

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باتنة -1-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال والمكتبات

الموضوع:

# صورة الثقافة العربية على الانترنت

دراسة وصفية تحليلية للمواقع الثقافية العربية الالكترونية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ:

أ.د/ قادري حسين

إعداد الطالب:

بوقرة رضوان

لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذ محاضر أ - جامعة باتنة 1	سمير رحماني
مشرفا	أستاذ التعليم العالي - جامعة باتنة 1	حسين قادري
مناقشا	أستاذ التعليم العالي - جامعة قسنطينة 3	الطاهر جعيم
مناقشا	أستاذ محاضر أ - جامعة أم البواقي	ضيف ليندة
مناقشا	أستاذ محاضر أ - جامعة باتنة 1	زواقة بدر الدين
مناقشا	أستاذ محاضر أ - جامعة بسكرة	صبطي عبيدة

السنة الجامعية: 2016-2017

# الشكر

أتقدم بأسمى عبارات الشكر، و التقدير بعد حمدي و شكري لله عزّ و جلّ إلى:

الأستاذ الدكتور قادي حسيه الذي لم يخل علينا

بالتوجيه أو النصح طيلة المدة التي استغرقتها لإتمام هذه الدراسة

نفعنا الله بعلمه و جزاه عنا خير جزاء

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر الجزيل إلى زملاء

الأستاذة الفاضلة ولد جاب الله سعاد

والأستاذة الفاضلة برادي نعيمة

والأستاذ غزال عبد الرزاق

والأستاذ بوبكر بوعزيز

الذين كانوا نعم العون والسند خلال انجاز هذه الدراسة

شكر

خطة الدراسة

مقدمة

الباب الأول: بيئة الاتصال في ظل الإعلام الجديد.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

1.1. أساسيات الدراسة.

1.1.1. الإشكالية.

2.1.1. تساؤلات الدراسة.

3.1.1. فرضيات الدراسة

4.1.1. أهمية الدراسة.

5.1.1. أهداف الدراسة.

6.1.1. المدخل النظري للدراسة.

7.1.1. الدراسات السابقة.

2.1. الإجراءات المنهجية للدراسة.

1.2.1. منهج البحث.

2.2.1. أدوات الدراسة.

3.2.1. أسلوب العد والقياس.

4.2.1. أساليب المعالجة الإحصائية.

5.2.1. اختبارات الصدق والثبات.

3.1. مجال وحدود الدراسة .

1.3.1. الحدود الموضوعية.

2.3.1. الحدود النوعية.

3.3.1. الحدود المكانية.

4.3.1. الحدود الزمنية.

5.3.1. الحدود اللغوية.

4.1. مجتمع البحث وعينة الدراسة.

1.4.1. المجتمع الكلي للدراسة.

2.4.1. عينة الدراسة.

5.1. مفاهيم الدراسة.

## الفصل الثاني: الإعلام الجديد ومقاربة المفهوم.

تمهيد.

1.2. إشكالية الجديد في الإعلام.

2.2. مفهوم الإعلام الجديد.

3.2. تطبيقات الإعلام الجديد.

4.2. تأثير الإعلام الجديد على المهنة الصحفية.

خلاصة.

## الفصل الثالث: تجربة الاتصال في فضاء الإعلام الجديد.

تمهيد.

1.3. وسائل الإعلام الجديدة والفضاء العمومي.

2.3. الواقع الافتراضي.

3.3. من رأس المال الاجتماعي إلى رأس المال الاجتماعي الافتراضي.

4.3. النشر الإلكتروني.

خلاصة.

## الباب الثاني: عولمة الثقافة والإعلام والثقافة العربية.

### الفصل الرابع: الصورة والثقافة في وسائل الإعلام

تمهيد.

1.4. مفهوم الثقافة.

2.4. الثقافة والاتصال.

3.4. الصور الرمزية والنمطية والتأثيرات الثقافية.

خلاصة.

## الفصل الخامس: ظاهرة العولمة وتقارب الثقافات.

تمهيد.

1.5. مقارنة مفهوم العولمة.

2.5. تقارب الثقافات في زمن العولمة بين الحوار والصراع.

3.5. مبادرات الحوار بين الثقافات.

4.5. الآثار المترتبة عن عولمة الثقافة.

خلاصة.

## الفصل السادس: الثقافة العربية ومستويات التأثير العولمي.

تمهيد.

1.6. تكنولوجيا الاتصال و المحتوى الثقافي العربي على شبكة الإنترنت.

2.6. الهوية العربية والعولمة الإعلامية.

3.6. العولمة الإعلامية والاتصالية واللغة العربية.

4.6. العولمة وقيم الثقافة العربية.

خلاصة.

## الباب الثالث: المواقع الإلكترونية للصحف العربية ومضامين الثقافة العربية.

## الفصل السابع: الخدمات والوسائط المتعددة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

تمهيد.

1.7. الخدمات على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

2.7. توظيف الوسائط المتعددة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

3.7. الصورة والخدمات على مستوى الصحف الإلكترونية العربية

خلاصة.

## الفصل الثامن: التفاعلية والإبحار والبحث على مستوى المواقع الإلكترونية.

تمهيد.

1.8. التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

2.8. الإبحار على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

3.8. البحث في مواقع الصحف الإلكترونية العربية.

4.8. صورة الثقافة وعنصر التفاعلية على مستوى الصحف الإلكترونية العربية

خلاصة.

## الفصل التاسع: الأركان والمسؤولية الفكرية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

تمهيد.

1.9 الأركان الصحفية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

2.9. الأنواع الصحفية المستخدمة في تغطية الأخبار الثقافية.

3.9. المسؤولية الفكرية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية.

4.9. صورة الثقافة العربية والأركان الثقافية

خلاصة.

## الفصل العاشر: تمثل المواقع الإلكترونية للصحف العربية لمفهوم الثقافة العربية.

تمهيد.

1.10. الاهتمامات الثقافية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

2.10. الدين الإسلامي والقيم وسؤال الهوية.

3.10. الإبداع والتراث العربي وطبيعة الفعل الثقافي.

4.10. التنشئة الاجتماعية واللغة العربية.

5.10. الصورة ومفهوم الثقافة العربية

خلاصة.

نتائج الدراسة.

التحقق من فرضيات الدراسة .

التوصيات

الخاتمة .

قائمة المراجع.

الملاحق.

فهرس المحتويات

تشكل الصحافة الإلكترونية أبرز ملامح التطورات التي عرفتها الصحافة المكتوبة، كنتيجة حتمية لظهور الإنترنت وظاهرة الاندماج بين الوسائط، ضمن هذا التحول تعمل الصحافة المكتوبة على التكيف مع هذه الظاهرة من خلال إيجاد مواقع إلكترونية تتعايش مع الوسيط الورقي أو إيجاد صحف إلكترونية خالصة.

تعد الوظيفة الثقافية من أهم الوظائف التي تقوم بها الصحافة المكتوبة، انطلاقاً من أن المضامين الثقافية التي تعمل الصحف على نشرها تؤدي بالنهاية إلى إرساء صورة محددة للثقافة انطلاقاً من البعد الرمزي الذي تلتقي فيه كل من الثقافة ووسائل الاتصال.

تزداد أهمية الوظيفة الثقافية للصحف الإلكترونية في ظل العولمة، ذلك أن للصحف الإلكترونية تعكس إعلام عصر العولمة انطلاقاً من تلاعبها بعنصري الزمان والمكان، حيث أتاح النشر الإلكتروني والإنترنت لوسائل الإعلام بصفة عامة والصحف الإلكترونية بصفة خاصة قدرة انتشار غير مسبوق فقدت معه الجغرافيا دلالتها.

أدت التطورات السابقة إلى زيادة ظاهرة الاحتكاك بين الثقافات وانتقال العناصر الثقافية وهو ما يطرح إشكالية الهيمنة الثقافية وعولمة المضامين من جهة، ومن جهة أخرى فاعلية الثقافات المختلفة في الحفاظ على وجودها وتميزها في ظل الاختلال الصارخ بين الثقافات على مستوى تواجدها في الفضاء الإلكتروني وكذا تحكمها في تكنولوجيات الاتصال وصناعة المحتوى، وسيطرة الدول الغربية واللغة الإنجليزية على التقنية والإنتاج الثقافي معاً.

تعرف الثقافة العربية كغيرها من الثقافات مجموعة من التحديات الوجودية، وأمام الفيض الهائل من المضامين الثقافية التي تبثها وتنشرها مختلف أوعية الاتصال، والطفرات التقنية المرتبطة بوسائل إنتاج هذه المضامين تجد نفسها أمام حتمية الأخذ بمختلف المستجدات الاتصالية للحفاظ على تميزها ووجودها وكذلك تسويق نفسها.

تعد الصحف الإلكترونية العربية أحد أهم الوسائل الاتصالية التي من الممكن أن تلعب دوراً مهماً ومحورياً على مستوى إنتاج مضامين ثقافية تعكس تميز وخصوصية الثقافة العربية من جهة، أما المستوى الثقافي الذي من الممكن أن تمارس فيه الصحف الإلكترونية دوراً مهماً هو تسويق صورة الثقافة العربية من خلال مواقعها الإلكترونية وإمكانيات النشر التي يتيحها الفضاء الافتراضي.

تحاول الدراسة أن تحدد عناصر الثقافة العربية التي تعمل الصحف الإلكترونية العربية على تناولها ونشرها، ومدى ارتباط هذه الأخيرة بقيم الثقافة العربية وهو ما يسمح بالنهاية بتحديد صورة نمطية للثقافة العربية تعمل هذه الصحف على نشرها وإرسائها.

لدراسة هذا الموضوع فقد اعتمدنا على خطة تتكون من ثلاثة أبواب تمحور الباب الأول فيها حول تجربة الاتصال في فضاء الإعلام الجديد وورد في ثلاثة فصول، خصصنا الفصل الأول منها للإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة ، أما الفصل الثاني فقد تناولنا فيه مختلف المقاربات الخاصة بمفهوم الإعلام الجديد والتحولات التي تحدث على مستوى بيئة الاتصال إضافة إلى تأثير هذا النوع من الإعلام على أشكال العمل الصحفي التقليدي والتطبيقات التي جاء بها الإعلام الجديد و تناولنا في الفصل الثالث التجربة الاجتماعية في ظل الإعلام الجديد على مستوى الفضاء العمومي ومفاهيم الهوية والجماعة والفضاء الافتراضي وتغير بيئة وشكل الكتابة والتأثيرات الاتصالية والإدراكية لهذا التغير.

خصصت الدراسة الباب الثاني لظاهرة عولمة الثقافة والاتصال وتأثير ذلك على الثقافة العربية؛ حيث تناولنا في الفصل الرابع الصورة والثقافة في وسائل الإعلام، بينما تناول الفصل الخامس مفهوم العولمة وظاهرة التقارب بين الثقافات، أما الفصل السادس فقد تناول اللغة العربية وجوانب التأثير العولمي على هذه الثقافة، من خلال التعرض لواقع تكنولوجيا المعلومات وتطبيقات الإعلام الجديد بالمنطقة العربية إضافة الى مفاهيم الهوية والقيم ووسائل وآليات التغيير التي تمارها العولمة على اللغة العربية وطبيعة التحديات المطروحة على هذه الاخيرة، الباب الثالث من الدراسة جاء ميدانيا خالصا وورد في اربعة فصول، تناول الفصل السابع الخدمات التي تطرحها المواقع الإلكترونية وواقع توظيف الوسائط المتعددة فيها أما الفصل الثامن فقد تناول عناصر الإبحار والتفاعلية والبحث على مستوى هذه المواقع؛ فيما شكلت الأركان الصحفية والمسؤولية الفكرية عناصر الفصل التاسع، اما طبيعة التمثل وملامح الثقافة العربية التي تتبناها مواقع الصحف العربية فقد كانت مضمونا للفصل العاشر من خلال تناول العناصر المكونة للثقافة العربية وهي : التراث والإبداع العربي واللغة العربية والدين الإسلامي وقيمه وعناصر التنشئة الاجتماعية ومفهوم الفن والمواقف من العولمة.



البيئات والأجهزة  
الشبكية والبرمجيات

بيئة الاتصال في ظل

العلوم الجديدة

الفصل الأول  
زماننا وسيا

الإطار

المنهجي للدراسة

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

### 1.1. أساسيات الدراسة.

إن طبيعة الإشكالية المثارة على مستوى الدراسة بما تتضمنه من متغيرات تتعلق ببيئة العمل الصحفي في ضوء الإعلام الجديد، إضافة إلى الرهانات الوجودية التي تتعلق بالثقافة وما يرتبط بهذا الموضوع من تحديات تتعلق بالتمايزات والخصوصيات الثقافية وإشكالية الهوية الثقافية وتأثير الإعلام المُعولم الذي تعد الثقافة أحد أهم ساحاته، كلها شكلت دوافع للقيام بهذه الدراسة.

#### 1.1.1. الإشكالية.

تعد المواقع الإلكترونية أحد أوجه الإعلام الجديد والتي عملت الثقافة العربية على الاستفادة منها في حدود معينة، وهي نسق فرعي للمحتوى الإلكتروني العام العربي على شبكة النت، إن هذا التواجد الثقافي وبغض النظر عن واقعه ذو أهمية بالغة لأن له علاقة بالأمن الإعلامي الثقافي العربي، وما يستتبعه من قضايا ذات علاقة بالحفاظ على الخصوصية الثقافية العربية والاندماج ضمن خارطة الثقافة العالمية والتأثير فيها انطلاقاً من عراقية هذه الثقافة وبناءً على ماضيها التليد، وفي هذا الإطار تعد الصفحات الثقافية لمواقع الصحف الإلكترونية العربية أحد وسائل هذا الاندماج والتأثير وأوعية مهمة لتسويق الثقافة العربية ومكوناتها.

تشكل الصفحات الإلكترونية الثقافية على مستوى الصحف الإلكترونية العربية أدوات اتصالية ثقافية بكل المقاييس، حيث تعتبر وسيلة من وسائل الاستيعاب والتمثل الثقافي العربي للتغيرات التقنية العالمية على مستوى الإعلام والاتصال؛ لذلك فالرهان الثقافي على هذا المستوى رهان كبير، وبغض النظر عن التقييمات والأحكام النمطية المتعلقة بطبيعة المحتويات الثقافية الإلكترونية على مستوى الصحافة الإلكترونية العربية، والتي تصفه بالضعف وغياب الإبداع واقتصره على الأساليب التقليدية في التناول والتحرير، فإن هذه الدراسة سوف تحاول التركيز على واقع هذه المواقع من خلال محاولة تقييم كيفية تسويق هذه المواقع الإلكترونية للثقافة العربية على الإجمال من خلال تحليل محتوياتها وجوانبها الشكلية، ومدى استجابتها بالفعل للتحديات الراهنة التي تطرحها العولمة والتقانة وظاهرة الإعلام الجديد.

من جهة أخرى تطرح نظرية الحتمية القيمية مفهوماً للثقافة يربطها ببعدها القيمي والحضاري والديني، هذا البعد هو الذي يعطي للثقافة العربية فرادتها وتميزها، انطلاقاً من المعطيات السابقة نطرح سؤالاً إشكالياً خاصاً بدراستنا مؤداه:

كيف تصور مواقع الصفحات الثقافية على مستوى الصحف الإلكترونية العربية الثقافة العربية وتعكس خصوصيتها؟ وإلى أي مدى ترتبط الثقافة العربية التي تعبر عنها مواقع الصحف العربية الإلكترونية بمقياس القيم الذي تطرحه نظرية الحتمية القيمية؟

## 2.1.1. تساؤلات الدراسة.

تتفرع عن السؤال العام للدراسة، مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي نقسمها حسب محاور الدراسة وفصولها:

بالنسبة للتساؤلات النظرية العامة:

- ما هي الدلالات التي يمكن أن يأخذها الإعلام الجديد؟
- ما هي أشكال هذا الإعلام؟ وما هو موقع الإعلام التقليدي؟ وكيف أثر الإعلام الجديد على بنية ووظائف الإعلام التقليدي؟
- ما هو الجديد الذي جاء به الإعلام الجديد بالنسبة لتجربة الاتصال في ظل مصطلح الجديد؟
- كيف تمثل العرب الثورة التقنية الإعلامية الاتصالية وما هو موقعهم على مستوى التطور التكنولوجي؟
- هل يمكننا أن نتحدث عن مفهوم موحد للثقافة العربية؟
- كيف أثر الإعلام الجديد المنطبع بظاهرة العولمة على الثقافة العربية؟
- ما هي آليات هذا التأثير، وما هي مستوياته؟ وكيف يمكن الاستجابة لهذا التأثير؟

بالنسبة للتساؤلات الخاصة بالنسبة للتساؤلات الخاصة بالجانب التطبيقي للدراسة:

1- التساؤلات الخاصة بالتقييم الشكلي للمواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف الإلكترونية العربية:

- ما هي الخدمات التي توفرها المواقع الإلكترونية للصحف العربية؟

- ما هو التقييم الذي يمكن أن يعطى لهذه الخدمات؟

- كيف توظف المواقع الإلكترونية للصحف العربية الوسائط المتعددة؟

2- التساؤلات الخاصة بواقع المحتوى الخاص بالثقافة العربية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية:

- ما هو حجم حضور المضامين الثقافية العربية مقارنة بالمضمون الإجمالي على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية؟

- ما هي طبيعة الاهتمامات الثقافية للمواقع الإلكترونية للصحف العربية؟

- كيف تعبر المواقع الإلكترونية للصحف العربية عن الهوية العربية في علاقتها مع العولمة؟

- ما هو مفهوم الفن والثقافة اللذان تطرحهما المواقع الإلكترونية للصحف العربية؟

- ما طبيعة القيم التي تتطبع بها المضامين الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية؟

- ما مدى حضور القيم التي تطرحها نظرية الحتمية القيمية في المضامين الثقافية الإلكترونية العربية؟

### 3.1.1. فرضيات الدراسة.

للإجابة على مجموع التساؤلات المطروحة على مستوى الإشكالية تطرح الدراسة الفرضيات الآتية:

- تتميز المواقع الإلكترونية للصحف العربية بأنها امتداد لتجربة النشر الورقي بسبب انفصالها عن أهم المبتكرات التي تتيحها الانترنت والتطبيقات الحديثة على مستوى المواقع الإلكترونية.
- تتميز المواقع الإلكترونية للصحف العربية بعدم مجاراة التطورات الجارية في هذا النوع من الصحافة، لذلك فهي تتسم بالانغلاق والتفوق حول الذات، الشيء الذي حال دون تقديمها شيئاً يذكر للحقل الثقافي العربي.
- تُروج المواقع الإلكترونية للصحف العربية لنسق ثقافي يتماهى في كثير من جوانبه مع الثقافة الغربية وتعكس من خلال مضامينها أزمة الهوية العربية.
- لا تعكس الصحف العربية الإلكترونية مفهوم الحتمية القيمية للثقافة، بل تجعل من القيم جزءاً من المشهد الثقافي وليست مرجعاً له.

### 4.1.1. أهمية الدراسة.

إذا كان الارتباط البنوي بين الثقافة ووسائل الإعلام أمراً مفروغاً منه، فإن هذا الارتباط ازداد عمقا مع ظهور الإعلام الجديد وتطبيقات الجيل الثاني للانترنت، والذي عمق من عملية التقارب الثقافي والذي أصبحت معه مفاهيم البعد الجغرافي والفوارق الزمنية ومفاهيم السيادة الإعلامية غير ذات معنى. إن خطورة التحديات التي تطرحها عملية التجدد والكشف التقني تزداد آثارها على المستوى الثقافي والقيمي، بسبب كثافة حضور العناصر الثقافية على مستوى هذه الوسائط والأوعية، وفي الوقت الذي يتحول فيه اقتصاد التعرض والاستخدام من وسائط الاتصال التقليدية إلى التطبيقات المستحدثة للاتصال على مستوى الانترنت، فإن ظواهر الاتصال الثقافي وانتقال العناصر الثقافية تزداد تسارعا. إن كثافة حضور العناصر السابقة الذكر تلعب لصالح ثقافة المتفوق تقنيا والثقافة العربية ليست بمنأى عن التهديدات الحضارية التي تملحها ظاهرة العولمة وإعلامها المعولم الذي اتخذ من النفوس ساحة ومن الرموز الناعمة وسيلة تمارس فعلها عن طريق آليات الهيمنة والاختراق الثقافي، إن المعطيات السابقة الذكر تظهر الأهمية الخاصة بالدراسة على مستويين:

#### أ. الأهمية النظرية للدراسة.

- تتمثل الأهمية النظرية للدراسة في قلة الدراسات والبحوث التي تتناول أشكال حضور الثقافة العربية على الإنترنت ذلك أن أغلب الدراسات تركز على جوانب التحليل الشكلي الخاصة بالمواقع الإلكترونية للصحف، إن الأهمية النظرية للدراسة تتمثل في كونها تحاول أن تقارب بين شكل الحضور الثقافي

للمضامين باللغة العربية على مستوى المواقع الإلكترونية ومدى تقاربه أو ابتعاده عن نظرية الحتمية القيمة.

- قلة الدراسات التي حاولت ربط مفهوم الثقافة ببعده الحضاري ومرجعياته الفكرية، خاصة أن الرهانات الثقافية على مستوى الإعلام الجديد هي رهانات كبرى يتداخل فيها ما هو اقتصادي مع ما هو سياسي وإعلامي.

- تشكل المواقع الإلكترونية الصحفية ساحة منافسة إعلامية جديدة، كما كان الإعلام القائم على أنظمة البث التقليدية، لذلك فإن التحيين المستمر للخدمات والبناء الشكلي والمحتوياتي يجعل هذه المواقع في وضع تنافسي أفضل مع المواقع غير العربية، ذلك أن صناعة المحتوى وعلى المستوى العالمي يمنح امتيازاً وتفوقاً إستراتيجيين طالما أن المواقع الإلكترونية تشكل نسقاً فرعياً على مستوى منظومة صناعة المحتوى الرقمي.

- توفير قاعدة بيانات ولو جزئية حول طبيعة العلاقة بين الثقافة العربية المبتوثة مضامينها على مستوى المواقع الإلكترونية وطبيعة الانتماء الحضاري للمنطقة العربية.

#### ب. الأهمية التطبيقية للدراسة.

- تكمن الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في رسم صورة لملامح الثقافة العربية التي يتم تسويقها على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية في علاقتها بالموروث الثقافي والمرجعيات الفكرية ممثلة في نظرية الحتمية القيمة، إن علمية تشخيص هذا الواقع تسمح بالوقوف على مواطن الضعف الثقافي والتمزق الحضاري من أجل إعداد إستراتيجيات إعلامية تسمح ببناء مضامين ثقافية تعكس الخصوصيات الحضارية للمنطقة العربية.

- على المستوى المهني، تسمح الدراسة للقائمين بالاتصال وإدارة المواقع الإلكترونية بالوقوف على حالة المواقع الإلكترونية الصحفية العربية وتأثير ذلك على أهمية وفعالية هذه المواقع من أجل مواكبة التطورات على هذا المستوى.

- إن تشخيص الخطاب الثقافي على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية يسمح بالوقوف على مكامن ضعفه خاصة في علاقه مع الآخر (الغرب) وبالتالي إعادة النظر في هذا الخطاب.

#### 5.1.1. أهداف الدراسة.

تمثل المواقع الإلكترونية للصحف، صحافة ذات وسائط جديدة حافظت على مقوماتها وهي ليست ابتكاراً تكنولوجياً فحسب، بل هي كذلك ابتكار تتفاعل فيه الممارسة الصحفية وقواعدها مع التكنولوجيا لتنتج نوعاً متجدداً من الصحافة إن هذا النوع من الصحافة يمثل وسيلة اتصال ثقافية مهمة في ظل العولمة وعصر الإعلام الجديد، وبالتالي يفترض في هذه الصحف على مستوى المنطقة العربية أن تنتج مضامين

ثقافية تعكس طبيعة الانتماءات الحضارية والخصوصيات الثقافية للمنطقة العربية، انطلاقاً من المعطيات السابقة لتحديد أهداف دراستنا في:

- تحديد مراكز الاهتمامات الثقافية الإلكترونية للصحف العربية والتعرف على نسب وحجم حضور كل اهتمام قياساً والمضامين الثقافية الإجمالية.
- تحديد طبيعة القيم التي تتطبع بها المضامين الثقافية العربية المنشورة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
- تقييم مدى الارتباط بين المضامين الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية الصحفية العربية والخصوصيات الثقافية للمنطقة.
- المقارنة بين تجربة المواقع الإلكترونية الصحفية العربية وأشكال تكيفها مع التغييرات التقنية.
- التعرف على واقع العناصر المكونة للثقافة العربية وأشكال تردد عناصرها الفرعية المكونة لها.
- تقييم طبيعة الخدمات التي توفرها المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
- تقييم المواقع الإلكترونية العربية على مستوى: التفاعلية، الإبحار البحث، الوسائط المتعددة ومدى استجابتها للاتجاهات الراهنة على هذا المستوى.

### 6.1.1. المدخل النظري للدراسة.

تستند الدراسة التي بين أيدينا إلى منهجية الحتمية القيمية في الإعلام بافتراضاتها ومفاهيمها المستقلة والتميزة عن غيرها من المناهج، إن مؤسس هذه النظرية هو الباحث عزي عبد الرحمان\* الذي أطلق عليها نظرية الحتمية القيمية وبعدها أطلق عليها الباحث نصير بوعلي\*\* تسمية الحتمية القيمية الإعلامية، وتشمل مصادر هذه النظرية المعاني والدلالات المعرفية المرتبطة بتفسير القرآن الكريم والسنة النبوية وإرث العلماء المسلمين الأوائل من أمثال الغزالي (أبو حامد) وابن خلدون وابن القيم والورثياني والمحدثين مثل مالك بن نبي والنورسي، والأدوات المعرفية البحثية الحديثة الدقيقة التي يمكن توظيفها بوحي ولأغراض أخرى. إن أحد السبل للاقترب من التطبيقات البحثية لنظرية الحتمية القيمية هو مقياس (ع. س. ن) للإعلام والقيم وهو المقياس الذي اعتمده في دراستنا<sup>(1)</sup>.

ويمكن تقديم تعريفات مسمى "مقياس (ع. س. ن) للإعلام والقيم" على النحو التالي:

---

\* باحث جزائري من مواليد 1945 ببني ورثيلان بولاية سطيف تحصل على شهادة الليسانس وماجستير في الصحافة وعلم الاجتماع من جامعة الجزائر والدكتوراه من جامعة نورث تكساس عمل أستاذ لمدة 3 سنوات بقسم الاتصال بماليزيا بالجامعة الإسلامية كما مارس التدريس في جامعة الملك سعود بالمملكة العربية السعودية وهو أستاذ بجامعة الشارقة حتى اليوم اليه تنسب نظرية الحتمية القيمية في الإعلام .

\*\* باحث جزائري حاصل على الدكتوراه من جامعة الجزائر ، وهو من المساهمين في شرح نظرية الحتمية القيمية وارتباطاتها بحقل الدراسات الإعلامية لديه العديد من المؤلفات منها : الإعلام والقيم : دراسة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي- الإعلام والبعد الحضاري.

<sup>(1)</sup> عزي عبد الرحمان، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام (تونس: الدار المتوسطية للنشر، 2013)، ص 88.

- مقياس: أداة منهجية تدرس مدى حضور منظومة قيمية في وسط اجتماعي معين، ويعني المقياس "في نظرية الحتمية القيمية أداة منهجية علمية دقيقة تدرس مدى حضور أو فعالية القيم في وسائل الإعلام أو لدى المتلقي في القول (أي الموقف المصرح به) والفعل أي (السلوك الاجتماعي) أخذا بعين الاعتبار خصوصية كل مجتمع أثناء تطبيق الأداة.
- (ع. س. ن): اختصار لأسماء الباحثين الثلاثة الذين طوروا وحكموا (من التحكيم) هذه الأداة:  
د. عبد الرحمن عزي، جامعة الشارقة، د. السعيد بومعيزة، جامعة الجزائر، د. نصير بوعلي جامعة الأمير عبد القادر.

انطلاقاً من قوله تعالى: "وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَةَ اللَّهِ لَا تُحْصُوهَا"،<sup>(2)</sup> فإن دليل الأبعاد القيمية يشمل عدداً معتبراً من أبعاد القيمة الأساسية ولكنه لا يحصيها بالضرورة، وهي مصنفة حسب الأبعاد المختلفة للقيمة وفق أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

وعليه يمكن للباحث أن يختار من الدليل أسفله القيم التي تناسب موضوعه، حيث اعتمدت الدراسة على جميع الأبعاد ما عدا البعد اللساني الذي كشفت الدراسة عدم انسجامه مع الموضوع.

---

<sup>(2)</sup> سورة الأحزاب، الآية 62.



جدول رقم (01): يمثل دليل الأبعاد القيمية .

المجال	القيمة
البعد الإيماني للقيمة	الإيمان بالله، أداء العبادات، العمل الصالح، الإخلاص في العمل، التقفه في الدين... إلخ
البعد التواصلية	حسن التواصل مع الآخر، إتباع أسلوب الحوار مع الآخر، ممارسة الإقناع بدل التسلط على الآخر، توظيف فن التفاوض والحلول الوسطى، الجدل بالتي هي أحسن، التبسم للآخر... إلخ
البعد الزمني	احترام الوقت، أداء العبادات في أوقاتها، أداء العمل في وقته، إعادة الدين في وقته... إلخ
البعد المكاني	العناية بالمكان الداخلي (البيت)، العناية بالفضاء العام (الخارجي)، حب المكان، الوعي بأهمية البيئة... إلخ
البعد اللساني	استخدام الكلمات الايجابية (القيمية) في الحديث، حفظ اللسان، ستر الآخر... إلخ
البعد النفسي	الرضا، ضبط النفس، الرجاء، الصدق، الأمانة، الحلم، ترشيد الاستهلاك، الوقار، الاعتدال، الصبر، القناعة، تقدير الذات، الاستقامة، الحياء، الاحتشام، الكرم، الوفاء، التواضع، الحلم، الزهد، الثقة بالنفس، كتم السر... إلخ
البعد الاجتماعي	حسن الجوار، التعاون، الصداقة، العمل التطوعي، مساعدة المحتاج، محبة الناس، التكافل الاجتماعي، احترام الآخرين، الإيثار، النصيحة، توقير الكبير، الرفق بالصغير، بر الوالدين، احترام المرأة، التسامح، حسن الظن بالآخرين، صلة الرحم، حسن الجوار، التراحم، الصداقة، رعاية الأبناء... إلخ
البعد الاقتصادي	حب العمل، إتقان العمل، الاستثمار الحلال، الكسب الحلال، الاعتدال في الإنفاق، الادخار، الوفاء بالدين، الإنفاق في سبيل الله، القناعة، احترام ملكية الآخر... إلخ
البعد التربوي	حب العلم، طلب العلم، تقدير العلماء، الأمانة العلمية... إلخ
البعد السياسي	العدل، الشورى، الحرية، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر... إلخ

المصدر: عزي عبد الرحمان، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ص89.

