسة والتوصيات: General results of the study and recommendations

توصلت الدراسة إلى أهمية توافر عناصر المعلومات والخدمات والتفاعل في أي موقع حكومي إلكتروني، إذ يؤثر غياب أحد هذه العناصر على التقييم الإيجابي للمتعاملين لجودة هذا الموقع. وتؤكد نتائج المقياس هذه الأهمية فقد ارتفعت المتوسطات الحسابية للمجموعة (الأولى) في جميع العناصر التي تم قياسها والتي اشتملت على :

١ . وظائف الموقع : والخاصة بقياس قدرة الموقع على تقديم المهام الخاصة بالمنظمة لفئات المتعاملين.

٢. **السلطة** : والخاصة بقياس ثقة المتعاملين في محتوى الموقع ، وفي المنظمة ككل.
 ٣. **الصلاحية** : والخاصة بقياس فاعلية توظيف محتوى الموقع لتحقيق الهدف من أنشائه وفي التواصل مع المتعاملين.
 ٤. **الإتاحة** : والخاصة بقياس مدى سهولة استخدام الموقع .
 ٥. **الملاءمة** : والخاصة بقياس توافق شكل ومحتوى الموقع مع طبيعة المنظمة الحكومية وهويتها.
 ٦. **أدوات التقديم** : والخاصة بقياس تعدد أدوات تقديم المحتوى.
- توصلت الدراسة إلى أن أقل المجموعات من حيث المتوسطات الحسابية كانت المجموعة الثانية التي استخدمت الموقع المحذوف منه المعلومات عن المنظمة ووظائفها وأعمالها، وذلك فيما يتعلق بعناصر: الوظائف، السلطة ، والإتاحة، والملاءمة، وأدوات التقديم . ويعني هذا أن غياب المعلومات الواضحة عن المنظمة عبر موقعها الإلكتروني يؤثر سلباً في تقييم المتعاملين لخدمته من حيث المهام التي يؤديها، الثقة في محتواه ، توافق الموقع مع طبيعة المنظمة الحكومية سهولة استخدامه، و إدراكه لتعدد أدوات تقديم محتواه. وجاءت المجموعة الثالثة اقل المجموعات في المتوسط الحسابي لعنصر الصلاحية والخاص بفاعلية توظيف الموقع ، وهي المجموعة التي استخدمت الموقع المحذوف منه التفاعل، مما يؤكد على أهمية التفاعل عبر الموقع مع المتعاملين والتواصل معهم عبر أدوات متنوعة إذ أن غياب هذا العنصر يؤثر سلباً على إدراك جودة الموقع من حيث قدرته على بناء علاقة إيجابية مع المتعاملين.

وبصفة عامة يمكن استخلاص المؤشرات التالية عند تقييم أو تطوير الموقع الحكومي الإلكتروني:

١. إن غياب المعلومات الكافية عن المنظمة على موقعها الإلكتروني وغياب المعلومات عن المهام والخدمات التي يؤديها الموقع الحكومي الإلكتروني يؤدي إلى ضعف تقييم مستخدمي الموقع من حيث :
 - جودة الموقع من حيث كونه وسيلة إلكترونية فعالة في التعريف بالمنظمة وتحقيق وظائفها ودعم التفاعل مع المتعاملين معها.
 - الثقة في الموقع من حيث المعلومات والخدمات التي يقدمها ، ومن حيث توفيره الخصوصية والحفاظ على بيانات المتعاملين.
 - سهولة استخدام الموقع والتعرف على مكوناته ومحتواه وتوظيف أدواته.
 - هوية الموقع الحكومية وتمثيله للمنظمة يعده أحد وسائلها الاتصالية.
 - قدرة المتعاملين من مستخدمي الموقع على التعامل مع الأدوات المتعددة للمحتوى بإمكاناتها و بفئاتها المختلفة.
٢. إن غياب أدوات التفاعل على الموقع الحكومي الإلكتروني يؤدي إلى ضعف تقييم مستخدمي الموقع من حيث :
 - قدرة الموقع على تحقيق معايير المشاركة الإلكترونية والتواصل المستمر مع المتعاملين.
 - سهولة استخدام الموقع والتعرف على مكوناته ومحتواه وتوظيف أدواته.
٣. أنه وعلى الرغم من أن غياب تقديم الخدمات الحكومية عبر الموقع الإلكتروني للمنظمة ، يؤدي إلى ضعف تقييم مستخدمي الموقع لعناصر الجودة ، إلا أن هذا التقييم يتأثر أكثر في غياب المعلومات

والتفاعل ، بحيث أن الخدمة الحكومية لا يمكن أن تكون فعالة من دون تكاملها مع المعلومات الواضحة وتوافر أدوات التفاعل والمشاركة.

وتوصي الدراسة بضرورة إتزام المواقع الحكومية الإلكترونية بما يتوافق وتحقيق عناصر الجودة ، وبما يمكن هذه المواقع من تقديم المعلومات والخدمات بصورة فعالة للمتفاعلين ، وتوفير أدوات للتفاعل معهم ورصد آرائهم والتعرف على استفساراتهم. إذ أن غياب أحد هذه العناصر يؤثر سلباً في تقييم الموقع من حيث قدرته أداء وظائفه ، وكذلك قدرته على اكتساب ثقة المتفاعلين ، وتفضيل استخدامهم له في الحصول على خدمات المنظمة أو التعرف على أعمالها. وتوصي بأهمية التقييم المستمر لعناصر جودة الموقع من حيث البناء والتصميم والمحتوى ، والأخذ بالحسبان أهمية تحقيق الموقع لكل من عناصر تقديم المعلومات والمشاركة وإتاحة إمكانية الحصول على الخدمات.

المصادر باللغة العربية

- برنامج الشيخ صقر للاتصال الحكومي <http://sspge.rak.ae/ar/pages/excprog.aspx>
- جاء محمود أبو علام (٢٠٠١)، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط٣، القاهرة، دار النشر للجامعات، ص٢٢٥.
- سليمان، شريفة . (٢٠٠٩). دور العلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية: دراسة حالة على إمارة دبي، أبوظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- شيماء ذو الفقار زغيب (٢٠١٥) مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية ، ط ٢، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ص ١٩٦
- عياد، خيرت. (٢٠٠٦). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال : دراسة على عينة من المؤسسات الخدمية والانتاجية بمملكة البحرين ، مجلة بحوث الرأي العام ، المجلد السابع ، العدد الأول ، ٢٠٠٦.
- فاروق، أحمد. (٢٠١٧). معايير بناء الموقع الإلكتروني للمنظمات الحكومية نموذج مقترح في ضوء مدخل الاتصال المستدام، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني والعشرين لجمعية أساتذة الإعلام العربية الأمريكية بعنوان « الصحافة والإعلام في عصر المعلومات الفورية » المنعقد في الجامعة الأمريكية بالقاهرة خلال الفترة من ٢١ إلى ٢٤ أكتوبر ٢٠١٧

Rrferens

- Alfonso, G. & Miguel, R. (2006) Trends in online media relations: Web-based corporate press rooms in leading international companies, Public Relations Review, Vol 32, Issue 3, 267-275, ISSN
- Andrés Cañizález, "Building Communication Policies with a Public Sense." *Media Development*, No. 3, 2016. PP. 33–37. <http://search.ebscohost.com>
- Felczak, M., Smith, R., & Glass, G. (2009). Communicating with (Some) Canadians: Communication Rights and Government Online in Canada. *Canadian Journal of Communication*, 34(3), 435–460. <https://doi.org/10.22230/cjc.2009v34n3a2020>
- Guillory, J. & Sundar, S. S. (2008). Can Interactivity in Corporate Websites Influence Public Perceptions of Organizations?. Conference Papers , 67th International Communication Association Conference, Montreal, Quebec CANADA - 22-26 May 2008
- Holder ,Simon , A century of government communications: Analysis and factual trends,2018, <https://quarterly.blog.gov.uk>, (Accessed on 10 Oct,2018)
- Huma Haider, Claire Mcloughlin and Zoë Scott , Topics on communication and governance (UK,

- International Development Department, College of Social Sciences University of Birmingham , 2011)
13. Karen Sanders , Political public relations and government communication, IN, Jesper Stromback, Spiro Kiouisis, Political Public Relations: Principles and Applications(New York, Routledge,2011)
14. Karen Sanders and María José Canel “Mind the Gap: Local Government Communication Strategies and Spanish Citizens’ Perceptions of Their Cities.” Public Relations Review, Vol. 41 , No(5), 2015.pp. 777–84. doi:10.1016/j.pubrev.2015.06.014.
15. Karen Sanders and María José Canel “Mind the Gap: Local Government Communication
16. Martial Pasquier, and Jean-Patrick Villeneuve, Marketing Management and Communications in the Public Sector , 1st Edition (New York , Routledge,2012)
17. Maynard, M., & Yan, T. (2004). Between global and glocal: content analysis of the Chinese Web Sites of the 100 top global brands. Public Relations Review, 30(3), 285-291. doi:10.1016/j.pubrev.2004.04.00
18. Michael Howlett,”Government Communication as a Policy Tool: A Framework for Analysis” Canadian Political Science Review, Vol. 3, No. 2 (2009) p p. ٢٣-٣٧
19. Middleton, Michael R. (2007) Approaches to evaluation of websites for public sector services. In Kommers, Piet, Eds. Proceedings IADIS Conference on e-Society, pages pp. 279-284, Lisbon, Portugal. <https://pdfs.semanticscholar.org>
20. Nidhya, B., & Govindaraju, P. (2011). Assessment of Tamil Nadu Government Tourism Website -- Using A Tourism Website Evaluation Tool. Amity Journal of Media & Communications Studies (AJMCS), 1(2), 29–33. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=ufh&AN=83756078&site=ehost-live>
21. Sanina A, Balashov A, Rubtcova M, Satinsky DM. The effectiveness of communication channels in government and business communication. Information Polity, The International Journal of Government & Democracy in the Information Age, Vol. 22, No. 4 201.P P.251-266. doi:10.3233/IP-170415
22. Sanina A, Balashov A, Rubtcova M, Satinsky DM. The effectiveness of communication channels in government and business communication. Information Polity, The International Journal of Government & Democracy in the Information Age, Vol. 22, No. 4 201.P P.251-266. doi:10.3233/IP-170415
23. Simmons, W. M., & Zoetewey, M. W. (2012). Productive Usability: Fostering Civic Engagement and Creating More Useful Online Spaces for Public Deliberation. Technical Communication Quarterly, 21(3), 251-276. doi:10.1080/10572252.2012.673953
24. W Russell, S Niemeyer, V Darling & John Dryzek,, Deliberative Engagement in the Australian Capital Territory, <https://www.act.gov.au/yoursay/our-conversations/how-we-communicate-and-engage>. (Accessed on 1 Oct,2018)
25. Waly Diop, “From Government Policy to Community-Based Communication Strategies in Africa: Lessons from Senegal and Uganda.” Journal of Health Communication, Vol. 5 2000, p.113. doi:10.1080/10810730050019591
26. Wright, D. K. & Hinson, M. D. (2012) Examining How Social and Emerging Media Have Been Used in Public Relations Between 2006 and 2012: A Longitudinal Analysis, Public Relations Journal, Vol. 6, No. 4.retrived on March 1,2014. <http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Vol6/No4/>

سيمائية كاريكاتير مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة

د. طلعت عبد الحميد عيسى

أستاذ الصحافة المشارك

الجامعة الإسلامية بغزة

ملخص الدراسة

تحاول هذه الدراسة الكشف عن سيمائية كاريكاتير مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية، والموضوعات التي تناولتها، والرموز والدلالات اللغوية التي تضمنتها، وهي دراسة وصفية، تستخدم منهج المسح، واتبعت أسلوب تحليل المضمون والمقارنة المنهجية، واختار الباحث عينة عمدية من صحيفتي فلسطين، والحياة الجديدة، لمدة عام من تاريخ ٣٠ مارس ٢٠١٨م حتى تاريخ ٣١ مارس ٢٠١٩م، وذلك عن طريق الحصر الشامل لجميع رسوم الكاريكاتير الخاصة بمسيرات العودة خلال هذه المدة والتي بلغت ٥٩ رسماً، ومن أهم نتائج الدراسة:

١. ركزت رسوم كاريكاتير الصمود في صحيفتي الدراسة على موضوعات صمود المتظاهرين، تلتها المواجهات بفارق واضح، ثم موضوعات القمع والاعتداءات الإسرائيلية على المشاركين في المسيرات.
 ٢. ركزت صحيفتا الدراسة على الشخصيات الرمزية غير المسماة بشكل أكبر بكثير من الشخصيات الحقيقية، وتم وصف الشخصيات المحورية الرمزية والحقيقية بصفات إيجابية عموماً للشخصيات الفلسطينية، وسلبية لباقى الشخصيات ولأسيما الإسرائيلية.
 ٣. جاء هدف بث روح الأمل والصمود أولاً في صحيفتي الدراسة، تلاه هدف إظهار الألم والمعاناة، ثم إظهار وحشية المحتل والسخرية من الاحتلال.
 ٤. كانت أكثر الرموز في كاريكاتير مسيرات العودة في صحيفتي الدراسة هي الفلسطينية، وركزت على العلم الفلسطيني، والكوفية الفلسطينية، ثم رموز تختص بمسيرات العودة مثل البالون الحارق والطائرات الورقية المشتعلة، أما الرموز الإسرائيلية فتركزت على الجدار الشائك، والنجمة السداسية والآلة العسكرية للاحتلال.
- الكلمات المفتاحية: الكاريكاتير ; السيمائية ; مسيرات العودة ; الصحافة الفلسطينية.

*CARTOON SEMIOTIC ABOUT MARCH OF RETURN IN THE
PALESTINIAN NEWSPAPERS:*

(A Comparative Analytical Study)

Dr. Talat A. Hamid Issa, Associate Professor,

Faculty of Arts, Islamic University of Gaza

Abstract

This study aims to reveal the semiotic of “March of Return” cartoon in the Palestinian journalism, topics, Symbols and semantics that were covered.

This study is descriptive. It uses the survey method. Content analysis, and methodological comparison was also used.

The researcher chose an intentional sample of Palestine and Al-Hayat Al-Jadida newspapers for one year from March 30, 2018 to March 31, 2019, through a comprehensive inventory of all cartoons of the return marches during this period, which amounted to 59 cartoons.

The study has reached the following findings:

- 1. Newspapers cartoons focused on the topics of durability of the protesters, then clashes with a clear margin, then the topics of repression and Israeli attacks on the participants in the marches.*
- 2. The cartoons focused on the unnamed symbolic characters far more than the real ones. The two newspapers described the characters as positive in general for the Palestinian ones, and negative for the rest of the characters, especially the Israelis.*
- 3. The aim of spreading the spirit of hope and durability came first in the two newspapers, followed by the goal of showing pain and suffering, and then show the brutality of the occupation.*
- 4. The most prominent symbols in the cartoons were Palestinian. It focused on the Palestinian flag, the Palestinian Koffia, and the symbols of the return marches such as burning balloon, and burning kites, while Israeli symbols focused on the barbed wall, star of David, and the military machines of the occupation.*

Key Words: Cartoon; Semiotic; March of Return; Palestinian Newspapers.

المقدمة introduction

يحيي الشعب الفلسطيني في الثلاثين من آذار كل عام ذكرى يوم الأرض، تلك الذكرى التي أصبحت تمثل لهم معاني الصمود والتشبث بالأرض والبقاء عليها بالرغم من كل المعوقات والمغريات والتحديات، وتم إقرار هذا اليوم تخليداً لستة شهداء قضاوا وهم يدافعون عن أرضهم التي سلبها الاحتلال الإسرائيلي عام ١٩٧٦م.

وفي الذكرى الثانية والأربعين ليوم الأرض انطلقت في قطاع غزة في الثلاثين من آذار عام ٢٠١٨م مسيرات العودة وكسر الحصار بمشاركة جماهيرية واسعة فقد احتشد عشرات الآلاف من المتظاهرين على طول الحدود مع الاحتلال الإسرائيلي، وامتدت تلك المسيرات على أكثر من عام كامل لتصبح نمطاً من أنماط التظاهر الشعبي السلمي ضد الاحتلال وتنوعت وسائلها وتكتيكاتها، إذ شملت التظاهر الأسبوعي يوم الجمعة على طول السلك الفاصل، وإطلاق البالونات المشتعلة والطائرات الورقية، والتظاهر الأسبوعي البحري يوم الاثنين بالقرب من بحر شمال قطاع غزة، والفعاليات الشعبية والثقافية والتراثية وغيرها الكثير.

وقد اهتمت وسائل كلها الإعلام الفلسطينية والعربية والأجنبية بهذه المسيرات والفعاليات وتناولتها بالتغطية والتحليل والمتابعة، وتم تناولها في رسوم الكاريكاتير التي واكبت هذا الحدث في الصحف الفلسطينية، والكاريكاتير هو أحد الفنون الصحفية المهمة لإيصال الرسالة الاتصالية للقراء بسهولة ويسر لما تتمتع به الرسوم الكاريكاتورية من سهولة الفهم، وإيجاز المعنى، وقوة الرسالة، وتتميز رسوم الكاريكاتير بالمباشرة والتلقائية والشفافية إذ يمكن تقديم العديد من الدلالات والرموز السيمائية فيها بما يضمن قدرتها الكبيرة على التأثير في الجمهور والمتابعين.

والسيمائية هي العلامات أو الإشارات التي تتضمنها الرسوم والصور، وهي تهتم بدراسة كيفية استخدام العلامات والرموز، والعلاقة بين وما يشير إليه، فضلاً عن علاقة الرموز ببعضها البعض (سليمان، ٢٠١٤: ١٦٠)، وهي مرتبطة لغوياً بالسمة والوسم والسيما (داني، ٢٠١٣، ١٤٦)، وتتميز الصورة الكاريكاتيرية بالغموض وأنها ذات معاني متعددة وحاملة لدلالات ورموز (قاسمي، ٢٠١٣، ٢٢٦).

وتأتي هذه الدراسة للوقوف على سيمائية رسوم الكاريكاتير الخاصة بمسيرات العودة وكسر الحصار التي بدأت في مارس ٢٠١٨م، عن طريق التعرف على أهم موضوعاتها، وأهم رسامي الكاريكاتير، والشخصيات التي تناولتها، وصفاتها، واللغة المستخدمة، والدلالات اللفظية والرمزية لهذه الرسوم.

الدراسات السابقة Previous studies

تطرق عدد من الدراسات لموضوعات قريبة ومنها الدراسات الخاصة بالسيمائية ودراسات الكاريكاتير، ومن هذه الدراسات:

دراسة (Raj and Jayaprakash, 2019): التي أشارت إلى استخدام رسوم الكاريكاتير في الاحتجاجات الشعبية في الهند ركز على متعة القارئ من أجل توصيل الأفكار الأساسية من خلال وسائل بسيطة، حيث قادت الرسوم الجمهور من خلال المعاني الرمزية مثل الجمود السياسي، ومراكز القوى، والقمع، مما ساهم في تثقيف وإعلام الناس.

فيما بينت دراسة (Permana, 2018) أن رسوم الكاريكاتير في صحيفة جاكارتا بوست الإلكترونية الإندونيسية انتقدت الرئيس جوكوني في عدة قرارات، وصورته بشكل سلبي حتى قبل توليه الرئاسة، ومن الدلالات والمعاني التي ركزت عليها لا مبالاة الرئيس وسيطرة بعض الأحزاب عليه، إلا أنها أبرزت بعض المعاني الإيجابية القليلة.

ودراسة (Tyumbu, 2018) التي أكدت أن علم الدلالة يلعب دوراً مهماً في فهم رسوم الكاريكاتير السياسية في نيجيريا، حيث يجمع رسام الكاريكاتير رموزاً سيمائية عديدة لاستخدامها، ويعلق على القضايا السياسية الحالية، وتقدم هذه الرسوم المعلومات السياسية بمهارة أفضل من الكلمات.

وحللت دراسة (Hajaj, 2018) لغة الجسد المستخدمة في رسوم الكاريكاتير الأردنية، وتوصلت إلى أن هذه الرسوم تنقل معاني متعددة حيث تم استخدام الملابس لإظهار علاقات القوة بين شخصيات الكاريكاتير، ومستوى مسؤولية هذه الشخصيات، كما تم استخدام الإيماءات لإظهار سمات شخصية الشخصيات أو عواطفها، وتعبيرات الوجه للإشارة للحالة العاطفية.

وتوصلت دراسة (زعباط وكعبار، ٢٠١٧م) إلى الكاريكاتور الاجتماعي يسلط الضوء على مختلف الأزمات الاجتماعية في الجزائر، وأنه أسهم في التحرر من الخطوط الحمراء من خلال تصوير تهميش السلطة لمواطنيها بكل شفافية وصادقية، كما الصورة الكاريكاتورية في نقلها الحياة اليومية البسيطة وصلت لمختلف شرائح وطبقات المجتمع الجزائري.

أما دراسة (Algezzy, 2017) فتوصلت إلى أن رسامي الكاريكاتير العراقيين يستخدمون الوسائط المرئية واللفظية لإيصال الرسائل المرغوبة، وكانت أكثر المواضيع التي تغطيها الرسوم الكاريكاتورية السياسية العراقية هي الفساد المالي والإداري، وإساءة استخدام السلطة، والوعود الحكومية، ومشاكل الكهرباء، ويستخدم الرسامون الفكاهة لإحداث تغيير في المجتمع نحو الأفضل.

وحللت دراسة (Al-Momani & others, 2017) رسوم الكاريكاتير السياسية في الأردن قبل وبعد الربيع، وتبين وجود أساليب لفظية معينة استخدمها رسامو الكاريكاتير كوسيلة للنقد والفكاهة، مثل التورية، والتلاعب بالألفاظ، والاستعارات، وأن الربيع العربي ترك بصمته على رسوم الكاريكاتير حول الانتخابات حيث نقلت الشعور بالخلاص والإنجاز والحرية والديمقراطية.

فيما حاولت دراسة (Mendoza, 2016) تحليل الرسوم الكاريكاتيرية للانتخابات في الفلبين باستخدام مفاهيم سيمائية تكشف عن العلامات والرموز والأيقونات، وتوصلت إلى أنها ترسم بحرية إدراك الشعب للانتخابات في الاهتمامات والفساد والشخصيات الشهيرة، وأنها تناولت مسألة كفاح الفلبين نحو انتخابات نظيفة ونزيهة.

وكشفت دراسة (Niaz، 2015) أن رسوم الكاريكاتير في الصحف الباكستانية باللغة الإنجليزية عبرت عن شراكة غير متكافئة بين الولايات المتحدة والباكستان في الحرب على الإرهاب، وأنها ركزت على الموضوعات العسكرية، حتى في الرسوم ذات الطابع السياسي، وأن التحليل السيميائي أظهر إشارات للعلاقات بين البلدين أثناء الحرب الباردة.

وبينت دراسة (أبو حميد، ٢٠١٥م) أن الصحف الفلسطينية اعتمدت على رسام الصحيفة في رسوم الكاريكاتير حول العدوان الإسرائيلي على غزة ٢٠١٤م، فيما جاءت الشخصيات الرمزية غير المسماة في المرتبة الأولى، وتناولت الصحف العدوان بالنقد والتحريض واتخاذ المواقف، كما كانت اللغة العربية الفصحى هي المستخدمة، واعتمدت الرسوم على الألوان بنسبة كبيرة.

وأشارت نتائج دراسة (بن حليلة ويخلف، ٢٠١٤م) إلى الدور الكبير للكاريكاتير في نقل الواقع الجزائري ومواقبته للأحداث اليومية، فرسومات محمد جلال جاءت كمرآة عاكسة للثقافة الاجتماعية والبيئية عن طريق الشخصيات أو الديكور أو عن طريق امتزاج الألوان بينها، وأن الكاريكاتير بأسلوبه التهكمي والساخر كان متنفساً للمواطن من خلال وصف مشاكله في طابع هزلي.

أما دراسة (تريان، ٢٠١٣م) فأظهرت تنوع موضوعات الكاريكاتير السياسي الفلسطيني وفي مقدمتها المواقف الدولية تجاه القضية الفلسطينية، والمقاومة، والثورات العربية، والفساد الحكومي، ورسمت للشخصية الفلسطينية صفات ايجابية، وللعربية والإسرائيلية صفات سلبية عموماً، واستخدمت العديد من الرموز مثل الدبابة والخبز وأبو عمار، وكان الهدف الرئيس لها هو انتقاد الوضع القائم.

وتطرقت دراسة (Aryuni، 2012) إلى رسوم الكاريكاتير المتعلقة بالرئيس الإندونيسي يودهونو في صحيفة جاكارتا بوست، والرسائل المخفية فيها، وتوصلت إلى أنها أظهرت الرئيس كاذباً وجباناً وضعيفاً وغير متسامح وفاشل في إدارة البلاد، وأن حكومته غير نزيهة وغير مؤهلة، وتوصل الباحث إلى أن الصحيفة ترسم صورة سلبية معادية للرئيس.

وأكدت نتائج دراسة (القضاة، ٢٠١٢م) تفوق الكاريكاتير الاقتصادي في صحيفة الوطن البحرينية، وأن ثلاثة أرباع الكاريكاتير جاء مع تعليق، وجاء أكثر من نصف الرسوم في الصفحة الأخيرة، وكان حوالي ثلثي رسوم الكاريكاتير ملونة، وكانت جميع الرسوم لرسام الصحيفة، واتجاه الصحيفة نحو القضايا المعروضة كانت سلبياً بنسبة كبيرة.

مشكلة الدراسة Research problem

تتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على سيميائية رسوم الكاريكاتير التي تعالج مسيرات العودة في الصحافة الفلسطينية، عن طريق الكشف عن الموضوعات التي تناولتها، ورسامي الكاريكاتير، والشخصيات المحورية وصفاتها، وأهداف الكاريكاتير، واتجاهاته نحو هذه المسيرات، واللغة المستخدمة، والدلالات اللفظية والرمزية فضلاً عن الكشف عن أوجه الشبه والاختلاف بين صحيفتي الدراسة.

أهمية الدراسة research importance

تبرز أهمية الدراسة من اعتبارات عدة أهمها:

١. أهمية مسيرات العودة التي أعادت الاعتبار للمقاومة الشعبية في فلسطين والقضية الفلسطينية.
٢. محدودية الدراسات التي تناولت سيمائية الكاريكاتير الصحفي في الشأن الفلسطيني.
٣. الاثر الذي يمكن أن تتركه رسوم الكاريكاتير في التعبير عن العديد من القضايا التي تهم المجتمع والذي يمكن عن طريق تشكيل الرأي العام.
٤. أهمية معرفة دلالات ورموز ولغة الكاريكاتير الصحفي الفلسطيني الخاص بمسيرات العودة.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها aims and questions of study

ترمي هذه الدراسة بشكل رئيس إلى رصد ملامح سيمائية الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في قطاع غزة في الصحافة الفلسطينية، وتم وضع عدد من التساؤلات تساعد الإجابة عنها في تحقيق هذا الهدف، وهي:

١. ما موضوعات مسيرات العودة التي تناولتها رسوم الكاريكاتير في الصحف الفلسطينية؟
٢. من هم رسامي الكاريكاتير الذين تناولوا مسيرات العودة في الصحف الفلسطينية؟
٣. من الشخصيات المحورية -الرمزية والحقيقية- في رسوم الكاريكاتير التي تناولت مسيرات العودة في الصحف الفلسطينية؟ وما صفاتها؟
٤. ما اتجاهات رسوم الكاريكاتير في الصحف الفلسطينية نحو مسيرات العودة؟
٥. ما أهداف الصحف الفلسطينية من تناول رسومات الكاريكاتيرية لمسيرات العودة؟
٦. ما الرموز المستخدمة في الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية؟
٧. ما لغة التعليق في الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية؟ وما دلالاتها؟

نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها Type and method of study

تدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي تستهدف تصوير خصائص مجموعة معينة أو موقف معين وتحليلها وتقييمها، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها (حسين، ٢٠٠٦: ١٣١)، إذ تفيد في الكشف عن طبيعة سيمائية الكاريكاتير الصحفي الخاص بمسيرات العودة الفلسطينية. واعتمدت الدراسة لتحقيق ذلك على المنهج المسحي وهو جهد علمي منظم يستهدف تسجيل الظاهرة في وضعها الراهن وتحليلها وتفسيرها بعد جمع المعلومات اللازمة والكافية عنها (عبد الحميد، ١٩٩٧: ٨١)، وفي إطاره استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون الكمي والكيفي للتعرف على سيمائية فن الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية.

واستخدمت هذه الدراسة أداة استمارة تحليل المضمون الكمي والكيفي والتي تساعد في تصنيف المادة المكتوبة تحت فئات معينة على وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى (عبد العزيز، ٢٠١٢: ٢٥٧).

وقد تم تقسيم فئات تحليل المضمون في استمارة التحليل على: analysis categories

١. موضوعات مسيرات العودة: وتشمل فئات عدة منها: مواجهات مع الاحتلال، وقمع واعتداءات الاحتلال للمتظاهرين، وضمود المحتجين، والشهداء، والجرحى، وحق العودة، وموضوعات أخرى.
٢. اسم الرسام: ومنهم محمد سباعنة، وعلاء اللقطة، وآخرون.
٣. الشخصيات المحورية: وتم تقسيم هذه الفئة على شخصيات حقيقية تشمل: شخصيات فلسطينية، وإسرائيلية، وشخصيات عربية، وشخصيات أجنبية، وشخصيات رمزية: تنقسم إلى مسامة وغير مسامة.
٤. صفات الشخصيات المحورية: وهي شخصيات فلسطينية وتنقسم صفاتها على: مقاومة، ومظلومة، وموحدة، ومتفرقة، وفوضوية، وشخصيات إسرائيلية وتنقسم صفاتها على: متوحشة، وجبانة، عاجزة، ومعادية للسلام، وشخصيات عربية تنقسم صفاتها على: مساندة، ومتخاذلة، ومتواطئة، في حين تنقسم صفات الشخصيات الأجنبية على: متعاطفة، ولا مبالية، ومؤيدة للاحتلال.
٥. هدف الكاريكاتير: ويقصد بها الأهداف التي يسعى رسام الكاريكاتير لتحقيقها وما تحمله من مضامين، وتشمل: إظهار الألم والمعاناة، وإظهار التعاطف والتأييد، والسخرية من الاحتلال، وبث روح الأمل والضمود، وإظهار وحشية المحتل، والدعوة الى المشاركة، والتحريض، وأهداف أخرى.
٦. اتجاه الكاريكاتير: وهو اتجاه صحيفتي الدراسة نحو مسيرات العودة، وينقسم على مؤيدة، ومعارضة، ومحايدة.
٧. الرموز المستخدمة: وهي الرموز التي تضمنتها رسوم الكاريكاتير، وتنقسم على رموز فلسطينية، وهي: الكوفية، والبندقية، والعلم، والطائرة الورقية، والإطارات المشتعلة، ومفتاح العودة، وخريطة فلسطين، والثوب الفلسطيني، والمسجد الأقصى ورموز غيرها، ورموز إسرائيلية، وهي: النجمة السداسية، و الجدار الشائك، و العلم الإسرائيلي، والآلة العسكرية، ورموز أخرى.
٨. لغة التعليق: وهي نوع اللغة المستخدمة في التعليق على الكاريكاتير، ومنها: لغة عربية فصحي، ولغة عربية عامية فلسطينية، ولغات أخرى.
٩. الدلالات اللغوية: وتتضمن دلالة التعليق اللغوية، وتنقسم على: تلاعب في الألفاظ، وسخرية، وألفاظ بلاغية، وأمثال شعبية، وألفاظ وطنية، وألفاظ دينية، ومبالغات، وأخرى.

مجتمع الدراسة وعينتها Research community and sample

يشمل مجتمع الدراسة الصحف الفلسطينية اليومية الصادرة في الضفة الفلسطينية وقطاع غزة وهي: القدس، والأيام، والحياة الجديدة، وفلسطين، والاستقلال، وتم إجراء التحليل على عينة عمدية من صحيفتي فلسطين والحياة الجديدة، إذ إن صحيفة الاستقلال أصبحت يومية في شهر يوليو ٢٠١٨م، في حين لا تحتوي صحيفتا القدس والأيام على رسوم كاريكاتير، وتم تحليل رسوم الكاريكاتير في الصحيفتين لمدة عام كامل من تاريخ ٣٠ مارس ٢٠١٨م وهو تاريخ بدء فعاليات مسيرات العودة حتى تاريخ ٣١ مارس ٢٠١٩م، وذلك عبر الحصر الشامل لجميع رسوم الكاريكاتير أثناء هذه المدة، وبلغ إجمالي الرسوم التي تم تحليلها ٥٩ رسماً كاريكاتيرياً.

وحدات التحليل والقياس units of analysis and measuring

تنقسم وحدات التحليل التي اعتمدت عليها الدراسة على الوحدة الطبيعية للمادة الطبيعية، ووحدة الموضوع، ووحدة الشخصية، وتتمثل وحدات القياس في العدّ والتكرار لموضوعات الكاريكاتير التي اهتمت بمسيرات العودة في صحيفتي الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات procedures of credibility and honesty

١. إجراءات الصدق

والصدق هو صلاحية الأسلوب، والتأكد من أن الأداة تقيس فعلاً ما هو مراد قياسه وقد اطمأن الباحث إلى صدق الأداة عن طريق تعريف فئات التحليل بدقة، واختيار الحصر الشامل في تحليل مفردات عينة الدراسة جميعها أثناء مدة الدراسة، فضلاً عن عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين ((١)) الذين ساعدوا في تعديل الاستمارة حتى وصلت لشكلها النهائي.

٢. إجراءات الثبات

تأكد الباحث من ثبات النتائج بإعادة التحليل مرة أخرى، بعد انتهاء المدة الزمنية للعينة الأصلية بعشرين يوماً، وتم تحليل عينة عشوائية بسيطة بلغت ١٢ رسماً كاريكاتيرياً ثمانية منها في صحيفة فلسطين والباقي في صحيفة الحياة الجديدة، بنسبة ٢٠,٣٪ من عينة الدراسة، وقد بلغت نسبة الاتفاق بين الدراسة التحليلية وإعادة التحليل في صحيفة فلسطين في فئة موضوعات الكاريكاتير ٩٢,٨٪، وفي فئة رسام الكاريكاتير وصلت إلى ١٠٠٪، أما نسبة الثبات في فئة الشخصيات المحورية فبلغت ٩٠,٣٪، وبلغت في صفات الشخصيات المحورية ٨٦,٧٪، وفي هدف الكاريكاتير ٩٥,٥٪، و١٠٠٪.

(١) (السادة المحكمون هم (بحسب الترتيب الأبجدي):

د. أيمن أبو نقيرة، أستاذ الصحافة المساعد في قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية بغزة - فلسطين
د. تحسين الأسطل، أستاذ الإعلام المساعد في قسم الاتصال الجماهيري بجامعة الأزهر - غزة - فلسطين
د. عاطف سلامة، مدير دائرة الإعلام المجتمعي - وزارة الإعلام في فلسطين
د. ماجد تزيان، أستاذ الصحافة المشارك في كلية الإعلام بجامعة الأقصى - غزة - فلسطين
د. موسى طالب، أستاذ الإعلام المشارك في قسم الاتصال الجماهيري بجامعة الأزهر - غزة - فلسطين

في الاتجاه، ووصلت إلى ٨٨,٦٪ في الرموز، و ١٠٠٪ في لغة التعليق، وبلغت ٨٠,٤٪ في الدلالات اللغوية، بذلك تبلغ نسبة الثبات في صحيفة فلسطين ٩٢,٧٪.

وبتطبيق الخطوات نفسها على صحيفة الحياة الجديدة وصلت نسبة الثبات إلى ٩٤,٣٪، والنسبة العامة للثبات في صحيفتي الدراسة ٩٣,٥٪ وهي نسبة جيدة في دراسات الإعلام.

نتائج الدراسة التحليلية results of analytical study

يعرض الباحث هنا نتائج الدراسة التحليلية عن سيميائية فن الكاريكاتير في الصحافة الفلسطينية لمسيرات العودة، والتي أجريت على ٥٩ رسماً من رسوم الكاريكاتير في صحيفتي فلسطين والحياة الجديدة أثناء المدة من ٢٠١٨/٣/٣٠م وحتى ٢٠١٩/٣/٣١م، من حيث مناقشة النتائج والتعليق عليها ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة، فضلاً عن خاتمة واستنتاجات عن نتائج الدراسة.

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها

١. موضوعات الكاريكاتير

جدول (١) موضوعات الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية

الصحيفة	فلسطين		الحياة الجديدة		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
صمود	١٣	٢٥,٥	٧	٢٨,٠	٢٠	٢٦,٣
مواجهات	١٣	٢٥,٥	٢	٨,٠	١٥	١٩,٧
قمع واعتداءات	٦	١١,٨	٧	٢٨,٠	١٣	١٧,١
شهداء	٤	٧,٨	٥	٢٠,٠	٩	١١,٨
العودة	٦	١١,٨	٢	٨,٠	٨	١٠,٥
أخرى	٧	١٣,٧	٠	٠	٧	٩,٢
جرحي	٢	٣,٩	٢	٨,٠	٤	٥,٣
المجموع	٥١	١٠٠	٢٥	١٠٠	٧٦	١٠٠

يأتي في مقدمة موضوعات مسيرات العودة في رسوم الكاريكاتير الصمود وهو المعنى الذي حاولت رسوم الكاريكاتير اكسابه للمسيرات والمشاركين فيها، فهي تعبير عن صمود الفلسطيني على أرضه، وجاءت المواجهات في المرتبة الثانية وبفارق واضح، إذ تميزت المسيرات بالمواجهة مع قوات الاحتلال بوسائل متعددة أغلبها سلمي ومارست قوات الاحتلال القمع تجاه المواطنين العزل وهو ما يفسر المرتبة الثالثة التي احتلتها موضوعات القمع والاعتداءات الإسرائيلية على المشاركين في المسيرات، وجاءت موضوعات متعلقة بالشهداء والجرحى في مراتب متأخرة عن القمع، ويمكن تفسير ذلك بأن الهدف الأساس للرسوم كان تعزيز صمود الشعب وحقه في أرضه، من دون التطرق إلى الشهداء والجرحى لأن الكاريكاتير ليس فناً إخبارياً يتناول موضوعات أنية، وتركزت رسوم الشهداء والجرحى في الشهيدة المسعفة رزان والشهداء الصحفيين ياسر مرتجى وغيرهم.

واختلفت الصحيفتان في الترتيب إذ جاءت موضوعات القمع والاعتداءات الإسرائيلية والشهداء

والجرحي في مرتبة متقدمة في صحيفة الحياة الجديدة فيما كانت هذه الموضوعات متأخرة في صحيفة فلسطين، ويفسر الباحث هذا الأمر بأن صحيفة الحياة الجديدة تصدر من رام الله بالضفة الغربية فيما تصدر صحيفة فلسطين من غزة، وقرب الأولى من السلطة الوطنية الفلسطينية جعلها تركز على الاعتداءات ونتيجتها من شهداء وجرحي، فيما قرب صحيفة فلسطين من الاتجاه الإسلامي الذي يتبنى المسيرات دفعها الى التركيز على انجاح المسيرات عن طريق التأكيد على معاني الصمود والمواجهة والعودة.

2. رسامو الكاريكاتير

جدول (٢) أسماء رسامي الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية

الصحيفة	فلسطين		الحياة الجديدة		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
علاء اللقطة	٤٣	١٠٠	٠	٠	٤٣	٧٢,٩
محمد سباعنة	٠	٠	١٦	١٠٠	١٦	٢٧,١
المجموع	٤٣	١٠٠	١٦	١٠٠	٥٩	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن كل صحيفة من صحيفتي الدراسة اعتمدت على رسام كاريكاتير واحد، فقد كان الدكتور علاء اللقطة في صحيفة فلسطين، ومحمد سباعنة في صحيفة الحياة الجديدة وكلاهما فلسطيني، وهو أمر طبيعي لأنه الأقدر على التعبير عن المعاناة والقمع وحالة الصمود. ويلاحظ أن صحف الدراسة اعتمدت على رسامي كاريكاتير يعملون لديها، وهي نتيجة تتفق مع دراسة (القضاة، ٢٠١٢م: ١٦٠) والتي أشارت إلى اعتماد صحيفة الوطن البحرينية بالكامل على رسامي كاريكاتير يعملون لديها فقط.

٣. الشخصيات المحورية

جدول (٣) الشخصيات المحورية في الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية

الصحيفة الشخصية	فلسطين		الحياة الجديدة		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%
الرمزية غير المسماة	٢٥	٦٧,٦	١٣	٨١,٣	٣٨	٧١,٧
الإسرائيلية	٦	١٦,٢	٢	١٢,٥	٨	١٥,١
الفلسطينية	٢	٥,٤	١	٦,٣	٣	٥,٧
العربية	٢	٥,٤	٠	٠	٢	٣,٨
الأجنبية	٢	٥,٤	٠	٠	٢	٣,٨
مجموع الشخصيات المحورية	٣٧	١٠٠	١٦	١٠٠	٥٣	١٠٠

ينتضح من الجدول السابق أن صحف الدراسة اعتمدت في رسوم الكاريكاتير الخاصة بمسيرات العودة على الشخصيات الرمزية غير المسماة بشكل أكبر بكثير من الشخصيات الحقيقية، وربما كان السبب في ذلك هو حرية تناول، فضلاً عن التعبير عن الشخصيات العادية للمواطن الفلسطيني المشارك في المسيرات.

وفيهما كان التركيز عند الفلسطينيين على المتظاهرين العزل كباراً وصغاراً، فضلاً عن شخصيات ممثلة للرجل والمرأة الفلسطينية باللباس الشعبي في الغالب، وعند الاحتلال كان التركيز على صورة الجندي الإسرائيلي الخائف أو المرتبك أو الذي يقمع ويقتل ويستعين بالآلة العسكرية الهائلة في مواجهة المتظاهرين العزل.

وكانت الشخصيات الإسرائيلية هي الغالبة على الشخصيات الحقيقية وتركزت في شخصية رئيس وزراء الاحتلال بنيامين نتنياهو.

وتتشابه هذه النتيجة مع نتائج دراسة (تريان، ٢٠١٣: ٤٣) والتي ثبت فيها أن الشخصيات غير المسماة احتلت المرتبة الأولى في الكاريكاتير السياسي الفلسطيني بنسبة ٦٢,٣٪، وتتوافق مع نتائج دراسة (أبو منديل، ٢٠٠٦: ١٤١)، والتي حصلت فيها الشخصيات الرمزية غير المسماة على نسبة ٧٣,٥٪ في قضايا جهود السلام، واللجئين، و جدار الفصل.

وتتشابه مع دراسة (Issa، ٢٠١٦: ٥٨٢) التي أشارت إلى وجود ضعيف للشخصيات الحقيقية في الرسوم التي تعالج الهجوم على مقر مجلة تشارلي ايبدو في الصحافة العربية، ومع دراسة (أبو حميد، ٢٠١٥م: ٨٩) التي أثبتت تسيد الشخصيات الرمزية غير المسماة لشخصيات الكاريكاتير الخاص بالعدوان الإسرائيلي على غزة ٢٠١٤ ولاسيما في صحيفة الحياة الجديدة التي كانت النسبة فيها لهذه الشخصيات ٨٠٪ وبلغت في صحيفة فلسطين ٥٣,٥٪، وهو ما يقترب كثيراً من نتائج الدراسة الحالية.

٤. صفات الشخصيات المحورية

جدول (٤) صفات الشخصيات المحورية في الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية

الاتجاه العام	الحياة الجديدة		فلسطين		الصحيفة		صفات الشخصية ك
	ك	%	ك	%	ك	%	
الفلسطينية	٣١,٠	٢٢	٢٧,٣	٦	٣٢,٧	١٦	مقاومة
	٢٥,٤	١٨	٤٠,٩	٩	١٨,٤	٩	مظلومة
	٤,٢	٣	٤,٥	١	٤,١	٢	موحدة
	١,٤	١	٠	٠	٢,٠	١	منفرقة
	٩,٩	٧	٤,٥	١	١٢,٢	٦	جبانة
الإسرائيلية	٨,٥	٦	٩,١	٢	٨,٢	٤	متوحشة
	٧,٠	٥	٤,٥	١	٨,٢	٤	عاجزة
	٤,٢	٣	٩,١	٢	٢,٠	١	معادية للسلام
العربية	٤,٢	٣	٠	٠	٦,١	٣	متواطئة
	١,٤	١	٠	٠	٢,٠	١	متخاذلة
الدولية	٢,٨	٢	٠	٠	٤,١	٢	مؤيدة للاحتلال
مجموع صفات الشخصيات	١٠٠	٧١	١٠٠	٢٢	١٠٠	٤٩	

يتضح من الجدول السابق أن صحيفتي الدراسة وصفت الشخصيات المحورية الرمزية والحقيقية بصفات إيجابية عموماً للشخصيات الفلسطينية، وسلبية لباقي الشخصيات ولاسيما الإسرائيلية، وكان

التركيز على صفة الشخصية المقاومة ثم المظلومة، واختلف الترتيب بين الصحفيين، فقد ركزت صحيفة فلسطين على صفة المقاومة، وصحيفة الحياة الجديدة على صفة المظلومة، وهو ما يمكن للباحث تفسيره بالانتماء السياسي لكلتي الصحيفتين.

وتقترب هذه النتائج من نتائج دراسة (تريان، ٢٠١٣: ٤٦) التي جاءت فيها صفة المقاومة وصفة المظلومة في المرتبة الأولى لصفات الشخصيات الفلسطينية في صحيفتي الدراسة وبنسبة ٢٠٪ لكل منهما.

وركزت صحيفتا الدراسة على صفة الجبن والعجز للشخصية الإسرائيلية، وهو ما يعكس إظهار الصحيفتين لعجز المحتل الإسرائيلي عن التصرف مقابل هذه الهبة الجماهيرية التي تعد من أشكال المقاومة الشعبية، وجنبه في مواجهتها، واختلف الترتيب بين الصحيفتين فقد جاءت صفة التوحش في المقدمة عند صحيفة الحياة الجديدة، وصفة الجبن في المقدمة عند صحيفة فلسطين.

وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة (الأسطل، ٢٠٠٩: ٢١٤) التي تم وصف الإسرائيليين في كاريكاتير الصحف الفلسطينية بالوحشية والقتل والجبن وانعدام الشجاعة.

وعلى صعيد باقي الشخصيات لم تظهرها صحيفة الحياة الجديدة مطلقاً فيما ركزت صحيفة فلسطين على صفتين هما التواطؤ والتخاذل عند الشخصيات العربية وتأييد الاحتلال عند الشخصيات الدولية، وهو ما يعكس محاولة من صحيفة الحياة الجديدة لعدم التطرق لهذه الشخصيات لاعتبارات سياسية بالمقام الأول، وللعلاقة الجيدة بين السلطة الوطنية الفلسطينية والجهات العربية والدولية.

٥. الهدف من الكاريكاتير

جدول (٥) يوضح الهدف من الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية

الصحيفة		فلسطين		الحياة الجديدة		الاتجاه العام	
ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
١٩	٣١,١	٧	٢٤,١	٢٦	٢٨,٩	١٩	٣١,١
١١	١٨,٠	٩	٣١,٠	٢٠	٢٢,٢	١١	١٨,٠
٦	٩,٨	٧	٢٤,١	١٣	١٤,٤	٦	٩,٨
١٠	١٦,٤	٢	٦,٩	١٢	١٣,٣	١٠	١٦,٤
٧	١١,٥	١	٣,٤	٨	٨,٩	٧	١١,٥
٥	٨,٢	٢	٦,٨	٧	٧,٨	٥	٨,٢
١	١,٦	١	٣,٤	٢	٢,٢	١	١,٦
٢	٣,٣	٠	٠	٢	٢,٢	٢	٣,٣
٦١	١٠٠	٢٩	١٠٠	٩٠	١٠٠	٦١	١٠٠

جاء هدف بث روح الأمل والصمود أولاً في صحيفتي الدراسة، وبعده هدف إظهار الأمل والمعاناة، ثم إظهار وحشية المحتل والسخرية من الاحتلال، ويعد هدف بث روح الأمل والصمود هو المهم في هذه المعركة الشعبية لمواجهة الاحتلال بسبب عدم تكافؤ القوى والخسائر الكبيرة التي لحقت بالمظاهرين، ولذا كان التركيز على هذا الهدف، إلا أن الباحث لاحظ اختلاف الترتيب بين

الصحيفتين، فقد ركزت صحيفة الحياة الجديدة على إظهار الألم والمعاناة أولاً وهو ما يتوافق مع نتيجة الجدول السابق التي تم إظهار الشخصية الفلسطينية بصفة المظلومة، في حين ركزت صحيفة فلسطين على بث روح الأمل والصمود وهو ما يتوافق مع نتيجة الصحيفة في الجدول السابق أيضاً إذ جاءت الشخصية الفلسطينية المقاومة في مقدمة صفات الفلسطينيين.

وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة (الأسطل، ٢٠٠٩: ٢١١) التي جاء فيها الصبر والصمود في المرتبة الأولى في الكاريكاتير في الصحف الفلسطينية، وتتقارب مع نتائج دراسة (أبو حميد، ٢٠١٥: ٩٥) التي جاء فيها إظهار الألم والمعاناة بنسبة ٤٦,٦% في الصحف الفلسطينية.

وركزت صحيفة فلسطين على السخرية من الاحتلال وهي نتيجة تؤكد إظهار الصحيفة للمحتل بصورة الجبان، أما صحيفة الحياة الجديدة فركزت على إظهار وحشية المحتل، إذ جاءت صفة الوحشية ومعاداة السلام في مقدمة صفات الشخصيات الإسرائيلية في الجدول السابق.

وتختلف هذه النتيجة نسبياً مع دراسة (تربان، ٢٠١٣: ٤٧) فقد جاء هدف إظهار الألم والمعاناة في المرتبة الثانية بنسبة ١٧,٨%، وهو باعتقاد الباحث بسبب اختلاف الموضوعات في دراسة تربان التي كانت موضوعاتها متنوعة وليست عن قضية واحدة كما في الدراسة الحالية، وتختلف النتائج قليلاً عن دراسة (الترك، ٢٠١٨: ١٢٧) التي جاء فيها أن أهم أهداف وكالة الأنباء الفرنسية من تغطية مسيرات العودة كانت إظهار أن الفلسطينيين هم الضحية.

٦. اتجاه الكاريكاتير

جدول (٦) اتجاه الكاريكاتير نحو مسيرات العودة في الصحف الفلسطينية

الاتجاه العام		الحياة الجديدة		فلسطين		الصحيفة الاتجاه
ك	%	ك	%	ك	%	
٥٩	١٠٠	١٦	١٠٠	٤٣	١٠٠	مؤيد

يتضح أن اتجاه الكاريكاتير في الصحيفتين نحو مسيرات العودة كان مؤيداً بالكامل، وهو أمر منطقي بالرغم من الخلافات الفلسطينية الداخلية إلا أن هذه المسيرات حظيت بإجماع وطني فلسطيني نادر -لاسيما في بدايتها- ولذا من الطبيعي أن نجد اختلافاً عن بقية الدراسات، فقد أشارت دراسة (تربان، ٢٠١٣: ٤٤) إلى تساوي الاتجاه المؤيد والمعارض تقريباً في صحيفتي الدراسة ويعود ذلك إلى تنوع القضايا التي تمت دراستها، واتضح من نتائج دراسة (القضاة، ٢٠١٢: ١٦٠) أن الاتجاه السلبي كان بنسبة ٧٢,٢% وهو ما يرجعه الباحث إلى تناول الكاريكاتير قضايا مختلفة في صحيفة الوطن البحرينية إذ يغلب عليها الطابع النقدي السلبي.

٧. الرموز المستخدمة في الكاريكاتير

جدول (٧) الرموز المستخدمة في الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية

الاتجاه العام	الحياة الجديدة		فلسطين		الصحيفة	الرموز	
	ك	%	ك	%			
						ك	
	١٥,٦	٢٢	١٠,٠	٣	١٧,١	١٩	العلم
	١٤,٢	٢٠	١٣,٣	٤	١٤,٤	١٦	الكوفية (الحطة)
	٥,٠	٧	٠	٠	٦,٣	٧	الطائرة الورقية
	٤,٣	٦	٦,٧	٢	٣,٦	٤	الإطارات المشتعلة
	٤,٣	٦	٦,٧	٢	٣,٦	٤	مفتاح العودة
	٣,٥	٥	٠	٠	٤,٥	٥	إشارة النصر
	٢,٨	٤	٠	٠	٣,٦	٤	خريطة فلسطين
	٢,٨	٤	٣,٣	١	٢,٧	٣	الثوب الفلسطيني
	٢,١	٣	٠	٠	٢,٧	٣	المسجد الأقصى
	٢,١	٣	٠	٠	٢,٧	٣	البالون الحارق
	٠,٧	١	٠	٠	٠,٩	١	أجنحة الملائكة
	٠,٧	١	٠	٠	٠,٩	١	حمامة السلام
	٠,٧	١	٠	٠	٠,٩	١	البندقية
	٧,١	١٠	١٦,٧	٥	٤,٥	٥	أخرى
	١,٤	٢	٠	٠	٠,٩	١	المقلع
	١٠,٦	١٥	١٦,٧	٥	٩,٠	١٠	الجدار الشانك
	٨,٥	١٢	٣,٣	١	٩,٩	١١	النجمة السداسية
	٧,١	١٠	١٣,٣	٤	٥,٤	٦	الآلة العسكرية
	٤,٣	٦	٦,٧	٢	٣,٦	٤	أخرى
	٢,١	٣	٠	٠	٢,٧	٣	العلم الإسرائيلي
	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٠	١٠٠	١١١	مجموع الرموز

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر الرموز في كاريكاتير مسيرات العودة في صحيفتي الدراسة كانت رموزاً فلسطينية، وكان التركيز على العلم الفلسطيني، والكوفية الفلسطينية بنسبة عالية، وهو أمر منطقي إذ إن هذين الرمزتين يعبران بشكل حصري عن النضال الفلسطيني والمقاومة وتحدي الاحتلال، فيما اختلف ترتيبهما بين الصحيفتين، وجاءت بقية الرموز الخاصة بمسيرات العودة والتي أبداع المحتجون الفلسطينيون في ابتكارها مثل البالون الحارق والطائرات الورقية المشتعلة واشعال الإطارات (الكاوشوك)، حتى أن الجمعة الثانية من مسيرات العودة سميت (جمعة الكاوشوك)، فيما تراوحت الرموز الباقية بين الرموز الوطنية المعروفة مثل المفتاح الذي يرمز إلى العودة وإشارة النصر وخريطة فلسطين.

تتشابه هذه النتائج مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (الدلو وأبو مزيد، ٢٠١٨: ٩٠) التي كانت الرموز الموجودة في صور انتفاضة القدس في صحيفتي الحياة الجديدة وفلسطين هي الكوفية و علم فلسطين.

وتختلف هذه النتيجة عن نتائج دراسة (تربان، ٢٠١٣: ٤٨) التي جاءت فيها رموز متشابهة ولكن بنسب أقل مثل الكوفية والعلم والخريطة ومفتاح العودة، والسبب يعود الى تنوع القضايا في دراسة تربان. وتختلف عن دراسة (الأسطل، ٢٠٠٩: ٢٢٢) التي جاء مفتاح العودة في مقدمة الرموز المستخدمة في الكاريكاتير في الصحف الفلسطينية.

أما الرموز الإسرائيلية فتركزت على الجدار الشائك الذي يرمز الى منع الفلسطيني من العودة الى الوطن والحواجز التي يقيمها المحتل في وجه الشعب الفلسطيني، فضلاً عن النجمة السداسية والآلة العسكرية للاحتلال، وقد اختلف الترتيب بين الصحيفتين، إذ جاء الجدار في مقدمة الرموز الإسرائيلية عند صحيفة الحياة الجديدة تلتها الآلة العسكرية للاحتلال، فيما ركزت صحيفة فلسطين على النجمة السداسية والجدار الشائك بنسب متقاربة.

٨. لغة التعليق على الكاريكاتير

جدول (٨) لغة التعليق على الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية

الصحيفة		فلسطين		الحياة الجديدة		الاتجاه العام	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لغة التعليق							
لغة عربية فصحي	٣٩	٩٧,٥	١٠	١٠٠	٤٩	٩٨,٠	
لغة عربية عامية	١	٢,٥	٠	٠	١	٢,٠	
المجموع	٤٠	١٠٠	١٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	

كانت لغة التعليق في الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في صحيفتي الدراسة هي اللغة العربية الفصحى بنسبة عالية جداً، وبنسبة ١٠٠٪ في صحيفة الحياة الجديدة و ٩٧,٥٪ في صحيفة فلسطين. ويعتقد الباحث أن استخدام اللغة العربية الفصحى يعود الى سهولة فهم قارئ الصحيفة لها بغض النظر عن مكانه أو طبيعة ثقافته خصوصاً أن الرسوم تنشر أيضاً على مواقع هذه الصحف.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (أبو حميد، ٢٠١٥: ٩٨) التي ثبت فيها أن الصحف الفلسطينية استخدمت اللغة الفصحى بنسبة ٨٤,٥٪ في رسوم الكاريكاتير، إلا أنها تختلف مع دراسة (الأسطل، ٢٠٠٩: ٢١٨) فقد جاء استخدام اللهجة العامية الفلسطينية في المرتبة الأولى في كاريكاتير الصحف الفلسطينية الخاص بقضايا ما بعد الانسحاب الإسرائيلي من غزة عام ٢٠٠٥م.

٩. الدلالات اللغوية في الكاريكاتير

جدول (٩) الدلالات اللغوية في الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية

الاتجاه العام		الحياة الجديدة		فلسطين		الصحيفة
ك	%	ك	%	ك	%	
٥	٢٥,٠	٢	٣٣,٣	٣	٢١,٤	الدلالات اللغوية تلاعب في الألفاظ
٥	٢٥,٠	١	١٦,٧	٤	٢٨,٦	ألفاظ بلاغية
٥	٢٥,٠	٢	٣٣,٣	٣	٢١,٤	ألفاظ دينية
٤	٢٠,٠	٠	٠	٤	٢٨,٦	ألفاظ وطنية
١	٥,٠	١	١٦,٧	٠	٠	أمثال شعبية
٢٠	١٠٠	٦	١٠٠	١٤	١٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى تساوي ثلاثة أساليب لغوية في المرتبة الأولى وهي: التلاعب في الألفاظ واستخدام الألفاظ البلاغية والدينية، فيما اختلف الترتيب بين الصحيفتين فقد جاءت الألفاظ البلاغية في المقدمة في صحيفة فلسطين، فيما كان التلاعب في الألفاظ واستخدام الألفاظ الدينية في المرتبة الأولى في صحيفة الحياة الجديدة.

وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة (الأسطل، ٢٠٠٩: ٢٤٢) التي جاء فيها التلاعب في الألفاظ ثانياً بنسبة ٢١,٨% في كاريكاتير الصحف الفلسطينية، وتختلف عن دراسة (تريان، ٢٠١٣: ٥٠) التي جاء فيها التلاعب بالألفاظ بنسبة قليلة.

ثانياً: خلاصة الدراسة

تشير نتائج الدراسة وملاحظات الباحث أثناء تحليل رسوم الكاريكاتير الخاصة بمسيرات العودة في صحيفتي الدراسة والدلالات والسيمائية اللفظية والمرئية إلى تأييد الصحيفتين الواضح لهذه المسيرات، وإن تباين هذا التأييد بين الصحيفتين، فقد كان صريحاً في صحيفة فلسطين التي ركزت على معاني مثل الصمود والثبات ومواجهة المحتل، وهي بذلك تركز على بعد الدعوة للمشاركة الجماهيرية في المسيرات، في حين كان تأييد صحيفة الحياة الجديدة أقل صراحة مركزاً على معاني وحشية الاحتلال ومظلومية الشعب الفلسطيني وكونه الضحية لهذا الاحتلال، من دون دعوة صريحة للمشاركة، وتتلخص أسباب هذا التباين في التوجهات السياسية لكلتي الصحيفتين التي أثرت من دون شك في نظرة كل صحيفة لهذه المسيرات.

وقد كان استخدام الشخصيات الرمزية بشكل كبير أكثر من الشخصيات الحقيقية في الصحيفتين لما لهذه الشخصيات من قدرة على التعبير عن الواقع من دون الدخول في انتقاد الشخصيات الحقيقية، وهو ما يعبر عن تحفظات كلتي الصحيفتين والرغبة في الابتعاد عن الجوانب الخلافية الداخلية، ولذا لاحظ الباحث أن أكثر الشخصيات الحقيقية كانت إسرائيلية أو دولية وكانت الصفات المستخدمة معها في الغالب صفات سلبية مثل الجبن والتوحش ومعاداة السلام، في حين ركزت صحيفتا الدراسة على

المعاني الإيجابية للشخصيات الفلسطينية مثل مقاومة المحتل والظلم الواقع عليها والوحدة الوطنية. وجاءت الرموز البصرية المستخدمة في رسوم الكاريكاتير في غالبيتها فلسطينية مع التركيز على الرموز المتوافقة مع أهداف الكاريكاتير مثل بث روح الأمل والصمود وهي الرموز المألوفة فلسطينياً مثل العلم والكوفية وإشارة النصر ومفتاح العودة، إلا أن هذه الرسوم استخدمت رموزاً جديدة مستوحاة من أحداث مسيرات العودة ومنها الإطارات المشتعلة، والبالونات الحارقة، في حين تركزت الرموز البصرية للاحتلال على الرموز التي تدل على وحشيته وإجراءاته القمعية وجبنه مثل الجدار الشائك وآلته العسكرية القمعية.

ويمكن القول عموماً أن الكاريكاتير الخاص بمسيرات العودة نجح في إيصال الرسالة البصرية واللغوية المطلوبة والتأكيد على المعاني والدلالات التي هدف إليها من حث الجمهور على المشاركة الفعالة في المسيرات وبث روح الأمل والتحدي والصمود، والتهوين من شأن الآلة العسكرية للاحتلال والسخرية من جبن الجندي المحتل وعدم قدرته على مواجهة الجماهير الغاضبة، وإن لاحظ الباحث تراجعاً في الدلالات والمعاني وأعداد رسوم الكاريكاتير الخاصة بمسيرات العودة في صحيفتي الدراسة في النصف الثاني من مدة الدراسة لاسيما في صحيفة الحياة الجديدة التي كانت رسوم الكاريكاتير فيها قليلة جداً في هذا النصف.

مراجع الدراسة

١. أبو حميد، حازم (٢٠١٥) معالجة فن الكاريكاتير في الصحافة الفلسطينية للعدوان الإسرائيلي على غزة عام ٢٠١٤م، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة: الجامعة الإسلامية.
٢. أبو منديل، رويدة (٢٠٠٦) القضية الفلسطينية في الكاريكاتير السياسي في الصحف الأسبوعية الصادرة في غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية.
٣. الأسطل، تحسين (٢٠٠٩) الدور السياسي للكاريكاتير في الصحف الفلسطينية: دراسة تطبيقية لقضايا ما بعد الانسحاب الإسرائيلي من غزة ، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية.
٤. بن حليمة، هاجر ويخلف، جميلة (٢٠١٤م)، التحليل السيميولوجي للكاريكاتير الاجتماعي عبر صفحة الفيسبوك للصحفي الجزائري، مذكرة لاستكمال شهادة الماجستير، خميس مليانة: جامعة الجبالي بونعام، الجزائر.
٥. تريان، ماجد (٢٠١٣) سيميائية فن الكاريكاتير السياسي في الصحف الفلسطينية، دراسة تحليلية، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد ٥ العدد ٢١، ص ٣٠-٥٥.
٦. الترك، أحمد (٢٠١٨) معالجة وكالات الأنباء الدولية لمسيرات العودة «الكبرى»، دراسة حالة: وكالة الأنباء الفرنسية، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد ١٠ العدد ٤٢، ص ١٠٩-١٣٤.
٧. حسين، سمير (٢٠٠٦) بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط٢، القاهرة: عالم الكتب.
٨. داني، محمد (٢٠١٣) في ماهية السيميائيات والصورة، مجلة سمات، المجلد الأول العدد الأول، ص ١٤٥-١٥٦.
٩. الدلو، جواد وأبو مزيد، رجاء (٢٠١٨) سيميائية الصورة الصحفية في انتفاضة القدس في الصحف اليومية الفلسطينية، مجلة دراسات وأبحاث، السنة ١٠ العدد ٣٠، ص ٦٤-١٠٠.
١٠. زعباط، مسعودة وكعبار، مروة (٢٠١٧) الأبعاد الاجتماعية للصورة الكاريكاتورية في الجرائد الجزائرية: دراسة تحليلية سيمولوجية لجريدة الشروق، مذكرة لاستكمال شهادة الماجستير، ورقلة: جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
١١. سليمان، إبراهيم (٢٠١٤) مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة، المجلة الجامعة، المجلد ١٦ العدد ٢، ص ١٥٣-١٧٨.
١٢. عبد الحميد، محمد (١٩٩٧) بحوث الصحافة، ط٢، القاهرة: عالم الكتب.
١٣. عبد العزيز، بركات (٢٠١٢) مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط١، القاهرة: دار الكتاب الحديث.
١٤. قاسمي، أمال (٢٠١٣) سيميائية الصورة الكاريكاتيرية بين تقنيات القراءة وآليات التأويل، الصورة والاتصال، المجلد ٢ العدد ٣، ص ٢٢١-٢٦٢.
١٥. القضاة، علي (٢٠١٢) فن الكاريكاتير في الصحافة البحرينية اليومية، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد ٤ العدد ٢، ص ١٥٢-١٦٤.

1. Algezzy, Kh. (2017). The image of Iraqi politics in editorial cartoons a semiotic analysis, Lark Journal for Philosophy, Linguistics and Social Sciences. No (25), 1-10.
2. Al-Momani, K. & others, (2017). A semiotic analysis of political cartoons in Jordan in light of the Arab Spring, Humor, 30 (1), 63-95.
3. Aryuni, H. (2012) An analysis of political cartoons in the jakarta post e-paper, (a semiotic discursive approach) unpublished master thesis, semarang: dian nuswantoro university, Indonesia.
4. Hajjaj, D. (2018) The Use of Body Language in Jordanian Cartoons: A Semiotic analysis, Advances in Language and Literary Studies, 9 (3), 19-24.
5. Issa, S. (2016) Picturing the Charlie Hebdo Incident in Arabic Political Cartoons, Arab Studies Quarterly, 38(3), 562-585.
6. Mendoza, R. (2016) Semiotic Concepts of Editorial Cartoons, International Journal of Novel Research in Education and Learning, 3(1), 35-45.
7. Niaz, A. (2015) Representations of US Acts of Extra-Territoriality as Illustrated in Pakistani-English Political Cartoons, unpublished master thesis, Utah State University, USA.
8. Permana, Y. (2019) An Analysis of Political Cartoons in Jakarta Post E-Paper, Journal of Languages and Language Teaching, 7(1), 6-20.
9. Raj, N. and Jayaprakash, D. (2019). A Semiotic Study on Ananda Vikatans' Editorial Cartoons on Jallikattu Protest, IOSR Journal Of Humanities And Social Science, 24 (4), 6-12.
10. Tyumbu, M. (2018) A Semiotic Study of Political Cartoon Strips in The Nation National Daily, LALIGENS, 7(2), 136-145.

References:

1. Abu Hmaid, H. (2015) Covering the Israeli Aggression on Gaza 2014 in the Palestinian Newspapers' Cartoon, unpublished master thesis, Gaza: Islamic University
2. Abu Mandel, R. (2006) Palestinian Cause in the political cartoons in the weekly newspapers published in Gaza, unpublished master thesis, Cairo: Institute of Arab Research and Studies.
3. Alaštal, T. (2009) The Political Role of Cartoons in Palestinian Newspapers, unpublished master thesis, Cairo: Institute of Arab Research and Studies.
4. Ben Halima, H. & Yakhlof, J. (2014) Semiotic analysis of social cartoon through the Facebook page of the Algerian journalists, Khemis Miliana: Djilali Bounaama University.
5. Turban, M. (2013) The Semiotics of Political Cartoons in Palestinian Newspapers, AL - Bahith AL - A'alami, 5 (21), 30-55.
6. Turk, A. (2018) International news agencies treatment of great march of return, AL - Bahith AL - A'alami, 10 (42), 109-134.
7. Hussein, S. (2006) Media Research: Foundations and Principles, 2nd edition, Cairo: Aalam Elkotob.
8. Dani, Mohammed (2013), In the Semiotics and Image, International Journal of Semiotics SEMAT, Volume 1(1), 145-156.
9. Aldalou, J. & Abu Mazyed, R. (2018) The semiotics of Alquds intifada in the pictures of Palestinian daily newspapers, Dirassat & Abhath, 10(30), 64-100.
10. Zaabat, M. & Kaabar, M. (2017) The Social Dimensions of the cartton in Algerian Newspapers: An Analytical and Psychological Study of Al-Shorouk Newspaper, unpublished master thesis, Ouargla: Kasdi Merbah University, Algeria.

11. Soliman, I. (2014) Introduction to the Concept of Image Semiotics, *Aljamea*, 16(2), 153-178.
12. Abdel Hamid, M. (1997) *Journalism Research*, 2nd edition, Cairo: Aalam Elkotob.
13. Abdul Aziz, B. (2012) *Methods of Media Research: Theoretical Fundamentals and Application Skills*, 1st edition, Cairo: Dar al-Kitab al-Hadith.
14. Qasimi, A. (2013) The semiotics of the cartoon picture between reading techniques and mechanisms of interpretation, *Image & Communication*, 2(3), 221-262.
15. Qudah, A. (2012) The Art of Caricature in Bahraini Daily Press, *Academic Review of Social and Human Studies*, 4(2), 152-164.
16. Algezzzy, Kh. (2017). The image of Iraqi politics in editorial cartoons a semiotic analysis, *Lark Journal for Philosophy, Linguistics and Social Sciences*. No (25), 1-10.
17. Al-Momani, K. & others, (2017). A semiotic analysis of political cartoons in Jordan in light of the Arab Spring, *Humor*, 30 (1), 63-95.
18. Aryuni, H. (2012) An analysis of political cartoons in the jakarta post e-paper, (a semiotic discursive approach) unpublished master thesis, semarang: dian nuswantoro university, Indonesia.
19. Hajjaj, D. (2018) The Use of Body Language in Jordanian Cartoons: A Semiotic analysis, *Advances in Language and Literary Studies*, 9 (3), 19-24.
20. Issa, S. (2016) Picturing the Charlie Hebdo Incident in Arabic Political Cartoons, *Arab Studies Quarterly*, 38(3), 562-585.
21. Mendoza, R. (2016) Semiotic Concepts of Editorial Cartoons, *International Journal of Novel Research in Education and Learning*, 3(1), 35-45.
22. Niaz, A. (2015) Representations of US Acts of Extra-Territoriality as Illustrated in Pakistani-English Political Cartoons, unpublished master thesis, Utah State University, USA.
23. Permana, Y. (2019) An Analysis of Political Cartoons in Jakarta Post E-Paper, *Journal of Languages and Language Teaching*, 7(1), 6-20.
24. Raj, N. and Jayaprakash, D. (2019). A Semiotic Study on Ananda Vikatans' Editorial Cartoons on Jallikattu Protest, *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 24 (4), 6-12.
25. Tyumbu, M. (2018) A Semiotic Study of Political Cartoon Strips in The Nation National Daily, *LALIGENS*, 7(2), 136-145.

تكريس التعددية الإعلامية عبر تحقيق التنوع الثقافي في وسائل الإعلام الرقمية: الملامح، المقومات والعوائق.

د. عبد الرزاق غزال⁽¹⁾،

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر

أ. وفاء بورحلي

جامعة الجزائر ٣، الجزائر

bourahli.wafa@univ-alger3.dz

ملخص

ملخص تظلم وسائل الإعلام أنواعها المختلفة بمهمة التعريف بثقافات المجتمعات المختلفة والتعبير عنها وتمثيلها موضوعيا بالأنواع والأشكال الصحفية والإعلامية، ويعد مبدأ التعددية الإعلامية أساسا لحرية الرأي والتعبير وحجر زاوية تحقيقها لذلك يرتبط بقيام شروط ومقومات عدة من أجل تكريسه مبدأ وممارسة، وتعد قضايا التنوع الثقافي في وسائل الإعلام والتعددية الثقافية إحدى أهم هذه المقومات والمؤشرات، ومن منطلق هذا ترمي هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على مفهوم التعددية الإعلامية والمفاهيم المرتبطة بها في إطار التنوع والتعددية الثقافية ومؤشراتها، ومن ثم إبراز ملامح التنوع الثقافي في وسائل الإعلام الرقمية ودور هذه الأخيرة في تعزيزه في ظل ما أنتت به من خصائص وتحولات مست العديد من جوانب الحياة الإنسانية؛ مع التطرق إلى العوائق التي تواجه تعزيز هذا التنوع من جهة وتعطل عملية تحقيق التعددية الإعلامية بموجب ذلك من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: التعددية الإعلامية - التنوع الثقافي - وسائل الإعلام الرقمية.

DEVOTING MEDIA PLURALISM THROUGH ACHIEVING CULTURAL DIVERSITY IN DIGITAL MEDIA:

(Features, Constituents And Obstacles)

Dr. Abderrazek Ghezal, Ph. D.

Mohamed Boudiaf University, M'sila, Algeria

Dr. Wafa Bourahli, Prof.

University of Algiers 3, Algeria

(1) - المؤلف المراسل: د. عبد الرزاق غزال abderrazek.ghezal@univ-msila.dz

Abstract:

The media of all kinds have the task of introducing, expressing and objectively representing the cultures of different societies in various types and forms of press and media. The precept of media pluralism is the basis for freedom of expression & the cornerstone of its realization. Therefore, it is linked to the establishment of several conditions and elements in order to establish it as a principle and practice. Issues of cultural diversity in media and cultural pluralism are one of the most important elements and indicators. So, this paper aims to shed light on the concept of media pluralism and related concepts within the framework of cultural diversity and multicultural indicators. Thus, highlighting the features of cultural diversity in digital media and its roles in promoting it in light of the characteristics and transformations that have touched many aspects of human life.

Keywords: Media Pluralism; Cultural Diversity; Digital Media..

مقدمة: (Introduction)

أسهمت وسائل الإعلام الرقمية في جعل العالم قرية واحدة، إذ ربطت الأشخاص ببعضهم البعض وألغت القيود الجغرافية المكانية وحتى الزمانية حتى أنها أضافت ميزات مهمة كالتفاعلية والتشاركية وفتحت المجال لظهور ممارسات إعلامية واتصالية جديدة، وهذا ما أدى إلى فتح آفاق جديدة للاتصال الجماهيري وأثر بشكل أو بآخر في معالم الممارسة، مخرجاتها وانعكاساتها على الفرد والمجتمع؛ وفي حين ظهرت العديد من المصطلحات والمفاهيم على شاكلة العولمة، والغزو الثقافي، والأحادية الثقافية قابلتها مفاهيم أخرى كالتعددية الثقافية والتنوع الثقافي.

ويعد مبدأ التعددية أساساً لحرية الصحافة وحرية الرأي والتعبير، ويرتبط بالتعددية الثقافية والتنوع الثقافي، فالتعددية تقتضي وجود التنوع في الوسائل، المضامين، الاتجاهات وحتى أنماط الملكية وتقتضي ضرورة تمثيل الثقافات المختلفة كلها عبر وسائل الإعلام بتوازن؛ وهو ما يجعل التنوع الثقافي والتعددية الثقافية مقوماً أساسياً في تكريس التعددية الإعلامية عن طريق مؤشرات معينة وسياسات وضعية تعزز التنوع الثقافي في هذه الوسائل وترسم ملامحه في ظل وجود عوائق عديدة تطرقنا إليها في هذه الورقة البحثية.

• الإشكالية: عمد التطور الكبير الذي شهدته وسائل الإعلام والاتصال الرقمية عبر مراحلها المختلفة إلى التأثير في معالم الممارسة الصحفية وإعادة تشكيل خارطة العمل الإعلامي، وأثر في جوانب الحياة الإنسانية المختلفة سواء منها السياسية، والاجتماعية والثقافية، وهو ما أدى إلى بروز إشكاليات عدة في هذا المجال كالعولمة وتأثيراتها السلبية، والغزو الثقافي والأحادية الثقافية.

وعلى النظير من ذلك فإن حرية الرأي والتعبير تستلزم ضمان حق الأفراد والفئات في الوصول إلى المعلومة على اختلاف ثقافتهم وانتماءاتهم وبأشكال التعبير المختلفة، وتعبير آخر فإن الحديث عن

حرية الرأي والتعبير في المجالات المختلفة يدعونا إلى الحديث عن التعددية الإعلامية، وفي حين تشجع منظمة اليونسكو التعددية الإعلامية من جهة وتؤكد أن التنوع العالمي ينبغي أن يشكل دافعا نحو تعزيز الاحترام بين الثقافات والاعتراف بالآخر من جهة أخرى، وتقر المنظمات الحقوقية بحق الأمم كبيرها وصغيرها بالمساواة في الحقوق وعد الثقافات جميعاً جزءاً من التراث الإنساني المشترك للبشرية بما فيها من تنوع واختلاف، أصبحت وسائل الإعلام الرقمية اليوم سلاحاً ذو حدين بالنسبة لتعزيز هذا التنوع وتكريس التعددية الإعلامية عن طريق أو الترويج للأحادية الثقافية في ظل العوائق التي تواجه إرساءها، وهو ما دفعنا إلى طرح التساؤل الرئيس الآتي: كيف يتم تكريس التعددية الإعلامية عن طريق تحقيق التنوع الثقافي والتعددية الثقافية في وسائل الإعلام الرقمية؟

التساؤلات الفرعية: Sub questions

١. ما هي مؤشرات تكريس التعددية الإعلامية ومقوماتها؟
٢. ما سياق العلاقة بين التعددية الثقافية والتعددية الإعلامية؟
٣. ما هي ملامح التنوع الثقافي في وسائل الإعلام الرقمية؟
٤. فيم تتمثل عوائق تحقيق التنوع الثقافي في وسائل الإعلام عموماً ووسائل الإعلام الرقمية بشكل خاص؟

مفاهيم البحث: Research concepts

- **التعددية:** على الصعيد الاصطلاحي، تتعدد التعريفات المقدمة لمفهوم التعددية، فيذهب معجم المصطلحات الاجتماعية إلى أن التعددية تعني: «تعدد أشكال الروح الاجتماعية في نطاق كل جماعة، و تعدد الجماعات داخل المجتمع و تعدد الجماعات نفسها (بدوي، ١٩٨٦، ص ٣١٧). أما معجم المصطلحات السياسية فيعرف التعددية على أنها» من الناحية الاجتماعية تعني وجود مؤسسات وجماعات غير متجانسة في المجتمع المعاصر يكون لها اهتمامات دينية واقتصادية وإثنية وثقافية متنوعة، والتعددية من الناحية السياسية تصف مجتمعاً تكون القوة فيه موزعة بصورة واسعة على جماعات متعددة مرتبة في أنماط متنوعة للصراع أو المنافسة أو التعاون. وتفترض التعددية «الإعتراف بحقوق الإنسان في المجتمع وكرامته وبرسالته مثلما تفترض الإقرار بواجباته ومسؤولياته». وعلى ذلك تعتبر التعددية «أحد شروط الممارسة الديمقراطية وبالتالي فهي تتعارض تعارضاً تاماً مع وجود الدولة الشمولية بل تفترض قدراً من الحياد من قبل السلطة العليا - أي الدولة - التي ينبغي أن تحترم القوى و المؤسسات التي تعمل في إطارها على تعميق الخير العام للبلاد (لطفي، دت، ص ١٥)».
- **التعددية الإعلامية:** هي إحدى مظاهر التكريس ومجالاتها للتعددية السياسية ويقصد بها تعدد وسائل الإعلام وتنوعها من حيث الطبيعة والملكية والاتجاهات بطريقة مقننة، فالتوجهات السياسية المختلفة تترجم في تعدد الأفكار والاتجاهات مما يتطلب عدداً من منابر التعبير عن هذه الاتجاهات، هذه المنابر تتمثل في وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة المكتوبة والسمعية البصرية، وتعني التعددية

الإعلامية وجود خصائص مميزة للوسائل الإعلامية عن بعضها البعض من حيث المضمون والنمط والاتجاه السياسي وتسودها نوعان من الملكية خاصة وعمومية، وترتبط صحافة التعدد كثيرا بحرية الصحافة ولا يمكن لإحدهما أن تقوم بدون الأخرى (بن خرف الله، ١٩٩١، ص ٦٠).
وعادة ما تفهم التعددية بوصفها تعددية الإعلام أي تعددية ملكية وسائل الإعلام لا أكثر، لكن لا قيمة لتعددية وسائل الإعلام إذا لم تكن الوسيلة تعددية أيضا، أي أنه لا يمكن الفصل بين تعددية الإعلام والتعددية في خطاب وسائل الإعلام. والتعددية هي أن تعكس وسائل الإعلام الرأي العام لا أن تشكله طبقا لمصالح فئوية أو عقائدية أو غيرها؛ ذلك أن عملية احتكار وسائل الإعلام تسهم في تشكيل الرأي العام ممن يملك الوسيلة وهو ما يجعل تعددية الملكية مقدمة لضمان تعددية الآراء والأفكار المعروضة في المجتمع. وعليه يصبح مفهوم التعددية الإعلامية عرض إعلامي تعددي عن طريق توفر تعددية في ملكية وسائل الإعلام مستقلة تعكس تنوع الأفكار والآراء وتعددها بشكل عادل (زرن، ٢٠١٣، ٤٤-٤٦).

وعليه يعرف سليمان صالح التعددية من منظور أن «تتوافر في أي مجتمع الصحف التي تكفي لنقل الآراء المختلفة، وتوفير المعرفة للمواطنين من مصادر متعددة ومتنوعة وكلما زاد نطاق التعددية الصحفية في المجتمع زادت قدرة الصحافة على التعبير الحر عن جميع الآراء والأفكار الموجودة في هذا المجتمع (صالح، ٢٠٠٣، ص ١٣). فإذا ترتبط التعددية عموما بالتنوع في وسائل الإعلام، ووجود عدد من الأصوات المختلفة والمستقلة، والآراء السياسية المختلفة وتمثيل الثقافة في وسائل الإعلام على وفق ما يحتاجه المواطنين من تنوع في المحتوى وتنوع في مصادر الوسائل الإعلامية» (Freedman, 2005, p 17).

إذن يقصد بالتعددية الإعلامية أن تكون وسائل الإعلام متنوعة ومتعددة سواء من حيث الملكية أو من حيث من المضامين أو من حيث الجمهور الذي توجه له، ونعني بذلك أن تكون وسائل الإعلام متمتعة بقدر كبير من الحرية والاستقلالية في نشر المواد المختلفة والمضامين المتنوعة وأن لا تخضع في ذلك إلى سيطرة القوى السياسية أو الاقتصادية أو الشخصية، وأن التعددية الإعلامية تعنى بإنتاج مضامين الفئات وأفراد المجتمع المتواجدة ضمن نظامه ومن ثم ضمان حق الانتفاع بالمعلومة حتى للأقليات فيها بكافة أنواع وأساليب التعبير كافة التي تناسبهم و التي يستطيعون فهمها مهما كانت نسبتهم قليلة، لا سيما التعبير باللغات المحلية مثلا والتعبير عن العادات والتقاليد، وتعني التعددية الإعلامية أيضا وصول أكبر عدد من المعلومات على اختلاف مجالاتها ومصادرها إلى أكبر عدد من الجمهور على اختلاف اعتقاداتهم وتواجدهم جغرافيا فتتعدى المحلية إلى الإقليمية والوطنية والعالمية.

• **التعددية الثقافية:** تتجلى التعددية الثقافية في الاحترام المتبادل ومحاولة عدم تشويش مكون ثقافي على مكون آخر مغاير، وكذا في إهمال الفوارق بين الهويات من أجل خلق وحدة متماسكة داخل المجتمع وإبراز التعدد مركباً أساسياً في بنية المجتمع، أي أنه هيمنة لثقافة واحدة أو أفضلية لثقافة عن باقي الثقافات، هنالك اعتراف متبادل بين الهويات المختلفة في المستوى نفسه من دون أدنى انتقاص أو تهميش لمجموعة من الثقافات على حساب الثقافة السائدة أو المهيمنة.

• **التنوع الثقافي:** يشير مصطلح التنوع الثقافي عموماً إلى الاختلافات القائمة بين المجتمعات الإنسانية في الأنماط الثقافية السائدة فيها، ويتجلى هذا التنوع عبر أصالة وتعدد الهويات المميزة

للمجموعات والمجتمعات التي تتألف منها الإنسانية فهي مصدر للتبادل والإبداع، وبهذا المعنى فإن التنوع الثقافي هو التراث المشترك للإنسانية وينبغي الاعتراف به والتأكيد عليه لصالح الأجيال الحاضرة والمستقبلية (بن مهني وجفلول، ٢٠١٨، ص ٣١٠).

يشير مصطلح التنوع الثقافي عموماً إلى الاختلافات القائمة بين المجتمعات الإنسانية في الأنماط الثقافية السائدة فيها، ويتجلى هذا التنوع عبر أصالة وتعدد الهويات المميزة للمجموعات والمجتمعات التي تتألف منها الإنسانية فهي مصدر للتبادل والإبداع، ويحمل مفهوم التنوع الثقافي فكرة التعايش بين أكثر من مظهر ثقافي داخل الوسط المجتمعي نفسه (سوطاح وشافعي، ٢٠١٧، ص ١٤).

فالتنوع الثقافي يعده مفهوماً هو اتسام الثقافة البشرية بسمة التنوع والاختلاف، وفي إطار حقوق الإنسان فإن التنوع الثقافي هو حق أساس شأنه في ذلك شأن باقي الحقوق، فتغيبه عن طريق تغيب الحق في التعدد والاختلاف إنما هو تغيب لحقوق الإنسان لأن الحق في التنوع الثقافي يتطلب تعزيز الحريات الأساسية كحرية التعبير وعدم التعرض للتمييز على أي أساس، وكذلك قدرة الأفراد على اختيار أشكال التعبير الثقافي (زراري، ٢٠١٤، ص ٠٢).

والتنوع الثقافي في المجتمعات المتعددة الثقافات هو انعكاس لواقعها أكثر مما هو رفض للإدماج وعملية التمييط أو التوحيد الثقافيين (زراري، ٢٠١٤، ص ٠٢).

١. التعددية الإعلامية: المؤشرات، المقومات وسياق العلاقة بالتعددية الثقافية

١. مؤشرات التعددية الإعلامية

غالبا ما يتم التطرق الى التعددية باستخدام الازدواجية «الداخلية/الخارجية»، إذ تشير التعددية الخارجية إلى تعدد المصادر، في حين تشير التعددية الداخلية إلى تنوع المحتوى الذي يتم تقديمه عبر كل وسيط أو وسيلة إعلامية (De Bustos & Del Rio, 2014, p 29).

ويرى جمال زرن أن التعددية الإعلامية تفهم عامة بالعودة إلى مؤشرين:

١. مؤشر خارجي: يتعلق بملكية وسائل الإعلام.
٢. مؤشر داخلي: يتعلق بمضمون وسائل الإعلام والذي بدوره ينقسم على:
 - مؤشر كمي: يتمثل في حجم الأخبار والآراء التي تعرض على الرأي العام، ذلك أن وفرة الأخبار والآراء هي أهم المؤشرات الدالة على تعددية الوسيلة الإعلامية والتي لا تفهم إلا ضمن سياق تلازمي مع عنصر التنوع. إن التعدد الكمي للآراء وحده وفي غياب تعدد كفي يمكن أن يتحول إلى معيق لمبدأ التعددية.
 - مؤشر كفي: ويعني به كل ما له علاقة بخلفية الآراء المعروضة، السياسية منها والإيديولوجية وحتى الثقافية؛ من جهة أخرى تمثل مواضيع الآراء والأخبار المعروضة من سياسية إلى اقتصادية إلى رياضية إلى صحية عنصراً محدداً لمبدأ تعددية الإعلام. ويبدو البعد الكفي في عرض الأفكار والأخبار في كل ما له صلة بالأشكال الصحفية كالروبورتاج والتحقيق والحديث

الصحفي أو غيرها من الأشكال الصحفية (زرن، ٢٠١٣، ص ٤٦-٤٧).

ويضع جمال زرن شبكة من ثلاثة مؤشرات للتعددية الإعلامية كالاتي: مدى توافر وسائل الإعلام والأخبار للجمهور؛ السياسات والوسائل القانونية الداعمة لضمان مبدأ التعددية في قطاع الإعلام واقع، وسوق اقتصاديات الإعلام.

٢. مقومات التعددية الإعلامية

يرى محمد نجيب الصرايرة أن التعددية تعكس حالة متعارضة بشكل مطلق مع الأحادية في الشكل والمضمون، كما في الاتجاه والممارسة، ويرى أن مفهوم التعددية الإعلامية يتجاوز المعنى الشائع حوله والمقترن بدور وسائل الإعلام في توفير فرص التمثيل للرأي والرأي الآخر وتأمين وسائل إعلامية متعددة تمثل مصادر متنوعة للمعلومات، يستطيع الجمهور عن طريق الإطلاع على المعلومات والحقائق من دون احتكار الحقيقة من مصادر محددة، بل هو في الحقيقة انعكاس لمجموعة من التعدديات الأخرى التي تمثل مقومات وعناصر جوهرية يجب أخذها بالحسبان عند الحديث في هذا المجال، الذي يمثل حالة مفصلة في مجال الإعلام الدولي، ويكمن هذا الاتجاه -حسبه- في رصد خمسة عناصر أو مقومات أساسية تمثل مجتمعة مفهوم التعددية الإعلامية وهي: (الصرايرة، ٢٠١٤، ص ١٩٠).

- **التعددية الإقليمية (الجغرافية):** يقصد بها حق الأقاليم الجغرافية التي يتكون منها العالم في أن تمثل بشكل متوازن نسبيا في إطار عملية تدفق المعلومات على الصعيد الدولي.
- **التعددية الفكرية الإيديولوجية:** تقضي التعددية الإعلامية أن تقوم وسائل الإعلام بإعطاء تمثيل متوازن للنظم والأطروحات الفكرية المختلفة، بحيث توفر للجمهور قاعدة معلوماتية وتحليلية استنادا إلى رؤى متباينة. فالتمثيل الإيديولوجي المتوازن عبر وسائل الإعلام هو في الحقيقة انعكاس لمدى التزام وسائل الإعلام بحرية الرأي والتعبير ومن ثم التزامها بمبدأ التعددية الإعلامية.
- التعددية الثقافية.
- تعددية النظم الإعلامية.
- تعددية المحتوى والأولويات.

ويمكن أيضا أن ندرج بعض شروط تكريس التعددية الإعلامية في نظام إعلامي بما يأتي:

١. تشتيت الملكية الصحفية بما يعني عدم احتكار وتركيز وسائل الإعلام لدى جهة واحدة ممثلة في السلطة كمثال.
٢. تنوع الصحف ووسائل الإعلام من حيث المضمون والجمهور والإيديولوجيات والعدد والانتماءات الثقافية.
٣. استقلالية وسائل الإعلام لاسيما فيما تعلق بالأموال المالية والتمويلية.
٤. حق الأقليات في الانتفاع بالمعلومة.
- ٥.

٣. التعددية الثقافية مؤشر أساس للتعددية الإعلامية

٣-١ سياسات تعزيز التعددية الثقافية والتنوع الثقافي

لاشك في أن المسارات التي سلكتها التعددية الثقافية في المجتمعات والبلدان المختلفة كانت متباينة للعديد من الأسباب، وفي هذا السياق أجرى «كيملكا» وزملاؤه حصرا مفيدا في تحديد درجة اعتبار البلدان «متعددة الثقافات» ويعني مدى تبنيها لسياسات التعددية الثقافية تمثل في ثمانية مبادئ أو سياسات للتعددية الثقافية اعتمدت بدرجات متفاوتة في البلدان المختلفة وهي: (راتانسي، ٢٠١٣، ص ٢٤-٢٥).

١. التأكيد الدستوري أو التشريعي أو البرلماني على التعددية الثقافية.
٢. تبني التعددية الثقافية في المنهج المدرسي.
٣. إدراج تمثيلات الأقليات العرقية ومراعاتها في إطار وسائل الإعلام العامة أو إصدار التراخيص لها.
٤. الإعفاء من قواعد الملابس.
٥. السماح بازدواجية الجنسية.
٦. تمويل تنظيمات الجماعات العرقية من أجل تشجيع الأنشطة الثقافية.
٧. تمويل التعليم ثنائي اللغة أو التعليم باللغة الأم.
٨. اتخاذ إجراءات إيجابية لمصلحة الجماعات المحرومة، أو بالأحرى صياغة تشريعات مناهضة للعنصرية.

وتعد السياسة الثالثة المتعلقة بإدراج تمثيلات الأقليات العرقية ومراعاتها في إطار وسائل الإعلام الزاوية الرئيسة في ورقتنا البحثية وهو ما سنتطرق إليه بشيء من التفصيل لاحقا.

٣-٢ التعددية الثقافية مبدأ من مبادئ تكريس التعددية الإعلامية

التعددية الثقافية تمثل في الأساس قاعدة جوهرية للتعددية الإعلامية إذ أن الأخيرة تمثل حالة انعكاس للأولى، فالتعددية الإعلامية تقضي بأن تمثل الثقافات المتنوعة على مستوى العالم عبر وسائل الإعلام بتوازن نسبي مقبول بدلا من أن تصبح هذه الوسائل أداة لترويج ثقافة محددة تسعى للهيمنة على الثقافات الأخرى (بورحلي، ٢٠١٨، ص ١٥٨).

وفي هذا الصدد، أشار الصريرة إلى أن مفهوم «العولمة» والخصوصية الثقافية «أصبحا الأكثر انتشارا واستخداما ليس على المستوى الأكاديمي وحسب، بل امتد ذلك إلى التيارات الفكرية والسياسية والاقتصادية والإعلامية؛ وقد طرح مفهوم العولمة بعده ظاهرة عالمية بالرغم من العديد من التساؤلات المطروحة عما تحمله من قيم وعادات ومعايير وأنماط حياة تسعى للهيمنة الثقافية عن طريق استخدام وسائل الإعلام أداة للترويج الثقافي كما هي أداة للترويج الفكري والسياسي والاقتصادي؛ ومع دخول العولمة بقوة خلال التسعينات عملت وسائل الإعلام الغربية ونماذجها التابعة على تشكيل حالة من فقدان الهوية الثقافية الذاتية لشعوب العالم ومجتمعاتهن طريق إلغاء التنوع الثقافي والحضاري عالميا، وبناء ثقافة موحدة تخدم أهدافا اقتصادية ترغب قوى رأس المال في انتشارها على مستوى العالم بكامله

بحيث يسود نمط ثقافي يكرس قيم الاستهلاك كحالة ثقافية أحادية تسيطر على الثقافات الأخرى (الصريرة، ٢٠١٤، ص ١٩٦)؛ وهذا ما شكل مأزقا حقيقيا لفكرة التعددية الثقافية ومن ثم عائقا في وجه تكريس التعددية الإعلامية وتحقيقها.

إن تحقيق التعددية الإعلامية بشكل كامل ومحترف يقتضي توافر مقومات ومؤشرات عدة، ومن بين أهمها فسخ المجال لوجود وقيام تعددية ثقافية قائمة على التنوع الثقافي وضمان حق الفئات المختلفة من الجمهور في الوصول إلى المعلومة لاسيما الأقليات منها، مع ضرورة أن يتم التعبير عن ذلك بالأشكال والأنواع الصحفية المختلفة ومنحها مساحات معالجة وتطرق عادلة مقارنة بالفئات الأخرى؛ إضافة إلى تنوع المواضيع من حيث الكيف وتعدد الوسائط من حيث الكم والملكية الصحفية ومن ثم ضمان التعبير عن أفكار، وبيدولوجيات، وثقافات وتوجهات متباينة وتمثيلها بالمؤشرات المختلفة.

١-١ ملامح التنوع الثقافي في وسائل الإعلام الرقمية

لا تقتصر تجليات التنوع الثقافي على تنوع أساليب التعبير عن التراث الثقافي للبشرية وأساليب حمايته وإثرائه ونقله إلى الأجيال المقبلة، بل تشمل كذلك تنوع أشكال التعبير الثقافي التي تحملها السلع والخدمات الثقافية في جميع أنحاء العالم وشتى أنماط الإنتاج والنشر والتوزيع والاستهلاك مهما كانت الوسائل والتكنولوجيات المستخدمة (ميلاد، ٢٠٠٨، ص ١١٢).

وتسهم السياسات التي ترمي إلى تعهد التنوع الثقافي في مضمون الاتصالات والمضمون الثقافي في ازدهار التعددية وتدفع الأفكار بصورة حرة طليقة ولذا يتعين أن يحتل التنوع الثقافي مكانه في قلب الإعلام الجديد؛ فهناك قطاعات سكانية كبيرة من قبيل الفئات المهمشة والأقليات كثيرا ما تكون مغيبة عن الإعلام لأسباب منها افتقارها إلى فرص الوصول إلى مراكز التحرير أو الإدارة أو المراقبة في وسائط الإعلام؛ ولتبنى التنوع الداخلي في غرفة إعداد الأخبار بالإضافة إلى التنوع في الخلفيات الثقافية وفي الجنس ضمن الهياكل الإعلامية أهمية أساسية في ضمان تنوع ما يجري إنتاجه من مضمون (منظمة الأمم المتحدة، ٢٠٠٧، ص ٢٠).

١. دور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز التنوع الثقافي والتقريب بين الثقافات

إن الحديث عن دور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز قيم ومفاهيم التنوع الثقافي في العالم العربي وفي العالم بشكل عام يجب أن لا ينسلخ عن الواقع المعاش في هذه المنطقة من العالم، وبأنه لا بد من أن يكون مستندا إلى رؤى واقعية مستمدة من تجربة تطور المجتمعات نفسها... وتسهم وسائل الإعلام الرقمية في دعم الحوار بين الثقافات من أجل نشر مبادئ المحبة والتعاون والسلام وتعزيز قيم الحوار الحضاري بين الأمم والشعوب، وتعمل على نبذ ومحاربة كل دعاة الصدام بين الحضارات الذي تدعو إليه بعض الأصوات التي لا تؤمن بمنهجية الحوار الديمقراطي البناء، من جانب آخر فإن وسائل الإعلام الرقمية تؤدي دورا أساسيا في التسويق الاجتماعي الخاص بتبني أفكار وأسس وسياسيات التنوع الثقافي الذي يعتمد على تكتيكات ومبادئ نظرية وعلمية لتقديم قضية اجتماعية جديدة أو فكرة أو سلوك مستندا إلى تكنولوجيا أساليب التغيير الاجتماعي من حيث تصميم برامج اتصالية وتنفيذها ترمي إلى زيادة قبول الفكرة الاجتماعية أو الممارسة (الدبيسي والطاهات، ٢٠١٢، ص ١٧).

أصبحت وسائل الإعلام لاسيما الرقمية منها تؤدي دورا رئيسيا سواء من حيث إبراز التنوع الثقافي وتبسيط الأضواء عليه، أو من حيث تشكيل أذواق وقيم الأمم والشعوب في العالم، ومن الأهمية أن ننظر في مدى ما تقوم به أشكال التعبير هذه من ترجمة لواقع التنوع الثقافي وتعقده وديناميته، ففي حين أن الوسائل الجديدة تيسر انتشار التنوع الثقافي وتعدد الأصوات، فإن أوجه انعدام التناظر التي تنطوي عليها الفجوة الرقمية تستمر في الحد من إمكانات الدخول في تبادل ثقافي حقيقي، فضلاً عن ذلك فإن الكم الهائل من الخيارات وتنوعها وما تجسده من تحديات ثقافية يمكن أن يؤدي إلى مختلف أشكال الانعزالية الثقافية والانطواء (الدببسي والطاهات، ٢٠١٢، ص ٢١).

٢. التعددية الثقافية والعولمة الإعلامية بين التنوع والغزو الثقافي

يقصد بالعولمة الإعلامية «العملية التي تهدف إلى التعظيم المتسارع والمستمر في قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفضل ما توفر التكنولوجيا الحديثة والوسائل الرقمية، التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات وذلك لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية، وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات والمعلومات والشركات العملاقة متعددة الجنسيات على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجالين الإعلامي والثقافي من ناحية أخرى (محب، ٢٠١٨، ص ٣٨١).

ومما لا شك فيه، فإن للعولمة أثرا كبيرا وواضحا في التأثير على الهوية الثقافية كما أثبتته الدراسات، وبالرغم من اختلاف الباحثين في تقدير هذا الأثر وخطورته، مما أبرز مواقف متعددة ومتباينة من العولمة، فالمؤيدون لظاهرة العولمة يرون أنها تسهم في انتشار التكنولوجيا الحديثة من مركزها في العالم المتقدم اقتصاديا إلى باقي أنحاء العالم، ومن ثم زيادة الإنتاج وزيادة وضحة ويرون أن ذلك في حد ذاته يغفر للعولمة أي تأثير سلبي يمكن أن ينتج عنها في الهوية الثقافية بل يرى بعضهم أن هذا التأثير بسيط وبعضهم الآخر أكثر تفاؤلا إذ يرى أن الهوية الثقافية سوف تستفيد من العولمة بدلا من أن تتضرر، ويرى أنصار هذا الرأي أن العولمة تسهم إسهاما واضحا في نقل المعلومات وتخزينها وتوفيرها لمن يريد الانتفاع بها (سطوطاح وشافعي، ٢٠١٧، ص ١٧).

إن هذا الاتجاه ينظر إلى العولمة من زاوية إيجابية نتيجة ما وفرتة الشبكة من تقارب ثقافي جعل العالم قرية صغيرة وما أفرزته من انفجار معلوماتي أتاح للفئات والمجتمعات المختلفة الوصول إلى المعلومات بشكل مرن وسريع، فوسائل الإعلام الرقمية عموما والصحافة الإلكترونية على سبيل المثال لا الحصر وفرت ميزات وخصائص مميزة في إطار مؤشرات التعددية سواء الكمية فيما تعلق بتعدد الوسائط والقنوات كتدعيم مضامينها بالمتيميديا والوسائط المتعددة وتزويجها مع الوسائل التقليدية، أو الكيفية النوعية عن طريق سهولة التعرض وتنوع المواضيع ومجالات المعالجة والحدود المفتوحة إضافة إلى خاصية اللامكانية والجماهيرية ناهيك عن التفاعلية والتشاركية التي منحها إيها تكنولوجيا الإعلام الرقمي.

ومن جهة أخرى، يذهب بعض المفكرين والباحثين إلى أن العولمة فعل يقلص امتداد الكون في هوية واحدة متجانسة ثقافيا واقتصاديا واجتماعيا؛ العولمة على وفق هذا الرأي تعمل على بناء ثقافة

واحدة، وتسعى لتدوير الحدود والحوالز الثقافية والفكرية والاقتصادية بين الأمم، إنها في سعي محموم لبناء المجتمع الإنساني على مقياس الثقافة الواحدة والحياة الاقتصادية الواحدة (سطوطاح وشافعي، ٢٠١٧، ص ١٧)، ومن ثم فإن العولمة في جانبها الثقافي تقوم على الغزو الثقافي الذي يقوم أساساً على الأحادية والتبعية الثقافية وطمس الهويات الثقافية المختلفة والمتنوعة.

٣. حق الأقليات في الانتفاع بالمعلومة

توصل «غاليمور» في دراسة أجراها عن تفسير الرسائل الإعلامية إلى أنه: «من الصعب إن لم يكن من المستحيل الحصول على اتفاق الناس على معنى واحد للكلمة»، إذ أن الخلفيات الجنسية والعرقية والجغرافية والعنصرية تؤثر في تفسير الرسائل الإعلامية؛ إذ تتميز الأقليات بوجود شعور تضامني داخلي يوحداه فضلاً عن حقهم في التمتع بثقافتهم الخاصة وإعلان وممارسة دينهم الخاص واستخدام لغتهم الخاصة سرا وعلانية، وذلك بحرية ودون تدخل أو أي شكل من أشكال التمييز (الزويني وكبة، ٢٠١٥، ص ١٢٣).

وأكد «ديفيد راندال» ضرورة التزام ومراعاة القائمين بالاتصال أثناء تحريرهم الرسائل الإعلامية التي تخص الأقليات للمبادئ الآتية: (راندال، ٢٠٠٧، ص ٣٢٨).

- تجنب الإشارة إلى العرق إلا إذا كان له تأثير مباشر على الرسالة الإعلامية.
- لا تطبق معايير متباينة على الرسائل الإعلامية التي تتناول الجماعات الاجتماعية المختلفة.
- التشبث بالدقة وعدم استعمال العبارات الملطفة.

إن حساسية القائمين بالاتصال فيما يتعلق بتعدد الثقافات قد تظهر في انحيازهم لمصادر المعلومات أو في انتقائهم الأخبار التي تخص جماعة معينة (الزويني وكبة، ٢٠١٥، ص ١٢٤).

ويتميز المجتمع العربي بالتنوع الثقافي والاجتماعي وحتى اللغوي والديني، وإن كانت أقليات فيه هي من تشكل هذا التنوع إلا أن الإعلام عموماً ووسائله الرقمية بشكل خاص ملزمة بتكريس حق الإعلام والاتصال لهذه الفئة عبر المنافذ والأشكال والوسائل المختلفة بطريقة موضوعية وغير متحيزة تحت ضمانات حق الوصول إلى المعلومة، ومن الواجب عليها التطرق إلى قضايا هذه الأقليات من دون عنصرية ومنحها مساحة واضحة من التغطيات الإعلامية في سياق تحقيق التعددية الإعلامية المرتبطة الارتباط كله بالتعددية الثقافية والإيديولوجية واللغوية... الخ.

٤. وسائل الإعلام الرقمي والتنوع في إنتاج المضمون الثقافي

بحسب تقرير اليونسكو لسنة ٢٠٠٩ بلغ الناتج الإجمالي العالمي للصناعات الإعلامية والثقافية في عام ٢٠٠٦ نحو ١,٣ تريليون دولار أمريكي وبنسبة أكثر من ٧ % أو ما يعادل ضعفي مجموع واردات السياحة الدولية وفي تسعينيات القرن الماضي، شهد الاقتصاد الثقافي والإبداعي في دول منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي معدل نمو سنوي يعادل ضعفي معدل النمو في صناعات الخدمات، في حين لا تزال الغالبية العظمى من البلدان النامية غير قادرة على استغلال قدراتها الإبداعية لتنمية هذا القطاع، ومن الأمثلة على ذلك أن نصيب أفريقيا من التجارة العالمية للمنتجات الثقافية والإبداعية كان

هامشياً، بأقل من ٠١ % من الصادرات العالمية (الدبيسي وظاهات، ٢٠١٢، ص ٢١).

إن المشهد الإعلامي أخذ في التغير، فقد بدأت بعض البلدان النامية في الظهور، سواء بلداناً مصدرة للمعدات الثقافية والإعلامية أو بلداناً منتجة للمضمون، لتسهم فيما يسمى «التدفقات المعاكسة» إذ ارتفعت صادرات البلدان النامية من المعدات الثقافية والإعلامية، وذلك بسبب استراتيجيات زيادة القدرة على التنافس عالمياً واتساع الطلب على معدات الاتصال؛ وبذلك فإن إنتاج المضمون الإعلامي الاتصالي والمضمون الثقافي، وكذلك أنماط توزيعه واستهلاكه يشهد تغيرات مهمة تتميز بالقدرة على الاتصال والنشاط المشترك والتلاقي (منظمة الأمم المتحدة، ٢٠٠٧، ص ٢٠).

وأشار تقرير اليونيسكو إلى أن الارتفاع في توريد المضمون الإعلامي لا يؤدي بالضرورة إلى الزيادة في تنوع الاستهلاك، فبعض المستهلكين يفضل -على ضوء ما يواجهه من كثرة مفرطة في الاختيار- أن يقتصر على عدد صغير من العناوين أو الموضوعات المألوفة بدلاً من استكشاف ما هو مجهول أو مختلف؛ وتتسع الهوة الكبيرة بين الأجيال مع ما تؤدي إليه الممارسات الجديدة في استهلاك المضمون الرقمي من أشكال جديدة من التواصل الشبكي الاجتماعي، وتتحدى هذه الممارسات الجهات الفاعلة التقليدية في السياق الثقافي -من قبيل المدرسة والأسرة- فالجمهور يتحول بصورة متزايدة إلى جماعات من المعجبين أو فرق من المتلقين والمتفرجين من دون أن يكون هناك تواصل بين أعضاء هذه الجماعات والفرق، وهم يميلون إلى رفض طرائق التفكير الأخرى؛ ويمكن أن يؤدي هذا كله إلى تنوع زائف يجب واقع أن بعض الناس غير مهتمين بالتواصل إلا مع من يشاطرهم المرجعية الثقافية نفسها، فضلاً عن ذلك فإن محدودية التمثيل في الشبكات الإعلامية تميل إلى خلق قوالب نمطية (الدبيسي والظاهات، ٢٠١٢، ص ٢٢).

وتتعدى أهمية الصناعات الثقافية الأهمية الاقتصادية إلى الأهداف الثقافية والاجتماعية أهمها أنها: (علاوة، ٢٠١٥، ص ٢١).

تؤدي دوراً مهماً في تطوير الأفراد ويتم ذلك عبر تنمية القدرات النقدية والفكرية لهم، وهي كذلك وسيلة أساسية للتنشئة الاجتماعية والتعلم وكذا مساهمتها بقسط وافر في تطوير المعارف والقدرات الفردية.

يمكن كذلك أن تؤدي دوراً محورياً في مجال التماسك والرقى الاجتماعي وكذا تطوير الهوية الاجتماعية سواء تعلق الأمر بالمستوى المحلي، الوطني أو الإقليمي وذلك عن طريق تعزيز الشعور بالانتماء لهذه الهوية أو التقدير الذي يمكن أن يعطيه الآخرون لهذه الهوية.

٥. التنوع الثقافي والتنوع اللغوي

من المؤكد أن الانفجار المعرفي والنشر عبر الشبكات الرقمية، الذي تعيش فيه البشرية في الوقت الحالي أصبح يطرح إشكالية أساسية مرتبطة بالولوج إلى محتوى المعلومات الذي يسير في قنوات هذه الشبكات، ذلك أن هذا الولوج مشروطاً باستعمال المستفيد للغته الأم، وهذا أمر لا يتوفر إلا للمجموعات اللغوية ذات الإنتاجية العلمية والتقنية والتي تأتي على رأسها اللغة الانجليزية بطبيعة الحال؛ فمن المؤكد أن الشبكات الرقمية ممثلة في شبكة الانترنت ستترك آثارها على اللغات في العالم كما تركت المطبوعة

أثرها في تعميم القراءة وتحولاتها من أمر منوط بالأرستقراطية إلى فعل متاح أمام جميع الطبقات (غزال، ٢٠١٢، ص ٩٢).

على أن الحضور المتزايد للغات على شبكة الانترنت يطرح العديد من الإشكاليات المتعلقة بالولوج المتساوي إلى محتوى المعلومات من طرف المستفيدين وبوضع اللغات الأخرى التي من بينها اللغة العربية؛ واللغة العربية - بلا شك - أبرز ملامح الثقافة العربية وهي أكثر اللغات الإنسانية ارتباطاً بالهوية؛ ومما لاشك فيه فإن لغات العالم تعاني اليوم من ظاهرة جديدة أفرزتها شبكة الانترنت، وهو ما يسمى بظاهرة الانقراض اللغوي أو على حد تعبير أحد الكتاب «الامبريالية اللغوية» والتي أصبحت تهدد الوجود اللغوي والهويات اللغوية بكثير من دول العالم؛ ففي تقديرات منظمة اليونسكو أن الكثير من لغات العالم باتت مهددة بالانقراض في ظل شيوع مبدأ «البقاء للأصلح» إذ تعمل اللغة الإنجليزية على تضيق الخناق على ماعداها من اللغات الأخرى؛ وتوشك أن تخرج منفردة لغة عالمية إن لم تصبح كذلك مستفيدة من العامل التقني الذي عجل دوران حركية الانقراض اللغوي وحيثما نحن نعيش هذا الوضع والتهديد اللغوي ومحاولة القضاء والطمس لمعالم الهويات اللغوية؛ ومنه وجب التفكير والتبنيه إلى ضرورة تقوية الدروع اللغوية العربية ومحاولة إكساب المناعة اللغوية للشعوب العربية من تهديدات الاكتساح اللغوي للإنجليزية، لاسيما في الفضاءات الجديدة التي فتحها العصر الرقمي الجديد (غزال، ٢٠١٢، ص ٩٣)، والتحولات التي أحدثتها على مستوى وسائل الإعلام والاتصال وذلك عن طريق العمل على تعزيز المحتوى العربي على الانترنت.

١-١-١ عوائق تحقيق التنوع الثقافي في وسائل الإعلام

١. التمييز والستيروتايب (Stereotype)

تعرف الصورة النمطية على أنها «تعميمات مؤسسة على الشائعات والآراء التي لا تستند إلى براهين علمية تجريبية، أو أنها صور تبني على أوهام أو معلومات غير دقيقة أو خيالات ذاتية تكونت لدى الإنسان أو الجماعة من خلال التجارب السابقة والخبرات وعن طريق التلقي من وسائل الاتصال والإعلام، وهناك تعريفات أخرى ترى أن الصورة النمطية هي: الصورة الذهنية الثابتة والتي تتسم بالجمود والتبسيط المفرط (مطبّقاني، دت، ص ٠٧).

إن مفهوم الصورة النمطية/ ستيروتايب (Stereotype) مفهوم مستعار من عالم الطباعة ويعني الصفحة التي تستخدم لإنتاج نسخ مطابقة للأصل، وتصنيع الصورة النمطية هي عملية إعلامية متعمدة مخطّط لها لاخترال وتبسيط مخل للصورة العامة لشخص أو جماعة أو فئة اجتماعية أو شعب بحيث تختزل في مجموعة قليلة من السمات تستدعي ردود أفعال معينة من الجمهور؛ إن القولية وتصنيع الصورة النمطية السلبية تحدث نتيجة تشويه متعمد للحقائق والتعميم المفرط وبعضها غير مستند إطلاقاً إلى الواقع وهي من أخطر ما تقوم به وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وتزداد تعقيدات مشكلة القولية والتمييز وخطورتها لأنه لا مجال للأفراد لاختبار سمات صورة نمطية أو التحقق منها عن طريق الخبرة الشخصية، لأن وسائل الإعلام أصبحت هي المصدر الرئيس لكل أفكارنا

وتصوراتنا عن الدول والشعوب والديانات والثقافات.. الخ (الشميري، دت).

وتقوم وسائل الإعلام ولاسيما الرقمية منها كذلك بصناعة الصورة النمطية كالاتي:

- وضع العلامة على الفئة المستهدفة عبر اللغة Labelling .
- تجميع الصور، الحقيقي منها والمفتعل ووضعها في سياق واحد لتشكيل معنى واحد على سبيل المثال: النساء إغراء، العرب سيئون، المسلمون إرهابيون، السود متخلفون... الخ
- إنتاج المعنى نفسه ولكن في قوالب مختلفة: أنواع صحفية إخبارية، أنواع صحفية تعبيرية، أنواع أخرى رأيية، أفلام، أغاني، روايات.. الخ
- ومن ثم فإن عملية الستيرويدية القائمة على القولية والتنميط تتم عبر ما يأتي:
- تصنيع الصورة النمطية السلبية بالصاق وتعميم مجموعة من السمات السلبية والصور الكريهة والأوصاف المنفرة على المستهدف أو فئة اجتماعية أو ثقافية ما.
- تقوم وسائل الإعلام بالتأكيد على هذه السمات والمبالغة فيها، وتكرارها، وتوضيحها، وترسيخها حتى تتلاشى الجوانب الإيجابية الأخرى في صورة الفئة المستهدفة.
- تقوم وسائل الإعلام بالبحث عن أي شواهد أو أحداث أو ممارسات مهما كانت نادرة لتأكيد الصورة النمطية السلبية وترسيخها (الشميري، دت).

وفيما تعلق بالمجتمع العربي ومن العديد من الدراسات، فلقد دأب الإعلام الأمريكي مثلا على ترسيخ صورة نمطية بشعة للإنسان العربي تتعته دائما بأبشع الأوصاف فهو الغني والغبي، والإرهابي وخاطف الطائرات، والعنيد، والضال، والوسخ، والطامع المتمرد، والشره القاسي، والكاذب المولع بالنساء وغير ذلك من الصفات غير المحمودة (مطبقي، دت، ص ١١) وأبرز مثال اتجاههم أيضا كمسلمين ما اصطلح عليه بـ «الاسلاموفوبيا» أو الخوف من الإسلام الذي نتج عن صورة نمطية تعدهم إرهابيين لا غير.

يبرز مما ما تقدم أعلاه الخطورة التي تشكلها الصورة النمطية والستيرويدية تجاه تحقيق التعددية الثقافية وتعزيز التنوع الثقافي اللذان يعدان مقوما أساسيا لها، ويبدو جليا مدى تعارض التنميط والقولبة بعدها ممارسة إعلامية مع الأهداف النبيلة للإعلام وأخلاقيات مهنته وحماية حرية الرأي والتعبير والفكر فيه.

٢. الصناعات الثقافية الإعلامية وتهديد التنوع الثقافي

يمكن أن تهدد الصناعات الثقافية تحقيق التنوع الثقافي والتعددية الإعلامية عن طريق الآتي:

١. أن لا تمتلك ثقافات معينة الإمكانيات المادية اللازمة للاندماج في مثل هذه الصناعات لكي تتمكن من التعبير عن نفسها، وفي الوقت نفسه الحفاظ على ارثها الثقافي.
٢. التفاوت في تطور الصناعات الثقافية بين المجتمعات والدول قد يؤدي إلى قوة هوية ثقافية معينة ويضعف هوية أخرى.

٣. في ظل الواقع العالمي الحالي فإن إنتاج الثقافة وتوزيعها لن يسهم في وجود تبادل ثقافي بقدر ما سيؤدي إلى هيمنة ثقافة واحدة على الثقافات الأخرى، ومن ثم يجب استثناء الإنتاج الثقافي قدر الإمكان عن قواعد السوق الحرة بعده منتجا يختلف عن المنتجات الصناعية الأخرى (علاوة، ٢٠١٥، ص ٢٢).