7.1.1. الدراسات السابقة.

تعد مرحلة الاطلاع على الأدبيات المتصلة بالدراسة من أهم مراحل بلورة الإشكالية ذلك أن هذه الأخيرة تسمح ببلورة التصور العام الذي يسير فيه البحث، وسواء تعلق الأمر بدراسات متعلقة بالمضمون

أو الشكل فإن الهدف النهائي يبقى تعميق إحساسنا بالمشكلة وإمكانية فتح آفاق جديدة لتناول الموضوع. إن انقسام الدراسة إلى مستوى شكلي في تقييم المواقع الإلكترونية، ومستوى كفي يتعلق بتحليل المخرجات الثقافية العربية على مستوى هذه المواقع الإلكترونية جعل من الاعتماد على الدراسات التي تلامس المستويين أمراً مفروغاً منه، وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على:

## أولاً - الدراسات العربية.

**1- الدراسة الأولى:** توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي دراسة من إعداد د. محمد الأمين موسى أحمد: تهدف الدراسة إلى استكشاف مدى توظيف الوسائط المتعددة في تقديم الرسائل التواصلية ضمن مواقع وسائل الإعلام الإلكتروني العربي، تتضمن الدراسة مدخلاً نظرياً حول الوسائط المتعددة والأسس العلمية والفنية لتصميم مواقع الويب. اعتمدت الدراسة على تحليل توظيف الوسائط المتعددة لعشر مواقع إلكترونية وفقاً لعدة مستويات هي: التصميم، امتداد الصفحة، الصور، الرسوم المتحركة والفيديو والصوت، الأزرار والخط، وفي ختام الدراسة وردت النتائج<sup>(1)</sup>.

**2- الدراسة الثانية:** التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت من إعداد د. عباس مصطفى صادق. تهدف الدراسة مقارنة أوجه التطور والتخلف في التطبيقات المستخدمة في الصحافة الإلكترونية العربية من حيث النوع والشكل مع التطورات الجارية في هذا النوع من الصحافة عالمياً، تناولت الدراسة مراحل تطور الصحافة الإلكترونية وتجربة الصحافة الإلكترونية العربية، أما الجانب التطبيقي فركز على: الأطر التقليدية والمستحدثة للصحف الإلكترونية والتفاعلية والوسائط المتعددة وصحافة الجمهور وواقع هذه العناصر وحضورها في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.<sup>(2)</sup>

**3- الدراسة الثالثة:** التواجد الإلكتروني باللغة العربية على شبكة الأنترنت رسالة دكتوراه من إعداد د. غزال عبد الرزاق: تهدف الدراسة إلى تقييم طبيعة المحتوى اللغوي العربي المتاح على شبكة الأنترنت من خلال دراسة عينة من المواقع الإلكترونية الأكاديمية الجزائرية. وردت الدراسة في بابين، الباب الأول: تناول المفاهيم النظرية للدراسة فيما تناول الباب الثاني: العناصر المتعلقة بتقييم المحتوى الإلكتروني العربي على شبكة الأنترنت بالاعتماد على مستويات عدة للتقييم هي: مجال التغطية، المحتوى والمعلومات، الهندسة والتصميم، المنالية والإتاحة، الملاحة والإبحار، البحث، الخدمات. وفي النهاية أوردت الدراسة مجموعة من النتائج والتوصيات<sup>(3)</sup>.

(1) محمد الأمين موسى، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2013/12/30)، متاح على العنوان: [http://www.iugaza.edu.ps].

(2) عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الأنترنت، مؤتمر صحافة الإنترنت: الواقع والتحديات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة 22-23 نوفمبر 2005، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2013/12/30)، متاح على العنوان: [http://www.iugaza.edu.ps/jadalou/files/2012/03].

(3) غزال عبد الرزاق، التواجد الإلكتروني باللغة العربية على شبكة الأنترنت، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة (غير منشورة)، 2010.

4- الدراسة الرابعة: الصحافة الإلكترونية سياقات الابتكار والتجديد دراسة من إعداد د. الصادق الحمامي: تستهدف الدراسة تعريف الصحافة الإلكترونية وتحديد مجالها وخصوصياتها واستكشاف الاتجاهات الكبرى لتطور الصحافة الإلكترونية التونسية وخاصة في علاقتها بالتحويلات التي عرفها السياق السياسي والثقافي، خصت الدراسة جانبا نظريا متعلقا بالتجديدات التقنية على مستوى الصحيفة الإلكترونية، أما الجانب التطبيقي فتعلق بمستويات ونسب تطبيق هذه المستحدثات على مستوى الصحافة الإلكترونية التونسية وهذه المستحدثات هي: التفاعلية، المحتوى، الوسائط المتعددة، الفن التحريري وتقنياته، وفي نهاية الدراسة كانت النتائج المتعلقة بهذه المستويات<sup>(1)</sup>.

#### ثانيا- الدراسات الأجنبية:

1- الدراسة الأولى : دور تصميم مواقع الواب في فعالية استرجاع الأخبار web page design news retrieval effeciency دراسة أجراها الباحث **أكسجين لي xgen lee** سنة 2002، ركزت الدراسة على أهمية الوصلات والمواد وحجم وجودها أعلى الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية وتأثير ذلك على فعالية الصحيفة، حيث قام بإخضاع خمسة مواقع للصحف الإلكترونية للدراسة بناءا على توفرها على العنصر السابق ( المواد والوصلات ) وتوصل الى نتيجة مفادها : أن الصحيفة التي تتضمن الإطارات العليا من صفحتها الرئيسية أكبر عدد من المواضيع والوصلات هي التي توفر مرونة اكبر لعملية الإستخدام والتعرض.<sup>(2)</sup>

2- الدراسة الثانية: التفاعلية الصحفية على الخط والمواقع الإلكترونية للصحف الناطقة بالإنجليزية في آسيا intractivity online journalism ; and english language web newspaper in asis دراسة أجراها الباحثان **ب ماسي massy . b** و **م. ليفي levey . m** سنة 1999، قام الباحثان بقياس مدى توفر عنصر التفاعلية كأحد السمات البارزة للصحافة الإلكترونية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف الناطقة باللغة الإنجليزية في آسيا من خلال دراسة عينة مختارة من هذه المواقع<sup>(3)</sup>

---

<sup>(1)</sup> الصادق الحمامي ، الصحافة الإلكترونية سياقات الابتكار والتجديد ، بحث مقدم في اليوم المفتوح حول الصحافة الإلكترونية في تونس ، معهد الصحافة وعلوم ، جامعة منوبة ، تونس، 15 جوان 2012، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2013/12/30)، متاح على العنوان: [http://www.cyberviews.blogspot.com]

<sup>(2)</sup> Lee xigen , << web page dsing affects news retrival efficiency >> ,newspaper research journal,vol 23,n°01(winter 2002).

<sup>(3)</sup> Massy b and levey m , << intractivity on line journalism, and English language web newspapers in asis >> , journalism and mass communication , quarterly vol6 n°1(spring 1999).

<sup>(4)</sup> Alshehri fayas,electronic newspapers on the intrnet: a study of the production and consumption of arab dailies on the world wide web, doctorat dissertation, university of Sheffield, uk ( unpublished), 2002

3- الدراسة الثالثة: الصحافة الإلكترونية على الانترنت : دراسة في الإنتاج والاستخدام لليوميات العربية على الانترنت<sup>(4)</sup> electronic newspapers on the internet : a study of the prouduction ، رسالة دكتوراه من إعداد الباحث فايز الشهري **fays al shehri**، حيث قام الباحث بدراسة عينة من اليوميات العربية المنشورة على الانترنت بناء على معيارين : يتعلق الأول بالإنتاج والثاني بالاستخدام، حيث توصل الى مجموعة من النتائج حول مراعاة اليوميات العربية لمعايير صناعة الصحافة والاستخدام.

### توظيف الدراسات السابقة على مستوى الدراسة

إن الدراسات السابقة التي أوردناها قد تم توظيفها على مستوى دراستنا بطريقتين: تتعلق الأولى ببناء المؤشرات والفئات الخاصة بالمضمون، ذلك أنها وفرت أفقا عمليا لتحويل المفاهيم إلى متغيرات، أما الطريقة الثانية فترتبط بحصر فئات الشكل من خلال مقارنة معايير التقييم الخاصة بالمواقع الإلكترونية ومستوياتها، وبالتالي ساعدتنا هذه الدراسات بتكوين نظرة عامة عن هذه المعايير والمستويات واختيار ما يتلاءم منها مع الدراسة.

## 2.1. الإجراءات المنهجية للدراسة.

### 1.2.1. منهج البحث.

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية\*، وهي دراسات تستخدم للتعرف على وسائل الإعلام وما تبتثه من مضامين مختلفة إلى جماهيرها المختلفة.<sup>(1)</sup>

يعرف سمير محمد حسين البحوث الوصفية بأنها: "بحوث تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو جماعة أو فرد معين، أو ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى استبصارات بشأنها وتستخدم في المرحلة المتوسطة من مراحل نمو المعرفة العلمية في التخصصات المختلفة".<sup>(2)</sup> تقوم البحوث الوصفية على أساس التعمق في دراسة نقطة معينة أو تتناولها من زاوية معينة، قصد الإحاطة بها وإدراك خفاياها بالحصول على كل البيانات المتاحة عن الحالة، أو القناة، أو الحدث، أو الشخص قيد الدراسة أو البحث،<sup>(3)</sup> ذلك أن الحالات تمثل وسيلة لنقل صورة واقعية للأحداث والمتغيرات المرتبطة بموضوع الدراسة يتم من خلاله تقديم عرض موجز لموضوع معين مع التركيز على الجانب المعين موقع الدراسة.

---

\* من الضروري التأكيد على نقطة منهجية مهمة وهي أن الدراسات الوصفية لا تقتصر على الوصف فقط بل تقوم باختبار فرضيات وتحليل العلاقة بين متغيرات الظاهرة بغرض الوصول الى تفسيرات. أنظر: أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلم في علوم الإعلام والاتصال (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003)، ص 43.

(1) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلم في علوم الإعلام والاتصال (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003)، ص 52.

(2) سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام (الطبعة الثانية، القاهرة: عالم الكتب، 1995)، ص 123.

(3) محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي (الجزائر: دون ناشر، 1997) ص 87.

لكل دراسة منهجا علميا يحدد مسار البحث وينظم خطواته ويرتبط منهج البحث بطبيعة الدراسة والزاوية التي تعالج منها المشكلة، وقد أملت علينا دراستنا اختيار منهج المسح، وهو المنهج الذي يلجأ فيه الباحث إلى جمع البيانات ميدانيا بوسائل متعددة ومتنوعة بغرض الوصف أو التحليل أو الكشف،<sup>(1)</sup> فهو طريقة علمية تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع البيانات والمعلومات المحققة لذلك.<sup>(2)</sup>

يعد منهج المسح من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية<sup>(3)</sup> ذلك أن منهج المسح يقوم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن، وضمن ظروفها الطبيعية فهو يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية، ما جعل بعض الباحثين يعتبرون الدراسات الوصفية والمنهج المسحي شيئا متطابقا.

انطلاقا من المستوى الوصفي لدراستنا، فإن توظيف منهج المسح في هذه الدراسة لم يتوقف عند حد جمع البيانات ووصف موضوعات الدراسة، بل تم تحليل وتفسير المعلومات الواردة في مفردات العينة وتناولها بالشرح للخلفيات والأسباب الكامنة وراء الظاهرة.

### 2.2.1. أدوات الدراسة.

يشير مفهوم الأداة إلى الوسيلة التي يجمع بها الباحث البيانات التي يقتضيها سؤال الإشكالية، إن عملية اختيار الأدوات الخاصة بالدراسة يتوقف بالدرجة الأولى على طبيعة البيانات التي يتوجب الحصول عليها ومصادر هذه البيانات.

### 1. تحليل المحتوى.

استخدمت الدراسة تحليل المضمون كأداة رئيسية للبحث و يعرف بيرنارد بيرلسون BERNARD BERLSON تحليل المحتوى " بأنه أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال"، أما سمير محمد فيرى أن تحليل المضمون هو " أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علوم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في شكل تساؤلات البحث أو فروضه طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث".<sup>(4)</sup>

(1) خالد الهادي وقدي عبد المجيد، المرشد المفيد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي (الجزائر: دار هومه، 1996)، ص 43.

(2) أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 286.

(3) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام (الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب، 1993)، ص 122.

(4) سمير محمد حسين، تحليل المضمون (الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب، 1983)، ص 70.

إن المعالم الأساسية التي يتميز بها تحليل المحتوى كأداة للبحث تتمثل في:

- إن القيام بتحليل المضمون يعني تفكيك وثيقة معينة إلى وحدات لها معنى، وأن المضمون يدل على مجموع العناصر الدالة التي يمكن النظر إليها سواء في معناها الظاهر أو الحرفي وهو المضمون الظاهر الواضح أو النظر إليه في معناه المضمرة وهو المضمون الكامن.
- تحليل المضمون أداة تسعى إلى إحصاء المعاني أو الأفكار أو الموضوعات الواردة في نص والقيام بتصنيفها في فئات.
- يقوم تحليل المضمون بالمقارنة بين الفئات المستخلصة في التحليل والتصنيف بقصد استخلاص المفاهيم أو الموضوعات التي تسجل حضورا هاما له دلالة خلال عملية التأويل والتفسير لنتائج البحث.
- يقوم تحليل المضمون على استخدام الاستدلال الاستنباطي للمعاني أو الأفكار أو السمات بأسلوب موضوعي ومنهجي.
- يتميز تحليل المحتوى بدراسة المحتوى الظاهر للمادة الإعلامية دراسة كمية وموضوعية ومنهجية.
- يمكن استخدام تحليل المضمون استخداما موضوعيا لتحليل ودراسة أي ظاهرة من الظواهر العلمية.
- تحليل المضمون نوع من الاستدلال الصحيح القابل للإعادة للتأكد من صحة النتائج وهذا ما يطبعه كأداة منهجية بخاصيتي الصدق والثبات.
- يتميز تحليل المحتوى كأداة بحثية بمرورته وقابليته للتعديل والتطوير حتى تتلاءم مع مجال استخدامها.<sup>(1)</sup>
  - يحدد محمد عبد الحميد الخطوات المنهجية الواجب إتباعها في تحليل المضمون في:
    - التحليل المبدئي.
    - وضع الفروض.
    - اختيار العينات.
    - ترميز بيانات التحليل.
    - تحديد وحدات التحليل.
    - تصميم استمارة التحليل.
    - تفسير النتائج.<sup>(2)</sup>

ينبغي في ترميز بيانات التحليل وتصميم الاستمارة الخاصة بهذا الأخير - مرحلة من مراحل تحليل المضمون ترتبط بأسلوب التجزئة -:

- أن تكون الفئات ذات خصائص ومواصفات تجسد عمليا المفاهيم النظرية والفرضيات والتساؤلات التي يثيرها البحث.

(1) أحمد أوزي، تحليل المضمون ومنهجية البحث (المغرب: الشركة المغربية للنشر، 1993)، ص 13-14.

(2) عواطف عبد الرحمن ولىلى عبد المجيد ونادية سالم، تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية (القاهرة: دارالفكر العربي، 1983)، ص 19.

يحدد الباحث محمد عبد الحميد شروطا معينة في اختيار الفئات - بوصفها أركاناً تؤدي وظيفة تصنيف المحتوى كماً - شروطاً معينة وهي:

- استقلالية الفئات: بمعنى أن العنصر الموجود في فئة لا يقبل التصنيف في فئة أخرى.
- الشمول: بمعنى وجود فئة لكل مادة في المحتوى.
- الوفاء: باحتياجات الدراسة وأهدافها.<sup>(1)</sup>

### فئات التحليل.

هي التقسيمات، التوزيعات أو الأركان التي يعتمد عليها الباحث في توزيع المحتوى المدروس وهذا بناء على ما يتحدد أو تختلف فيه من خصائص وتنقسم هذه الفئات إلى نوعين هما:

أ. **فئات الشكل:** هي فئات تهتم بالأنماط والقوالب الشكلية التي قدمت من خلالها المادة الإعلامية وهي الفئات التي تجيب على سؤال: كيف قيل؟ وقد اعتمدنا في دراستنا الفئات التالية:

أ.1. **فئة الخدمات:** تتمثل في مجموعة الخدمات التي توفرها المواقع الإلكترونية للصحف العربية، وتضم العناصر التالية:

أ.1.1. الملاحق: مضمون صحفي لا يندرج ضمن الأركان الأساسية يقدم كخدمة يهتم بمواضيع متنوعة.  
أ.1.2. المتعلقات: مؤسسات ومنشورات إعلامية تخص مؤسسات قريبة من الموقع الإلكتروني لجهة الملكية أو الخط الافتتاحي.

أ.1.3. خدمة الأرشيف: إمكانية الاطلاع على الأعداد والمقالات السابقة.

أ.1.4. خدمة الطباعة: إمكانية طباعة المضمون الصحفي الإلكتروني.

أ.1.5. إحصائيات الموقع: إحصائيات يقدمها الموقع حول مضامينه وتتضمن:

- الأكثر قراءة.
- الأكثر تعليق.
- الأكثر طباعة.

أ.1.6. خدمات أخرى: وتضم مجموعة من الخدمات الفرعية، وهي:

<sup>(1)</sup> محمد عبد الحميد ، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، دون تاريخ). ص 118.





أ.4.1. منالية الموقع: أشكال إتاحة وتوفر المضمون الصحفي على مستوى الموقع الإلكتروني، ويضم العناصر الآتية:

أ.1.1.4.1. اكتشاف موقع الصحيفة وتواجده ضمن أدلة البحث.

أ.2.1.4.1. بساطة عنوان الموقع ووضوحه وسهولة تذكره.

أ.3.1.4.1. شهرة وشعبية الموقع.

أ.4.1.4.1. سرعة الدخول إلى موقع الصحيفة وقصر زمن استعراض المحتويات.

أ.5.1.4.1. وجود أكثر من شكل للموقع.

أ.6.1.4.1. توفر أكثر من نسخة لغوية على مستوى الموقع الإلكتروني.

أ.2.4.1. الأدوات المساعدة على الإبحار: وتتمثل في:

أ.1.2.4.1. خريطة الموقع.

أ.2.2.4.1. قائمة المحتويات.

أ.3.4.1. البرمجيات المساعدة على الإبحار: تتمثل في PDF- ADOBE- PPT- WORD.

أ.4.4.1. الروابط النصية التشعبية: مضامين لها علاقة بالمحتوى قد تكون داخلية خاصة بالموقع أو خارجية.

أ.5. فئة البحث في المواقع الإلكترونية مدى توفر محركات البحث على مستوى المواقع الإلكترونية العربية:

أ.1.5.1. مواقع لديها محركات بحث داخلي.

أ.2.5.1. مواقع لديها محركات بحث خارجي.

أ.3.5.1. مواقع لديها محركات بحث داخلي وخارجي.

أ.4.5.1. مواقع ليس لها محركات بحث.

أ.6. فئة المسؤولية الفكرية: وجود مصدر المضمون الصحفي على مستوى المواقع الإلكترونية وتضم عنصرين:

أ.6.1. وجود مصدر المضمون الصحفي وإمكانية الاتصال به.

أ.6.2. وجود المسؤول عن تصميم الموقع الإلكتروني وإمكانية الاتصال به.

أ.7. فئة الأنواع الصحفية: تضم هذه الفئة الأنواع الصحفية المستخدمة في تغطية المضامين الصحفية وتضم:

أ.7.1. خبر.

أ.7.2. مقال.

أ.7.3. تقرير.

أ.7.4. تحقيق.

أ.7.5. بورتريه.

أ.7.6. مقابلة.

أ.7.7. روبرتاج.

أ.7.8. تعليق.

ب- فئات المحتوى: وهي الفئات التي تجيب على سؤال ماذا قيل؟ أي تحليل المضمون المستتر للمادة الإعلامية وقد اعتمدنا في دراستنا فئات المحتوى الآتية:

ب.1 فئة الأركان: وتضم العناصر التالية:

ب.1.1. كاريكاتير.

ب.1.2. شؤون دولية: مضامين لها علاقة بالأخبار الدولية (سياسية، عسكرية، أمنية، دبلوماسية).

ب.1.3. شؤون اجتماعية: مضامين ذات طابع اجتماعي.

ب.1.4. شؤون اقتصادية: مضامين ذات طابع اقتصادي.

ب.1.5. إسلاميات: مضامين ترتبط بالدين الإسلامي.

ب.1.6. شؤون سياسية: أخبار سياسية وطنية.

ب.1.7. شؤون متنوعة: الطرائف، المجتمعات، السياحة، السيارات.

ب.1.8. صحة: أخبار لها علاقة بصحة الإنسان.

ب.1.9. علوم وتكنولوجيا: أخبار الاكتشافات والتقنية.

- ب.10.1. رياضة: أخبار الرياضة أينما كانت.
- ب.11.1. شؤون محلية: أخبار محلية للدولة موطن الصحيفة.
- ب.2. فئة الاهتمام بالمضامين الثقافية العربية وتضم العنصرين الآتيين:
- ب.1.2. المادة الثقافية الإجمالية على مستوى الصحف العربية.
- ب.2.2. حجم المحتوى الثقافي الخاص بالمنطقة العربية.
- ب.3. فئة تجسيد منظور الحتمية القيمة انطلاقاً من الأركان على مستوى المواقع الإلكترونية وتضم عنصرين هما:
- ب.1.3.1. مواقع تجسد من خلال أركانها مفهوم الحتمية القيمة.
- ب.2.3.2. مواقع لا تجسد من خلال أركانها مفهوم الحتمية القيمة.
- ب.4. فئة مراكز الاهتمام: مراكز الاهتمام الثقافي على مستوى المواقع الإلكترونية وتضم العناصر التالية:
- ب.1.4.1. الدين الإسلامي.
- ب.2.4.2. اللغة العربية.
- ب.3.4.3. التراث العربي.
- ب.4.4.4. التنشئة الاجتماعية.
- ب.5.4.5. الإبداع العربي.
- ب.5. فئة الدين الإسلامي وتضم العناصر التالية:
- ب.1.5.1. الإسلام والعولمة: وتضم المواضيع التي تبحث في علاقة الإسلام والعولمة وطبيعة التحديات الدينية التي تطرحها هذه الأخيرة.
- ب.2.5.2. الإسلام وتكنولوجيا الاتصال: الإشكاليات المعاصرة التي تفرضها تكنولوجيا الاتصال على الدين الإسلامي.
- ب.3.5.3. الإسلام والأديان الأخرى: مواضيع تخص علاقة الإسلام بالأديان الأخرى على مستوى الواقع، وعلى مستوى كيفية تنظيم الإسلام لهذه العلاقة.

ب.4.5. الإسلام وواقع الأحداث: الأحداث السياسية والطائفية ومنهجية التغيير الاجتماعي إضافة إلى الأحداث العالمية.

ب.5.5. الإسلام والإرهاب: موقف الإسلام من الإرهاب ونظرة الغرب للإسلام وعلاقته بهذه الظاهرة.

ب.6.5. الإسلام والدعوة: الأنشطة الدعوية والمضامين الإعلامية التي تشرح الدين الإسلامي.

ب.7.5. أخرى: الفتوى والخدمات الدينية.

ب.6 فئة القيم: تضم العناصر والتصنيفات التي تضمنها مقياس (ع. س. ن) للقيم وهي:

ب.1.6. البعد الإيماني: ويضم: الإيمان بالله، أداء العبادات، العمل الصالح، الإخلاص في العمل، التفقه في الدين.

ب.2.6. البعد التواصلية: حسن التواصل مع الآخر، إتباع أسلوب الحوار مع الآخر، ممارسة الإقناع بدل التسلط على الآخر، توظيف فن التفاوض والحلول الوسطى، الجدل بالتي هي أحسن، التبسم للآخر.

ب.3.6. البعد الزمني: احترام الوقت، أداء العبادات في وقتها، أداء العمل في وقته، إعادة الدين.

ب.4.6. البعد المكاني: العناية بالمكان الداخلي، العناية بالفضاء العام، حب المكان، الوعي بأهمية المكان.

ب.5.6. البعد اللساني: استخدام الكلمات الإيجابية، حفظ اللسان، ستر الآخرين.

ب.6.6. البعد النفسي: الرضا، ضبط النفس، الرجاء، الصدق، الأمانة، الحلم، ترشيد الاستهلاك، الوقار، الاعتدال، الصبر، القناعة، تقدير الذات، الاستقامة، الحياء، الاحتشام، الكرم، الوفاء، التواضع، الحلم، الزهد، الثقة بالنفس، كتم السر.

ب.7.6. البعد الاجتماعي حسن الجوار، التعاون، الصداقة، العمل التطوعي، مساعدة المحتاج، محبة الناس، التكافل الاجتماعي، احترام الآخرين، الإيثار، النصيحة، توقير الكبير، الرفق بالصغير، بر الوالدين، احترام المرأة، التسامح، حسن الظن بالآخرين، صلة الرحم، حسن الجوار، التراحم، الصداقة، رعاية الأبناء.

ب.8.6. البعد الاقتصادي: حب العمل، الإلتقان الاستثمار الحلال، الكسب الحلال، الاعتدال في الإنفاق، الادخار، الإنفاق في سبيل الله، القناعة، احترام ملكية الآخرين.

ب.9.6. البعد التربوي: حب العلم، طلب العلم، تقدير العلماء، الأمانة العلمية.

ب.10.6. العدل، الشورى، الحرية، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر.

ب.7. طبيعة الموقف من العولمة: وتضم ثلاثة عناصر:

ب.7.1. التتابع: تمثله تيارات الحداثة العلمانية وما تحمله من قيم تعبر عن نفسها من خلال المضامين الإعلامية.

ب.7.2. التكيف: خطاب يعبر عن نفسه من خلال المضامين الثقافية مؤداه الحفاظ على الأصول والتكيف مع مقتضيات العولمة.

ب.7.3. الرفض: خطاب يدعو إلى التوقع والعودة إلى الأصول ورفض الانفتاح على الآخر.

ب.8. فئة الإبداع الثقافي: وتضم العناصر الآتية:

ب.8.1. الأدب: المنتج الأدبي العربي والكتاب والمقالات النقدية الخاصة بهم.

ب.8.2. الشعر: يضم هذا العنصر الأعمال الشعرية المقدمة على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة وما يرتبط بها من مقالات نقدية.

ب.8.3. الفنون التمثيلية: تتمثل في الدراما والكوميديا والأعمال السينمائية المسرحية والتلفزيونية وأخبار الفنانين والمقالات النقدية المرتبطة بهذه الأعمال.

ب.8.4. الموسيقى: يضم هذا العنصر القصص الصحفية التي تتناول الأعمال الموسيقية والغنائية.

ب.8.5. إبداعات متنوعة: وتضم أنشطة إبداعية كالنحت والرسم والرقص.

ب.8.6. التظاهرات الثقافية: وتضم مختلف المناسبات الثقافية على مستوى الوطن العربي.

ب.9. فئة مفهوم الفن: وتضم العناصر الآتية:

ب.9.1. الفن كغاية: مفهوم غربي للفن يعبر عن نفسه على مستوى المضامين المدروسة يرى الفن فنا لذاته ومنفصلا عن كل غاية.

ب.9.2. الفن كوسيلة: مفهوم يقوم على ربط الفن بغايات أسمى ويرتبط بالقيمة ويتوقف عند حدود معينة.

ب.10. فئة طبيعة الفعل الثقافي: وتضم العناصر الآتية:

ب.10.1. الفعل: بمعنى أن الأنشطة الثقافية المبنوثة عبر المواقع الإلكترونية التي لا تكون كرد فعل على أحداث معينة.

ب.10.2. رد الفعل: أنشطة ثقافية يتم تداولها على مستوى المواقع الإلكترونية تنشأ كرد فعل على أحداث معينة.

ب.11. طبيعة الخطاب الثقافي: وتضم العناصر الآتية:

ب.11.1. خطاب موجه للذات: بمعنى أنشطة ثقافية موجهة للذات العربية.

ب.11.2. خطاب موجه للآخر: أنشطة ثقافية تخاطب الآخر (الغرب).

ب.12. فئة التراث العربي: وتضم العناصر الآتية:

ب.12.1. التاريخ العربي الإسلامي التاريخ الذي ارتبطت فيه العروبة بالإسلام.

ب.12.2. فئة العادات والتقاليد: الموروث الشعبي والفلكلور العربي.

ب.12.3. الفكر العربي: المضامين ذات الطابع الفكري الراقى الذي يتناول القضايا الفكرية الكبرى.

ب.12.4. الآثار العربية: الآثار التاريخية بمختلف حقبتها بالمنطقة العربية.

ب.12.5. العمران العربي: مواضيع تتناول فن العمارة الإسلامية.

ب.13. فئة التنشئة الاجتماعية: وتضم العناصر الآتية:

ب.13.1. القيم: كمواضيع.