خاتمة

توجه اهتمام اليونسكو (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة) في السنوات الأخيرة إلى تشجيع تعددية وسائل الإعلام، ذلك أن حرية التعبير الحققة ترتبط بالتعددية بشكل أساس وضروري ولا تتحقق إلا عن طريق تعزيز شروط عدة، ومقومات ومؤشرات كانت قد وضعتها المنظمة نفسها أو توصل إليها باحثو علوم الإعلام والاتصال وكان من بينها مؤشرات كيفية نوعية تعنى بكل ما له علاقة باختلاف الإيديولوجيات وتعزيز التنوع الثقافي عن طريق تكريس التعددية الثقافية التي تمثل قاعدة جوهرية لمفهوم التعددية الإعلامية كما أشرنا إليه بالتفصيل في هذه الورقة البحثية، وليس المجتمع العربي بمعزل عن هذه القضية، لاسيما وأن وسائل الإعلام الرقمية أصبحت اليوم تحتل مكانة مهمة جدا بين الوسائل المختلفة لما تحمله من خصائص ومميزات جعلت العالم قرية واحدة عبر تطورات متلاحقة تعرفها الظاهرة الإعلامية والاتصالية بفضل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهو ما أسهم بطبيعة الحال في ظهور بعض الممارسات الإعلامية كالتميط والغزو الثقافي وغيرها من الظواهر التي كانت ولا تزال عائقا في تحقيق التنوع الثقافي وتعزيزه ومنه تجسيد التعددية الإعلامية إقليميا، وطنيا أو حتى دوليا.

قائمة المراجع

- بدوي، أحمد زكي. (١٩٨٦). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. ط٢. بيروت: مكتبة لبنان، بيروت.
- بن خرف الله، الطاهر. (١٩٩١). من التعددية السياسية إلى حرية الصحافة وتعددتها، المجلة الجزائرية للاتصال. العدد ٥.
- بن مهني، لحسن؛ جغلول، زغودود (٢٠١٨). الأقليات ومثلث الهوية (اللغة، الدين، الثقافة). مجلة الشريعة والاقتصاد. المجلد السابع. العدد ١٣. الجزائر: جامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة.
- بورحلي، وفاء. أنماط الملكية الصحفية وعلاقتها بالتعددية الإعلامية في البلدان العربية «تطور النظام الإعلامي الجزائري أنموذجاً». مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. المجلد ٧. العدد ١٤. الجزائر: جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- الديبسي، علي جبر عبد الكريم؛ الطاهات، ياسين زهير. (٢٠١٢). دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي. مجلة الاتصال والتنمية. العدد ٦. بيروت: دار النهضة العربية.
- راتانسي، علي. (٢٠١٣). التعددية الثقافية. تر: لبنى عماد تركي. القاهرة: مؤسسة هندواي للتعليم والثقافة..
- راندال ديفيد. الصحفي العالمي. (٢٠١٤). تر: معين الإمام. الرياض: العبيكان للنشر.
- زراري، حبيبة. (٢٠١٤). الحق في التنوع الثقافي. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام. الجزائر: جامعة سطيف ٢.
- زرن، جمال. (٢٠١٣). الإعلام العمومي والتعددية من أجل شبكة مؤشرات التعددية الإعلامية. الملتقى الدولي حول وسائل الإعلام العمومية العربية وعمليات التحول الديمقراطي. تونس: معهد الصحافة وعلوم الأخبار بجامعة منوبة..
- الزويني، حسين؛ كبة، زهراء. (٢٠١٥). حقوق الإنسان والإعلام بين تكاملية المعايير وانتقائية المضامين. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع ونبلاء ناشرون وموزعون.
- سطوطاح، سميرة؛ شافعي، غنية. (٢٠١٧) دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم التنوع الثقافي «دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة عنابة». مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية. المجلد ١. العدد ٣. الجزائر: جامعة العربي تبسي.
- الشميمري، عبد الرحمن فهد. القولية وتصنيع الصورة النمطية، متاح على الرابط: <http://bit.ly/3SUvdRlY>. دت. تاريخ الاسترجاع: ٢٠١٨/١١/٠٢.
- صالح، سليمان. (٢٠٠٣). حقوق الصحفيين في الوطن العربي. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- الصرايرة، محمد نجيب. (٢٠١٥). قضايا في الإعلام الدولي. عمان: مكتبة الرائد العلمية.
- علاوة، فوزي. مقياس الصناعات الثقافية، ملخص محاضرات منشورة على: <http://bit.ly/2nZyngx>. تاريخ الاسترجاع: ٢٠١٨/١٢/١٠.
- غزال، عبد الرزاق. (٢٠١٢). التواجد الإلكتروني للغة العربية على شبكة الانترنت. رسالة دكتوراه غير منشورة. الجزائر: معهد علم المكتبات بجامعة عبد الحميد مهري قسنطينة.
- لطفي، وفاء. (دت). التعددية المجتمعية. القاهرة: ددن.
- محلبي، حفيظة. (٢٠١٨). الإذاعة المحلية والهوية الثقافية الجزائرية في ظل تحديات العولمة. مجلة

العلوم الاجتماعية والإنسانية. العدد ١٥. الجزائر: جامعة تبسة.
مطبقي، مازن. الصورة النمطية للعرب والمسلمين ومواجهتها من خلال الانترنت. متاح على:
<http://bit.ly/2BCwA4t>. نت. تاريخ الاسترجاع: ٢٠١٨/١١/٠٥.
منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة. (٢٠٠٧). الاستثمار في التنوع الثقافي والحوار بين الثقافات.

ميلاد، عبد المجيد. (٢٠٠٨). التنوع الثقافي في عصر تكنولوجيا المعلومات. القاهرة: دار قباء.

De Bustos, Miguel Juan Carlos ; Del Rio, Casado Miguel Angel. (2014). Reflexion sur le pluralisme dans le nouveau contexte médiatique. Actes du colloque international « Concentration des médias, changements technologique, pluralisme d'information. Montréal : Université de Québec & centre de recherche interuniversitaire
Promoting Diversity and Pluralism in Contemporary. (٢٠٠٥). Freedman, Des Communication Policies in the United States and the United Kingdom. The international. (٢ & ١)٧. Journal of media management

معايير جودة الصورة الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية

م.م حسني رفعت حسني

كلية الرافدين الجامعة / قسم الإعلام الرقمي

المستخلص

يسلط هذا البحث الضوء على معايير الجودة المتوفرة في الصور الصحفية المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية، موقعي وكالة الأنباء العراقية والمدى برس للمدة من: ٢٠١٩/٩/١م، إلى: ٢٠١٩/٩/٣٠م، وهو من البحوث الوصفية، اعتمد الباحث فيه على منهج المسح لتحقيق أهدافه. توصل البحث إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات أبرزها ضعف دور المصور الصحفي في الموقعين واعتماد القائمين بالاتصال فيها على شبكة الإنترنت مصدراً للحصول على صور صحفية تُنشر مع الأخبار والتقارير عبر صفحاتها، فضلاً عن إهمال المواقع لمعيار الوصف/التعليق أسفل الصور الصحفية، والذي يؤدي وظيفة مهمة في شرحها وتفسيرها للمستخدمين.

كلمات مفتاحية: معايير؛ جودة؛ صورة صحفية؛ مواقع إخبارية؛ سهولة الاستخدام

QUALITY STANDARDS OF PRESS IMAGES IN NEWS WEBSITES

Assistant lecturer, Husni Refat Husni

Al-Rafidain University College / Digital Media Dep.

Abstract

This research aims to reveal the quality standards available in press images published in the news sites, the Iraqi News Agency and Al-Mada Press for the period from: 1/9/2019, to: 30/9/2019. The research is a descriptive research, in which the researcher relied on the survey methodology to achieve its objectives. The research reached a number of results, most notably the weak role of photojournalists in the websites and the adoption of those the Internet as a source for obtaining press images published with news and reports through its pages, as well as the neglect of the standard Description/Comment below the press images, which plays an important function in explaining and interpreting them for users.

Keywords: *Standards; Quality; Photojournalism; News Websites; Usability*

مقدمة (Introduction)

تؤدي الصورة الصحفية عبر وسائل الإعلام دوراً مهماً في عملية إيصال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي سواء كان قارئاً أو مشاهداً، وفي ظل بيئة إعلامية جديدة تتسم بالرقمية والتقنيات الحديثة، أصبح للصورة أهمية أكبر مما كانت عليه في وسائل الإعلام التقليدية؛ لأنَّ عادات المشاهدة والقراءة تغيرت لدى الجمهور بفعل شبكة الإنترنت التي تتميز بالسرعة في نقل المعلومات والأخبار، وتوصيلها إلى المستخدمين عبر منصات إعلامية تتميز بدرجة عالية من التفاعلية، ومواقع الأخبار والصحف الإلكترونية، بعدها منصات إعلام جديدة، لا تخلو من الصور، بل تمثل فيها عنصراً أساسياً من عناصر الوسائط المتعددة، وتحظى باهتمام القائمين بالاتصال لتحقيق وظائف إعلامية، وسيكولوجية، وجمالية، وغير ذلك من الوظائف الأخرى التي تحققها الصور الصحفية.

من هذه المنطلق جاء هذا البحث مركزاً على معايير جودة الصور الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية، مُمثلة بموقع وكالة الأنباء العراقية، وموقع الغد برس للمدة من: ٢٠١٩/٩/١م، إلى ٢٠١٩/٩/٣٠م، وهو بحث ينتمي إلى البحوث الوصفية، اتبع الباحث فيه خطوات منهج المسح لمعرفة معايير الجودة الخاصة بالصور الصحفية، واستخدم استمارة التقويم أداة لجمع البيانات والتحقق من توافر معايير الجودة في الصور المنشورة عبر المواقع الخاضعة للبحث، ومدى مطابقتها لأسس سهولة الاستخدام ومبادئه.

يتضمن البحث إطاراً منهجياً يضم مشكلة البحث، وأهميته، وأهدافه، وحدوده، وعينته، ويتناول مفهوم سهولة الاستخدام، وأسسها، وأهميتها لمواقع الأخبار وباقي منصات الإعلام الأخرى، والمعايير المقترحة لتقويم جودة الصور الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية، ويضم أيضاً شرحاً وتفسيراً للنتائج باستخدام الجداول الإحصائية والنسب المئوية.

منهجية البحث (Methodological Frame)

أولاً: مشكلة البحث (The Problem)

تتطلب مشكلة البحث من التساؤل الرئيس الآتي: ما مدى توافر معايير الجودة الخاصة بالصور الصحفية المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية ممثلة بموقعي وكالة الأنباء العراقية والغد برس؟، ويتفرع من هذا التساؤل تساؤلات فرعية أخرى هي:

١. ما معايير الجودة المتوافرة في الصور الصحفية المنشورة في المواقع الخاضعة للبحث؟
٢. ما المعايير التي ينبغي مراعاتها في المواقع الإلكترونية الإخبارية لتحقيق جودة الصور الصحفية؟

ثانياً: أهمية البحث (The Importance)

تأتي أهمية البحث من أهمية الصورة الصحفية ووظيفتها في الصحافة والإعلام بصورة عامة سواء كانت وظيفة إخبارية أم لها علاقة بالجوانب الإخراجية والجمالية، واليوم مواقع الأخبار والصحف

الإلكترونية عبر شبكة الويب تنشر مئات من الصور مع المضامين والمواد الصحفية، لذلك كان لابد من تسليط الضوء عليها ودراستها لمعرفة مدى مطابقتها لمعايير الجودة وأسس سهولة الاستخدام، وتتجلى أهمية هذا البحث أيضًا في النتائج والمؤشرات الإحصائية التي ستسهم في تحديد مواطن الضعف والخلل في الصور المنشورة، بغية معالجتها وتقويمها من الصحفيين العاملين في المواقع.

ثالثًا: أهداف البحث (The Aims)

يسعى البحث لتحقيق الأهداف الآتية:

١. معرفة إلى معايير الجودة المتوفرة في الصور الصحفية المنشورة في المواقع محل البحث.
٢. معرفة مدى التزام المواقع ومراعاتها لمعايير الجودة ومبادئ سهولة الاستخدام للصورة الجيدة.

رابعًا: حدود البحث (The Limitations)

- الحد الزمني (Time Field): يمتد من: ٢٠١٩/٩/١م، إلى: ٢٠١٩/٩/٣٠م.
- الحد المكاني (Place Field): هي المواقع الإلكترونية الإخبارية في فضاء شبكة الويب، اختار الباحث موقعين هما: موقع وكالة الأنباء العراقية وموقع الغد برس لأسباب عدة: أنها مواقع عراقية محلية موجهة للجمهور العراقي، تابعة لمؤسسات إعلامية، تنشر محتوى إعلامي يحقق وظائف متنوعة، ويعمل فيها - على الأقل - مصور صحفي واحد يرفد المواقع ويزودها بصور صحفية عن القضايا والأحداث الجارية، وقد تم اختيارها لمعرفة مدى اهتمامها بجمعها مواقع إلكترونية إخبارية محلية بالصورة الصحفية.

خامسًا: عينة البحث (Research Sample)

العينة جزء من مجتمع البحث الأصلي، يُمكن لها أن تمثل المجتمع تمثيلًا صادقًا (غريب و حلمي، ٢٠١٩م، صفحة ١١٦)، وقد اختار الباحث هذا الجزء من المجتمع باستخدام العينة العشوائية المنتظمة التي يتم فيها اختيار المفردة الأولى عشوائيًا، ثم يتم إضافة رقم ثابت (المدة) في كل مرة، ويتم اختيار المفردة التي تحمل ذلك الرقم (زغيب، ٢٠٠٩م، صفحة ٢٤٥). وعليه، قد سحب الباحث عينة بحثه بعد اختيار المفردة الأولى عشوائيًا ومن ثم تطبيق معادلة العينة العشوائية المنتظمة^(١) فوق الاختيار على (١٠) أيام من أصل (٣٠) يومًا لتكون ممثلة عن المجتمع، وهي: (١، ٤، ٧، ١٠، ١٣، ١٦، ١٩، ٢٢، ٢٥، ٢٨)، وقد بلغ مجموع الصور الصحفية التي ظهرت ضمن العينة (٥١٠) صورة، توزعت بواقع (٢٦٣) صورة في موقع وكالة الأنباء العراقية و(٢٤٧) صورة في موقع الغد برس.

(١) معادلة العينة العشوائية المنتظمة: $(N) = N/n$ ، $K = N/n$ تمثل مجتمع البحث، (n) هي النسبة التي يرغب الباحث بالحصول عليها، أما (K) فهي طول الفترة بين مفردات مجتمع البحث.

سادسًا: منهج البحث وأداته (Research Type and its Methodology)

يُعد هذا البحث من البحوث الوصفية، وهي بحوث تصف الظواهر عن طريق جمع البيانات والمعلومات عنها، وجدولتها وتبويبها، ثم تفسيرها للوصول إلى استنتاجات (إسماعيل، ٢٠١١م، صفحة ٦٩)، واعتمد الباحث منهج المسح للحصول على هذه البيانات والمعلومات لتحديد الظاهرة والوقوف عن واقعها (المشهداني، ٢٠١٩م، صفحة ١٣٢)، واستخدم الباحث استمارة التقييم (Questionnaire Assessment) أداة لجمع البيانات، تضمنت مجموعة من المعايير المقترحة لتقييم جودة الصور الصحفية المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية موضع البحث، لمعرفة مدى مطابقتها مع معايير سهولة الاستخدام، وعرض الباحث هذه الاستمارة على مجموعة من المُحَكِّمِينَ (١) لبيان مدى صلاحيتها علميًا للتطبيق بعد إجراء تعديلات طفيفة عليها.

سابعًا: دراسات سابقة (Previous Studies)

- دراسة (قشور و بشير، ٢٠١٤م): سعت الدراسة لتقييم المواقع الإلكترونية الإخبارية بناءً على المعايير والأسس الخاصة بسهولة الاستخدام، والتعرف إلى الأساليب التي تتبعها في تقديم المحتوى للمستخدمين، ومدى ارتباط هذه المواقع بالوسيلة الإعلامية التي تنتمي إليها من ناحية مضمون المادة الصحفية ومصادرها. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحثان استمارة التقييم المبنية على منهجية قابلية الاستخدام كأداة لتحقيق أهداف البحث. توصلت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات أبرزها أن المواقع تهتم بمعايير الشكل والتصميم بصورة أكبر من معايير البحث والوصول إلى المواد الصحفية المنشورة عبر صفحاتها واسترجاعها، فضلاً عن تأثير المواقع الخاضعة للبحث بطبيعة الوسيلة الإعلامية التي تنتمي إليها من ناحية المحتوى، وذلك عن طريق نشر مقتطفات ومقاطع من برامج وتقارير تُعرض في الوسيلة التقليدية.
- دراسة (عبد الغني، ٢٠١٨م): هدفت الدراسة لتقديم تقييم عن معايير الجودة التي تعمل بها عينة من المواقع الإلكترونية الإخبارية الخاصة بالقنوات الفضائية الفلسطينية. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التفسيري، وتألفت استمارة التقييم من ثلاثة أجزاء، تضمن الأول منها العناصر المكونة لمعيار جودة المحتوى، والثاني على العناصر المكونة لمعيار جودة التصميم، والثالث على العناصر المكونة لمعيار سهولة الاستخدام. توصلت الدراسة لعدد من الاستنتاجات أبرزها عدم اهتمام المواقع لمعايير الإبحار والتجول الخاصة بسهولة الاستخدام، وتأثير المواقع بالإمكانيات المادية المتدنية للقنوات الفضائية التابعة لها، وعدم استثمار الخصائص والمميزات التفاعلية التي تقدمها الإنترنت لخلق نمط تفاعلي بين القائم بالاتصال وبين جمهور الموقع.

يتفق البحث مع الدراسات السابقة في موضوعه العام، وهو موضوع معايير الجودة وقابلية

(١) المُحَكِّمُونَ هم:

١. أ.د. حمدان خضر السالم، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
٢. أ.م.د. سهام حسن الشجيري، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
٣. أ.م.د. شكريه كوكز السراج، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بغداد.

الاستخدام لأنها تمثل جانب أساسي بالنسبة لمواقع الأخبار، لما تؤديه من دور مهم في عملية تحقيق التوازن بين الشكل والمضمون، وتحقيق أفضل تجربة استخدام في الوصول إلى المعلومات والأخبار والوسائط المنشورة عبر صفحاتها، بينما يختلف هذا البحث في تناوله لجزئية تتعلق بمعايير تقييم جودة الصور الصحفية، وهو من الموضوعات التي لم يرصدها الباحث - على حد اطلاعه - في دراسات وبحوث تناولت المواقع الإلكترونية الإخبارية، أو بحوث تستهدف الصورة الصحفية في بيئة الإعلام الجديدة التي تتميز بالتقنية والتفاعلية، وهو ما يشكل إضافة للتراث العلمي في المكتبة العربية.

ثامناً: مصطلحات البحث (Research Terms)

- **معايير الجودة (اجرائي):** مجموعة من الخصائص أو الصفات أو الشروط المنطقية التي تتوافر في شيء معين، عند تطبيقها يُمكن الحصول على أفضل أداء بكفاءة عالية، ورضا، وفاعلية.
- **الصورة الصحفية (اجرائي):** هي نتاج فن التصوير الصحفي، تستخدم لوصف الأحداث والقضايا وتوثيقها في صور، وتؤدي عددًا من الوظائف، كالوظيفة الإخبارية والسيكولوجية والبصرية والجمالية.

الإطار النظري: ماهية سهولة الاستخدام (Web Usability)

أولاً: مفهوم سهولة الاستخدام (Web Usability Definition)

حظت سهولة الاستخدام (Usability)، أو كما يُطلق عليها بعض الباحثين (يسر الاستخدام)، بأهمية بالغة في ظل انتشار شبكة الإنترنت وتزايد مستخدميها وظهور أعداد كبيرة من المواقع الإلكترونية التي تحاكي وتخطب رغبات واهتمامات المستخدمين، وقد زاد الاهتمام بها مؤخرًا بعد أن تنبه مصممو المواقع العاملون فيها إلى ضرورة الأخذ بالحسبان ما تتضمنه من معايير وأسس، تعود بالمنفعة على الموقع الإلكتروني إذا ما تم تطبيقها والالتزام بها قبل الشروع بعملية التصميم والإخراج أو بعد ذلك وبصورة دورية مستمرة، حتى يحصل المستخدم على تجربة استخدام خالية قدر الإمكان من الأخطاء والمعوقات التي قد تعرقل عملية وصوله إلى المعلومة والحصول عليها.

وقد استعرض الباحثون في دراساتهم تعريفات عديدة لمصطلح سهولة الاستخدام، فهناك من رأى أنها تتوجه نحو «العلاقة بين الأدوات ومستخدميها، وحتى تكون الأداة فعالة، يجب أن تسمح لمستخدميها بتنفيذ مهامهم بأفضل طريقة ممكنة، وتطبق القاعدة نفسها على الحاسوب والمواقع الإلكترونية وأي برنامج آخر، ولكي تعمل هذه الأنظمة، يجب أن يتمكن المستخدم من توظيفها بكفاءة» (محمد، ٢٠١١م، صفحة ٢٠٨)، وعُرفت بحسب منظمة توحيد المقاييس العالمية (ISO) بأنها «مدى قدرة مستخدمين معينين على استخدام مُنتَج معين (آلة، جهاز، موقع إلكتروني...) لتحقيق أهداف محددة بكفاءة وفاعلية ورضا في سياق معين من هذا الاستخدام» (ISO ٩٢٤١، ٢٠١٨).

في حين يرى جيكوب نيلسن (Jakob Nielsen)^(١) بأنها سمة نوعية من سمات الجودة وأحد معاييرها التي تُقيّم وتقوم مدى قابلية استخدام الموقع الإلكتروني وما يُنشر فيه من مضامين ووسائط، مهما كان

(١)باحث متخصص في مجال تفاعل الإنسان مع الحاسوب، الجامعة التقنية في كوبنهاغن، بعد أول من وضع مبادئ

نوعه وجمهوره والغرض من إنشائه (Nielsen, Usability Engineering, 1993, pp. 27-33). وعلى أساس ما سبق، يُمكن فهم سهولة الاستخدام بشكل أكثر وضوحًا في النقاط الآتية (Quesenbery, 2001, pp. 1-2):

١. سهولة الاستخدام تعني التقويم لأنها تعتمد على التغذية المرتدة الناتجة عن التجربة في استخدام الموقع لمعرفة الأخطاء وتحديد طرق معالجتها ومنع حدوثها في وقت لاحق.
٢. سهولة الاستخدام تعني كيف ولماذا يستخدم الأفراد الموقع؛ والتصميم، والشكل العام للموقع، وطريقة عرض المواد المنشورة، وجودة الصور والوسائط المتعددة الأخرى، يجب أن تتم في سياق بيئة المستخدم وتتشكل طبقًا لحاجاته ودوافعه ورغباته.
٣. تستند سهولة الاستخدام إلى التعلم، والفاعلية، والتذكر، ورضا المستخدم، يُضاف إليها التفاعلية والاندماج التي تجتمع مع بعضها لتحقيق أفضل تجربة استخدام داخل الموقع.
٤. تُركز سهولة الاستخدام على المستخدم؛ فالزائر الذي يدخل الموقع أول مرة ويُلاحظ أنَّ التصميم وطريقة الإخراج وأزرار الانتقال منطقية وواضحة، والمواد النصية والوسائط المتعددة بجودة عالية، يشعر بالرضا وقد يبدأ بمتابعة الموقع وتكرار زيارته.

ثانيًا: أهمية سهولة الاستخدام (The Importance of Usability)

تأتي أهمية سهولة الاستخدام للمواقع الإلكترونية التابعة لوسائل ومؤسسات إعلامية من أنها تشخص مواطن الضعف والخلل فيها، والتي قد تؤثر سلبيًا على عملية وصول الرسالة إلى الجمهور من المستخدمين، ولا تقتصر على التشخيص فقط بل تصحح الخطأ وتقرح الحلول استنادًا إلى ما تتضمنه من معايير وأسس علمية توصل إليها العلماء والباحثون في دراساتهم.

إنَّ المواقع الإلكترونية، وتحديدًا مواقع الأخبار والصحف الإلكترونية، هي مواقع تتسم بغزارة النصوص والمعلومات فيها، فضلًا عن الوسائط المتعددة كالصور ومقاطع الفيديو والعناصر الأخرى، وهو أمرٌ قد يُسبب إرباكًا للمستخدم إذ ما لم تُرتب هذه المواد والعناصر كلها بطريقة ميسرة، لأنَّ الإفراط في عرض المعلومات والصور يؤدي إلى مضايقة المستخدم الذي يقرر في النهاية الانسحاب من الصفحة وإغلاقها (محمد، ٢٠١١م، صفحة ٢٣٧)، هنا تظهر أهمية سهولة الاستخدام في تنظيم هذه الفوضى بطريقة تجعل المستخدم قادرًا على الوصول إلى المعلومات والافادة من الخدمات الأخرى التي يقدمها الموقع. وبالرغم دور سهولة الاستخدام في تحديد الأخطاء والثغرات التي تُسبب خللًا في وصول الرسائل الإعلامية والمضامين الصحفية إلى الجمهور، فهي لا تزال غير واضحة للكثير من المواقع المحلية والعربية، وكثيرًا ما تُهمل مبادئها ومعاييرها ولا يتم الأخذ بها حتى في المراحل الأولى من إنشاء الموقع وتصميمه، إلا في تلك المواقع التي تحاول المحافظة على جودتها في ظل المنافسة القوية بين مؤسسات الإعلام الحديثة (فراوية، ٢٠١١م، صفحة ١٦٦).

ومعايير سهولة الاستخدام للمواقع الإلكترونية.

ثالثاً: أسس سهولة الاستخدام ومعاييرها (Principles and Standards of Usability)

تمثل سهولة الاستخدام خاصية مهمة تُمكن الأفراد من الوصول إلى الموقع والتفاعل مع المحتوى والمضامين المنشورة فيه، ولا يحدث ذلك إلا إذا تطابقت خصائص المحتوى مع معايير الجودة المُتفق عليها في دراسات لباحثين رائدين في هذا المجال متخصصين في الحاسوب وتصميم الويب مثل نيلسن ورولف مولش (Rolf Molich) ودون نورمان (Don Norman) وبين شنايدرمان (Ben Shneiderman)، وهناك عدد من الطرق لتقويم جودة المحتوى في المواقع الإلكترونية وسهولة استخدامها ومعرفة مشكلاتها، وأكثرها شيوعاً هي طريقة التقويم الموجه (Heuristic Evaluation)، وهي طريقة يعتمد فيها الباحث على مجموعة من الخطوط الإرشادية يُطلق عليها اسم (الموجه أو المُرشِد)، حددها نيلسن ومولش، وباحثون آخرون بدعم من مراكز بحثية متخصصة في مجال إنشاء المواقع الإلكترونية وتصميمها، وقد استندت هذه الخطوط الإرشادية إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة على مواقع تابعة لمؤسسات أكاديمية وإعلامية وتجارية في أمريكا وأوروبا (حافظ، ٢٠١٣م، الصفحات ٣٣-٣٤).

وعلى ذلك، فإنّ الخطوط الإرشادية التي حددها نيلسن ومولش هي (Molich, & Nielsen, Heuristic Evaluation of User Interfaces, 1990, p. 249, Nielsen, Enhancing the Explanatory Power of Usability Heuristics, 1994, pp. 156-158):

١. شفافية النظام: إبقاء المستخدم على علم ومعرفة بكل ما يجري في الموقع سواء من ناحية إضافة المواد وتحديثها أو إجراء تغييرات في الشكل والتصميم.
٢. الانسجام: استخدام كل ما هو مألوف للمستخدم، كالشكل العام للموقع، وطريقة تصنيف المواد المنشورة، والأقسام، وطبيعة خصائص الوسائط المتعددة وآلية عملها.
٣. حرية المستخدم: منحه قدرًا من الحرية والتحكم داخل الموقع، كتغيير شكل العرض أو أحجام النص، وإرسال المواد وكتابة التعليقات والتواصل مع فريق العمل.
٤. منع الأخطاء: إنَّ أفضل المواقع هي التي تمنع حدوث الأخطاء وتحديدًا في الصفحة الرئيسية.
٥. الثبات والمعيارية: توحيد استخدام الألوان والأشكال، وبعض الكلمات والمصطلحات، وما يتعلق بالصور ومقاطع الفيديو من صيغ وأحجام ودقة وكفاءة في العرض والتشغيل.
٦. الإدراك بديلاً عن الاستدعاء: تحديد الوظائف والتعليمات بشكل واضح ومفهوم لا يتطلب من المستخدم أن يتعلم مجدداً كيف يستخدم الموقع وخدماته في كل مره يقوم بزيارته.
٧. المرونة وكفاءة الاستخدام: ملائمة الموقع ويتناسب مع الفئات والشرائح كلها، سواء كانوا مبتدئين أم من ذوي الخبرة، شباباً أو كباراً في السن.
٨. الجوانب الجمالية: ضرورة أن يكون المظهر العام للموقع جيّداً يحمل قدرًا من الجمالية، وهذا المعيار لا يشمل فقط واجهة المستخدم أو الصفحة الرئيسية، بل يتضمن الصفحات والأقسام الأخرى كلها، ويتضمن أيضًا الرموز والصور والأيقونات.

٩. إرشاد المستخدم: تقديم التعليمات والملخصات التي تشرح وتفسر كيف تعمل الأشياء داخل الموقع، وكيفية البحث عن الموضوعات، أو الوصول إلى الأقسام، أو مشاهدة الصور وتشغيل مقاطع الصوت والفيديو.

١٠. المساعدة والتوثيق: إمكانية الوصول إلى المعلومة، مع ضرورة وجود أرشيف لحفظ المادة المنشورة عبر صفحات الموقع وسهولة استرجاعها، فضلاً عن وجود صفحة خاصة تشرح الهدف العام من الموقع والجهة التي يرتبط بها سواء كانت سياسية أو اجتماعية.

رابعاً: معايير جودة الصور الصحفية (Standards of Photojournalism)

انطلاقاً من المعايير والمؤشرات العامة لسهولة الاستخدام، يرى الباحث أن جودة الصور الصحفية المنشورة في المواقع الإخبارية تتحقق من توافر خصائص وشروط معينة، هي:

١. الجِدَّة، أو الحدثية؛ أي أن تكون الصورة الصحفية حديثة تناقش موضوعاً أو قضية جديدة في المجتمع، تتضمن تفاصيل وأشياء موجودة ومتداولة، وهو ما يجعل الصورة وموضوعها أكثر إثارة لاهتمام المستخدمين، فعلى سبيل المثال عندما حطمت لاعبة الجمباز الأمريكية سيمون بيلز (Simone Biles) الرقم القياسي في عدد الميداليات الذهبية، نُشِرَت العديد من الصور لها عبر مواقع الأخبار والشبكات الاجتماعية، وهو أمر أدى إلى زيادة اهتمام الجمهور في حدث بطولة الألعاب الأولمبية بشكل أكبر.

٢. التوافق والصلة: أحد الأهداف الأساسية للصورة الصحفية هو أن تكون ذات صلة بالموضوع وتتوافق معه، لذلك ينبغي أن يكون للصورة معنى واضحاً ومتصلاً بالمضمون، فقصة لم شمل أسرة ببنهم الذي فقد لمدة (١٠) سنوات ستكون أكثر قوة وتأثيراً إذا كانت مصحوبة بصورة تُظهر لحظات عودة الإبن إلى أحضان والديه.

٣. هوية المصدر: يؤدي مصدر الصورة الصحفية دوراً مهماً في تعزيز مصداقيتها، في ظل انتشار كم هائل من الصور المفتركة والكاذبة عبر فضاء شبكة الإنترنت، وغالباً ما تعتمد المواقع الإخبارية على عدد من المصادر في حصولها على الصور أبرزها: المصور الصحفي وهو المصدر الأول لتزويد الموقع بالصور المختلفة عن الأحداث والقضايا والظواهر داخل المجتمع أو خارجه، ووكالات الأنباء، ومواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات، فضلاً عن مواقع الصور ذات المصدر المفتوح التي تُعد نافذة للحصول على صور صحفية مجانية حول العالم.

٤. الوصف أو التعليق: يُطلق عليه (تحرير الصورة)، هو الشرح الموجز القصير الذي يُرافق الصورة، وغالباً ما يكون تحتها، يُجيب عن الأسئلة الستة: (من؟، ماذا؟، أين؟، متى؟، لماذا؟، وكيف؟)، له أهمية في توضيح العديد من الجوانب والحقائق وتفسيرها للقارئ أو المستخدم، ويُحقق وظيفتين: الأولى هي التعريف بما تتضمنه الصورة سواءً شخصيات أو معالم أو أماكن، ولأخرى هي تفسير مضمون الصورة (عبيد، ٢٠١٥م، الصفحات ٦٩-٧٠).

٥. العلامة المائية (Watermark): شعار الموقع على الصورة لتبيان حقوق الملكية والنشر، وهي مهمة جداً حتى لا تُؤخذ الصور وتُنشر من دون الإشارة إلى مصدرها الحقيقي، وهي تضمن حق

- المصور الصحفي والموقع الإخباري في حصوله على سبق ما أو توثيقه لحدث معين.
٦. **الصيغة:** امتداد ملف الصورة عبر الموقع، تؤثر في حجم الصور ودقتها، وهي نظام مؤلف من رموز وحروف وأرقام تكون وحدات صغيرة، تجتمع مع بعضها لتكوين الصورة (بهاء الدين، ٢٠٠٩م، صفحة ٢٢٧)، وهناك أنواع عدة من الصيغ مُتفق على استخدامها عالميًا في المواقع الإلكترونية بشكل عام، منها صيغة (JPEG) التي تحتفظ بأكبر قدر من التفاصيل حتى بعد ضغط الصورة أو تصغير حجمها، وصيغة (PNG) الأكثر دقة ووضوحًا من ناحية الألوان والتفاصيل، وصيغة (GIF) التي غالبًا ما تكون متحركة (Isovera, 2018).
٧. **الحجم:** هو وزن الصورة على صفحة الموقع، فإذا قل وزنها على الصفحة، أصبحت عملية تحميل الموقع أسرع، وهو ما ينبغي مراعاته عند نشر الصور مع المواد الصحفية، لذلك يجب أن تكون بحجم لا يزيد عن (١) ميغابايت.
٨. **الدقة:** ويُقصد بها عدد النقاط (Pixels) في أبعاد الصورة، فكلما زاد عدد هذه النقاط تزداد دقة الصورة، وأصبحت معالمها واضحة وبارزة للمستخدم، لذلك من الضروري الأخذ بالحسبان أن تكون الصور الصحفية المنشورة عبر المواقع الإلكترونية ذات دقة عالية أو متوسطة، لأنها تؤدي إلى فهم أكبر لموضوع الصورة، فضلًا عما تحققه من جوانب إيجابية حول تحقيق أفضل تجربة استخدام داخل الموقع.

عرض النتائج وتفسيرها (The Results)

أولاً: معيار الجودة والحدثة

يُبين جدول (١) أدناه مدى توافر معيار الجودة والحدثة في الصور الصحفية المنشورة في المواقع الخاضعة للبحث، وكما يأتي:

جدول (١) يبين مدى توافر معيار الأنوية والحدثة في الصور المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

ت	معيار الأنوية والحدثة	وكالة الأنباء العراقية		الغد برس	
		ك	%	ك	%
١	صورة جديدة عن الموضوع	١٣٨	٥٢,٤%	١٠٥	٤٢,٥%
٢	صورة من الأرشيف	١٢٥	٤٧,٦%	١٤٢	٥٧,٥%
	المجموع	٢٦٣	١٠٠%	٢٤٧	١٠٠%

تُظهر البيانات أنّ (٥٢,٤%) من الصور المنشورة في موقع وكالة الأنباء العراقية ضمن عينة البحث هي صور جديدة عن الموضوع، في حين بلغت نسبة الصور الصحفية المنقولة من الأرشيف المصور (٤٧,٦%).

ويرى الباحث أنّ ارتفاع نسبة الصور الجديدة يعود لقرب وكالة الأنباء العراقية من المصدر، وتحديدًا في الأحداث والأخبار السياسية التي تخص الحكومة العراقية ونشاطاتها.

أما في موقع الغد برس، فقد كانت نسبة الصور من الأرشيف (٥٧,٥%)، ونسبة الصور الجديدة

(٤٢,٥٪)، وهو ما يُشير إلى اعتماد موقع الغد برس على الأرشيف الصحفي المصور في تزويد الأخبار والمواد المنشورة بالصور.

ثانياً: معيار التوافق والصلة

تُبين بيانات جدول (٢) أدناه مدى توافر معيار التوافق والصلة في الصور الصحفية المنشورة في المواقع محل البحث، وهي كالآتي:

جدول (٢) يبين مدى توافر معيار التوافق والصلة في الصور المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

ت	معايير التوافق والصلة	وكالة الأنباء العراقية		الغد برس	
		ك	٪	ك	٪
١	تتوافق مع المضمون	٢٣٦	٪٨٩,٨	٢١٤	٪٨٦,٧
٢	لا تتوافق مع المضمون	٢٧	٪١٠,٢	٣٣	٪١٣,٣
	المجموع	٢٦٣	٪١٠٠	٢٤٧	٪١٠٠

حققت الصور الصحفية التي تتوافق مع المضمون نسب مئوية مرتفعة في كلا الموقعين الخاضعين للبحث، إذ جاءت بنسبة (٪٨٩,٨) في موقع وكالة الأنباء العراقية، وبنسبة (٪٨٦,٧) في موقع الغد برس، وهو مؤشر يدل على مراعاة الموقعين لهذا المعيار، وبالرغم من وجود صور لا تتوافق مع مضمون المواد الصحفية المنشورة لكنها جاءت بنسب منخفضة، مسجلة في موقع الغد برس نسبة مئوية قدرها (٪١٣,٣)، وفي موقع وكالة الأنباء العراقية نسبة قدرها (٪١٠,٢) ضمن المدة المحددة للبحث.

ويرى الباحث أنّ هذه الصور نُشِرت لجذب الزائر، وإثارة اهتمامه، ودفعه لى قراءة موضوع لا يتوافق معها، وهو مؤشر سلبي يُحسب على المواقع ولا يتفق مع مبادئ العمل الصحفي، وينبغي على الصحفيين العاملين في الموقعين توخي الدقة والحرص في اختيار صور تتوافق مع مضمون الخبر أو المادة الصحفية من أجل المحافظة على سمعة الموقع والمؤسسة الإعلامية بشكل عام.

ثالثاً: معيار هوية المصدر

يُشير جدول (٣) أدناه إلى معيار هوية المصدر للصور الصحفية المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية قيد البحث، وكما يأتي:

جدول (٣) يبين مدى توافر معيار هوية المصدر في الصور المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

ت	معايير هوية المصدر	وكالة الأنباء العراقية		الغد برس	
		ك	٪	ك	٪
١	المصور الصحفي	٥٦	٪٢١,٢	٣٨	٪١٥,٣
٢	وسائل الإعلام	٥١	٪١٩,٣	٤٠	٪١٦,١
٣	شبكة الإنترنت	٤٦	٪١٧,٦	٧٦	٪٣٠,٨
٤	من دون مصدر	١١٠	٪٤١,٩	٩٣	٪٣٧,٨
	المجموع	٢٦٣	٪١٠٠	٢٤٧	٪١٠٠

سجلت الصور الصحفية التي لم يتم الإشارة إلى مصادرها نسباً مئوية مرتفعة في الموقعين، إذ بلغت في موقع وكالة الأنباء العراقية نسبة قدرها (٤١,٩٪) وفي موقع الغد برس (٣٧,٨٪)، مما يبين عدم مراعاة الموقعين لهذا المعيار وعدم الإشارة إلى المصدر في الصور المنشورة عبر صفحاتها، وهو مؤشر سلبي لأن ذكر المصدر مهم للجمهور الذي يحق له معرفة من أين جاءت هذه الصورة، تحديداً في ظل بيئة إعلامية تشهد انتشاراً واسعاً للأخبار الكاذبة والصور المفبركة، ومهم أيضاً بالنسبة للموقع الإلكتروني الإخباري تحقيقاً لمبدأ الشفافية في نقل المعلومة.

ونلاحظ أيضاً، أن الصور الصحفية المنقولة عن المصور الصحفي ووسائل الإعلام جاءت بنسب مئوية متقاربة إلى حد ما في موقع وكالة الأنباء العراقية، إذ سجلت الصور التي كان مصدرها المصور الصحفي نسبة بلغت (٢١,٢٪)، والصور التي كانت مصدرها وسائل الإعلام نسبة قدرها (١٩,٣٪). في حين بلغت النسبة المئوية للصور المأخوذة من الإنترنت، والمواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعية في الموقع ذاته (١٧,٦٪).

أما في موقع الغد برس، فقد حققت الصور المنقولة عن المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي نسبة مرتفعة بلغت (٣٠,٨٪)، وجاءت الصور المأخوذة من وسائل الإعلام كالصحف ووكالات الأنباء والقنوات الفضائية بنسبة (١٦,١٪)، أما الصور التي كان مصدرها المصور الصحفي فقد حققت نسبة مئوية قدرها (١٥,٣٪).

إن ارتفاع نسب الصور التي لا تحمل مصدر، والصور المنقولة عن وكالات ووسائل إعلامية، ومواقع التواصل الاجتماعي، أمر قد يُعزى إلى ضعف دور المصور الصحفي في رفق المواقع محل البحث وتزويدها بالصور الصحفية عما يجري من أحداث وقضايا محلية تخص الشأن الداخلي في العراق، بالرغم من أن الموقع له صحفيون ومراسلون يعملون في بغداد ومحافظات أخرى.

أو قد يُعزى إلى جوانب تتعلق بالسياسة التحريرية للمواقع، أو أمور فنية وإخراجية، وهي جميعها لا تصب في مصلحة المواقع لأن للمصور الصحفي دور مهم لا يُستغنى عنه إطلافاً في رصد ما يجري من أحداث في المجتمع وتقديمها على شكل صور تجذب الأنظار وتحقق تفاعلاً بين الرسالة وبين المستخدم الذي يُشاهدها.

رابعاً: معيار الوصف/التعليق

يُظهر جدول (٤) أدناه مدى توافر معيار الوصف/التعليق في الصور الصحفية المنشورة في موقع وكالة الأنباء العراقية وموقع الغد برس، وكما يأتي:

جدول (٤) يبين مدى توافر معيار الوصف/التعليق في الصور المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

ت	معيار الوصف/التعليق	وكالة الأنباء العراقية		الغد برس	
		ك	٪	ك	٪
١	تتضمن وصفاً	٨	٣,١٪	-	-
٢	لا تتضمن وصفاً	٢٥٥	٩٦,٩٪	٢٤٧	١٠٠٪
	المجموع	٢٦٣	١٠٠٪	٢٤٧	١٠٠٪

بلغت نسبة الصور الصحفية التي لا تتضمن تعليقاً أو وصفاً (١٠٠٪) في موقع الغد برس، ونسبة (٩٦,٩٪) في موقع وكالة الأنباء العراقية، أما الصور التي تضمنت تعليقاً ووصفاً بلغت نسبتها في الموقع ذاته (٣,١٪) فقط، وقد كان هذا الوصف هو تكرر لعنوان المادة الصحفية أو حذف واستبدال بعض الكلمات الواردة فيه، في حين لم تظهر في موقع الغد برس ولم تسجل نسبة مئوية فيه.

تُشير النتائج إلى وجود إهمال من كِلا الموقعين الخاضعين للبحث في تحرير الصور الصحفية، فالتعليق أو الوصف مهم جداً؛ يشرح جوانب عديدة من الصورة ويفسرها للمستخدم، ومن ثم يُمكن القول أنّ الصحفيين والمحررين العاملين في موقعي وكالة الأنباء العراقية والغد برس لا يُراعيان هذا المعيار في الصور الصحفية المنشورة عبر صفحاتهما.

خامساً: معيار العلامة المائية

يُبين جدول (٥) أدناه مدى توافر العلامة المائية في الصور الصحفية المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الخاضعة للبحث، وكانت النتائج كالتالي:

جدول (٥) يبين مدى توافر معيار العلامة المائية في الصور المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

ت	معيار العلامة المائية	وكالة الأنباء العراقية		الغد برس	
		ك	٪	ك	٪
١	تحمل علامة مائية	٢٦٣	٪١٠٠	٤٣	٪١٧,٥
٢	من دون علامة مائية	-	-	٢٠٤	٪٨٢,٥
	المجموع	٢٦٣	٪١٠٠	٢٤٧	٪١٠٠

تُظهر النتائج استخدام موقع وكالة الأنباء العراقية للعلامة المائية في جميع الصور الصحفية المنشورة عبر صفحاته ضمن عينة البحث، مسجلة نسبة بلغت (١٠٠٪)، ويشمل ذلك الصور كلها من مصادر أخرى غير المصور الصحفي، سواء كانت من وسائل إعلامية، أو مواقع إلكترونية، أو الصور التي تُنشر عن طريق مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. أما فيما يخص موقع الغد برس، فقد سجلت فيه الصور التي تحمل علامة مائية نسبة (٨٢,٥٪)، أما الصور التي لا تحمل علامة مائية حققت نسبة مئوية قدرها (١٧,٥٪)، وهي تلك الصور المنقولة عن وسائل الإعلام، وبعض الصور التي لم يُذكر فيها مصدر.

وعلى أساس ما تقدم، يجب على العاملين في المواقع استخدام العلامات المائية فقط في الصور التي يلتقطها المصور الصحفي، أو التي يتم الحصول عليها بشكل خاص وحصري لتفرد بها، ولا يقتضي ذلك استخدامها على جميع الصور حتى تلك المأخوذة من مواقع التواصل الاجتماعي، لأنّ ذلك يُعد تجاوزاً على حقوق الملكية الفكرية وحقوق النشر، وقد يُعرض الموقع لتبعض قانونية وجزائية.

سادسًا: معيار صيغة الصور

تُشير بيانات جدول (٦) أدناه إلى صيغة الصور المنشورة في المواقع محل البحث، وهي:

جدول (٦) يبين مدى توافر معيار صيغة الصور المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

ت	معيار صيغة الصورة	وكالة الأنباء العراقية		الغد برس	
		ك	%	ك	%
١	صيغة JPEG	٢١٣	٨٠,٩%	٢٣٥	٩٥,١%
٢	صيغة PNG	٣٢	١٢,٢%	١٢	٤,٩%
٣	صيغة GIF	١٨	٦,٩%	-	-
	المجموع	٢٦٣	١٠٠%	٢٤٧	١٠٠%

تُظهر النتائج أنَّ صيغة (JPEG) هي الأكثر استخدامًا في الصور الصحفية المنشورة في الموقعين ضمن عينة البحث، مسجلة نسبة مئوية قدرها (٩٥,١%) في موقع الغد برس، ونسبة (٨٠,٩%) في موقع وكالة الأنباء العراقية، وتُعد هذه الصيغة هي الأكثر شيوعًا للصور المنشورة في المواقع الإلكترونية المختلفة سواء كانت مواقع إعلامية وإخبارية أو غير ذلك من المواقع الأخرى. وسجلت صيغة (PNG) نسبة قدرها (١٢,٢%) في موقع وكالة الأنباء العراقية، ونسبة (٤,٩%) في موقع الغد برس، وهي صيغة غالبًا ما تُستخدم في صور تُظهر خرائط ورسوم جرافيكية. في حين سجلت صيغة (GIF) نسبة (٦,٩%) في موقع وكالة الأنباء العراقية، وهي صيغة صور متحركة تتسم بالتفاعلية، لكن من عيوبها بطء عملية تحميلها على الصفحة، في حين لم تسجل هذه الصيغة نسبة في موقع الغد برس. يرى الباحث أنَّ المواقع تضع بالحسبان استخدام صيغ مُتعارف عليها، يُمكن تحميلها بسهولة في الأجهزة المختلفة (حاسوب، وهواتف محمولة، وأجهزة لوحية)، وهي بذلك راعت قاعدة مهمة من مبادئ سهولة الاستخدام ومعايير جودة الصور المنشورة عبر شبكة الإنترنت.

سابعًا: معيار حجم الصور

يتبين من جدول (٧) أدناه حجم الصور المنشورة في المواقع محل البحث، وهي كالآتي:

جدول (٧) يبين مدى توافر معيار حجم الصور المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

ت	معيار حجم الصورة	وكالة الأنباء العراقية		الغد برس	
		ك	%	ك	%
١	أقل من (١) ميغابايت	٢٤٥	٩٣,١%	٢٤٧	١٠٠%
٢	أكبر من (١) ميغابايت	١٨	٦,٩%	-	-
	المجموع	٢٦٣	١٠٠%	٢٤٧	١٠٠%

تُظهر النتائج التزام المواقع الخاضعة للبحث باستخدامها حجم أقل من (١) ميغابايت في نسبة كبيرة من الصور الصحفية المنشورة فيها ضمن العينة، إذ سجلت نسبة (١٠٠%) في موقع الغد برس، ونسبة (٩٣,١%) في موقع وكالة الأنباء العراقية. أما الصور التي بلغ حجمها أكبر من (١) ميغابايت ظهرت في موقع وكالة الأنباء العراقية فقط وبنسبة (٦,٩%)، وهي صور تحمل صيغة (GIF)، التي غالبًا ما يكون حجمها أكبر لما تتسم به من خصائص تفاعلية.

ثامناً: معيار دقة الصور

يبين جدول (٨) أدناه دقة الصور المنشورة في الموقعين الخاضعين للبحث وجاءت كما يأتي:

جدول (٨) يبين مدى توافر معيار الدقة في الصور المنشورة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

ت	معيار دقة الصورة	وكالة الأنباء العراقية		الغد برس	
		ك	%	ك	%
١	عالية	٢٥	٩,٥%	-	-
٢	متوسطة	١٧٨	٦٧,٦%	١٨٥	٧٤,٩%
٣	رديئة	٦٠	٢٢,٩%	٦٢	٢٥,١%
	المجموع	٢٦٣	١٠٠%	٢٤٧	١٠٠%

حظت الصورة متوسطة الدقة بنسب مئوية عالية في الموقعين، مسجلة نسبة قدرها (٩,٥%) في موقع الغد برس، ونسبة قدرها (٦٧,٦%) في موقع وكالة الأنباء العراقية، وكانت هذه الصور في الموقعين جيدة يُمكن مشاهدة تفاصيلها بوضوح. في حين سجلت الصور رديئة الدقة نسبة بلغت (٢٥,١%) في موقع الغد برس، ونسبة قدرها (٢٢,٩%) في موقع وكالة الأنباء العراقية، وكانت صور غير واضحة المعالم وغير مطابقة لمعايير جودة الصور الصحفية. أما الصور عالية الدقة ظهرت فقط في موقع وكالة الأنباء العراقية وبنسبة مئوية منخفضة قدرها (٩,٥%). وعلى ذلك، يرى الباحث أنَّ المواقع الإلكترونية الإخبارية محل البحث يجب أن تضع بالحسبان طبيعة العلاقة الطردية بين دقة الصورة وحجمها، ويتحقق ذلك باستخدام برامج وأدوات تعديل وتحرير الصور في غرف الأخبار، مثل (Photoshop) و(Lightroom)، لتحرير صور صحفية بدقة عالية وحجم يتناسب مع طبيعة شبكة الإنترنت..

الاستنتاجات (The Conclusions)

بناءً على ما ورد أعلاه، يستنتج الباحث النقاط الآتية:

١. التزام المواقع الإلكترونية الإخبارية، ممثلة بموقعي وكالة الأنباء العراقية والغد برس، بمعايير: الجودة أو الحداثة، والتوافق والصلة، ومعايير صيغة الصورة وحجمها، وهي معايير مهمة تحقق جوانب وظيفية كمتابعة الأحداث ونقلها إلى الجمهور، وجزءاً من الجوانب الفنية للصورة الصحفية.
٢. عدم التزام المواقع محل البحث بمعايير: استخدام الوصف/التعليق، واستخدام العلامة المائية، ومعيار دقة الصورة الصحفية، وهو مؤشر سلبي لا يتفق ومعايير الصورة الجيدة، ولا مع طبيعة العمل الصحفي الذي لا يقتصر فقط على نقل المعلومة بل شرحها وتفسيرها، فضلاً عن مراعاة دقة الصورة ومدى وضوحها لضمان وصول الرسالة الإعلامية.
٣. ضعف دور المصور الصحفي في الموقعين، واعتمادها على الإنترنت بالدرجة الأساس في الحصول على الصور التي لا تحمل مصادر، وهو مؤشر سلبي على المواقع.
٤. توظيف الأرشيف المصور في الموقعين الإلكترونيين محل البحث، واستخدام صورهِ لربطها مع

- أحداث جارية وأنية، مما أدى إلى تكرار ظهور الصور بالرغم من اختلاف الحدث وموضوعه، وهو قد يُربك المستخدم الذي سيعتقد أنه خبر قديم، ما يسبب له مللاً يدفعه الى مغادرة الموقع.
٥. أهملت المواقع الخاضعة للبحث معيار الوصف/التعليق ولم يحظ باهتمام فيها، وهو مؤشر سلبي؛ لأنّ التعليق على الصورة جزء من عملية التحرير الصحفي، وجزء أساس في شرحها وتفسيرها للمستخدمين كي تحقق الصورة وظائفها.
٦. عدم مراعاة استخدام صور صحفية عالية الدقة في الموقعين، واستخدام صور ذات دقة متوسطة وأحياناً رديئة، وهو ما لا يتلاءم وطبيعة التطورات التكنولوجية والتقنية التي تهتم بدقة الصورة لأنها تؤدي دوراً مؤثراً في عملية إيصال الرسالة، فضلاً عن وظيفتها الجمالية.
٧. تُراعي المواقع الإلكترونية الإخبارية أسس سهولة الاستخدام ومعايير جودتها المتعلقة بالصور الصحفية، بالرغم من ظهور بعض الأخطاء في عرض الصور عبر صفحاتها لكنها لم تؤثر بشكل كبير فيها أو على المادة الصحفية المتعلقة بها.

التوصيات (The Recommendations)

يُقدّم الباحث مجموعة توصيات هي:

١. ينبغي على المواقع الإلكترونية الإخبارية الالتزام بمعايير جودة الصورة وتطبيقها فعلياً على كل ما يُنشر من صور صحفية عبر صفحاتها وأقسامها، والاهتمام بها أكثر من ناحية الدقة، والتخلي عن استخدام الصور رديئة الدقة، إلا في الضرورات القصوى والحالات التي لا تتوافر فيها معلومات وصور كافية عن القضية.
٢. تفعيل دور المصور الصحفي وتزويده بأحدث الأجهزة والأدوات لتغطية الأحداث ورفد المواقع بصور جديدة مواكبة لما يحصل في المجتمع.
٣. ضرورة الاهتمام بعملية تحرير الصورة الصحفية، فالوصف والتعليق له أهمية كبيرة ووظيفة أساسية في شرح وتوضيح الصورة وتفسيرها للمستخدم.
٤. استخدام العلامات المائية في الصور التي هي مُلك للموقع فقط، والإشارة إلى مصادر الصور حتى لا تتعرض المواقع لشكل من أشكال المساءلة.
٥. الاهتمام بمبادئ سهولة الاستخدام وأسهه بشكل أكبر، ولا يقتصر ذلك على الصور فقط بل يشمل الجوانب الإخراجية وآلية التصفح وكمية الأخبار والمواد الصحفية التي تُعرض عبر الصفحة الرئيسية لتحقيق تجربة استخدام مثالية تسهل على المستخدم عملية الوصول إلى المعلومات.

مصادر البحث (References)

- أحمد عبيد. (٢٠١٥م). *التحليل الموضوعي للصور الصحفية: الأسس والتطبيقات*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- أحمد يوسف حافظ. (٢٠١٣م). *تقييم المواقع الإلكترونية وخدمات موارد الإنترنت: دراسة للواقع والاتجاهات لاستنباط معايير عربية موحدة*. المؤتمر العلمي العاشر لقسم المكتبات والوثائق وتقنية المعلومات (الصفحات ١-٦٢). القاهرة: كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- أمل قشور، و عماد بشير. (٢٠١٤م). *أساليب تقديم المحتوى في المواقع الإلكترونية الإخبارية الناشئة بالعربية وتقييم خدماتها (بي بي سي عربي وسي إن إن بالعربية نموذجاً)*. المؤتمر السنوي العشرون لجمعية المكتبات المتخصصة (الصفحات ١-٣٨). الدوحة: كيوساينس. تم الاسترداد من <http://bit.ly/2Q2iLkh>
- سعد سلمان المشهداني. (٢٠١٩م). *منهجية البحث العلمي*. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- شيماء ذو الفقار زغيب. (٢٠٠٩م). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- طارق بهاء الدين. (٢٠٠٩م). *التصوير الرقمي: الحقائق والأساسيات*. العين: دار الكتاب الجامعي.
- محمد غريب، و وجدي حلمي. (٢٠١٩م). *مناهج البحث الإعلامي: الأسس النظرية والتطبيقية*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- محمود حسن إسماعيل. (٢٠١١م). *مناهج البحث الإعلامي*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- منار فتحي محمد. (٢٠١١م). *تصميم مواقع الصحف الإلكترونية*. القاهرة: دار العالم العربي.
- مي عبد الغني. (٢٠١٨م). *معايير الجودة في مواقع الفضائيات الفلسطينية الإلكترونية*. مجلة الباحث الإعلامي، ١٠(٤٢)، ٣٣-٤٦.
- يوسف الرفاعي أحمد فراويلة. (٢٠١١م). *العلاقة بين تصميم المواقع الإخبارية وتيسر استخدام المكفوفين لها وتفاعلهم معها*. القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

Rrcourses

ISO 9241. (2018, March). Ergonomics of human-system interaction - Part 11: Usability: Definitions and concepts. Retrieved from ISO: <http://bit.ly/2Oj0SPu>

Isovera. (2018, June 6). JPEG, PNG, GIF: A quick guide to image file types for the web. Retrieved from Medium: <http://bit.ly/2nPbj4a>

Nielsen, J. (1993). Usability Engineering. Boston: Academic Press.

Nielsen, J. (1994). Enhancing the Explanatory Power of Usability Heuristics. ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI'94) (pp. 152-158). Boston: Proceedings of CHI'94.

Nielsen, J., & Molich, R. (1990). Heuristic Evaluation of User Interfaces. ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI'90) (pp. 249-256). Seattle: CHI'90 Proceedings.

Quesenbery, W. (2001). What Does Usability Mean: Looking Beyond 'Ease of Use'. A Global Communication Odyssey: STC's 48th Annual Conference (pp. 1-8). Chicago: Proceedings of Society for Technical Communication. Retrieved from <http://bit.ly/2CT3q1B>

References

1. Ahmed Abid. (2015). *Objective analysis of press photos: foundations and applications*. Cairo: Arab Publishing & Distribution.
2. Ahmed Youssef Hafez. (2013). *Evaluation of Websites and Internet Resource Services: A Reality and Trends Study to Develop Unified Arab Standards*. 10th Scientific Conference of the Department of Libraries, Documents and Information Technology (Pages 1-62). Cairo: Faculty of Arts, Cairo University.
3. Amal Qeshour and Imad Bashir. (2014). *Methods of presenting content in Arabic news websites and evaluating their services (BBC Arabic and CNN Arabic as a model)*. 20th Annual Conference of the Association of Specialized Libraries (Pages 1-38). Doha: Qcience. Retrieved from <http://bit.ly/2Q2lLkh>.
4. Mahmoud Hassan Ismail. (2011). *Media Research Methods*. Cairo: Arab Thought House.

5. Mai Abdel Ghani. (2018). *Quality Standards in Palestinian Satellite TV Sites*. Journal of Media Researcher, 10 (42), 33-46.
6. Manar Fathy Mohamed. (2011). *Website Design for Newspapers*. Cairo: Arab World House.
7. Mohamed Gharib, and Wajdi Helmi. (2019). *Media Research Methods: Theoretical and Practical Foundations*. Cairo: Egyptian Lebanese House.
8. Saad Salman al-Mashhadani. (2019). *Scientific Research Methodology*. Amman: Osama Publishing & Distribution House.
9. Shaimaa Zulfikar Zogheib. (2009). *Research Methods and Statistical Uses in Media Studies*. Cairo: Egyptian Lebanese House.
10. Tariq Bahauddin. (2009). *Digital Photography: Facts and Basics*. Al Ain: University Book House.
11. Yousef Al-Rifai Ahmad Farawila. (2011). *The relationship between the design of news sites and facilitated the use of the blind and their interaction with them*. Cairo: Faculty of Mass Communication, Cairo University.