ب.13.2. الشباب: تتناول المواضيع الخاصة بفئة الشباب.

ب.13.3. المرأة: تتعلق بالمواضيع الخاصة بالمرأة.

ب.14.4. الأسرة: المواضيع المتعلقة بالأسرة بما فيها التعليم والتربية والعلاقات الزوجية والأسرية عامة.

ب.14. فئة اللغة العربية: وتضم العناصر الآتية:

ب.14.1. عولمة اللغة الإنجليزية واللغة العربية: مواضيع تتناول هيمنة اللغة الإنجليزية التقنية والعلمية وأثر ذلك على اللغة العربية.

ب.14.2. اللغة العربية وتكنولوجيا الاتصال: علاقة اللغة العربية بتكنولوجيا الاتصال ومختلف التطبيقات كثيفة اللغة في علاقتها مع اللغة العربية.

ب.14.3. اللغة العربية وتحديات العصر: المواضيع التي تتناول التحديات المتعلقة بظاهرة الانقراض اللغوي وأزمة المصطلح والمجامع اللغوية.

**التحليل الكمي والكيفي.**

إن اعتبار استخدام التحليل الكمي مطلباً أساسياً من مقتضيات التحليل لا يلغي التحليل الكيفي الذي يمثل مرحلة ضرورية من مراحل البحث، ذلك أن الباحث وهو في مرحلة البحث وتسجيل البيانات الكمية لا

يستطيع تجنب النظرة الانطباعية إلى المحتوى، خاصة بعد أن يقطع شوطا كبيرا في ملاحظة تكرار الوحدات، فتظل العلاقة بين التحليل الكمي والنظرة الانطباعية علاقة دائرية تثري المعرفة وتحقق الاقتراب الأمثل من النتائج الصادقة، لذلك يقسم تحليل المحتوى إلى قسمين:

- **التحليل الكمي:** هو تحليل يقوم على تفسير البيانات تفسيراً كمياً، بحساب درجات التكرار في أشكالها المختلفة (المساحة، الزمن، الكلمة، الجملة والموضوع) التي تستخدم كأجزاء تسجيلية في القياس العددي لظواهرها في المادة محل التحليل.

- **التحليل الكيفي:** تحليل لا يهتم بلغة الأرقام في تفسير المضامين المدروسة بل يركز على ما تتميز به من خصائص وصفات تميزها عن بعضها البعض.

حاولنا في دراستنا الجمع بين الاتجاهين، وذلك من أجل الملائمة بين الحصر والترميز للمعطيات والقراءات التي تقدم لهذه الرموز، وكذا عكس السلوك الاتصالي للفائمين بالاتصال والتعرف على مقاصدهم من خلال الكلمات والجمل والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموماً.

### وحدات التحليل.

يشير مفهوم وحدات التحليل إلى تلك الأجزاء من المحتوى والتي يتم من خلالها قياس تردد الفئات وعناصرها على مستوى المحتوى المدروس، اعتمدنا في دراستنا وحدات التحليل الآتية:

أ- وحدة النوع الصحفي: وتدعى أيضاً بوحدة مفردات النشر وهي الوحدة التي يستخدمها المصدر في نقل المعاني والأفكار من خلال وسائل النشر والإعلام المختلفة، وتضم الأشكال الصحفية في الصحف، ومختلف أشكال البث في الإذاعة مثل الأخبار والتعليق الإخبارية الحديث الصحفي وغيرها من الأشكال والقوالب الفنية التي تستخدمها وسائل الإعلام في تقديم مضمونها لجمهور القراء.<sup>(1)</sup>

ب- وحدة الفكرة: تم اختيار هذه الوحدة لأن هذه الأخيرة هي التي تحكم تناول الكاتب للوحدات الأخرى (الكلمة، الجملة، الفقرة) حيث يتم اختيارها من قبل القائم بالاتصال لخدمة غرض واحد وهو توصيل الفكرة.<sup>(2)</sup>

### 3.2.1. أسلوب العد والقياس.

المقصود بأسلوب العد والقياس هو نظام التسجيل الكمي لوحدات المحتوى وفئاته ومتغيراته الخارجية بطريقة منتظمة تعيد بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد يمكن من خلال معالجتها الوصول إلى النتائج الكمية التي تسهم في التفسير والاستدلال وتحقيق أهداف الدراسة، اعتمدنا في دراستنا هذه على رصد التكرار وهو الأسلوب المناسب للعد.

(1) محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 148.

(2) المرجع نفسه، ص 140.

## 4.2.1. أساليب المعالجة الإحصائية.

اعتمدنا في دراستنا هذه على التكرارات والنسب المئوية كأساليب للمعالجة الإحصائية للبيانات الكمية المحصل عليها، إضافة إلى توظيف الجداول الإحصائية في عرض البيانات وتنظيمها.

## 5.2.1. اختبارات الصدق والثبات.

### 1. اختبارات الصدق.

يعني صدق التحليل أن المقياس يقيس بالفعل الظاهرة التي يفترض أن يقيسها، بمعنى أن تكون الوحدات التي يستخدمها وإجراءات القياس التي يتبعها صادقة بالطريقة التي تمكنها من القياس الفعلي للمفاهيم والقيم التي صممت من أجل قياسها، كما أن المقياس يكون صادقا في ضوء مدى تحقيقه لأهداف البحث مما يعني أن صحة المقياس يلخصه السؤال: هل ما يتم قياسه هو فعلا ما يراد قياسه؟<sup>(1)</sup>

على مستوى الدراسة استجابت استمارة تحليل المحتوى إلى صدق المحتوى، وهو أحد أشكال الصدق ويعتبر المقياس صادقا في محتواه ومضمونه إذا كان يقيس - من خلال مجموعة جزئياته ومكوناته- المفاهيم التي صمم من أجلها. يتعلق صدق المحتوى بالتقييم الشخصي للباحث بصحة ودقة أداة القياس التي يستخدمها، وإلى أي مدى يبدو القياس من وجهة نظر الباحث صالحا فعلا لأن يقيس ما يريد للباحث قياسه.

ولتحقيق الصدق للمقياس المصمم على مستوى فئات التحليل ووحداته، قمنا بتقديم الفئات وعناصرها مع التعريفات الإجرائية للأساتذة المرمرزين،<sup>(2)</sup> والذين قاموا بإبداء بعض الملاحظات المنهجية حول بناء المقياس ومؤشراته بعد الأخذ بعين الاعتبار بملاحظات الأساتذة المرمرزين، قمنا بقياس ثبات المقياس.

### 2. اختبارات الثبات.

يشير مفهوم ثبات التحليل إلى قياس مدى استقلالية المعلومات المتوصل إليها في التحليل عن أدوات وطرق القياس بمعنى أن ثبات التحليل هو الحصول على نسبة اتفاق عالية في النتائج لعدد من الباحثين يستخدمون نفس الأساليب والأسس في تحليل نفس المادة، على مستوى الدراسة التي قمنا بإجرائها اعتمدنا طريقة هولستي holsti.ole\* في تقدير ثبات الاختبار حيث قمنا بإجراء اختبارات أولية لاستمارة

(1) المرجع نفسه، ص 222، 223.

(2) الأساتذة المرمرزين: الاستاذ: بن يمينة السعيد، الأستاذ: غزال عبد الرزاق

\* هولستي holsti.ole: باحث أمريكي في الدراسات الاجتماعية والنفسية تتمثل أهم إسهاماته في تحديد مفهوم الصدق في تحليل المحتوى، وهو المفهوم الذي تبنته الجمعية الأمريكية للدراسات النفسية كما تعد المعادلة التي قام بتصميمها والتي تتعلق بحساب ثبات الاختبار في حالة توظيف المحتوى كأداة للبحث من أكثر المعادلات استخداما على مستوى العالم وهي المعادلة التي شرحها في مؤلفه: تحليل المحتوى في العلوم الاجتماعية والإنسانية.



تحليل المحتوى، وذلك بإشراك محكمين،<sup>(1)</sup> قاما كل منهما بترميز عينة محدودة من العينة المدروسة، تقوم طريقة هولستي على استخدام المعادلة الرياضية الآتية:

$$\frac{ع}{ن + 1}$$

حيث:

ع: عدد المرمرين.

ت: عدد الحالات المتفق عليها.

ن<sub>1</sub>: عدد الحالات التي رمزها المرمر الأول.

ن<sub>2</sub>: عدد الحالات التي رمزها المرمر الثاني.

جرت اختبارات الثبات على فئتين من ضمن الفئات المصممة وهي:

أ- فئة الدين الإسلامي وتضم العناصر الآتية:

- الإسلام وظاهرة العولمة.
- الإسلام وتكنولوجيا الاتصال.
- الإسلام وواقع الأحداث.
- الإسلام والدعوة.
- أخرى

بتطبيق المعادلة السابقة سجلنا متوسط اتفاق بين المحكمين بمقدار  $0.85 = 85\%$ .

ب- فئة الإبداع العربي: وتضم العناصر الآتية:

- الأدب.
- الشعر.
- تظاهرات ثقافية.
- فنون تمثيلية.
- موسيقى.

(1) الأستاذة المحكمين : الأستاذة براردي نعيمة ،والاستاذ : بن يمينة السعيد.

- إبداعات متنوعة.

بتطبيق معادلة هولستي، سجلنا متوسط اتفاق بين المحكمين بمقدار  $0.81 = 81\%$ ، وعليه فإن المقياس يتميز بالثبات.

### 3.1. مجال وحدود الدراسة.

تحاول هذه الدراسة أن ترسم صورة الثقافة العربية التي تسوقها المواقع الإلكترونية للصحف العربية، وربطها بنظرية الحتمية القيمية التي تعد من النظريات السوسيوإعلامية القليلة التي طرحت مفهوما للثقافة - يتجاوز مفاهيم النسبية والمنطلقات الأنثروبولوجية - انطلاقا من متغير القيم، كما أن الدراسة تصب في التوجهات الراهنة والخاصة بتحيين التوجه العام لدراسات الإعلام والاتصال انطلاقا من ربطها بظاهرة الإعلام الجديد.

#### 1.3.1. الحدود الموضوعية.

تصنف الدراسة ضمن الفئة الأولى للبحوث الفرعية المستهدف دراستها في الإعلام على شبكة الانترنت والوسائل الجديدة فيها، وهي تتضمن العناصر الآتية:<sup>(1)</sup>

- تحليل النصوص ووسائل العرض والتقديم

- وصف الصفحات الرئيسية user interface

- رصد أدوات التفاعل والروابط.

- تحليل الخدمات الإعلامية.

- تحليل الشكل.

كما أن المحتوى المقصود بالدراسة يندرج ضمن تصنيف المحتوى العام المتاح على المواقع

الإلكترونية ويمثل مادة التحليل التي تشمل:<sup>(2)</sup>

- النص أو النصوص المتعددة.

- الروابط Links التي تدخل في بناء النص الفائق.

- الوسائل المتعددة الفائقة.

- أدوات التجول والإبحار.

- أدوات التفاعل مع المحتوى.

- عناصر الضبط والمراقبة.

(1) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت (القاهاة: عالم الكتب، 2007)، ص 291.

(2) المرجع نفسه، ص 295.

- طرق الدخول إلى الموقع وتسجيل المستخدمين.

وعليه يتمثل هدف البحث في رسم ملامح الثقافة العربية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية، انطلاقاً من الوظيفة الثقافية لهذه الأخيرة حيث تحتل الوظيفة الثقافية لوسائل الإعلام مكانة مركزية ضمن الوظائف العامة لوسائل الإعلام.

### 2.3.1. الحدود النوعية.

تهتم الدراسة بتناول أشهر خدمات الانترنت من جهة وأشهر تطبيقات الإعلام الجديد من جهة أخرى وهي الصحافة الإلكترونية والتي تعكس من خلال مضامينها الثقافية مفهوماً للثقافة العربية قد يقترب من مفهوم الحتمية القيمية أو يبتعد عنه.

### 3.3.1. الحدود المكانية.

تتخذ جل الدراسات الأمبريقية مكاناً وحيزاً جغرافياً تجري على مستواه الدراسة، والتي تضم مجتمع وعينة الدراسة تبعاً لطبيعتها، فالحيز المكاني يرتبط بدراسة المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف العربية بغض النظر إن كان لها نظير ورقي أم لا والتي تعكس نمطاً معيناً من أنماط تمثل القائمين بالاتصال على مستوى هذه المواقع لمفهوم الثقافة العربية.

### 4.3.1. الحدود الزمنية.

ترتبط الحدود الزمنية للدراسة بالفترة التي أجريت فيها الدراسة بداية من شهر أفريل 2015 حتى جانفي 2016 وهي الفترة المتعلقة بدراسة النصوص والمحتوى والجوانب الشكلية، حيث تم اعتماد أسلوب الدورة في دراسة مفردات العينة بـ 15 يوم الأولى من كل شهر وذلك لرصد التغيرات في النشر والجوانب الشكلية للعينة إن وجدت.

### 5.3.1. الحدود اللغوية.

تشكل المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف العربية مصدراً للمحتوى الذي تخضع له الدراسة، وهي بطبيعة الحال تصدر باللغة العربية، سواء كانت إلكترونية خالصة أو لها نظير ورقي.

### 4.1. المجتمع وعينة الدراسة.

#### 1.4.1. المجتمع الكلي للدراسة.

تمثل جميع المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف العربية مجتمعاً للبحث، ونظراً لاستحالة التحكم في فضاء الإعلام الإلكتروني وحصر العدد الحقيقي لمجموع المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف العربية

وعدم ثباتها واستمراريتها على الانترنت (مشكلات فنية وتقنية) فإن اختيارنا لعينة الدراسة تم وفق مجموعة من الشروط:

- **نوع العينة:** قمنا باختيار عينة الدراسة و هي عينة قصدية يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باختيار المفردات التي يراها تعكس الخصائص المقصودة بالبحث، وتستجيب لمتطلباته وعلى هذا الأساس فقد قمنا باختيار العينة بناء على مجموعة من المعايير:

1- اختيار مواقع الصحف العربية الإلكترونية الصادرة باللغة العربية فقط.

2- اختيار المواقع الإلكترونية الأكثر شهرة واستخداما.

3- يشترط في المواقع المدروسة أن تكون مواقع لمؤسسات إعلامية وتحتوي على مضامين إعلامية يتم تحديثها بصورة مستمرة وهو تعريف المواقع الإعلامية.

4- تم الاعتماد على محرك Google لتحديد عينة الدراسة، ومن بينها تم اختيار المواقع الإلكترونية ذات الشهرة والمقروئية في الحقل الإعلامي العربي.

#### 2.4.1. عينة الدراسة.

- تحديد حجم العينة: فيما يخص عينة الدراسة، فليس هناك اتفاق على تحديد الحجم الأمثل للعينة في دراسات تحليل المضمون، وإن كان هناك من يرى أن حجمها متوقف على نسبة التقارب الموجود بين العينة والمجتمع الأصلي ، كما أن هناك مجموعة من المعايير التي على أساسها يحدد حجم العينة هي:

1- كلما كانت درجة تجانس الإصدارات محل الدراسة أكبر كانت العينة أصغر .

2- التوسع في عدد الساعات أو الصفحات يؤدي إلى اختيار عينة أصغر والعكس بالعكس.

3- تكرار النشر أو الإذاعة يتيح اختيار عينات أصغر والعكس بالعكس.

4- دورية الصدور أو الإذاعة كلما كانت متقاربة كانت أدعى إلى اختيار عينة أصغر والعكس بالعكس.

انطلاقا من العناصر سابقة الذكر، وبعد قيامنا بالتحليل المبدئي لعينات الدراسة وقع اختيارنا على

خمسة عشر موقعا مثلما يبينها الجدول الآتي:

الجدول رقم (02): عينة الدراسة.

الموقع/ بلد الإصدار	عنوان الموقع
الخبر/ الجزائر	<a href="http://www.elkhabar.com">www.elkhabar.com</a>
الشروق أونلاين/ الجزائر	<a href="http://www.echoroukonline.com">www.echoroukonline.com</a>
الشرق الأوسط / السعودية	<a href="http://www.awsat.com">www.awsat.com</a>
إيلاف/ لندن	<a href="http://www.elaph.com">www.elaph.com</a>
الأهرام/ مصر	<a href="http://www.ahram.org.eg">www.ahram.org.eg</a>
الأيام نت/ البحرين	<a href="http://www.alayam.com">www.alayam.com</a>
الشرق/ قطر	<a href="http://www.al-sharq.com">www.al-sharq.com</a>
الراية/ قطر	<a href="http://www.raya.com">www.raya.com</a>
السبيل/ الأردن	<a href="http://www.alssabeel.net">www.alssabeel.net</a>
الخليج/ الإمارات	<a href="http://www.alkhaleej.ae">www.alkhaleej.ae</a>
المؤتمرات/ اليمن	<a href="http://www.almotamar.net">www.almotamar.net</a>
كل الوطن/ السعودية	<a href="http://www.kollwatan.net">www.kollwatan.net</a>
المستقبل/ لبنان	<a href="http://www.almustaqbal.com">www.almustaqbal.com</a>
الوطن/ الكويت	<a href="http://www.alwatan.kuwait.kw">www.alwatan.kuwait.kw</a>
سوداينل/ السودان	<a href="http://www.sudanile.com">www.sudanile.com</a>

1.2.4.1. التبرير المنهجي للعينة:

قبل عملية الضبط النهائي للعينة قمنا بدراسة استكشافية لمجمل المواقع الإلكترونية التي من الممكن أن تشكل مجالاً لدراستنا، حيث كشفت الدراسة أن معظم المواقع غير صالحة للدراسة بسبب اقتصرها على جزئية من الثقافة العربية كالقصة (حالة موقع أحلام مستغانمي) أو عدم تطابقها مع المدخل النظري للدراسة (حالة موقع الحوار المتمدن)، تم اختيار مواقع الصحف الإلكترونية للصحف العربية، في ظل تطابقها مع التعريف الإجرائي للمواقع الإلكترونية وتعبير محتوياتها على الثقافة بمفهومها الواسع وما يحمله من دلالات وفق نظرية الحتمية القيمية.

2.2.4.1. تحديد مفردات التحليل:

بناءً على المعطيات السابقة تتحدد مفردات التحليل وفق الجدول الآتي:

### الجدول رقم (03): يبين مفردات التحليل وتاريخ صدورها

المجموع	الصحيفة															تاريخ الصدور
	الجزائر / الجزائر	الشرق أو لاتين / الجزائر	الشرق الأوسط / السعودية	إبلاغ / لندن	الأهرام / مصر	الأيام نت / البحرين	الشرق / قطر	الراية / قطر	السييل / الأردن	الخليج / الإمارات	المؤتمنة / اليمن	كل الوطن / السعودية	المستقبل / لبنان	الوطن / الكويت	سودايل / السودان	
150	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	01-04-2015
	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	02-05-2015
	45	44	43	42	41	40	39	38	37	36	35	34	33	32	31	01-06-2015
	60	59	58	57	56	55	54	53	52	51	50	49	48	47	46	01-07-2015
	75	74	73	72	71	70	69	68	67	66	65	64	63	62	61	01-08-2015
	90	89	88	87	86	85	84	83	82	81	80	79	78	77	76	01-08-2015
	105	104	103	102	101	100	99	98	97	96	95	94	93	92	91	01-10-2015
	120	119	118	117	116	115	114	113	112	111	110	109	108	107	106	01-11-2015
	135	134	133	132	131	130	129	128	127	126	125	124	123	122	121	01-12-2015
	150	149	148	147	146	145	144	143	142	141	140	139	138	137	136	02-01-2016

#### 5.1. مفاهيم الدراسة.

**1.5.1. الثقافة:** وفق نظرية الحتمية القيمية فإن الثقافة تعني معايشة الواقع انطلاقاً من القيم، ويكون النشاط المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك، ويعتبر هذا التعريف معيارياً أي أنه يبين الكيفية التي ينبغي أن تبنى عليها الثقافة، كما أن هذا التعريف يحدد المرجعية التي يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها.

**2.5.1. الثقافة العربية:** يقصد بالثقافة العربية على مستوى الدراسة: الدين الإسلامي اللغة العربية، التنشئة الاجتماعية، الإبداع والتراث العربيين، بحيث ترتبط هذه العناصر جميعها بعنصر القيم وفق التصنيف المقدم على مستوى نظرية الحتمية القيمية لـ عزي عبد الرحمان.

**3.5.1. المواقع الإلكترونية** هي مجموعة من الوثائق ترتبط ببعضها البعض تكتب بلغة النص المترابط يتكون محتوى الموقع من نصوص، رسوم، لقطات فيديو، ملفات صوتية، ملفات حركية، كما يمثل الموقع الإلكتروني مجموعة من الإمكانيات التفاعلية كبرمجيات الجافا يتم تخزين موقع الويب على أحد الأجهزة المضيفة، ليتم نشره على شبكة الانترنت وصفحة الويب تتضمن روابط يمكن من خلالها الانتقال إلى صفحات أخرى أو إلى مواقع أخرى وقد يتناول الموقع الإلكتروني موضوعاً واحداً أو عدة مواضيع، ولكل موقع صفحته الافتتاحية تكون في العادة ذات صيغة ترحيبية، تتضمن عرضاً لمحتويات الموقع، وتختلف المواقع بحسب الملكية أو الغرض الذي أنجزت من أجله.

**4.5.1. المواقع الإلكترونية الصحفية:** مواقع إلكترونية تقدم خدمة إعلامية إلى الجمهور وتستخدم الشبكة، وذات هدف مهني تصدر عن هيئة فردية أو شخصية معنوية تشرف على الإنتاج التحريري لمضمون أصيل ذي طابع عام يهتم الجمهور العريض ويقع تجديده باستمرار ويتكون من معلومات ذات علاقة بالأحداث خضعت إلى المعالجة الصحفية هدفها ليس التسويق ولا تكون نشاطا ثانويا لنشاط صناعي أو تجاري، على مستوى دراستنا المواقع الإلكترونية الصحفية هي مواقع لصحف عربية تصدر باللغة العربية.

**5.5.1. القيمة:** ما يسمو ويرقى من المعاني ومصدرها المعتقد ويمكن أن تتجسد في السلوك الإنساني بأبعادها الأحد عشر وفق تصنيف الحتمية القيمة وهي: الإيمانية، الاتصالية، الزمنية، المكانية، اللسانية، النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، التربوية، السياسية، الجمالية والإنسانية.

الفصل الثاني  
في بيان ما هو العلم

العلوم الجبريد

ومقارنة المفهوم



يشكل الإعلام الجديد المرحلة الأبرز والأكثر حداثة على مستوى تطور وسائل الإعلام والاتصال، من الناحية التاريخية فإن ظاهرة التطور والتجديد ليست بالعنصر الطارئ على صيرورة تطور وسائل الإعلام والاتصال فقد شهد الاتصال الإنساني ووسائله تطورات اتسمت تارة بالبطء وأخرى في شكل طفرات كبرى مثلما كان الأمر مع ظهور المطبعة، إن الجديد الذي أتى به الإعلام - على الرغم من عدم وصوله إلى مآلاته النهائية وعدم استقرار مشهده النهائي - هو استيعابه لكافة أشكال التعبير الإنساني التي ظلت منفصلة عن بعضها البعض حتى وقت قريب. إن ظاهرة الاندماج بين الوسائط في ظل الإعلام الجديد هي التي جعلت اللغة والإبستمولوجية حائرة في توصيف هذه المرحلة من مراحل تطور الإعلام والاتصال، حيث تمتزج مفاهيم الثورة والقطيعة والاستمرارية والاندماج ومجتمع المعلومات بطريقة متوازية وفي كثير من الأحيان وفق صيغ متناقضة في سياق توصيف هذه المرحلة .

تعدد المقاربات الخاصة بتوصيف ظاهرة الإعلام الجديد ووصف سياقات التحول واستشراف مستقبل الإعلام التقليدي، ما يعكس حجم التحول الذي يعرفه حقل الإعلام والاتصال و إذا كان هناك اختلاف حول الدلالات التي يمكن أن تعطى لمفهوم الإعلام الجديد فإنه يوجد إجماع فعلي على طبيعة التأثيرات الفعلية والحقيقية التي مست الإعلام التقليدي بسبب بزوغ الإعلام الجديد، إن أزمة التمويل التي يعرفها الإعلام التقليدي عامة والصحافة المكتوبة خاصة إضافة إلى زيادة مساهمة المستخدمين في صناعة المضامين الإعلامية وتراجع دور الصحفي والتفاعلية المتزايدة التي جعلت العمل الصحفي في الاتجاهين وضرورة التجديد في موائيق الشرف المهني لتقنين الإعلام الجديد كلها نتائج تتصل بالتأثيرات التي أفرزها ظهور الإعلام الجديد .

## الفصل الثاني: الإعلام الجديد ومقاربة المفهوم.

### 1.2. إشكالية الجديد في الإعلام.

يحظى الإعلام الجديد باهتمام بالغ خاصة على مستوى التأسيس الاصطلاحي كونه مفهوم لم يتحدد دلالاته النظرية ولم تتوضح مآلاته النهائية على المستوى الواقعي.

### 1.1.2 الإعلام متجدد رغم حقه التاريخية.

إن الحقيقة التاريخية التي يمكن أن تؤكد مسارات الاتصال كظاهرة إنسانية أن هذه الظاهرة ارتبطت دائما بالوسيلة - هذه الأخيرة ارتبطت أيضا بتطور التقنية - لقد ظل الاتصال والإعلام يتجددان وباستمرار ذلك أن التقدم الإنساني لم يتوقف إذ ظلت عمليات التراكم المعرفي والتكنولوجي مستمرة بشكل تدريجي تارة، ودون توقف تارة أخرى في صورة نقلات نوعية متصلة ولا متوقعة مثلما يحدث اليوم بفعل تطور الاتصال ومبتكراته.<sup>(1)</sup>

الإعلام يتجدد باستمرار، جديد بخصائصه التقنية التي تتيحها التطبيقات الإعلامية لتكنولوجيا الاتصال؛ لقد أصبح الإعلام جديدا مع ظهور الطباعة التي نقلت الاتصال البشري من طابعه الشفهي لتؤسس لحضارة المطبوع، وكان جديدا أيضا مع ظهور الإذاعة التي طرحت أسئلة جدية حول مصير الإعلام المكتوب مع تزايد الدور الإعلامي والاتصالي لهذه الأخيرة ليعاد طرح هذه الأسئلة ولكن بشكل أكثر حدة مع بزوغ التلفزيون ومدته الهادر، إن المعطيات الآنف الذكر تطرح مشروعية حصر تسمية الإعلام الجديد على مرحلة بعينها دون المراحل الأخرى من تطور الوسيط الإعلامي.

### 2.1.2. الإعلام القديم والجديد.

يطرح التطور السريع في التقنيات الوسائطية والارتباط الإعلامي غير المشروط ولا القابل للانفصال عن الشروط الإلكترونية يطرح أسئلة جدية حول علاقة الجديد بالقديم من الإعلام، هل الإعلام الجديد هو قطيعة تامة مع وسائل أصابها التقادم - بسبب محدوديتها التقنية- أم أن الأمر ليس سوى ارتباط تعاقبي تواصلية وأسلوب من أساليب التعايش مع القديم؟ أم أنه مجال هدم أسس الإعلام القديم وحقن انقلابا حقيقيا في نظم التكوين وقواعد الإنتاج والربح والتوزيع والتخزين والتبادل؟

إن الحديث عن مفهوم الثورة والقطيعة لملامسة وتوصيف طبيعة التحولات التي يشهدها حقل الإعلام والاتصال قد يكون مبالغا فيه على اعتبار الطابع الكمي للعديد من هذه التحولات؛ وفي هذا الإطار فإن تكنولوجيا الاتصال لا تمتلك في حد ذاتها قوة خارقة للطبيعة وليست "آلهة العصر" ولكنها

(1) عبد الله الزين الحيدري، الإعلام الجديد النظام والفوضى، أعمال مؤتمر الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم متغير، البحرين: جامعة البحرين، 9-7 أبريل 2009، ص 128.

أدوات تقترن بمقدرة الإنسان الذي أوجدها لتحقيق طموحاته، وإن إحدى السبل للتقرب من ماهية هذه التكنولوجيا هو القول بأنها ليست غريبة عن معادلة تأملية إنسانية قديمة: الزمان والمكان فالأقمار الصناعية ومحطات الإرسال والاستقبال والانترنت كلها صيرورة قائمة على ربط نقاط متباعدة (المكان) بأكبر سرعة ممكنة (الزمان).<sup>(1)</sup>

بالمقابل فإن الحديث بلغة التراكم يبدو في هذه الحالة تبسيطيا؛ بحكم وجود العديد من التطورات التي كان لها جانب ثوري واضح مما يزيد من صعوبة توصيف العلاقة بين مفهوم القديم والجديد، إن أي محاولة لضبط هذا التوصيف هي بطبيعتها محاولة لمقاربة مجال متسارع في وتيرة تطوره متشعب الأطراف و لازال في بداياته وإرهاصاته الأولى.<sup>(2)</sup>

إن التآني والحسم في الحكم على طبيعة هذه العلاقة يجعلنا نعتمد على النظرية الانتقالية<sup>(3)</sup>، وفق هذه النظرية فإن أي تغيير اتصالي لا يحو وسائل الإعلام القائمة؛ بل يعمل على نشوء حالات مستجدة من علاقات التأثير الممكنة من التكامل أو التهميش أو الاستبدال المتبادل في طرائق وأساليب التفاعل الاتصالي والاجتماعي، بدءا من الاتصال الشخصي مرورا بالاتصال المؤسسي وانتهاءً بالاتصال الإعلامي الممتد والمعجم، إلى التقنيات الإعلامية الجديدة مؤديا في كل مرة إلى توازن جديد في آليات الاتصال.