توظيف شبكة «تويتر» في الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية ٢٠١٦

تغريدات المرشح الأمريكي دونالد ترمب « نموذجاً »
(دراسة تحليلية) وهو بحث مستقل من رسالة ماجستير

م . م . محمد حميد زامل

كلية العلوم السياحية - الجامعة المستنصرية - بغداد

د . كامل خورشيد مراد

استاذ مشارك - كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط - عمان

خلاصة البحث

هدفت هذه الدراسة الى الوقوف عن توظيف منصة التواصل الاجتماعي «تويتر» في الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية ٢٠١٦، من المرشح الجمهوري دونالد ترمب، وتحليل تغريداته عبر حسابه الشخصي في «تويتر» للمدة من ٢٠١٦/١٠/٨ - ٢٠١٦/١١/٨ التي تمثل الشهر الاخير من الحملة الانتخابية .

تنتمي الدراسة الى نوع الدراسات الوصفية باستخدام المنهج التحليلي عبر كشاف تحليل تضمن فئات فرعية واخرى ثانوية وقد اعتمد البحث الوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية (التغريدة) وحدة تحليل لهذا الغرض .

وتم التحقق من صدق الأداة عن طريق تعريف وحدات التحليل تعريفاً دقيقاً وعرض أداة التحليل على مجموعة من الخبراء لتحكيمها، وتم استخدام معادلة هولستي Holisti من أجل التحقق من ثبات أداة التحليل. و اظهرت النتائج ان مجال الانتخابات هو اكثر المجالات التي ركز عليها الرئيس ترمب ، وجاءت قضايا السياسة الداخلية في المرتبة الثانية ، فيما تصدر مضمون التشجيع على المشاركة في الانتخابات المضامين التي تناولتها التغريدات . وجاءت الاتهامات بالفساد التي وجهها ترمب لمنافسته الديمقراطية هيلاري كلينتون بالمرتبة الثانية ضمن فئة المضامين. اما فيما يتعلق بالجهات المستهدفة، فقد اظهرت الدراسة ان الناخبين الأمريكيين هم الفئة الأكثر استهدافا لتلنها شخصية هيلاري كلينتون. وفي فئة الأساليب فقد ظهر ان أسلوب التشجيع هو الأكثر استخداما ثم تلاه اسلوب الانتقاد، اما وسائل الدعم فقد تم ملاحظة ان اكثرها استخداما كانت الصورة ثم رابط المواقع الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: شبكة تويتر، الحملات الانتخابية، الانتخابات الأمريكية، دونالد ترمب .

EMPLOYING TWITTER IN THE U.S. PRESIDENTIAL ELECTION CAMPAIGN IN 2016: U.S. PRESIDENTIAL CANDIDATE DONALD TRUMP'S TWEETS AS A "MODEL"

(Analytical Study)

(A Research Drawn from a Master's Thesis)

Assistant Lecturer, Muhammad Hamid Zamil,

College of Tourism Science, Al-Mustansiriyah University, Baghdad.

Dr. Kamel Khurshid Murad,

College of Media, Middle East University, Amman.

Abstract

This study aimed to identify the employment of the social networking platform «Twitter» in the 2016 presidential campaign led by the Republican candidate, Donald Trump; and analyse his tweets through his personal account on «Twitter» for the period from: 10/ 8/2016 to: 11/ 8/2016 which represents the last month of the election campaign.

*The study belongs to the type of **descriptive studies** using the **analytical method** through an analysis index that includes sub-categories and other secondary categories. The research has adopted the ordinary unit of information material (tweet) as an analysis unit for this purpose.*

The validity of the tool was verified by a precise definition of the units of analysis and the analysis tool was presented to a group of experts for arbitration. The Holistic Equation was, in addition, used to verify the reliability of the analysis tool.

*The results showed that the field of elections is the most focused area on which President Trump focused. The domestic policy issues came second, while the content of encouraging participation in the elections came out the contents covered by the tweets. Accusations of corruption by Trump against his Democratic opponent, Hillary Clinton, came **second** in the category of contents.*

*As for the targeted parties, the study showed that the American voters are the most targeted group followed by the personality of Hillary Clinton. In the category of techniques, it appeared that the **technique of encouragement** is the most used. Then, it was followed by the technique of **criticism**. As for the means of support, it was noted that the most used was the **image**, then the **websites link**.*

Key words: - Twitter; Election Campaigns; US Elections; Donald Trump.

المقدمة introduction

مع ظهور التكنولوجيا الحديثة للاتصال وبرزها الانترنت، احتدم النقاش حول التأثير المتنامي لهذه الوسيلة من جهة، والإعلام من جهة أخرى، إذ إن الانترنت وسيلة اتصال جماهيرية تفاعلية اكتسحت فضاء واسعاً على المستويات كلها حتى أصبحت أقوى فاعل في تحريك وبناء العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والانسانية قاطبة، وادى توسعها الى احتدام النقاش حول مميزاتها وتداعياتها السلبية من حيث الاستخدام والتأثير والتطبيق، سواء من جهة المتلقي أو المرسل، وكذلك لوظائفها وادوارها في ممارسة الأنشطة الإعلامية والاتصالية، فقد اسهمت في بروز مفاهيم جديدة مؤسسة لعهد جديد هو عهد الإلكترونيات والمعلومات وتكنولوجيا الوسائط المتعددة التي كانت «التفاعلية» أبرز سماتها، (أبو زيد، ٢٠١٥، ص ٤٤). في العام ٢٠٠٨ أصبح الانترنت وسيلة لا غنى عنها للتواصل بين الناخبين من جهة، ومع الحملات الانتخابية من جهة أخرى، إذ أنشأ كلا المرشحين انذاك مواقع لهم على الانترنت، واستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي مثل «Faecboo» و «YouTube» لنشر الخطب السياسية والدعايات الانتخابية من دون أجر، ومثلما حدث في العام ٢٠٠٨، حرص المرشحون للرئاسة الأمريكية في العام ٢٠١٦، على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف للتواصل مع ناخبهم وعرض برامجهم الانتخابية، والافادة من الميزات التي تقدمها تلك المنصات كالتفاعلية والبلث المباشر وامكانية نشر الروابط والصور بعدها وسائل دعم لبيان وجهات نظرهم وشرح القضايا التي تهم الرأي العام، والرد على منافسيهم الآخرين، (العبود، ٢٠١٧).

يتناول هذا البحث ظاهرة توظيف شبكة تويتر -بوصفها احدى منصات التواصل الاجتماعي- في الحملة الانتخابية للمرشح الأمريكي دونالد ترمب، وكيف تمت الاستفادة من مميزاتها في محاولة كسب الناخبين عن طريق الرسائل التي ضمنها دونالد ترمب في تغريداته عبر حسابه الشخصي في تويتر، اثناء حملته الانتخابية.

وأظهرت نتائج بعض الدراسات الإعلامية العلمية مثل (دراسة أبوزيد، ٢٠١٣)، ودراسة (حفيظي، ٢٠١٢)، ان أغلب قادة ورؤساء العالم أو المرشحين في الانتخابات الرئاسية يلجؤون في حملاتهم الى منصات التواصل الاجتماعي في مخاطبة جمهورهم، وتسويق برامجهم الانتخابية.

وبالعودة إلى انتخابات الرئاسة الأمريكية عام ٢٠٠٨، والتي أفضت الى فوز الرئيس الأمريكي السابق باراك اوباما يلاحظ ان الحملة الانتخابية للرئيس السابق استندت بدرجة كبيرة الى شبكة فيس بوك أداة لإقناع الجمهور. وفيم يخص حملة الرئيس الأمريكي دونالد ترمب الذي كان مرشحا جمهوريا للانتخابات، لاحظ المتابعون مدى اعتماد إدارة حملته على شبكة «تويتر» بشكل لافت أثناء خوض الرئيس للانتخابات الرئاسية في أواخر عام ٢٠١٦.

ومن هنا تأتي مشكلة الدراسة المتمثلة بالسؤال الرئيس وهو: كيف تم توظيف شبكة «تويتر» عبر الحساب الشخصي للرئيس الأمريكي دونالد ترمب لخوض سباق الرئاسة والوصول بالنهاية الى كرسي الحكم؟.

أهداف البحث: research goals

يرمي البحث الى معرفة دور شبكة «تويتر» في إدارة الحملة الانتخابية للرئيس الأمريكي دونالد ترامب في انتخابات العام ٢٠١٦، و تحديد المجالات التي تناولتها تغريداته عبر حسابه الشخصي في «تويتر» ومضامين هذه التغريدات والاساليب المتبعة والفئات المستهدفة .

أهمية البحث : research importance

تكمن أهمية البحث في تناوله قضية اثار اهتمام الجمهور ، فلم يكن دفاع الرئيس الامريكى دونالد ترامب، - في لقائه مع محطة فوكس نيوز الامريكية بتاريخ ١٦ اذار من العام ٢٠١٧ - عن استخدامه المنظم لشبكة «تويتر»، الا دليلا على الاهمية التي أدركها، اثناء حملته الانتخابية وايضا لما بعدها في استخدام «تويتر» في حملته ، فجاء في رده : «لولا تويتر لما كنت هنا على ما أظن». وأضاف: «أعرض إلى حد كبير لتغطية إعلامية غير نزيهة، وعندما أقول أموراً لا تغطيها الصحافة بالشكل الصحيح، الا ان تويتر وسيلة ممتازة بالنسبة لي لأنني قادر على تمرير رسالتي».

أسئلة البحث: Research questions

يتمثل السؤال الرئيس للدراسة بالآتي «كيف تم استخدام شبكة تويتر في إدارة الحملة الانتخابية للرئيس الأمريكي دونالد ترامب ٢٠١٦»؟. وتتفرع من السؤال الرئيس اسئلة فرعية هي:

١. ما المجالات التي تضمنتها تغريدات المرشح الامريكى دونالد ترامب؟.
٢. ما المضامين التي تضمنتها تغريدات المرشح الامريكى دونالد ترامب؟
٣. ما الفئات التي استهدفتها تغريدات المرشح الامريكى دونالد ترامب عبر شبكة تويتر؟.
٤. ما الاساليب التي استخدمها المرشح الامريكى دونالد ترامب في تغريداته؟
٥. ما وسائل الدعم والمرفقات التي ارفقها المرشح الامريكى دونالد ترامب في تغريداته؟.

حدود البحث ومحدداته: (The Limitations)

تتمثل حدود البحث في التغريدات التي نشرها المرشح الأمريكي دونالد ترامب عبر حسابه الشخصي على شبكة «تويتر» للمدة من (٨/١٠/٢٠١٦ - ٨/١١/٢٠١٦)، وهي الشهر الاخير من حملته الانتخابية، وتكمن محددات البحث في العوامل التي تحد من تعميم نتائجها على مجتمع البحث نفسه.

مصطلحات البحث: Search terms

- **التوظيف لغة:** التوظيف؛ الإلزام، وظف الشيء على نفسه توظيفا، أي ألزمه إياه إلزاما، ويقال استوظف: استوعب ذلك كله. (ابن منظور، ٢٠٠٣، ص٩٤٩)، وفي القاموس المحيط يعني التوظيف على أنه الوظيفة والمؤازرة والملازمة (الفيروز ابادي، ٢٠٠٥، ص٣٠٥).

- **اصطلاحاً:** تعني مفردة التوظيف كل ما يعنيه الفعل وظف، وهي تدل على تقدير شيء، يقال وظفت له، أي قدرت له شيئاً. (ابن زكريا، ١٩٧٩، ص ١٢٢).
- **إجرائياً:** يعرف التوظيف بأنه «استخدام أو استثمار شيء ما، بكل قدراته، وصوره، والياته، لتحقيق هدف الفرد أو المنظمة. وبالتالي فتوظيف شبكة تويتر: يعني استثمار هذه الشبكة بما تتيحه من الية تواصل ومساحة لعرض محتوى حرفي وصوري وتعبيري لمخاطبة جمهور معين أو التعبير عن موقف معين بغرض الاقناع او كسب التأييد.

التغريدات: Tweets

جمع تغريدة وهي تسمية تطلق على ما ينشر من رسائل اتصالية في شبكة التواصل الاجتماعي «تويتر»، إذ يبلغ الحد الأقصى لها ١٤٠ حرفاً، الا ان ادارة الموقع عملت في الـ ٢٧ من أيلول ٢٠١٧ على تحديث المنصة لتسمح بنشر ٢٠٨ حرفاً.

- **إجرائياً:** التغريدات جميعاً التي صدرت عن المرشح الامريكي دونالد ترمب عبر حسابه الشخصي على شبكة تويتر.
- **الحملة الانتخابية:** لغة: ان مفهوم الحملة الانتخابية لغة مركب من كلمتين الحملة والانتخابية، فالحملة كما جاء في لسان العرب لأبن منظور تعني ما يأتي: «حَمَلَ» قوله «حَمَلَ عَلَيْهِ فِي الْحَرْبِ»، وَحَمَلَ عَلَيْهِ حَمْلَةً «منكرة وشدة منكرة» وَحَمَلْتُ عَلَى بَنِي فُلَانٍ، أَي: أَرَشْتُ بَيْنَهُمْ. (أبن منظور، م ٤، ١٩٥٦، ص ١٨١)، ولذلك عرفت عند العرب بمعنى الهجوم والشدة.
- أما كلمة «انتخابية» فهي مشتقة من «انتخاب» والتي تكون لرئيس أو أعضاء يفوضون عن طريق مبايعة او عن طريق ترتيب قانوني.

أما الحملة الانتخابية فهي «مجموعة من الأنشطة لمختلف الأشخاص أو الاحزاب، وفق استراتيجية محددة مسبقاً، بغرض التأثير على الناخبين وإقناعهم بضرورة التصويت على الفكرة، وتجري محاولة التأثير في مدة زمنية محددة قانوناً»، (باديس وغالية، ٢٠١٧، ص ٥١).

- **إجرائياً:** يمكن تعريف الحملات الانتخابية بأنها «الأنشطة الاتصالية المخططة والمنظمة للمرشح الجمهوري دونالد ترمب، التي تم عرضها على الجمهور الناخب من خلال شبكة تويتر، بغرض كسب أكبر عدد من الأصوات المؤيدة لبرنامج المطروح ومنحه أصوات الناخبين، وكذلك الرد على حملة منافسته الديمقراطية هيلاري كلينتون».

- **الدعاية الانتخابية:** أنشطة الاتصال كافة التي ترمي إلى تدعيم الثقة في الحزب أو المرشحين السياسيين بشأن حالة إنتخابية معينة وإمداد جمهور الناخبين بالمعلومات محاولة منها التأثير بكل الوسائل والإمكانات والأساليب المتاحة وجميع قنوات الاتصال والإقناع بهدف الفوز في الانتخابات أو زيادة مؤيدي الحزب ومرشحيه وإبراز صورته أمام الناخبين (العالم، ٢٠٠٥).

- **اجرائيا:** تعرف الدعاية الانتخابية لأغراض هذه الدراسة بانها أنشطة الاتصال كافة التي ترمي إلى تدعيم الثقة المرشح الجمهورية للرئاسة الأمريكية دونالد ترمب وإمداد جمهور الناخبين بالمعلومات في محاولة للتأثير عليه بكافة الوسائل والإمكانات والأساليب المتاحة وجميع قنوات الاتصال والإقناع بهدف الفوز في الانتخابات.

الأدب النظري والدراسات السابقة: (Previous Studies)

تعد نظرية «وضع الأجندة» أو «ترتيب الأولويات»، Agenda Setting Theory من بين أبرز نظريات الاتصال التي اقتصت بمجال دراسة التأثير المعتدل لوسائل الاتصال والتي ترى أن لوسائل الاتصال تأثيراً كبيراً في ظل ظروف معينة لاسيما في الانتخابات الرئاسية.

وهنا ترتأي الدراسة توظيف مبادئ نظرية الأجندة في هذه الدراسة انطلاقاً من الاعتبارات الآتية:

١. من اجل تفسير العلاقة القائمة بين وسائل الإعلام الحديثة - الإنترنت - والجمهور الأمريكي في مجال الاتصال السياسي أثناء مدة الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠١٦ م، وكيف سعى المرشح الجمهوري دونالد ترمب ومخطوط حملته الانتخابية الالكترونية لتوظيف الانترنت عبر الشبكات الاجتماعية، وتحديد «تويتر» في وضع أجندة الجمهور الناخب، كمتلقٍ ايجابي من خلال تحديد الأهداف والسياسات والمعلومات الخاصة بالمرشح، من منطلق قيام وسائل الإعلام والاتصال بوضع أجندة قضايا الجمهور بحسب درجة أهميتها لديه - الجمهور - بهدف إعلامه وزيادة وعيه وإدراكه للقضايا والاتجاهات المختلفة التي تحدد سلوكه في الأخير وتشكله.
٢. وهذا ما لاحظته الباحث لاسيما أثناء مراحل الحملات الانتخابية، فقد سعى كل حزب لأن يضع مجموعة من الأهداف والموضوعات التي تدعم جانبه السياسي وتزيد تركيز الجمهور وإدراكه تلك الأهداف ويجعلها بطريقة غير مباشرة ضمن أهم أولوياته، وهذا الجانب تعزز بفضل شبكة الانترنت وخدماتها المباشرة والفورية والسريعة والفعالة في توصيل هذه الأهداف والقضايا.
٣. إن دراسات وضع الأجندة (علاقة التأثير المتبادل بين أولويات قضايا الإعلام وأولويات قضايا الرأي العام والسياسة العامة) تشغل الحيز الأكبر من اهتمام الباحثين الأكاديميين منذ البدايات الأولى لهذه النوعية من الدراسات وذلك على يد الباحثين دونالد شو «Donald Show»، وماكسويل ماكومبس «Maxwell McCombs»، صاحب أول دراسة منشورة عن وضع الأجندة عام ٢١٩٧م، (بسيوني، ٢٠٠٨، ص ١٧١).
٤. إن وسائل الإعلام هي التي تحدد وتضع القضايا التي تلقى اهتماما لديهم وتثبتها، علو فوق أجندتها الإعلامية وأغراضها الاتصالية، وتضعها الدرجة نفسها ضمن اهتمامات الجمهور المتلقي وذلك على وفق مستويات تدريجية لتأثير تلك الرسائل على الجمهور، وذلك بهدف خلق نوع من التوافق والتوازن بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، ومنه تحقيق توازن الرأي العام داخل النظام الاجتماعي (العبد لله، ٢٠٠٦، ص ٢٨٤).

أما نظرية الاستخدامات والإشاعات Theory Uses And Gratifications .

فيعود الاهتمام بها الى أربعينيات القرن العشرين الماضي، مثل أعمال بيرلسون وستاتون ولزرسفيلد «Berison&Staton&Lazarsfield» وبعدها أعمال ريليز «Rileys» وفريدسون «Freidson» وماك كوبي «Mac Coby» وظهرت في الستينيات أعمال شرام «Schramm» ولایل «Lyle» وباركر «Parker» في الاتجاه نفسه ، ويقدم نموذج الاستعمال والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد بأن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.

ويرى النموذج أن الأفراد يوظفون بفعالية مضامين الرسائل الاتصالية بدلا من أن يتصرفوا سلبيا تجاهها، ومن ثم فإن هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والاتصالية والتأثير في الجمهور، ويفترض بدلا من ذلك أن الجمهور يستخدم الرسائل لأشياء كثيرة، وتلك الاستخدامات تكون عوامل وسيطة ومتغيرات متداخلة في مصطلح مناهج البحث في عملية التأثير». أن منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على أربعة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النموذج الآتي: (حجاب، ٢٠١٠، ص ٩٩٢).

١. ان أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ، ويستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

٢. يُعَبَّر استخدام وسائل الإعلام عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في ذلك عوامل (الفروض الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد).

٣. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإعلام ، وليست وسائل الإعلام هي التي تستخدم الأفراد.

٤. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، ومن ثم يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

وتمتاز نظرية الاستخدامات والإشباع بعدد من العناصر التي توضح أبعاد هذه النظرية وتفسرها، وهذه العناصر هي (الجمهور النشط، الأصول الاجتماعية والنفسية للإشاعات، دوافع الجمهور وحاجاته، التعرض لوسائل الإعلام، الإشباع الناتجة عن التعرض، دوافع الجمهور للتعرض، توقعات الجمهور من وسائل الاعلام)، (مراد، ٢٠١١، ص ١٤١-١٤٢):

عند الرجوع الى الخصائص الأساسية التي تمتاز بها شبكات التواصل الاجتماعي نجدها تدعم بشكل كبير الأفكار الأساسية التي تركز عليها نظرية الاستخدامات والإشباع (الفتلاوي، ٢٠١٥، ص ١١٣).

وهناك ما يعرف بنظرية ثراء الوسيلة Media Richness Theory التي تستند الى نظرية المعلومات التي يعود تاريخها إلى العام ١٩٧٧م ومؤسسها جالبرت «Galbraith» وتقوم هذه النظرية على قياس الاستجابة المباشرة والسريعة وتأثيراتها في الأفراد، وذلك عن طريق استخدام وسائل إعلام جديدة وثرية لتحقيق أهداف القائم بالاتصال. نظرا الى أن مرحلة بث الرسالة

الإعلامية أثناء مراحل الحملات الانتخابية تكون جدا محرجة، إذ يكون الأفراد المستهدفون مُعدون فعلاً للقيام بالفعل أو الاستجابة المستهدفة والمخططة لها بالنظر إلى درجة قوة وثرء الوسيلة المستخدمة وثرئها في توصيل هذه الرسالة. وهذا ما يتميز به الإنترنت بعه وسيلة اتصالية جديدة وثرية ومتكاملة في مجال الإعلام والسياسة في الوقت نفسه (Baran&Dennis 2015, p 303).

• ويقصد بالثراء: هو قدرة الوسيلة الاتصالية على تحقيق التفاعل الفوري والمباشر مع الجمهور ولذلك فان الوسائل الاتصالية مثل البريد الالكتروني، المدونات، الشبكات الاجتماعية وغيرها يمكن أن تكون أكثر ثراء في نقل الرسالة من المرشح إلى الناخب، وذلك لتوفر رجع الصدى الفوري والمباشر فضلاً عن الطبيعة التفاعلية للإنترنت واستخدام اللغة الطبيعية. إذ يعتمد ثراء الوسيلة على أربعة معايير وهي: الاستجابة، وتعدد الأدوار، وتنوع اللغة، والتركيز الشخصي أو الاهتمام وكلما تمتعت الوسيلة بهذه المعايير، تكون أكثر ثراءً. وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما:

الفرض الأول: إن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرًا كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم عن طريقها وتستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الآخر: هناك أربعة معايير هي أساس لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، فضلاً عن التركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية، (الراوي، ٢٠١٢).

شبكات التواصل الاجتماعي في العالم المعاصر :

في بداية العام ٢٠٠٥ ظهر موقع بلغت عدد مشاهداته أكثر من غوغل (وهو موقع ماي سبيس) الأميركي الشهير ويعد من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكثرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير الفيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي عام ٢٠٠٤ مع (ماي سبيس) حتى قام الفيس بوك عام ٢٠٠٧ بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدميه بشكل كبير. (زوانه، ٢٠١٥، ص ٢٥ - ٢٦). وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت (Facebook, Twitter)، من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها فعالية وشعبية، وبالرغم ان هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي عبر تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية، وكذلك الدعوة إلى حضور الندوات والتظاهر (عوض، ٢٠١١، ص ٤).

ومن بين أهم شبكات التواصل الاجتماعي المعاصرة اليوم شبكة الفيس بوك (Facebook) التي هي شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديرها شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم أيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات

المتحدة الأمريكية الى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي تعده وسيلة للتعرف اليهم.

اما شبكة تويتر (Twitter)، موضوع الدراسة الحالية ، فهي شبكة اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغر، والتي تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات Tweets بحد أقصى ١٤٠ حرف للرسالة، -رفع هذا العدد الى ٢٨٠ حرفاً في أيلول من العام ٢٠١٧ - وذلك عن طريق الموقع أو عن طريق رسالة نصية قصيرة أو برامج المحادثة الفورية، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم، ويمكن قراءتها في صفحاتهم الرئيسية أو من ملف المستخدم الشخصي. وأنشأ المبرمج ورجل الأعمال الأميركي جاك دورسي تويتر يوم ٢١ آذار ٢٠٠٦، بمدينة سان فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا، بمساهمة إيفان ويليامز ونوح غلاسوبيز ستون، إذ انطلق في البداية مشروعاً بحثياً من شركة «أوديو» الأميركية، وظل استعماله محصوراً بين موظفي الشركة قبل أن يتم إطلاقه رسمياً الى الجمهور في تشرين الأول من العام نفسه، (الدليمي ٢٠١٨، ص ٩٦).

وهناك شبكة اليوتيوب (YouTube) نشأت فكرة تأسيس (YouTube) عندما كان ثلاثة أصدقاء في حفلة، والنقطة مقاطع فيديو أرادوا أن ينشروها بين زملائهم، ولم يستطيعوا ارسالها عبر البريد الإلكتروني، لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة من هنا بدأت تتبلور فكرة تأسيس موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الإنترنت. وتقوم فكرة الموقع الذي تأسس في العام ٢٠٠٥ على امكانية اتاحة خدمة تبادل الفيديو التي تسمح للمستخدمين بتحميل الملفات المتوفرة على الإنترنت، سواء أكانت إعلامية أم للتسلية أم شخصية، ويستطيع أي شخص في الوقت نفسه أن ينشر ما يريد باستثناء المحتوى المسيء أو غير القانوني، فضلاً عن خدمة النشر التي يتيحها الموقع فإنه يسمح للمستخدم بإعادة نشر ما ينشروه الأصدقاء، والبحث عن المحتوى بحسب الكلمة أو الفئة ويرتبط اليوتيوب بمواقع وتطبيقات عدة (الرعود، ٢٠١٢، ص ٤٤).

التسويق السياسي والحملات الانتخابية:

يعد مصطلح التسويق، مصطلحاً شائعاً في حياتنا اليومية، لاسيما أننا أصبحنا ضمن عالم يميل الى فلسفة التسويق في كل شيء بسيطاً كان أو معقداً، فلم يعد التسويق مختصراً على التجارة والاقتصاد بل تطور أكثر واتسعت ميادينه لتشمل مجالات شتى، أصبح من أبرزها حالياً المجال السياسي، أي دخول التسويق عالم السياسة، ليطلق عليه تسمية التسويق السياسي.

ويعرف التسويق السياسي بأنه «نشاط بشري قائم على التبادل، قد يتم على مستوى مؤسسي او شخصي، ويعتمد على التخطيط بمعنى تحديد الأهداف واستراتيجية العمل والتنظيم وتوزيع الادوار والمهام ومتابعة الأداء وتقييمه على خلفية الاهداف المحددة سلفاً، وتحديد المدى الذي تحقق منها للتحرك قدما نحو تحديد الاهداف مجددا واستراتيجيات العمل في حلقات متتالية (القصبي، ٢٠٠٧، ص ١٠٦). ومن اهداف التسويق السياسي تحقيق الاقناع والذي يمكن تعريفه بأنه «اتصال مخطط يستهدف التأثير في الاختيارات، فهو عملية تحفيز فرد أو أكثر باستخدام المعلومات، العلل، المؤثرات الوجدانية، نحو تغيير المعتقدات والميول والأفكار والسلوك (حبيب، ٢٠٠٩، ص ٢٠).

الوظائف التي يؤديها الإعلام الجديد في إدارة الحملات الانتخابية:

- **الوظيفة الإخبارية:** وتكوين الصورة الذهنية عن المرشحين: وتتمثل أولى هذه المزايا النسبية التي تعطىها شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الحملات الانتخابية والمواقع الإلكترونية، في التعريف بالمرشح أو الحزب، إذ قامت الشبكات الاجتماعية بدور بطاقات التعارف التي تقدم نبذة عن السيرة الذاتية للمرشح، وتعليمه، والوظائف التي تقلدها. فضلاً عن نشر تلك المواقع معلومات شخصية عن المرشح والتي تساهم في كسر الحاجز النفسي بين المرشحين والناخبين، وهناك أمثلة عديدة على محاولات كسر المرشحين السياسيين لهذا الحاجز النفسي، فقيام بيل كلينتون بالعزف على إحدى الآلات الموسيقية في إحدى البرامج الترفيهية ما هو إلا محاولة لمخاطبة وجدان المواطن الأمريكي.

<https://www.youtube.com/watch?v=Alv7N6Ynm1Y> Bill Clinton Plays the Blues", Youtube, (90")

وأن صفحة الفيس بوك لرئيس الوزراء الروسي بوتن يظهر فيها حبه لرياضة «الجودو» وعشقه «لركوب الدراجات النارية» وممارسته للسباحة.

<https://www.facebook.com/pages/Putin-Vladimir/27275371642>

- **الوظيفة الاتصالية:** وتتمثل في التفاعل مع الناخبين، وهي إحدى المميزات التي وفرها الإعلام الجديد وتم استخدامها في الحملات الانتخابية، فلم يعد الناخب متلقياً للمعلومات والرسائل الانتخابية فحسب، بل مكنه الإعلام الجديد من التعبير عن آرائه وتوصيل صوته الى المرشحين في القضايا المثارة في حملته الانتخابية، فقد ساعد الإنترنت في إجراء دراسات واستطلاعات رأي كيفية وكمية كانت تستغرق وقتاً طويلاً، وبعد أن كان المرشح يعرف رأي الناخب بعد نتائج التصويت في الانتخابات، مكنه الإعلام الجديد من التعرف عن هذا الرأي قبل الانتخابات مما ساعد المرشح على تعديل استراتيجيات حملته الانتخابية في التعامل مع ناخبيه وتغييرها.

- **الوظيفة التعبوية:** لم يقتصر دور الإعلام الجديد على الوظائف السابقة، بل برزت وظيفة أخرى، هي الوظيفة التعبوية للناخبين من أجل دعم المرشح، فتم تحويلهم من ناخبين محايدين يقتصر دورهم فقط على الإدلاء بأصواتهم في العملية الانتخابية، إلى فاعلين أساسيين في الحملة الانتخابية عن طريق التبرع بالوقت والجهد، مستفيدين بما تتيحه هذه المواقع من إمكانية تصميم مجموعات وبناء تجمعات محلية عبر وصلات فرعية لموقع المرشح على الشبكة الدولية، وتدشين فعاليات على تلك المواقع وتنفيذها على أرض الواقع.

- **توظيف الإعلام الجديد في الحفاظ على جسور الثقة بين المرشح والناخبين أو في توظيفها أداة لمواجهة الحملات المضادة:** قال (جوستن ليفي yvel .R nitsuj) في كتابه (فيسبوك). تعلم كيف تصمم حملتك التسويقية القادمة)، «انا لا افهم لماذا تقاوم بعض الشركات استخدام الفيسبوك لأسباب تجارية، كون الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي يعد بمثابة صيد سمكة من بركة ماء تعج بنحو ٠٠٨ ألف سمكة جديدة يوميا، إذ إن الشكل الظاهري لشبكات التواصل الاجتماعي

هي شبكات شخصية، إلا أن تدافع الشركات في ان يكون لها حضور على شبكة اجتماعية تعج بالمستخدمين لتسويق أنشطتها التجارية والترويج الإعلاني عن تلك الأنشطة بين عكس ذلك تماما.

وبالنظر لسرعة انتشار شبكات التواصل الاجتماعي وزيادة اعداد مستخدميها وتنوع فئات المستخدمين، ازدادت أهمية تلك الشبكات للمعلنين بشكل كبير، فضلاً عن ان مواقع التواصل الاجتماعي تذهب الى امور أبعد وأكثر دقة للمعلن على العكس من الكثير من الوسائل الإعلانية التقليدية، فقد أتاحت المواقع مجموعة من المعايير التي تسهل على مخططي الحملة الاعلانية ومصمميها اتباعها لتحديد الجمهور واستهدافه. ووضحت دراسة أجراها مايكل ستيلنزر Michel A. Stelzner عام ٢٠١٤ مؤسس موقع Social Media Examiner وهو موقع يعنى بفحص وتقييم اكثر من ٢٥٠٠٠٠ حساب على مواقع التواصل الاجتماعي لرجال الأعمال، ان اكثر من ٩٢٪ من المبحوثين (رجال أعمال او اصحاب الشركات) يشيرون الى ان مواقع التواصل الاجتماعي عالية الأهمية لاعمالهم وشركاتهم، وهذا المؤشر ارتفع منذ العام ٢٠١٣ إذ اوضحت دراسة مشابهة أجراها ستيلنزر ان ٨٦٪ فقط من المبحوثين كانوا يعتقدون بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي بأنشطتهم في عالم الاعمال، (أبو زيد، ٢٠١٥). ومواقع التواصل كثيرة جدا وفي تزايد ملحوظ وتتنوع خدماتها وتختلف من نوع الى اخر منها (فيسبوك ولينكدان ويوتيوب وتويتر والكثير الكثير)، وهنا سنسلط الضوء على منصة تويتر إذ إن الدراسة تتناول تحديدا توظيف هذه المنصة في الانتخابات الأمريكية ٢٠١٦.

ازدادت الأهمية الإعلانية لتويتر منذ العام ٢٠٠٩ بسبب تداوله السريع بين الناس (فتشير بعض الدراسات التي أجريت في أميركا الى ان كلمة تغريدة tweet أصبحت الكلمة الأكثر تداولاً لعام ٢٠٠٩)، وهذا ما جعل الكثير من المعلنين يتجهون نحو هذه الشبكة لنشر اعلاناتهم، فضلا عن أن المحللين من أنصار الإعلان على مواقع التواصل الاجتماعي يقولون ان الاشخاص الذين يمشون كثيرا من الوقت في تصفح الشبكات الاجتماعية، يمكن استهدافهم بشكل فعال وذو أثر إيجابي عن طريق خلق منصات إعلانية تفاعلية وفعالة كتويتر.

الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016

جرت الانتخابات الرئاسية الأمريكية يوم الثلاثاء الموافق الثامن من تشرين الثاني ٢٠١٦، وهي الانتخابات رقم ٥٨ لانتخاب الرئيس الـ ٤٥، ونائب الرئيس الـ ٤٨ للولايات المتحدة. وقد سبقها سلسلة من الانتخابات التمهيديّة امتدت من شباط ولغاية حزيران من العام الانتخابي ٢٠١٦، ومن ثم تلاها مؤتمر التسمية لكل من الحزبين الديمقراطي والجمهوري. جرت أحداث مؤتمر التسمية للحزب الديمقراطي في مركز ويلز فارغو في مدينة فيلادلفيا - بنسلفانيا ما بين الخامس والعشرين والثامن والعشرين من تموز للعام ٢٠١٦، وسميت عضو مجلس الشيوخ السابقة عن ولاية نيويورك هيلاري كلينتون مرشحة للحزب الديمقراطي في السادس والعشرين من تموز ٢٠١٦ لتصبح أول امرأة يسميها أحد الحزبين الكبيرين لمنصب رئيس الولايات المتحدة، أما الحزب الجمهوري فقد عقد مؤتمره بين الثامن عشر والحادي والعشرين من تموز ٢٠١٦ في كليفلاند - أوهايو، وفاز المرشح دونالد ترامب بالتسمية لمنصب الرئيس في التاسع عشر من تموز بعد ان هزم عضو مجلس الشيوخ عن تكساس تيد كروز،

وحاكم أوهايو جون كاسيتش، وعضو مجلس الشيوخ ماركو روبيو عن فلوريدا وغيرهم من المرشحين، وسمي مايك بنس لمنصب نائب الرئيس (العبود، ٢٠١٧ ص ٢٠٩).

الدراسات السابقة: (Previous Studies)

- **دراسة عياد (٢٠٠٩):** استخدام الأنترنت وسيلة اتصال في حملات التسويق السياسي -دراسة على حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية -٢٠٠٨ م. هدفت الدراسة الى تحليل وتوصيف الكيفية التي استخدم بها كل من المرشح الجمهوري جون ماكين والمرشح الديمقراطي باراك أوباما، الأنترنت في حملتيهما وكذلك اهم الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمها كل منهما واهم التكتيكات التسويقية التي ركز عليها كل مرشح في حملته الانتخابية ومدى اتفاقها مع الموقف السياسي للحزب الذي يمثله كل مرشح وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة منها ان الأنترنت كان وسيلة اتصال مهمة في حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ٢٠٠٨ في تقديم المعلومات والأخبار عن كلا المرشحين، وأنشطتهما وجدول فعاليتهما، وتاريخهما، وشرح رؤياهما للقضايا المختلفة. ومن النتائج الأخرى أنه أمكن لمخططي الحملات الانتخابية لكلا المرشحين استخدام الأنترنت في تطبيق استراتيجيات الاتصال المختلفة، وخصوصا استراتيجيتي الإعلام والحوار. وكانت حملة أوباما أكثر تميز في تطبيق استراتيجيتي الإقناع وبناء الإجماع. وقد كانت إمكانيات الأنترنت مهمة في تحقيق درجة عالية من الحوار بين مخططي حملة كل مرشح وناخبيه، سواء من خلال الحديث المباشر عبر الأنترنت أو من خلال إبداء الرأي والتعليق، أو من خلال التواصل عبر البريد الإلكتروني وكان هناك تناقض بين الموقف السياسية لكل مرشح والتكتيكات الاتصالية للحملة، فلاحظ أن حملة باراك أوباما الذي يمثل الحزب الديمقراطي الموجود فعليا في المعارضة اعتمدت علي استراتيجيات دفاعية أكثر من انها جومية في حين أن الحزب المعارض عادة ما يعتمد استراتيجيات هجومية.
- **دراسة أبو زيد (٢٠١٣):** الإعلام الجديد و إدارة الحملات الانتخابية : دراسة حالة الحملة الانتخابية الرئاسية للرئيس الأمريكي باراك أوباما- ٢٠٠٨م.هدفت الدراسة الى التعرف على دور الإعلام الجديد في إدارة الحملة الانتخابية للرئيس الامريكي باراك اوباما للعام ٢٠٠٨، من خلال اعتمادها على المنهج التحليلي لنشاطات الحملة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة. وكانت من أهم نتائج الدراسة أن الإعلام الجديد ساهم في إعادة تعريف المجال العام وفقاً «لمفهوم هابرماس» حيث لم يعد المجال العام محصورا في النوادي أو المقاهي والمننديات العامة بل انتقلت هذه الأماكن والكيانات المادية إلى صيغة افتراضية تطرح نفس القضايا والموضوعات. وتمكن كل راغب من التعبير عن رأيه وأفكاره دون المرور عن طريق سلطة فوقية. هذا المجال العام ديمقراطي يمكن الأفراد من التعبير عن آرائهم للأخرين، وفي الوقت نفسه يقوم الطرف الآخر بالرد على ما يطرح من آراء وأفكار ، بمعنى أن يكون هناك طبيعة تبادلية.
- **دراسة Lei (٢٠١٥):** التغريد للجمهور: دراسة استخدام الصحفيين والإعلاميين لشبكة تويتر، واتجاهاتهم نحو تغريدات المجتمع، وعلاقتهم مع الجمهور.

- *Twitter for the Audience: A Study of the Use of Twitter Network by Journalists and Media Professionals and Their Attitudes toward the Community Tweets, and Their Relationship with Public*

هدفت الدراسة الى قياس اتجاهات الصحفيين والإعلاميين في كوريا الجنوبية نحو الجمهور وعلاقتهم بالعامه من خلال تويتر وأهم أنشطتهم على الشبكة، خصوصا في صناعة الاخبار وكتابة العناوين الرئيسية وكيفية استفادتهم من تغريدات الجمهور في صياغة عناوين إخبارية مهم، واعتمدت الدراسة المنهجي المسحي من خلال استبانة تم توزيعها على ١٦٣ اعلاميا يمثلون ٩ صحف محلية. وكانت من اهم نتائج الدراسة أن الصحفيون الكوريون يستخدمون تويتر بنشاط وفعالية في عالم الاخبار والقصص، بالإضافة الى أنهم يتفهمون الفائدة من تغريدات الجمهور. كما أظهرت النتائج بأن الصحفيين يستخدمون تويتر مع الجمهور من أجل عملهم المهني، وأن آراء الناس على تويتر يمكن دمجها في قصص الأخبار من خلال التفاعل بين الصحفيين والجمهور في فضاء الموقع، وجاءت تغريدات الجمهور مفيدة ومؤثرة بصفة عامة للصحفيين، فقد ادلى ما يزيد عن ٣٠٪ منهم بأن تغريدات الجمهور في تويتر مؤثرة في الرأي العام وتعكسه بصراحة.

ما يميز هذه الدراسة هي انها تتناول تحليل مضمون الرسالة الإعلامية في منصة التواصل الاجتماعي «تويتر»، حيث ان اغلب الدراسات السابقة تناولت تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور او ما يطلق عليه متلقي الرسالة الإعلامية، كما انها تتميز بكونها تناولت استخدام قادة وزعماء لشبكة تويتر بصفتهم الشخصية للمرة الاولى حيث لم يسبق - عل حد علم الباحث - ان تم دراسة حسابات شخصية على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا «تويتر» لقادة وزعماء عالميين، وفي الفصل الخاص بنتائج الدراسة سيبين الباحث كيف عمل ترمب بصفته اول زعيم عالمي يوظف تويتر في حملته الانتخابية.

منهجية البحث: (Research Type)

تعد هذه الدراسة من الدراسات التحليلية التي تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، عن طريق اعتماد اسلوب تحليل المضمون والذي عرفه بيرلسون وانه «أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً، منتظماً، كمياً». (بيرلسون: ١٩٥٢-١٩٧١٢).

مجتمع البحث: research community

يتمثل مجتمع الدراسة في الحساب الرسمي للرئيس الأمريكي دونالد ترمب على موقع التواصل الاجتماعي «تويتر». اذ يبلغ عدد متابعي الحساب أكثر من ٢٧ مليون متابع، وكان الحساب ومازال مصدرًا معتمداً للأخبار ومنصة لبيان مواقف الرئيس الأمريكي في القضايا المختلفة.

عينة البحث: (Research Sample)

تتمثل العينة بمسح شامل لمجتمع الدراسة المتمثل بتغريدات المرشح الأمريكي دونالد ترمب على موقع «تويتر» للمدة (٨/١٠/٢٠١٦-٨/١١/٢٠١٦)، والبالغ عددها ٤٢١ تغريدة وهي مجموع ما غرد

به دونالد ترمب خلال الشهر الاخير من حملته الانتخابية ، اذ شهد الشهر الاخير، بحسب المتابعين، كثافة استخدام تويتر من قبل دونالد ترمب، سيما بعد نتائج استطلاعات الرأي التي اظهرت تراجع شعبية ترمب أمام منافسته من الحزب الديمقراطي هيلاري كلنتون.

أداة البحث: Search tool

يعتمد نجاح تحليل المضمون على عدة عوامل من أهمها التحديد الدقيق لفئات التحليل. وتستخدم الفئات في الوصف الموضوعي لمضمون مادة الاتصال. ويقصد بفئات التحليل «Categories» العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها، والتي يمكن وضع كل صفة من صفات تحليل المضمون فيها، وتصنف على أساسها (طعيمة، ١٩٨٧). تم اعداد استمارة تحليل مضمون لتحليل تغريدات المرشح الأمريكي دونالد ترمب المتمثلة بعينة الدراسة، تتضمن فئتان، الاولى فئة ماذا قيل والثانية فئة كيف قيل، بهدف معرفة مجالات التغريدات والفئات التي استهدفتها ومضامين تلك التغريدات وأيضاً الوقوف على الاساليب التي استخدمت فيها.

صدق الأداة: Certify the tool

لا يختلف مفهوم الصدق في تحليل المضمون عنه في البحث العلمي بشكل عام ، فالصدق «Validity» يعني أن تكون الاداة (استمارة تحليل المضمون) التي تم اعتمادها في هذا البحث محققة لأهدافه. لهذا الغرض تم وضع التعريفات لفئات التحليل التي تضمنتها استمارة تحليل المضمون والتي اشتملت على (٤) فئات وتم عرضها على مجموعة من الخبراء والتدريسيين ذوي الاختصاص للحكم على صدق تلك الاداة لتحقيق الاهداف التي وضعت من اجلها وابداء آرائهم فيما يرونه مناسباً من حذف او اضافة او تعديل وقد اعتمدت نسبة ٨٠٪ من اتفاق المحكمين لقبول الاداة وقد تم اضافة فئة خامسة لها لتكون عدد فئاتها (٥) فئات بدلاً من (٤) فئات ولم يتم حذف اي من فقراتها وقد حصلت على نسبة اتفاق (٩٠,٩١٪) وبهذا تعد الاداة صادقة لتحقيق اهداف البحث.

ثبات الأداة: The stability of the tool

يعرف ثبات الأداة بأنه «الدرجة التي يمكن أن تعطي فيه الأداة نتائج متشابهة في مختلف الأوقات» (النعمي والبياتي وخليفة، ٢٠١٥، ١٦٢). ولحساب نتائج ثبات التحليل استخدم الباحث طريقة إعادة التحليل عبر الزمن (بعد ثلاثة اسابيع من إجراء التحليل الأول)، واختار الباحث إعادة التحليل على (٢٠٪) أي مايساوي تقريباً (٨٥) مفردة من عينة الدراسة بالاستعانة بباحثين آخرين متخصصين في تحليل المضمون الإعلامي، وذلك بعد أن اطلعوا على التعريفات الإجرائية التي تم تحديدها بالدراسة، والتزم بها الباحثان لكل فئات الدراسة (المجالات والمضامين والجهات المستهدفة والاساليب والمرفقات)، وبعد الانتهاء من إجراء عمليتي التحليل قام الباحث باستخدام معادلة هولستي Holisti لحساب ثبات التحليل (Cooper, 1974, 39):

متغيرات البحث: Search variables

اشتملت الدراسة على المتغيرات الآتية:

أ. المتغير المستقل: شبكة تويتر

ب. المتغيرات التابعة: الحملات الإنتخابية

المعالجة الإحصائية: Statistical processing

تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لاستخراج المعالجة الإحصائية للبحث كالآتي:

- احتساب النسبة المئوية لإستخراج صدق الاداة.
- معادلة هولستي لاستخراج ثبات الاداة.

للإجابة عن أسئلة الدراسة والبالغ عددها خمسة أسئلة، تم احتساب عدد التكرارات لكل فئة من فئات التحليل والنسبة المئوية لها.

نتائج البحث والتوصيات: Search results and recommendations

تم القيام بإجراء التحليل لتغريدات المرشح الامريكي دونالد ترمب على حسابه الشخصي في منصة تويتر واستخراج التكرارات والنسب المئوية فخرج البحث بالنتائج الآتية:

- أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما هي المجالات التي تضمنتها تغريدات المرشح الأمريكي دونالد ترمب على تويتر؟ ومن اجل الإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لفئة المجالات التي تضمنتها عينة الدراسة وهي التغريدات للمدة من ٢٠١٦/١٠/٨ الى ٢٠١٦/١١/٨، وكما هو موضح في الجدول (١).

جدول (١) يبين التكرارات والنسبة المئوية مرتبة تنازلياً لفئة ماذا قيل بحسب مجالاتها

ت	رقم الفقرة	المجالات	التكرارات	النسبة المئوية %
١.	١	الانتخابات	٢٥٥	٦٠,٥٧
٢.	٢	السياسية الداخلية	٦٨	١٦,١٥
٣.	٤	قضايا الاقتصاد	٤٠	٩,٥٠
٤.	٣	السياسة الخارجية	١٩	٤,٥١
٥.	٩	الموقف من وسائل الإعلام الأمريكية	١٥	٣,٥٦
٦.	٥	المجال العسكري	٦	١,٤٣
٧.	١١	قضايا الهجرة	٦	١,٤٣
٨.	٨	المجال الاجتماعي/ قضايا التحرش بالنساء	٥	١,١٩
٩.	٦	الموقف من الحزب الجمهوري	٤	٠,٩٥٠
١٠.	٧	الموقف من الحزب الديمقراطي	٢	٠,٤٧٠
١١.	١٠	الموقف من تجارة المخدرات	١	٠,٢٣٠
		المجموع	٤٢١	١٠٠

بالنظر الى الجدول (١) يتضح أن فئة الانتخابات ضمن الفئات الفرعية جاءت بالمرتبة الاولى فيما جاءت فئة السياسة الداخلية بالمرتبة الثانية فيما جاءت ثالثا فئة قضايا الاقتصاد الداخلي وبالمرتبة الرابعة جاءت فئة السياسة الخارجية وجاءت بعدها بالمرتبة الخامسة فئة اتهامات وسائل الإعلام، فيما جاءت في المرتبة السادسة نفسها كل من فئة المجال العسكري وقضايا الهجرة، وجاءت في المرتبة السابعة فئة المجال الاجتماعي/ قضايا التحرش بالنساء، فيما حلت فئة الموقف من الحزب الجمهوري بالمرتبة الثامنة، وفي المرتبة التاسعة جاءت فئة الموقف من الحزب الديمقراطي، وجاءت في المرتبة الاخيرة فئة الموقف من تجارة المخدرات.

ثانيا: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما هي المضامين التي تناولتها تغريدات المرشح الأمريكي دونالد ترمب على حسابه في موقع تويتر؟. ومن اجل الإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لفئة المضمون في تغريدات ترمب وكما هو موضح في الجدول (٢).

جدول (٢) يبين التكرارات والنسبة المئوية مرتبة تنازلياً لفئة ماذا قيل بحسب مضامينها

ت	رقم الفقرة	المضامين	التكرارات	النسبة المئوية %
١.	٥	التشجيع على المشاركة في الانتخابات	١٩٩	٤٧,٢٧
٢.	٢	اتهامات لهيلاري كلينتون بالفساد	٥٧	١٣,٥٤
٣.	٦	انتقاد لقرارات باراك اوباما	٥٥	١٣,٠٧
٤.	١١	اتهامات لهيلاري باستغلال البريد الإلكتروني	٢١	٤,٩٩
٥.	٤	الدعوة لمقاضاة هيلاري كلينتون واتهامها بالسعي لتزوير الانتخابات	١٧	٤,٠٤
٦.	١٢	اتهامات لوسائل الإعلام بعدم الحيادية	١٥	٣,٥٦
٧.	٧	انتقاد لمواقف الحزب الجمهوري	١٠	٢,٣٨
٨.	١	رفض اتهامات وسائل الاعلام الامريكية	١٠	٢,٣٨
٩.	٨	انتقاد لمواقف الحزب الديمقراطي	٩	٢,١٤
١٠.	٣	اتهامات لهيلاري كلنتون بالتعصب	٨	١,٩٠
١١.	١٠	رفض اتهامات التحرش بالنساء	٥	١,١٩
١٢.	١٦	الحرب على تنظيم داعش	٥	١,١٩
١٣.	٩	الدفاع عن اسرائيل	٣	٠,٧١
١٤.	١٤	انتقاد لمكتب التحقيقات الفيدرالي	٣	٠,٧١
١٥.	١٣	دعم الجيش الأمريكي	٢	٠,٤٧
١٦.	١٥	وعود بمزيد من الوظائف	١	٠,٢٣
١٧.	١٧	الاتفاق النووي مع ايران	١	٠,٢٣
		المجموع	٤٢١	١٠٠

بالنظر الى الجدول (٢) يتضح ان مضمون التشجيع الترويجي على المشاركة في الانتخابات جاء في المرتبة الاولى، فيما جاء بالمرتبة الثانية مضمون الاتهامات لهيلاري كلينتون بالفساد، وفي المرتبة الثالثة جاء مضمون الانتقاد لقرارات باراك اوباما، فيما جاء بالمرتبة الرابعة مضمون الاتهامات لهيلاري كلينتون باستغلال البريد الإلكتروني، وجاء في المرتبة الخامسة مضمون الدعوة لمقاضاة هيلاري كلينتون، وفي المرتبة السادسة جاء مضمون اتهامات لوسائل الإعلام بعدم الحيادية، وفي المرتبة

السابعة نفسها جاء مضمون انتقاد مواقف الحزب الجمهوري ومضمون رفض اتهامات وسائل الإعلام الأمريكية، وفي المرتبة الثامنة جاء مضمون انتقاد مواقف الحزب الديمقراطي، وجاء في المرتبة التاسعة مضمون اتهامات لهيلاري كلينتون بالتعصب، وفي المرتبة العاشرة جاء مضمون رفض اتهامات التحرش بالنساء ومضمون الحرب على ما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية «داعش»، وجاء في المرتبة الحادية عشرة مضمون الدفاع عن إسرائيل ومضمون انتقادات لمكتب التحقيقات الفيدرالي، وفي المرتبة الثانية عشرة جاء مضمون دعم الجيش الأمريكي، وجاء مضمون الوعود بالوظائف ومضمون الاتفاق النووي مع إيران في المرتبة الثالثة عشرة.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما هي الفئات أو الجهات التي استهدفتها تغريدات المرشح الأمريكي دونالد ترمب على حسابه في موقع تويتر؟ ومن أجل الإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للفئة المستهدفة في تغريدات المرشح الأمريكي للمدة من ٢٠١٦/١٠/٨ إلى ٢٠١٦/١١/٨، وكما هو موضح في الجدول رقم (٤-٣).

جدول (٣) يبين التكرارات والنسبة المئوية مرتبة تنازلياً لفئة ماذا قيل بحسب الفئات المستهدفة

ت	رقم الفقرة	الفئات المستهدفة	التكرارات	النسبة المئوية %
١.	٣	الناخبون الأمريكيون	٢١٥	٥١,٠٧
٢.	٢	هيلاري كلنتون	١٠٣	٢٤,٤٧
٣.	٤	باراك اوباما	٥٠	١١,٨٧
٤.	١	وسائل الاعلام الأمريكية	٢٨	٦,٦٥
٥.	٥	الحزب الجمهوري	١٣	٣,٠٩
٦.	٦	الحزب الديمقراطي	٨	١,٩٠
٧.	٧	مكتب التحقيقات الفيدرالي	٤	٠,٩٥
المجموع			٤٢١	١٠٠

بالنظر الى الجدول (٣) يتضح ان فئة الناخبين الامريكين جاءت في المرتبة الأولى ضمن الفئات التي استهدفتها تغريدات المرشح الأمريكي دونالد ترمب، فيما جاءت بالمرتبة الثانية من الفئات المستهدفة هيلاري كلينتون، وجاء الأمريكي السابق باراك اوباما بالمرتبة الثالثة ضمن الفئات المستهدفة، وفي المرتبة الرابعة جاءت وسائل الإعلام الأمريكية كفئة مستهدفة بالتغريدات، وجاءت في المرتبة الخامسة فئة الحزب الجمهوري، وفي المرتبة السادسة جاءت فئة الحزب الديمقراطي، وجاءت في المرتبة السابعة فئة مكتب التحقيقات الفيدرالي.

رابعاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما هي الأساليب التي استخدمها المرشح الأمريكي دونالد ترمب في تغريداته على حسابه في موقع تويتر؟ ومن أجل الإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لفئة الأسلوب في تغريدات ترمب وكما هو موضح في الجدول (٤).

جدول (٤) يبين التكرارات والنسبة المئوية مرتبة تنازلياً لفئة كيف قيل بحسب الاساليب المستخدمة

ت	رقم الفقرة	الاساليب المستخدمة	التكرارات	النسبة المئوية %
١.	٣	التشجيع	٢١٤	٥٠,٨٣
٢.	٦	الانتقاد	٥٧	١٣,٥٤
٣.	٤	السخرية	٣٩	٩,٢٦
٤.	١	الاستنكار	٣٤	٨,٠٨
٥.	٨	التحذير	٣٤	٨,٠٨
٦.	٥	التهكم	٢٨	٦,٦٥
٧.	٧	الرفض	١٤	٣,٣٣
٨.	٢	التهديد	١	٠,٢٣
المجموع			٤٢١	١٠٠

بالنظر الى الجدول (٤) يتضح ان أسلوب التشجيع جاء في المرتبة الأولى ضمن فئة الأساليب التي استخدمها المرشح الأمريكي دونالد ترمب في تغريداته على موقع تويتر، فيما جاء أسلوب الانتقاد بالمرتبة الثانية، وجاء بالمرتبة الثالثة أسلوب السخرية، وفي المرتبة الرابعة جاء كل من أسلوب الاستنكار والتحذير، في حين جاء أسلوب التهكم بالمرتبة الخامسة، فيما جاء أسلوب الرفض بالمرتبة السادسة، وفي المرتبة السابعة جاء أسلوب التهديد.

خامساً: النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: ما هي المرفقات «وسائل الدعم» التي ارفقها المرشح الأمريكي دونالد ترمب بتغريداته على حسابه في موقع تويتر؟ ومن اجل الإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للفئة المرفقات التي تم ارفاقها مع تغريدات ترمب، وكما هو موضح في الجدول (٥).

جدول (٥) يبين التكرارات والنسبة المئوية مرتبة تنازلياً لفئة كيف قيل بحسب الصور والمصادر المستخدمة

ت	رقم الفقرة	المرفقات المستخدمة	التكرارات	النسبة المئوية %
١.	١	صورة	١٠١	٤٢,٤٤
٢.	٥	رابط موقع ويب إلكتروني	٤٥	١٨,٩١
٣.	٤	مقطع فيديو	٤٢	١٧,٦٥
٤.	٢	رابط فيس بوك	٣٥	١٤,٧١
٥.	٣	رابط يوتيوب	١٥	٦,٣٠
المجموع			٢٣٨	١٠٠

بالنظر الى الجدول (٥) يتضح ان الصور جاءت بالمرتبة الأولى ضمن فئة المرفقات التي استخدمها دونالد ترمب لدعم تغريداته، وجاء في المرتبة الثانية استخدام رابط الموقع موقع التسجيل الإلكتروني للانتخاب، فيما جاء بالمرتبة الثالثة ارفاق مقاطع الفيديو، في حين جاء بالمرتبة الرابعة استخدام رابط الصفحة الشخصية لدونالد ترمب على موقع فيس بوك، وفي المرتبة الخامسة جاء استخدام رابط موقع يوتيوب إحدى وسائل الدعم للتغريدات، في حين لم يتم ارفاق أي من المرفقات أو وسائل الدعم لـ (١٨٣) تغريدة من عينة التغريدات البالغ عددها (٤٢١) تغريدة التي تم تحليلها ضمن المدة من ٢٠١٦/١٠/٨ الى ٢٠١٦/١١/٨.

بالنظر الى مجمل نتائج الدراسة فإنه يمكن القول ان الرئيس الأمريكي دونالد ترمب استطاع أن يجعل من تويتر نافذة التواصل الرئيسية والمباشرة مع الرأي العام الأمريكي والدوائر الخارجية، متجاوزا بذلك أشكال الاتصال المختلفة، سواء الحديث عبر وسائل الإعلام التقليدية التي حظيت بمرتبة أقل في اهتماماته، أو عقد مؤتمرات صحفية مباشرة. كذلك سعى ترمب عبر موقع تويتر لوضع أجندة النقاش والحوار السياسي العام في الدوائر الأمريكية، وفرضها على وسائل الإعلام والطبقة السياسية في واشنطن، إذ تتابع توجهاته وأفكاره عن طريق التغريدات القصيرة التي يضعها على حسابه الشخصي في منصة تويتر الرقمية. ومن بين ما تمت ملاحظته في نتائج الدراسة ان الرئيس الامريكى دونالد ترمب حرص أثناء نشره التغريدات على تناول قضايا تمثل اولوية لدى الناخب الأمريكي، وانه عندما كان يتناول موضوعا ما يخصص له عبر تغريدة بشكل متسلسل، ومن بين ما تمت ملاحظته ايضا ان خطاب ترمب الذي وجهه عبر تغريداته كان متلائما مع كل ولاية يقوم بزيارتها، مما يدل على ان التغريد الذي يقوم به ترمب تغريد مدروس مبني على استشارات من جهات اخرى تعمل ضمن حملته الانتخابية، ولديها معلومات وبيانات عن اهم القضايا التي تهتم سكان كل ولاية على حده.

التوصيات: (The Recommendations)

بالنظر لما توصلت اليه الدراسة من نتائج يوصي الباحث بالآتي:

- أهمية اجراء دراسات بحثية اخرى من باحثين اخرين عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة من قبل قادة الرأي والزعماء كمنصات لعرض المواقف السياسية واتخاذ القرارات.
- أهمية ان يعرض نص التغريدة على الشخصية العامة ان كان الحساب يديره مستشار إعلامي، وكذلك عرض ردود الافعال والتفاعلات مع التغريدة من المتابعين لمعرفة رأي الجمهور.
- ينبغي الإعداد الجيد والافادة من ميزة التغريدات المتسلسلة التي أطلقها موقع تويتر لتحقيق الهدف المرجو من الحملة الانتخابية على هذه المنصة الرقمية.
- ان يكون الزعيم او السياسي المستخدم لمنصة تويتر على دراية كاملة باهتمامات الناخبين وقضاياهم الضرورية وان يركز في تغريداته على رؤيته لحل تلك القضايا.
- ان تكون لغة الخطاب عبر التغريدات مفهومه للجميع وباسلوب يتيح لكل من يقرأها فهم معناها.
- اجراء دراسات عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في نتائج الحملات الانتخابية
- اعداد دراسات اخرى عن مقارنات بين الشبكات التواصلية لمعرفة ايها اكثر استخداما من
- قادة الرأي والنخب السياسية .

قائمة المراجع العربية :

- ابن زكريا، احمد بن فارس(١٩٧٩). معجم مقاييس اللغة العربي. ج٣. ط١. تحقيق عبدالسلام محمد هارون. القاهرة: دار الفكر للطباعة والنشر.
- ابن منظور (٢٠٠٣). لسان العرب. حرف الواو. ط٣. بيروت: دار صادر للطباعة والنشر.
- ابن منظور، (١٩٥٦). لسان العرب، المجلد الحادي عشر، بيروت: دار صادر للطباعة والنشر.
- أبو زيد، أحمد الشورى (٢٠١٥). الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية. الاسكندرية: مكتبة الإسكندرية، وحدة الدراسات المستقبلية.
- اسماعيل، محمود حسن (٢٠٠٣). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- باديس، مجاني، وغالية، غضبان (٢٠١٧). الحملات الانتخابية في الإعلام «جريدة الخبر نموذجاً». الجزائر: دار ألفا للوثائق.
- بدر، أحمد (٢٠٠٨). علوم الإعلام «البحث العلمي – المناهج – التطبيقات». القاهرة: دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع.
- بسيوني، إبراهيم حمادة (٢٠٠٨). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. القاهرة: عالم الكتب، ط١، ص ١٧١.
- حبيب، راكان عبد الكريم (٢٠٠٩). هندسة الإقناع في الاتصال الإنساني. ط١. المملكة العربية السعودية: مكتبة دار جدة.
- حجاب، محمد منير (٢٠١٠). نظريات الاتصال. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق (٢٠١٨). الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي. عمان: الابتكار للنشر والتوزيع.
- الراوي، بشرى جميل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/ مدخل نظري، ((مجلة الباحث الإعلامي)) العدد ١٨ / ٢٠١٢م، بغداد.
- العود، عبد الله ممدوح مبارك (٢٠١٢). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن.
- زوانه، أماني ابراهيم (٢٠١٥). درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفقتها أداة للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الاردنية والإشباع المتحققة. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن.
- العالم، صفوت (٢٠٠٥). الاتصال السياسي والدعاية الانتخابية. القاهرة: دار النهضة.
- عباس، كمال الدين جعفر (٢٠٠٤). الاتصال السياسي. بيروت: لبنان.
- العبدالله، مي (٢٠٠٦). نظريات الاتصال. ط١، بيروت: دار النهضة العربية.
- العبود، نضال فواز (٢٠١٧). الانتخابات الرئاسية الأمريكية. الأبعاد التاريخية والسياسية والدستورية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- عوض، حسن (٢٠١١). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب «تجربة مجلس شبابي عرار «أنموذجاً». رسالة ماجستير جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
- الفتلاوي، حسين سعدي محمد، والتميمي، خليل كريم كيوش (٢٠١٥). دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات دراسة مسحية على أساتذة جامعة كربلاء من ١ / ٨ / ٢٠١٥ الى ١ / ٩ / ٢٠١٥. ((مجلة الباحث الإعلامي))، ٢٢، (٣٠)، ٩٣ – ١٢٤.
- الفيروز ابادي (٢٠٠٥). القاموس المحيط. تحقيق: محمد نعيم العرقسوسي. ج٣. ط٨. بيروت: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع.
- الفيروزي آبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب، (١٤٠٧ هـ). القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت.

القصبي، عبد الغفار رشاد (٢٠٠٧). الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي. القاهرة.
للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الأردنية والاشباعات المتحققة. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة
الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الاردن.
ليفني، جوستن (٢٠١١). فيسبوك (نعلم كيف تصمم حملتك التسويقية القادمة). بيروت: الدار العربية للعلوم
ناشرون، ص ٦٧.
مراد، كامل خورشيد (٢٠١٤). الاتصال الجماهيري والإعلام. ط٢، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين (٢٠٠٩). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط٨، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
النعمي، محمد عبد العال والبياتي، عبد الجبار توفيق وخليفة، غازي جمال (٢٠١٥). طرق ومناهج البحث
العلمي. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

Resources

Baran, Stanley J. & Dennis, k. Davis (2015). Mass Communication Theory, foundations, ferment & future. 7th edition. Canada:Thomson, p 303.

Cooper, John(1974). Measurement and Analysis of Behavioral Techniques , Columbus , Ohio Chates , E , Merrill.

LuicaVesnic-Alujevic .(2011). Communicating with Voters by Blogs? Campaigning for the 2009 European Parliament Elections. SAGE Journals. (article) Vol 5, Issue 4, 2011 . London: SAGE. P. 413-428.

Quintelier, Ellen &Vissers, Sara(2008). The Effect of Internet Use on Political Participation: An Analysis of Survey Results for 16-Year-Olds in Belgium”, Social Science Computer Review, Vol. 26 Issue 4. USA: Sage Publications, Inc. p. 411-427.

Todd, Alex (2005). Trust Enabled Supply Networks: Uncovering the Trust-Building Secrets of Highly Collaborative Supply Chains, Canada: Toronto, Ontario M4R 1Z7.

Werner , J. Severin, Tankard, Jr& James, w(2001). Communication Theories, Origins, Methods & Uses in the Mass Media, USA: Longman, 5th ed, p 23.

websites:

https://www.nytimes.com/2016/03/16/upshot/measuring-donald-trumps-mammoth-advantage-in-free-media.html?_r=2

<https://www.youtube.com/watch?v=A1v7N6Ynm1Y> (90”)Bill Clinton Plays the Blues”, Youtube,

<https://www.facebook.com/pages/Putin- Vladimir/27275371642>

<http://www.foxnews.com/politics/2017/03/15/trump-says-will-submit-evidence-wiretapping-to-house-committee-very-soon.html>

http://www.accronline.com/print_article.aspx?id=18987

قضايا الشباب في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية دراسة تحليلية لبرنامجي شباب وبنات في قناة السومرية وهلا شباب في قناة العراقية وهو بحث مستل من رسالة ماجستير

كرار محمد حاتم أ.م.د. هادي عبد الله احمد

كلية الاعلام - جامعة بغداد

المستخلص

يرمي البحث إلى التعرف على قضايا الشباب في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، عن طريق رصد عينة من حلقات البرامج الحوارية التي تناولت قضايا الشباب في القنوات الفضائية العراقية وتحليلها، وهذه البرامج هي: هلا شباب في قناة العراقية وشباب وبنات في قناة السومرية الفضائية، ويصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، واعتمد المنهج المسحي، واستخدم الباحث الملاحظة العلمية لجمع المعلومات عن طبيعة البرامج الحوارية التي قدمت مضامين إعلامية تستهدف شريحة الشباب عن طريق متابعة حلقات برنامجي (شباب وبنات وهلا شباب). وتسجيلها وإعادة عرضها مرة أخرى. وقد اعد الباحث لهذا الغرض استمارة التحليل، فقد قام الباحث بتصميم استمارة تحليل المضمون استناداً إلى مشكلة البحث والاهداف والتساؤلات الخاصة بمشكلة البحث، والمتضمنة فئات التحليل التي تم عرضها على الخبراء معتمداً على حساب عدد التكرارات والنسب المئوية مقياساً احصائياً. وقد توصل الباحث الى عدد من النتائج أهمها:

١. إن أبرز القضايا التي ركز فيها كل من برنامج هلا شباب وشباب وبنات هي القضايا الفنية والثقافية التي جاءت بالمرتبة الاولى وتليها القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية.
 ٢. إن تركيز البرامج عينة البحث فيما يخص طبيعة جنس الضيوف اتجهت نحو فئة (ذكر) بنسبة كبيرة بلغت (٨٧,٥%) في برنامج هلا شباب ونسبة (٧٦,٤٧%) في برنامج شباب وبنات وهو ما يدل على تركيز البرنامج على اجراء الحوار مع ضيوف الذكور أكثر من الضيوف الاناث اللواتي كانت نسبة استضافتهم في البرامج عينة البحث فقيرة جدا.
 ٣. إن غالبية ضيوف البرامج هلا شباب وشباب وبنات جاءت في المراتب الثلاثة الاولى (شاعر وناشط مدني وممثل) لكل منهما مما يعكس تركيز هذه البرامج من استضافة ضيوف يحملون هذه الصفات.
 ٤. اختلاف البرامج عينة البحث في اساليب عرض القضايا الحوارية بشكل كبير ومتباين فبرنامج هلا شباب اعتمد على فئة (قضية حوارية واحدة) بنسبة كبيرة بلغت (٩٠%) أما برنامج شباب وبنات فركز من فئة (أكثر من قضية حوارية واحدة) بنسبة مئوية كبيرة بلغت (٩٥%) وبهذا فإن هنالك تبايناً واختلافاً في البرامج عينة البحث في اساليب عرض القضايا.
- كلمات مفتاحية: قضايا الشباب; برامج حوارية; القنوات الفضائية; العراقية.

THE ISSUES OF YOUTH IN THE TALK SHOWS IN THE IRAQI SATELLITE CHANNELS:

(An Analytical Study of the Shabab wa Banat Program at Al-Sumaria TV Channel and of the Hala Shabab at Al-Iraqia TV Channel)

(A Research Drawn from a Master's Thesis)

Mr. Karar Muhammed Hatem,

Mass of Communication, University of Baghdad.

Assistant Professor, Hadi Abdullah Ahmed,

Mass of Communication, University of Baghdad.

Abstract

The purpose of this research is to identify the youth issues in Talk Shows in the Iraqi satellite channels via monitoring a sample of episodes of the Talk Shows episodes which are concerned and analyzed the youth issues in the Iraqi satellite channels, namely, «Hala Shabab Program» at Al-Iraqia satellite Channel and «Shabab wa Banat Program» at Al-Sumaria satellite Channel by recording and re-watching them again. This research is classified as one of descriptive researches. The survey method was adopted in this study.

For this purpose, the researcher prepared an analysis form. The researcher designed the content analysis form based on the research problem, goals and questions related to the research problem, which included the categories of analysis that were presented to the experts, relying on calculating the number of occurrences and percentages as a statistical measure. The researcher reached a number of results, the most important of which are:

- The most prominent issues, that are displayed on «Hala Shabab» and «Shabab wa Banat» Programs, are focused on the artistry and cultural issues which are ranked firstly, and social issues are ranked secondly.*
- The programs of the research's sample are focused on (male) gender, according to the nature of the guests' gender; via a large percentage (87.5%) for the program of «Hala Shabab», and (76.47%) for the «Shabab wa Banat» program. These percentages are indicated that the two programs are focused on the dialogue with male guests more than the female guests whose percentages of hosting, in the research sample programs, are very poor.*
- The majority of programs' guests, «Hala Shabab», «Shabab wa Banat», are*

respectively introduced the three high ranks (poet, civil activist and artist) for each. Such category of people reflects the concentration of this kind of program that hosts guests of these qualities in.

• The programs of the research's sample are also different in the methods of presentation of dialogue issues largely and variously, namely the program of «Hala Shabab» is based on the category of (one dialogue issue) which is presented a large percentage (90%). Whilst, the program of «Shabab wa Banat» is focused on the category (more than one dialogue issue) which is inevitably presented high percentage (95%). Thus, there are variations and differences in the methods of issues presentation in the programs of the research's sample.

Keyworded: Issues of Youth; Talk Shows; Iraqi Satellite Channels.

المقدمة: introduction

تؤدي وسائل الإعلام على اختلاف انواعها واشكالها دوراً كبيراً في حياة الافراد والمجتمعات، واصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتهم اليومية، لما تملكه من خاصية التأثير الكبير في جمهور المتلقين، سواء كانت وسائل الإعلام هذه صحافة أو اذاعة أو تلفزيون، هذا التأثير جعل الدول والحكومات جميعاً تدرك أهمية الإعلام ودوره في تغيير المفاهيم والمعتقدات والافكار، والعمل على تبني آراء جديدة عن طريق التعرض لتلك الوسائل والتعامل معها.

وما زال التلفزيون من بين أهم هذه الوسائل وأكثرها تأثيراً، لأنه يجمع بين الصوت والصورة، وله مجموعة من الخصائص تجعله متفوقاً على باقي وسائل الإعلام، فضلا عن التطورات الحديثة والثورة التكنولوجية التي شهدها العالم، والتي تمخض عنها انظمة اتصالات جديدة ومنها الاقمار الصناعية، التي وفرت للمشاهد الاخبار والاحداث والمعلومات من جميع اصقاع العالم بتقنية البث المباشر، مما قرب المسافات بين القارات وجعل العالم يبدو وكأنه قرية صغيرة.

ويشكّل الجمهور - لاسيما شريحة الشباب، التي تعد من اهم شرائح المجتمع- الركيزة الاساسية لبرامج التلفزيون، لأنه المتلقي للرسالة التي تبثها تلك البرامج، لذلك تولي القنوات الفضائية عناية كبيرة وأهمية خاصة بالبرامج الشبابية، حتى باتت البرامج الشبابية منهاجاً يومياً ثابتاً في العديد من الفضائيات، ومنها الفضائيات العراقية الحكومية منها والخاصة.

لذلك تسعى هذه الدراسة لتسليط الضوء على قضايا الشباب في البرامج الحوارية، ومعرفة الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية العراقية في دعمها ومساندتها لها، لما تشكله هذه الشريحة من اهمية كبيرة في المجتمع.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث: Research problem

وتأتي مشكلة البحث من الدور الذي يمكن أن يقوم به التلفزيون في تناول قضايا الشباب وتلك الشريحة التي تعد من أهم شرائح المجتمع ويعول عليها كثيراً في تأدية دور ايجابي في المجتمع لاسيما وإن العرض يتم بالاعتماد على البرامج الحوارية التي تؤدي دوراً في برامج التلفزيون المختلفة، إذ تحقق البرامج الحوارية المشاركة الجماهيرية، عن طريق تقديم آرائهم ومقترحاتهم، ولذلك يفرض الحوار نفسه بعده أحد اهم اشكال البرامج التلفزيونية، التي تتناول قضايا الشباب بطريقة حوارية. ومن هنا يمكن تحديد مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي:

ما اهم قضايا الشباب التي تناولتها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية؟

ثانياً: اهمية البحث: Research importance

١. الأهمية العلمية: يضيف هذا البحث للمكتبة الإعلامية بحثاً جديداً من الناحية العلمية في وقت ندرة الدراسات التي تناولت موضوع قضايا الشباب، ولذلك يرى الباحث انها فرصة جيدة للتخصص في هذا المجال العلمي.

٢. الأهمية العملية: يتناول البحث جانباً إعلامياً مهماً، وهو قضايا الشباب في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، عن طريق دراسة تحليلية لبرنامجي (هلا شباب) في قناة العراقية الفضائية وبرنامج (شباب وبنات) في قناة السومرية الفضائية، ولأن البرامج الحوارية لها دور اساس في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا مهمة مثل قضايا الشباب، مما يسمح بالاطلاع على احتياجات الشباب ومشكلاتهم، والتعرف على الكيفية التي تستخدمها هذه البرامج في عرضها لهذه القضايا، ومقارنة الاساليب المستخدمة في القنوات التلفزيونية ذات التمويل الحكومي (قناة العراقية) والقنوات ذات التمويل الخاص (قناة السومرية) ورصد الفروقات بينها في طرحها قضايا الشباب.

ثالثاً: أهداف البحث: Research goals

يسعى الباحث لتحقيق الاهداف الاتية:

١. معرفة نوعية القضايا التي تتناولها البرامج الحوارية التي تتناول قضايا الشباب في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة العراقية.
٢. بيان طبيعة الضيوف حسب الجنس.
٣. معرفة صفة أو تخصص الضيوف في البرامج الحوارية.
٤. معرفة اساليب عرض القضايا الحوارية في البرامج عينة البحث.
٥. معرفة نوع اللغة المستخدمة في البرامج الحوارية التي تناولت قضايا الشباب.
٦. معرفة انواع الحوار التي تستخدمها البرامج الحوارية التي تناولت قضايا الشباب.
٧. معرفة اهداف الحوار التي تسعى البرامج الحوارية الى تحقيقها عن طريق تناول قضايا الشباب في الفضائيات العراقية.

رابعاً: منهج البحث ونوعه: Research method and type

استخدم الباحث المنهج المسحي وطريقة تحليل المضمون، ويعد المنهج المسحي من اهم المناهج المستخدمة في الدراسات الاعلامية لاسيما في البحوث الوصفية التي تسعى لتوصيف الظواهر والايوضاع والاتجاهات الحالية وتوثيقها (زغيب، ٢٠٠٩، صفحة ١٠٩) . ولما كانت طريقة تحليل المضمون واحدة من ابرز الطرق المهمة المستخدمة في البحوث الوصفية , لذلك سعى الباحث للاعتماد على هذه الطريقة بعد ان حدد فئاته الرئيسية والفرعية اعتمادا على تساؤلات البحث واهدافه لتحليل محتوى البرامج الحوارية التي تتناول قضايا الشباب، وهما كل من برنامجي هلا شباب في قناة العراقية الفضائية وشباب وبنات على قناة السومرية الفضائية، بأسلوب تحليل المضمون وقد عرف تحليل المضمون بأنه: «تصنيف المادة المكتوبة او المسموعة او المرئية تحت فئات معينة وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى (بركات، ٢٠١٢، صفحة ٢٥٧) .

خامساً: حدود البحث: research boundaries

المجال المكاني: Spatial boundaries

تمثل المجال المكاني في برامجي الشباب (هلا شباب، شباب وبنات) في القنوات الفضائية العراقية (قناة العراقية - قناة السومرية)

المجال الزمني: Temporal boundaries

تمثل المجال الزمني للبحث في المدة من ٢٠١٧/٦/١ إلى ٢٠١٧/٨/٣١، إي مدة زمنية أمدها ثلاثة أشهر متتالية.

سادساً: مجتمع البحث: research Society

حدد الباحث القنوات الفضائية العراقية (قناة العراقية وقناة السومرية) مجتمعاً للبحث لان قناة العراقية قناة حكومية وقناة السومرية قناة خاصة غير مرتبطة بجهة سياسية.

سابعاً: أدوات البحث: Search tools

- اولاً: الملاحظة: وهي من الادوات المهمة لجمع المعلومات، وهي اداة اساسية في معظم البحوث، وتعد الملاحظة وسيلة لمعرفة الظواهر الاجتماعية التي تتعلق بحياة الافراد والمجتمعات المختلفة، فمعرفة الحقائق والمعلومات عن المجتمعات والنظم والعلاقات الاجتماعية والاعراف والتقاليد، يتطلب تجهيز الحواس للالتقاط المعلومات او الحقائق وجمعها، والتركيز في ادراكها وتفسيرها، في ظل عملية منهجية وهي الملاحظة (حسن، ٢٠١١، صفحة ٢١٨) .
- ثانياً: تحليل المضمون: استخدم الباحث تحليل المضمون الذي عرفه هولستي على أنه « أي أسلوب بحثي يرمي للخروج باستدلالات عن طريق تشخيص صفات محددة للرسائل تشخيصاً موضوعياً منظماً (احمد، ٢٠٠٤، صفحة ٧٠).

ثامناً: تحديد المصطلحات: Defining terms

- **قضايا الشباب:** وهي جميع الموضوعات التي تخص شريحة الشباب ضمن الفئة العمرية المحصورة بين (١٥ - ٣٥) سنة، وتهتم بشؤونهم، سواء كانت دينية او علمية او سياسية او فنية او ثقافية او رياضية او تكنولوجية... الخ، وتتضمن هذه القضايا طموحاتهم وتطلعاتهم ومشكلاتهم المختلفة، وتتمكن من تحديد الدور الذي يقوم به الشباب في المجتمع العراقي سواء كان هذا الدور ايجابياً او سلبياً.
- **البرامج الحوارية:** وهي البرامج التي تعتمد على الحوار التلفزيوني، وتكون بين مقدم أو أكثر، وبين ضيف أو مجموعة من الضيوف، يتناولون فيها بالحوار والنقاش قضية معينة، وتشترط البرامج الحوارية أن يكون الحديث بطريقة متكافئة بين الضيوف، مع وجود رغبة حقيقية للحوار والتفاهم، في جو يتسم بالهدوء والشفافية والصراحة، بعيداً عن الضغوطات المختلفة، ومن الامثلة على البرامج الحوارية والتي تستهدف شريحة الشباب برنامج هلا شباب في قناة العراقية وبرنامج شباب وبنات في قناة السومرية الفضائية محور بحثنا.
- **القنوات التلفزيونية العراقية:** وهي القنوات التلفزيونية العراقية التي تُعنى بالشأن العراقي واحداً، سواء كان تابعة لجهات حكومية أو حزبية أو ذات ملكية خاصة.

تاسعاً: الدراسات سابقة: (Previous Studies)

- **دراسة رافي حمدي محمد الحديثي:** (واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية - البرامج السياسية انموذجاً - للمدة من ٢٠٠٤/٦/١ ولغاية ٢٠٠٤/٩/١) رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، ٢٠٠٥. هدفت الدراسة إلى الكشف عن الخصائص الاساسية في البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية والوقوف على اختصاص العاملين فيها. واستخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يهدف الى وصف الظواهر او الوقائع في ضوء توفر المعلومات والملحوظات عنها، واختار البحث العينة العمدية، إذ قام بتوزيع استبانة على العاملين في قناة العراقية الفضائية واستمارة اخرى على عينة من طلبة كلية الإعلام بجامعة بغداد، من خلال دورة برامجية امدها ثلاثة أشهر. وقد توصل الباحث إلى أن اغلبية العاملين في البرامج الحوارية في قناة الفضائية العراقية من الذكور. إذ كان عددهم (٢٨) قياساً بعدد الاناث اللواتي كان عددهن (٢) وان التحصيل الدراسي للعاملين في البرامج الحوارية السياسية غير عال، إذ لا يوجد بين العاملين من حملة الشهادات العليا.
- **تناولت دراسة لمياء سليمان (قضايا الرأي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية) (دراسة وصفية تحليلية لبرنامج قضايا وآراء على قناة الجزائرية) للفترة الممتدة ما بين ديسمبر ٢٠١٤- وفيفري ٢٠١٥، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، الجزائر، ٢٠١٥. وكان من بين الاهداف التي سعت الدراسة الى تحقيقها هو التعرف على البرامج التلفزيونية الحوارية ودورها في تشكيل الراي العام عن طريق تحليل محتوى بعض حلقات برنامج (قضايا وآراء) وكذلك التعرف على الموضوعات**

والمضامين التي تركز فيها البرامج التلفزيونية الحوارية وكيف تؤثر هذه المضامين في توجيه الراي العام، كذلك التعرف على الوسائل المستخدمة في تناول وتقديم هذه المضامين للمشاهد. وقد استخدم الباحث المنهج المسحي وطريقة تحليل المضمون لتحليل حلقات برنامج (قضايا وآراء) عن طريق استخدام العينة القصدية لأن مجتمع البحث كبير جدا وعدم قدرة الباحث على الحصول على اعداد البرامج جميعها وقد حدد الباحث ثلاثة أشهر تبدأ من ٢٠١٤/١٢/٦ ولغاية ٢٠١٥/٢/٢٨، ووجد الباحث النتائج الآتية:

١. ان اللغة الاكثر استخداما في برنامج قضايا وآراء هي اللهجة العامية.
٢. ان أبرز الموضوعات التي يركز فيها برنامج قضايا وآراء هي الموضوعات الاجتماعية.
٣. اعتماد برنامج قضايا وآراء على مصادر المعلومات الداخلية أكثر من اعتماده على مصادر المعلومات الخارجية.
٤. ركز برنامج قضايا وآراء من تقديم خدمات عديدة كان اهمها خدمة الاعلام والاخبار.

الإطار النظري: Theoretical context

- **أولاً: مفهوم الشباب:** يُعرف الشباب في اللغة تعني الفتوة والفتاء والحداثة وكلمة شب من شبيب وشب الغلام يشب شبابا (منظور، ١٩٨٨، صفحة ٤٨٠).
- وقد اختلفت الآراء كثيرا في تعريف الشباب وأن هنالك تبايناً كبيراً في تحديد مرحلة الشباب، فالبعض منهم ركز في الجوانب البيولوجية متمثلة بالنضج الجنسي والقدرة على الانجاب، ويحددها آخرون على اساس بداية الاندماج في المجتمع (عبد الرزاق و حسام الدين، ٢٠١٤، صفحة ١٢٧)، في حين ذهب آخرون إلى الرأي القائل أن الشباب لا يرتبطون بسن محدد، وإنما هو السلوك والتصرفات الخاصة بموضوع اجتماعي معين (الطائي، ٢٠١١، صفحة ١٩٦). فقد وصفهم معجم العلوم الاجتماعية بأنهم القوى الاجتماعية التي تكون بين مرحلة المراهقة والنضج الجنسي (مدكور، ١٩٧٥، صفحة ٣٣٣). إذ حددها علماء الاجتماع بالمدة الممتدة بين (١٥ - ٢٥) سنة معدين أن هذه المرحلة يكتمل فيها نمو الشباب العضوي في وقت لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي (حمدي، ٢٠١٢، صفحة ٦٤). في حين يرى بعض علماء السكان أن فئة الشباب هي الفئة التي تقع اعمارها بين ١٥ - ٣٠ عاماً، وهذا الاختلاف يرجع تبعاً لاختلاف السياق الاجتماعي الذي يتم في اطاره تحديد هذه الفئة (اليوسف، ٢٠١٣، صفحة ١٩). أما الشباب بحسب مفهوم الأمم المتحدة فهم: فئة اجتماعية وديموغرافية مهمة تتراوح اعمارهم بين ١٥ إلى ٢٤ سنة (الكعبي، ٢٠١٦، صفحة ١٥٩).
- **ثانياً: البرامج التلفزيونية الحوارية:** الحوار: هو العملية التي تجري عن طريقها تبادل الآراء والافكار ووجهات النظر بين محاورين اثنين او اكثر بهدف بيان حقيقة مؤكدة أو رأي معين قد يرفضه الآخر أو يقبله ، فإن قبله فيكون حواراً قصيراً وان رفضه يطول الحوار بينهما لكي يقتنع الآخر، وقد لا يقتنع الطرف الاخر وبذلك تبقى مسألة الخلاف قائمة بينهما مما يؤدي إلى

استمرار الحوار إلى أوقات أخرى (كافي، ٢٠١٥، الصفحات ١١-١٢). والبرامج الحوارية هي البرامج الاذاعية والتلفزيونية التي تقوم على اساس استضافة شخص او اكثر من المتخصصين في مجال معين ليتحدثوا إلى الجمهور مباشرة في موضوع محدد، سواء كان الموضوع دينياً أو سياسياً أو اقتصادياً أو ثقافياً... الخ (الحديشي، ٢٠٠٤، صفحة ٢٢).

ثالثاً: أهداف الحوار التلفزيوني

للحوار مجموعة من الاهداف منها:

١. الإعلام والاعخبار: ويقصد بها أن الحوار وسيلة اساسية في تقديم معلومات واخبار حديثة الوقوع عن الاحداث المهمة كافة (شبيب، ٢٠١٢، صفحة ٧٧٥).
٢. التثقيف: يرمي الحوار في العصر الحاضر إلى زيادة ثقافة المتلقين أو توجيه السلوك بالاتجاه الصحيح (الكناني، ٢٠١٢، صفحة ٨٤).
٣. التعليم: يؤدي الحوار دوراً كبيراً في مجال التعليم سواء تم ذلك عن طريق توفير المعلومات او التفاعل بواسطة الحوار بين المعلم والطالب ومن ثم رفع المستوى الدراسي. (عبد العظيم، ٢٠١٠، صفحة ٤٧)
٤. الشرح والتفسير: من اهم اهداف الحوار العمل على شرح ما يحصل من احداث وظواهر وامور في جوانب الحياة كافة وتفسيرها (سليمان، ٢٠١٥، صفحة ٧٢).
٥. وظيفة خدمة المجتمع وتنميته: يسهم الحوار مع المتخصصين وما يقدمونه من معلومات وتوجيهات في رفع المستوى التنموي للجمهور (الكناني، ٢٠١٢، صفحة ٨٤).
٦. التسلية والترفيه: يقدم الحوار التسلية والترفيه عن طريق تناول المواقف والاحداث عن الجوانب الطريفة في حياة الشخصية محل الحوار التي تضيف نوعاً من البهجة والسعادة والفرح وبذلك تحقيق التسلية والامتع (الساري، ٢٠١٢، صفحة ٣٣).

رابعاً: أنواع الحوار وأشكاله

اتخذ الحوار انواعاً وأشكالاً متعددة، ومن اهم انواع الحوار هي:

١. حوار الشخصية: يرمي هذا النوع الى معرفة تفاصيل الحياة الشخصية للضيف، وتعد برامج حوار الشخصية من أكثر البرامج نجاحاً في الآونة الاخيرة (هيلارد، ٢٠٠٨، صفحة ٢٦٦).
٢. حوار المعلومات: ويسعى هذا النوع من الحوار لتقديم معلومات بشأن قضية أو مشكلة أو موضوعات تهم الجمهور (البطريق و عبد الغفار، ٢٠٠٥، صفحة ٤٤).
٣. حوار الرأي: وهو الحوار الذي يسعى لعرض آراء الضيف أو مجموعة من الضيوف عن قضية معينة او تشكيل رأي عام عن قضية معينة (العيثاوي، ٢٠١٨، صفحة ٧٥).

الإطار الميداني (العملي): Field framework (practical)

- أولاً: يرمي جدول (١) الى معرفة خصائص عينة البحث التحليلية على وفق برامج الشباب في القنوات الفضائية العراقية:

جدول (١) يبين خصائص عينة البحث التحليلية

القناة	البرنامج	عدد حلقات البرنامج الخاضعة للتحليل
العراقية	هلا شباب	٢٠
السورية	شباب وبنات	٢٠

توضح بيانات الجدول (١) خصائص عينة الدراسة التحليلية للبرامج التي تعرض عن طريقها قضايا الشباب في القنوات الفضائية العراقية، وهي قناة العراقية عن طريق برنامج (هلا شباب) وعدد حلقات البرنامج الخاضعة للتحليل (٢٠) حلقة، وقناة السورية الفضائية من عن طريق برنامج (شباب وبنات) وعدد الحلقات الخاضعة للتحليل (٢٠).

جدول (٢): يوضح طبيعة القضايا التي يتناولها برنامجا هلا شباب وشباب وبنات

طبيعة القضايا	هلا شباب		شباب وبنات	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
قضايا فنية وثقافية	١٦	٦٩,٥٦	٢٨	٥٨,٣٣
قضايا اجتماعية	٤	١٧,٣٩	١١	٢٢,٩١
قضايا رياضية	٠	٠	٥	١٠,٤١
قضايا تعليمية	١	٤,٣٤	٠	٠
قضايا إعلامية	٢	٨,٦٩	٢	٤,١٦
قضايا ترفيهية	٠	٠	١	٢,٠٨
قضايا تكنولوجية	٠	٠	١	٢,٠٨
المجموع	٢٣	١٠٠	٤٨	١٠٠

يمثل الجدول السابق النتائج المتعلقة بالقضايا التي يتناولها برنامج هلا شباب وبرنامج شباب وبنات، فقد تصدرت القضايا الفنية والثقافية في برنامج هلا شباب بعدد تكرارات بلغ (١٦) من مجموع (٢٣) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٦٩,٥٦%) وفي المرتبة الثانية جاءت القضايا الاجتماعية اذ بلغت (٤) تكرارات بنسبة مئوية بلغت (١٧,٣٩%) وفي المرتبة الثالثة جاءت الإعلامية بعدد تكرارات بلغت (٢) وبنسبة مئوية بلغت (٨,٦٩%) اما القضايا التعليمية فجاءت بعدد تكرار بلغ (١) وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤%).

أما برنامج شباب وبنات نلاحظ فيه تركيز البرنامج أيضا من القضايا الفنية والثقافية إذ بلغ عدد تكرار (٢٩) تكراراً من مجموع (٤٨) وبنسبة مئوية بلغت (٦٠,٤١%) تليها القضايا الاجتماعية بعدد تكرارات بلغت (١١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٢,٩١%) وجاءت بعدها القضايا التعليمية بتكرار واحد وبنسبة مئوية بلغت (٢,٠٨%) وجاءت القضايا الترفيهية بالمرتبة الاخيرة بتكرار واحد وبنسبة مئوية بلغت (٢,٠٨%).

الجدول (٣) يوضح طبيعة جنس ضيوف برنامج هلا شباب وشباب وبنات.

الجنس	هلا شباب		شباب وبنات	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
ذكر	٢١	٨٧,٥	٣٩	٧٦,٤٧
انثى	٣	١٢,٥	١٢	٢٣,٥٢
المجموع	٢٤	١٠٠	٥١	١٠٠

نلاحظ من الجدول السابق تقارباً كبيراً في النسبة بين هلا شباب وشباب وبنات فيما يخص الجنس باتجاه فئة (ذكر) فتضمن برنامج هلا شباب (٢١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٨٧,٥%) في حين تضمن برنامج شباب وبنات (٣٩) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٧٦,٤٧%)، أما عن نسبة الاناث في برنامج هلا شباب فجاءت بعدد (٣) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (١٢,٥%)، اما برنامج شباب وبنات، فقد وصل عدد التكرار إلى (١٢) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٣,٥٢%) وهذا يدل على أن القنوات الفضائية العراقية تولي الشباب من فئة الذكور اهتماماً كبيراً وتسعى لاستضافتهم في برامجها الحوارية المخصصة لعرض قضايا الشباب وابرار مواهبهم وطاقتهم ومشكلاتهم وابرارها للرأي العام، وهو قد يعكس غياب المرأة عن المشهد الإعلامي خلافاً لما تمتلكه من ثقل حقيقي في المجتمع.

الجدول (٤) يوضح صفة ضيوف برنامج هلا شباب وشباب وبنات

صفة الضيف	هلا شباب		شباب وبنات	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
شاعر	٥	٢٠,٨٣	٧	١٣,٧٢
ناشط مدني	٤	١٦,٦٦	٨	١٥,٦٨
ممثل	٣	١٢,٥	٨	١٥,٦٨
مطرب	٣	١٢,٥	٢	٣,٩٢
كاتب	٢	٨,٣٣	٢	٣,٩٢
عازف وملحن	١	٤,١٦	٤	٧,٨٤
رسام	٠	٠	٤	٧,٨٤
باحث اجتماعي	١	٤,١٦	٢	٣,٩٢
مسؤول رسمي	١	٤,١٦	١	١,٩٦
اعلامي	٢	٨,٣٣	٢	٣,٩٢
فنان تشكيلي	١	٤,١٦	٠	٠
مصمم ازياء	١	٤,١٦	١	١,٩٦
موهوب في مجال السحر وخفة اليد			١	١,٩٦
مخترع			١	١,٩٦
رياضي	٠	٠	٦	١١,٧٦
المجموع	٢٤	١٠٠	٥١	١٠٠

نلاحظ من الجدول السابق أن الضيف الذي يحمل صفة (شاعر) حاز على المرتبة الاولى بنسبة (٢٠,٨٣%) في برنامج هلا شباب. وتشير هذه النسبة الى رغبة الشباب في الشعر، ولكثرة الشعراء

في اوساطهم، ورغبة منهم في الظهور الإعلامي، فهم دائما ما يلبون دعوة هذه البرامج ، وجاء في المرتبة الثانية الضيف الذي يحمل صفة (ناشط مدني) بنسبة (١٦,٦٦٪) وتشير هذه النسبة إلى حالة الانفتاح والعولمة التي اسهمت في توعية الشباب تجاه القضايا الانسانية ومساعدة المجتمع وحرص الشباب على تأدية دور ايجابي في المجتمع، بعدها جاء الضيف الذي يحمل صفة (ممثل) والضيف الذي يحمل صفة (مطرب) بنسبة(١٢,٥٪) لكل منهما، وبعدهما جاء الضيف الذي يحمل صفة (كاتب) بنسبة(٨,٣٣٪) اما الضيف الذي يحمل صفة (إعلامي) فقد حصل على نسبة مئوية بلغت (٨,٣٣٪) أما الضيف الذي يحمل صفة (عازف وملحن) والضيف الذي يحمل صفة (باحث اجتماعي) والضيف الذي يحمل صفة (مسؤول رسمي) و الضيف الذي يحمل صفة (فنان تشكيلي) و الضيف الذي يحمل صفة (مصمم ازياء) فكانت نسبهم متساوية بواقع (٤,١٦٪) وبتكرار (١) .

أما برنامج شباب وبنات ف جاء الضيف الذي يحمل صفة (ناشط مدني وصفة ممثل) بالمرتبة الاولى بتكرار بلغ(٨) وبنسبة مئوية بلغت (١٥,٦٨٪) تليها صفة (شاعر) بعدد (٧) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (١٣,٧٢٪) بعدها حاز الضيف الذي يحمل صفة (رياضي) بمجموع تكرارات بلغت (٦) وبنسبة مئوية قدرها(١١,٧٦٪) تليها صفة(عازف وصفة رسام) بعدد تكرارات بلغت(٤) وبنسبة مئوية بلغت(٧,٨٤٪) لكل منهما، فيما تشارك الضيف الذي يحمل صفة (مطرب) والضيف الذي يحمل صفة (كاتب) والضيف الذي يحمل صفة (باحث اجتماعي) و الضيف الذي يحمل صفة(إعلامي) و الضيف الذي يحمل صفة(متخصص في المكياج السينمائي) بنسبة مئوية بلغت (٣,٩٢٪) وجاءت نتائج كل من الضيف الذي يحمل صفة(مسؤول رسمي) و الضيف الذي يحمل صفة (مصمم ازياء) والضيف الذي يحمل صفة (متخصص العاب خفة) والضيف الذي يحمل صفة (مخترع) بتكرار (١) وبنسبة مئوية قدرها(١,٩٦٪).

جدول (٥) يوضح اساليب عرض القضايا الحوارية في برامج عينة البحث

برنامج شباب وبنات		برنامج هلا شباب		اساليب عرض القضايا الحوارية
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
٥	١	٩٠	١٨	قضية حوارية واحدة
٩٥	١٩	١٠	٢	أكثر من قضية حوارية
١٠٠	٢٠	١٠٠	٢٠	المجموع

يوضح الجدول السابق أن برنامج هلا شباب يعتمد بشكل مطلق على عرض (قضية حوارية واحدة) في عرض القضايا المختلفة وتناولها، اذ جاءت تكرارات هذه الفئة بعدد بلغ(١٨) تكراراً، من أصل (٢٠) حلقة وبنسبة مئوية بلغت (٩٠٪) في حين حصلت فئة (أكثر من قضية حوارية واحدة) على عدد تكرار بلغ(٢) تكرارين، وبنسبة مئوية بلغت (١٠٪) فقط، في حين جاءت نتائج برنامج شباب وبنات مغايرة تماماً، اذ لم تسجل فئة (قضية حوارية واحدة) إلا نسبة قليلة جدا وهي (٥٪) وبواقع (١) تكرار واحد في حين جاءت نتائج فئة (أكثر من قضية حوارية واحدة) بعدد تكرارات بلغت (١٩) تكراراً من أصل(٢٠) وبنسبة مئوية بلغت (٩٥٪).

جدول (٦) يوضح نوعية اللغة المستخدمة في البرامج عينة البحث.

شباب وبنات		هلا شباب		اللغة المستخدمة
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٨١,٢٥	٣٩	٨٦,٩٥	٢٠	اللهجة العامية
٢,٠٨	١	٨,٦٩	٢	اللغة العربية الفصحى
١٦,٦٦	٨	٤,٣٤	١	اللغة الوسطى
١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٣	المجموع

نلاحظ من تحليل (٢٠) حلقة لكل من برنامج هلا شباب وشباب وبنات تفوق اللهجة العامية بشكل كبير , إذ كان مجموع تكرار برنامج هلا شباب (٢٠) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٨٦,٩٥٪)، أما برنامج شباب وبنات فجاءت تكراراته (٣٩) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٨١,٢٥٪)، وهذا يعكس ارتفاع سقف حرية التعبير في البرامج عينة البحث وايضا يشير إلى أن معظم الضيوف الذين تمت استضافتهم هم من الشباب وهم بدورهم يفضلون استخدام اللهجة العامية للتعبير عن شخصياتهم وآرائهم ومواجهة رهبة الكاميرا والظهور الإعلامي, الذي يعد المرة الأولى لمعظمهم , مع عدم ممانعة معدي البرامج عينة البحث ومقدميها على استخدام اللهجة العامية, ما دام استخدامها يضمن وصول الفكرة إلى شريحة المشاهدين أأأأ أو الجمهور المستقبل.

أما اللغة الوسطى فجاءت تكراراتها بواقع (١) تكرار واحد في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤٪) أما برنامج شباب وبنات فكان عدد تكراراته (٨) وبنسبة مئوية بلغت (١٦,٦٦٪)

أما اللغة العربية الفصحى فجاءت في المرتبة الأخيرة بمجموع تكرارات (٢) في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (٨,٦٩٪) أما برنامج شباب وبنات فكانت تكراراته (١) وبنسبة مئوية بلغت (٢,٠٨٪).

جدول (٧) يمثل أنواع الحوار في برامج عينة البحث هلا شباب وشباب وبنات

شباب وبنات		هلا شباب		فئة نوع الحوار
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٨١,٢٥	٣٩	٦٥,٢١	١٥	حوار الشخصية
١٨,٧٥	٩	٢١,٧٣	٥	حوار المعلومات
٠	٠	١٣,٠٤	٣	حوار الرأي
١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٣	المجموع

تظهر نتائج الجدول السابق، أن تركيز برنامجي هلا شباب وشباب وبنات على (حوار الشخصية) بشكل كبير بعدد تكرارات بلغت (١٥) تكراراً، في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (٦٥,٢١٪) أما في برنامج شباب وبنات فكانت التكرارات (٣٩) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٨١,٢٥٪)، أما عن (حوار المعلومات) فكانت النتائج تشير إلى مجموع تكرارات (٥) في برنامج هلا شباب والذي حصل على نسبة مئوية بلغت (٢١,٧٣٪) أما في برنامج شباب وبنات فكان مجموع التكرارات لهذا النوع من الحوار (٩) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (١٨,٧٥٪). أما (حوار الرأي) فالنتائج تشير إلى (٣) تكرارات في برنامج هلا شباب فقط من أصل (٢٣) قضية حوارية طرحت في البرنامج وبنسبة مئوية بلغت (١٣,٠٤٪)، أما في برنامج شباب وبنات فهذا النوع من الحوار كان معدوماً تماماً والذي حصل على نسبة (صفر).

جدول (٨) يمثل اهداف الحوار في برنامج هلا شباب وشباب وبنات

شباب وبنات		هلا شباب		اهداف الحوار
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٧٠,٨٣	٣٤	٦٩,٥٦	١٦	التثقيف
٨,٣٣	٤	١٣,٠٤	٣	الاعلام والاحبار
٨,٣٣	٤	٨,٦٩	٢	التوعية والارشاد
٦,٢٥	٣	٤,٣٤	١	التسلية والامتعاع
٠	٠	٤,٣٤	١	الشرح والتفسير
٦,٢٥	٣	٠	٠	التعليم
١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٣	المجموع

يبين الجدول (٨) طبيعة اهداف الحوار في برامج عينة البحث هلا شباب وشباب وبنات ويظهر أن الاهداف المتعلقة بالتثقيف جاءت بالمرتبة الاولى لكلا البرنامجين فحصل برنامج هلا شباب على مجموع تكرارات بلغت (١٦) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٦٩,٥٦٪)، أما برنامج شباب وبنات فحصل على مجموع تكرارات بلغت (٣٤) وبنسبة مئوية بلغت (٧٠,٨٣٪). أما الإعلام والاحبار فجاءت تكراراتها بواقع (٣) تكرارات في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (١٣,٠٤٪) أما برنامج شباب وبنات فحصل على مجموع تكرارات بلغت (٤) وبنسبة مئوية بلغت (٨,٣٣٪). أما وظيفة التعليم لم تسجل مطلقاً في برنامج هلا شباب اما برنامج شباب وبنات فحصلت على عدد تكرار بلغ (٣) وبنسبة مئوية بلغت (٦,٢٥٪). اما وظيفة التوعية والارشاد فجاءت تكراراتها (٢) تكرارين وبنسبة مئوية بلغت (٨,٦٩٪) في برنامج هلا شباب، أما حصيلة برنامج شباب وبنات فجاء بعدد تكرارات بلغت (٤) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (٨,٣٣٪). اما وظيفة التسلية والامتعاع فجاءت تكراراتها بواقع (١) تكرار واحد في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤٪) أما برنامج شباب وبنات فقد بلغ عدد تكرار البرنامج (٣) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (٦,٢٥٪). أما الشرح والتفسير فجاءت تكراراتها بواقع (١) تكرار واحد في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤٪).

الجدول (٩) يبين شكل الحوار في برنامج هلا شباب وشباب وبنات

شباب وبنات		هلا شباب		شكل الحوار
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٩٣,٧٥	٤٥	٩٥,٦٥	٢٢	حوار بوساطة شخصية واحدة
٦,٢٥	٣	٤,٣٤	١	حوار بوساطة غير شخصية
١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٣	المجموع

نلاحظ من النتائج تقارباً كبيراً بين البرنامجين في فئة شكل الحوار إذ جاء التركيز على فئة (حوار مع شخصية واحدة) بشكل مطلق وكبير وهذا يظهر جلياً عن طريق عدد التكرارات والنسب المئوية فبلغ تكرار هلا شباب (٢٢) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٩٥,٦٥٪) أما برنامج شباب وبنات فجاءت عدد تكراراته (٤٥) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٩٣,٧٥٪) اما فئة الحوار غير شخصية واحدة، فظهر بشكل قليل

في البرنامجين فجاءت تكرارات برنامج هلا شباب لهذه الفئة بعدد تكرارات بلغ (1) تكرار وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤%) أما برنامج شباب وبنات فجاءت تكراراته بعدد (٣) تكرارات وبنسبة مئوية (٦,٢٥%).

نتائج البحث: (The Results)

١. إن أبرز القضايا التي ركز فيها كل من برنامج هلا شباب وشباب وبنات هي القضايا الفنية والثقافية التي جاءت بالمرتبة الاولى وتليها القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية.
٢. ان تركيز البرامج عينة البحث فيما يخص طبيعة جنس الضيوف اتجهت نحو فئة (ذكر) بنسبة كبيرة بلغت (٨٧,٥%) في برنامج هلا شباب ونسبة (٧٦,٤٧%) في برنامج شباب وبنات وهو ما يدل على تركيز البرنامج على اجراء الحوار مع ضيوف الذكور أكثر من الضيوف الاناث التي كانت نسبة استضافتهم في البرامج عينة البحث فقيرة جدا.
٣. ان غالبية ضيوف البرامج هلا شباب وشباب وبنات جاءت في المراتب الثلاثة الاولى (شاعر وناشط مدني وممثل) لكل منهما مما يعكس تركيز هذه البرامج على استضافة ضيوف يحملون هذه الصفات.
٤. اختلاف البرامج عينة البحث في اساليب عرض القضايا الحوارية بشكل كبير ومتباين فبرنامج هلا شباب اعتمد على فئة (قضية حوارية واحدة) بنسبة كبيرة بلغت (٩٠%) أما برنامج شباب وبنات فركز على فئة (أكثر من قضية حوارية واحدة) بنسبة مئوية كبيرة بلغت (٩٥%) وبهذا فان هنالك تبايناً واختلافاً في البرامج عينة البحث في اساليب عرض القضايا.
٥. إن اللغة الأكثر استخداماً في البرامج عينة البحث هي (اللهجة العامية) اذ بلغت نسبتها في برنامج هلا شباب (٨٦,٩٥%) أما برنامج شباب وبنات فبلغت النسبة (٨١,٢٥%) لأن كلا البرنامجين يستهدفا الوصول الى أكبر شريحة ممكنة من الضيوف وان استضافة شباب غير معتادين على الظهور الاعلامي يحتم على مقدمي هذه البرامج استخدام اللهجة العامية لإدارة الحوار لسهولة اللهجة العامية وتعود الضيوف الشباب على التكلم بها مما يضمن نجاح الحوار.
٦. تبين ان نوع الحوار المستخدم في البرامج عينة البحث هو حوار الشخصية اذ كانت نسبة هلا شباب من هذا النوع من الحوار هي (٦٥,٢١%) أما برنامج شباب وبنات فكانت النسبة المئوية الخاصة بهذا النوع من الحوار اعلى بكثير اذ بلغت (٨١,٢٥%) أما في المرتبة الثانية جاء حوار المعلومات وبعدها حوار الراي الذي يكاد يكون معدوماً, وتوضح النتائج ان الحوار يجري من شباب لتعريف عن شخصياتهم وقضاياهم وهذا ما يفسر كثرة استخدام حوار الشخصية في هذه البرامج , اذ ان حوار المعلومات وحوار الراي يحتاج الى شخصيات تمتلك القدرة والخبرة والتخصيص لتدلي بمعلومات او تعطي رايتها عن قضية معينة وهو ما كان غائباً في البرامج عينة البحث.
٧. ان اهداف الحوار او اهداف البرامج عينة البحث فكانت (التثقيف) والذي جاء متقدماً على بقية الاهداف الاخرى اذ جاءت نسبة برنامج هلا شباب (٦٩,٥٦%) أما برنامج شباب وبنات فجاءت نسبتها المئوية قريبة اذ بلغت (٧٠,٨٣%) وهذا يفسر ان برامج العينة تسعى الى للاهتمام بالجانب الثقافي عبر اجراء الحوار مع ضيوف اهتماماتهم او تخصصاتهم في الفن والثقافة.

٨. الفئة في برنامج هلا شباب (٩٥,٦٥%) وفي برنامج شباب وبنات فبلغت النسبة (٩٣,٧٥%) في حين انعدمت فئة (حوار مع غير شخصية).

الاستنتاجات: Conclusions

١. التركيز على الضيوف الذكور يعكس حالة اجتماعية عامة وهي ان المرأة لم تأخذ دورها كاملا في الحياة العامة.
٢. ان البرنامجين ركزا على من يتصفون بالحيوية والشهرة في اجراء الحوار مع الضيوف فجاءت صفات (شاعر وناشط مدني وممثل) في المراتب الاولى.
٣. ان تناول قضية واحدة من برنامج (هلا شباب) الذي يعرض من قناة العراقية، وتعدد قضايا برنامج (شباب وبنات) من السومرية انما يعكس هامش الحرية الذي تتمتع به القنوات الخاصة عن تلك التي لها علاقة بالدولة بشكل ما.
٤. ان استخدام اللهجة العامية بشكل يكاد يكون مطلقا يعكس في أحد جوانبه تواضع المستوى الثقافي للضيوف من ناحية ويؤشرالى عدم اهتمام البرنامجين باللغة العربية الفصحى.
٥. تراجع حوار الراي يعكس تهميش البرنامجين لراي شريحة من الشباب التي تتمتع بخصائص تسمح لها بإعطاء رأيها عن قضية معينة، وهذا الامر غاية في الاهمية لا يجوز تجاهلها والتركيز على حوار الشخصية حيث الاضواء والبحث عن الشهرة في احيان كثيرة.
٦. الحوار مع شخصية واحدة في طرح كل قضية كانت هي النسبة الاعلى مما يؤشرالى ضعيف في الاعداد اذ يمكن استضافة غير ضيف ومحاورتهم معا مما يغني البرنامج ويثريه.
٧. ان اقتصار الحوار على فئة (وجها لوجه داخل الاستوديو) قد يسبب قدرا من الملل وكان من الافضل الافادة من التكنولوجيا في عقد حوارات مع ضيوف اخرين في اماكن نشاطهم عبر الاقمار الصناعية مما يزيد من حيوية البرنامجين.
٨. التركيز على طرح القضايا الشبابية المحلية بنسبة مئة بالمئة لا تتفق مع واقع الحال في العالم الذي اخترلته وسائل التواصل الاجتماعي ليصبح بحجم الكف، وقد اصبحت الكثير من قضايا الشباب متشابهة عربيا وعالميا، وان الاقتصار على القضايا المحلية يعكس ضعفا في الاعداد وكذلك في رسم اهداف البرنامجين.

المصادر باللغة العربية

- ابراهيم بيومي مذكور. (١٩٧٥). معجم العلوم الاجتماعية . مصر: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- ابن منظور. (١٩٨٨). لسان العرب، الجزء الثاني . بيروت: دار لسان العرب .
- اسماعيل محمود حسن. (٢٠١١). مناهج البحث الاعلامي . القاهرة: دار الفكر العربي.
- رافي حمدي الحديشي. (٢٠٠٤). واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية: رسالة ماجستير غير منشورة. بغداد، جامعة بغداد: كلية الاعلام.
- روبرت ايل هيلارد. (٢٠٠٨). الكتابة للتلفزيون والاذاعة ووسائل الاعلام الحديثة. (مؤيد حسن فوزي، المترجمون) غزة: دار الكتاب الجامعي.
- شيماء ذو الفقار زغيب. (٢٠٠٩). مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- طعيمة رشدي احمد. (٢٠٠٤). تحليل المحتوى في العلوم الانسانية: مفهومه-اسسه-استخداماته . القاهرة: دار الفكر العربي.
- عادل عبد الرزاق، و صفد حسام الدين. (٢٠١٤). التلفزيون وتوعية الشباب الجامعي بتحديات الهوية الثقافية في العراق . مجلة الباحث الاعلامي(٢٦).
- عبد العزيز بركات. (٢٠١٢). مناهج البحث الاعلامي. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- عبد الكريم فهد الساري. (٢٠١٢). تكنيك الحديث والمقابلات الصحفية. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- عبد الله احمد اليوسف. (٢٠١٣). الشباب والثقافة المعاصرة رؤية قرآنية في معالجة التحدي الثقافي (الإصدار ط٢). بيروت: منشورات ضفاف.
- علي عبد الامير الكعبي. (٢٠١٦). دراسات في سكان العراق. بيروت: الساقى للطباعة والنشر.
- لمياء سليمان. (٢٠١٥). قضايا الراي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية: (رسالة ماجستير غير منشورة). الجزائر، جامعة محمد خيضر، بسكرة: كلية العلوم الانسانية.
- محسن جلوب الكنان. (٢٠١٢). تقنيات الحوار الاعلامي . عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع .
- محمد الفاتح حمدي. (٢٠١٢). استخدام الشباب الجزائري لوسائل الاتصال والاعلام الحديثة وانعكاسها على قيمهم الثقافية والاجتماعية . مجلة المستقبل العربي(٣٩٨).
- مصطفى حميد كاظم الطائي. (٢٠١١). الاعلام والتنمية البشرية: دراسة في النظريات والتجارب التنموية العالمية . الشارقة: الافاق المشرقة ناشرون.
- مصطفى يوسف كافي. (٢٠١٥). هندسة الحوار والاقناع. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- نسمة احمد البطريق، و عادل عبد الغفار. (٢٠٠٥). الكتابة للإذاعة والتلفزيون. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- هادي احمد العيثاوي. (٢٠١٨). محاضرات في الصحافة الاذاعية والتلفزيونية. بغداد: دار الكتب والوثائق.
- هدى مالك شبيب. (٢٠١٢). التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية . الاستاذ(٢٠١).

- 1 - Zuayeb, Shaima Zulfikar, *Methods of research and statistical uses in media studies*, Cairo, the Egyptian Lebanese House, 2009, p. 109.
- 2-Abdul Aziz, Barakat, *Methods of Media Research*, Cairo, Dar al-Kitab al-Hadith, 2012, p. 257.
- 3-Ismail, Mahmoud Hassan, *Media Research Methods*, Cairo, Dar Al-Fikr Al-Arabi, 2011, p. 218.
4. Taimah, Roshdy Ahmed, *Analysis of Content in Human Sciences - Concept - Foundations - Uses*, Cairo, Dar Al-Fikr Al Arabi, 2004, p. 70.
- 5 - Ibn Manzoor, *the tongue of the Arabs, Part II*, Beirut, Dar Sanan Arabs, 1988, p 480.
- 6 - Abdul Razzaq, Adel, Hossam, Safad, *TV and raising the awareness of youth university challenges of cultural identity in Iraq*, *Journal of Media Researcher*, No. 26, 2014, p. 127.
- 7-Al-Taei, Mustafa Hameed Kazem, *Media and Human Development, A Study in theories and Experiences Development*, Global, Sharjah, Prospects Publishers, 2011, p. 196.
- 8-Madkour, Ibrahim Bayoumi, *Dictionary of Social Sciences*, Egypt, Egyptian General Book Press, 1975, p. 333.
- 9-Hamdi, Mohamed El-Fateh, *The Use of Algerian Youth for Modern Media and Reflections on their Cultural and Social Values*, *Al-Mustaqbal Al-Arabi Magazine*, Beirut, Center for Arab Unity Studies, No. 398, p.
- 10-Al-Yousef, Abdullah Ahmed, *Youth and Contemporary Culture: A Qur'anic Vision in Addressing the Cultural Challenge*, Beirut, 2, Dafaf Publications, 2013, p. 19.
11. Al-Kaabi, Ali Abdul-Amir, *Studies in the Population of Iraq*, Beirut, Saki Press, 2016, p. 159.
- 12-Kafi, Mustafa Youssef, *Engineering Dialogue and Persuasion*, Amman, Dar Al-Hamed Publishing and Distribution, 2015, p.
- 13-Hadithi, Rafi Hamdi, *The Reality of Talks in Iraqi Satellite TV*, Unpublished Master Thesis, University of Baghdad, College of Information, 2004, p. 22.
- 14-Shabib, Huda Malik, *Marketing in the talk show*, Professor, No. 201, 2012, p.
- 15-Kanani, Mohsen Glob, *Techniques of Media Dialogue*, Amman, Dar Osama Publishing and Distribution, 2012, p. 84.
16. Abdel-Azim, Reem Ahmed, *Media Dialogue Training Program for Skills Development*, former source, p. 47
- 17-Sulaimani, Lamia, *Issues of Public Opinion in Dialogue Television Programs*, Unpublished Master Thesis, Mohammed Khaydar-Biskra University, Faculty of Humanities, Algiers, 2015, p.
- 18 - Mohsen Glob Kanani, *ibid.*, P. 84.
- 19-Abdul Karim Fahad Al-Sari, *Technic Hadith and Press Interviews*, Amman, Dar Osama Publishing and Distribution, 2012, p. 33.
20. Robert E. Hillard, *Writing for Television, Radio and Modern Media*, former source, p. 266.
- 21-Penguin, Nesma Ahmed and Abdel Ghaffar, Adel, *Writing for Radio and Television*, Cairo, Cairo University Center for Open Education, 2005, p. 44.
- 22-Al-Ithawi, Hadi Ahmed, *Lectures in Radio and Television Journalism*, Baghdad, House of Books and Documents, 2018, p

موضوعات التعايش السلمي
في القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية
وهو بحث مستل من رسالة ماجستير

مريم محسن كريم
أ.م.د. محمد جاسم فلحي
كلية الاعلام - جامعة بغداد

مستخلص

يتناول هذا البحث موضوعات التعايش السلمي في القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية محاولاً التعرف على أبرز تلك الموضوعات تناولاً لدى البرامج الخاضعة للتحليل وأسلوب تناولها والفنون الصحفية الأكثر استعمالاً في ذلك، واعتمد البحث المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون لغرض دراسة مجتمع البحث المتمثل بكل من برنامج (شباب توك) في قناة دويش فيله الألمانية (DW) وبرنامج (بين سام وعمار) في قناة الحرة الأميركية، وذلك بتصميم استمارة تحليل المضمون لإخضاع عينة التحليل المتمثلة بعدد (٥٠) حلقة من كلا البرنامجين، وقد تضمنت الاستمارة عدداً من الفئات الرئيسية والفرعية، وتضمنت الاستمارة تحليل المضمون بفئات (ماذا قيل؟) وتحليل الشكل بفئات (كيف قيل؟). وشمل البحث ثلاثة جوانب (المنهجي، والنظري، والتطبيقي).