### 3.1.2. مجتمع المعلومات ومصطلح الجديد.

يشكل وصف الإعلام بالجديد أو توظيف مصطلح الجديد وعلى الرغم من هيولته وقابليته لوصف كل عملية انتقال اتصالي نسبة إلى وسيط اتصالي سابق، إلا أن توظيف هذا المصطلح يرتبط فقط بالتغيرات الزاهنة على مستوى الحقل الإعلامي والاتصالي وإن كانت أدبيات الاتصال تربطه بنوع من المغالاة بظاهرة الاندماج إن نظرة أكثر عمقا تقودنا إلى ملاحظة أن خلفية كل ما يحدث من تبدل تقني وعلائقي على وبين عناصر المنظومة الإعلامية إنما هو بسبب احتلال المعلومة لصدارة القوانين والقيم المنظمة لحياة الفرد والمجتمع.

يمنح التطور التقني وطبيعته للمعلومات مركزية إنتاج السلطة وظاهرة الاندماج ليست سوى نتيجة لهذا التطور؛ وعلى الرغم من شيوع استخدام مصطلح الإعلام الجديد<sup>(4)</sup> وتأخر مفهوم الاندماج من حيث الظهور، إلا أن هذا الأخير (الاندماج) يعد نقطة التحول في مفهوم الإعلام والاتصال وهيكله ووسائله. إن

(1) عزى عبد الرحمن، التكنولوجيا الحديثة للاتصال (الجزائر: مركز الطباعة لجامعة الجزائر، 1992)، ص 91.

(2) يحيى البحيوي، الوطن العربي وتحدي تكنولوجيا الإعلام والاتصال، [على الخط]، تاريخ الزيارة (10/04/2013) متاح على الرابط:

[<http://www.elyahyaoui.org/ammaya.html>]

(3) فريال مهنا، علوم الإعلام و الاتصال والمجتمعات الرقمية (دمشق: دار الفكر المعاصر، 2002)، ص 09.

(4) بوقرة رضوان، بنية الأخبار في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006، ص 86.

ظاهرة الاندماج بين الوسائط أملت مجموعة من المتغيرات لعل أهمها: سطوة أساليب العمل اللامادية واصطباغ الاقتصاد بهذه الصفة كما أن العالم يشهد انتقالا تدريجيا من مجتمع مبني على إنتاج السلع المادية المصنعة إلى مجتمع مبني على إنتاج العلم والمعرفة والذكاء؛ انتقال يمكن الاستدلال عليه بمجموعة من المؤشرات : غزو المعلومات لكل ضروب حياة الأفراد والجماعات وبروز صناعة المعلومات باعتبارها المحرك الجديد للاقتصاديات والمجتمعات، وتغير جذري في وسائط الاتصال بغرض النقل المركب للصورة والصوت والكلمات المقروءة إما باستخدام الأجهزة الفضائية أو كوابل الألياف البصرية؛ دون أن ننسى تراجع مدخلات المواد الأولية في الصناعات الإعلامية والاتصالية، وفي هذا الإطار يقدم المهدي المنجرة مثلا صارخا على عملية الانتقال:<sup>(1)</sup> إذ بإمكان 5 غرام من حبال الألياف البصرية أن تمرر نفس عدد المكالمات الهاتفية الذي كان يمرر عبر 33 طن من مادة النحاس مع العلم أن الألياف البصرية ليست بمادة أولية بالمفهوم التقليدي ولكنها نتاج مختبرات. يقول فرنسوا ليوتار François Lyotard\* في كتابه شرط ما بعد الحداثة:

"...المعرفة بصفقتها سلعة معلوماتية لا غنى عنها للقوة الإنتاجية قد أصبحت وستظل من أهم مجالات التنافس العالمي من أجل إبراز القوة، ويبدو من غير المستبعد أن تدخل دول العالم في حرب من أجل السيطرة على المعلومات كما حاربت في الماضي من أجل السيطرة على المستعمرات..."

إن التحفظ الذي يثيره استخدام مصطلح الثورة لتوصيف التغيرات التي يعرفها حقل الإعلام والاتصال يمكن تجاوزه بسهولة في حالة المعلومات، فثورة المعلومات تؤرخ للحظة أصبحت فيها المعلومة هي المصدر الأول للثروة،<sup>(2)</sup> من الواضح هنا وجود حقل للجاذبية تدور حوله المسميات الجديدة كلها وأبرزها الإعلام الجديد كما أن لحظة الاندماج التاريخية بين الوسائط الإعلامية والتي يشار إليها كمعلم للتأريخ للإعلام الجديد، إنما هي حصيلة امتزاج بين ثورتي المعلومات والاتصال والتي كانت نتيجتها تكنولوجيا المعلومات والتي كان عليها انتظار الانترنت لتحقق ظاهرة الاندماج.

#### 4.1.2. ثورة الانترنت والإعلام الجديد .

مفهوم الثورة هو مفهوم سياسي<sup>(3)</sup> فهو يعني عملية تحويل جذرية يتعرض له نظام سياسي في أسسه وبالتبعية تفاصيله ومثاله النموذجي الثورة الفرنسية من حيث هي تحطيم للنظام السياسي القديم

<sup>(1)</sup> يحي الجياوي، عن الاتصال والطرق السيارية في مجال الإعلام والاتصال، [على الخط] ، تاريخ الزيارة: (08/07/2005)، متاح على الموقع: <http://www.elyahyaoui.org/benaissa.95.html>.

\* فيلسوف وباحث اجتماعي ومنظر أنبي ولد بفرنسا في 10/08/1924 وتوفي في 21/04/1998 قدم دراسات عدة حول المعرفة والاتصال، الحداثة وما بعد الحداثة ، الأدب، النظريات النقدية، الزمن والذاكرة و الفضاء، العلاقة بين الاخلاق والسياسة ، أسس مع جاك دريدا Jacques Derrida وفرنسوا شاتلت François chatlet المؤتمر العالمي للفلسفة.

<sup>(2)</sup> السيد ولد أباه، اتجاهات العولمة (مراكش: المركز الثقافي العربي، 2003)، ص 07.

<sup>(3)</sup> محمد سبيلا، زمن العولمة (الدار البيضاء: دار توبقال للنشر، 2006)، ص 73.

وإقامة نظام سياسي جديد شكل في أوروبا بل في تاريخ العالم كله علامة تحول أساسية في التاريخ السياسي.

تعيد التحولات التكنولوجية للمصطلح معناه الذي أخذه بداية عبر التاريخ، ذلك أن مفهوم الثورة كتحول نوعي وجذري كان قد ظهر قبل ذلك في مجال العلم والتطور العلمي: الثورة الكوبرنيكية<sup>(1)</sup> للإشارة إلى التغيير الجذري الذي مس نظرية الكوسموس (الكون) وكوزمولوجياته (قوانينه) نظرية أرساها بطليموس الأسكندري وتأسست على 400 سنة من الرصد والبحث، خلاصتها مركزية الأرض لينقض نيكولاس كو برنيك هذه النظرية من أساسها بكتابة عن الأجرام السماوية سنة 1543، يقرب النظرية وتنتقل المركزية من الأرض إلى الشمس لتصبح الأرض فردا من أفراد درب التبانة خالية من صبغة القداسة وخارجة عن أنطولوجية الانسجام الكوني.<sup>(2)</sup> تلاحقت الثورات العلمية بعد ذلك: الثورة البيولوجية، الثورة السيكلوجية، الثورة المعلوماتية والثورة البيوتكنولوجية و مع نهاية الأنظمة الاشتراكية وانتظام كافة دول العالم في إطار النظام الرأسمالي وتضاؤل إمكانات وآفاق التغيير السياسي الذي كانت تمثله الثورات السياسية؛ أخذ مفهوم الثورة يهاجر إلى أجل غير معلوم من السياسة إلى التكنولوجيا.

إن التحولات التكنولوجية التي تحدث اليوم وتنتشر بسرعة البرق في العالم كله، هي النموذج الوحيد للثورة وكأن ثورة التكنولوجيا قد حلت نهائيا محل الثورات السياسية وألغتها. إن الأثر المباشر لهذه التحولات هو خسوف الإيديولوجيات واليوتوبيات السياسية الدنيوية الخالصة هذه الأخيرة فقدت بريقها كون خياراتها لا تقتسمها إلا فئات بيروقراطية محدودة وعلى العكس من ذلك؛ فإن ثمار الثورات التكنولوجية هي ثمار أكثر ديمقراطية وأكثر قابلية للانتشار والتوزيع على فئات عريضة من المجتمع فالهاتف أصبح اليوم في صيغته (الثابت وخاصة النقال) بضاعة فردية، إضافة إلى الآثار المباشرة للتحولات التكنولوجية على نمط العيش.<sup>(3)</sup>

تعتبر ثورة التكنولوجيا أكثر رسوخا وعمقا من الثورات السياسية السطحية الدمية التي حدثت في القرن العشرين فاكشاف الكهرباء طال فئات واسعة من الناس وسلطت الضوء على الكثير من الظلمات وساهم في إقصاء العديد من الخرافات والأساطير، مثلما أفاد الحياة البيئية وكل الصناعات وساهم في إحداث تحولات عميقة إذ بدونها ما كانت لتحدث النقلات الكبرى في الطب والفلك والكيمياء والفيزياء، بل هو الاكتشاف الأساسي الذي تبنى كل الاكتشافات العلمية الأخرى.

إن النموذج الصارخ الذي جعلنا نعيش ونشهد هذه التحولات الملموسة هي ثورة المعلومات المتمثلة في الانترنت، والانترنت اليوم وحتى الألفية الثالثة التي نعيش فيها هي ذروة الثورات التكنولوجية.

(1) جون غريبن، تاريخ العلم 1543-2001، ترجمة شوقي جلال، سلسلة كتب عالم المعرفة (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يونيو 2012)، ص 26.

(2) محمد سبيلا، الحداثة وما بعد الحداثة (الدار البيضاء: دار توبقال للنشر، 2007)، ص 09.

(3) محمد سبيلا، زمن العولمة، مرجع سبق ذكره، ص 74.

لقد طورت الانترنت بروتوكولا اتصاليا موحدًا التزمت به جميع الشبكات التي تريد أن تظفر بالعضوية في هذا الصرح المعلوماتي المتناهي الشساعة والدائم الامتداد، فطوت في جوفها مئات الآلاف من شبكات تبادل المعلومات؛ محتوية في ذلك بين ثناياها كل أنواع المعارف والعلوم لتلقي بظلالها على شتى مجالات الحياة الاجتماعية، السياسية، الثقافية والاقتصادية " إنها تلك الغاية الكثيفة لمراكز تبادل المعلومات التي تخزن وتثبت وتستقبل جميع أنواع المعلومات في شتى فروع المعرفة وفي جوانب الحياة كافة، من قضايا الفلسفة وأمور العقيدة إلى أحداث الرياضة ومعاملات التجارة ومن مؤسسات غزو الفضاء وصناعة السلاح إلى معارض الفن و نوادي الموسيقى ومن الهندسة الوراثية إلى الحرف اليدوية ومن البريد الالكتروني إلى البث الإعلامي ومن المؤتمرات العلمية إلى مقاهي الدردشة وحلقات السمر عن بعد ومن صفقات بورصة نيويورك إلى ما يسمى المجاعات والأوبئة في أرجاء القارة السوداء ".<sup>(1)</sup>

ونظرا لما تتمتع به الانترنت من خصائص ومزايا كان من الطبيعي أن تثير جملة من الإشكالات، فضلا عن كونها تتعامل مع جميع عناصر المجتمع الإنساني مما جعلها قاسما مشتركا لجميع الأنشطة الإنسانية، فقد اختزلت وسائل الاتصال والإعلام التي وجدت قبلها وصهرتها في بوتقة جذابة تتميز بخصائص لم تألفها المجتمعات البشرية من قبل<sup>(2)</sup> و هي تقيم عالما موازيا للعالم الواقعي عالما له قوانينه ومعاملاته ومتطلباته الخاصة.

في الأصل كانت الثورات السياسية الكبرى في تاريخ البشرية رديفة الثورات العلمية والتكنولوجية فالطواحين الهوائية كانت موازية للإقطاع أو إن هذا الأخير هو الذي كان يوازها، مثلما أن الرأسمالية التجارية في مراحلها الأولى كانت ملازمة للمحرك البخاري، فإن الليبرالية الكونية الجديدة توازي وتستلزم الاقتصاد الكوني الرقمي الذي تعتبر الانترنت أدواته الرئيسية.<sup>(3)</sup> في الأخير هل يمكننا أن نقر بأن العصر الذي نعيشه يشهد هجرة تدريجية لمفهوم الثورة من الحقل السياسي إلى الحقل التكنولوجي بحيث تصبح السياسة تدبير لمقتضيات التحولات الجذرية المتسارعة الناتجة عن الثورات التكنولوجية المتلاحقة.

يحيل الإعلام الجديد إلى ظاهرة متعددة الأبعاد كما أن استخداماته تتسم بالتنوع الشديد كما أن المعنى الأكثر ارتباطا بالإعلام الجديد يتعلق ببعد الجودة والحداثة كمقابل لبعد القَدَم، وعلى هذا النحو يحيل مصطلح الإعلام الجديد إلى معنى الحركة من إعلام قديم إلى إعلام جديد أي من حالة إلى حالة أخرى تتجسد في تطور تقدمي يلغي فيها الجديد القديم، هكذا يتصل مصطلح الإعلام الجديد بمعنى

(1) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2001)، ص 276.

(2) نبيل علي، الانترنت: حديث النعم والنقم، العربي 496 (مارس 2000)، ص 23.

(3) محمد سبيلا، زمن العولمة، مرجع سبق ذكره، ص 75.

التجاوز والقطيعة بين إعلام الماضي وإعلام المستقبل وفي بعض الأحيان إلى معنى النهاية بالنسبة للإعلام القديم والولادة بالنسبة للإعلام الجديد.<sup>(1)</sup>

إن دلالات التحول هذه مرتبطة بسياق حضاري أضحى فيه التغير سمة المجتمعات المعاصرة، لقد شهدت المجتمعات الحديثة موجات من التحول على المستوى الفعلي أو على مستوى الشعارات، إن هذه السمة تحيلنا إلى التحول من الحداثة إلى ما بعد الحداثة ومن المحلية إلى العولمة ومن الطور الصناعي إلى ما بعد الصناعي وفي هذا السياق يمثل الإعلام الجديد أحد عناصر الحركة الشاملة للتغيير.

لا بد من الاعتراف هنا بصعوبة تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد، فعلى الرغم - كما أشرنا سابقا- من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية مازال المفهوم تائها بين حقول علمية متعددة.

## 2.2. مفهوم الإعلام الجديد.

### 1.2.2. تعريف الإعلام الجديد.

يدخل مصطلح الإعلام الجديد تحت عدد كبير من الوسائل التي تتميز بالتفاعل *Intractivity* وهذا يعني أن المستخدم سوف يكون قادرا على التحكم في المعلومات التي يريد الحصول عليها متى أرادها وأينما أرادها وبالشكل والمحتوى الذي يريد، كما يتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصوت والصورة والفيديو ما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا.

إن طبيعة المعلومات هي رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها بشكل إلكتروني وتتميز تكنولوجيا الإعلام الجديد بسهولة استخدامها وهي بخصائصها تلك سوف تغير الكيفية التي نتعلم ونعمل ونتسلى بها، وفي هذا الإطار يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكاته والوسائط المتعددة.

بحسب ليستر *lister* الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.<sup>(2)</sup>

في المقابل يعرفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين: يرى الأول منهما أن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من التطبيقات التي تضم الاتصال الرقمي والنشر الإلكتروني على أوعية متعددة من ضمنها

<sup>(1)</sup> الصادق الحمامي، <<الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والإنصال>>، [ على الخط ] ، تاريخ الزيارة 2014/14/14 ، متاح على الموقع : [http:// sadok hamami.blogspot.com]

<sup>(2)</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم، الوسائل والتطبيقات (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008)، ص 30.

الأقراص بأنواعها، التلفزيون الرقمي والانترنت، اما الثاني فهو يدل أيضا على استخدامات الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة ويخدم على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

يشير المفهوم أيضا إلى الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح بتبادل المحتوى بين مجموعة المستعملين سواء كانوا أفراد أو جماعات صغيرة<sup>(1)</sup> ما يتيح بالنهاية إمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت.

مع قدوم الميديا الجديدة فإن الأشخاص الذين ظلوا لوقت طويل الحلقة الأخيرة في تلقي الاتصال ذو الاتجاه الوحيد سيتحولون إلى منتجين وناقلين؛ ما يسمح بالنهاية بتبادل المنافع والمعلومات وكخبرة مع الهوية العالمية والمواطن العالمي فإن القدرة على التوزيع التي تمتلكها الشبكة الرقمية ستزداد اتساعا.<sup>(2)</sup> إن شساعة الحقل الذي يغطيه مفهوم الإعلام الجديد يستدعي ثراء نظريا دون أن يقدم إجابة قاطعة لدلالة المفهوم، وفي هذا الإطار يعرف قاموس الانترنت الموجز تعبير الإعلام الجديد بأنه أجهزة الإعلام الرقمية عموما أو صناعة الصحافة على الانترنت وفي بعض الاحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة كتعبير يستخدم لوصف نظم إعلامية تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو والسينما.<sup>(3)</sup>

إن التعاريف السابقة تطرح إشكالية أوجه التنظير للإعلام الجديد وممارساته فهل تعبر مرحلته هذه على انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية.

إن النقد الموجه للإعلام الجديد يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها هذا الصنف من الإعلام ما يتيح إمكانية الوصول إلى نموذج نظري للإعلام الجديد، إن الإعلام الجديد على ماهو عليه وليس انطلاقا مما يجب أن يكون عليه هو ما سيمكننا من الحكم عليه انطلاقا من مقدرته على عرض بدائل في مواجهة الإعلام التقليدي ومنظوماته المختلفة.<sup>(4)</sup>

<sup>(1)</sup> **kablan ANDREAS M ,HANLEN Michael** ,utilisation et potentiel commercial des hyperréalistes :une analyse qualitative de second life,revue française du marketing,n222 (sans date) p69-81.

<sup>(2)</sup> **Ali SALMAN et faridah IBRAHIM et mohd yousf HAJ ABDULLAH and others** , the impact of new media on traditional mainstream mass media ,the innovation journal,vol16n3,2011,p02.

<sup>(3)</sup> **عباس مصطفى صادق**، الإعلام الجديد: دراسة في مفاهيمه النظرية وخصائصه العامة، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2013/08/20) متوفر على [www.jadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-18-14-53-45/123-2012-04-21-15-22-](http://www.jadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-18-14-53-45/123-2012-04-21-15-22-) [ 27-html ]

<sup>(4)</sup> **بشرى جميل الراوي**، <حور موقع التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي>، الباحث الإعلامي 18 (2012)، ص 97.



إن أحد السمات التي تفرق بين الإعلام الجديد والقديم هي الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد أولاً والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، إن المنتج النهائي لاندماج النص والصورة والفيديو والصوت هي ما يسمى بالإعلام الجديد مضاف إليه استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي الفارق الذي يميزه وهي أهم سماته.(1)

انطلاقاً من الخصائص السابقة يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى أربع فئات رئيسية:(2)

1- إعلام جديد على شبكة الانترنت online وتطبيقاتها مثل الفيس بوك وتويتر، اليوتيوب والمدونات ومواقع الدردشة وهي بالنسبة للإعلام تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث.

2- تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف الذكية والمذكرات الرقمية الشخصية.

3- نوع قائم على منصة الإعلام التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Off line ويتم تداول هذا النوع بوسائل إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة.

يشير الإعلام الجديد إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة غير التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص والذات يأتیان نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد، وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي فضلاً عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لحدود الدولة الوطنية ومفاهيم السيادة الجغرافية.(3)

## 2.2.2. المقاربات النظرية للإعلام الجديد.

يدل الإعلام الجديد بصفة عامة إلى أشكال التواصل القائمة على التكنولوجيا الرقمية، والمشملة على النشر من خلال استعمال الأقراص المضغوطة والفيديو الرقمي والانترنت، وبالاعتماد على استعمال الحواسيب والشبكات اللاسلكية، وإذا كان يوماً - كما أشرنا آنفاً إلى الطرق الجديدة للتواصل في العالم

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم، الوسائل و التطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 34.

(2) بشرى جميل الراوي، مرجع سبق ذكره، ص 96.

(3) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية ومفاهيمه العامة، مرجع سبق ذكره.

الرقمي التي تمكن المجموعات الصغرى من الأفراد من الاجتماع على شبكة الانترنت واقتسام السلع والخدمات وبيعها وتبادلها والسماح للأفراد بامتلاك صوت في مجتمعهم وفي العالم.<sup>(1)</sup>

إن المعطيات المذكورة لا تحيلنا بالضرورة إلى تعريف جامع ومانع لمفهوم الإعلام الجديد لسببين، أولهما أن هذا الإعلام الجديد الذي تولد من اللقاء ما بين تكنولوجيات الاتصال والبت الجديدة والكلاسيكية مع الكمبيوتر وشبكاته لا يزال ظاهرة في طور التشكل ولم تتبلور مآلاته النهائية، السبب الثاني يتمثل في تعدد المقاربات التي حاولت استيعاب الظاهرة وتأسيس المفهوم وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة، فهناك مقاربات تعتمد على الثورة التكنولوجية و الانترنت كمدخل للتحليل، بينما تعتمد مقاربات أخرى التغيرات التي طرأت على أشكال الإنتاج الإعلامي ويمكن التفصيل في هذه المقاربات كالاتي:

### 1.2.2.2. مدخل نيكولاس نيغروبونتي nicholas negroponte \* لفهم الإعلام الجديد.

يشكل الترقيم أو ترقيم الإعلام حجر الزاوية في فهم نيكولاس نيغروبونتي للإعلام الجديد، إذ يقوم تقدم وسائل إعلام المستقبل في جوهره على تقنية الترقيم ففي عملية نقل الإشارة تقليديا كانت الإشارة عبارة عن موجات كهربية متصلة بمعنى ذرات يتم استبدالها وفق عملية الترقيم بالبتات.<sup>(2)</sup> إن عملية الترقيم بداية وما تلاها من عمليات التشبيك لأجهزة الكمبيوتر هي التي أدت بالنهاية إلى ظهور التبادلات الالكترونية وهي ميزة غير متوافرة في وسائل الإعلام التقليدية.

إن الميزة الأساسية للإعلام الجديد سواء تعلق الأمر بالمفهوم أو الممارسات هو خروجه من عباءة إعلام الدولة والنخب والمؤسسات إلى الأفراد،<sup>(3)</sup> وهي الميزة التي تفسر الآمال التي أثارها البزوغ الحديث نسبيا بممارسة الديمقراطية المباشرة بسبب التفاعلية التي تتميز بها وسائل الإعلام الجديد، المعطى السابق يفسر إدراك بعض السلطات المحلية في العالم للانترنت كوسيلة لإعطاء صوت لكل الجماعات ما يسهل عملية التواصل الرسمية وغير الرسمية.

<sup>(1)</sup> محمد بن هلال، الإعلام الجديد ورهانات تطور الممارسة السياسية، [على الخط]، تاريخ الزيارة(2013/03/10)، متاح على الموقع: <http://www.cerss-ma.org> ]

\* باحث في مجال الاتصال بين الإنسان والآلة ولد بالولايات المتحدة الأمريكية درس في نيويورك ثم سويسرا لينضم بعدها الى معهد ماساشوتس لتكنولوجيا الإعلام الآلي والموارد البشرية بين سنتي 1982 و 1983 ليعود الى بوسطن ويؤسس مخبر وسائل الإعلام وهو المسؤول عن مشروع كومبيوتر لكل طفل بالولايات المتحدة الأمريكية كما عمل مستشارا في إدارة الرئيس بوش الابن .

<sup>(2)</sup> فريدريك فاسور، وسائل الإعلام في المستقبل، ترجمة: خليل أحمد (بيروت: منشورات عويدات، 1996)، ص 09.

<sup>(3)</sup> بشرى جميل الراوي، مرجع سبق ذكره، ص 106.

## 2.2.2.2. النموذج الاتصالي لـ فين كروسبي vin crosbie\* .

يشترك فين كروسبي مع نيكولاس نيغروبونتي في نفس الأفكار ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة من بين الإعلام الجديد والقديم من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية ابتداءً من أول نموذج اتصالي بين البشر وهو نوع من الاتصال الشخصي ليس بحاجة إلى وسائل تكنولوجية لكي يتم وله حالتين تميزانه:<sup>(1)</sup>

### أ - الاتصال الشخصي.

في هذا النوع من الاتصال وبسبب الطابع الشخصي والمواجهي كل فرد يملك درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين طرفي الاتصال فقط بالنسبة للاعتبارات التقنية، فيما يكمن الاختلاف بين الموارد الشخصية والانتظارات والتوقعات التي تنعكس على الترميز الخاص بالمحتوى إن المعطيات السابقة تؤكد الطابع الشخصي للاتصال.

### ب - الاتصال الجمعي.

هو اتصال جماهيري يرتبط بالتطور الجماهيري و بصفة أدق بظهور وسائل الاتصال الجماهيرية، تمثلت نماذجه الأولى في تواصل القادة والزعماء، بلغت به وسائل الاتصال الجماهيرية حدودا غير مسبوقة بسبب خصائصها التقنية إن الاتصال على هذا المستوى يتم في اتجاه واحد والرسالة هي رسالة القاسم المشترك لا يراعى في بناءها الفروقات الفردية.

### ج - الإعلام الجديد كنوع جديد من الاتصال.

يتميز الإعلام الجديد بحسب فين كروسبي برسائله الفردية التي يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر، كما أن الإمكانيات التقنية لمستحدثات الإعلام الجديد تتيح سيطرة واهتماما على نفس الدرجة لأطراف العملية الاتصالية، إنه إعلام يتجاوز العوائق الاتصالية الموجودة في النموذجين السابقين.

إن فهم الإعلام الجديد حسب كروسبي لن يتحقق إلا في حالة واحدة وهي تصور الطابع الشبكي ممثلا في شبكة الانترنت وملايين الكومبيوترات التي ترتبط بهذه الشبكة، إن القيمة المضافة والتغيير

\* فين كروسبي خبير في توجهات الإعلام الجديد وصناعة المضامين الإعلامية يلقب بالمستقبلي العملي كونه خبير إستراتيجيات البث والنشر الرقمي ، قام بإعداد التقرير المشهور : تحول صناعة الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية عمل مديرا تنفيذيا للأخبار في العديد من وكالات الأنباء كما إشتغل محرر ومراسل ومراس التدریس في جامعة ساوثرن كاليفورنيا ومدرسة مارشال للأعمال بالولايات المتحدة الأمريكية .

(1) عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، أعمال مؤتمر الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم متغير، البحرين: جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص 31.

الأكثر أهمية يتمثل في عمليات التبادل والتي تتم بالتوازي والتزامن في بيئة تسمح لكل فرد مشارك بالإرسال والتوزيع.<sup>(1)</sup>

### 3.2.2.2. مدخل ريتشارد دايفيس Richard Davis \* وديانا أوين Diana Owen \*\* .

يضع ريتشارد ديفيس Richard Davis وديانا أوين Diana Owen في كتابهما المشترك الإعلام الجديد والسياسية الأمريكية الإعلام الجديد ضمن تصنيفات ثلاث هي:

- إعلام جديد بتكنولوجيا قديمة.
- إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة.
- إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة.

#### 1- الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة.

يرى الباحثان ريتشارد ديفيس و ديانا أوين أن نموذج الإعلام الجديد بهذه الصيغة يعود إلى أنواع محددة من المضامين التي سادت في حقبة الثلاثينيات من القرن الماضي ممثلة في برامج اليوم Date و ستون دقيقة 60minutes وعروض أحاديث الراديو tv/radio talk show، وبرامج الأخبار الحية live news والبرامج المسائية مثل Night line، برامج الصباح : صباح الخير أمريكا، كما أن التلفزيون جدد نفسه بشكل أكبر مع نماذج مستحدثة من البرامج مثل: برنامج أوبرا وينفري ophra winfrey وقنوات مثل أم تي في MTV في الموسيقى والتي مدت أفقها للتغطية الإخبارية ساعة بساعة.

إن السؤال الذي يطرح نفسه على هذا المستوى من التصنيف هو: ما علاقة هذه البرامج بمفهوم الإعلام الجديد؟ إن معيار التجديد هنا يقصد به المضامين الإعلامية المنتجة، فقد كانت هذه البرامج تشكل نماذج جديدة في ميدان الإنتاج الإعلامي إذ تم تطبيق أساليب مستحدثة في بناء الموضوعات وتقديمها كما تم استخدام التكنولوجيات الحديثة مثل الشبكات. إن تغطية حادثة تفجير مبنى بلدية أوكلاهوما سيتي قدمت نموذجا جديدا للعمل الإخباري في وسائل الإعلام الأمريكية، فالتغطيات تغيرت

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم الوسائل والتطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 36-37.

\* بروفيوسور في العلوم السياسية متخصص في الاتصال السياسي، ألف العديد من الكتب ونشر العديد من المقالات حول : التأثيرات السياسية لأحاديث الراديو- النقاشات السياسية على الانترنت، ناشط سياسي ومستشار للحملات الانتخابية شغل منصب رئيس قسم الاتصال السياسي في الجمعية الأمريكية للعلوم السياسية.

\*\* أستاذة العلوم السياسية وتدرس الإتصال الثقافي وهي مديرة برامج الدراسات الأمريكية، ألقت العديد من الكتب منها : الإعلام الجديد والسياسات الأمريكية مع ريتشارد ديفيس - الرسائل الإعلامية في الانتخابات الرئاسية الأمريكية - السياسات والحكم في الولايات المتحدة الأمريكية في عصر المعلومات، كما كتبت العديد من المقالات حول الانتخابات والسلوك التصويتي والسياسات الاجتماعية والتعليم .