الكلمات المفتاحية: التعايش السلمي، الاعلام الدولي، القنوات الفضائية الموجهة.

TOPICS OF PEACEFUL COEXISTENCE IN FOREIGN SATELLITE CHANNELS DIRECTED IN THE ARABIC LANGUAGE

(A Research Drawn from Master Thesis)

Abstract

This research deals with issues of peaceful coexistence in foreign satellite channels directed in the Arabic language, trying to get acquainted with the most prominent of these topics dealt with the programs subject to analysis and the method of dealing with them and the most used journalistic arts in that.

The research adopted the descriptive approach and the method of content analysis for the purpose of studying the research community represented by the program «Shabab Talk» “Youth Talk” in the German channel Deutsche Welle (DW) and the program «Beina Sam wa Amar» “between Sam and Ammar” in the American free channel, by designing the content analysis form to subject the sample of analysis represented by (50) episodes of both programs.

The form included a number of major and minor categories. It, moreover, included content analysis with categories of (What was said?); and shape analysis with categories of (How was it said?). The research included three aspects (methodological, theoretical, and applied).

Keywords: *Peaceful Coexistence; International Media; Guided Satellite Channels.*

مقدمة Introduction

تؤدي القنوات التلفزيونية الأجنبية الموجهة باللغة العربية أدواراً متعددة في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية، وتقوم بالترويج لموضوعات وقضايا مهمة تخص المجتمعات العربية، وقد بات من المهم تحليل الخطاب الاعلامي لتلك القنوات الموجهة ومحاولة التعرف على الأهداف التي تسعى لتحقيقها.

لا شك في أن الاعلام يعد أحد أهم الوسائل التي تسهم في إيصال المعلومة من جهة و التقريب بين الافراد و الامم فيما بينها من جهة اخرى، ولاسيما بعد التقدم التقني الكبير الذي سمح للإعلام في قارة ما أن يصل الى عدد كبير من الافراد في قارة اخرى والتواصل معهم، متخطياً حاجز اللغة والاختلاف الثقافي والعرقى وغيرها من الاختلافات، لذا فلا بد من استغلال هذه المكانة التي يتميز بها الاعلام بشكل عام، والقنوات التلفزيونية خاصة، وذلك لما يتميز به التلفزيون عن باقي الوسائل الاعلامية من ناحية نقل الصوت والصورة واللون والحركة في آن معاً، وجعله أبرز الادوات التي

تستعمل للترويج لثقافة السلام والتعايش السلمي من جهة وكذلك تقريب الشعوب والدول فيما بينها من جهة أخرى ليتعرف كلُّ بالآخر، وبوسائله المتعددة المقروء منها والمسموع والمرئي، المحلي والدولي، وفي هذا البحث تناولنا الاعلام التلفزيوني الدولي من ناحية تناوله وترويجه التعايش السلمي وعلى الموضوعات التي ركز عليها وكيف تم ذلك؟!

يتناول هذا البحث موضوعات (التعايش السلمي) في اثنتين من القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة إلى المنطقة العربية وهما قناة دويتشه فيله DW الألمانية وقناة الحرة الأميركية، محاولاً التعرف على أبرز تلك الموضوعات وأكثرها تناولاً لدى البرامج الخاضعة للتحليل وأساليب تناولها، واعتمد البحث المنهج الوصفي وأساليب تحليل المضمون لغرض دراسة مجتمع البحث المتمثل بكل من برنامج (شباب توك) وبرنامج (بين سام وعمار)، وذلك بتصميم استمارة تحليل المضمون لإخضاع عينة التحليل المتمثلة بعدد (٥٠) حلقة من كلا البرنامجين.

يتضمن البحث ثلاثة جوانب هي (المنهجي، والنظري، والتطبيقي)، المبحث الأول هو الاطار المنهجي للبحث الذي تضمن محاور عدة، منها مشكلة البحث التي ضمت التساؤل الرئيس الاتي (ما هي موضوعات التعايش السلمي التي تناولتها القنوات الفضائية الدولية الموجهة باللغة العربية؟) واهداف البحث وأهميته وحدوده وإجراءاته، ثم المبحث الثاني الذي تناول أولاً مفهوم التعايش السلمي ونشأته ومجالاته والمفاهيم القريبة منه. وثانيا القنوات الفضائية الأجنبية وتطورها ولاسيما قناتي (الحرة) و(الدويتشه فيله). في حين تضمن المبحث الثالث الدراسة التحليلية وحدد مجتمع البحث والعينة متمثلة ببرنامجي (شباب توك) و(بين سام وعمار)، واشتمل على الدراسة التحليلية للبحث وذلك بعرض الجداول وتحليلها كمياً وتفسيرها في ضوء ما عرض في مشكلة البحث وأهدافه.

المبحث الأول الاطار المنهجي Methodological Frame

أولاً: مشكلة البحث The Problem

بات من المعروف أن للقنوات الفضائية الدولية الموجهة إلى المنطقة العربية سعي دائم لبث العديد من الموضوعات وطرحها للجمهور العربي والسعي لترسيخها في عقول المشاهدين، ومن أبرزها موضوعات التعايش السلمي. ومن هنا يمكن تلخيص مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس (ما موضوعات التعايش السلمي التي تناولها القنوات الفضائية الدولية الموجهة باللغة العربية ومدى اهتمامها بهذه الموضوعات وكيف تناولتها وعرضتها؟).

وتتفرع من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية عدة تتعلق بمضمون تلك الموضوعات والشكل الذي قدمت فيه، والتي سيتم الاجابة عنها في الاطار النظري والعملية التحليلي للبحث والتساؤلات هي:

١. ما المقصود بالتعايش السلمي وما أنواعه ؟
٢. ما الزمن المخصص لموضوعات التعايش السلمي في البرنامجين عينة التحليل ومقدار الاهتمام

بها من القناتين الخاضعتين للبحث وهما الحرة الأميركية ودويتش فيله الألمانية ؟

٣. ما أبرز موضوعات التعايش السلمي التي تناولها كل من برنامج (شباب توك) وبرنامج (بين سام وعمار) في القناتين المذكورتين ؟

ثانياً: أهداف البحث The Aims

يهدف هذا البحث الى

١. التعرف على مفهوم التعايش السلمي وأنواعه .
٢. معرفة الزمن المخصص لموضوعات التعايش السلمي في البرنامجين (عينة التحليل) ومدى اهتمام القناتين بهذه الموضوعات .
٣. التعرف على أبرز موضوعات التعايش السلمي التي تناولها كل من برنامج (شباب توك) وبرنامج (بين سام وعمار) وكيفية عرضهما .

ثالثاً: نوع البحث و منهجه Research Type and its Methodology

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية فهو مبني على وصف ما توصل اليه من نتائج وحقائق ووصف خصائص مجتمع البحث عن طريق رصدها بتكرارات معينة خاصة بها (حسين، ٢٠٠٦، صفحة ١٢٣) ، واعتمد البحث على المنهج المسحي الذي يقوم بمتابعة الظاهرة ورصدها بشكل دقيق وبطريقة كمية ونوعية للتعرف اكثر على الظاهرة من ناحية الشكل والمضمون، وكذلك تفسير البيانات للتوصل الى نتائج علمية دقيقة تسهم في فهم اكثر واعمق لموضوع البحث (عليان و غنيم، ٢٠١٠، الصفحات ٦٦-٦٧) .

رابعاً: أدوات البحث search tools

- **طريقة تحليل المضمون:** تحليل المضمون أحد أكثر الاساليب البحثية استعمالاً في البحوث الاعلامية ويعرف بأنه « تصنيف المادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية تحت فئات معينة وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى » (العزیز، ٢٠١٢، صفحة ٢٥٧) ومن ثم يعد الاسلوب الانسب للبحث، ويعتمد اسلوب تحليل المضمون في تصنيف المادة المراد تحليلها على استمارة التحليل أداة لجمع البيانات عن طريق تقسيم المادة على فئات رئيسية وفرعية (زغيب، ٢٠٠٩، صفحة ١٣٧) .
- **الملاحظة :** تعد الملاحظة من الادوات الرئيسية في عملية جمع البيانات في البحوث الكيفية، وبأنواعها المتعددة كالملاحظة الحرة التي يعتمدها الباحث في جمع المعلومات لفهم الموضوع الذي يريد الشروع بدراسته وتوفير ما يمكن من الحقائق عنه (العزیز، ٢٠١٢، صفحة ٥٠٤)، وهذا ما اعتمد عليه البحث لفهمه وتوفير المعلومات اللازمة لإجراء البحث .

خامساً : حدود البحث The Limitations

الحدود المكانية: Spatial boundaries

وتتمثل بكل من قناة (الدويتشه فيله الألمانية) وقناة (الحررة الأمريكية) اللتان يمكن اعتمادهما مثالا للقنوات الفضائية الدولية الموجهة الى الدول العربية، وقد جرى اختيار برنامج من كل قناة ويعدد حلقات معينة ليخضع للبحث والتحليل.

الحدود الزمانية: Temporal boundaries

تمتد المدة الزمنية من (٢٠١٨/١١/٠١) الى (٢٠١٩/٣/٣١) بواقع دورتين برامجيتين وبلغ عدد الحلقات التي خضعت للتحليل ضمن هذه المدة هي (٥٠) حلقة بواقع (٢٤) حلقة لبرنامج (شباب توك) على قناة (الدويتشه فيله الألمانية) و (٢٦) حلقة لبرنامج (بين سام وعمار) على قناة (الحررة الأمريكية)

المبحث الثاني: (الإطار النظري): Theoretical context

مفهوم التعايش السلمي والقنوات الدولية الموجهة

أولاً: مفهوم التعايش السلمي

لمعرفة ماهية مصطلح التعايش السلمي ينبغي بدايةً تفكيكه الى كل من مفردتي (التعايش) و (السلم) وتعريف كل منهما لغةً واصطلاحاً وكذلك توضيح مفهوم كل منهما لتتضح الرؤية عند الخوض في تعريف (التعايش السلمي).

١. التعايش : coexistence

ورد لفظ التعايش في المعجم الوسيط مشتق من الفعل عاش، عيشاً، وعيشه ومعاشاً: صار ذا حياة وأعاشه جعله يعيش وعاشه: عاش معه وتعايشوا: عاشوا على الألفة والمودة وفيه التعايش السلمي (مجمع اللغة العربية، د.ت، صفحة ٦٣٩)، وعاش، يعاش، معاشه، عايش فلان: عاش معه وعاصره وقضى معه جزءاً من حياته او كلها، وتعايش يتعايش تعايشاً فهو متعايش ونقول تعايش الجيران: عاشوا على المودة والعطاء وحسن الجوار وتعايشت الدولتان تعايشاً سلمياً (عمر، ٢٠٠٨، صفحة ١٥٨٣).

أما اصطلاحاً فيشير الى « حالة العيش المشترك التي تجمع مجموعتين أو أكثر تختلف عرقياً أو اثنيةً أو فكرياً عن بعضها البعض مع احترام كل مجموعة لمعتقدات المجموعة أو المجتمعات الأخرى وقدرة هذه المجتمعات على حل خلافها بصورة سلمية » (مركز العراق لمعلومات الديمقراطية، ٢٠٠٥، صفحة ١٧).

٢. السلم peace

لغوياً يعني السلم: الصلح - خلاف الحرب وسالمة مسالم وسلاماً: صالحه وورد في القرآن الكريم (وإن جنحوا للسلم فأجبح لها) (القرآن الكريم).

سلم (بفتح السين واللام والميم) بمعنى بالأمر رضي واليه انقاد وتسالم القوم : تصالحو وتوافقوا والسلامة : البراءة من العيوب والآفات وسلم (بفتح السين واللام والميم مع تشديد اللام) بمعنى سلم الشيء اعطاه اياه (معلوف، ١٩٦٥، صفحة ٣٤٧) .

أما اصطلاحاً فوردت للسلم تعريفات عدة إذ جاء تعريفه في قاموس أوكسفورد الانكليزي على أن السلم (peace) « هو حالة أو فترة ليس فيها حرب أو انتهت فيها حرب » (lexico، ٢٠١٩) .

وقد عرفه قاموس كامبردج بأنه « التحرر من الحرب والعنف خصوصاً عندما يعيش الناس ويعملون معاً بسعادة من دون خلافات » . (قاموس كامبردج، ٢٠١٩) .

٣. التعايش السلمي Peaceful coexistence

إن مصطلح التعايش السلمي يُعد حديثاً نسبياً قياساً بممارسته، فقد كانت بداية ظهور المصطلح في النصف الاول من القرن العشرين وبالتحديد بعد قيام الاتحاد السوفيتي السابق، فقد ظهر المفهوم الى العلن بتبنيه من السوفييت كسياسة للتعامل مع الغرب المتمثل بالولايات المتحدة الامريكية، بهدف تجنب الخوض في حرب مع المعسكر الرأسمالي وإحلال التوافق والتفاهات بدل من ذلك مع الابقاء على الاختلافات الايديولوجية بينهما (حمودي، ٢٠٠٧، صفحة ٣٩)، ونظراً لحدائث المفهوم وتعدد وجهات النظر فيما يخص تبعاً للسياسات والايديولوجيات المختلفة فقد برزت العديد من التعريفات له، فقد عرّفه البعض على أنه « العملية التي تتحقق من خلالها المصالحة وتجمع بشكل متساوي بين السلام والحقيقة والعدل والتسامح » (تشايز، ٢٠٠٦، صفحة ١٤٠) .

ويعرفه معجم اللغة العربية المعاصرة على أنه « التعايش السلمي بين الدول والاتفاق بينها على عدم الاعتداء » (عمر، ٢٠٠٨، صفحة ١٥٨٣) .

فيما يُعرف التعايش السلمي من وجهة نظر سياسية اجتماعية وأنه « الية سلمية لتقاسم الموارد والعيث المشترك، وذلك لاعتقاد راسخ بأن العنف يولد عنف، وأن لا بديل عن التعايش والاستفادة من الموارد المتاحة » (خيري عبد الله و عامر، ٢٠١٨، صفحة ١١٨) .

ويمكن الاستدلال من هذا التعريف أنه يحمل رؤية اقتصادية فضلاً عن الرؤية السياسية الاجتماعية، وبالتالي فإن تحقيق التعايش ما بين الأفراد أو الجماعات أو الأنظمة يمهد الى استقرار اقتصادي ولتحقيق مبدأ المساواة والتقسيم العادل للموارد وأن العنف لا يولد إلا العنف .

ويرى آخرون أن التعايش السلمي هو « حالة من العلاقات الدولية تعيشها دول لها أنظمة اجتماعية متباينة أو ذات عقائد متعادية جنباً الى جنب دون حرب » (موريس، ١٩٧٠، صفحة ٥٥) .

٤. أنواع التعايش السلمي ومجالاته

التعايش السلمي لا يقتصر على مجال محدد وإنما يشمل مجالات عديدة من أهمها:

أ. التعايش السلمي السياسي : والذي يعد أول مجال للتعايش السلمي منذ بداية استخدام المصطلح فقد

جاء هذا المجال صيغة أو أسلوباً للتعامل ما بين نظامين مختلفين أيديولوجياً وخلق صيغة تفاهم ما بينهما (اي الاتحاد السوفيتي و الولايات المتحدة الامريكية) بعيداً عن التصادم والحلول العسكرية، ويشتمل هذا المستوى على تقبل الآراء والافكار السياسية المختلفة والتعايش معها والاعتراف بها يعدها حقاً انسانياً من حق البشر جميعاً للتمتع به كما ورد في المادة (٢) من الاعلان العالمي لحقوق الانسان.

ب. التعايش السلمي الاقتصادي : يرمي هذا المجال من التعايش الى إقامة علاقات اقتصادية وتجارية بين البلدان المختلفة لتحقيق القدر اللازم من الرخاء الاقتصادي للبلدان، ولا يمكن تحقيق هذا المستوى بمعزل عن المستوى الاول إذ إن التعايش السلمي الاقتصادي على ارتباط وثيق بالتعايش السلمي السياسي، إذ لا يمكن إقامة علاقات اقتصادية ما بين البلدان من دون المرور بعلاقات واتفاقيات سياسية ممهدة لذلك والعكس صحيح فالسياسة تعبير مكثف عن الاقتصاد وأن العديد من الاتفاقيات السياسية ما بين البلدان جرت للتمهيد لإقامة علاقات اقتصادية تصب في مصلحة تلك البلدان، إذ يعد الاقتصاد المحرك الرئيس في إقامة علاقات ما بين الدول حتى المتضاد منها.

ج. التعايش السلمي الديني: يكون على مستوى الافراد والشعوب فيما بينها وليس فقط بين الحكومات والانظمة. ويتمثل التعايش السلمي الديني بتقبل العيش مع الآخر المختلف دينياً والاعتراف به وعدم فرض دين معين بالقوة على الآخرين والتداول على معتقداتهم إذ لا يعد الدين المفروض بالقوة ديناً لأن الدين يتطلب اقتناعاً وإيماناً وليس فرضاً وإرغاماً، وكذلك يتطلب التعايش السلمي الديني الاقرار بالتعددية الدينية.

د. التعايش السلمي الثقافي الحضاري: التعايش السلمي الثقافي والحضاري المتمثل بتقارب الشعوب وتقبل قيم وافكار واسلوب عيش الشعوب لبعضها البعض، والثقافة « جملة من الافكار والمعارف والمعاني والقيم والرموز والمشاعر والانفعالات و الوجدانيات التي تحكم حياة المجتمع في علاقاته مع الطبيعة والمادة وفي علاقات افراده ببعضهم وبغيرهم من المجتمعات » ، كذلك هناك من يرى أن الثقافة تعني « كل القيم المادية والروحية ووسائل خلقها واستخدامها ونقلها التي يخلقها المجتمع من خلال سير التاريخ»، وكلا التعريفان يؤكدان على أن الثقافة تكون بمثابة هوية لمجتمع ما تميزه عن مجتمع آخر وأن على كل مجتمع أن يتقبل ويتعايش ويرحب بثقافة المجتمع الآخر ويتعامل معه من دون انتقاص منه أو لثقافته وفي الوقت نفسه هذا لا يعني انكاراً لثقافة المجتمع الام والذوبان في الثقافات الاخرى بل على العكس من ذلك التنوع الثقافي في مجتمع ما أو ما بين مجتمعات عدة والذي لا يخلو من الصراع الثقافي يسهم وبشكل كبير جداً في التقدم الاجتماعي وما يساعد على فهم ذلك هو وعي الاجيال بالمراحل التاريخية التي يعيشونها ومتطلبات كل مرحلة لخلق نوع من التلاحم والتعايش الثقافي ما بين المجتمعات.

هـ. التعايش السلمي الاجتماعي: يرمي هذا المستوى من التعايش الى تحقيق التعايش السلمي ما بين ابناء المجتمع الواحد أو مجتمعات متعددة طبقاتها الاجتماعية المختلفة والاعراق المختلفة واللون المختلف، إذ لا يعبر أهمية الى لغة الشخص أو لونه أو عرقه بقدر ما ينظر اليه انساناً في المقام الاول متجاوزاً التصنيفات التمييزية التي ذكرت وكذلك يتجاوز التفريق الجندري ما بين الانثى والذكر والسعي لتحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية ما بين الافراد بتحقيق التعايش السلمي

الاجتماعي وهو كذلك الهدف الذي ترمي اليه باقي المستويات لكن كل بحسب توجهها، فالتنوع الموجود في المجتمعات المختلفة إنما هو حالة اجتماعية صحية تسمح بتعدد الآراء سواء كانت دينية أم سياسية أم فكرية وكذلك التنوع العرقي أو الجندري، وتحقيق التعايش هو من يخلق هذا القبول للأخر والاعتراف به والنظر الى التنوع على أنه حالة صحية طبيعية في المجتمع وليس على أنه تضاد وتنافر ما بين أفراد المجتمع الواحد أو المجتمعات المتعددة.

و. التعايش السلمي البيئي: إن الأزمات البيئية العالمية الكبيرة والكثيرة كلها جعلت من الاهتمام بالسلم البيئي أمراً في غاية الأهمية لاسيما وأن التهديد البيئي وصل الى مديات مخيفة تؤثر سلباً على الحياة بشكل عام كانبعاثات الغازات السامة وأبرزها غاز ثاني أكسيد الكربون والنيتروجين في الدول الصناعية على وجه الخصوص مسبباً حدوث ظاهرة الاحتباس الحراري وذوبان الجليد في القطبين الشمالي والجنوبي، فضلاً عن خطر التصحر والذي أصاب العديد من الدول، كذلك النفايات البلاستيكية صعبة التحلل في الطبيعة والتي اصبحت تشكل خطراً كبيراً جداً على الاحياء في الكوكب وليس على الانسان فقط، فضلاً عن ذلك التهديد بانقراض عدد كبير من الاحياء إما نتيجة المخلفات الصناعية أو حتى الصيد غير القانوني وكذلك عمليات قطع الاخشاب في الغابات وبشكل غير رسمي وما الى ذلك من الممارسات التي تهدد البيئة.

ثانياً: القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية

يمثل الاعلام الدولي والقنوات التلفزيونية الأجنبية الموجهة أحد أبرز الوسائل الإعلامية تأثيراً، وهذا التأثير لا يكمن فقط في عملية نقل المعلومة الى الجمهور أو تقديم المحتوى الترفيهي وإنما يعمل على نقل صور دول وشعوب وثقافات مختلفة الى دول اخرى، وهذا بدوره يخلق نوعاً من التقارب والتعارف بين الشعوب من جانب و من جانب آخر أحياناً يسهم في التدخل في النسق القيمي للبلدان أو حتى التدخل في الشؤون الداخلية للدول أو خلق أزمات دولية إذا لم يستعمل بالصورة الصحيحة، فمن المبادئ الاساسية التي يجب أن يتصف بها الاعلام الدولي هي عدم ترويجه للحرب أو تبني خطاب طائفي أو عرقي أو حتى دعوات للتمييز بين الافراد وإنما يجب عليه السعي للقيام بدور إيجابي في خلق وتطوير ثقافة السلام والتعايش بين الدول (السنوسي، ٢٠١٠، صفحة ٥٩).

وبما أن الاعلام يعد أحد الواجه السياسية للدول لاسيما في سياساتها الخارجية، لذا عمدت هذه الدول الكبرى الى انشاء منظومات اعلامية موجهة الى الدول العربية لتزيد من هيمنتها، وجعل شعوب الدول الاخرى تتقبلها وتطلع على افكارها وحتى تتبناها في بعض الاحيان، فضلاً عن ضعف الاعلام العربي في العديد من الجوانب مما شكل فراغاً لدى المتلقي، اذ مال الاعلام العربي لان يكون اعلاماً معبراً عن صوت السلطة اكثر منه معبراً عن صوت الجماهير، ما جعل منه اعلاماً سلطوياً غير قادر على خدمة الشعوب وقضاياها (محمود عبد الله، ٢٠٠٩، صفحة ١٧٧).

وسوف نكتفي بالحديث عن قناتين تلفازيتين أجنبيتين موجهتين باللغة العربية، من بين عشرات القنوات الفضائية والإذاعات الاجنبية، وهما:

١. قناة DW الألمانية الناطقة بالعربية

تعد قناة DW واحدة من القنوات الدولية الموجهة الى الدول العربية وهي قناة ألمانية أو كما تعرف نفسها القناة على صفحتها الرسمية على موقع الفيس بوك ب (صوت ألمانيا الاعلامي الى العالم). ومؤسسة الدويتشه فيله أو ما تعرف (Deutsche Welle) لها وسائل عدة صحفية إذ لها خدمات اذاعية وتلفزيونية وعبر مواقع شبكة الانترنت تبث فيما يقارب ٣٠ لغة حول العالم كالعربية والانكليزية والروسية والاسبانية وغيرها، يعمل فيها ما يقارب ١٥٠٠ موظف بجنسيات مختلفة من حول العالم (قناة DW الألمانية الناطقة بالعربية، ٢٠١٩). وهي قناة ذات مضمون إخباري سياسي و ثقافي فضلاً عن مضامين أخرى مثل الصحة والفن والرياضة والمضامين الاجتماعية المتعددة .

وتتملك قناة DW عربية موقعاً رسمياً على الانترنت (www.dw.com) وصفحات في مواقع التواصل الاجتماعي ولأسيما فيس بوك وتويتر ويوتيوب وتحظى بنسبة متابعة عالية من الجمهور العربي (DW الموقع الرسمي لقناة، ٢٠١٩).

وبحسب ترتيب البرامج على موقع الويب للقناة فإن برامج القناة هي:

البشير شو / DW الاخبارية / مسائية DW / كوادريغا / وثائقي / عن كذب / عين على أوروبا / العقيدة والحياة / يورو ماكس / صحتك بين يديك / العولمة ٣٠٠٠ / المستقبل الان / عالم السرعة / ضيف وحكاية / شباب توك / الدوري الالمانى / واحة / موسيقى أوروبية صنع في المانيا / مراسلون حول العالم / كنوز بشرية / كليك / مراسلون.

٢. قناة الحرية الامريكية

إحدى القنوات الامريكية الموجهة الى دول العربية وتدعم القناة، بحسب ما ذكر على موقع الرسمي لها على موقع الويب، القيم الديمقراطية والليبرالية الامريكية وتبث على القمر عربسات ونور سات (شبكة الشرق الاوسط MBN، ٢٠١٩).

وقد بدأت القناة بثها الى الدول العربية سنة ٢٠٠٤ بإدارة شبكة الشرق الاوسط للإرسال MBN بتمويل من الكونغرس الامريكي لإيصال صوت أمريكا والسياسة الامريكية الى الدول العربية (قناة الحرية الامريكية، ٢٠٠٢)^(١)، كذلك طرح القضايا والموضوعات العربية من وجهه نظر أمريكية وترتبط بقناة الحرية وسائل اعلامية دولية اخرى منها قناة الحرية عراق الموجهة الى الدولة العراقية بشكل خاص إذ بدأت البث أول مرة بتاريخ ١٦/٠٩/٢٠٠٤ (علي، ٢٠٠٨، صفحة ٨٩)، تتضمن بث نشرات اخبارية تعنى بالشأن العراقي وكذلك برامج حوارية تناقش فيها القضايا السياسية والاجتماعية الابرز في العراق وغيرها من الاشكال البرمجية والمضامين المتنوعة .

(١)نقلًا عن: حيدر القطبي. (٢٠٠٥). دور قناة الحرية في الدبلوماسية الشعبية الامريكية (رسالة ماجستير غير منشورة) . بغداد، جامعة

ولقناة الحرة مواقع رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي تتواصل فيها بشكل مباشر مع الجمهور عن طريق نشر آخر الأخبار ومقتطفات من برامجها، فضلا عن نشر الاسئلة والاستفتاءات التي يتم الرد عليها والتفاعل معها عن طريق التصويت او تعليقات من المستخدمين. أما برامج القناة وبحسب ترتيبها على موقع القناة في الانترنت (<https://www.alhurra.com>) فهي:

إسلام حر/الحررة تتحرى /الحكي سوري /في الممنوع /مختلف عليه/بين سام وعمار/حديث الخليج/ من داخل واشنطن/عاصمة القرار/المرتدون الى اوطانهم/اليوم/هوليوود نيوز/الحررة الليلية. وهناك مجموعة من البرامج التي تطرحها القناة على مواقع التواصل الاجتماعي و تبثها على الشاشة، وتطرح فيها قضايا وموضوعات مختلفة.

المبحث الثالث : الدراسة التحليلية Analytical study

يتضمن هذا المبحث نتائج تحليل المضمون لعينة التحليل من حلقات برنامجي (شباب توك/قناة دوتشه فيله) و (بين سام وعمار/ قناة الحرة) للمدة من ٢٠١٨/١٠/١١ الى ٢٠١٩/١٣/٣١، بواقع (٥٠) حلقة لكلا البرنامجين، بواقع (٢٤) حلقة لبرنامج (شباب توك) و (٢٦) حلقة لبرنامج (بين سام وعمار) وقد اعتمدنا على التحليل الكيفي في تفسير النتائج والتحليل الكمي باستخدام الاساليب الاحصائية المناسبة للبحث.

أولا : فئة زمن موضوعات التعايش السلمي

تشمل هذه الفئة الزمن بالدقيقة الذي استغرقه عرض موضوعات التعايش السلمي بالنسبة لوقت البرنامجين، وكذلك وقت الفواصل والوقت المتبقي للموضوعات الاخرى .

جدول (١) يمثل المساحة الزمنية لموضوعات التعايش السلمي

ت	الزمن بالدقيقة	شباب توك		بين سام وعمار	
		النسبة	الزمن بالدقيقة	النسبة	الزمن بالدقيقة
١	زمن موضوعات التعايش السلمي	٧٥٥	٥٩,٠٧%	٣٠٣,٤٢	٤٥,٩٥%
٢	زمن الموضوعات الاخرى	٥٠٩,٢٧	٣٩,٨٤%	٣٤٥,٢٧	٥٢,٢٩%
٣	زمن الفواصل وتتر بداية ونهاية البرنامج	١٣,٤٥	١,٠٥%	١١,٥٤	١,٧٤%
	المجموع	١٢٧٨,١٢	١٠٠%	٦٦٠,٢٣	١٠٠%

يتضح من الجدول (١) أن الزمن الذي استغرقته (موضوعات التعايش السلمي) في برنامج (شباب توك) يتجاوز نصف المدة الكلية لوقت البرنامج وهذا يبين مدى تركيز البرنامج على موضوعات التعايش السلمي لغيرها من الموضوعات إذ استغرقت (٧٥٥) دقيقة وبنسبة ٥٩,٠٧٪، في حين في برنامج (بين سام وعمار) فإن (موضوعات التعايش استغرقت) (٣٠٣,٤٢) دقيقة وبنسبة ٤٥,٩٥٪ وهو أقل بقليل من نصف مدة زمن البرنامج وهذا يدل على أن البرنامج لا يركز فقط في المرتبة الاولى على موضوعات التعايش السلمي، إذ جاءت نسبة زمن الموضوعات الاخرى (٥٢,٢٩٪) بواقع (٣٤٥,٢٧) دقيقة من الزمن الكلي للبرنامج، أي بفارق (٤١,٨٥) دقيقة عن زمن موضوعات التعايش

السلمي وهو ليس فارق كبير جدا وإن كان مهماً، وهذا يعني أن برنامج (شباب توك) يولي مساحة أكبر لموضوعات التعايش السلمي بالنسبة الى برنامج (بين سام وعمار)، إذ تبلغ المساحة الزمنية التي استغرقتها الموضوعات الأخرى في برنامج شباب توك (٥٠٩,٢٧) وبنسبة (٣٩,٨٤٪) من عموم زمن البرنامج. في حين استغرقت الفواصل داخل البرنامج فضلاً عن زمن تتر البداية والنهاية للبرنامجين النسبة الأقل من الزمن بواقع (١٣,٤٥) دقيقة وبنسبة (١,٠٥٪) من الزمن الكلي لبرنامج (شباب توك)، في حين استغرقت (١١,٥٤) دقيقة وبنسبة (١,٧٤٪) من الزمن الكلي لبرنامج (بين سام وعمار) .

ثانياً: فئات تحليل المضمون (ماذا قيل ؟) Content Analysis Classes

في الجدول الآتي يتم توضيح فئات موضوعات التعايش السلمي كافة التي وردت في كلا البرنامجين من ناحية التكرارات والنسبة المئوية لكل فئة بالنسبة للفئات الأخرى في البرنامجين ومرتبتهما .

جدول (٢) يوضح تكرارات فئات التحليل لموضوعات التعايش السلمي

ت	فئات التحليل لموضوعات التعايش السلمي	شباب توك		بين سام وعمار	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
١	فئة التعايش السلمي الاجتماعي	٤٥٠	٪٦٦,٦٦	٢٥٨	٪٤٧,٣٣
٢	فئة التعايش السلمي الديني	٦٦	٪٩,٧٧	١٢٢	٪٢٢,٣٨
٣	فئة التعايش السلمي السياسي	٤٢	٪٦,٢٢	١١٢	٪٢٠,٥٥
٤	فئة التعايش السلمي الاقتصادي	٦٩	٪١٠,٢٢	٢٤	٪٤,٤٠
٥	فئة التعايش السلمي الثقافي الحضاري	٢٠	٪٢,٩٦	٢٦	٪٤,٧٧
٦	فئة التعايش السلمي في مجال الترفيه	٢٤	٪٣,٥٥	١	٪٠,١٨
٧	فئة التعايش السلمي البيئي	٤	٪٠,٥٩	٢	٪٠,٣٦
	المجموع	٦٧٥	٪١٠٠	٥٤٥	٪١٠٠

يتبين من الجدول (٢) أن فئة (التعايش السلمي الاجتماعي) في برنامج (شباب توك) احتلت المرتبة الأولى بتكرار (٤٥٠) وبنسبة (٦٦,٦٦٪) فقد ركز البرنامج في العديد من حلقاته على هذه الفئة وبفئاتها الفرعية المختلفة كاحترام حقوق الانسان واحترام حقوق المرأة وكذلك موضوعات الاندماج الاجتماعي والتميز، ثم تلتها فئة (التعايش السلمي الاقتصادي) بتكرار (٦٩) ونسبة (١٠,٢٢٪) في المرتبة الثانية، أما المرتبة الثالثة فكانت لفئة (التعايش السلمي الديني) بتكرار (٦٦) وبنسبة مئوية بلغت (٩,٧٧٪) وهذا يوضح مدى الاهتمام الذي يوليه البرنامج لهذه الفئة كذلك قياساً بالفئات الأخرى التي تلتها لما لها من أهمية في الشارع العربي.

في المرتبة الرابعة جاءت فئة (التعايش السلمي السياسي) بنسبة مئوية بلغت (٦,٢٢٪) وتكرار

بلغ (٤٢)، ثم في المرتبة الخامسة كانت هناك فئة (التعايش السلمي في مجال الترفيه) بتكرار (٢٤) ونسبة مئوية بلغت (٣,٥٥٪)، ثم تلتها فئة (التعايش السلمي الثقافي الحضاري) بتكرار (٢٠) ونسبة (٢,٩٦٪) في المرتبة السادسة و بفارق بسيط بينهما، أما في المرتبة السابعة والاخيرة فقد جاءت فئة (التعايش السلمي البيئي) بتكرار (٤) ونسبة مئوية (٠,٥٩٪) وهي نسبة قليلة جداً .

ويمكن الاستدلال من ذلك على أن برنامج (شباب توك) ركز في حلقاته على الجانب الاجتماعي والاقتصادي وثم الديني للتعايش السلمي أكثر منه في الجانب السياسي، وهذا الامر يقود الى استنتاج أن قناة(الدويتشه فيله الالمانية) تهتم بالتواصل والتفاعل مع المجتمع في البلدان العربية أكثر من تواصلها مع الحكومات وكذلك تهتم بطرح قناعاتها أو ما هو سائد أو طبيعي في المجتمع الالمانى حتى وان كان هذا الطرح يشكل حساسية لدى الشعوب العربية مثل الموضوعات التي تخص تحرر المرأة أو حرية المعتقد والاحاد وغيرها الكثير وهذا أيضا يعد اسلوباً للتواصل والتفاعل مع افراد المجتمع حتى لو كانت ردودهم سلبية على الموضوع.

أما في برنامج (بين سام وعمار) أيضاً جاءت فئة (التعايش السلمي الاجتماعي) في المرتبة الاولى بتكرار (٢٥٨) ونسبة (٤٧,٣٣٪) وذلك بالتركيز على العديد من الفئات الفرعية لهذه الفئة كحقوق الانسان وحقوق المرأة ونبذ العنصرية، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (التعايش السلمي الديني) بتكرار (١٢٢) ونسبة (٢٢,٣٨٪) على خلاف ما جاء في برنامج (شباب توك) فقد جاءت في المرتبة الثالثة، أما فئة (التعايش السلمي السياسي) فقد احتلت المرتبة الثالثة بتكرار (١١٢) ونسبة (٢٠,٥٥٪) أيضاً على خلاف ما جاءت فيه هذه الفئة في برنامج (شباب توك) .

أما في المرتبة الرابعة فكانت هناك فئة (التعايش السلمي الثقافي الحضاري) بتكرار (٢٦) ونسبة مئوية (٤,٧٧٪)، تلتها في المرتبة الخامسة فئة (التعايش السلمي الاقتصادي) بتكرار (٢٤) ونسبة مئوية (٤,٤٠٪)، ثم فئة (التعايش السلمي البيئي) في المرتبة السادسة بتكرار (٢) ونسبة (٠,٣٦٪) وهي نسبة قليلة جداً، ثم في المرتبة السابعة والاخيرة وبتكرار واحد فقط جاءت فئة (التعايش السلمي في مجال الترفيه) ونسبة مئوية (٠,١٨٪) .

ونستنتج من ذلك أن برنامج (بين سام وعمار) أيضاً يركز في موضوعاته على الجانب الاجتماعي للتعايش السلمي كما في برنامج (شباب توك) فقد كانت هنالك العديد من الحلقات في البرنامج التي ركزت على قضايا المرأة وقضايا نبذ التمييز العرقي والعنصرية وحقوق الانسان ونبذ العبودية، ومن الفئات المهمة التي ركز عليها البرنامج في حلقاته وجاءت في المرتبة الثالثة فئة (التعايش السلمي السياسي) على خلاف برنامج (شباب توك).

النتائج العامة : General results

١. إن برنامج (شباب توك) يولي إهتماماً أكبر الى الترويج وطرح موضوعات التعايش السلمي من برنامج (بين سام وعمار) الذي يركز بدوره على موضوعات التعايش السلمي في عموم حلقاته التي خضعت للتحليل لكن بدرجة أقل من برنامج (شباب توك)، وفي المقابل يركز أكثر على انتقاد المجتمعات العربية ويقوم بعمل مقارنة، فضلاً عن الترويج الى حجم الاختلاف الكبير ما بين طبيعة عمل النظام الأمريكي والمجتمع الأمريكي والنظم العربية ومجتمعاتها .
٢. هناك إختلاف كبير ما بين البرنامجين في ترتيب إهتماماتهما في موضوعات التعايش السلمي بالنسبة لكل برنامج، فقد ركز برنامج (بين سام وعمار) على كل من فئة (التعايش السلمي الاجتماعي) و فئة (التعايش السلمي الديني) وكذلك (التعايش السلمي السياسي) في اول ثلاث مراتب بشكل تسلسلي، فيما لم يحظ (التعايش السياسي) بالاهتمام نفسه لدى برنامج (شباب توك) الذي اولى اهتماماً بكل من فئة (التعايش السلمي الاجتماعي ثم الاقتصادي ثم الديني ثالثاً).
٣. تم التنويه في أغلب حلقات برنامج (شباب توك) التي خضعت للتحليل على أن كل ما يطرح هو يعبر عن رأي قائله سواء كان ضعيفاً أم فرداً من الجمهور ولا يعبر بالضرورة عن آراء العاملين في البرنامج، وهذا الامر يقود الى استنتاج أن البرنامج يروج ضمناً الى الكثير من الافكار الى المجتمع عن طريق أفراد من المجتمع نفسه ومن ثم لا يعد مروجاً لهذه الافكار على قدر هو مجرد ناقل لها على لسان أصحابها، فيما على خلاف برنامج (بين سام وعمار) الذي ترد فيه عبارة في نهاية كل حلقة (وكان هذا هو موقفنا) التي يسبقها طرح لموقف مقدمي البرنامج تجاه قضية معينة.

المصادر باللغة العربية

DW Made for minds: <http://bit.ly/2O-DW>. تم الاسترداد من DW (2019).
CLrD7

(peace). Retrieved from lexico: <https://www.lexico.com/en> (13 فبراير). (13 فبراير).
www.lexico.com/en

احمد مختار عمر. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة . القاهرة : عالم الكتب.

الاب لويس معلوف. (1965). المنجد في اللغة والأداب والعلوم (الإصدار ط8). بيروت: مطبعة الكاثوليكية.

القرآن الكريم. (بلا تاريخ). سورة الانفال ، الآية 61 .

انطونيا تشايز، (2006). تخيل التعايش معا . (فواد السروجي، المترجمون) المملكة الاردنية الهاشمية: الاهلية للنشر والتوزيع.

بركات عبد العزيز. (2012). مناهج البحث الاعلامي. القاهرة : دار الكتاب الحديث.

حيدر القطبي. (2005). دور قناة الحرية في الدبلوماسية الشعبية الامريكية (رسالة ماجستير غير منشورة) . بغداد، جامعة بغداد: كلية الاعلام.

خيري خيري عبد الله، و فدوى عامر. (2018). دليل المصطلحات العربية في دراسات السلام و حل النزاعات.

(اخرون، المحرر) العراق: جمعية الامل العراقية. تم الاسترداد من <file:///C:/Users/sss/Downloads/UNDP-IQ-Arabic%2520Peace%2520Lexicon.pdf>

سمير محمد حسين. (2006). بحوث الاعلام . القاهرة : عالم الكتب.

شبكة الشرق الاوسط. MBN (2019). الموقع الرسمي لقناة الحرية الامريكية. تم الاسترداد من الحرية: <https://www.alhurra.com/>

شيماء ذو الفقار زغيب. (2009). مناهج البحث والاستعمالات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.

قاموس كامبردج. (13 فبراير, 2019). تعريف السلم ((peace). تم الاسترداد من: [dictionary-cambridge: https://dictionary-cambridge.org/dictionary/english-peace](https://dictionary-cambridge.org/dictionary/english-peace) 2019\2\13 ,

قناة DW الألمانية الناطقة بالعربية. (13 اذار, 2019). الحساب الرسمي لقناة DW الألمانية الناطقة بالعربية على موقع الفيس. تم الاسترداد من صوت ألمانيا الاعلامي الى العالم: <https://www.facebook.com/dw.arabic>

قناة الحرية الامريكية. (14 شباط, 2002). الولايات المتحدة تبدأ البث التلفزيوني الفضائي باللغة العربية، نشرة واشنطن وزارة الخارجية الامريكية. تم الاسترداد من [USINFO.STATE.GOV: http://www.usinfo.state.gov/Arabic/wfsub.htm](http://www.usinfo.state.gov/Arabic/wfsub.htm)

كرنستون موريس. (1970). المصطلحات السياسية . بيروت : دار النهار للنشر.

مجمع اللغة العربية. (د.ت). المعجم الوسيط. القاهرة : مكتبة الشروق الدولية.

- محمود عبد الله. (٢٠٠٩). الاعلام وإشكاليات العولمة. عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع.
- مختار مفتاح السنوسي. (٢٠١٠). الاعلام الدولي، الاسس والمفاهيم . عمان : دار زهران للنشر والتوزيع.
- مركز العراق لمعلومات الديمقراطية. (٢٠٠٥). التعايش في ظل الاختلاف. اوراق ديمقراطية (2).
- مصطفى عليان، و عثمان غنيم. (٢٠١٠). اساليب البحث العلمي- الاسس النظرية والتطبيق العملي. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- معد عاصي علي. (٢٠٠٨). البرامج الحوارية في قناة الحرة عراق برنامج حديث النهرين إنموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة) . بغداد، جامعة بغداد: كلية الاعلام.
- نجم الدين عبد الله حمودي. (٢٠٠٧). العلاقات البينية العربية والدولية . أبو ظبي: محمود نجم الدين.

Reference

1. *ALQuran Alkareem, Al-Anfal, ayah61.*
2. *Almasader Alarabih*
3. *Alab Louis Maalouf, Almonjed fe allugha wladab waloulum, 18th (Beirut:Almatabaah Alcatholia, 1965.*
4. *Ahmed Mokhtar Omar, Mouagam alloghah alarabia almoaserah (Cairo:alam alkutub, 2008).*
5. *Antonia Chaise, Imagine Coexistence Together, translated by Fouad Al-Srouji (Hashemite Kingdom of Jordan: Al-Ahliya for Publishing and Distribution, 2006).*
6. *Barakat Abdel Aziz, Manahej albaath alealami(Cairo: Dar Al Ketab Al Hadith, 2012).*
7. *Ribhi Mustafa Alian, Osman Mohammed Ghunaim, Asaleeb albaath alelmi (Amman: Dar Al Safa Lelnasher wltawzea, 2010).*
8. *Samir Mohamed Hussein, Bohuth alealam(Cairo:alam alkutub, 2006).*
9. *Shaimaa Zulfiqar Zogheib, Manahej albaheth wlesteamat alehsaeh fi aldrasat alealameh (Cairo: Addar almasreh allubnaneah, 2009).*
10. *Omar Khairy Abdullah, Fadwa Amer wagharon,Dalel almstalahat alarabia fi drasat alsalam (Gamaeat alamal aliraqia, 2018).*
11. *Cranston Morris, Almuṣtalhat alseaseh(Beirut:Dar An-Nahar lelnasher, 1970).*
12. *Magmaa allughah alarabia, almaajam alwaseet(Cairo: Al- maktabat*

- alShorouk aldweh, BT).*
13. Mahmoud Abdullah, *Alealam washkaleat alaolmah*, (Amman:Dar Osama lelnasher waltuzea, 2009).
 14. 12- Mokhtar Moftah Senousi, *Alealan adouly, Aluses walmafahem* (Amman: Dar Zahran lelnasher waltawzea, 2010).
 15. Najmuddin Abdullah Hamoudi, (Abu Dhabi, Mahmoud Najmuddin, 2007).
 16. *Almajallat walrasael walatareh*
 17. Haider al-Qutbi, *Dour kanat alherah fi aldublumasih alshaabeh alamarekih, resalat master ghaer manshorah*(Gamaat Baghdad: colleat alealam, 2005).
 18. Markaz aliraq lemaaloumat aldemocratiya, *Awraq democratya – Altaesh fi dil aleghetelaf* (Baghdad, 2005), No. 2.
 19. Maaed Asi Ali, *Albaremeg alhureh fi kanat alherah, Barnamag Hadith Al-Nahrain anmothagan, resalat master ghaer manshorah* (Gamaet Baghdad: Colleat alealam, 2008).

websites

20. <https://en.oxforddictionaries.com>, 13 February 2019
21. <https://dictionary-cambridge.org/dictionary/english-peace>, 13 February 2019
22. <https://www.facebook.com/dw.arabic/>
23. <https://www.dw.com/en/home/s-9106>
24. <https://www.alhurra.com>

معالجة أهداف التنمية المستدامة في الصحافة العربية دراسة تحليلية في جرائد (الصباح العراقية، والشعب الجزائرية، والاتحاد الإماراتية) (بحث مستل من رسالة ماجستير)

أ.م.د. أزهار صبيح غنتاب

رغدة صلاح

كلية الإعلام - جامعة بغداد

المستخلص

تتمحور مشكلة البحث حول التساؤلات العلمية الآتية:

١. ما أهداف التنمية المستدامة التي كان لها أولوية المُعالجة الصحفية في الجرائد العربية محل البحث؟
 ٢. ما الفنون الصحفية التي أعمدها الجرائد العربية محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة؟
 ٣. ما المصادر الصحفية التي أعمدها الجرائد العربية محل البحث في معالجة تلك الأهداف؟
 ٤. ما النطاق الجغرافي الذي أعمده الجرائد العربية محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة؟
- ويُصنّف البحث ضمن البحوث الوصفية، وأُعدت المنهج المسحي، واستخدم أسلوب تحليل المضمون. وتحددت عينته بإعداد الجرائد العربية (الصباح العراقية، والشعب الجزائرية، والاتحاد الإماراتية) الصادرة من ١ كانون الثاني لغاية ٣٠ حزيران ٢٠١٨م، والمستخرجة على وفق نظام العينة العشوائية المنتظمة. وتمثلت الأدوات البحثية بـ (استمارة تحليل المضمون).

وتوصل البحث إلى الاستنتاجات الآتية:

١. حاز هدف التنمية المستدامة: الحادي عشر «مدن ومستوطنات محلية مستدامة» والهدف الثامن «نمو الاقتصاد والعمل اللائق» والهدف السادس عشر «السلام والعدل والمؤسسات» على أولوية المعالجة الصحفية في الجرائد العربية محل البحث، إذ احتلت هذه الأهداف المراتب الثلاث الأولى تبعاً، بعد أن حظيت بنسب معالجة مقبولة قياساً بالأهداف الأخرى.
٢. إنّ أغلب أهداف التنمية المستدامة عُولجت عن طريق فني التقرير، والخبر الصحفيين، الأمر الذي يتفق مع المعطيات، والنتائج التي أسفرت عنها البحوث العلمية السابقة، والتي تفيد بأنّ معالجة الموضوعات التي تتعلق بالتنمية المستدامة غالباً ما تتم عبر الفنون الإخبارية.

٣. أستقت الجرائد العربية محل البحث أغلب معلومات موضوعاتها المعالجة لأهداف التنمية المستدامة من مصادرها الخاصة، تلاها الاكاديميون والباحثون، وسجلت المصادر المجهولة حضوراً واضحاً. الأمر الذي يشير إلى التنوع في إعتماها المصادر على الرغم مما مثلته المصّادر المجهولة من خلل مهني واضح.

٤. بينت معالجة أهداف التنمية المستدامة على أساس النطاق الجغرافي أن النسبة الأعلى من الموضوعات الصحفية المعالجة كانت ضمن النطاق المحلي، ثم الدولي، وأخيراً العربي. **الكلمات المفتاحية:** التنمية المستدامة، الصحافة العربية، جريدة، الصباح العراقية، الشعب الجزائرية، الاتحاد الإماراتية.

ADDRESSING THE GOALS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE ARAB PRESS:

(An analytical study in the newspapers (Al-Sabah Iraqi newspaper, Algerian ech-chaab Newspaper, and UAE Al-Ittihad Newspaper)

(A Research Drawn from Master Thesis)

Miss. Raghda Salah Mahdi,

College of Mass Communication, University of Baghdad.

Assistant Professor. Azhar Sabeeh Ghntab,

College of Mass Communication, University of Baghdad.

The problem of this research is:

- 1. What are the sustainable development goals that received the priority in the press addressing of the newspapers under study?*
- 2. What are the journalistic arts adopted by these newspapers in addressing the sustainable development goals?*
- 3. What are the journalistic sources that Arab newspapers depended on when addressing the sustainable development goals?*
- 4. What are the geographic range the Arab newspapers adopted in addressing the sustainable development goals?*

The research is categorized into descriptive research, adopting the survey method, and using the content analysis method.

The sample of research was determined by the preparation of the Arabic newspapers (Al-Sabah Iraqi newspaper, Algerian ech-chaab Newspaper, and UAE Al-Ittihad Newspaper) issued from January 1 to June 30, 2018, and extracted according to the system of regular random sample. The research tools were (Content Analysis Form).

The research reached the following conclusions:

The sustainable development goal: the eleventh “sustainable local cities and settlements” and the eighth goal “economic growth and decent work” and the sixteenth goal “peace, justice and institutions” won the priority of press treatment in the Arab newspapers in question. These goals occupied the first three ranks consecutively, after having an acceptable treatment ratio compared to other targets.

Most of the SDGs were addressed by the report’s technician and journalist, which is consistent with the data and results of previous scientific research, according to which the treatment of issues related to sustainable development is often done through news arts.

The Arab newspapers in question obtained most of their information dealing with the sustainable development goals from their own sources, followed by academics and researchers, and the anonymous sources recorded a clear presence. This indicates the diversification in the sources’ dependence, despite the apparent occupational deficiency of the unknown sources.

Addressing the SDGs on the basis of geographical scope showed that the highest percentage of journalistic issues addressed were within the local, then international, and finally Arab domain.

Key words: Sustainable Development; Arab Press; Al-Sabah Iraqi; Newspaper; Algerian ech-chaab; UAE Al-Ittihad...

مقدمة: introduction

شهدت العقود الثلاثة الأخيرة إهتماماً متزايداً بالتنمية المستدامة، لاسيما بعد أن تجاوز علم التنمية فكرته المحددة بالإطارات الكمية، أو الأساسيات الاجتماعية، والحماية البيئية التي يسعى لبلوغها من دون الاهتمام بضرورة، وأهمية ترابط تحقيقها معاً على نحو متوازن. ولأن معظم الدول العربية تُعاني النزاعات، والحروب المستمرة، فضلاً عن التمسك بالطرائق التقليدية لمواكبة التقدّم الذي يشهده العالم يجعل الإيفاء بخطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠م، والعمل على تحقيق أهدافها أمراً ليس سهلاً، الأمر الذي يفرض على الإعلام بَعْدَهُ وسيلة إخبارية، وثقافية، وتعليمية، توعية المجتمع بمؤسساته، وأفراده كافة، وعلى مستوى الاختصاصات والمجالات المختلفة بأهمية تحقيق أهداف التنمية المستدامة، عن طريق نشر المعطيات ذات العلاقة، ومتابعتها. ونظراً إلى أن الإنسان هو هدف التنمية المستدامة، ووسيلة بلوغها، فإنّ هذا يلزم الإعلام عامّةً، والصحافة خاصةً الالتزام بوظائفها عن طريق تقديم المعلومات عن الأحداث، والقضايا التي تتعلق بحثثيات أهداف التنمية المستدامة، ومتابعتها، وربطها بمسارات التقدم، ومناقشة إمكانية تصويب الخُطط، والمشاريع نحو المسار الناجح المتوازن.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث: research problem

تتمحور مشكلة البحث حول التساؤلات العلمية الآتية:

١. ما أهداف التنمية المستدامة التي كان لها أولوية المُعالجة الصحفية في الجرائد العربية محل البحث؟
٢. ما الفنون الصحفية التي أعتمدها الجرائد العربية محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة؟
٣. ما المصادر الصحفية التي أعتمدها الجرائد العربية محل البحث في معالجة تلك الأهداف؟
٤. ما النطاق الجغرافي الذي أعتمده الجرائد العربية محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة؟

ثانياً: أهمية البحث: research importance

تكمن أهمية هذا البحث في طبيعة الموضوع الذي يتناوله (أهداف التنمية المستدامة)، بَعْدَه أحد الموضوعات التي تطرحها المجتمعات المحلية، والعربية، والدولية على نحو واضح، ومكثف في المرحلة الراهنة، لاسيما بعد إنعقاد دورة الأمم المتحدة في أيلول من عام ٢٠١٥م، والتي أكدت على أهمية أهداف التنمية المستدامة للإنسان، والأرض حالياً، ومستقبلاً، وإنعكاسها على مُجمل نواحي الحياة، فضلاً عن أهمية هذا البحث التي تتأني من المجال الذي يشتغل في حيزه إلا وهو مجال البحوث المتعلقة بالإعلام التعموي لذا يمكن إيجاز أهميته من الناحيتين العلمية والعملية فيما يأتي:

١. الأهمية العلمية: تتمثل بأنه يسد نقصاً في المكتبة الإعلامية العربية على نحو عام والعراقية على نحو خاص، والتي تنفرق إلى بحوث تتناول الصحافة، وعلاقتها بالتنمية المستدامة، وأهدافها، وذلك راجع لأسباب عدة، منها عدم الأخذ بجدية الموضوع الذي يُعدّ حقلاً علمياً مهماً، وجديداً.
٢. الأهمية العملية: يُساعد هذا البحث في رصد مدى إسهام الصحافة العربية في متابعة أهداف التنمية المستدامة، ومن ثمّ تحقيقها. وذلك عن طريق معرفة حجم الاهتمام الذي توليه لتلك الأهداف، عبر تسليط الضوء عليها شكلاً، ومضموناً بإعتماد الأساليب المنهجية للبحث العلمي، وبذلك يمكن إفادة القائمين على الصحف العربية من النتائج التي يتم التوصل إليها بما يسهم في تطوير القدرات والقابليات الصحفية على الصعيد الفني والموارد البشرية، وفقاً لمخرجات البحث.

ثالثاً: أهداف البحث: research goals

يرمب البحث إلى تحقيق الأهداف العلمية الآتية:

١. رصد أهداف التنمية المستدامة التي كان لها أولوية المُعالجة الصحفية في الجرائد العربية محل البحث.
٢. معرفة الفنون الصحفية التي أعتمدها الجرائد العربية محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة.
٣. تشخيص المصادر الصحفية التي أعتمدها الجرائد العربية محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة.

٤. تحديد النطاق الجغرافي الذي أعتمدته الجرائد العربية محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة.

رابعاً: مجالات البحث: Research field

المجال المكاني: Spatial field

تحدد المجال المكاني للبحث في الجرائد العربية (الصباح العراقية، والشعب الجزائرية، والاتحاد الإماراتية) وتم إختيار هذه الجرائد بوصفها جرائد رسمية في الدول التي تصدر فيها، أي إنها تمثل الخط الذي تنتهجه الدول في سعيها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، إضافة إلى كونها جرائد ذات توزيع يغطي المناطق الجغرافية جميعها داخل بلدانها. فضلاً عن أنها تصدر في مناطق جغرافية مختلفة على الخريطة العربية.

المجال الزمني: Temporal field

تحدد المجال الزمني للبحث بالمدة من ١ كانون الثاني لغاية ٣٠ حزيران من عام ٢٠١٨م، وهي أحدث مدة سبقت الشروع في إنجاز الجانب التحليلي للبحث.

خامساً: مجتمع البحث وعينته Research community and sample

مجتمع بحثنا هو الجرائد العربية. وأختارت الباحثتان ثلاث جرائد، مثلت المجتمع المُتاح للبحث مع الحرص على أن تكون ممثلة في سماتها، وخصائصها للمجتمع الكلي وهو الجرائد العربية، وهذه الجرائد تتمثل ب: جريدة الصباح (العراقية)، وجريدة الشعب (الجزائرية)، وجريدة الاتحاد (الإمارتية).

وتم اختيار إعدادها في البحث بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة. واشتمل على الموضوعات الصحفية كافة التي تُعالج أهداف التنمية المستدامة والمنشورة على صفحات الجرائد المذكورة في أثناء مدة البحث.

سادساً: نوع البحث ومنهجه: Type and method of study

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية من حيث النوع. ويعتمد المنهج المسحي.

سابعاً: أدوات البحث: Search tools

تمثلت الأدوات البحثية بـ (استمارة تحليل المضمون).

ثامناً: وحدة التحليل وفئاته: Unit of Analysis and its categories

وحدة التحليل: Unit of Analysis

أعتمد هذا البحث وحدة الموضوع، بعدّها أكثر وحدات التحليل ملائمة لتحقيق أهدافه.

فئات التحليل: Categories of analysis

فئات الموضوع: Topic categories

وهي الفئات التي تهتم بالإجابة عن السؤال، ماذا قيل؟ أي مضمون المادة الصحفية وتمثلت في

هذا البحث أهداف التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠.

فئات الشكل: Shape categories

وهي الفئات التي تهتم بالإجابة عن السؤال، كيف قيل؟ إذ تقوم بوصف الشكل الذي قُدمت فيه المادة الصحفية وتمثلت في هذا البحث في (الفنون الصحفية ومصادر المعلومات وجغرافية المادة الموضوع).

تاسعاً: تحديد مصطلحات البحث إجرائياً: Action search terms defined

The Arab Press: الصحافة العربية:

يُقصَد منها الجرائد العربية التابعة لقطاع الدولة، والتي تُوزع ورقياً. ويمثلها في هذا البحث: جريدة الصباح العراقية، وجريدة الشعب الجزائرية، وجريدة الاتحاد الإماراتية.

أهداف التنمية المستدامة: Sustainable development goals

هي دعوة عالمية للعمل من أجل القضاء على الفقر، وحماية كوكب الأرض، وضمان تمتع الناس جميعهم بالسلام والازدهار، وتتضوي تحت سبعة عشر بنداً (هدفاً) تم تحديدها من الأمم المتحدة في أيلول من عام ٢٠١٥م، وفي هذا البحث تم إخضاعها، والمقاصد الرئيسة المكونة لها للتحليل، لمعرفة أولوية معالجتها وشكل هذه المعالجة في الجرائد العربية محل البحث.

عاشراً: النظرية الموجهة للبحث

نظرية المسؤولية الاجتماعية

جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية لتقويم نظرية الحرية بعد أن استخدمت على نحو خاطئ من الإعلاميين، لاسيما بعد أن تحول الإعلام إلى صناعة، وبات ينظر إلى كل شيء على أنه سلعة، حتى المبادئ، والقيم، أي أصبح جني المال هدفاً فوق كل اعتبار (محمد، ٢٠١٤، ص ٢٢٠). فدعا «أنصار نظرية المسؤولية الاجتماعية» إلى إعادة صياغة المبادئ، والأسس التي قامت عليها نظرية الحرية، كي تواكب المتغيرات الاجتماعية، والتقنية وتضمن المحافظة على ما تبقى من أعراف المجتمع، وقيمه» (البشير، ٢٠١٤، ص ٣٠). وركزت نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام على أبعاد ثلاثة، أهتم الأول منها بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، متمثلة بالوظيفة التعليمية التي تشغل مرتبة أساسية، وتتحقق عن طريق إتاحة الفرصة لنشر الأفكار، والآراء، ومناقشتها لتكون منبراً إعلامياً، قائم على تقديم المعلومات المتوازنة والدقيقة عما يجري في المجتمع، من أجل تنوير الرأي العام، وخدمة مصالحه، ثم الوظيفة الثقافية (عامر، ٢٠١٤، ص ١٨-١٩). التي تعكس معارف مجتمع القراء، وحضارته، فضلاً عن تعريفه بخصائصه بما يضمن تحقيق التماسك الاجتماعي لأفراد المجتمع (خضر، ٢٠١٨، ص ٦١). والوظيفة الاقتصادية التي ترمي إلى خدمة النظام الاقتصادي، وتقديم الترفيه، وتحقيق الربح، فضلاً عن إثارة الاهتمام بالقضايا العالمية. وأهتم البعد الثاني بمعايير الأداء الإعلامي، والتي تتمثل في المعايير الأخلاقية للأفراد، فضلاً عن معايير الوسائل الإعلامية، وموثوقيتها الأخلاقية سواءً

كانت مكتوبة، أم غير مكتوبة، فضلاً عن المعايير المهنية التي تضعها الهيئات الصحفية المختلفة. في حين أهتم التُّبَد الثالث بالسلوكيات التي ينبغي مُراعَاتها من جانب الإعلاميين أنفسهم لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، والأخلاقية، أو بمعنى آخر منظومة القيم التي تحكم سلوكيات الإعلاميين، وأداء وظائفهم (عامر، ٢٠١٤، ص ١٩).

الإطار النظري: Theoretical context

أولاً: التنمية المستدامة: انبثاق المفهوم وتطوره

شَهَدَ مفهوم التنمية تراجعاً في نهاية القرن العشرين، وأن السبب في تراجعها هو القصور في تلبية ما تنتشده المجتمعات من تنمية شاملة متكاملة تحدث توازن في الجوانب المختلفة التي تمس حياة الناس ومستقبلهم (برونيل، ٢٠١٢، ص ٣٥). فضلاً عن أن الزيادة الكبيرة في أعداد السكان، وهجرة بعضهم من الريف إلى المدينة، والزيادة الكبيرة في استخدام الطاقة الذي أثر بدرجة كبيرة في البيئة (Roosa, 2008, pp.1-14) وجعلها تتعرض الى المزيد من التهديدات، لهذا أصبح الفكر التنموي بحاجة إلى منظور تنموي جديد، فكانت التنمية المستدامة تمثل البديل الذي نبحث عنه (برونيل، ٢٠١٢، ص ٣٥). وعليه أقام نادي روما (Sherden, 1998, p.152). أول مناقشة دولية جدية للقضايا البيئية العالمية في مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة البشرية في ستوكهولم، وتم بناء أنموذج عالمي خصيصاً للتحقيق في خمسة اتجاهات رئيسة هي: تسارع التصنيع، والنمو السكاني السريع، وسوء التغذية على نطاق واسع، واستنزاف الموارد غير المتجددة، وتدهور البيئة (Blewitt, 2008, p. 15). وأصدر في عام ١٩٧٢م تقريراً يوضح العلاقة بين النمو الاقتصادي، والموارد الطبيعية، وتطور المجتمع البشري حمل إسم « تقرير حدود النمو»، وأوضح التقرير دور السكان، واستهلاك الموارد، والتلوث البيئي، والتكنولوجي في التأثير في مستقبل الاقتصاد العالمي، والبشرية، وركز التقرير على فكرة محدودية الموارد، وتزايد معدلات الاستهلاك الحالية، فضلاً عن أن استنزاف الموارد البيئية المتجددة، وغير المتجددة ستكون لها نتيجة سلبية مستقبلاً، إذ إن الموارد الطبيعية لن تقب بحاجات الجيل المقبل (الهيئي، ٢٠٠٩، ص ٩-١٢). وفي العام نفسه أسفرت قمة الأمم المتحدة بشأن البيئة البشرية، عن إنشاء برنامج الأمم المتحدة للبيئة الذي تبنى شعار التنمية من دون تدمير، وأولت إليه مهمة بناء شراكة عالمية في مجال العناية بالبيئة (عياش، ٢٠١١، ص ٢٩). بعدها ظهرت ملامح أخرى للتنمية المستدامة قبل إعلانها الرسمي في تقرير «الاستراتيجية الدولية للمحافظة على البيئة» في عام ١٩٨١م، عن الاتحاد العالمي للمحافظة على الموارد الطبيعية، ووضع في هذا العام أول تعريف للتنمية المستدامة، وهو «السعي الدائم لتطوير نوعية الحياة الإنسانية مع الأخذ في الاعتبار قدرات النظام البيئي الذي يحتضن الحياة وإمكانياته»، كما تم بيان أهم مقوماتها، وشروطها (الهيئي، ٢٠٠٩، ص ٩-١٢). وفي إطار تقرير مؤتمر «ستوكهولم زائد ١٠» أوصت الأمم المتحدة بوضع تقرير بشأن التنمية البيئية، وفي عام ١٩٨٣م شكلت الأمم المتحدة «اللجنة الدولية للبيئة والتنمية» برئاسة رئيسة وزراء النرويج غرو هارلم برونتلاند لهذا الغرض وكان أكثر من نصف اللجنة ممثلين من البلدان النامية، بما يكفل إلا تغلب الشواغل البيئية العالمية على الرغبة في القضاء على المشكلات التي تعيق تلبية الحاجات البشرية الأساسية،

والفقر (Blewitt, 2008, p.16). وبعد ثلاث سنوات أي في عام ١٩٨٧م، سلمت اللجنة تقريراً عُرفَ بإسم (مستقبلنا المشترك) وعُرفَ كذلك بإسم تقرير برونتلاند، والذي وضع الأسس الرسمية الأولى لما سُمي بالتنمية المستدامة Sustainable Development، وقدم تقرير مستقبلنا المشترك تعريفاً للتنمية المستدامة يفيد بأنها « تنمية تستجيب لحاجات الحاضر من دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على الوفاء باحتياجاتها»، وأكد هذا التعريف أيضاً أن التنمية لا بد أن تقطع رهاناً زمنياً بين الأجيال للمحافظة على الأرض التي يعيشون عليها، وتحسين الخدمات، وتجذير مناخ الحريات، والحقوق دون إضرار بالمعطيات، والموارد الطبيعية، والبيئية، أنها بهذه الصيغة تنمية موجهة لفائدة الإنسان، والمجتمع والبيئة، مع الأخذ بعين الاعتبار حاجات الأجيال اللاحقة، وحقوقها، وهذا ما يجعلنا نصفها بطابع الاستدامة (أبو النصر، ٢٠١٧، ص ٨٥). وأُعتمد في (المؤتمر العالمي للأرض) الذي عقد في عام ١٩٩٢م مفهوم التنمية المستدامة وأصبح أساساً للتعاون الدولي رسمياً (برونيل، ٢٠١٢، ص ٧١).

ثانياً: التنمية المستدامة من منظور عربي

إن الدول العربية تحتاج إلى أنموذج جديد للتنمية، لا ينظر فيه الى الاستقرار من منظور أممي محض، ولا ينظر إلى التقدم من منظور منفعة السلع والخدمات، بل من منظور القدرات الجوهرية التي يتمكن عن طريقها الفرد أن يعيش حياة كريمة ويشعر بدوره الحقيقي، ولا يتحقق ذلك، إلا عبر أنموذج الدولة التنموية التي لا تعتمد على الربيع، ولا على إنتاج مجموعة من السلع الأولية أو تلك السلع، والخدمات ذات القيمة المضاعفة المتواضعة (العبد الله، وقطب، ٢٠١٧، ص ١٢٦-١٢٨). ولأجل النهوض بالمستوى المعيشي للمجتمع العربي بإسلوب حضاري يضمن كرامة العيش للناس، والوقوف عند تحديات تحقيق التنمية المستدامة، لا بد من اتباع الآتي (مجلة نحو مجتمع المعرفة، ٢٠٠٦، ص ٤١):

١. القصد في استهلاك الثروات الطبيعية، والحكمة في استغلال الموارد المتاحة.
٢. بناء مجتمع قائم على المعرفة، وتوفير مصادر المعلومات، وسبل التعلم، وتشجيع الابتكار التقني والفني، وتوظيف الملكات الفردية واستثمارها في مجالات سد احتياجات المجتمع، وتشجيع الشراكة الاجتماعية في قضايا التنمية العربية.
٣. وضع برامج اقتصادية نابغة من الواقع العربي، وملائمة لأحواله، وبناء اقتصاد قائم على المعرفة، وتوطيد الصناعة، والزراعة المستدامة.
٤. رفع مستوى الوعي الخاص بالبيئة على مستويات المجتمع جميعها من أفراد ومؤسسات، والحد من نشاط تجاري، أو صناعي، أو زراعي يضر بها وتشجيع الأنشطة النافعة للبيئة أو الأقل ضرراً لها، وسن التشريعات المحلية لحمايتها، وتشجيع التعاون العربي في مكافحة التلوث وحماية البيئة.

ثالثاً: إسهام الصحافة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة

تختلف الرؤى التي تتناول دور وسائل الإعلام، وفي قلبها الصحافة في تحقيق التنمية، إذ يرى ولبر شرام أنّ الحد الأدنى لإسهام الإعلام في عملية التنمية تتمثل في تقديم معلومات عن ضرورة التغيير المطلوب، وتهيأة قبول عام له، والإسهام في تعليم المهارات الضرورية لهذا التغيير (السمان، ٢٠١١، ص ١٥٣).

ويشير ناريندر اجاروالا إلى إمكانية تعريف الصحافة في إطار دورها التنموي بـ « الصحافة التي تتفحص بعين ناقدة، وتُقيم وتكتب، عن مدى إرتباط المشروع التنموي بالحاجات المختلفة، والقومية، وتفحص الاختلافات بين الخطة، وتطبيقها، والاختلاف بين آثارها في الناس في تصريحات المسؤولين وبين آثارها الفعلية» (حسن، ٢٠١٠، ص ٢٥). ويمكن في هذا الصدد توعية المواطنين توعية شاملة بأهداف خطة التنمية المستدامة وإنجازاتها والجهود التي تُبذلها الدولة في مدِّ المواطنين، ومناطقهم بالخدمات الأساسية، والضرورية، وتوعيتهم بالإقبال على العمل في المجالات جميعها، عن طريق (العبد، ٢٠٠٧، ص ١٠٢):

- أولاً: تعريف الناس بأهداف الخطة القومية ومجالاتها وإنجازاتها، ويمكن للصحف أن تستخدم الفنون الصحفية جميعها التي تقرب المعلومة إلى أذهان الناس.
- ثانياً: إلقاء الضوء على المعوقات المختلفة التي تواجه التنفيذ، ويمكن للصحف أن تحث الناس عبر استخدام القوالب الفنية المُفضَّلة لديهم، وتساعدهم على التخلص من الأفكار التي تعوق عمليات التنمية في المجالات جميعها، مثل قلة الإقبال على بعض المهن الأساسية في المجتمع، والتي لا تستغني عنها أية عملية تنموية.

المبحث الثالث: الدراسة التحليلية: Analytical study

الجدول (١) يوضح التوزيع الرتبي لأهداف التنمية المستدامة المُعالجة في الجرائد محل البحث

المجموع الكلي			جريدة الاتحاد			جريدة الشعب			جريدة الصباح			أهداف التنمية المستدامة
م	%	ك	م	%	ك	م	%	ك	م	%	ك	
٧	٥,٩٨	٣٦	٦	٦,٨٦	١٤	٦	٥,١٦	١١	٦	٥,٩٥	١١	١. القضاء على الفقر
١٠	٤,٤٩	٢٧	٧	٤,٩٠	١٠	٥	٥,٦٣	١٢	٩	٢,٧	٥	٢. القضاء على الجوع
٤	٩,٩٧	٦٠	٤	٨,٣٣	١٧	٢	١٢,٦٨	٢٧	٤	٨,٦٥	١٦	٣. الصحة الجيدة والرفاه
٩	٥,١٥	٣١	٣	٩,٣١	١٩	٩	٢,٨٢	٦	٨	٣,٢٤	٦	٤. التعليم الجيد
٦	٦,٤٨	٣٩	٤	٨,٣٣	١٧	٥	٥,٦٣	١٢	٧	٥,٤١	١٠	٥. المساواة بين الجنسين
٨	٥,٣٢	٣٢	٨	٣,٩٢	٨	٤	٦,٥٧	١٤	٧	٥,٤١	١٠	٦. المياه النظيفة والنظافة الصحية
١٠	٤,٤٩	٢٧	١٠	١,٩٦	٤	٨	٤,٢٣	٩	٥	٧,٥٧	١٤	٧. طاقة نظيفة وبأسعار معقولة
٢	١١,٦٣	٧٠	١	١٠,٧٨	٢٢	٣	١١,٧٤	٢٥	٢	١٢,٤٣	٢٣	٨. نمو الاقتصاد والعمل اللائق
١٦	١,٣٢	٨	١٠	١,٩٦	٤	١٣	٠	٠	١٠	٢,١٦	٤	٩. البنى التحتية والصناعة والابتكار
١٢	٢,١٦	١٣	٨	٣,٩٢	٨	١٠	١,٨٨	٤	١٣	٠,٥٤	١	١٠. الحد من أوجه عدم المساواة داخل البلدان وفيما بينها
١	١٣,٧٩	٨٣	٢	٩,٨١	٢٠	١	١٧,٢٥	٤١	٣	١١,٨٩	٢٢	١١. مدن ومستوطنات محلية مستدامة
١١	٣,٣٢	٢٠	١٠	١,٩٦	٤	٧	٤,٦٩	١٠	٨	٣,٢٤	٦	١٢. الإنتاج والاستهلاك المسؤولين
١٥	١,٨٢	١١	٨	٣,٩٢	٨	١٢	٠,٤٧	١	١٢	١,٠٨	٢	١٣. العمل المناخي
١٢	٢,٤٩	١٥	٨	٣,٩٢	٨	١٢	٠,٤٧	١	٨	٣,٢٤	٦	١٤. الحياة تحت الماء
١٤	١,٩٩	١٢	٩	٢,٩٤	٦	١١	١,٤١	٣	١١	١,٦٢	٣	١٥. الحياة في البر
٣	١٠,٢٩	٦٢	٥	٧,٣٥	١٥	٣	١١,٧٤	٢٥	٣	١١,٨٩	٢٢	١٦. السلام والعدل والمؤسسات
٥	٩,٣	٥٦	٢	٩,٨١	٢٠	٥	٥,٦٣	١٢	١	١٢,٩٧	٢٤	١٧. عقد الشراكات لتحقيق الأهداف
-	٪١٠٠	٦٠٢	-	٪١٠٠	٢٠٤	-	٪١٠٠	٢١٣	-	٪١٠٠	١٨٥	المجموع

يشير الجدول (١) الى أن الهدف الحادي عشر «مدن ومستوطنات محلية مستدامة» جاء في المرتبة الأولى بواقع (٨٣) تكراراً وبنسبة قدرها (١٣,٧٩٪)، وجاء في المرتبة الثانية الهدف الثامن «نمو الاقتصاد والعمل اللائق» بواقع (٧٠) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١١,٦٣٪)، وفي المرتبة الثالثة جاء الهدف السادس عشر «السلام والعدل والمؤسسات» بواقع (٦٢) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١٠,٢٩٪)، وفي المرتبة الرابعة جاء الهدف الثالث «الصحة الجيدة والرفاه» بواقع (٦٠) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٩,٩٧٪)، وفي المرتبة الخامسة جاء الهدف السابع عشر «عقد الشراكات لتحقيق الأهداف» بواقع (٥٦) تكراراً وبنسبة قدرها (٩,٣٪)، وحل الهدف الخامس «المساواة بين الجنسين» في المرتبة السادسة بواقع (٣٩) تكراراً وبنسبة قدرها (٦,٤٨٪)، وفي المرتبة السابعة جاء الهدف الأول «القضاء على الفقر» بواقع (٣٦) تكراراً وبنسبة (٥,٩٨٪)، وجاء الهدف السادس «المياه النظيفة والنظافة الصحية» في المرتبة الثامنة بواقع (٣٢) تكراراً وبنسبة (٥,٣٢٪)، تلاه الهدف الرابع «التعليم الجيد» في المرتبة التاسعة بواقع (٣١) تكراراً وبنسبة قدرها (٥,١٥٪)، وتشارك الهدف الثاني «القضاء على الجوع» والهدف السابع «طاقة نظيفة وبأسعار معقولة» المرتبة العاشرة بواقع (٢٧) تكراراً وبنسبة (٤,٤٩٪)، تلاه الهدف الثاني عشر «الإنتاج والاستهلاك المسؤولين» في المرتبة الحادية عشر بواقع (٢٠) تكراراً وبنسبة قدرها (٣,٣٢٪)، وحلّ الهدف الرابع عشر «الحياة تحت الماء» في المرتبة الثانية عشر بواقع (١٥) تكراراً وبنسبة (٢,٤٩٪)، وفي المرتبة الثالثة عشر جاء الهدف العاشر «الحد من أوجه عدم المساواة داخل البلدان وفيما بينها» بواقع (١٣) تكراراً وبنسبة قدرها (٢,١٦٪)، وشغل الهدف الخامس عشر «الحياة في البر» المرتبة الرابعة عشر بواقع (١٢) تكراراً وبنسبة قدرها (١,٩٩٪)، وفي المرتبة الخامسة عشر حل الهدف الثالث عشر «العمل المناخي» بواقع (١١) تكراراً وبنسبة قدرها (١,٨٢٪)، وحل في المرتبة السادسة عشر الهدف التاسع «البنى التحتية والصناعة والابتكار» بواقع (٨) تكرارات وبنسبة قدرها (١,٣٢٪).

وعلى مستوى **جريدة الصباح**: جاء الهدف السابع عشر «عقد الشراكات لتحقيق الأهداف» في المرتبة الأولى بواقع (٢٤) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١٢,٩٧٪)، تلاه في المرتبة الثانية الهدف الثامن «نمو الاقتصاد والعمل اللائق» بواقع (٢٣) تكراراً وبنسبة قدرها (١٢,٤٣٪)، وتشارك المرتبة الثالثة الهدف الحادي عشر «مدن ومستوطنات محلية مستدامة» والهدف السادس عشر «السلام والعدل والمؤسسات» بواقع (٢٢) تكراراً وبنسبة قدرها (١١,٨٩٪)، وجاء الهدف الثالث «الصحة الجيدة والرفاه» في المرتبة الرابعة بواقع (١٦) تكراراً وبنسبة قدرها (٨,٦٥٪)، وشغل المرتبة الخامسة الهدف السابع «طاقة نظيفة وبأسعار معقولة» بواقع (١٤) تكراراً وبنسبة قدرها (٧,٥٧٪)، وجاء في المرتبة السادسة الهدف الأول «القضاء على الفقر» بواقع (١١) تكراراً وبنسبة قدرها (٥,٩٥٪)، وتشارك المرتبة السابعة الهدف الخامس «المساواة بين الجنسين» والهدف السادس «المياه النظيفة والنظافة الصحية» بواقع (١٠) تكرارات وبنسبة مئوية قدرها (٥,٤١٪)، وتشارك في المرتبة الثامنة الهدف الرابع «التعليم الجيد» والثاني عشر «الإنتاج والاستهلاك المسؤولين» والهدف الرابع عشر «الحياة تحت الماء» بواقع (٦) تكرارات وبنسبة قدرها (٣,٢٤٪)، وجاء الهدف الثاني «القضاء على الجوع» في المرتبة التاسعة بواقع (٥) تكرارات وبنسبة قدرها (٢,٧٪)، وشغل المرتبة العاشرة الهدف التاسع «البنى التحتية والصناعة والابتكار» بواقع (٤) تكرارات وبنسبة قدرها (٢,١٦٪)، وحل في المرتبة الحادية عشر الهدف الخامس عشر «الحياة

في البر» بواقع (٣) تكرارات وبنسبة قدرها (١,٦٢٪)، وشغل الهدف الثالث عشر «العمل المناخي» المرتبة الثانية عشر بواقع تكرارين اثنين وبنسبة (١,٠٨٪)، وحل في المرتبة الثالثة عشر الهدف العاشر «الحد من أوجه عدم المساواة داخل البلدان وفيما بينها» بواقع تكرار واحد فقط وبنسبة قدرها (٠,٥٤٪).

أما على مستوى **جريدة الشعب**: جاء الهدف الحادي عشر «مدن ومستوطنات محلية مستدامة» في المرتبة الأولى بواقع (٤١) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١٩,٢٥٪)، وحل الهدف الثالث «الصحة الجيدة والرفاه» في المرتبة الثانية بواقع (٢٧) تكراراً وبنسبة قدرها (١٢,٦٨٪)، واحتل الهدف الثامن «نمو الاقتصاد والعمل اللائق» المرتبة الثالثة بواقع (٢٥) تكراراً وبنسبة قدرها (١١,٧٤٪)، وجاء في المرتبة الرابعة الهدف السادس «المياه النظيفة والنظافة الصحية» بواقع (١٤) تكراراً وبنسبة (٦,٥٧٪)، وتشارك الهدف الثاني «القضاء على الجوع» والهدف الخامس «المساواة بين الجنسين» والهدف السابع عشر «عقد الشراكات لتحقيق الأهداف» المرتبة الخامسة بواقع (١٢) تكراراً وبنسبة (٥,٦٣٪)، وجاء الهدف الأول «القضاء على الفقر» في المرتبة السادسة بواقع (١١) تكراراً وبنسبة قدرها (٥,١٦٪)، وحل الهدف الثاني عشر «الإنتاج والاستهلاك المسؤولين» في المرتبة السابعة بواقع (١٠) تكرارات وبنسبة قدرها (٤,٦٩٪)، تلاه الهدف السابع «طاقة نظيفة بأسعار مستدامة» في المرتبة الثامنة بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (٤,٢٣٪)، تلاه في المرتبة التاسعة الهدف الرابع «التعليم الجيد» بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (٢,٨٢٪)، وجاء في المرتبة العاشرة الهدف العاشر «الحد من أوجه المساواة داخل البلدان وفيما بينها» بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (١,٨٨٪)، وحل الهدف الخامس عشر «الحياة في البر» في المرتبة الحادية عشر بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (١,٤١٪)، وتشارك الهدف الثالث عشر «العمل المناخي» والهدف الرابع عشر «الحياة تحت الماء» في المرتبة الثانية عشر بواقع تكرار واحد فقط لكل منهما وبنسبة مئوية قدرها (٠,٤٧٪)، وغاب الهدف التاسع «البنى التحتية والصناعة والابتكار» عن المعالجة الصحفية في الجريدة فحل في المرتبة الثالثة عشر والأخيرة.

وعلى مستوى **جريدة الاتحاد**: جاء الهدف الثامن «نمو الاقتصاد والعمل اللائق» في المرتبة الأولى بواقع (٢٢) تكراراً وبنسبة قدرها (١٠,٧٨٪)، وتشارك الهدف الحادي عشر «مدن ومستوطنات محلية مستدامة» والهدف السابع عشر «عقد الشراكات لتحقيق الأهداف» المرتبة الثانية بواقع (٢٠) تكراراً وبنسبة قدرها (٩,٨١٪)، وجاء في المرتبة الثالثة الهدف الرابع «التعليم الجيد» بواقع (١٩) تكراراً وبنسبة قدرها (٩,٣١٪)، وتشارك في المرتبة الرابعة الهدف الثالث «الصحة الجيدة والرفاه» والهدف الخامس «المساواة بين الجنسين» بواقع (١٧) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٨,٣٣٪)، وحل في المرتبة الخامسة الهدف السادس عشر «السلام والعدل والمؤسسات» بواقع (١٥) تكراراً وبنسبة قدرها (٧,٣٥٪)، وشغل المرتبة السادسة الهدف الأول «القضاء على الفقر» بواقع (١٤) تكراراً وبنسبة قدرها (٦,٨٦٪)، وجاء في المرتبة السابعة الهدف الثاني «القضاء على الجوع» بواقع (١٠) تكرارات وبنسبة قدرها (٤,٩٠٪)، وتشارك المرتبة الثامنة الهدف السادس «المياه النظيفة والنظافة الصحية» والهدف الثالث عشر «العمل المناخي» والهدف الرابع عشر «الحياة تحت الماء» والهدف العاشر «الحد من أوجه عدم المساواة بين البلدان وفيما بينها» بواقع (٨) تكرارات وبنسبة قدرها (٣,٩٢٪)، وجاء الهدف

الخامس عشر «الحياة في البر» في المرتبة التاسعة بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (٢,٩٤٪)، وحل في المرتبة العاشرة الهدف السابع «طاقة نظيفة وبأسعار معقولة» والهدف التاسع «البنى التحتية والصناعة والابتكار» والثاني عشر «الإنتاج والاستهلاك المسؤولين» بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (١,٩٦٪).

يلاحظ من الجدول (١)، أنّ جريدة الشعب عالجت أهداف التنمية المستدامة على نحو فاق جريدتي الاتحاد والصبح تبعاً، إذ بلغ المجموع الكلي للموضوعات الصحفية التي عالجت أهداف التنمية المستدامة في جريدة الشعب (٢١٣) موضوعاً، مقابل (٢٠٤) موضوعاً في جريدة الاتحاد و(١٨٥) موضوعاً في جريدة الصباح. وبناءً على معطيات الجدول (١) أيضاً، يتبين أن جريدة الصباح ركزت على معالجة أهداف التنمية المستدامة ذات الأبعاد الاقتصادية بالدرجة الأساس، أما الأهداف ذات الأبعاد الاجتماعية، والبيئية، فكانت نسبة مُعالجتها ضئيلة، الأمر الذي يؤشر غياب التوازن في معالجة أهداف التنمية المستدامة عامةً. كما يلاحظ تركيز إهتمام جريدة الشعب على معالجة الأهداف ذات الأبعاد الاجتماعية، في حين لم يَنل البعد الاقتصادي والبيئي المعالجة المطلوبة، وتشابهت بذلك مع جريدة الصباح. هذا وعالجت جريدة الاتحاد أهداف التنمية المستدامة على نحو متوازن نسبياً قياساً بالجريدتين السابقتين، إذ جاءت الأهداف ذات الأبعاد الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية بنسب متقاربة، ومقبولة، وبذلك اختلفت جريدة الاتحاد عن جريدتي الصباح، والشعب. ويرجع السبب في تبيان ترتيب هذه الأبعاد إلى تبيان الاهتمام بالأهداف ومقاصدها لدى كل جريدة من الجرائد عينة البحث.

الجدول (٢) يوضح التوزيع الرتبى للفنون الصحفية التي اعتمدها الجرائد محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة

فئة الفنون الصحفية	جريدة الصباح			جريدة الشعب			جريدة الاتحاد			المجموع الكلي		
	ك	٪	م	ك	٪	م	ك	٪	م	ك	٪	م
١. الخبر الصحفي	٦٠	٣٢,٤٣	٢	٨٤	٣٩,٤٤	٢	٥١	٢٥	٢	١٩٥	٣٢,٣٩	٢
٢. التقرير الصحفي	٨٥	٤٥,٩٥	١	١٠٣	٤٨,٣٦	١	١٠٥	٥١,٤٧	١	٢٩٣	٤٨,٦٧	١
٣. القصة الخبرية	٦	٣,٢٤	٥	٢	٠,٩٤	٥	٤	١,٩٦	٤	١٢	١,٩٩	٥
٤. المقال الصحفي	٢٢	١١,٨٩	٣	١٦	٧,٥١	٣	٣٦	١٧,٦٥	٣	٧٤	١٢,٢٩	٣
٥. الحديث الصحفي	٠	٠	٧	١	٠,٤٧	٦	٢	٠,٩٨	٥	٣	٠,٥	٧
٦. التحقيق الصحفي	٩	٤,٨٦	٤	٤	١,٨٧	٤	٤	١,٩٦	٤	١٧	٢,٨٢	٤
٧. الكاريكاتير	٣	١,٦٢	٦	١	٠,٤٧	٦	٠	٠	٦	٤	٠,٦٦	٦
٨. الانفوغراف	٠	٠	٧	٢	٠,٩٤	٥	٢	٠,٩٨	٥	٤	٠,٦٦	٦
المجموع	١٨٥	٪١٠٠	-	٢١٣	٪١٠٠	-	٢٠٤	٪١٠٠	-	٦٠٢	٪١٠٠	-

توضح نتائج الجدول (٢) أن «التقرير الصحفي» حاز على المرتبة الأولى ضمن الفنون الصحفية الأخرى التي عالجت غيرها الجرائد محل البحث أهداف التنمية المستدامة بعدد تكرارات بلغ (٢٩٣) تكراراً ضمن المجموع الكلي للتكرارات البالغ (٦٠٢) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٤٨,٦٧٪)، وجاء «الخبر» في المرتبة الثانية بواقع (١٩٥) تكراراً وبنسبة قدرها (٣٢,٣٩٪)، وجاء «المقال الصحفي»

في المرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغ (٧٤) تكراراً وبنسبة قدرها (١٢,٢٩٪)، واحتل «التحقيق الصحفي» المرتبة الرابعة بعدد تكرارات بلغ (١٧) تكراراً وبنسبة قدرها (٢,٨٢٪)، وشغلت «القصة الخبرية» المرتبة الخامسة بواقع (١٢) تكراراً وبنسبة (١,٩٩٪)، بينما احتل «الكاريكاتير» و«الانفوغراف» المرتبة السادسة بواقع (٤) تكرارات أي ما نسبته (٠,٦٦٪) لكل منهما، وجاء في المرتبة السابعة، والأخيرة الحديث الصحفي بواقع (٣) تكرارات وبنسبة قدرها (٠,٥٪).

وعلى مستوى الجرائد نفسها اعتمدت **جريدة الصباح**: «التقرير الصحفي» بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ (٨٥) وبنسبة قدرها (٤٥,٩٥٪)، وجاء «الخبر» بواقع (٦٠) تكراراً وبنسبة قدرها (٣٢,٤٣٪) وبذلك شغل المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة جاء «المقال الصحفي» بواقع (٢٢) تكراراً وبنسبة قدرها (١١,٨٩٪)، وفي المرتبة الرابعة جاء «التحقيق الصحفي» بمجموع (٩) تكرارات وبنسبة (٤,٨٦٪)، وشغلت «القصة الخبرية» المرتبة الخامسة بواقع (٦) تكرارات أي ما نسبته (٣,٢٤٪)، واحتل «الكاريكاتير» المرتبة السادسة بواقع (٣) تكرارات وبنسبة قدرها (١,٦٢٪) وبهذه النسبة تفوقت جريدة الصباح على جريدتي الشعب والاتحاد في استخدام فن الكاريكاتير، في حين لم تستعن الجريدة بفني «الحديث الصحفي» و«الانفوغراف» لمعالجة أهداف التنمية المستدامة، فشغلا بذلك المرتبة السابعة، والأخيرة.

وأعتمدت **جريدة الشعب**: عند مُعالجتها أهداف التنمية المستدامة على «التقرير الصحفي» بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ (١٠٣) تكراراً وبنسبة قدرها (٤٨,٣٦٪)، وحل «الخبر» في المرتبة الثانية بواقع (٨٤) تكراراً وبنسبة قدرها (٣٩,٤٤٪)، وفي المرتبة الثالثة جاء «المقال الصحفي» بواقع (١٦) تكراراً وبنسبة قدرها (٧,٥١٪)، واحتل «التحقيق الصحفي» المرتبة الرابعة بمجموع (٤) تكرارات وبنسبة (١,٨٧٪)، وتشاركت المرتبة الخامسة «القصة الخبرية» و«الانفوغراف» بواقع تكرارين اثنين أي ما نسبته (٠,٩٤٪) لكل منهما، واحتل «الحديث الصحفي» و«الكاريكاتير» المرتبة الأخيرة بواقع تكرار واحد فقط وبنسبة قدرها (٠,٤٧٪) لكل منهما.

وأعتمدت **جريدة الاتحاد**: في معالجتها أهداف التنمية المستدامة على «التقرير الصحفي» بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ (١٠٥) تكرارات وبنسبة قدرها (٥١,٤٧٪)، وفي المرتبة الثانية اعتمدت على «الخبر» بواقع (٥١) تكراراً وبنسبة قدرها (٢٥٪)، وفي المرتبة الثالثة جاء «المقال الصحفي» بواقع (٣٦) تكراراً وبنسبة قدرها (١٧,٦٥٪)، وفي المرتبة الرابعة جاءت «القصة الخبرية» و«التحقيق الصحفي» بمجموع (٤) تكرارات وبنسبة (١,٩٦٪) لكل منهما، وشغل «الحديث الصحفي» و«الانفوغراف» المرتبة الخامسة بواقع تكرارين اثنين أي ما نسبته (٠,٩٨٪) لكل منهما، بينما لم تستخدم الجريدة فن الكاريكاتير في المعالجة الصحفية فشغل بذلك المرتبة السادسة والأخيرة.

بناءً على النتائج أعلاه، يُلاحظ إتمام الجرائد محل البحث فني التقرير، والخبر الصحفيين في المرتبة الأولى والثانية تبعاً في معالجتها أهداف التنمية المستدامة الأمر الذي يؤثر تركيزها على مهمة النقل والإخبار بالدرجة الأساس من دون التفسير، والغوص في حثيات الموضوع، وتحليله، وشرحه، والبحث في أسبابه، وتداعياته الاجتماعية، أو السياسية، أو الاقتصادية، والتي نجدها عادة في فنون المقال الصحفي، والتحقيق الصحفي، والقصة الخبرية، التي جاءت في مراتب لاحقة. ويمكن

أن يعزى ورود فني التقرير، والخبر في المراتب الأولى إلى دورية صدور الجرائد الثلاث اليومية، والتي تتطلب الاعتماد على أنواع الفنون الإخبارية كمادة إعلامية أساسية لتغطية مستجدات الأحداث، والموضوعات، كما تعكس النتائج تراجع اعتماد الجرائد محل البحث على فن الكاريكاتير في معالجة أهداف التنمية المستدامة على الرغم من أنه فن يستهدف تقويم السلوك، والمواقف، والأفكار، فضلاً عن تفوقه على بقية الفنون الصحفية في تبسيط المعلومات، وشرحها.

الجدول (٣) يوضح التوزيع الرتبي لمصادر المعلومات التي اعتمدها الجرائد محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة

فئة المصادر	جريدة الصباح			جريدة الشعب			جريدة الاتحاد			المجموع الكلي		
	ك	%	م	ك	%	م	ك	%	م	ك	%	م
١. مصادر خاصة بالجريدة	١١١	٦٠	١	١٢٩	٦٠,٥٦	١	١٢٣	٦٠,٢٩	١	٣٦٣	٦٠,٣	١
٢. الحكومات الوطنية	٥	٢,٧	٥	٣٠	١٤,٠٨	٣	٧	٣,٤٣	٤	٤٢	٦,٩٨	٤
٣. منظمات غير حكومية	١	٠,٥٤	٦	٣	١,٤١	٥	٤	١,٩٦	٦	٨	١,٣٣	٦
٤. أكاديميون وباحثون	١٨	٩,٧٣	٣	١٩	٨,٩٢	٤	٤٢	٢٠,٥٩	٢	٧٩	١٣,١٢	٢
٥. مؤسسات إعلامية	١٦	٨,٦٥	٤	١	٠,٤٧	٦	٢٣	١١,٢٧	٣	٤٠	٦,٦٤	٥
أ. وكالات أنباء	(٦)	(٣٧,٥)	(٢)	(١)	(١٠٠)	(١)	(١٤)	(٦٠,٨٧)	(١)	(٢١)	(٥٢,٥)	(١)
ب. صحف (جرائد/مجلات)	(٩)	(٥٦,٢٥)	(١)	(٠)	(٠)	(٢)	(٨)	(٣٤,٧٨)	(٢)	(١٧)	(٤٢,٥)	(٢)
ت. مواقع إعلامية إلكترونية	(١)	(٦,٢٥)	(٣)	(٠)	(٠)	(٢)	(١)	(٤,٣٥)	(٣)	(٢)	(٥)	(٣)
٦. مصادر مجهولة	٣٤	١٨,٣٨	٢	٣١	١٤,٥٥	٢	٥	٢,٤٥	٥	٧٠	١١,٦٣	٣
المجموع	١٨٥	١٠٠%	-	٢١٣	١٠٠%	-	٢٠٤	١٠٠%	-	٦٠٢	١٠٠%	-

تظهر نتائج الجدول (٣) اعتماد الجرائد محل البحث في إستقاء معلوماتها لمعالجة أهداف التنمية المستدامة على مصادرها الخاصة بالمرتبة الأولى بواقع (٣٦٣) تكراراً من مجموع التكرارات الكلي البالغ (٦٠٢) تكراراً أي ما نسبته (٦٠,٣%)، وفي المرتبة الثانية اعتمدت على الأكاديميين والباحثين بواقع (٧٩) تكراراً أي ما نسبته (١٣,١٢%)، وأعتمدت في المرتبة الثالثة على المصادر المجهولة بواقع (٧٠) تكراراً ونسبة قدرها (١١,٦٣%)، وشغل مصدر الحكومات الوطنية المرتبة الرابعة بواقع (٤٢) تكراراً ونسبة قدرها (٦,٩٨%)، وفي المرتبة الخامسة اعتمدت على المؤسسات الإعلامية بواقع (٤٠) تكراراً ونسبة قدرها (٦,٦٤%)، أما الفئات الفرعية المرتبطة بها: فجاءت «وكالات الإنباء» في المرتبة الأولى بواقع (٢١) تكراراً ونسبة قدرها (٥٢,٥%)، وشغلت فئة «صحف (جرائد ومجالات)» المرتبة الثانية بواقع (١٧) تكراراً ونسبة قدرها (٤٢,٥%)، وحلت في المرتبة الثالثة «مواقع إعلامية إلكترونية» بواقع تكرارين اثنين ونسبة (٥%).

وفي المرتبة السادسة، والأخيرة اعتمدت الجرائد محل البحث على منظمات غير حكومية بواقع (٨) تكرارات ونسبة قدرها (١,٣٣%).

وعلى مستوى **جريدة الصباح**: جاءت في المرتبة الأولى فئة المصادر الخاصة بواقع (١١١) تكراراً ونسبة قدرها (٦٠%)، واحتلت المصادر المجهولة المرتبة الثانية بواقع (٣٤) تكراراً ونسبة (١٨,٣٨%). وجاء الأكاديميون والباحثون في المرتبة الثالثة بواقع (١٨) تكراراً ونسبة (٩,٧٣%)، وشغلت المؤسسات

الإعلامية المرتبة الرابعة بواقع (١٦) تكراراً وبنسبة قدرها (٨,٦٥٪) مما يدل على رغبتها في تنوع مصادرها، أما الفئات الفرعية المرتبطة بها: فجاءت في المرتبة الأولى «صحف (جرائد ومجلات)» بواقع (٩) تكرارات وبنسبة قدرها (٥٦,٢٥٪)، وجاءت في المرتبة الثانية «وكالات الأنباء» بواقع (٦) تكرارات وبنسبة قدرها (٣٧,٥٪)، وحلت في المرتبة الأخيرة «مواقع إعلامية إلكترونية» بواقع تكرار واحد فقط وبنسبة قدرها (٦,٢٥٪).

وأعتمدت الجريدة في المرتبة الخامسة على الحكومات الوطنية بواقع (٥) تكرارات أي ما نسبته (٢,٧٪)، بينما أعتمدت في المرتبة السادسة، والأخيرة على منظمات غير حكومية بواقع تكرار واحد فقط وبنسبة قدرها (٠,٥٤٪).

أما جريدة الشعب: فأعتمدت في المرتبة الأولى على مصادرها الخاصة في إستقاء معلوماتها بواقع (١٢٩) تكراراً وبنسبة قدرها (٦٠,٥٦٪)، وأعتمدت في المرتبة الثانية على المصادر المجهولة بواقع (٣١) تكراراً وبنسبة قدرها (١٤,٥٥٪) وتعد نقطة اتفاق مع جريدة الصباح، ومؤشراً سلبياً في الوقت نفسه. ذلك أن نسبة الموضوعات إلى المصادر المجهولة عادةً ما يطعن بمصادقية الصحف ومعاييرها المهنية. تلتها الحكومات الوطنية في المرتبة الثالثة بواقع (٣٠) تكراراً وبنسبة قدرها (١٤,٠٨٪) الأمر الذي يعكس محاولة الجريدة مواكبة السياسات والقرارات الوطنية على نحو جيد. واحتل الأكاديميون والباحثون المرتبة الرابعة بواقع (١٩) تكراراً وبنسبة قدرها (٨,٩٢٪)، وجاءت منظمات غير حكومية في المرتبة الخامسة بواقع (٣) تكرارات وبنسبة قدرها (١,٤١٪)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت المؤسسات الإعلامية بواقع تكرار واحد فقط وبنسبة قدرها (٠,٤٧٪)، أما بشأن الفئات الفرعية المرتبطة بها: فجاءت «وكالات الأنباء» بواقع تكرار واحد فقط وبنسبة قدرها (١٠٠٪)، أي نالت المرتبة الأولى في حين لم تستق الجريدة معلوماتها من «مواقع إعلامية إلكترونية» أو من «الصحف (الجرائد والمجلات)» على خلاف جريدة الصباح.

أما جريدة الاتحاد: فأعتمدت في المرتبة الأولى على مصادرها الخاصة في إستقاء معلوماتها بواقع (١٢٣) تكراراً وبنسبة قدرها (٦٠,٢٩٪)، وجاء الأكاديميون والباحثون في المرتبة الثانية بواقع (٤٢) تكراراً وبنسبة قدرها (٢٠,٥٩٪) وبهذه النسبة تتفوق جريدة الاتحاد على جريدتي الصباح والشعب، الأمر الذي يدل على إهتمام الجريدة برصد المعلومات العميقة، والدقيقة التي تستوعب الشرح والتفسير وطرح التساؤلات من الاختصاصيين بشأن المُشكلات التي تعيق التنمية، وتقديم الاقتراحات والحلول لها، والتي تزيد من وعي القارئ، وفهمه للتنمية، وخطّطها لاسيما الجوانب المبهمة منها. وتلتها المؤسسات الإعلامية في المرتبة الثالثة بواقع (٢٣) تكراراً وبنسبة قدرها (١١,٢٧٪)، أما بشأن الفئات الفرعية المرتبطة بها: فجاءت «وكالات الأنباء» في المرتبة الأولى بواقع (١٤) تكراراً وبنسبة قدرها (٦٠,٨٧٪)، وجاءت فئة «صحف (جرائد ومجلات)» في المرتبة الثانية بواقع (٨) تكرارات وبنسبة قدرها (٣٤,٧٨٪)، وشغلت المرتبة الأخيرة «مواقع إعلامية إلكترونية» بواقع تكرار واحد فقط وبنسبة قدرها (٤,٣٥٪).

وجاءت الحكومات الوطنية في المرتبة الرابعة بواقع (٧) تكرارات وبنسبة قدرها (٣,٤٣٪)، واعتمدت الجريدة في المرتبة الخامسة على المصادر المجهولة بواقع (٥) تكرارات وبنسبة قدرها (٢,٤٥٪) وتفوقت جريدة الاتحاد في هذا الشأن على جريدتي الصباح والشعب، إذ كانت الجريدة الأقل

اعتماداً على المصادر المجهولة، وحلت في المرتبة السادسة، والأخيرة فئة منظمات غير حكومية بواقع (٤) تكرارات وبنسبة قدرها (١,٩٦٪).

على وفق النتائج أعلاه، يتبين إعتقاد الجرائد محل البحث على نحوٍ أساس مصادرها الخاصة في معالجتها أهداف التنمية المستدامة، مما يدل على إمتلاكها الملاكات البشرية الكافية للقيام بذلك، فضلاً عن سعيها لتقديم معالجات صحفية مميزة، ومختلفة عما تقدّمه الجرائد الأخرى لقرائها.

الجدول (٤) يوضح التوزيع الرتبي للأنطقة الجغرافية التي أعتدتها الجرائد محل البحث في معالجة أهداف التنمية المستدامة

المجموع الكلي			جريدة الاتحاد			جريدة الشعب			جريدة الصباح			فئة جغرافية الأهداف
م	٪	ك	م	٪	ك	م	٪	ك	م	٪	ك	
١	٨٧,٥٤	٥٢٧	١	٨١,٣٧	١٦٦	١	٩٦,٢٤	٢٠٥	١	٨٤,٣٢	١٥٦	١. محلي
٣	٥,٣٢	٣٢	٣	٨,٣٣	١٧	٣	١,٤١	٣	٣	٦,٤٩	١٢	٢. عربي
٢	٧,١٤	٤٣	٢	١٠,٢٩	٢١	٢	٢,٣٥	٥	٢	٩,١٩	١٧	٣. دولي
-	٪١٠٠	٦٠٢	-	٪١٠٠	٢٠٤	-	٪١٠٠	٢١٣	-	٪١٠٠	١٨٥	المجموع

تكشف نتائج الجدول (٤) أن جُل أهداف التنمية المستدامة التي عالجتها الجرائد محل البحث تقع ضمن النطاق «المحلي» إذ جاءت بواقع (٥٢٧) تكراراً من مجموع التكرارات الكلي البالغ (٦٠٢) تكراراً وبنسبة قدرها (٨٧,٥٤٪)، وبذلك شغلت المرتبة الأولى، وجاءت المعالجة على النطاق الـ «دولي» في المرتبة الثانية بواقع (٤٣) تكراراً وبنسبة قدرها (٧,١٤٪)، وفي المرتبة الثالثة أهتمت الجرائد بمعالجة أهداف التنمية المستدامة على نطاق «عربي» بواقع (٣٢) تكراراً وبنسبة قدرها (٥,٣٢٪).

وعلى مستوى **جريدة الصباح**: عُولجت أهداف التنمية المستدامة على نطاق «محلي» بواقع (١٥٦) تكراراً وبنسبة قدرها (٨٤,٣٢٪) وبذلك احتلت المرتبة الأولى، وجاءت في المرتبة الثانية المعالجة على نطاق «دولي» بواقع (١٧) تكراراً وبنسبة قدرها (٩,١٩٪)، وجاءت المعالجة على النطاق الـ «عربي» بالمرتبة الأخيرة بواقع (١٢) تكراراً أي ما نسبته (٦,٤٩٪).

وعلى مستوى **جريدة الشعب**: احتلت المعالجة الصحفية لأهداف التنمية المستدامة على نطاق «محلي» المرتبة الأولى بواقع (٢٠٥) تكرارات من مجموع التكرارات الكلي البالغ (٢١٣) تكراراً وبنسبة قدرها (٩٦,٢٤٪)، وجاءت المعالجة على نطاق «دولي» في المرتبة الثانية بمجموع بلغ (٥) تكرارات وبنسبة قدرها (٢,٣٥٪)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت المعالجة على نطاق «عربي» بواقع (٣) تكرارات أي ما نسبته (١,٤١٪).

وعلى مستوى **جريدة الاتحاد**: احتلت المعالجة على نطاق «محلي» المرتبة الأولى بواقع (١٦٦) تكراراً وبنسبة قدرها (٨١,٣٧٪)، وفي المرتبة الثانية جاءت المعالجة على نطاق «دولي» بواقع (٢١) تكراراً وبنسبة قدرها (١٠,٢٩٪)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت المعالجة على نطاق «عربي» بواقع (١٧) تكراراً وبنسبة قدرها (٨,٣٣٪).

بناءً على النتائج أعلاه يتضح أن أغلب أهداف التنمية المستدامة المعالجة في الجرائد محل البحث

جاءت على النطاق المحلي بالدرجة الأساس، هذا وجاء الاهتمام بمعالجة تلك الأهداف على النطاقين العربي، والدولي في جريدتي الصباح، والاتحاد أكثر مما هو عليه في جريدة الشعب التي اهتمت بمعالجة الأهداف ضمن النطاق المحلي على حساب العربي، والدولي، وبدرجة كبيرة، مما يؤثر غياب الرؤية البعيدة لدى القائمين على الجريدة لأن الكثير من أهداف التنمية المستدامة تترايط عربياً وعالمياً، فضلاً عن أن متابعة الإنجازات التنموية، وتسليط الضوء على المشكلات خارج النطاق المحلي يعد من مهمات الصحافة المساندة للتنمية.

الاستنتاجات: Conclusions

بناء على النتائج التي أسفرت عنها الدراسة التحليلية أنتهى البحث إلى عدد من الاستنتاجات:

١. حاز هدف التنمية المستدامة: الحادي عشر «مدن ومستوطنات محلية مستدامة» والهدف الثامن «نمو الاقتصاد والعمل اللائق» والهدف السادس عشر «السلام والعدل والمؤسسات» على أولوية المعالجة الصحفية في الجرائد العربية محل البحث، إذ احتلت هذه الأهداف المراتب الثلاث الأولى تبعاً، بعد أن حُظيتُ بنسب معالجة مقبولة قياساً بالأهداف الأخرى.
٢. إن أغلب أهداف التنمية المستدامة عُولجت عن طريق فني التقرير، والخبر الصحفيين، الأمر الذي يتفق مع المعطيات، والنتائج التي أسفرت عنها البحوث العلمية السابقة، والتي تقيد بأن معالجة الموضوعات التي تتعلق بالتنمية المستدامة غالباً ما تتم عبر الفنون الإخبارية.
٣. أستقت الجرائد العربية محل البحث أغلب معلومات موضوعاتها المعالجة لأهداف التنمية المستدامة من مصادرها الخاصة، تلاها الاكاديميون والباحثون، وسجلت المصادر المجهولة حضوراً واضحاً. الأمر الذي يشير إلى التنوع في إعتماها المصادر على الرغم مما مثلته المصادر المجهولة من خلل مهني واضح.
٤. بينت معالجة أهداف التنمية المستدامة على أساس النطاق الجغرافي أن النسبة الأعلى من الموضوعات الصحفية المعالجة كانت ضمن النطاق المحلي، ثم الدولي، وأخيراً العربي.

المصادر العربية

- أبو النصر، مدحت، و حمد، ياسمين مدحت، (٢٠١٧)، التنمية المستدامة مفهومها – أبعادها – مؤشرات، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- برونيل، سيلفي، (٢٠١٢)، التنمية المستدامة رهان الحاضر، ترجمة: د. رشيد برهون، الإمارات العربية المتحدة، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة (مشروع كلمة).
- البشير، محمد بن سعود، (٢٠١٤)، نظريات التأثير الإعلامي، الرياض، العبيكان للنشر.
- حسن، محمد، و السعدي، عبد السلام محمد، (٢٠١٠)، الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع.
- خضر، وفاء السيد، (٢٠١٨)، رؤية جديدة في الإعلام التربوي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- السمان، أحمد حسن، (٢٠١١)، الصحافة والتنمية المستدامة/ دراسة مستقبلية، الجيزة، المكتبة الأكاديمية.
- عامر، فتحى حسين، (٢٠١٤)، المسؤولية القانونية والأخلاقية للصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع.
- العبد الله، مي، و قطب، هيثم، (٢٠١٧)، مجتمع الاتصال ورهانات التنمية في الوطن العربي، بيروت، دار النهضة العربي.
- العبد، عاطف عدلي، و العبد، نهى عاطف، (٢٠٠٧)، الإعلام التنموي والتغيير الاجتماعي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط٥، دم، دار الفكر العربي.
- عياش، بالعاطل، (٢٠١١)، سياسة التنمية المستدامة والأهداف الإنمائية للألفية في الجزائر/ دراسة تقييمية لحدود الالتزامات وطبيعة الإنجازات، رسالة ماجستير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الاجتماعية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف.
- مجلة نحو مجتمع المعرفة، (٢٠٠٦)، التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول، الإصدار الحادي عشر، جدة، مركز الإنتاج الإعلامي/ جامعة الملك عبد العزيز.
- محمد، إسماعيل حمدي، (٢٠١٤)، الضوابط الشرعية للإعلام، الأردن، المعتز للنشر والتوزيع.
- الهيثي، نوزاد عبد الرحمن، (٢٠٠٩)، التنمية المستدامة الإطار العام والتطبيقات/ دولة الإمارات العربية المتحدة نموذجاً، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.

sources

Blewitt, John, (2008). Understanding Sustainable Development, London, Earth scan publishing for sustainable future.

Roosa, Stephen A., (2008). Sustainable Development Handbook, 2nd Edition, United States of America, the Fairmont Press, Inc.

Sherden, William A., (1998.)The Fortune Sellers: The Big Business of Buying and Selling Predictions, New York/ Canada, John wiley & sons, INC.

Arabic sources:

Abu El-Nasr, Medhat and, Hamad, Yasmine Medhat, (2017). Sustainable Development Concept - Dimensions - Indicators, Cairo, Arab Group for Training and Publishing.

Al-Abd, Atef Adly, and Al-Abd, Noha Atef, (2007). Developmental Media and Social Change, Theoretical Principles and Applied Models, 5th ed , D.C, Dar Al-Fikr Al-Arabi.

Al-Abdullah, May, and. Qutb, (2017). Haitham, the Communication Society and Development Burdens in the Arab World, Lebanon, Dar Al-Nahda Al-Arabi.

al-Bashi, Mohammed bin Saud, (2014). Theories of Media Influence, Riyadh, Obeikan Publishing.

Al-Hiti, Nozad Abdulrahman, (2009). Sustainable Development General Framework and Applications / United Arab Emirates paradigm, Abu Dhabi, UAE Center for Strategic Studies and Research.

Al-Samman, Ahmed Hassan, (2011). Journalism and Sustainable Development Future Study, Giza, Academic Library.

Amer, Fathi Hussein, (2014), Legal and Ethical Responsibility of the Journalist, Cairo, Arab Publishing and Distribution.

Ayash, blatel2011) ,). Sustainable Development Policy and the Millennium Development Goals in Algeria / An Assessment of Limits of Commitments and the Nature of Achievements, M.A Thesis, International Economics and Sustainable Development, Faculty of Economic Sciences, Social Sciences and Management Sciences, Farhat Abbas Setif University.

Hassan, Mohammed, and Al-Saadi, Abdul Salam Mohammed, (2010). Media

and Democracy in the Arab World, Cairo, alarabi for publication and distribution

Journal towards Knowledge Society, Sustainable Development in the Arab World between Reality and Hope, (2006). 11th Ed, Jeddah, Media Production Center / King Abdulaziz University.

Khedr, Wafa, (2018). A New Vision in the Educational Media, Cairo, Dar Al Fajr Publishing and Distribution.

Mohamed, Ismail Hamdi, (2017.).Shari'ah controls for the media, Jordan, Mu'taz for publication and distribution.

English sources:

Blewitt, John, (2008). Understanding Sustainable Development, London, Earth scan publishing for sustainable future.

Brunel, Sylvie, (2012). Sustainable Development Betting the Present, translation: Dr.Rasheed Barhoun, UAE, Abu Dhabi Tourism and Culture Authority (Kalima Project).

Roosa, Stephen A., (2008). Sustainable Development Handbook, 2nd Edition, United States of America, the Fairmont Press, Inc.

Sherden, William A., (1998.)The Fortune Sellers: The Big Business of Buying and Selling Predictions, New York/ Canada, John wiley & sons, INC.

الملف العلمي

عرض كتاب



مؤتمر الإعلام والسلم الأهلي / 22-23 / 12 / 2019
كلية الاعلام - جامعة بغداد

عقدت كلية الإعلام / جامعة بغداد مؤتمرها العلمي السنوي الثاني عشر في (٢٢-٢٣/١٢/٢٠١٩) والذي تم تحديد عنوانه (الإعلام والسلم الأهلي) بحضور جمع غفير من الباحثين من اغلب الجامعات العراقية، وافتتح المؤتمر بقراءة أي من الذكر الحكيم، ثم عرض النشيد الوطني،

لقى بعدها الاستاذ الدكتور عمار طاهر ع / العميد كلمة ركز فيها على الاهتمام بالكلية الام التي تسعى دائما الى ارساء اللبنة الحقيقية والاسس الراسخة لإعلام حر.. ملتزم.. يعالج قضايا المجتمع، ويسهم في بناء البلد، عن طريق الكلمة الصادقة، والمفردة الرصينة، لذلك تواصل استلهاهم الموضوعات التي تعالج القضايا المختلفة، وما تسفر عنه من تداعيات، وما تحمله من أزمات.



ومن هذا المنطلق، تعقد الكلية اليوم مؤتمرها العلمي الثاني عشر، لتتناول موضوعا مهما، هو موضوع السلم الأهلي، وما يوجهه من تحديات، تتعلق برفض كل اشكال العنف، او التحريض عليه، وعدم اللجوء اليه لحل النزاعات، ومأسسة الدولة، ونشر ثقافة التسامح وقبول الاخر وتوفير اشتراطات مشاركة الجميع في بناء الوطن على الوجه الصحيح، في ظل اعلام مفتوح لا تحده حدود ترك اثاره على جميع مفاصل الحياة.