كثيرا في الشكل وطريقة المتابعة واستخدام كافة وسائل الاتصال والعرض والجرافيكس في هذه الفترة انتبه الباحثون إلى الطبيعة المذهلة للتكنولوجيا وتأثيرها على العمل الإعلامي.(1)

## 2- إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة.

تمثله جميع الوسائل التي نعيشها الآن والتي تعمل على منصة الكمبيوتر وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة وعلى رأسها شبكة الانترنت، إن الميديا الجديدة على هذا المستوى تشكل تحديا مكونا من الحواسيب الآلية تسمح بالمشاركة الجماعية في الكلمات وباقي الرموز وتكوين وبناء روابط للمحادثة والبرامج الإخبارية مع أشخاص ومضامين مختلفة، كما أن رقمنة المحتويات تسمح بالنقل المركب عبر شبكات التوزيع وإتاحة المضامين في شكل معطيات ودمجها وتقديمها في أشكال متعددة من الصوت، الصورة والفيديو، إن هذه المكونات والخصائص بإمكانها تعديل الأبعاد الأربعة الأساسية التي تنسب لأي وسيلة إعلامية وهي: التفاعلية- الاتصال وجه لوجه- سعة الربط- البناء وهندسة الشبكة- وعلى الرغم من أن جميع الوسائط هي امتداد للبناء الاجتماعي إلا أن الميديا الجديدة تضي عليها معاني الاتصال اللاشخصي بمعنى أنها منتج بخصائص صناعية ناتجة عن بناء اجتماعي.(2)

## 3- إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة.

في هذا التصنيف يزول الفرق بين القديم والجديد إن الحدود لا تكاد تظهر بسبب علاقات الاستعارة والاستيعاب والاندماج والتوظيف بين الوسائل القديمة والوسائل الجديدة، كما أن التهافت المتزايد على التكنولوجيات الجديدة من قبل المؤسسات الإعلامية التي توصف بالقديمة يشير إلى اعتراف ضمني بأهمية الإعلام الجديد.(3)

وفيما يتهاجن القديم مع الجديد تعمل وسائل الاتصال الجماهيرية سواء كانت صحافة مكتوبة أو محطات تلفزيونية على التواصل مع جماهيرها باستخدام أدوات الإعلام الجديد.(4)

(1) كارولين ديانا لويس، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمود شكري العدوي (ط1، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1993)، ص 204-206.

(2) **Ronald E. RICE**, artifacts and paradoxes in new Media: new media and society, vol1n =1 (1999).p24-25.

(3) **عباس مصطفى صادق**، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 31.

(4) **anonym** reporting from the internet, [on line] visited :

(October2010),[http://www.handbook.reuters.com/index.php/reporting from the internet#social- media – guidelines].

#### 4.2.2.2. مدخل ليف مانوفيتش liv manovich \* للإعلام الجديد.

وفق ليف مانوفيتش فإن محاولة فهم دلالات الإعلام الجديد لا يتم إلا بتجاوز الفهم السائد وهو فهم يقتصر على الإشارة إلى دور الإعلام الآلي في توزيع وعرض المعلومات واستبداله بنظرة أعمق من شأنها أن تصف وتحدد التغيرات التي يعرفها الاتصال وبنية وطبيعة الرسائل الجديدة الناتجة عن العملية الاتصالية، انطلاقاً من هذه المقاربة وبالأخذ بعين الاعتبار حالة التزاوج والاندماج بين سياقات كانت مختلفة في السابق يحدد مانوفيتش الحالات الرئيسية للإعلام الجديد من خلال المؤشرات الآتية:<sup>(1)</sup>

##### 1- التمثيل العددي:

حينما يتم معالجة الصورة والصوت رقمياً، أي حينما يتم تحويل كل الوسائط إلى الإشارات الرقمية (من الذرات إلى البتات) يصبح من الممكن خلط ومزج واستخدام وإعادة استخدام الإشارات الالكترونية عدة مرات متجمعة أو متفرقة دون مجهود يذكر. إن عملية الخلط والمزج وإعادة الاستخدام للصوت والصورة والبيانات يطلق عليها الوسائط المتعددة وقد يبدو للوهلة الأولى أن ذلك عملية معقدة ولكنه ليس أكثر من عرض وبناء رموز مختلطة ببعضها البعض.<sup>(2)</sup>

##### 2- الأتمتة\*:

جميع وسائل الإعلام الجديدة تخضع بشكل ما إلى حالة أتمتة في كل أو بعض عملياتها بدرجات معقدة أو بمستوى بسيط من التعقيد، إن مواقع الانترنت الدائمة التجدد والحركة ومواقع التواصل الاجتماعي التي تعد حالة نموذجية لمفهوم الأتمتة وبنوك البيانات المتاحة على الشبكة ومحرك البحث غوغل<sup>(3)</sup> كلها مهيكلت تقنيا للاستجابة السريعة لطلب وحاجات المستخدم.

---

\* فنان وكاتب ومبرمج ولد في موسكو وانتقل إلى مدينة نيويورك ليحصل من جامعتها على درجة الماجستير ثم الدكتوراه من جامعة روشستر بعنوان : هندسة الرؤيا والتي تتبع فيها جذور ميديا الكمبيوتر منذ 1920، يعمل حالياً أستاذاً في قسم الفنون المرئية بجامعة كاليفورنيا سان دييغو ومديراً لمخبر التحليل الثقافي في معهد كاليفورنيا للمعلومات ، تحظى كتاباته بتقدير عال داخل أمريكا وخارجها ، من أهم كتبه : الميديا الجديد - سينما ناعمة.

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، [على الخط]، (2014/09/08)، متوفر على الانترنت على الموقع الإلكتروني:

[<http://jadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-22-10-44-52/2012-04-18-14-53-45/123-2012-04-21-15-22-27-html>].

(2) نيكولاس نيغر وبونتي، التكنولوجيا الرقمية، ترجمة: سمير إبراهيم شاهين (ط1، القاهرة: مكتبة الإسكندرية، 1998)، ص 29. يقوم مفهوم الأتمتة على مبدأ الاستفادة من الحاسب الآلي في إنجاز المهام التي كانت تنجز بشكل يدوي بواسطة البشر، وهو مصطلح مستحدث يطلق على كل شئ يعمل ذاتياً، تتطلب الأتمتة برنامج مكتوب بلغة برمجية معينة بناء على الغرض من إنشاء مجموعة البرامج المساعدة يطلق عليها نظم المعلومات وهي استخدام تقنية المعلومات لتسهيل وتيسير العمل أي كان نشاطه . أنظر : - ختام بنت عاهدة الشريدة، مفهوم الأتمتة، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2016/03/14، متاح على الموقع: [ <http://rs.ksu.edu.sa/126053html> ]

(3) Ali SALMAN et Faridah IBRAHIM et Mohd Yousef HAJ ABDULLAH and others, op cit.

### 3- القابلية للتحويل.

وهي إمكانية نقل المعلومات من وعاء إلى آخر والبت عبر أكثر من وعاء والمعالجة بأساليب مختلفة،<sup>(1)</sup> الإعلام الجديد يمكن أن يتيح نسخا مخصصة وملبية لحاجة الفردانية وإضفاء الطابع الشخصي عليها، إن حالة التنوع هذه يمكن أن تشمل:<sup>(2)</sup>

أ- إمكانية فصل المحتوى: يتوفر النشر الإلكتروني على صفة التحديث بخلاف النشر الورقي ما يؤدي بالنهاية إلى وجود نموذجين لمحتوى إعلامي واحد وهو المقصود بالفصل.

ب- إمكانية التعديل: من السهل بسبب الإمكانيات التقنية للوسائط الجديدة تعديل حجم الصور والرسومات والصفحات وتحريكها أو خلق بيئات افتراضية.

ج- التفاعلية: يطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر ومن ذلك نجد استعمال مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل: الممارسة الثنائية، التبادل والتحكم.

### 3.2.2. دواعي وسياقات التحول من القديم إلى الجديد.

إن ظهور الإعلام الجديد لم يكن وليد الصدفة ولا الفراغ ولكنه نتيجة لتضافر العديد من العوامل التي أدت إلى تبلور هذا النموذج الجديد من الإعلام، ومن الطبيعي أن يتميز هذا الإعلام بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن الإعلام التقليدي أما بالنسبة للعوامل التي أدت إلى ظهور الإعلام الجديد يمكن أن نوجزها في المتغيرات الآتية:

### 1.3.2.2. المتغير التقني.

يتمثل العامل التقني في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر وتجهيزاته وبرمجياته بدايةً،<sup>(3)</sup> ثم التزاوج بين الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال والذي أدى إلى نشوء ما بات يعرف بطريق المعلومات السريع، الذي كان يقصد به في أول الأمر شبكة الانترنت ثم انطوى على جملة التطورات الاتصالية القائمة على شبكات الكمبيوتر وآثارها مثل نشوء مجتمع المعلومات، والصمت عن المطالبة بنظام إعلامي عادل واستبداله بالحديث عن الفجوة الرقمية.<sup>(4)</sup>

تمثل الطرق السريعة للمعلومات المشهد الصارخ لثورة الاتصال الخامسة حيث ويفضل هذه الطرق أمكن وضع جميع التقنيات المتوافرة على صعيد الاتصالات والمعلومات في منظومة مدمجة

(1) حسن رضا النجار. تكنولوجيا الاتصال: المفهوم والتطور، أعمال مؤتمر الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم متغير، البحرين: جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، ص 507.

(2) عباس مصطفى صادق. الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، مرجع سبق ذكره.

(3) سميرة شيخاني، <<الإعلام الجديد في عصر المعلومات>>، مجلة جامعة دمشق، مجلد 26، العدد 1-2 (2010)، ص 435.

(4) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 10.

واحدة.<sup>(1)</sup> إن الطرق السيارة للمعلومات لا تمثل فقط كما يرى البعض استخداما رمزيا موجها لبعض القيم التعبوية، فهي متأتية أيضا من إستراتيجية مبنية على إعادة تركيب وموضوعة فضاء الاتصالات وذلك بإدماج بعض الفاعلين الجدد في هذا الميدان.<sup>(2)</sup> تتميز الوسائط الاتصالية الجديدة في ظل طرق المعلومات السريعة بعدم خضوعها إلى نمط واحد، إذ أنها تتعامل مع فضاء اتصالي عالمي مصطبغة بطابع لا مادي من حيث تجريد الأشياء من أبعادها المادية واللاتزامن من حيث عدم التقيد بأبعاد زمنية محددة واللاتموقع من حيث عدم الحاجة إلى الحضور بنفس الموقع أو المكان.<sup>(3)</sup>

إن تحديد تاريخ مصطلح الثورة يرتبط بظهور كلمة الثورة لأول مرة في الأدبيات الإعلامية، في تقرير عام قدمه إلى الرئيس الفرنسي جورج بوميدو george pompidو كلا من سيمون نورا simon nora والين ماين alain mayne بشأن إدماج التلفون والحاسوب والتلفزيون في جهاز واحد، ولكن بنظام مختلف يسمح من خلاله بتغيير المعطيات بين أجهزة الحاسوب عبر الكابلات ومحطات تقوية الموجة والأقمار الصناعية في عملية اتصال أسرع وهو ما يعرف بـ"التلماتيك" واعتبر ذلك ثورة رابعة من ثورات التفاعل الاجتماعي في تاريخ المجتمعات الإنسانية، فيما رأى آخرون أنها تمثل الثورة الاتصالية الخامسة بعد ثورات اللغة والتدوين والطباعة والكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية.<sup>(4)</sup>

يصف ألفن توفلر alvin toffler\* هذه المرحلة بالموجة الثالثة، حيث يرى أن البشرية قد مرت حتى الآن بموجتين عظيمتين من التحول، محت كل منهما ثقافات ومدنيات الأولى وأحلت أساليب حياتية جديدة محلها لم يكن يتخيلها أحد من قبل. الموجة الأولى وهي الموجة الزراعية التي استغرق إنجازها آلاف من السنين وانتهت عام 1200 مع ظهور الموجة الثانية والتي استغرقت ثلاثمائة عام وانتهت في نهاية الستينات أو بداية السبعينات لتحل منذ ذلك الحين الموجة الثالثة<sup>(5)</sup> في عصر جديد له تسميات عدة: عصر المعلومات ثم عصر الثورة الرقمية وعصر الذكاء الاصطناعي وعصر الهندسة الوراثية، ومن المرجح أن تكتمل هذه الموجة خلال عدة عقود فقط، حيث يسير التاريخ بتسارع كبير في عصرنا

(1) محمود علم الدين، <<ثورة المعلومات ووسائل الاتصال>>، مجلة السياسة الدولية، العدد 123 (جانفي 1996)، ص 503.

(2) الصادق رابح، <<إستراتيجيات الطرق السيارة للمعلومات في الدول المصنعة>>، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية، عدد 02 (2002 2003)، ص 306.

(3) جوهري الجموسي، المجتمع الافتراضي (تونس: نوفابرنت، 2007)، ص 22.

(4) مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، (ط1، عمان: الأهلية للنشر والتوزيع، 2004)، ص 52-53.

\* ولد في 4 تشرين الأول 1928، كاتب ومفكر أمريكي وعالم في مجال دراسات المستقبل تم ترجمة كتبه إلى عدة لغات عالمية، قام بتدريس رؤساء دول مثل ميخائيل غورباتشوف رئيس الإتحاد السوفيتي الأخير والرئيس الهندي أبو بكر زين العابدين عبد الكلام ورئيس وزراء ماليزيا السابق مهاتير محمد كان توفلر في أعماله يناقش الثورة الرقمية وثورة الاتصالات وثورة الشركات والتطور التكنولوجي، عمل نائبا لرئيس تحرير مجلة فورتشن الشهيرة. ركز توفلر في كتاباته المبكرة على التكنولوجيا وتأثيرها على الناس مثل تأثير المعلومات الزائدة أو الفائضة ثم تحول إلى = دراسة ردات الفعل والتغيرات في المجتمع، وكانت كتاباته بعد ذلك دراسة عن تركيز الدول بشكل واضح في القرن الواحد والعشرين على تطوير المعدات العسكرية وانتشار الأسلحة وتطوير التكنولوجيا وعلى الرأسمالية، وصفت مؤسسة أكسنوتور للاستشارات الإدارية توفلر بأنه ثالث أهم شخص بين رواد الإدارة في أمريكا بعد بيل غيتس وبيتر دراكر كذلك أطلق عليه في الجريدة البريطانية فاينانشال تايمز بأنه "أشهر عالم دراسات مستقبل في العالم".

(5) محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات (الجزائر: دار هوم، 2003)، ص 71.



هذا، لتؤثر على كل فرد منا فالأسرة ستكون أكثر تجزءا والاقتصاد سيختلف مفهومه والسياسة تتبنى قيما ونظريات مختلفة، وهي في مجملها تتحدى علاقات القوى السابقة وامتيازات النخب المعرضة للخطر وتقدم لنا الأرضية التي ستتصارع عليها قوى المستقبل.<sup>(1)</sup>

إن تفسير الموجة الثالثة حسب ألفين توفلر هو التراكم الثقافي والعلمي والمعرفي وتقنيات العصر المختلفة، التي تمثل الطرف الثاني من الموجة الثالثة وهي التقنية في مجالات عدة خاصة المعلومات والاتصالات، إذ أفرزت الحضارة الجديدة الأعضاء الحسية الالكترونية التي تسمع وتلمس بدقة واستخدام الحاسوب المنزلي الأمر الذي يعني إمكانية العمل في البيت بدلا من الذهاب إلى محل العمل أو المصنع، ويتصل بالثورة الرقمية انتشار قوى الإستراتيجيات الاقتصادية العالية التقنية المنخفضة الطاقة، وفيما يتصل بالثورة الرقمية ثورة أخرى على صعيد الاتصالات التي تعطي كلا منا صورة مركبة عن الذات وتزيد من تميزنا عن الآخرين وتسرع العملية التي نجرب من خلالها صور متعاقبة وتجعل من الممكن أيضا تسليط الضوء على صورتنا الكترونيا ولا يعرف بعد مدى تأثير ذلك على الشخصية الإنسانية في المستقبل، وبذلك نشهد سقوط العقل الجماعي حيث تنتشر وسائل الإعلام والاتصالات الجديدة التي توصف بأنها غير جماهيرية بل إنها ذات اتجاهات فردية أو مجموعاتية وتوضح تنوعا جديدا من الصور والأفكار والرموز والقيم في المجتمع وهو ما يرتبط بالطرف الأول للموجة الثالثة.<sup>(2)</sup>

## 2.3.2.2. المتغير الاقتصادي.

يتمثل العامل الاقتصادي في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء بل لكونها - أي المعلومات - سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوم بعد يوم. إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر.<sup>(3)</sup>

لقد أدى تصاعد ظاهرتي التدويل إلى الحد من الطابع الوطني للدولة القطرية إذ لم تعد مرجعيتها مطلقة بالنسبة لمصادر المعرفة والتكنولوجيا والاقتصاد، أي أن المستوى الوطني لم يعد المقياس الإستراتيجي الأساسي كما كان عليه من قبل، فهناك تهميش تدريجي لمبادئ ونظم وأنماط التنظيم والتقييم للمصادر المادية واللامادية المرتكزة سابقا حول وحدانية وتناسقية النظام الوطني.<sup>(4)</sup> وفي الوقت الذي يتم

(1) حسن عماد مكاي، مرجع سبق ذكره، ص 53.

(2) مؤيد جبار الحديشي، مرجع سبق ذكره، ص 55.

(3) سميرة شبخاني، مرجع سبق ذكره، ص 444.

(4) يحيى البيحاوي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومفهوم الدولة، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2005/06/07) متاح على الموقع:

[ [http:// www.elyahyaoui.org/iichtiraki](http://www.elyahyaoui.org/iichtiraki) 14-10-96.html ]

فيه الانتقال تدريجيا من مجتمع مبني على إنتاج السلع المادية المصنعة إلى مجتمع مبني على إنتاج العلم والمعرفة والذكاء "اللامادة"<sup>(1)</sup> يحدث بالموازاة مع ذلك انفجار ضخم في التقنيات وميل متسارع باتجاه تداخل تكنولوجيايات الاتصال والمعلومات والسمعي - بصري<sup>(2)</sup> يرافقه تغيير جذري في وسائط الاتصال بغرض النقل المركب للصورة والصوت والكلمات المقروءة<sup>(3)</sup> ما أدى بالنهاية إلى تبلور الطابع الشبكي الذي يميز القطاعات الثلاثة التي تكون قطاع الإعلام والاتصال (الاتصالات، السمعي - بصري، المعلومات)، إن القيمة المضافة التي تعطيها الطبيعة الشبكية لهذه القطاعات<sup>(4)</sup> هو قدرتها على التأثير على أنماط التنظيمات والتوظيفات والتسيير المكرسة طيلة عقود ما قبل عصر المعلومات<sup>(5)</sup> إن المعطيات السابقة جعلت من قطاع الإعلام قلة الصناعيين والفاعلين الاقتصاديين والمؤسسات الإنتاجية ودفع التنافس عليه باتجاه إعادة تقنيته وتحريره وفتحه للاستثمار الخاص عن طريق مؤسسات جزء منها غريب عن القطاع وإقحام الحقل الإعلامي في إطار المنظمة العالمية للتجارة والعمل على تحرير كل هذه القطاعات لتسقط في منطق السوق، ليصبح سوق الإعلام سوق ضخم يمنح التحكم فيه امتيازاً إستراتيجياً ضخماً ويمكنه من فرض منطقته ومنطق مؤسساته، وهذا الرهان أساسي ويفسر جزئياً الصراع بين الو.م.أ وأوروبا واليابان حول إشكالية التلفزة عالية الدقة واجتهاد العمالقة الثلاث في وضع أسس اقتصاد مجتمع الإعلام والاتصال للقرن الواحد والعشرين.<sup>(6)</sup>

إذا أمعنا النظر في أطروحات توفلر نرى أنها تعبر عن مفاهيم نادي روما الاقتصادي الذي طرح في خمسينيات القرن الماضي، وكان في طليعة مفكره المفكر الفرنسي ريمون أرون rimon aron حيث يرى في كتابه المجتمع الصناعي عندما أكد أن بعض الظواهر الجوهرية لتقسيم العمل تحدها تقنية الإنتاج بصورة قاطعة تقريبا وهذه الظواهر تبدو متماثلة في كل المجتمعات الصناعية، والسمة الأقل أهمية والأكثر ابتداءً من درس المغايرة الاجتماعية هو الذي يجابه التركيب التقني للمجتمعات الصناعية... وفي مؤلفه صراع الطبقات في نبوءة أطلقها في الخمسينيات ترى أن الصراع بين المعسكر الشيوعي والمعسكر الرأسمالي ليس هو العامل الحاسم بين الكتلتين وإنما هو المتغير التقني.

وجد البعد الاقتصادي المتعلق بالإعلام الجديد صداه في أكثر من منبر إذا اعتبرت إدارة الرئيس الأمريكي بل كلينتون bill clinton أن الثورة الرقمية خاصة موضوع طريق المعلومات السريع قضية ذات

(1) السيد ولد أباه، اتجاهات العولمة (ط1، مراكش: المركز الثقافي العربي، 2003)، ص 06.

(2) يحيى اليحياوي، عن الأساطير المحددة لخطاب مجتمع الإعلام، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2005/06/07)، متوفر على الموقع

[ <http://www.elyahyaoui.org/myth.html> ]

(3) يحيى اليحياوي، تكنولوجيا الصفة، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2005/06/07)، متوفر على الموقع

[ [http://www.elyahyaoui.org/ichtirakii\\_21-10-96.html](http://www.elyahyaoui.org/ichtirakii_21-10-96.html) ]

(4) يحيى اليحياوي، في الثورة الإعلامية والمعلوماتية المعاصرة، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2005/06/07)، متوفر على الموقع

[ <http://www.elyahyaoui.org/ars-phile.html> ]

(5) بوقرة رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 87.

(6) مؤيد عبد الجبار الحديثي، مرجع سبق ذكره، ص 55.

أولوية رئيسية، ففي مؤتمر الاتصالات العالمية الذي عقد في بيونس آيرس عام 1994 طرح آل غور al gor رؤية وم.أ بشأن البنية الأساسية للمعلومات دولياً والتي يعتقد فيها أنها تهدف إلى دعم النمو الاقتصادي النشط والمستدام، انعكس هذا التفكير على بقية أنحاء العالم خاصة أوروبا واليابان، ففي مؤتمر الدول الصناعية الكبرى في مقر البرلمان الأوروبي في بروكسل عام 1995 أعلن جاك سانتر Jacques Santer رئيس المؤتمر ورئيس اللجنة الأوروبية عن وثيقة بعنوان خاتمة الرئاسة، تؤكد على أن تطور مجتمع المعلومات يهدف لدعم مستقبل القدرة التنافسية في أوروبا ودعم الاستثمارات في الاتحاد الأوروبي وحفز الطاقات الابتكارية والإبداعية (1) " لا بد أن يصبح الأوروبيون هم المحركون والمصممون والمشيدون والمنتجون والمصلحون والموردون والممولون في سياق مجتمع المعلومات العالمي وليس منتظرين على طريق التكنولوجيات وكأنهم مسافرون إلى مجرة لا ينتمون إليها".

### 3.3.2.2. المتغير السياسي.

يتمثل العامل السياسي في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.(2)

يمكن التذليل على ذلك أكثر بمحاولات الإحياء السياسي للمشاريع القديمة، إن المشروع المرتبط بالطرق السيارة للمعلومات وشعار مجتمع الإعلام ليس بالأمر الجديد إذ يظهر موضوع الطرق السيارة للمعلومات كوسيلة فعالة من أجل إعادة بعث الحلم القديم سياسياً، ففي المرحلة التي نعيشها اليوم -حيث أن هناك شبه إجماع على تراجع فلسفة المعنى- فإن مشاريع الطرق السيارة للمعلومات تتيح للدول المصنعة أن تتميز حسب محددات جديدة وأن تسطر لنفسها طموحات جماعية تدخل بها الألفية القادمة. إذا كانت إستراتيجيات الشبكات الرقمية المدمجة للخدمات محكومة بمنطق اقتصادي تقني غير مرن يجعلها هزيلة الأداء والفعالية، فإن الطرق السيارة للمعلومات على العكس من ذلك مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بمخيال اجتماعي غني جداً وذو خبرة تعبوية كبيرة يعتمد في تذيلاته على ازدهار الأفراد وتفاهم الشعوب الذي يتجاوز الفضاءات الجغرافية القامعة وميلاد ديمقراطية جديدة.

انطلاقاً من سهولة إدراج موضوع الطرق السيارة في "الأجندة الشعبية" فقد عرف هذا الموضوع أصداءً ونقاشاً وتبني واسعين على المستوى الرسمي والشعبي بسبب خصائص الطرق السيارة في حد ذاتها وهي سهولة الاستعمال وعلاقة القرب اليومي للأفراد والعمومية والأثر، كما أن الغموض الذي يكتنف موضوع الطرق السيارة وقدرته على حمل وتمثيل أهداف متعددة يساهم بفعالية في نجاحه واحتضان

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 26

(2) أسماء شيخاني، مرجع سبق ذكره، ص 444.

المجتمع له.<sup>(1)</sup> إن بزوغ الإعلام الجديد يبرهن بما لا يدع مجالاً للشك على قدرة هذا الأخير على إعادة هيكلة الفضاء العمومي على مستوى تبادل الرسائل وأدوار الفاعلين الاجتماعيين على مستوى هذه التبادلات، على هذا المستوى يمكن للإعلام الجديد بتطبيقاته المختلفة أن يكون منبراً للنقد الاجتماعي والسياسي للسلطة وأدائها وأداة للتعبير على المستوى الاجتماعي والسياسي من خلال توليد أفكار وطرق جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع، كما أنه من الممكن أن يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية وبين العمل والبطالة وبين المعارضة والحكومة، كما أن الإعلام الجديد ينحدر من مرجعية عفوية وغير منظمة تأخذ من مبدأ حرية التعبير والاستقلال من كل الالتزامات الإيديولوجية أو الاقتصادية القائمة دون أي قيد. يقيم الإعلام الجديد فرضاً لازدهار المجتمع المدني فتعددية الفاعلين وحدها هي التي يمكن أن تختار تنمية ثقافية ديمقراطية وتقديم هويات عدة وأفكار جديدة عن التقدم والتنمية في فضاءات لم تكن تتلاءم يوماً معها ويمكن أن يكون نتاجاً للمقاومة والثقافة المحلية.

وعلى الرغم من التفاؤل الكبير الذي رافق خطابات الإعلام الجديد، فإنه إعلام يفتقر إلى الوضوح بالنسبة لمجاله ومداه و ليس هناك اتفاق على حدود مقبولة وكما يؤكد امبرتو إيكو umburto eco \* "في كل قرن تعكس الطريقة التي تقوم عليها الأشكال الإعلامية الطريقة التي يرى بها العلم والثقافة المعاصرة الواقع" وقد يعني هذا أن أشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك والنسبية والفوضى وهي الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة.<sup>(2)</sup>

قدمت الأحداث التي شهدتها المنطقة العربية والتي اصطلح على تسميتها بالربيع العربي بغض النظر عن الموقف من المصطلح أو التقييمات التي يمكن أن تعطى لهذه الأحداث، قدمت أدلة واضحة على أهمية الإعلام الجديد ودوره المؤثر في التغيير السياسي.

في دراسة قام بها المعهد الأمريكي للسلام بعنوان "الإعلام الجديد والصراع بعد الربيع العربي" كان موضوعها دور وسائل الإعلام الجديدة في هذا الحراك قدم خمس مستويات للتحليل كأساس لفهم الدور السياسي الذي يمكن أن تلعبه الميديا الجديدة هذه المستويات هي:<sup>(3)</sup>

(1) الصادق رابح، إستراتيجية الطرق السيارة للمعلومات في الدول المصنعة، مرجع سبق ذكره، ص 306.

\* فيلسوف إيطالي، وروائي وباحث في القرون الوسطى ويُعرف برواياته الشهيرة اسم الورد، ومقالاته العديدة وهو أحد أهم النقاد اللاتينيين في العالم. عمل إكو محرراً ثقافياً للتلفزيون والإذاعة الفرنسية، وحاضر في جامعة تورينو، كما صانق مجموعة من الرسامين والموسيقيين والكتاب في الإذاعة والتلفزيون الفرنسيين الأمر الذي أثر على مهنته ككاتب فيما بعد، خصوصاً بعد نشر كتابه الأول مشكلة الجمال عند توما الأكويني II Problema Estetico di San Tommaso الذي كان توسعة لأطروحة الدكتوراه خاصته.

(2) بشرى جميل الراوي. مرجع سبق ذكره، ص 103.

(3) united states institute of peace, new media after the arab spring,[on

line], visited : (22/10/2014) :http://www.usip.org.

أ- الفرد: إن الطريقة المثلى لفهم طبيعة التأثيرات التي أفرزتها الميديا الجديدة على هذا المستوى، هي التركيز على أنماط الاتصال الفردية والتي خالفت تماما طرق الاتصال وأنماطه الرسمية أولا، وتشابهه مواقف وسلوكيات الأفراد في عموم دول المنطقة التي شملتها هذه الأحداث وهذا التشابه يمكن أن ينسب جزئيا للميديا الجديدة، تشابه ترسمه صورة شباب ذوو مستوى علمي عالي يقطنون في المراكز الحضرية يتقاسمون نفس المفردات السياسية كما يتقاسمون احتقار الأنظمة السياسية أيضا، ويبرهنون بشدة على إرادتهم في تغيير الأنظمة القمعية - حتى وإن كان الإقرار بصعوبة التسليم بأن الميديا الجديدة هي وحدها المسؤولة عن هذا الحراك في ظل وجود مشاكل حقيقية وفعالية [التعليم- البطالة- الجهوية- المتغيرات الدولية] -.

ب- **المجتمع:** على صعيد المجتمع هناك افتراضات حقيقة حول دور وسائل الإعلام الجديدة كمركز للاستقطاب الاجتماعي والسياسي، لقد أكدت الأحداث إمكانية أن يلعب الإعلام الجديد دورا مهما في صياغة اتجاه عام مشترك حول القضايا المطروحة.

ج- **الفعل الجمعي:** إن الأثر المباشر والحاسم لوسائل الإعلام الجديدة يتمثل في قدرة الفاعلين الاجتماعيين على تنظيم أنفسهم وحركاتهم وردودهم بأنفسهم وبشكل جماعي، لقد شكلت الميديا الجديدة بالفعل مركز تجمع يتم فيها عرض وربط المتغيرات السياسية وكذلك تنسيق التحركات الجمعية<sup>(2)</sup>.

د- **الأنظمة:** لقد استخدمت الأنظمة أيضا الميديا الجديدة للحفاظ على استمراريتها. لقد ركز الكثير من المحللين على الإستراتيجيات المتبناة من قبل الناشطين ونسوا الإستراتيجيات المتبناة من قبل الأنظمة، لقد قامت الأنظمة باستخدام عريض ومكثف لأرقى التقنيات الغربية لمراقبة مستخدمي الانترنت وتطبيقاتها المختلفة، إن هذا السلوك أنتج خيبة أمل قوية بسبب استغلال التكنولوجيا الحديثة بشكل عكسي.

هـ- **التوترات الدولية:** إن تطبيقات الإعلام الجديد يتم استخدامها في جميع دول العالم، التبادلات (المضامين) تتم ببسر لذلك شكلت مضامين الميديا الجديدة معتمداً للحكومات الأجنبية لتعميق معرفتها المحدودة بالفاعلين على الأرض، كما قادت وسائل الإعلام الجديدة وسائل الإعلام التقليدية على مستوى مخرجاتها من خلال تزويدها بالمادة الإخبارية والملاحظة البسيطة تكشف أن الأفلام والقصص الإخبارية تم إنتاجها بالفعل من قبل المواطن الصحفي خلال تطورات الأحداث في المنطقة العربية<sup>(1)</sup>.

(2) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص 179 - 180.

(1) united state institute of peace, op-cit.

#### 4.3.2.2. تقويم الإعلام الجديد.

أصبح من المسلم به اليوم أكثر من أي وقت مضى أن الحركية التي ميزت قطاع الإعلام والاتصال منذ ما يزيد عن ثلاثة عقود من الزمن هي حركية أولا وبالأساس تكنولوجية محضة، تتدخل في تحديد توجهاتها عوامل الانتقال الجغرافي للطلب وانفتاح أسواق جديدة ووصول فاعلين جدد، إن تعدد شبكات وخدمات وتجهيزات الاتصال وتكاثر التطبيقات والبرامج في ميدان المعلومات وكذا الشبكات والقنوات والبرامج في الميدان السمعي البصري هي إحدى المظاهر الأساسية لهذه الحركية في الوقت الراهن ويعتبر تداخلها وتشابكها والميل باتجاه تواجها إحدى مميزات الأساسية وإذا كان خطاب مجتمع المعلومات يركز بشكل كبير على فكرة مجتمع التواصل فإنه بالإمكان تقديم مجموعة من النقاط التي يتمحور حولها هذا الخطاب.

#### أ- الخطاب المؤسس لمجتمع التواصل:

يقوم الخطاب المؤسس لمجتمع التواصل على مجموعة من المسلمات هي :

#### - الوفرة:

مجتمع الإعلام بطبيعته هو مجتمع الوفرة الاتصالية والديمقراطية الثقافية على اعتبار أن هذا الأخير سيمكن من تحقيق الوفرة الكمية بتعبير أبراهام مولس abraham moles أو تعددية الاختيار وفق اصطلاح ألفين توفلر alvin toffler، إن الوفرة التي تميز مجتمع الإعلام إنما هي ضمانة كبرى للوصول إلى المعرفة والانفتاح الاجتماعي، ويعتبرون أن ما كان نخبوا قد انتهى بتحويله إلى ممارسة جماهيرية بحكم انخفاض أسعار الأدوات والمواد الثقافية.(2)

#### - السرعة:

مجتمع الإعلام هو مجتمع السرعة والآنية بامتياز مجتمع ينبئ بكوكب مكيف متداخل ينبئ بطقوس الوقت الآني أيضا مع الارتباط الشمولي إنه مجتمع متواصل دون اعتبار للمسافات أو التكلفة.(3)

(2) يحي اليحيوي، عن الأساطير المحددة لخطاب مجتمع الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره.

(3) أديب خضور، الإعلام والأزمات (ط1، الجزائر: دار الأيام، 1999)، ص 13.

## - التدويل:

في مجتمع الإعلام هناك تداخل عميق للمشاكل وميل متسارع باتجاه تدويلها، بحكم نجاح التكنولوجيا في تغطية الكوكب بغشاء شبكات الاتصال، مجتمع الإعلام إذن مجتمع عماده علاقات جديدة ترتبط فيه المجتمعات والشركات والدول بالبعد الزمني.

## - الاستقلالية والمشاركة:

يحولنا الإعلام الجديد وفكرة مجتمع المعلومات إلى أن أفراد هذا الأخير فاعلين ومستقلين ومتداخلين وتفاعليين فهو مجتمع التداخلية والتبادلية والحميمية وتحكم الفرد في محيطه، من جهة أخرى يوفر مجتمع الإعلام للأفراد فرصة ممارسة الديمقراطية التشاركية أو ما يسمى التيليديمقراطية.<sup>(1)</sup>

## ب- الانتقادات الموجهة لخطاب مجتمع الإعلام.

إن الخطاب السابق يصطدم بمجموعة من الانتقادات، جوهرها أن هذا المجتمع يؤسس لقطيعة على عدة مستويات:

### - قطيعة تكنولوجية

وهي موجودة منذ أمد طويل لكنها ستزداد أكثر وتتعرق، إذ الميادين الثلاثة لقطاع الإعلام والاتصال (تجهيزاته- خدماته- برامجه) متمركزة بين يدي الدول المتقدمة وشركاتها المتعددة الجنسيات، فالنشاطات الدولية للشركات المتنافسة تعتمد على الطرق السيارة للإعلام والاتصال لتسيير مصالحها، وتطبيق إستراتيجيات غزوها وتطوير وفرض معاييرها والدفاع عن المراكز شبه الاحتكارية التي حصلت عليها في سوق البراءات.

### قطيعة تقنو- اقتصادية:

وهي قطيعة موجودة منذ أمد طويل أيضا لكنها ستزداد أكثر على ضوء العولمة ومجتمع الإعلام فالوصول والارتباط بهذا المجتمع لن يتم إلا لصالح المستهلكين القادرين على الأداء بمعنى النخبة، ذلك أن رأس المال أصبح في زمن الإعلام والعولمة والشمولية لا يلعب إلا لصالح المليار فرد من أصل الستة مليار من البشر الذين يضمهم الكوكب.

### - قطيعة أخلاقية:

وهي موجودة أيضا لكنها ستتعمق أكثر في زمن المنطق الرأسمالي الجديد والمنافسة والبحث عن الربح الآني، فكل توجيهات وضغوطات المؤسسات المالية الدولية والمراكز المتخصصة تدفع من أجل

(1) يحي الحيواوي. عن الأساطير المحددة لخطاب مجتمع الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره.

المزيد من التحرير الاقتصادي واللاتقنين، والخصوصة لا يمكن اعتبارها إلا ترجمة لحقد رأسمالي دفين على مبادئ المرفق العام والتضامن والتواصل والقيم الحميمية.<sup>(1)</sup>

### 3.2. تطبيقات الإعلام الجديد.

أدت موجة الإعلام الجديد وتقنياته الى إيجاد العديد من التعديلات والتحسينات على مستوى وسائل الإعلام التقليدية، كما استحدثت وسائط جديدة وتتمثل أهم التطبيقات التي يتيحها الإعلام الجديد في :

#### 1.3.2. التطبيقات التلفزيونية.

##### 1.1.3.2. التلفزيون عالي الدقة:

إن التلفزيون الذي لم يكن عرضة لأي تغيير مهم فعلا منذ انطلاق أجهزة التلفزيون الملونة في منتصف الستينات يشهد انقلابات حقيقية تقوده على مراحل إلى الشاشة ذات القياس المطول والصوت الرقمي المقولب (ستيريو) و الصورة الرفيعة المستوى والعديد من التحسينات الأخرى.<sup>(2)</sup> تتكون الصورة التلفزيونية من مجموعة من النقاط المعدة في شكل خطوط أفقية ومن الصعب ملاحظة هذه الخطوط بالعين المجردة، إن عدد الخطوط الأفقية في الصورة التلفزيونية هو النظام الشائع عند مقارنة نظام تلفزيوني بنظام آخر كما أن سرعة نقل الخطوط بالثانية هي التي توحى بحركة الصورة لدى المشاهد بمعنى أن زيادة عدد الخطوط الأفقية في نظام التلفزيون تعني زيادة حدة الصورة ووضوحها.<sup>(3)</sup>

إن جودة الصورة في التلفزيون عالي الدقة ماثلة لجودة السينما، كما يعد النقل الرقمي والشاشات المسطحة أحد أهم صفات التلفزيون عالي الدقة. إن التطبيقات الجديدة والتحسينات التي تم إدخالها على التلفزيون كثيرة جدا وهي لا تتناول وضوحية الصورة وحسب، بل أيضا شكل الشاشة ونوعية الصوت و أنظمة الترميز و الفائدة الأولى على مستوى التلفزيون عالي الدقة هي السماح بإعادة نقل أفلام 35 ملم بكامل صورتها.

على مستوى الرؤية مع التلفزيون عالي الدقة يجد المشاهد نفسه أمام مرآوية (بانوراما) بدلا من الانكباب على مركز الصورة إنه يدير رأسه من اليمين إلى الشمال للتمعن في التفاصيل على الجوانب أو لمتابعة شخص على الشاشة، هكذا يكتشف المشاهد مجالا لم يكن موجودا مع الأجهزة الحالية كما تتطابق القياسات المستطيلة مع الرؤية العادية للعين البشرية وبالتالي يمكن إظهار المزيد من الأشياء وبكيفية طبيعية أكثر، كما أن إدخال الصوت الرقمي المقولب هو تحسين فعلي ومع توافر إمكانية نقل عدة أقنية صوتية رقمية شديدة الوضوح، يمكن للإرسال الواحد أن ينتقل بعدة لغات يختار كل مشاهد تلفزيوني اللغة التي يستمع فيها إلى البث.

(1) المرجع نفسه.

(2) فريديريك فاسور، مرجع سبق ذكره، ص 37.

(3) حسن عماد مكاي، مرجع سبق ذكره، ص 162.



### 2.1.3.2. التلفزيون المحمول:

التلفزيون المحمول بشكل مبسط هي تقنيات استقبال البث التلفزيوني التي يدعمها الهاتف النقال، ويتم الحصول على هذه الخدمة من خلال اندماج تكنولوجيا التلفزيون والكمبيوتر لغرض توفير مشاهدة حية لمجموعة من البرامج التلفزيونية التي يحددها المستخدم حسب رغبته وأوقاته المتاحة.

لقد تم الانتقال من عصر الهاتف إلى عصر التلفزيون المحمول إذ انتشرت هذه الأجهزة التي يطابق حجمها راحة اليد في أوروبا واليابان والو.م.أ وشهدت تقنياته طفرة حقيقية في وظائف التلفزيون وطرق استخدامه، و يتزايد الطلب بشكل لافت على استخدام هذا النوع من البث والاستقبال لأنه يقدم خدمات فريدة لا تقدمها أجهزة الكمبيوتر التي تتطلب التفرغ التام لاستخدامها فضلا عن لجوء كثير من شركات الاتصال على التنافس في إضافة خدمات جديدة ومفيدة ومثيرة تجذب اهتمام المستهلكين لتحقيق عوائد مالية ضخمة. أطلقت مجموعة فودافون خدمة التلفزيون المحمول (سكاي موبايل تي في) بالإشتراك مع شركة سكاي للبث في بريطانيا والتي عمدت إلى بث أكثر من مليون فقرة تلفزيونية قبل أن تتحول الخدمة إلى مصدر للعوائد المالية إذ يدفع المشترك 16 دولار شهريا كما تمكنت شركة أورانج الفرنسية من بلوغ أهدافها في مجال البث التلفزيوني للأجهزة المحمولة حين أصبح عدد زبائنها مليون مشترك إذ أنها بثت إلى المشتركين 2213 مليون فقرة تلفزيونية حية عبر الموبايل.

على المستوى التقني، هناك نوعية يعتمد عليها في بث واستقبال برامج التلفزيون المحمول الأول على شبكة الجيل الثالث لتؤمن كلا من الاستقبال بناءً على الطلب وإعادة مشاهدة البرامج أما النوع الثاني فهو يستقبل البث التلفزيوني الأرضي فقط ولا يتطلب منها بث البرامج عبر شبكة الجيل الثالث. إضافة إلى التقنيتين السابقتين هناك العديد من التقنيات؛ تقنية DVB-T وهي تقنية أوربية للبث التلفزيوني الأرضي لم تصمم أصلا لبث التلفزة إلى الجوال ومع ذلك فإن العديد من المنتجين استطاعوا استقبال إشارتها وعرضها على هواتفهم النقالة، DVB-H هي أيضا تقنية بث التلفزة إلى الهواتف النقالة قامت شركة نوكيا بتطويرها واعتمدها معهد الاتصالات الأوربي منذ 2004، و على خلاف DVB-T فقد صممت DVB-TI خصيصا للجوال مع مراعاة طاقتها المحدودة حيث استطاعت الجوال المستقبلة لل DVB-H أن تستهلك عشر الطاقة التي تستهلكها جوال ال DVB-T كما تختلف التقنيتين عن بعضهما في طريق العمل إذ تقوم شركة الاتصالات باستقبال البث الحي للأقنية التي تختارها (فضائية أو أرضية) وإعادة بثها على شبكتها من الجيل الثالث، رابع تقنية هي تقنية MEDIAFLO وهي تقنية بث التلفزة على الجوال التي طورتها شركة (كوالكوم) الأمريكية حيث تسمح تقنية sprint tv - وهي خدمة استقبال البث التلفزيوني على الجوال - باستقبال أخبار الرياضة والطقس وبرامج الأطفال وتوفير خدمة مشاهدة البرامج حسب الطلب.(1)

(1) طارق علي حمود، <<التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول>>، مجلة الباحث الإعلامي العدد 19 (2013)، ص 117 - 119.

### 3.1.3.2. البث الفضائي:

تشهد الفضاءات الاجتماعية اليوم بشقيها الفيزيائي والثقافي ازدهارا حادا في مجال الصناعات الإعلامية صناعات ذات تجليات استهلاكية تزوج بين السياسي والديني والثقافي والاقتصادي والعلمي والدعائي والترفيهي، لقد أدت تكنولوجيا البث الفضائي إلى إحداث طفرة فعلية على مستوى البث التلفزيوني طفرة لا توازيها إلا الطفرة التي نعيشها اليوم على مستوى المشهد الإعلامي.<sup>(1)</sup>

لقد أدى البث الفضائي إلى إعادة هيكلة المشهد الإعلامي الذي ظلت تحكمه ثنائية المكان والزمان محدثا تبدلات بالجملة، فتنامي القنوات التلفزيونية الجامعة والمتخصصة الفضائية عجل بظهور أنماط جديدة للإنتاج السمعي البصري وتراجع احتكار الإعلام من قبل السلط والنخب وتراجع مفاهيم الرقابة بمفهومها التقليدية وإعادة هندسة جغرافيات الإصدار والتوزيع ومعها مفاهيم السيادة الإعلامية.<sup>(2)</sup> أدت الظواهر السابقة إلى بروز جماهير مستهلكة صعبة المراس، لا يتحقق استقطابها بسهولة إلا من خلال أصناف مدروسة من البرامج الإخبارية والخدمات والترفيهية بالخصوص لقد لقيت أصناف هذه البرامج التلفزيونية وغيرها من الفئات الأخرى التي يتم إنتاجها وفق رغبات الجمهور المتزايدة لقيت نجاحا واسعا ما يفسر التزايد المستمر لعدد القنوات الفضائية في العالم.

إن الميزة الأساسية للتلفزة الفضائية يتمثل في أن الوصول المباشر الى البث الفضائي يضع بتصرف المتلقي عددا هائلا من القنوات كما أن شبكة الترابط عن طريق القمر تتميز بتعقيد تقني واضح ناجم عن استخدام التقنية الفضائية لبث معلومات تقابله ببساطة متناهية من الناحية البنائية تلك<sup>(3)</sup> شبكة الترابط الفضائي التي تتميز بوجود قنوات غير مرئية تسافر عبرها المعلومات وهي لا تحتاج إلى أية بنيات تحتية، بهذا الشكل ينتج تأثير جعل فرص الاستهلاك المتوافرة للمتلقين تجانسية الطابع ويمكن بث برامج تمتاز صورها بنوعية عالية كتلك التي تظهر في التلفزة عالية الدقة.

### 2.3.2. التدوين.

#### 1.2.3.2. مفهوم التدوين.

يتكون مصطلح المدونات Weblog المأخوذة من اللغة الإنجليزية من كلمتين هما Web في إشارة إلى الشبكة الدولية للمعلومات ولوغ Log وتعني تسجيلا أو دفترا لتصبح الكلمة سجلا لتدوين الملاحظات على الويب، والمدونة هي صفحة انترنت تظهر عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها مؤرخة ومرتببة ترتيبا

(1) عبد الله الزين الحدي، مرجع سبق ذكره، ص 134.

(2) باسم علي خريسان، العولمة والتحدى الثقافي (بيروت: دار الفكر العربي، 2001)، ص 120.

(3) فريال مهنا، مرجع سبق ذكره، ص 391.

زمنيا تصاعديا أو تنازليا، تصاحبها آلية لأرشفة التدوينات القديمة ويكون لكل تدوينة عنوان دائم مما يمكن القارئ من الرجوع إليها في وقت لاحق.

يعود مصطلح Weblog إلى مدون أمريكي يدعى يورن بارغر jorn barger ابتكره في ديسمبر 1997 لوصف عملية التسجيل على صفحات الويب أما كلمة Blog فقد ظهرت على يد الأمريكي بيتير هولز piter meer hols وهو من أوائل المهتمين بهذه النوعية من المواقع عام 1999 الذي قام بكتابة مصطلح Weblog في موقعه لأول مرة.<sup>(1)</sup>

### 2.2.3.2. المدونات والإعلام الجديد.

للمدونات علاقة وطيدة بمسألة الإعلام حتى أن هناك من يعتبرها نوعا جديدا من الإعلام ينافس الإعلام الكلاسيكي، ذلك أن المدونات تسمح للأفراد ببث المعلومات والآراء وحتى التحاليل عندما يتعلق الأمر بمدونات مختصين كما تشكل المدونات مجالا تتأسس فيه قراءة نقدية لما تبثه وسائل الإعلام الكلاسيكية.

ينظر عادة إلى المدونات على أنها ممارسة تواصلية تساهم في إعلاء قيم الحوار ورمز للحدث ولقيمتها الكبرى كالحرية والفردانية واستقلالية الفرد، و من جهة أخرى تمثل المدونات مصدرا للمعلومات بالنسبة إلى الصحفيين الذين يستخدمونها للتعبير عن آرائهم خارج إطار الصحيفة التي يعملون بها بإحداث مدونات في المواقع الإعلامية للصحيفة التي ينتمون إليها.<sup>(2)</sup>

### 3.2.3.2. تصنيفات المدونات.

ترى نسبة كبيرة من المدونين أن ما يقوم به المدونون ليس له علاقة مباشرة بالعمل الصحفي أو الأحداث الجارية حسب المنظور الصحفي التقليدي، ذلك أن المدونات ذات طبيعة خصبة وتدور موضوعاتها حول مشاعر وتجارب ورؤى أصحابها ففي دراسة قام بها مركز بيو أنترنت Pew Internet أشار 34% من المدونين الأمريكيين إلى أن ما يقومون به يمثل شكلا من أشكال الإعلام، ومع ذلك يعتبر المدون إعلاميا عندما يقوم بوصف أو تحليل حدث ما يكون قد عاشه إضافة إلى ذلك فإن كلمة تدوين أصبحت من الكلمات الشائعة في الأوساط الإعلامية، خاصة بعد تبني الكثير من الإعلاميين لهذا النمط الجديد من النشر الذي يمكنهم من التواصل والتفاعل مع جمهورهم، وقد عمدت الكثير من المؤسسات الإعلامية لاحقا إلى البحث عن كيفية استثمار الإمكانيات التي يتيحها التدوين كشكل جديد من أشكال العمل الإعلامي باعتباره يمثل مساحة تفاعلية تمنح مستخدمي الواب إمكانية المشاركة وإبداء

(1) حسين محمد نصر، المدونات الإلكترونية ودورها في دعم مجتمع المعلومات في العالم العربي، أعمال مؤتمر مجتمع المعرفة: التحديات الاجتماعية والثقافية واللغوية في العالم العربي... الحاضر والمستقبل، مسقط: جامعة السلطان قابوس، 2-4 ديسمبر 2008، ص 81.

(2) الصادق الحماني. المدونات النسائية العربية عالمهن المنكشف، [على الخط]تاريخ الزيارة 2015/05/10، متاح على الموقع :

[http://mediafire.com/jjtavzncv^z200v].

الرأي في المضامين التي تنشرها هذه الوسائل<sup>(1)</sup>، تأتي صعوبة تصنيف المدونات كون هذا التطبيق الإعلامي يستفيد من مزايا الانترنت كوسيط اتصالي مفتوح من جهة ومن الخصائص التقنية للتطبيق، ومع ذلك يمكن تصنيف المدونات إلى:<sup>(2)</sup>

### 1- مدونات المواطنين.

في هذه المدونات يتبنى المدونون أدوارا مختلفة تتنوع بين المعلقين والناقدين لمضامين وسائل الإعلام والكتاب المتخصصون ومعدّي التقارير الهواة فالتعليق والنقد يعتبران من أكثر الأنشطة ممارسة وحضورا في الفضاء التدويني.

### 2- مدونات الجمهور.

المدونات الإعلامية الملحقة بالمواقع الالكترونية للوسائط الإعلامية هي عبارة عن مدونات ينتجها أفرادا أيضا، ولكنها مدمجة في مواقع المؤسسات الإعلامية يساعد هذا النوع من المدونات المؤسسات الإعلامية في تعزيز مكانتها لدى أفرادها من خلال إشراكهم في العمل الإعلامي وبالتالي التسويق لعلاقة تفاعلية بين المؤسسة الإعلامية وجمهورها.

### 3- مدونات الإعلاميين.

المدونات التي يحررها إعلاميون خارج إطار المؤسسات الإعلامية نظرا لهامش الحرية الذي تمنحه المدونات فقد سارع الكثير من ممارسي الإعلام إلى إنشاء مدوناتهم الخاصة مضمينها أفكارهم ورؤاهم حول قضايا من الصعب تمريرها عبر المؤسسات التي يعملون بها، فقد منحتم المدونات هامشا تعبيرا كبيرا ومكنتهم من صياغة آرائهم ومواقفهم بطريقة أكثر صراحة والتحرر من الإكراهات والمعايير التي تحكم عملهم في المؤسسات الإعلامية التقليدية.

### 4- مدونات الإعلاميين الملحقة بالمؤسسات الإعلامية.

يدخل هذا النوع ضمن آليات المؤسسات الإعلامية للاستثمار في التطبيقات الخاصة بالتدوين وذلك بتمكين إعلامييها من إنتاج مدوناتهم الخاصة ضمن مواقعها الالكترونية، ورغم أن الإشراف التحريري ومراقبة الالتزام بالمعايير الأسلوبية في هذه المدونات يمكن أن لا يكون بنفس الدرجة عندما يتعلق الأمر بالأخبار إلا أن رؤساء التحرير غالبا ما يقومون بالإطلاع عليها قبل أن تعرف طريقها للنشر.

(1) عبد الجبار ، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر (ط1، الاردن : دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2009 )، ص 111.

(2) الصادق رابح، المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في حدود الوصل والفصل، أعمال المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين: 7-9- أبريل 2009، ص 544.

#### 4.2.3.2. مميزات المدونة كوسيلة اتصالية جديدة.

تتميز المدونة بوصفها أحد تطبيقات الإعلام الجديد ووسائله بأنها:<sup>(1)</sup>

- غالبا ما يتم إنشاؤها وإدارتها من جانب شخص واحد أو مجموعة صغيرة من الأشخاص وبالتالي فإنها لا تتيح الفرصة لاحتكارها من جانب نخب المال والسياسة كما هو حاصل على مستوى وسائل الإعلام التقليدية.
- البساطة، فالتدوينات مرتبة بطريقة كرونولوجية من الأحداث المعكوسة زمنيا، كما أن أهمية الإدراج لا تتبع من المدونة في حد ذاتها بقدر ما تتحدد بالتعليقات والجاذبية التي تمارسها على المتردد على فضاء التدوين.
- تستثمر معظم المدونات تطبيقات تكنولوجيا متشابهة في إدارة وتحرير وأرشفة الإدراجات والوثائق، إذ أنها تستخدم واجهات ونماذج بسيطة في بناءها التقني لا تتطلب من المدون سوى إدخال المحتويات التي يريد إدماجها في التدوينة.
- تتيح إمكانية تجهيل اسم صاحبها وبالتالي فإن درجة الصراحة في التعبير عن الرأي أو الموقف تكون أكبر بكثير من نظيرتها في وسائل الإعلام التقليدية، إذ يتضاءل الخوف من الرقابة والمسآلات القانونية نتيجة الكتابة بأسماء مستعارة في المدونة.
- تتسم المدونات ببعض الخصائص الثقافية والسلوكية التي تضفي عليها صبغة خاصة كنوع من أنواع النشر الإلكتروني فالطابع الشخصي والحميمية وفردة الأسلوب كلها أبعاد محورية في التدوين.

#### 3.3.2. شبكات التواصل الاجتماعي.

##### 1.3.3.2. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

الشبكة الاجتماعية الرقمية هي مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي تطلق على الشبكات الرقمية عدة تسميات منها الويب 2.0\*، الشبكات الرقمية الاجتماعية، الشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام الاجتماعية. إن الشبكة الاجتماعية هي بنية اجتماعية ديناميكية مشكلة من قمم وأطراف، فالقمم تشير إلى أشخاص أو منظمات وهي مرتبطة ببعضها البعض بتفاعلات اجتماعية.<sup>(2)</sup>

(1) حسين محمد نصر، المدونات الإلكترونية ودعم التعددية في الوطن العربي، الحلقة الدراسية الإقليمية للإعلاميين: من أجل إعلام مستقل متعدد، مسقط: جامعة السلطان قابوس، 12-14 فيفري 2007، ص 07.

\* الويب 2.0 يسمى أيضا بالوالب الدلالي وهو النسخة المستحدثة من الويب لذلك يسمى بالجيل الثاني من الواب وهو مجموعة الخدمات الإلكترونية التي تتيح بشكل رئيسي التفاعل والمشاركة بين مختلف المستخدمين على الشبكة ذاتها.

(2) مرسي مشري، <<شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف>>، المستقبل العربي، عدد 395 (يناير 2012)، ص 150.

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعية عبارة عن تركيبة اجتماعية إلكترونية يتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (الفرد الواحد) باسم (العقدة Node) بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها.

عند الحديث عن الشبكات الاجتماعية نجدنا نتيجة تكاتف جانبيين من جهة الجانب الاجتماعي والمجتمعي، والجانب الآخر هو الجانب التكنولوجي والانترنت فمن وجهة نظر اجتماعية حسب س. مازرمان s.wasserman وك. فوست k. Faust الشبكة الاجتماعية هي مجموع العلاقات بين الكيانات الاجتماعية، لذلك تركز المفاهيم السوسولوجية لتعريف الشبكة الاجتماعية على الأشخاص و العلاقات الخاصة بهم وأوجه التقارب بينهم والبيئة المحيطة بهم.<sup>(1)</sup>

أما من وجهة نظر تكنولوجية فالشبكة تشمل مجموع المعدات الموصولة مع بعضها البعض التي تستعمل من أجل نقل كم متدفق من المعلومات، إن فكرة الشبكات الاجتماعية في حد ذاتها ليست جديدة و الفاعل الأساسي في بزوغ هذه الشبكات بشكلها الحالي هي الانترنت والتطبيقات التي تركز على بناء شبكات اجتماعية. تعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية أساسا على التمثيل لكل مستخدم (ملف شخصي) وكذلك خدمات متعددة أخرى حيث تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات، الأحداث، والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية.<sup>(2)</sup>

### 2.3.3.2. الواب 2.0 (Web 2.0) وبزوغ شبكات التواصل الاجتماعي.

ظهر الواب 2.0 كمصطلح سنة 2004 و كتحول على مستوى شبكة الانترنت سنة 2005، لا يوجد تعريف واحدا محدد لهذا المصطلح ولكنه يحدد سمات جديدة لشبكة الواب: وهي بمعنى نسخة جديدة من الواب يتم فيها تحويل شبكة الانترنت إلى منصة عمل بدلا من كونها موقعا فقط أي أن تعمل التطبيقات من خلال المواقع بدلا من أن يعمل عليها المستخدم من خلال جهازه الشخصي.<sup>(3)</sup>

إن المغزى الأساسي من الربط بين الواب 2.0 وشبكات التواصل الاجتماعي يرتبط أساسا بطبيعة التطبيقات التي يوفرها الويب 2.0 والتي تسمح بظهور شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحالي. إن التطبيقات التي يتيحها هذا الأخير هي وحدها التي تسمح بعمليات التعديل المفتوح كما أنها تتيح التفاعل مع زوار الموقع والتعامل الحر مع البرمجيات المفتوحة بدل الطرق التقليدية، كما تسمح أرضية الشبكات الاجتماعية بفضل الواب 2.0 بإنشاء روابط تضمن وتسمح بالاستجابة لحاجيات الأرشفة وعمليات البث

<sup>(1)</sup> Daisy abott, web2.0, [en ligne],consulté (20/10/2014),disponible sur le site : [http:// www.era.lib.ed.ac.uk]

<sup>(2)</sup> مرسى مشري، مرجع سبق ذكره، ص 151.