ان البحوث والدراسات التي يناقشها مؤتمر الاعلام والسلم الأهلي هي محاولة جادة من الباحثين لإيجاد علاقة تؤطر عملية التفاعل بين المؤسسة الأكاديمية والمجتمع، حيث تتناول أثر الاعلام على هذه القضية المهمة، بعد الرزايا والحن التي عصفت بالمجتمع العراقي نتيجة الارادات الخارجية، وهي تحاول سابقا وما تزال عبثا، فك عرى الوحدة الوطنية، وتمزيق العراق، وشرذمة أبنائه.

ان عنوان مؤتمرها اليوم هو رسالة واضحة مفادها بالعلم والمعرفة نحافظ على غد العراق، فالأمم.. تترقي بالتفوق العلمي، والجهل.. يندحر بمواصلة البناء، وتكاتفنا لدرح الاعلام المضلل وخطط الأعداء، لا يتحقق الا بكشف أساليبهم الدعائية وفضحها، عن طريق البحث العلمي، والاشارة بيد ثابتة لا تضطرب الى الاجواق الإعلامية التي تدق إسفين الفرقة بين مكونات الشعب العراقي.

وفي الختام نشيد بجمية الاتصال والاعلام الجهة الراعية للمؤتمر فهي الحاضرة ابداء، الداعمة دائما، لجميع فعاليات وانشطة كلية الاعلام فلها كل الحية والتقدير.. ونرحب بالجميع مرة أخرى، ونشكرهم على الحضور والتفاعل.

وركز السيد رئيس الجامعة الاستاذ الدكتور عماد حسين الحسيني في كلمته على ضرورة الاهتمام بالبحث العلمي وتفعيله من خلال البحوث عن مختلف قضايا المجتمع، معربا عن شكره وامتنانه لكلية الإعلام في التواصل مع العلم والمعرفة، وإقامة المؤتمرات العلمية التي تحفز الطالب والاستاذ على ضرورة بناء البلد من خلال العلم والتعلم، ودعى الى تعزيز القيم المجتمعية المتعلقة بالسلم الاهلي، وهنا يكمن دور الإعلام في تعزيز قيم السلم الاهلي والابتعاد عن خطاب الكراهية، واتخاذ الاجراءات الكفيلة للتثقيف بهذا الشأن من خلال البحث العلمي ورسده لهذه القضايا، كي يتصدى لكل ما يقف حائلا اما التطور والتجديد والبناء.





وركزت معاونة العميد للشؤون العلمية والدراسات العليا أ.د. ارادة زيدان الجبوري في كلمتها بأن كلية الاعلام احتضنت مؤتمرها العلمي الحادي عشر حول (الآخر في النتاج الاتصالي) وقد كان مؤتمراً دولياً تميز بتنوع البحوث والمداخلات وتجارب دول وثقافات اختبرت ما مر به العراق من تجارب مريرة من دكتاتوريات سياسية واجتماعية وثقافية، وما انتجته من حروب وصراعات.

ان اهتمام كلية الاعلام بموضوعات تتعلق بالآخر والسلم الاهلي ووسائل الاعلام وخطابات الكراهية يندرج ضمن انشغالات الكلية العلمية بتجسيد العلاقة مع المجتمع بمؤسساته كافة لتكون جزءاً من صنع الواقع الراهن والمستقبل العراقي.

ان الخروج من الدرس الاكاديمي البحث المجرد الى قضايا المجتمع الراهنة لا يقتصر على مؤتمرات الكلية وندواتها السنوية بل يتعداها الى النتاج العلمي والحراك الثقافي لكلية الاعلام بالمجمل .. وخير مثال على هذا ، نتاج طلبة الدراسات العليا والاولية والندوات والحلقات النقاشية وبرامج التدريب.

تسلمت اللجنة العلمية لمؤتمرها هذا اكثر من اربعين بحثاً وما تم قبوله بشكل نهائي هو (٢٥) بحثاً من اثنتي عشر جامعة وكلية عراقية وعربية من المؤمل أن تتوزع في جلسات ثلاث.

وعلى غرار العام المنصرم والاعوام التي سبقته سيكون للمؤتمر توصيات تتطلع لأن تكون محط اهتمام صانعي القرار في المؤسسات الحكومية والاهلية ونشطاء المجتمع المدني للفادة منها في قيادة العراق الى بر الأمل.

وجاءت كلمة ممثل هيئة الإعلام والاتصالات كجهة راعية للمؤتمر وفق المطالبة بضرورة التأكيد في البحث العلمي على مثل هذه المؤتمرات المتعلقة بالسلم الاهلي للحفاظ على البيئة الاجتماعية ومستقبل الاجيال، وبناء البلد، وتنميته، ومن هنا جاء دعم الهيئة لمؤتمرات كلية الإعلام، في كل عام، لما لها من أهمية كبيرة لبناء المؤسسة العلمية، واسنادها لسعيها بتطوير مهارات الطلبة في مختلف المراحل، هؤلاء الذين سيكون لهما شأن كبير في بناء العراق، وما دور الهيئة الا لهذا الغرض والهدف المهم، ثم تم عرض فيلم عن المؤتمر وفعالياته وتحديد معيار السلم الاهلي من خلال حديث الاساتذة ورؤيتهم العلمية عن عقد المؤتمر، والاهتمام بعنوانه المهم.



بعدها بدأت جلسات المؤتمر في اليوم الأول والثاني وتضمنت الجلسة الأولى التي عقدت في قاعة المناقشات وفق المنهاج الذي تم أعداده، إذ كان رئيس الجلسة، أ.م. د. أكرم فرج الربيعي ، ومقرر الجلسة أ.م. د. انعام عبد الرضا، وكان اول المقدمين للبحث أ. د عبد النبي عبدالله الطيب أستاذ - جامعة وادي النيل/ السودان/ جامعة شندي السودان/ جامعة جازان المملكة العربية السعودية/ في بحثه المعنون (تغطية الصحافة لقضية السلم الاهلي في السودان -قضية دار فور نموذجاً) (دراسة تطبيقية على صحيفة السوداني) جاءت الدراسة بعنوان تغطية الصحافة لقضية السلم الاهلي في السودان -قضية دارفور نموذجاً، وأجريت الدراسة التطبيقية على صحيفة السوداني، وهدفت الدراسة لتحديد حجم التغطية الصحفية ونوعها ودورها في تحديد ابعاد القضية. وتقع الدراسة في إطار الدراسات الوصفية واتبعت المنهج المسحي وتم استخدام تحليل

المضمون كأداة لجمع البيانات، وبلغ حجم العينة ٤٥٦ مفردة تم اختيارها عن طريق العينة العشوائية المنتظمة باستخدام اسلوب الاسبوع

الصناعي، ومن أهم النتائج التي وصلت إليها الدراسة أنها كشفت ان اغلب التغطية كان بالصفحة الثانية، وابانت الدراسة ان الصحيفة لجاءت الي استخدام العناوين الفرعية في اظهار المادة الصحفية، ووضحت الدراسة ان شكل التغطية مال للتغطية الاخبارية، وتوصلت الدراسة الي ارتفاع القيم السياسية والعسكرية في التغطية الصحفية، وبناءً على تلكم النتائج خرجت الدراسة بجملة من التوصيات من أهمها: زيادة حجم التغطية الصحفية لقضايا السلم الاهلي، والاهتمام بالجوانب الانسانية والاجتماعية في التغطية والتّركيز علي الجهود الاهلية في حل المشكلة.

وعرض الاستاذ الدكتور أ. د عبد النبي خزعل من كلية الإعلام/ جامعة بغداد بحثه الموسوم (السجلات السياسية في برامج الحوار السياسي في الفضائيات العراقية وانعكاساتها على المجتمع من وجهة نظر أساتذة الإعلام والسياسة) إذ يسعى هذا البحث الى الكشف عن الانعكاسات التي تولدها السجلات السياسية والطرح المتشدد للآراء الذي تبديه بعض أطراف الحوار في برامج الحوار السياسي في الفضائيات العراقية، متخذاً من المسح منهجاً ومن الاستبانة أداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمشكلة البحث وأهدافه والتي وزعت على عينة من الأساتذة الجامعيين المتخصصين في مجالي الإعلام والسياسة باعتبارهم جهة التخصص الأكثر اهتماماً بالشأن السياسي الذي تتناوله برامج الحوار



السياسي، وقد بلغت عينة البحث بعد استعادة جميع الاستمارات والأخذ بملاحظات الخبراء ٩٢ استمارة، جرى تطبيق المعادلات الإحصائية عليها من تكرارات ونسب مئوية ووسط مرجح و وزن مؤوي، يعد هذا البحث من البحوث الوصفية، واعتمد الباحث فيه على المنهج المسحي، ويمكن تلخيص أهم النتائج التي توصل إليها البحث بما يأتي: أن برامج الحوار السياسي في الفضائيات العراقية تحظى بنسبة مشاهدة عالية من لدن الجمهور العراقي مما يدل على قدر عال من الاهتمام بالشأن السياسي، وأن بعض السياسيين ممن يدعون تمثيل فئات معينة من المجتمع تفرط إفراطاً متعمداً في استخدام لغة غير ودية أثناء اشتراكها في برامج الحوار مما يعكس سلباً في السلوك الاجتماعي للأفراد، وظهر أن أسلوب الإثارة والتهويل الذي تتبعه بعض برامج الحوار السياسي في تناول الأزمات والأحداث الطارئة يتسبب في قدر عال من إثارة مخاوف الجمهور وتوقعاته السلبية بشأنها، ظهر من نتائج البحث كذلك أن حداثة الموضوعات المطروحة للنقاش مع استضافة شخصيات معروفة بتطرف طروحاتها، تجعل الجمهور أكثر قلقاً وتوتراً من النتائج المترتبة على هذه البرامج على الشارع العراقي.

وعرض أ. د علي جبار الشمري من كلية الإعلام/ جامعة بغداد

والعميد غالب عطية خلف من وزارة الداخلية بحثهما المشترك (الاعلام في سلم مؤشرات ديمومة السلم الاهلي لدى القيادات الامنية في محافظة ديالى/ دراسة ميدانية) والذي ركز على اذا كان السلم الاهلي يؤكد قدرة الانسان على التواصل مع اخيه الانسان في ارجاء المعمورة كافة بغض النظر عن العنصر او الجنس او اللغة او الدين، فان الممارسات الفعلية لهذا المفهوم تعود الى مراحل تاريخية موغلة في القدم، فالإنسان كائن اجتماعي وهو بالضرورة



كائن اتصالي، فضلاً عن ان السلم الاهلي مفهوم نصت عليه الديانات السماوية والوضعية على حد سواء، ولسنا هنا بصدد توثيق ذلك، وإنما اردنا ان ندحض وجهة النظر الغربية التي تحاول ان تؤكد وبوسائل واساليب مختلفة، ان السلم الاهلي هو نتاج ثقافة غربية بالرغم من انه موجود اساساً في تعاليم القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة منذ اربعة عشر قرناً، واذا كانت منظومة السلم الاهلي قد اكتملت بمجموعة مبادئ علمية نصت عليها الاتفاقيات والمواثيق الدولية، غير ان هذه الاتفاقيات ظلت حبراً على ورق بسبب طبيعة الانظمة السياسية الحاكمة ولا سيما في دول الجنوب، لذا فان المشكلة التي دفعنا الى انجاز هذا البحث تتجسد في عدم وجود اساليب واتجاهات واضحة في التعامل مع قضية السلم الاهلي في العراق على الرغم من وجود توجهات فكرية واضحة ومحددة في هذا الميدان مستمدة من الإرث الحضاري للعراق والتأريخ الاسلامي الحافل بالمآثر التي تؤكد احترام السلم الاهلي في المستويات والمجالات كافة، وهذا يعود الى ان الانظمة السياسية التي تعاقبت على الحكم في العراق، لجأت الى الاجتهاد الشخصي او الارتجال وانها اعتمدت اسلوب المحاولة والخطأ في التعامل مع الفسيفساء التي تميز المجتمع العراقي متجاهلة بذلك القوانين المرعية اقليمياً وعالمياً بل حتى القوانين التي اقرتها هي داخلياً، من هنا تتضح اهمية معرفة ترتيب ودور الاعلام في سلم مؤشرات ديمومة السلم الاهلي لا سيما لدى القيادات الامنية التي

تعد بمثابة صمام امان تحقيق السلم الاهلي في المجتمع فيها، وفي هذا البحث سنقوم ببناء مقياس يعتمد مؤشرات ديمومة السلم الاهلي لدى القيادات الامنية في العراق عموماً ومحافظه ديالى على وجه الخصوص لما لهذه المحافظة من خصوصية تجعلها اشبه بعراق مصغر.

وقدم أ. د حافظ ياسين الهيتي، من كلية الآداب - قسم الاعلام - جامعة الانبار، بحته (دور مواقع التواصل الاجتماعي في اشاعة ثقافة السلم الأهلي من وجهة نظر اساتذة الجامعة) إذ تكمن أهمية دراسة مواقع التواصل الاجتماعي لدورها المؤثر في انتاج الثقافة المجتمعية فهي قادرة على التأثير في الرأي العام باتجاهات معينة سواء ببث ثقافة التعصب في زمن ما، أو ببث ثقافة السلم الأهلي وإشاعتها بين جمهور معين، مشكلة البحث تمثلت بتساؤل أساسي عن مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في إشاعة ثقافة السلم الأهلي من وجهة نظر فئة مهمة ومؤثرة في المجتمع وهم اساتذة الجامعة، والبحث في جانبه النظري يمثل اضافة معرفية وعلمية في ميدانه وفي جانبه التطبيقي يسد نقصاً معرفياً ويؤرد العاملين بالإعلام بمعلومات عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة السلام ونشر هذه الثقافة من وجهة نظر أساتذة الجامعة والذي يمثل الهدف الأساسي من هذا البحث، ويهدف البحث التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إشاعة ثقافة السلم الأهلي من وجهة نظر أساتذة الجامعة، وقد اعتمد الباحث منهج المسح كونه المنهج الأكثر انسجاماً لتحقيق أهداف البحث واستخدم الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، ونظراً لتجانس مجتمع البحث قام الباحث باختيار عينة عمدية من اساتذة الجامعة العراقيين بلغت ١٨٠ مفردة من الذكور والإناث، وفي نهاية البحث ثبت الباحث النتائج والاستنتاجات ومجموعة من التوصيات الخاصة بهذا البحث.



وقدم د. محمد صالح جباب من كلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة الانبار (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التعايش السلمي بين مكونات المجتمع العراقي) اوضحت مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من حياة المجتمع وبشكل خاص فئة الشباب من طلبة الجامعات الذين يشكلون عماد وقوة المجتمع وفي ظل التحديات التي عصفت بالمجتمع العراقي وظهور الصراعات على اختلافها بين الطائفية والمذهبية والقومية والسياسية وغيرها التي انعكست بشكل كبير على استقرار المجتمع. ولأن هذه الصراعات تكون وسائل الإعلام المرآة العاكسة لها فقد جاءت فكرة البحث لتتناول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعات العراقية في تعزيز قيم التعايش السلمي بين مكونات المجتمع العراقي، وتأتي أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي يتطرق اليه من حيث الدور الذي باتت تؤديه وسائل الإعلام في كونها الحاملة لقضايا المجتمع وتجاوزها إلى حدود التأثير فيها وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي التي لم يعد يختلف عليها اثنان عن طريق سعة انتشارها وضخامة عدد مشتركيها وبشكل خاص من فئة الشباب المثلثة بطلبة الجامعات العراقية، ويهدف البحث إلى التعرف على حجم التأثير الذي تشكله مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعات العراقية في تعزيز قيم التعايش السلمي بين مكونات المجتمع العراقي من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس وهو هل حققت مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرها على طلبة الجامعات العراقية باعتبارهم نخبة فاعلة في المجتمع في تعزيز قيم التعايش السلمي بين مكونات المجتمع العراقي وانعكاس ذلك على دعواتهم في هذا الاتجاه، ونظراً لكون منهج البحث يقوم على الأسلوب الذي يعتمده الباحث في إجراء بحته وهذا البحث يعد من البحوث الوصفية الذي اعتمد المنهج المسحي والذي يعد جهداً علمياً للحصول على المعلومات عن الظاهرة مجال البحث وقد اختار الباحث طلبة جامعتي الانبار وبغداد عن طريق اختيار عينة ممثلة لكليهما كونهما يمثلان وضعاً مختلفاً عاشته الجامعاتين تمثلت احدهما بالاستقرار واخرى حالة التهجير والنزوح واستخدم الباحث الاستبانة المتضمنة تساؤلات الباحث للمبحوثين للتعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعات العراقية في تعزيز قيم التعايش السلمي بين مكونات المجتمع العراقي.

وعرض أ. م. د. زياد عبد الوهاب النعيمي رئيس قسم السياسات العامة/ مركز الدراسات الاقليمية/ جامعة الموصل، بحته (حماية حقوق الانسان واثرها في تعزيز السلم الاهلي) «السلم» في الأصل، البراءة من العيب والآفات، والسلام اسم من أسماء الله الحسنى سمي بذلك لسلامته من العيب والنقص والفناء، والسلم من المسالمة وقوم تسالموا أي تصالحوا. والدليل قوله تعالى «يا أيها الذين امنوا ادخلوا في السلم كافة، ويشكل مفهوم السلم الاهلي اهمية قانونية، وذلك لاتصاله الوثيق بمفهوم حقوق



الانسان، فالسلم الاهلي يعني الرض الدائم لكل اشكال العنف، وانواعه، وما يتصل به من اليات، تساعد على اذكاء العنف وتأجيجه او الاليات التي تقود اليه داخل المجتمع الواحد. «فحق الحياة، وحق المساواة، وعدم التمييز بسبب الدين او اللغة او القومية او العرق او المذهب، حقوق وحریات متصلة بالأفراد، بشكل اساسي، تنتهها الاتفاقيات الدولية المعنية بحقوق الانسان باعتبارها من الحقوق اللصيقة بالإنسان لا يمكن فصلها عنه او ركنها او الاستغناء عنها، فضلا عن تلك الحقوق الاساسية هناك حقوق اخرى مرتبطة بحالة الانسان مثل حق الامن، والتعبير عن الراي، وحق العمل والتملك، حق التعلم والتعليم، حق الضمان الاجتماعي، حق السكن، حق التنقل، وغيرها من الحقوق التي تستنهض اساسياتها من وجود السلم الاهلي خصوصا، والسلم الدولي بشكل عام. ولا يمكن الحديث عن تلكم الحقوق دون توفر السلم الاهلي داخل الدولة، فمفهوم السلم الاهلي وبراينا ينطلق من تأصيل حقوق الانسان وحرياته الاساسية.

عرض أ.م. د. بشار فتحي جاسم جامعة الموصل/ مركز الدراسات الإقليمية في مجته الموسوم (المواطنة ودورها في تعزيز السلم الأهلي في العراق) شهد العراق بعد الاحتلال الأمريكي له في العام ٢٠٠٣ سلسلة من التغييرات التي اثرت على المجتمع بصورة سلبية، والتي أسهمت في بروز ظواهر لم تكن موجودة قبل تلك الفترة، ولعل من أبرزها التخندق الطائفي والقومي والمذهبي الذي جاءت به السياسات التي انتهجتها الحكومات التي تعاقبت بعد تلك الفترة، فضلا عن تأثير الأحزاب السياسية على مختلف توجهاتها واتماءاتها، والتي سوقت للمذهب والطائفة بدلا من الوطن، الامر الذي اثر بشكل سلبي على موضوع الولاء والانتماء للوطن، فاصبح الولاء للمذهب والطائفة والقبلية بدلا من الولاء للوطن. كثر استعمال مصطلح المواطنة بعد الاحتلال الأمريكي بسبب حالة الفوضى الاجتماعية التي شهدتها العراق والتي القت بظلالها على مكونات المجتمع العراقي بشكل عام، اذ ان الاحداث التي جرت والمتتملة بالحرب الطائفية وانعدام القوانين وضعف الدولة والأجهزة الامنية وانتشار الفساد المالي والإداري وغيرها من الأسباب دعت المواطن الى البحث عن بديل يشعرو بالأمان والاطمئنان، فما كان منه الا ان يلجأ الى القبيلة والمكون والمذهب لعله يجد ضالته فيها، وانطلاقا من هذا المبدأ جاء اختيارنا لموضوع البحث والمعنون (المواطنة ودورها في تعزيز السلم الأهلي في العراق) والذي احتوى على محاور عدة عاجلت في مجملها موضوع المواطنة والسلم الأهلي في العراق، وتمثلت المحاور في أولا ماهية المواطنة والذي احتوى على تعريفات عدة لهذا المصطلح، في حين تطرق المحور الثاني الى البنود التي اقراها الدستور العراقي في مجال الحريات وحقوق الانسان والتي تمثل في جوهرها أسس المواطنة والتي من أبرزها العدل والمساواة بين أبناء المجتمع العراقي، والولاء والانتماء للوطن فضلا عن المشاركة السياسية، كما تطرق المحور الثالث الى أسس تنمية المواطنة، وتطرق المحور الرابع الى انعكاس الاحتلال الأمريكي على المواطنة والسلم الأهلي في العراق، وتناول المحور الخامس موعات السلم الاهلي في العراق والتي كان من أبرزها الطائفية السياسية والإرهاب والفساد المالي والاداري، في حين تناول المحور السادس اليات تعزيز المواطنة وتكريس السلم الأهلي والتي تمثلت في نقاط عدة عبرت عن وجهة نظرنا ورؤيتنا في إيجاد الحلول المناسبة لهذا الموضوع. يهدف البحث الى ابراز الجوانب السلبية في تلك التوجهات ومحاولة افهام القارئ والمتلقي ان موضوع الولاء والانتماء يجب ان يكون للوطن أولا واخرا، لان الولاءات الفرعية التي ظهرت بعد الاحتلال الأمريكي لا يمكن لها ان تكون بديلة عن الولاء للوطن الذي يمثل الحاضنة الحقيقية لكل مكوناته، كما نسعى الى افهام القارئ والمتلقي بان السياسات الطائفية والمذهبية ما هي الا وسائل اتبعها قسم من الافراد من اجل الوصول الى السلطة مستغلين بساطة الناس وجهلهم لما يجري من احداث وتطورات.

عرض أ.م. د لؤي خزعل جبر من جامعة المثنى - كلية التربية الأساسية - قسم العلوم بجهته الموسوم (البواعث والآليات



النفسية الاجتماعية للخطاب التمييزي الإعلامي) فالتمييط Stereotyping عملية معرفية اجتماعية، تُهدف إلى تبسيط العالم، لفهمه، والتفاعل معه، عبر إدراج الناس ضمن فئات تصنيفية. إلا إنَّ ممكن الخطورة في هذه العملية أن تقود إلى تكوين تصورات سلبية مُضَلَّلة عن الجماعات، تُشكِّل مادة للصراعات الاجتماعية، وهي في الغالب كذلك، إذ دأبت السلطات على تكريس صور نمطية عن الآخرين، بهدف إحداث قطيعة معهم، وتسقيطهم، ومحاربتهم، وذلك من خلال تأسيس خطاب إعلامي تمييزي، يرسم صوراً مشوهة للجماعات، ويحشر ملايين من الناس ضمن قوالب تلك الصور، الدراسة الحالية تسعى لرصد بواعث ذلك الخطاب، وآلياته، النفسية والاجتماعية، في سياق التصارع الاجتماعي

المعاصر، وتعبير آخر، ما المنطلقات المعرفية والوجدانية، والفردية والجمعية، المؤسسة لذلك الخطاب، والمساعدة على تكوينه وديمومته ؟ وما

الطرائق والأساليب - النفسية الاجتماعية - المستعملة في تقديم صورته التنميطية؟ فحددت البواعث بأربعة: البساطة المعرفية، والتسلطية والتدميرية، والهوية التصارعية، والاستعلامية التكارهية، كما حددت الآليات بأربعة: التسميات، والتأطيرات، والسرديات، والمخذوفات.

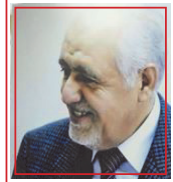
وقدم م. د حسين زيدان خلف دكتوراه/ الارشاد النفسي والتوجيه التربوي - وزارة التربية، وبمخه الموسوم (دور وسائل الاعلام الالكترونية في تعزيز ثقافة التعايش السلمي الأهلي) يهدف البحث الحالي الى معرفة دور وسائل الإعلام الإلكتروني في تعزيز ثقافة التعايش السلمي الأهلي، إيجاد الفروق ذات الدلالة الإحصائية وفق متغير النوع (ذكور إناث) التي تساهم في تحقيق التعايش السلمي في المجتمع، وتحديد الجوانب الاجتماعية التي يتم تعززها من خلال الإعلام الإلكتروني لتحقيق للتعايش السلمي الأهلي في المجتمع، وتحذف الى تحديد أهم وسيلة إعلامية تساهم في تعزيز ثقافة التعايش ولها دور وتأثير اجتماعي، ومن اجل تحقيق أهداف البحث الحالي، قام الباحث ببناء مقياس التعايش السلمي الأهلي لوسائل الإعلام الإلكتروني وقسم إلى ثلاث مجالات ويتضمن (٣٠) فقرة، وتم عرض لأداة على المحكمين، وتم استخراج الخصائص السيكومترية كالصدق والثبات، وستخدم الباحث الحقيبة الإحصائية (SPSS) للعلوم الاجتماعية في تحليل ومعالجة البيانات إحصائية، وأظهرت نتائج البحث ان مستوى تأثير وسائل الاعلام الالكترونية في تعزيز ثقافة التعايش السلمي الأهلي له دور مرتفع وإيجابي في تعزيز ثقافة التعايش السلمي، وكما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متغير النوع (ذكور - إناث) لطلبة الجامعة ولصالح الذكور في درجة تأثير ثقافة التعايش السلمي الأهلي، كما أظهرت النتائج وجود عدد من الجوانب الاجتماعية التي يمكن تعزيز ثقافة التغير لتحقيق التعايش السلمي لها من خلال وسائل الاعلام الإلكتروني والتي بلغت (١٤) جانب اجتماعي والتي حصلت على وسط مرجح اقل من المعيار المحدد، كما أظهرت النتائج ان اهم وسيلة اعلامية الكترونية ذات تأثير ايجابي في تعزيز ثقافة التعايش السلمي الأهلي وهي الفيسبوك، اذا تعد هي أكثر وسيلة الكترونية اعلامية استخدمها وفق الوسط الحسابي الذي حصلت عليه، وفي ضوء النتائج التي لها البحث وضع الباحث عدد من التوصيات والمقترحات.

وفي الجلسة الثانية لليوم الثاني كان رئيس الجلسة، أ. د علي الشمري، ومقرر الجلسة، م. د رنا الشجيري

إذ قدم أ. د. إسمايل نوري الربيعي عميد كلية الآداب والعلوم/ الجامعة الأهلية/ البحرين في بمخه الموسوم (حول لغة الإعلام العربي؛ تداخل الجدل و الحوار) دقق المعلومات الذي يعيشه العالم اليوم، و التطور الهائل في وسائط الاتصال، جعل من حقل الإعلام في أشد حالات الاستنفار والتداعي. لم يعد من المجدي الحديث عن فصل أو تضافر أو حتى دور خاص لصحيفة أو قناة تلفزيونية أو محطة إذاعية؟ لا سيما وأن التقنيات والبرمجيات قد تضافرت الجهود فيها، حتى أفرزت خلطة شديدة التعقيد من الأوضاع الاتصالية المربكة والتي تحتاج إلى إعادة تأويل وتفسير، بل أن الأوضاع الحاكمة تجعل منا في أشد أحوال الحاجة، إلى إعادة إنتاج مقولات المنهجية البنوية (Structuralism) تلك التي تعطل العمل بها وصارت إرثاً منهجياً قديماً، فيما تواصلت الأوضاع التي يعيشها حقل الإعلام في العالم العربي، حتى برزت الحاجة إلى البحث في نسق System بنية الإعلام العربي الراهن، حيث أهمية إمعان النظر في العلاقة القائمة بين العناصر التي تشكل بنية الإعلام، وأهمية ترصد الأوضاع التي تعيش في ظلها المجل من الوسائط الاتصالية.



ثم قدم ا. د حمدان خضر السالم، من كلية الاعلام/ جامعة بغداد و م. م عدنان سمير دهيرب، من جامعة واسط، في بمخهما المعنون (دور الاعلام في تكريس الهويات الفرعية وانعكاسها على السلم) المتغير السياسي الذي حدث في العراق في نيسان ٢٠٠٣ حمل معه الكثير من المتغيرات التي انعكست على الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والامنية بالشكل الذي افرز ظواهر لم تكن واضحة في المجتمع العراقي ولعل من بينها بروز ظاهرة الاحتماء بالهويات الفرعية والانتماءات الضيقة على حساب الهوية الوطنية الجامعة و هو ما ادى الى نشوء حالة من التنافس والنزاع والصراع الذي بدا يتسيد الموقف ويلقي بظلاله على الحياة السياسية والاجتماعية الى الحد الذي دفع المجتمع الى التخندق والتناحر على اسس طائفية او عرقية لم يعرفها المجتمع في اوقات سابقة وهذه ظاهرة غريبة على المجتمع الموحد والتآخي كان من بين محركاتها الاعلام بوسائله التقليدية والحديثة عندما صارت الرسائل الاتصالية التي غصت بها وسائل الاعلام محملة بالأفكار السلبية التي تنال من الاخر بعد تخندق



هذه الوسائل ومن انتماءات فرعية ضيقة وخضوعها لأجندات خارجية سعت الى تمزيق النسيج الوطني المجتمعي من خلال طروحاتها المسيئة والتي زرعت الحقد والبغضاء بين ابناء المجتمع الواحد، فضلا عن الاجندات السياسية التي حاول اصحابها من السياسيين ان يركبوا موجتها لتحقيق مكاسب ومصالح شخصية تحيي شعارات الدفاع عن القومية او الطائفة او المذهب، بحثنا تناول هذه الظاهرة وكيف أسهمت وسائل الاعلام بهذا الصراع العرقي او الطائفي الذي ضرب وحدة المجتمع ومزق اوصاله واضر بالسلم الاهلي.

وقدمت أ. م. د. سهام حسن الشجري من كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ببحثها

المعنون (ديوتولوجيا التعايش السلمي بين الاستلاب والاستقطاب عبر وسائل الإعلام)

يحاول البحث معالجة مسألة أخلاقيات التعايش السلمي في ظل غياب أخلاقيات العمل الإعلامي، ومحاوله اللعب على ورقتي الاستقطاب قصد تحقيق التعايش السلمي والاستلاب (الاغتراب) لتهديد مبادئه وقواعده، إذ يعنى بحث ديوتولوجيا التعايش السلمي بين الاستقطاب والاستلاب عبر وسائل الإعلام بالمعالجة الإعلامية لأخلاقيات التعايش السلمي المبنية على سهولة التفاهم والتعايش بين الاتجاهات المختلفة والمتعارضة، إذ أن التعايش السلمي يعد جزءا فاعلا في المجتمع، وتجمع بين أفراده علاقات مشتركة، ويعد نتاج موروث طويل من الحياة، والترابط بين الطرفين، وأصبح التعايش السلمي في وسائل الإعلام يخضع للاستقطاب السياسي والاستلاب الإيديولوجي، والشحن العقائدي، عبر وسائل الإعلام المختلفة وخاصة الإعلام الالكتروني بمختلف أدواته، فضلا عن الفضائيات أو الإذاعات، أو الصحف، ومواقعها الالكترونية، بل اليوم صار بإمكان المتلقي أن يمارس هو نفسه الاستقطاب والاستلاب فيما يخص السلم الأهلي ضد الآخرين، بعد أن يكون قد خضع لهما من خلال الوسيلة نفسها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فلا يقوم ولا يتحقق التعايش السلمي بين بني البشر إلا على أسس ثابتة وقيم عظيمة وُضعت لمصلحة البشرية جمعاء، ولا يوجد قانون يستطيع تنظيم حياة الإنسان وتحقيق العدل والمساواة اللتان هما أساس التعايش السلمي بين بني الإنسان مثل قانون السماء الذي يُعث لأجله سيد الأنبياء وخاتم المرسلين محمد(ص)، لأنه يدعو إلى صون البشرية جمعاء- وفق أسس قائمة على الرحمة والإحسان والبر والتقوى من الظلم والجور والفساد.



وعرض م. د محمد رافع لايد والمدرّب: ايمن يونس حمادي كلية الآداب- قسم الاعلام - جامعة الانبار،

ببحثها الموسوم (العلاقات العامة ودورها في تعزيز السلم الاجتماعي/ دراسة ميدانية لقسم العلاقات

العامة في الفريق الدولي للسلم الاجتماعي/ فرع العراق) تحدد هذه الدراسة الى معرفة الدور الذي يلعبه

جهاز العلاقات العامة والقائمين عليه في خدمة المجتمع عن طريق تحقيق الاهداف التي يطمح الفريق تحقيقها

لدعم التعايش السلمي في المجتمع من خلال التواصل مع الجماهير الخارجية المختلفة باستخدام الوسائل

والاساليب المختلفة لتحقيق هذا التواصل، توجهت الدراسة الى الفريق الدولي للسلم الاجتماعي (العامل

في العراق) وتم اختيار عينة قصدية تم اخضاعها للدراسة والبحث، وقد استخدمنا أداتين من ادوات البحث

العلمي هما اداة الاستبانة واداة المقابلة العلمية بغية الحصول على البيانات المطلوبة وجمعها لاستخراج النتائج المطلوبة.



وقدم د. عبد الله عمر بنحاش معهد الصحافة وعلوم الإخبار- جامعة منوبة - تونس في بحثه الموسوم

(ثقافة الحوار والاختلاف في ضوء دوامة الصمت: دراسة الحالة اليمنية) أوجدت البيئة الاتصالية

الجديدة حالة من التساوي والتماثل من حيث امتلاك منافذ الوصول إلى المعلومات وإنتاجها وإعادة

توزيعها، دون السماح لأي جهة في فرض وجهة نظر معينة، بل أتاحت للجميع امتلاك منصات

مفتوحة للنقاش وإبداء الآراء وتبادلها في فضاء عام ورحب. وتعد نقاشات المجال الافتراضي مصدراً مهماً

لتشكيل الرأي العام، من خلال فعاليتها في إبراز اتجاهات الرأي المختلفة عبر فضاءات الحوار والنقاش

العام، وقد ساهمت المنصات الجديدة في تعزيز حرية التعبير وثقافة الحوار العلني، والتي تعني قبولاً بتعددية الآراء

واحترام تنوعها الثقافي والفكري والسياسي، وقد شهدت اليمن - ضمن ما يعرف بثورات «الربيع العربي» ٢٠١١ - تحولات

هامية، كان المجال العام فضاءها الأوسع وميدانها الأول، حيث ارتفع سقف حرية التعبير وانتعاش صحافة المواطن وإسهامها الكبير في نقاشات الشأن العام. وتبقى حرية التعبير في اليمن التحول الأبرز والمكسب الأكثر أهمية، ضمن تحولات الفضاء التواصلي بعد ٢٠١١. لذا فإن منطلق هذه الدراسة وتركيز اهتمامها على هذا التحول الهام المتمثل في رغبة الناس تجاوز حاجزي الصمت والخوف ورغبتهم للتعبير عن آرائهم السياسية، وخوض المناقشات العامة بالاستفادة مما توفره بيئة الاتصال الجديدة من إمكانيات ديمقراطية للنقاش الحر والتعبير عن الرأي، وتكمن أهمية الدراسة في ارتباطها المباشر بواحد من أهم الحقوق الإنسانية، وهو حرية التعبير، الذي يعني التنوع في الآراء والأفكار والاتجاهات، وحصوها على ذات الفرصة للتعبير عنها والنقاش بشأنها، بغض النظر عن مسألة اتفاقنا أم اختلافنا معها. كما أن انطلاقها من نظرية دوامة الصمت التي تتحدث عن تهديد المجتمع للآراء المخالفة ودفعها للتطابق مع رأي الأغلبية أو الصمت خشية العزلة الاجتماعية، بمنحها أهمية خاصة لدراسة الرغبة في إبداء الرأي والقبول بالنقاش والاختلاف في سياقات اتصالية متغيرة. تتكسب هذه الأهمية أيضاً في ضوء الجدل العلمي المثار بين الباحثين بشأن الحديث عن نهاية دوامة الصمت وسقوطها بظهور الإعلام الاجتماعي، مقابل رفض آخرون لتلك الأطروحات وتأكيد حدوث دوامة الصمت حتى في سياق الاتصال الشبكي الجديد. كما أن جانباً من أهمية هذه الدراسة يتمثل في تركيز اهتمامها على دراسة تأثير آلية الخوف من العزلة الاجتماعية - الآلية السببية لدوامة الصمت - في رغبة الإفصاح عن الرأي والنقاش بشأنه، في قضايا خلافية ينقسم المجتمع اليمني بشأنها، من شاكلة عاصفة الحزم في اليمن ودور التحالف العربي وشرعية الرئيس هادي ومطالبة الجنوب بفك الارتباط عن دولة الوحدة اليمنية وغيرها من قضايا الأزمة اليمنية.

وعرض أ.م. د مصطفى حسين عبد الرزاق و م. د خلف كريم كيوش من كلية الإعلام/ جامعة واسط،

بجته الموسوم (خطاب الكراهية ودوره في تقويض السلم المجتمعي لدى الجمهور) مع تزايد مشاعر عدم

الثقة في الخطاب الإعلامي في الوسائل التقليدية والحديثة، بما تسببته من انقسامات عرقية وأثنية وسياسة ودينية داخل المجتمع العراقي وقد أسهمت بشكل كبير في غياب ثقافة التسامح والسلم الأهلي والمجتمعي العراقي لكون ان كل وسيلة من هذه الوسائل هي امتداداً لحزب سياسي سواء بشكل مادي او ديني او عرقي وان انتشار ظاهرة تعصب الخطاب الاعلامي عبر وسائل الاتصال ادى الى نشر الشائعات التي ضللت الرأي العام وتسببت بالمزيد من الانقسامات بين مختلف فئات المجتمع العراقي، إذ إن مفهوم السلم الأهلي والمجتمعي في الخطاب الاعلامي هو ان يقوم القائمون على الرسالة الاتصالية برفض كل إشكال



التحريض على القتال المجتمعي، او تبريره، أو نشر مقالات و خطابات و مؤتمرات صحافية تعتبر تصادم حتمياً بسبب قوة العقيدة الدينية او الحزبية. يجب ان يعمد الخطاب الاعلامي المعاصر على مؤشرات علمية وأكاديمية تعزز لغة الحوار وثقافة تقبل الآخر والتفاهم والتضامن والتسامح بين كافة أفراد المجتمع وتعزيز روح الانتماء للوطن وليس للحزب بعيداً عن التعصب الحزبي الذي يضر بالمصلحة العامة و الاجتماعية و مصلحة الفرد، منهج البحث وعينته: اتبع الباحث المنهج المسحي الدراسة الوصفية بهدف التعرف على العلاقة بين المتغيرات المختلفة للدراسة المتمثلة في (مؤشرات الخطاب الإعلامي في تعزيز السلم المجتمعي / دراسة ميدانية على أساتذة كليات الاعلام الحكومي في العراق)، وتم اختيار عينة قصدية من اساتذة كليات الاعلام واقسامها في جامعات (بغداد، صلاح الدين، والانبار، والسليمانية، واسط، ذي قار) وقد اعتمد الباحث على مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق إطلافاً) تضمن المقياس محورين المحور الاول تمثل: بالشعور الانتماء الى وسائل الإعلام: (متغير مستقل) واحتوى على فئات: (خطاب الكراهية، التواصل مع وسائل الاتصال المختلفة، وحاجة المؤسسات الاعلامية الى الكفاءات الاعلامية والبنى التحتية) فيما تضمن المحور الثاني محور امن السلم المجتمعي (متغير تابع) فئات: (الأمن والامان، المشاركة السياسية، تكافؤ فرص العمل، والعدالة في إعمار المناطق).



وتطرق بحث أ. د نصر الدين لعياضي من كلية علوم الإعلام والاتصال/ جامعة الجزائر المعنون

(وسائل الإعلام والانتقال الديمقراطي من أجل تحقيق السلم الأهلي/ مقارنة نقدية) بأن مراجعة الأدبيات التي تناولت دور وسائل الإعلام في تحقيق السلم الأهلي في البلدان التي عاشت حروباً أهلية ونزاعات مسلحة، مثل رواندا، وكمبوديا، والجمهوريات التي تشكلت من تفكك دولة يوغوسلافيا، تجمع على أن وضع حد للنزاعات المسلحة في هذه البلدان تحقق بفضل التدخل الأجنبي ممثلاً في القوى الأممية. ودفع وسائل الإعلام للاضطلاع بدور بارز في تحقيق السلم المدني فيها لم يتجسد هو الآخر دون

إسهام المنظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية الذي أخذ أشكالاً متعددة، منها: تقديم الدعم المالي والمادي لإعادة بناء المؤسسات الإعلامية التي امتدت إليها يد الحرب والدمار، وتكوين الصحفيين والقادة الإعلاميين وإعادة تأهيلهم، وتقديم الاستشارة لصياغة قوانين إعلام جديدة تروم تحقيق السلم المدني، وبصرف النظر عما يطرح هذا الإسهام من صعوبات وإشكاليات التي يجب أخذها بعين الاعتبار، فإن محاولة قراءة هذا الإجماع تخيلنا إلى المرجعية الفكرية التي يستند إليها، والتي يمكن تلخيصها في المنظورين التاليين: الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency، ونظرية انتشار المبتكرات Innovations Diffusion Theory. ورغم أهمية هاتين النظريتين في فهم ماهية وسائل الإعلام وتشخيص دورها في المجتمع إلا أن محدوديتهما تظهر أكثر في تفسير مكانة هذه الوسائل في انتقال المجتمعات إلى الديمقراطية من أجل تحقيق السلم الأهلي، وذلك لاعتقادها أن القوى المحايثة لوسائل الإعلام تكمن أساساً في محتوى ما تنشره أو تبثه، كما إن تجسيد السلم الأهلي لا يتسنى دون القضاء على مسببات الحروب الأهلية وبؤر النزاع بين أبناء المجتمع الواحد. ويأتي على رأس قائمة هذه المسببات الاستبداد وغياب الديمقراطية، فالديمقراطية في اعتقادنا ليست وصفة جاهزة صالحة للاستعمال في كل المجتمعات وكل الأزمنة، بل يجب أن تفهم «كمسار معقد طويل المدى، ديناميكي ومفتوح على الجميع، إنما تدل على التقدم نحو نمط من السياسة قائم على قواعد أكثر توافقية وتشاركية». وهنا نعتقد أن التعامل مع وسائل الإعلام كعنصر أساسي في هذا المسار وكأداة من أدواته يتطلب منا تطبيق البراديفم paradigm الوظيفي في فهم وسائل الإعلام وتبني البراديفم البنائي Constructivism وتوظيف مفهوم المنظومة Device في نظريات الاتصال (Meunier, 1999, 83-91) من أجل تقديم مقترحات من شأنها أن تساعد وسائل الإعلام على تحقيق السلم الاجتماعي والتي نستعرض بعضها في هذه الورقة البحثية.

وتحققت الجلسة الثالثة برئاسة رئيس الجلسة، أ.د. عبد النبي خزعل ومقررة الجلسة أ.م.د. منتهى هادي

إذ قدم أ.م.د. محمد حامد ورعد خاشع من كلية الآداب - قسم الاعلام - جامعة الانبار بحثه الموسوم (مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى جمهور محافظة الانبار) إن من أبرز ملامح هذا العصر ظهور مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة المعلومات العالمية حيث أحدثت هذه المواقع والشبكات موجة جديدة من موجات ثورة المعلومات التي بدأت في أواخر القرن الميلادي المنصرم، ومع انتشار أجهزة التواصل الحديثة دخلت البشرية مرحلة غير مسبوقة في مجال تواصل الافراد مع غيرهم من الافراد والمؤسسات؛ فلم يعد العالم قرية صغيرة كما كان يقال سابقاً، بل صار هذا العالم كله عند أطراف أصابع الانسان، بغض النظر عن عمره ومستوى تعليمه وجنسيته، ومنح ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المتصفحين مساحة كبيرة لإبداء آراءهم حول القضايا والمشاكل التي تواجههم في حياتهم اليومية، إذ أصبحت هذه المواقع تشكل جزءاً من الرأي العام لدى الجمهور وقوة ضاغطة لدى اغلب صناعات القرار من اشخاص ومؤسسات حكومية وغير الحكومية، وبفعل تسارع الاحداث والمواقف في العراق بشكل عام وبمحافظة الانبار بشكل خاص تباينت انعكاسات نتائج هذه المواقع فالبعض منها قد شكل فرصة إيجابية لتنمية وتطوير المهارات الفردية لدى الجمهور لكن البعض الآخر قد أثر بشكل سلبي على مجريات الاحداث عبر بث الشائعات لأحداث زعزعة على صعيد قيم المواطنة و السلم الاهلي والمجتمعي وتهديد البنية الامنية للمجتمع في محافظة الانبار. لذا جاء هذا البحث ليسلط الضوء على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي بكل اشكالها وانواعها المختلفة في تعزيز قيم المواطنة واشاعة السلم الاهلي في محافظة الانبار خاصة والمحافظة قد خرجت في الآونة الاخيرة من حرب كان احد اسبابها الدور السلبي الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي فيها.

وقدمت أ.م.د. أزهار صبيح غنتاب، من كلية الإعلام/ جامعة بغداد بحثها الموسوم (اعتماد الأكاديميين العراقيين على الصحف العراقية وعلاقته باتجاهاتهم إزاء قضايا السلم الأهلي «دراسة مسحية على تدريسي جامعات: بغداد، والمستنصرية، والنهرين») يهدف البحث إلى الكشف عن ماهية العلاقة بين اعتماد الأكاديميين العراقيين على الصحف العراقية واتجاهاتهم إزاء قضايا السلم الأهلي. ويصنف البحث وصفيًا من حيث النوع. واستعمل منهج المسح الوصفي التحليلي، واعتمد عينة قصدية، بلغت (150) مبحوثاً من الأكاديميين العراقيين الذين يقرأون الصحف العراقية، واستعمل أداة (الاستبانة)، وتوصل إلى استنتاجات عدة، منها: انخفاض درجة اعتماد المبحوثين على الصحف العراقية في معرفتهم بقضايا السلم الأهلي، ومثّل إنجاز العدالة الانتقالية أكثر قضايا السلم الأهلي التي يحرص المبحوثين على قراءة الموضوعات التي



تتناولها في الصحف العراقية التي يعتمدون عليها. وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين. وفقاً لمتغيري -الجنس والاختصاص . ودرجة اعتمادهم على الصحف العراقية في معرفتهم بقضايا السلم الأهلي، ووجود تلك الفروق بينهم . وفقاً لمتغيري اللقب العلمي وسنوات الخبرة . ودرجة اعتمادهم. فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة اعتماد الباحثين على الصحف العراقية في معرفة قضايا السلم الأهلي واتجاهاتهم الإيجابية إزاء هذه القضايا. وعدم وجود علاقة بين درجة اعتمادهم واتجاهاتهم السلبية إزاء القضايا المذكورة. وعرضت م.د زينة سعد نوشي من كلية الإعلام/ الفراهيدي، بحثها الموسوم (دور الخطاب الديني في القنوات التلفزيونية الفضائية في نشر ثقافة السلم الأهلي دراسة تحليلية لبرامج قناة كربلاء الفضائية) شكل الخطاب الديني في الآونة الأخيرة مادة أساسية في النقاشات الاعلامية والعامية على اعتبار انه خطاب حساس، واذا ما أسيء استخدامه بإمكانه ان يلعب دوراً أساسياً في نشر ثقافة العنف على حساب ثقافة السلام، وقد برزت دعوات عديدة لاستعادة الخطاب الديني من المتشددين واصحاب الاجندات الهدامة والارهابية، الاسلام بكل مذهبه والمسيحية بكل طوائفها يشكلان حقائق ثقافية تاريخية واجتماعية، وبالتالي لا خيار امام الجميع إلا الاعتراف بمذا الوجود المتنوع والمتعدد، ومن هنا تبرز اهمية الخطاب في القنوات الدينية التي عليها انتاج خطاب يعزز من صلاحية المجتمعات التي تنتشر فيها بدل انتاج التوتر والازمات بين هذه المكونات، لا سيما انه كثيراً ما يتداخل الخطاب الديني بالسياسي والاجتماعي والثقافي تحت عناوين مختلفة، ومن هذا المحتوى تنطلق اهمية القنوات التلفزيونية الفضائية الدينية في العالم العربي بصورة عامة وفي العراق بصورة خاصة حيث تختلط الصراعات السياسية بالعقائد الدينية، اذ ان دراسة الدور الوظيفي والمعرفي لهذه القنوات من خلال خطابها الذي يتداخل مع كل مفردات الحياة اليومية للإنسان هذا الخطاب الذي يستند الى مرجعيات دينية متعددة المبادئ والاسس التي تدعو الى تأطير مفاهيم وسلوكيات وافكار وتوجهات المواطن، فقد عملت هذه القنوات الى تحويل التدين إلى منتج إعلامي يخضع لمقتضيات المنافسة في سوق الإعلام والإشهار، كما يخضع لمقتضيات توجهات السياسات الدينية، ولذلك نجد هذه القنوات تعتمد على فقهاء أو علماء متخصصين؛ ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لمعرفة مساهمة الرسائل التي تبثها القنوات التلفزيونية الفضائية في نشر ثقافة السلم الأهلي.

وعرض م.د. عراك غانم من قسم الاعلام - كلية الفارابي الجامعة في بحثه المعنون (العلاقات العامة

الدولية وحفظ السلام العالمي عبر الانترنت «دراسة تحليلية لنشاطات الامم المتحدة على اليوتيوب»

تعاني منطقة الشرق الاوسط وبعض دول العالم من ازمات وصراعات مزمنة من اهمها الارهاب والنزوح

والهجرة والتحريض الاعلامي، مما يتطلب مزيد من التعاون الدولي لحفظ وصنع وبناء السلام بين الدول،

وللأمم المتحدة دور بارز في احلال السلم الاهلي بين الدول وبناء الشراكات الجماهيرية والدولية ودعم

حقوق الانسان وتنمية المجتمعات، وتمثل محاولات الامم المتحدة بأئسطها الاعلامية والبعثات الدبلوماسية

رسالة علاقات عامة دولية واتصال بين الثقافات في سعيها للتقارب بين الدول والشعوب، واحلال

السلم والامن العالمي وحل الصراعات الدولية وتسهيل العملية السياسية وحماية المدنيين ونزع السلاح وسيادة

القانون، متجاوزة بذلك كل الحدود والحواجر المرتبطة بما سواء كانت لغوية او ثقافية وحتى ايدولوجية، قد تعيق عملية الاتصال، يقدم

البحث تحليلاً «لشكل والمضمون» لكل الفيديوهات المعروضة في موقع الامم المتحدة على اليوتيوب للعام ٢٠١٨ والبالغة (٦٦) فيديو،

بهدف حصر كل الأنشطة المنجزة خلال مدة الدراسة وتحليلها لمعرفة توجهات الامم المتحدة نحو مسألة حفظ الامن والسلام العالمي.



وقدمت م. د هالة نجاح قسم الاعلام/ كلية الفارابي الجامعة، و م. د زينة عبد الخالق من كلية الاعلام/ جامعة بغداد، ببحثهما

(العلاقات العامة وتحقيق السلم الاجتماعي «دراسة تحليلية لأنشطة العلاقات العامة في

العراقي للسلم والتضامن للمدة من (٢٠١٨/٨/١-٢٠١٩/٨/١)»

يأتي هذا البحث ضمن الأبحاث المقدمة الى المؤتمر السنوي الثاني عشر

لكلية الاعلام في جامعة بغداد بعنوان (الاعلام والسلم الاهلي) وهو

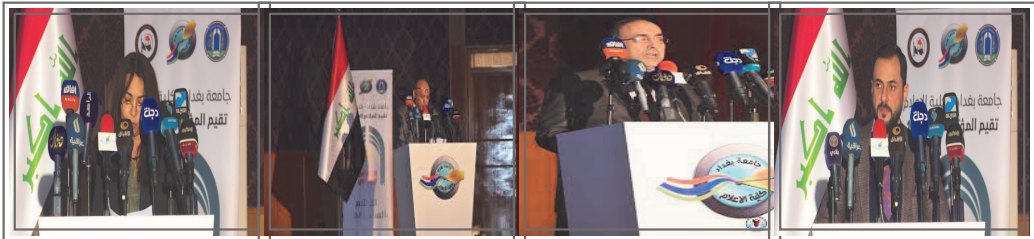
ضمن محور التسويق الاعلامي للسلم الاهلي، يدرس البحث الأنشطة

الاتصالية للعلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني وقد تم اختيار

(المجلس العراقي للسلم والتضامن) مجتمعاً للبحث كمنظمة فاعلة في تحقيق

السلم الاجتماعي ويسعى لتحقيق عدد من الأهداف ابرزها معرفة كيفية







الممارسة الخفية والمعلنة لعنف اللغة في وسائل الإعلام دراسة في فلسفة العنف واللغة الإعلامية

صدر عن دار أمجد للنشر والتوزيع في المملكة الأردنية الهاشمية
للباحث: الإعلامي والمحاضر الأكاديمي الدكتور أكرم فرج الربيعي



يقدم هذا الكتاب . في فصوله الأربعة .

دراسة معمقة عن عنف اللغة الإعلامي، متطرقاً إلى ما يفرزه هذا الموضوع من تفرعات أخرى، تستلزم الدرس والإحاطة. منها:

- العنف الخطابي
- والعنف الكلامي
- وعنف اللسان
- والعنف الرمزي

وأشكال أخرى، إذ تقود هذه الأنواع جميعها إلى فساد الإعلام، وتلوث اللغة الإعلامية، فضلاً عن أن دراسة الموضوع تقتضي معرفة سلطة اللغة في الخطاب.

• حمل الفصل الأول عنوان:

- عنف اللغة الإعلامي .. بين سلطة اللغة والفعل التواصلي، عبر ثمانية محاور رئيسة وتمهيد.
- فيما شَخَّصَ الفصل الثاني مكانم العنف اللغوي في لغة الخطاب الإعلامي، عن طريق استعراض أحد عشر نوعاً تبرز فيها مكانم العنف اللغوي الإعلامي.
- وتطرقَ الفصل الثالث إلى نظريات العنف اللغوي الإعلامي، عبر ثمانية محاور رئيسة، مستعرضاً النظريات النفسية والاجتماعية والاتصالية التي تفسر ظاهرة العنف اللغوي في وسائل الإعلام.
- أما الفصل الرابع فكان مجالاً للبحث الميداني، بتطبيق مقياس ليكرت، إذ دَرَسَ حدود العلاقة بين العنف اللغوي المستعمل في وسائل الإعلام وحالات التطرف والإرهاب، عبر قياس شدة اتجاه عينة نوعية المتعرضين لوسائل الإعلام.
- وأختتم الكتاب بـ الخلاصة، والاستنتاجات، والتوصيات

دور الإعلام في إخضاع الحكومات للمساءلة نهج المصلحة العامة في وضع السياسات والقوانين

كتاب صادر عن المركز القومي للترجمة، لمجموعة باحثين:

ستيف بتكلي، وكرنشيا دوبر، وتوبي مندل، وشين أوسيوكرو، ومونرو إي برايس، ومارك رابوي. ترجمة: كمال السيد

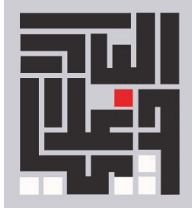
يأتي هذا الكتاب ليؤكد أن الإرسال الإذاعي والتلفزيوني أداة فاعلة لتأسيس وترسيخ مشاركة المجتمع المدني في تحسين أحوال الفقراء، وتحديد مفهوم الصالح العام والمواطنة الفاعلة. على نحو يؤثر في اختيار السلطة مراقبتها واستبدالها، وزيادة القدرة على إدارة الموارد لصالح الجميع، واحترام المواطنين والدولة للمؤسسات.

تضمن الكتاب ثلاثة عشر فصلاً، توزعت بين ثلاثة أبواب.

حملَ الباب الأول. عنوان: الحوكمة والإذاعة والتلفزيون والتنمية وجاء الباب الثاني بعنوان: المناخ الذي يمكّن وسائل الإعلام من أسباب القوة. فيما كان عنوان الباب الثالث: النهوض بالبحث التعددي والمستقبل.



- ناقش الفصل الأول موضوعي: الحوكمة، والتنمية ووسائل الإعلام. واستعرض الثاني قطاعات البث وأنواعه
- فيما شخّصَ الفصل الثالث خصائص البث الإقليمي واتجاهاته. وتطرق الفصل الرابع إلى ضمانات حرية التعبير، وتناول الفصل الخامس التمكين من الحصول على المعلومات
- وفصّلَ الفصل السادس في استخدام قانون القذف وإساءة استخدامه
- فيما حدد الفصل السابع قواعد المضمون وحدود حرية الكلام. وتناول الفصل الثامن تنظيمات الصحفيين. وناقش الفصل التاسع موضوعة التنظيم ودور الحكومة
- وتخصّص الفصل العاشر ب تنظيم مضمون البث
- وتناول الفصل الحادي عشر البث للخدمة العامة.
- فيما تخصّص الفصل الثاني عشر ب البث المجتمعي غير الساعي للربح.
- وتناول الفصل الثالث عشر/ الأخير بث القطاع الخاص التجاري



<http://abaa.uobaghdad.edu.iq>

The ministry site

<http://www.iasj.net/iasj?func=search&template>

Official Journal

media@comc.uobaghdad.edu.iq

Al-Iraq –Baghdad University–College of Mass–Communication – Jadiriyah

PO Box: 47093

Code classification: 302/2305 B 264

Annual subscription

Individuals

Arab countres \$ 40

Other countres \$ 60

Institutions

Iraq, 40,000 Iraqi dinars

Arab countres\$ 60

Other countres \$ 70

Baghdad University Faculty members 30,000 ID

Students 24,000 ID

Ways of payment

Cash

Checks

All payments should be Transferred to:

College of Media, University of Baghdad

AL – bahith Al- a, alami

AL– Rafedain Bank / AL– Wazerea

Price per A copy

Postgards students 3000 ID

2000 students Undergrads

Editorial – In – Manager

Prof. Hamadan Kh, Alsalim, PhD

Members

College of Mass–Communication – Public relations

Ast. Prof. Rasheed H. Aukla, PhD

College of Mass–Communication – Public relations

Ast. Prof. Bushra J. Alrawi, PhD

College of Mass–Communication – Press Section

.Ast. Prof. Siham, Hassan, Ph.D

College of Mass–Communication – Radio and TV
Press Section

Ast. Prof. Eman A. Alrahman, PhD

King Mohammad V, University , Morocco

.Prof. al–Dahi, Mohammed, Ph. D

College of Communication University of Qatar

.Prof. Jamal Al–Zaren, Ph.D

College of Media, Science and Communication
University of Algeria

.Prof. Radwan Bu Jumaa, Ph.D

Language supervision

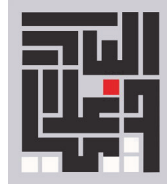
.Prof. Kholoud , Jabbar , Ph.D

.Prof. Nabil , Salman, Ph.D

College of Media– Arabic Language Unit

College of Media– Head of Arabic Language Unit

Design and technical direction: Shatha Abdullah Hussein



Ministry Of Higher Education and Scientific Reserch
University of Baghdad College of Mass communication

AL - Bahith AL - A'alami

A Specialized Refereed Quarterly – Issued By The College of
Mass communication – University of Baghdad

Editorial chief

Prof.: Irada Zaydan Al Jubori, Ph.D

ISSN : 1995 - 8005

E-ISSN : 2617-9318

Classification Number: 2303/302 B 264

46

October – November – December

2019

Copyright College of Media