<sup>(3)</sup> عباس مصطفى صادق،الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سبق ذكره ص 107.

والمشاركة والتعديل الحر والمرن لمحتويات المواقع من قبل المستخدمين أنفسهم<sup>(1)</sup> والفكرة يمكن شرحها ببساطة إذا نظرنا إلى طريقة عمل الويكي Wiki والمدونات Blogs، من الناحية التقنية مع الويب 2.0 المستخدمون هم من يبنون خدمات الويب وليس صاحب الموقع بمعنى أن المستخدم يقوم بتثبيت الخدمة بشكل دائم وليس مضطرا لإعادة تحميلها في كل مرة مثلما كان سائدا في السابق<sup>(2)</sup> المعنى النهائي هو أن شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحالي ظهرت مع الواب 2.0.

### 3.3.3.2. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

#### 1- على مستوى الشبكة.

من الناحية الاقتصادية تتميز الشبكات الاجتماعية بقلّة التكلفة لجهة الاستخدام حيث أن التقنيات العالية والتي تزود بها المواقع التي تضمن هذه الخدمات تسمح باستخدام أقل كلفة وأكثر مرونة، إن الخاصية الأهم على الإطلاق هي صفة الحميمية والإنسانية كون التقنية في حد ذاتها تضمن تفاعلا اجتماعيا لمستخدمي وزوار الموقع.

#### 2- على مستوى المستخدم.

- التشاركية والتفاعلية: تسمح شبكات التواصل الاجتماعي لكل عضو بتعديل وإثراء صفحته في الشبكة بكل المعلومات سواء المتعلقة بشخصه أو هويته أو خلفيته.
- الحضور الدائم غير المادي: لا تشترط عملية الاتصال الحضور الدائم إذ يمكن للعضو الاتصال من خلال ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات والتي يمكن الرد عليها بنفس الطريقة.
- الهوية الرقمية: من أجل التسجيل في المواقع الاجتماعية يشترط من العضو اختيار اسم ورقم سري وهما بمثابة بطاقة تعريف العضو، كما أن عملية التسجيل تتم بناءً على عقد يحدد الواجبات والحقوق، إن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل دولة افتراضية يتمتع فيها الأفراد بالحرية والحماية من قبل المشرفين على هذه المواقع شريطة الامتثال إلى القوانين التي وافق عليها الفرد خلال عملية تسجيله<sup>(3)</sup>.

(1) Fabrice PIROLI et Raphaëlle ECRETIN-PIROLI, web social et multimédia :propriétés d'une relation symbiotique,[en ligne],consulté (20/10/2014),disponible sur le site : [http:// www.cairn.info/revue-les -enjeux-de -information- et -de - la - communication - 2001- page 6.html](http://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-information-et-de-la-communication-2001-page-6.html)

(2) عباس مصطفى صادق. الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 108.

(3) مرسي مشري، مرجع سبق ذكره،ص158.

## 4.3.2. الصحافة الإلكترونية.

### 1.4.3.2. تعريف الصحافة الإلكترونية.

يعرف المشرع الفرنسي الصحافة الإلكترونية باعتبارها خدمة إعلامية إلى الجمهور تستخدم الشبكة، وذات هدف مهني تصدر عن هيئة فردية أو شخصية معنوية تشرف على الإنتاج التحريري لمضمون أصيل ذي طابع عام يهتم الجمهور العريض ويقع تجديده باستمرار، ويتكون من معلومات ذات علاقة بالأحداث خضعت إلى المعالجة الصحفية ولا تهدف إلى التسويق كما أنها يجب ألا تكون نشاطا ثانويا لنشاط صناعي أو تجاري، وفي الإطار ذاته أدرجت جائزة بوليتزر فئة خاصة بالصحافة الإلكترونية بناءً على قواعد مخصصة تتضمن توصيفا دقيقا للصحافة الإلكترونية والصحفي الإلكتروني ومنها: أن يكون الموقع الذي يكتب فيه الصحفي المرشح للجائزة صادرا عن مؤسسات صحفية، وأن تكون مضامين هذا الموقع ذات علاقة متينة بالأحداث وأن تحين بشكل دوري مرة في الأسبوع على الأقل وأن تكون هيئة التحرير ملتزمة بأخلاقيات الصحافة<sup>(1)</sup>.

### 2.4.3.2. الصحافة الإلكترونية كجزء من منظومة الإعلام الجديد.

يتم التمييز بين الصحافة الإلكترونية وأشكال التعبير الإلكترونية الأخرى عن طريق وضع نماذج للمضامين الإلكترونية الشبكية هي:

- المنظومة الفردية- الجمعية: يدير الأفراد المغمورون أو الجماعات الافتراضية فضاءات الكترونية (مواقع شبكات التواصل والمدونات)، وفي هذه الفضاءات ينشر الناس مضامين متنوعة ويتواصلون فيها مع بعضهم البعض ويعبرون عن آرائهم وتكتسي هذه المضامين طابعا خاصا وحميميا وذاتيا أو عاما سياسيا وفكريا وأدبيا.
- المنظومة الصحفية- الإعلامية: تتكون هذه المنظومة من المؤسسات التي تنشط في مجال صناعة الأخبار، ويمثل الإعلام نشاطها الاقتصادي الرئيسي، ذلك أن المؤسسات الإعلامية لا تنتج المضامين لأهداف اتصالية أو لغايات التواصل الاجتماعي بل بمقابل (القطاع الخاص) أو كخدمة عامة (الإعلام العمومي)، وبالتالي تشمل الصحافة الإلكترونية مواقع الواب التي تديرها المؤسسات الإعلامية سواء أكانت تلك المواقع امتدادا لمضامين إعلامية تقليدية (كمواقع الصحف المكتوبة والإذاعات والتلفزيونات) أو نتاجا لصحافة الكترونية محضة. إن ما يميز المضامين الإلكترونية للمواقع الإعلامية هو خضوعها لمقاييس ومعايير وضوابط العمل الإعلامي المتعارف عليها مهنيا على مستوى الكتابة أو الإخراج أو على مستوى أخلاقيات المهنة.<sup>(2)</sup>

(1) الصادق الحمامي، الصحافة الإلكترونية سياقات الابتكار والتجديد مرجع سبق ذكره.

(2) عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2010)، ص 18-19.



### 3.4.3.2. خصائص الصحافة الالكترونية.

الصحافة الالكترونية هي صحافة متجددة على العديد من المستويات إن المستوى الأهم في عملية التجديد يتعلق بالمضمون الصحفي فالصحافة الالكترونية تمثل في أشكالها المتقدمة خليطاً من كل الوسائط أو مزيجاً وسائطياً، كما أن الصحافة الالكترونية توظف الأنواع الصحفية القديمة لكنها في الوقت ذاته تعمل على ابتكار لغة جديدة في الكتابة، ففي الكتابة الصحفية الجديدة تتشابك الوسائط وتتداخل مكونات عديدة (نص صحفي، روابط خارجية وداخلية، تعليقات القراء، مقالات ذات صلة، فيديو، صوت، صورة).

تتغير صلات الصحافة الالكترونية بالفضاء والزمن ، إذ يتغير فضاء المقال باستمرار (من صفحة الاستقبال إلى صفحات داخلية ثم الى الأرشيف)، كما أن قيمته الاقتصادية يمكن أن تتغير أيضاً (عندما ينتقل إلى فضاء الأرشيف يصبح مدفوع الثمن) كما أن وصل المقال الإخباري بتعليقات القراء والروابط نحو المدونات ومقالات الرأي يؤدي إلى تداخل الخبر والرأي ما أفرز تنظيمًا جديدًا للتمييز التقليدي بين صفحات الرأي وصفحات الأخبار، إن هذا التداخل ينتج تعددية على مستوى الخطاب الصحفي من خلال توفيره لخاصية التناسي، تتمثل خاصية التناسي في النص الصحفي الالكتروني في إحالات المقال (النص/ الصفحة) من داخله على مقالات أو مواقع أو وثائق أخرى بفضل الوصلات الداخلية أو إحالات من خارج المقال/ النص ومن حدوده إلى نصوص أخرى (مقالات أو مواقع ذات صلة) أو في نوع ثالث من الإحالات تتعلق بوسائط إعلامية (فيديو أو ملفات صوتية) أخرى تضيف دلالات جديدة للنص الأصلي.

يولد التفاعل بين النص الصحفي والنصوص الأخرى آلية لإنتاج المعنى تعيد تشكيل النص برمته، بإضافة مستويات جديدة من الدلالة توسع مجال النص إلى ما لا نهاية، بل إن غنى هذا التفاعل يجدد عملية التلقي عبر إعادة تشكيل فعل القراءة، إذ تسمح تقنية النص المتشعب بالحركة النشطة الإرادية للمستخدم من نص لآخر وفق مسارات لا يمكن التنبؤ بها.<sup>(1)</sup>

تفترض الصحافة الالكترونية علاقة جديدة مع الجمهور الذي انتقل من حالة التلقي (كآلية ذهنية تقوم أساساً على التأويل) إلى الاستخدام باعتباره آلية لتملك المضمون (من خلال الطباعة والتقييم والتعليق والإرسال لصديق والتخزين والنسخ واللصق) وتعمل الصحافة الالكترونية على استقطاب المستخدم وكسب ولائه وعلى استبقائه وفيما للموقع عبر التفاعل والشخصنة بل تذهب أبعد من ذلك من خلال اصطحابه إلى عوالمه في مواقع الشبكات الاجتماعية وعلى هذا النحو فإن وسائط الإعلام تقوم بمحاكاة المستخدمين عندما توظف تطبيقاتهم التي نشأت خارج عالم الإعلام (كمنتديات الحوار والتويتين

(1) علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص153.

والشبكات الاجتماعية) وتمثل هذه المحاكاة أحد أهم علامات الانقلاب الجوهري في العلاقة في أنظمة الوساطة الإعلامية.<sup>(1)</sup>

#### 4.2. تأثير الإعلام الجديد على المهنة الصحفية.

ظهرت وسائل الإعلام الجماهيرية ضمن سياقات تاريخية واجتماعية محددة، وعلى الرغم من اختلاف تقاليد عملها وخواصها التقنية ومضامينها المشروطة بخصائص الوسيط واختلاف رموزها المستخدمة لإنتاج عالمها الرمزي، فقد اتسمت بقواسم مشتركة جعلتها دائما ضمن ما يسمى بالإعلام التقليدي، إن السمات المشتركة بين هذه المؤسسات جميعها وبصفة خاصة الاتجاه الواحد للاتصال، إذ وبغض النظر عن طبيعة المضمون الذي يتم بثه عبر وسائل الإعلام ظلت وسائل الإعلام تبث مضامينها بصفتها مرسلا إلى جمهور مستقبلي كما شكلت وسائل الإعلام مؤسسات كبرى لا يمكن أن تتحقق إلا في صورة مؤسسات ضخمة تتطلب رؤوس أموال ضخمة يحتفظ الصحفي في هذه المؤسسات بمكانة مركزية بوصفه حارسا للبوابة، ظل هذا النموذج متماسكا لفترة ليست بالقصيرة حتى ظهور الانترنت بشكلها الحالي والتي أدت إلى تغيير المشهد بصفة جذرية، إن مجمل التغيرات التي مست النموذج التقليدي لوسائل الإعلام تتدرج ضمن المستويات الثلاث للعمل الإعلامي وهي عملية الجمع من المصدر ثم عملية التحرير بما يتناسب والتوجه التحريري لكل وسيلة إعلامية وأخيرا عملية البث، سنحاول التعرض إلى مجمل التغيرات التي مست النموذج التقليدي في الإعلام.<sup>(2)</sup>

#### 1.4.2. تغير بيئة الاتصال.

يتشكل الإعلام الجديد كما يتغير الإعلام الكلاسيكي داخل بيئة تواصلية جديدة، تتزامن هذه التحولات على مستويين: تقنية اقتصادية وثقافية تواصلية.<sup>(3)</sup>

#### 1.1.4.2. تحولات تقنية اقتصادية.

- الحضور المتعاظم للتقنيات التواصلية في الحياة الاجتماعية: أصبحت التقنيات الاتصالية كالهاتف المحمول والتلفزيون الفضائي والصورة الفوتوغرافية الرقمية في متناول الجميع ويعود هذا الحضور الاجتماعي المتعاظم إلى أسباب عدة منها انخفاض الأسعار والطابع المحمول لهذه التقنيات.
- الوفرة المعلوماتية: تتسم بيئة التواصل الجديدة بما يمكن أن نسميه الوفرة المعلوماتية تتمثل هذه الوفرة الإعلامية في العدد الهائل من القنوات التلفزيونية، وفي المضامين المتكاثرة للشبكة [أكثر من عشرة مليار صفحة على الوب].

(1) الصادق الحمامي، الصحافة الإلكترونية سياقات الابتكار والتجديد، مرجع سبق ذكره.

(2) السيد بخيت، أدوار مستخدمي المواقع الالكترونية في صناعة المضامين الإعلامية، متاحة على الموقع تاريخ الزيارة: (2014/12/10)، متاح على الموقع: <http://www.djadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-18-14-53-109-2012-04-19-15-08-13-html>

(3) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد، مقاربة تواصلية، مرجع سبق ذكره.

- ظهور أشكال جديدة من البث: أتاح الاندماج أشكالاً جديدة للبث بالنسبة للتلفزيون، هناك البث على الشبكة الهيرتزبية العادية وهناك التلفزيون الفضائي الرقمي والتلفزيون الأرضي الرقمي وتلفزيون الانترنت من خلال تقنية (ADSL) وتلفزيون الهاتف الجوال.
- ظهور وسائل إعلامية جديدة: ساهم الاندماج في تحول بعض التقنيات الاتصالية إلى وسائل إعلامية، كالهاتف الذي كان مخصصاً للتحدث إلى وسيلة إعلامية يمكن من خلالها استخدام شبكة الانترنت واستهلاك المضامين الإعلامية بكل أشكالها كقراءة المقالات الصحفية ومشاهدة الفيديو والاستماع إلى الإذاعة.
- سلعة المضامين الإعلامية: تتميز البيئة التواصلية الجديدة بنمو التلفزيون بمقابل، إذ سمحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة التلفزيون الفضائي ; يشير مفهوم السلعة إلى المكانة المتزايدة لنموذج المضامين بمقابل وإلى ظهور تقنيات جديدة للتوزيع كالتى تتيحها الانترنت مثل الفيديو عند الطلب<sup>(1)</sup>.

#### 2.1.4.2. زوال إحتكار النخب السياسية والثقافية للفضاء العام.

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائل الإعلام ولوسائل التعبير في الفضاء العمومي، إن الانترنت لم تيسر فقط النفاذ إلى المعلومات بل إنها أتاحت بشكل كثيف فرص إنتاج المضامين للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية مستحدثة، ففي زمن الوسائل الإعلامية الكلاسيكية كانت النخب تحتكر إنتاج الخطابات العامة أما اليوم وبفضل الانترنت فقد أصبح للأفراد والجماعات حق الكلام في هذا المجال.<sup>(2)</sup>

#### 2.4.2. الإعلام التقليدي وأزمة التمويل.

أدى ظهور الإعلام الجديد وتطبيقاته المستحدثة مع ما يرافقه من تكنولوجيات فائقة التطور إلى طرح إشكاليات وتحديات كبيرة على الإعلام بشكله التقليدي، إن التحدي الأهم هو تراجع العوائد الإعلانية و قلة الإقبال عليها وفي الوقت الذي تتغير فيه عادات القراءة والمشاهدة لدى جماهير وسائل الإعلام بالمفهوم التقليدي تقدم وسائل الإعلام الجديدة نفسها كبديل أو على الأقل كمنافس شرس لوسائل الإعلام القديمة، و في هذا الإطار تشكل الانترنت نموذجاً لهذا التحدي، إذ يمكن استخدامها لتوزيع الرسائل من جمهور إلى فرد وكذلك من فرد إلى فرد وهي كذلك متطرفة في عدم مركزيتها وتتطلب استثماراً منخفضاً وتقدم تفاعلية كبيرة وهي عصية على الرقابة.<sup>(3)</sup>

(1) المرجع نفسه.

(2) **Melissa LUDTKE**, *let's talk; journalism and social media*, (Colombia: bab giles, 2009), p4.

(3) **ali SALMAN et faridah IBRAHIM et mohd yousf HAJ ABDULLAH et others**, op-cit.

على مستوى وسائل الإعلام القديمة سواء تعلق الأمر بالصحافة المكتوبة أو وسائل الإعلام السمعية البصرية فإن أزمة الموارد والتمويل تظل مطروحة، وإن كانت الصحافة المكتوبة تظل أكثر الوسائط تعرضاً للضرر إلا أن الاختلاف بينها يكمن في قدرة بعضها على التكيف والتفاعل مع الوضع من خلال إيجاد صيغ إخراجية ومضامين جديدة، وعجز البعض الآخر عن إدراك هذه الوضعية الجديدة والأخذ بترقيعات لا تعني على المدى البعيد.<sup>(1)</sup> إن التحدي الذي يواجه الصحافة التقليدية خاصة الصحافة المكتوبة هو: ماذا تفعل الصحافة المكتوبة مع العاصفة الفعلية للأزمة الاقتصادية؟ وإذا كانت هذه الأزمة تعود بشكل رئيسي إلى تغير أنماط القراءة لدى الأفراد تظهر الانترنت كفاعل أساسي بسبب جذبها للقراء الذين يشكلون مصدراً لمداخل الصحافة الورقية، النتيجة المنطقية لذلك كانت مغادرة الإعلان إلى الفضاءات الالكترونية ما يشكل بالفعل أزمة اقتصادية بكل المقاييس بالنسبة لصناعة الصحافة المكتوبة، إن هذه الأزمة لا تمس الصحافة المكتوبة في جميع دول العالم تبعاً لتقدمها التقني، إذ تغيب هذه الأزمة وتقل بدرجات متفاوتة في دول العالم النامي بسبب تخلف بنى الاتصال فيها وتكنولوجياته مع ذلك فإن المنحى العام يوحي بأن هناك أزمة فعلية على هذا المستوى.

الصحافة المكتوبة في الغرب خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية فقدت حصة الأسد من الإعلانات الصغيرة لصالح الانترنت، وبالتوازي مع حالة القراء التي لا تدعو إلى التفاؤل أصلاً فإن الكثير منهم يعمدون إلى إلغاء اشتراكاتهم بالصحف. إن جميع المؤشرات توحى بأن الأزمة عميقة بالفعل ففي الولايات المتحدة انخفض المعدل اليومي لسحب الصحف بنسبة 7% بين الربع الأخير من سنة 2008 والربع الأول من سنة 2009 كمؤشر على تحول في سلوك القراء واتجاههم نحو الحصول على الأخبار عبر الخط، وفي هذا الإطار يمكن استحضار العديد من الأمثلة لهذه الأزمة فقد أشار المكتب الأمريكي للإحصاء إلى أن الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية قامت باقتطاع 50.000 ألف وظيفة بين جوان 2008 وجوان 2009 ما يشكل 15% من قوة العمل في مجال الصحافة المكتوبة، كما أن الصحف تتكبد خسائر مالية كبيرة: صحيفة The Monitor Christian Science خسرت 18.9 مليون دولار سنوياً ما أجبرها على التوقف عن طبع النسخة اليومية وتركها لنسختها الأسبوعية فقط، صحيفة Rocky Mountain في دنفر أصدرت نسختها الأخيرة في أبريل 2009 بعد 149 سنة من النشر وبعد تسجيلها لخسارة شهرية بمعدل 1.5 مليون دولار.<sup>(2)</sup>

إن الأزمة الاقتصادية الخانقة التي تمر بها الصحافة المكتوبة هي التي دفعت روبرت ميردوخ rupert murdoch إلى مساءلة الرئيس الأمريكي بقوله: هل نترك غوغل يسرق جميع نسخنا؟ كما يسود اعتقاد عميق لدى أرباب العمل بأن غوغل يعمل على إخراج الصحافة من دائرة الأعمال وفي الوقت الذي لا تزال شركات الصحافة الكبرى تعد على أصابعها السنوات العشر لاختراع الطلبة الثلاثة\*

<sup>(1)</sup> الصادق رايح، << إعلام المواطن بحث في المفهوم والمقاربات >>، المجلة العربية للإعلام والاتصال، عدد 06 (2010)، ص 228.

<sup>(2)</sup> ali SALMAN et faridah IBRAHIM et mohd yousf HAJ ABDULLAH et others, op cit.

بمعجم لشبكة الفيسبوك، يصبح غوغل أقوى وأقوى ما دفع سام زال Sam Zell المالك لشركة tribu news company التي تقوم بنشر صحف شيكاغو تريبيون ولوس أنجلوس تايمز بالتصريح بان الصحف الأمريكية تسمح لـ غوغل بسرقة نسخها ولكن من دون هذه النسخ ماذا سيفعل غوغل؟<sup>(1)</sup>.

بالنسبة للراديو و التلفزيون وبغض النظر عن صيغ البث سواء كانت أرضية أو عن طريق الكابل والأقمار الصناعية، فإنهما لا يعرفان نفس الأزمة التي تعرفها الصحافة الورقية، وإن كانا مقبلين على الكثير من التحديات خاصة فيما يتعلق بالمضامين (البرامج) ذات الطبيعة الثابتة ونعني بها تلك التي يتم بثها في ساعات محددة من اليوم، وإذا ما نظرنا إلى الأمر إجمالاً يمكن رده إلى اعتبارات كثيرة، منها أن كثرة العرض<sup>(2)</sup> قد أدت إلى تجزئة وتشظي سوق القنوات التلفزيونية ومشاهديها فهناك هجرة مستمرة لجمهور الراديو والتلفزيون بسبب أن وسائل الاتصال الجديدة تمنح الأفراد القدرة على خلق بيئة الاتصال التي تناسبهم<sup>(3)</sup> وهو ما يطرح مشكل التمويل، كما أن الأخذ بالمعايير الرقمية في عالم التلفزيون قد أدى إلى موجة تكنولوجية متسارعة جعلت من البرامج الثابتة غير ذات معنى بعد أن سهلت على المشاهد ومكنته من تحاشي المضامين الإعلانية، وإذا كان هذا التوجه قد تجلى بداية مع العلبة المدمجة فإنه سيأخذ مستقبلاً أبعاداً أخرى خاصة مع التحسينات الكبيرة التي تعرفها برامج الحاسوب، أما أكثر وأهم الاعتبارات تبلوراً فيتمثل في الانترنت من خلال قدرتها التفاعلية ونزعتها إلى إضفاء طابع شخصي على فعل الإبحار في عوالمها، فقد التهمت الانترنت تدريجياً جمهور الإذاعة والتلفزيون خاصة وتتجلى هذه التطورات خاصة في عالم الشباب باعتبار ميله إلى تجديد ممارساته وطقوسه فقد أظهرت إحدى الدراسات التي أصدرها مكتب الاتصالات Office of communication ببريطانيا أن الشباب البريطاني الذين تتراوح أعمارهم ما بين 16 و 24 سنة قد تراجع إقبالهم على التلفزيون بما يعادل السبع ساعات أسبوعياً، مشيراً إلى أن هذا الاقتصاد في الوقت نفسه قد تم تحويله لاستثماره في الإبحار على الانترنت وباقي الأجهزة الالكترونية المحمولة.<sup>(4)</sup>

### 3.4.2. تراجع احتكار المضامين الإعلامية.

مع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام وخاصة على الانترنت، بدأت تظهر أنواع جديدة من الصحافة كما بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها أو الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في توصيل هذه المضامين وفي هذا السياق الجديد بدأ الجمهور المستخدم يلعب دوراً محورياً في العمل الإعلامي، حيث لم يعد متلقياً بل منتجاً ومشاركاً، يمكن في هذا الإطار استحضار مجموعة من العوامل التي أدت إلى تصاعد هذه الظاهرة

(1) Ibid.

(2) الصادق رابح، <<إعلام المواطن: بحث في المقاربات والمفهوم>>، مرجع سبق ذكره، ص 230.

(3) حسن عماد مكاي، مرجع سبق ذكره، ص 275.

(4) الصادق رابح، <<إعلام المواطن: بحث في المقاربات والمفهوم>>، مرجع سبق ذكره، ص 230 - 231.

منها أهمية الانترنت لتمتعها بالعديد من السمات التي تمكن المستخدمين من إنتاج مضامينهم بأنفسهم ونشرها بسهولة، وكذلك الاعتماد المتزايد على الرقمنة في العمل الإعلامي وسهولة التواصل والاندماج بين الأجهزة المستخدمة في إنتاج هذه المضامين وانتشار مساهمات المستخدمين في ساحات ومنتديات الانترنت والمدونات والمواقع المختلفة وعبر الوسائل التفاعلية المتنوعة، وتساعد التنافس بين المؤسسات الإعلامية لشراء أكثر المواقع استضافة لمضامين المستخدمين كما حدث مع موقع يوتيوب،<sup>(1)</sup> وهي مساهمات من المتوقع أن تتضاعف بتطور Web 2.0 وهو مظلة توفر العديد من الأشكال التفاعلية التي تسمح للمستخدمين بتقاسم وتشارك المعلومات مع بعضهم البعض.<sup>(2)</sup>

يؤشر تنامي زيادة مشاركة المستخدمين في صناعة المضامين الإعلامية إلى تحولات عميقة في بيئة الانترنت ذاتها وطبيعة الأنماط التواصلية التي تتشكل داخلها، وعلى هذا النحو تحولت الشبكة الى مجال للتعاون بين المستخدمين كما تنامت مكانة وشعبية التطبيقات التي توصف بالتعاونية، كما يشير مصطلح الانترنت 2.0 إلى تنامي الاستخدامات التواصلية كالبريد الإلكتروني وفضاءات الدردشة ومنتديات الحوار والمدونات والاستفتاءات.

تتشكل ظواهر التدوين الحر وإعلام المواطن داخل سياق ثقافي يتسم بحراك شامل لمجال الإعلام خاصة في مستوى العلاقة بوسائط الإعلام وبممارسات التلقي، لقد خضع الإعلام طويلاً إلى رؤية إيديولوجية تنظر له كسلطة تصنع وعي الأفراد والجماعات الذين يمثلون لتأثيرها، وأدت عوامل عديدة اجتماعية وثقافية وسياسية وتقنية في خلق تمثل جديد لجمهور وسائط الإعلام كفاعل نشط لا متلقي بشكل سلبي لسلطة الإعلام الفاتكة، ومن هذه العوامل تقلص الطابع الأحادي والعمودي والنخبوي والسلطوي لعلاقة وسائط الإعلام بالجمهور.<sup>(3)</sup>

إن تنامي ظاهرة التدوين الحر وإعلام المواطن\* يؤشر إلى هذا التغيير الثقافي الذي يفضي إلى تفكك النموذج الكلاسيكي للإعلام الذي كان يقوم على الفصل بين البث والتلقي، يقول فرانسيس بيزاني "لا

(1) السيد بخيت، أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية، مرجع سبق ذكره.

(2) حول الويب 2.0: أنظر:

- **Mark BRIGGS**, journalisme2.0: how to survive and thrive a digital literacy guide for the information age (Maryland; knight fondation,2005) .

- **Dreink K, breaken**, ridge2.0 : new media new tools new audiences(new jersey:ft press,2008).

(3) **الصادق الحمامي**، عالمهن المنكشف: المدونات النسائية العربية، [على الخط] تاريخ الزيارة (20/10/2014)، متاح على الموقع

[ <http://www.mediafave.com/?jztavzncavzroov> ]

\* يعتبر مدخل صحافة المواطن أحد أهم المداخل النظرية التي تعنى بتحليل الدور البارز الذي يلعبه المواطن العادي والمستخدم لتكنولوجيا الاتصال والانترنت في التواصل مع الآخرين وفي القيام بدور إعلامي من خلال جمع المعلومات والأحداث ونشرها بوسائل متنوعة من بينها المدونات والمواقع. وقد تزايد الحديث عن هذه النوعية من الصحافة في ظل تراجع الصحف في العالم، ونمو ظاهرة الصحافة المجانية، وتراجع العائدات الإعلانية للصحافة المطبوعة بجميع أصنافها، وفي ظل التفتت والتزاحم الذي تشهده السوق الإعلامية بفعل تسابق القنوات التلفزيونية على استقطاب الجمهور في وقت تتراجع فيه العائدات الإعلانية لوسائل الإعلام و زاد فيه الاعتماد على الحوسبة والرقمنة والتشبيك في الاتصالات الدائرة بين الأفراد والمؤسسات، كما زاد الاعتماد على الانترنت كمصدر للأخبار والترفيه، وخاصة مع تمتعها بقدرات تفاعلية فائقة، وبقدرة هائلة=

تندرج الظاهرة مباشرة في سياق الميزة الرئيسية للانترنت تواصل الكثيرين مع الكثيرين " أي التواصل الأفقي كالبريد الإلكتروني والرسائل المباشرة. المهم ليس "موت المسافات" بقدر ما هو التواصل المكثف بين أناس لا يعرفون بعضهم البعض وميزة المفكرات هي قبل كل شيء جعل هذا التواصل عاما، مما يدعو إلى التساؤل حول ما إذا كان يجب تصنيف أصحابها في عداد الصحفيين".<sup>(1)</sup> تعمل الانترنت على تغيير العمل الصحفي بصيغته التقليدية، ولكن عملية التغيير هذه لا ينتج عنها القضاء النهائي على هذا الأخير حيث أن نظرية الانتقال والمراحل التي تخضع لها عملية تطور وسائل الإعلام تسمح لنا بملاحظة حقيقة أن الانترنت لا تقضي على وسائل الإعلام التقليدية ولكنها تعمل على استيعاب الألفية القديمة، كما تقدم لها مجموعة من آليات التطور والتجدد حيث يعاد وباستمرار رسم حدود العمل الصحفي وإعادة تشكيله وتوزيع عناصره تبعاً لما تفرزه التقنيات الحديثة للاتصال، أدى انخراط الأفراد وبشكل جماعي ومكثف الى كسر سلطة وسائل الإعلام في تقديم الحقيقة بسبب مركزية المصادر ليتحول الصحفي من مصدر وحيد للخبر الى أحد مصادر الخبر بمعنى أنه عوض أن يكون الصحفي مصدر للحقيقة أصبح مفاوضاً للأفراد حول نظامهم للحقيقة<sup>(2)</sup>، يتغير جوهر العمل الصحفي في زمن التقنية فبعد أن كان رأي و موقف المؤسسة يمثل النقطة المركزية في العمل الصحفي، أصبح في ظل التطور التكنولوجي الحوار والتعليقات التي تثيرها المواد المنشورة النقطة المحورية في عمل مؤسسات الإعلام.

يمكن الاستدلال على هذا الوضع بالعديد من المؤشرات، أهمها تراجع دور الصحفي كمنتج وشاهد وحيد للأخبار، إضافة الى زيادة ادوار المؤسسات غير الصحفية في إنتاج ونشر الأخبار و إشراك أفراد الجمهور ممن ليست لهم علاقة بالعمل الإعلامي في هذه العملية ، كما أن الصحفي لم يعد المحلل الوحيد للأحداث والمعلق عنها.

<sup>1</sup> على إضفاء طابع شخصي على عملية استخدامها، وعلى عملية تقاسم وتشارك المعلومات بين مستخدميها والذين ينتمون لفئات اجتماعية وثقافية متنوعة. من بين المصطلحات المستخدمة في هذا الصدد مصطلحات: صحافة المواطن، صحافة المجتمع المدني، الصحافة القاعدية، صحافة المشاركة، الإعلام التشبيكي، الصحافة ذات المصدر المفتوح، الإعلام التعاوني، الإعلام العمومي، الإعلام المتدفق، الإعلام القائم بذاته. طرح الباحثون الذين عنوا بدراسة صحافة المواطن عدة مقاربات نظرية لدراساتها من بينها مقارنة لاسيكا J.D Lasica والتي تصنف مواقع إعلام وصحافة المواطن في ست فئات رئيسية:

- 1- مواقع المؤسسات الإعلامية التقليدية التي تضم عناصر تشاركية.
- 2- مواقع إخبارية مستقلة تنشر تحقيقات ولقاءات وغيرها من الفنون الصحفية.
- 3- المواقع الإخبارية التي تقوم على المواطنة التشاركية بالكامل مثل Oh My news و Indy media.
- 4- المواقع التي تقوم على المساهمة الجماعية والتعاونية والتي تدمج بين واجهات المدونات ومنتديات الحوار، وتشمل على آليات وظيفية لتسهيل عملية التصنيف والتنظيم الآلي للمضامين.
- 5- وسائل إعلام أخرى خفيفة والقائمة على استخدام القوائم البريدية الإلكترونية والنشرات الإلكترونية في التواصل.
- 6- مواقع البث والتوزيع الشخصي سواء تمثلت في مضامين الفيديو أو الصوت للاستزادة أنظر:

– <http://www.neiman.harvard.edu/reports/03-3nnr.fall/v57n3.pdf>

<sup>(1)</sup> نقلا عن: **الصادق الحمامي**. المدونات التساوية عالمهن المنكشف، مرجع سبق ذكره.

<sup>(2)</sup> – **BIONDEAU olivier**, becom the media :du post – media au médiascope, intervention au colloque :intrnet ,culture and society frèch and american perspectives,ies 18-19-20 november2004 à l'université d'austin,[en line],visited : (10/05/2011) :[http://frescape.eu.org/biblio/articl.php ?id= article=214](http://frescape.eu.org/biblio/articl.php?id= article=214).

تعيد الصحافة الإلكترونية تعريف دور الصحفي باستمرار، حيث يتحول هذا الأخير الى مدير للنقاش وليس حارسا للبوابة كما كان سائدا على مستوى الإعلام التقليدي، وفي هذا الإطار تعمل التطبيقات التي أتاحها شبكة الانترنت على جعل الصحافة ساحات للنقاش والتداول محطة الطابع العمودي للإعلام والذي سيطر لفترة طويلة على العملية الإعلامية. إن المشهد النهائي لمهنة الصحافة في ظل هذه التطورات لم يتبلور بعد ولم يصل الى مآلاته النهائية، حيث تعمل التقنية والتطبيقات الإعلامية والاتصالية المرافقة لها على تفكيك وإعادة بناء العمل الصحفي بوصفه ممارسة اجتماعية قبل كل شيء تتأثر بالتغيرات التي تعرفها البيئات الاجتماعية خاصة في بعدها التكنولوجي<sup>(1)</sup>.

تؤدي التطورات الأنفة الذكر قد أدت إلى إعادة رسم الحدود بين المصدر والوسيلة والجمهور، يعزز هذا الطرح قيام المؤسسات الاجتماعية المختلفة بإنتاج الأخبار والمعلومات وبثها مباشرة وهو تحول يؤشر الى تراجع وسائل الإعلام كمصدر للمعلومة والخبر، يمكن التأكد من هذا الواقع من خلال قيام الكثير من المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والعلمية بإنتاج الأخبار والمعلومات وبثها مباشرة، ففي السابق ما كان لها ذلك دون المرور بوسائل الإعلام الكلاسيكية ناهيك عن قيام العديد من المواقع بإنتاج المعلومات المكتوبة والمسموعة والمرئية وبثها مباشرة، مثل صور فيديو الهواة التي التقطت إعصار تسونامي في ديسمبر 2004، والصور المنشورة في موقع فليكر Flickr التي نقلت تفجيرات مترو لندن في جوان 2005 والمدونات الالكترونية التي نقلت أحداث إعصار كاترينا في الولايات المتحدة الأمريكية في ديسمبر 2004.<sup>(2)</sup>

يزداد وبإستمرار إعتقاد المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية بالمواطنين الصحفيين كمصادر للصور والأخبار والشهادات، ليصبح شرط مرور الحدث عبر حراس البوابة الإعلاميين ليتحول الى خبر غير ذي معنى في ظل إمكانات التحرير والنشر التي تتيحها الأنترنت للأفراد العاديين وهو امر لم يكن ممكنا في السابق.<sup>(3)</sup> إن إضفاء خاصية التفاعلية يزيد من الطابع الشخصي للإتصال من جهة و من جهة أخرى النظر في تموقع مكونات العملية الاتصالية، ليتحول أفراد الجمهور الى مستخدمين أكثر منهم مستقبلين سلبيين .

---

(1) **jean, GENESE et Micheal ,WATRD** ,dispersion et réinvention permanente du journalisme, intervention lors des journées d'études : regards croisés sur les enjeux contemporains du journalisme, 24 mars, 2009, [en ligne], date de visite (10/10/2014), disponible sur le site : <http://www.sur le journalisme.com/regards croises/1<sup>er</sup>-juin-2007>

(2) **Muriel, SIGNOURET**, les media face au défi de l'info 2.0 stratégies magazine, ne 1431, 26 octobre, [en ligne], date de visite (21/04/2009), disponible sur le site <http://strategies.fr/article/42521w/les-media-face-au-defi-de-l-info-2-htm>.

(3) **f, REBILLARD**, l'information journalisme sur l'internet : entre diffusion mass médiatique et circulation réticulaire de l'actualité, document numérique et société, paris : actes colloque doc soc 06, paris : ADB éditions, sans date, p213- 226.



كما أن التفاعلية غيرت بنية المادة الإعلامية وبالتالي محتواها، لقد ساهمت الوصلات الخارجية والإحالات التي تتضمنها مادة الاتصال في تغير بنيتها، لم تؤدي التفاعلية إلى توسيع حلقة النقاش حول المادة الإعلامية فحسب بل جعلت الجمهور يقوم بدور مزدوج فهو مستهلك للمادة الإعلامية ومنتج لها،<sup>(1)</sup> إن التوائم الرقمي غير وسائل الإعلام تغييرا كبيرا حيث سمح باندماج الوسائط وترحيل المحتوى من وسيلة إعلامية جماهيرية إلى أخرى ويظهر ذلك في إمكانية جمع كل هذه التطبيقات - الخدمات - في وسيلة واحدة، وهذا التوائم الذي يعد سابقة تاريخية في وسائل الإعلام أثر على المحتوى المتداول، فجمع فيه خصائص الإنتاج الجماهيري - صحافة المواطن - والاستهلاك الفردي الذي يراعي منطق المحتوى الذي يكونه المستخدم بطريقة انتقائية.<sup>(2)</sup>

#### 4.4.2. تجدد الممارسة المهنية وإشكالية الضبط .

##### 1.4.4.2. تجدد الممارسة المهنية.

يقوم النشاط الإعلامي على مراحل ثلاثة مرتبطة مع بعضها البعض: إنتاج المضامين وصناعتها وتوزيعها كما يتيح الإعلام الجديد من خلال خصائصه التقنية إمكانيات واسعة للإعلام يتجدد من خلالها الإعلام التقليدي وخاصة الصحافة المكتوبة. وتتمثل مستويات التجدد هذه في:

#### أ- مرحلة الإنتاج.

##### أ.1- الاستخدامات التوثيقية.

يشكل التوثيق بعدا مركزيا للنشاط الصحفي حيث تسمح الانترنت بتوسيع مصادر التوثيق بالنسبة للصحفي، كما أنها تساهم في ظهور مصادر جديدة ومستحدثة مثل: بنوك المعطيات، الموسوعات، محركات البحث، المواقع الإعلامية المتخصصة، كما توظف المؤسسات والهيئات الحكومية والجمعياتية مواقع الواب لتوفير المعلومات للصحفيين، يتم تجميع هذه المعلومات في فضاءات مخصصة ويوجد الصحفيون في هذه الفضاءات البيانات والملفات الصحفية والصور ووثائق الفيديو .

تشكل جملة هذه المواقع مصادر مستحدثة ومتكاثرة تساهم في توسيع المجال الذي يشغله الصحفي للبحث عن المعلومات كما أنها تساهم في إعادة تشكيل مفهوم الميدان ليمتد من الجغرافية إلى الفضاء الالكتروني ليشكل واقعا جديدا يمثل العالم.

<sup>(1)</sup> الصادق الحمامي، نهاية الجمهور، [على الخط] (2010/05/10)، متاح على الموقع :

studies.net/index.php?option=com-content&task=view&id=182&Itemid=101.http://www.arabmedia

<sup>(2)</sup> المرجع نفسه.

## أ.2- الاستخدامات التواصلية.

تساهم الانترنت في تعزيز التفاعلية التي كانت غائبة على مستوى وسائل الإعلام التقليدية كما تتيح التفاعلية للجمهور التواصل مع الصحفي وبالتالي تعزيز العلاقة مع أفراد الجمهور .

### ب- مرحلة الصناعة.

تسمح الانترنت بإدماج النشاطات المساهمة في عملية إنتاج المضمون الإعلامي وذلك من خلال عمليات التشبيك، بمعنى خلق شبكات داخلية من شأنها خلق قنوات تواصل بين مختلف أقسام المؤسسة وأنشطتها.

### - مرحلة التوزيع.

تسمح مواقع الواب بإثراء المضامين التحريرية من خلال إدراج الفيديو واستخدام الأرشيف، بالمقابل يمكن للنسخ الالكترونية ومن خلال الإشهار الالكتروني أن تشكل مصدرا من مصادر تمويل المؤسسات الإعلامية، على مستوى التلفزيون فإن تقنية الفيديو عند الطلب تسمح ببيع البرامج بكل أصنافها عبر الشبكة.(1)

## 2.2.4.2. إشكاليات الضبط على مستوى الإعلام الجديد.

ظل الإعلام ولعقود يعني المضامين الصحفية التي تنتجها وكالات الأخبار والمؤسسات الصحفية في شكلها الجماهيري، كما يشير إلى بنية تحتية مؤلفة من المعدات التقنية والتجهيزات الأساسية المعتمدة في صناعة المضامين وبثها، إن الفعل الإعلامي في هذه الحالة هو الفعل الذي يتحقق في وجود بنية تحتية أساسية وإستراتيجية مبنية وسياسة تحريرية واضحة الخطوط كما أن الفاعل الأساسي هو نظام تجسده المؤسسة الإعلامية والصحفي يمثل عنصرا من عناصر النظام عمله محكوم بحزمة من القواعد والصواب يكتسبها الإعلاميون عادة عبر مراحل التكوين والتدريب. إن شكل البيئة الإعلامية بالتالي لا يتكشف إلا بجمع القاعدة التكنولوجية والسياسية الإعلامية المهمة والمتخصصين.

الإعلام الجديد يمكن اليوم عده نظاما عكسيا لنظام إعلامي يستند إلى جانب وفير من القواعد والضوابط والقوانين التي تحكم مجاله وتراقب توازنه، بما ينطوي عليه من نقض للتقاليد المعرفية والمهنية المكونة للبيئة الإعلامية التقليدية. إن الإعلام التقليدي ظل يقابله الإعلام بصيغة الفرد والرسائل المبنية بدأ يغمرها تدفق فائق لرسائل متحررة من ضوابط التحرير والكتابة والحرية النسبية تقابلها حرية مطلقة تسري وسط فضاء سيبراني، والموضوعية تراجعت أمام استفحال مظاهر الذاتية المفرطة، لقد أصبح بإمكان العالم كله أن يبيت ويستقبل على نحو متزايد لتنتقل العملية من الإعلام الجماهيري إلى إعلام

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخلة النظرية، مرجع سبق ذكره.

الجماهير بواسطة الأفراد عندما يتراجع دور المؤسسة ويطفو إلى الساحة دور الفرد بوصفه باثًا- متلقيا وهذا حال الإعلام الجديد المتجلي فيما يعبر عنه بصحافة المواطن، يغيب تأثير الضبط ليحل محله تأثير الاستقطاب فالإعلام الجديد بصيغته الحالية يظل بعيدا عن السيطرة ويبقى من الصعب التنبؤ بتغييراته واتجاهاته.

إن التحدي المطروح حاليا على مؤسسات الميديا الجديدة، وكذلك مؤسسات الإعلام التقليدية المستخدمة لها يتمثل في معالجة الإشكاليات المرتبطة بالاستخدامات المتعاضمة للميديا الاجتماعية عبر تطوير مواثيق مخصصة أضحت تشكل بدورها جزء من نوع جديد من الأخلاقيات الخاصة بالميديا الجديدة يطلق عليها ما يعرف بأخلاقيات الميديا الرقمية وهي تشمل مجالات واسعة أو مخصصة بحسب المضامين التي تعطى إليها.

في هذا الإطار فإن الرهان الأساسي في هذا المجال يتصل بابتكار ما يطلق عليه الأخلاقيات المندمجة في سياق أضحت فيه غرفة الأخبار مندمجة بالفعل تتفاعل فيها المضامين الداخلية والخارجية التي ينتجها الصحفيون والمواطنون والمدونون والمتعاونون وأنواع متعددة من الصحافة سمعية ومكتوبة وسمعية بصرية ومطبوعة ومتعددة الوسائط، فالصحافة الجديدة متعددة المكونات تمثل خليطا من أنواع مختلفة من الصحافات، إن هذه التحولات المتعددة التي طرأت على مهنة الصحافة تستدعي من الصحفيين التفكير من منظور أخلاقي في مهنتهم وفي هويتها (ما هي الصحافة) وفي هويتهم (من هو الصحفي الآن).<sup>(1)</sup>

---

<sup>(1)</sup> الصادق الحمادي. الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الجديدة، [على الخط]، تاريخ الزيارة. (20/10/2014) متاحة على الموقع: <http://www.jadeedmedia.com/2012-04-18-15-04-13-525-2013-12-01-09-30-html>.

## خلاصة

يتشكل الإعلام الجديد في بيئة تتغير باستمرار يتداخل فيها القديم مع الجديد وتتأسس فيها قواعد جديدة للعمل الصحفي تمس تقنيات الإعلام ووسائطه وأطرافه وأطره المرجعية ومصادره وجمهوره، حيث يتحول العمل الصحفي من طابعه المؤسسي الذي يقوم على التراتبية البيروقراطية والمؤسس كمشروع اقتصادي يحتل فيه حراس البوابة والخط الافتتاحي أهمية كبرى إضافة الى الجمهور الكبير، الى وضع يتحول فيه الفرد الى منتج للخبر وصانع للقصص الإخبارية يمكنه البث والإرسال دون الخضوع للرقابة ويتحول فيه الجمهور الى شظايا بسبب التجزئة المعمة التي تمارسها الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة وتتحول فيه قواعد الممارسة المهنية الى ضوابط لا يمكنها التحكم فيما ينشره الافراد والإعلام الجديد.

إن التحول الذي مس العمل الإعلامي إنما هو حصيلة مجموعة من المتغيرات والأسباب التقنية والاقتصادية والسياسية، كما أن المستويات التي مسها هذا التحول متعددة تتعلق بالإنتاج والأرشفة والتوزيع والتحرير، إن التطبيقات التي جاء بها الإعلام الجديد مست جميع أشكال الإعلام ولعل أهمها التطبيقات التلفزيونية والتدوين والشبكات الاجتماعية والصحافة الإلكترونية.

الفصل الثاني والثلاثون  
في بيان ما هو سر

تجربة الاتصال

في قضاء الإِعلام الجديد

## تمهيد:

من المسلم به أن التطور التقني الكبير والمتسارع يؤثر على وسائل الإعلام والاتصال بطريقة جذرية، كما ان هناك ارتباط وثيق بين هذه التقنيات ووسائل الإعلام والاتصال لجهة التطبيقات التي يتيحها هذا التطور على مستوى الاتصال، إن المآلات الحالية لتكنولوجيا الاتصال تحيلنا مباشرة إلى الفرضيات الماكلوهانية التي تنطلق من مبدأ أساسي يفترض أن المهم ليس المضمون أو الرسالة بل الوسيلة التي تنقل هذه الرسالة، فهي وحدها أي الوسيلة من يحدد طبيعة الوعي والإدراك انطلاقاً من إعادة توزيع الحواس على اعتبار أن وسائل الاتصال وتقنياتها هي امتداد لهذه الحواس.

بغض النظر عن صحة هذه الافتراضات ومدى قدرتها على توصيف تأثير التطورات الكبيرة التي تعرفها أقدية الاتصال فإنه لا يختلف اثنان على أن بيئة الاتصال وأطرافه واتجاهاته كلها تعرف تغييرات جذرية تصب في اتجاه إعادة هيكلة هذه البيئة وإعادة توزيع أطرافها، إن عملية التغير التي تعرفها بيئة الاتصال ستتمس تجربة الاتصال وما يرتبط بها من أشكال الوجود الاجتماعي او بوصفها أدوات للتغيير الاجتماعي وفقاً لما يقتضيه منطق التقنية الكامن فيها وفق مبدأ الوسيلة هي الرسالة. شكلت وسائل الإعلام منذ نشأتها مجالاً لتخليق عوالم رمزية تتوازي في وجودها مع الوجود الاجتماعي الحقيقي، ذلك ان وسائل الإعلام تقيم عالماً رمزياً ينشأ نتيجة للمنتج المصنع وسائلياً بفضل تقنية الصورة والصوت والنقاط الكهربائية، هذه العوالم الرمزية هي التي أتاحت لهذه الوسائل نفوذها وتأثيرها الاجتماعيين، كما أن الوجود الاجتماعي يتمدد مرة أخرى مع العالم الافتراضي الذي تقيمه الانترنت ومستحدثاتها التكنولوجية. إن هذا التمدد الاجتماعي سيؤثر حتماً على مفاهيم الهوية الفردية والتجربة الاجتماعية ومفهوم الفضاء العام وهي مفاهيم يحظى فيها الإعلام بمركزية كبرى انطلاقاً من التأثيرات التي يمكن أن يمارسها على هذا المستوى.

## الفصل الثالث: تجربة الاتصال في فضاء الإعلام الجديد

تطرح الميديا الجديدة بسبب خصائصها التقنية، تجربة للاتصال تختلف كلياً عن تجربة الاتصال التي توفرها وسائل الاتصال والإعلام القديمة، إن هذه الخصائص ستقع في صلب النقاشات الخاصة بالتأثيرات الثقافية لوسائل الإعلام. كما أن التغييرات المصاحبة لهذه التقنيات ستتمس فضاء الإعلام العام، ورموز الاتصال، كما ستطرح بعداً جديداً لمفهوم الذات، الهوية، والجماعة في علاقتها مع ظاهرة الافتراضية.

### 1.3. وسائل الإعلام الجديدة والفضاء العمومي.

يعد الفضاء العمومي عنصراً مهماً بالنسبة لوسائل الإعلام كونها أحد ساحاته الرئيسية من جهة، وأهميته من جهة أخرى للأفراد كونه مسرحاً للنقاشات العامة لذلك فإن أي تغيير في وسائل الإعلام سينعكس حتماً على الفضاء العمومي.

#### 1.1.3. مفهوم الفضاء العام.

شهدت السنوات الأخيرة ولا تزال نقاشاً صاخباً، ثرياً ومتنوعاً حول موضوع الفضاء العمومي والإشكاليات المرتبطة به، ومثله مثل مفهوم الدولة والمجتمع المدني فقد أصبحت الإشارة إلى هذا الموضوع لازمة ضرورية في كل مناسبة تخص مشكلة الديمقراطية. تزداد أهمية مفهوم الفضاء العمومي نتيجة التطور الكبير في وسائل الاتصال التي تعيد هيكلة الفضاء العام وفق مقتضياتها التقنية.

إذا كانت المدينة الدولة هي الشرط الضروري لتحديد الإنسان المواطن عند أرسطو، فإن المدينة الدولة ذاتها تشترط التمييز بين المجال الخاص والمجال العام وهو الشرط الذي وضعته حنا أرندت HANNA ARENDT للتفكير في العمومية ضمن ما أسمته "حياة - فعل".<sup>(1)</sup>

يتميز يورغن هابرماس Jürgen Habermas بين مفهوم العمومية والدائرة العمومية، لأن هذه الأخيرة هي مجال تشكل الرأي العام النقدي الذي يوظفه الجمهور. بمعنى أن موضوع الفضاء العمومي هو الجمهور باعتباره حامل رأي عام ذي وظيفة نقدية، ذلك أن مفهوم العمومية يشير إلى المؤسسات العمومية الخاضعة لسلطة الدولة في بعض دلالاته.

اتخذ مفهوم الفضاء العمومي دلالات متنوعة وعديدة نجملها فيما يلي:

- سياسية: أي نمط اجتماع الأفراد في المدينة وكيفية تنظيمهم لشؤونهم واستعمالهم لمواهبهم الذهنية والجسدية.

(1) رشيد العلوي، الفضاء العمومي من هابرماس إلى نانسي فريزر (الرباط، مؤسسة دراسات وأبحاث، الرباط، دون تاريخ)، ص 02.

- اجتماعية: لأنه يمثل مسحا لكل البنيات الاجتماعية من جهة ومكوناتها ووظائفها وكيفية تفاعل عناصرها.

- اقتصادية: لأن الفضاء العمومي هو أيضا مجال لتبادل السلع والبضائع وحل مشكلات التوزيع، ويشمل مختلف علاقات الإنتاج والاستعمال والتبادل ولطبيعة اشتغالها تحررا أم اغترابا وهو فضاء المجتمع المدني.

- ثقافية: يتعلق هنا بالإنتاجات الرمزية اللغوية والأدبية والفكرية.

- أنطولوجية: وتتعلق بالمجال الذي يوجد فيه الكائن: تربية الوجود المشترك من أجل العيش المشترك، فوجود الفرد داخل الفضاء العمومي هو وجود الكائن داخل مجال مؤسس على مبادئ ومحكوم بقيم حارسة للإنسانية والفرد يتمتع في هذا الفضاء بكل حرياته المتاحة والتي تتسجم مع العقل من أجل تنظيم هذا المجال تنظيما محكما يجعله متأرجحا بين المجتمع والدولة.<sup>(1)</sup>

إن نقطة الانطلاق هنا هي السياسات لأرسطو كوسيلة لرصد تحولات البنيات الاجتماعية وما رافقها من تحولات في الفعل السياسي لفهم العالم الحديث. إن التفكير في العمومية يعود إلى كانط الذي دافع بقوة عن الجرأة في استعمال العقل، جرأة تتطلب الشجاعة والاستقلالية والمسؤولية والإرادة، يميز كانط بين الاستعمال الخاص للعقل والاستعمال العمومي للعقل، وهو التمييز الذي يساهم بشكل كبير في نحت ما سماه هابرماس Jürgen Habermas بالفضاء العمومي.

يعتبر هابرماس المؤسس الحقيقي للعلاقة بين الفضاء العمومي والديمقراطية وذلك من خلال قراءته لكانط ولمبدأ العمومية الذي وضعه هذا الأخير (الاستعمال العمومي للعقل).

إن التفكير في الفضاء العمومي هو تفكير في الشرط الإنساني الحديث في أبعاده الاجتماعية والسياسية وتحولاته التاريخية أي تفكير في:

- اندماج الفرد في المجتمع.

- مشاركة الفرد المواطن في الحياة العامة والسياسية.

- مساهمة الفرد في تعزيز الديمقراطية (السلطة السياسية)<sup>(2)</sup>.

إنها العناصر التي شغلت هابرماس منذ وقت مبكر إلى الآن. تثير الصلات الوثيقة بين الفضاء العمومي والمجتمع المدني إشكالات سياسية ستقود في الفلسفة المعاصرة إلى التمييز بين المجال الذي يشمل الدولة ومؤسساتها من جهة، وبين الميدان الخاص الذي يتصل بالحياة الشخصية للأفراد وحقوقهم المدنية من جهة أخرى. تندرج إشكالية الفضاء العمومي ضمن إشكالية العلاقة بين الدولة والمجتمع

<sup>(1)</sup> رشيد العلوي، الفضاء العمومي من هابرماس إلى نانسي فريزر، [على الخط]، تاريخ المشاهدة (2015/05/15)، متاح على الموقع

www.hurriyatsudan.com:

<sup>(2)</sup> peter dahlgreen, communication citizenship : journalism and the public spher to new the new media age

(london : routeldge , 1991), p 248- 250.



المدني، لأن التفكير في الفضاء العام، هو تفكير في الممارسة الإنسانية وغاياتها في أبعادها السياسية والتاريخية الاجتماعية وتفكير في أدوات اندماج الفرد في المجتمع ومشاركته في الحياة الاجتماعية وفي الممارسة السياسية، أي في الديمقراطية كفعل وما تقتضيه من وسائل تواصلية تحتاج إلى أطر أخلاقية لتحقيق الإجماع والتنازل في الرأي، وهو ما قاد هابرماس في النموذج الليبرالي للفضاء العمومي الذي تشكل في المجتمع البرجوازي، إذ تدخلت البرجوازية عبر الدعاية لتنميط الوعي ولتحقيق السيطرة الكليانية على نمط الوجود الفكري من خلال تشكيل وصناعة الرأي العام، اتفاقاً مع كارل ماركس فقد ميز هابرماس بين أدوات السيطرة والتحكم والهيمنة المباشرة، وبين أدوات الاحتواء غير المباشرة والرمزية التي تعمل على إدماج الفرد في المجتمع عبر أدوات التنشئة الاجتماعية، إن التحولات الكبرى في الفضاء العمومي وفق هذا الطرح مرتبطة بتطور علاقات الإنتاج وأشكال التبادل ووسائل التواصل، وبالصحف تحديداً.<sup>(1)</sup>

في سياق بحثها في مرتكزات النظرية التقليدية للفضاء العمومي، ترى نانسي فريزر NANCY FRAIZER أن هابرماس بنى نظريته حول ستة افتراضات مؤسسية، وهي:

- جهاز الدولة الوطنية أي الأمة الذي يمارس السيادة داخل مجال حدودي ووسط قاطنيه.
- اقتصاد وطني منظم قانونياً وفق التشريعات الوطنية.
- جسم المواطنين الذين يقطنون داخل حدود وطنية ويقتسمون مصالح عامة.
- لغة وطنية تؤسس وسيط التواصل داخل الفضاء العمومي.
- أدب وطني يؤسس وسيط التكوين، وإعادة إنتاج توجيه ذاتي وطني في سبيل جماعة متخيلة وطنية أي هوية وطنية.
- بنية وطنية للتواصل وصحافة وطنية ومن ثم شبكة وطنية للإعلام والتوزيع.<sup>(2)</sup>

إذا ما أردنا التبسيط أكثر يمكن تحديد الفضاء العام بكونه الفضاء الوسيط الذي نشأ تاريخياً بين المجتمع المدني والدولة، إنه المكان المفضل الذي يلتقي فيه كل المواطنين والجمهور لتكوين فكرة عامة وتبادل المواقف حول المشاكل والاهتمامات العامة التي يمكن أن تؤدي إلى بلورة رأي عام كما يشكل وسيلة ضغط في يد المواطن لمعارضة السلطة والحكومة، يرى هابرماس "أن ظهور الدولة قد شجع فكرة الديمقراطية، و الفضاء العمومي هو فضاء يتسع للكثير من المواضيع وفيه عدد كبير من الممثلين، تميزه المعلومات والإعلام وسير الآراء والتواصل والاتصال".<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup> رشيد العلوي، الفضاء العمومي من هابرماس إلى نانسي فريزر، [على الخط]، مرجع سبق ذكره.

<sup>(2)</sup> - jurgen habermas, << l'espace public : 30 ans après >> [en ligne], consulté ( 10/10/2014), disponible sur le site: [ http:// www.persee.fr ]

<sup>(3)</sup> Dominique Walton, Espace public [en ligne], consulté (15/04/2015), disponible sur le site : [www.walton.cnrs.fr]

### 2.1.3. مركزية الاتصال في مفهوم الفضاء العمومي.

يقول هابرماس: "لقد غدا التواصل الصوت الوحيد القادر على توحيد عالم فقد كل مرجعياته، لتواصل ولتواصل بالأدوات والتقنيات التي تضعف التواصل نفسه هذا هو جب التناقض الذي وضعنا فيه بحيث التجأت المجتمعات الحديثة إلى إعلاء القيمة المركزية للتواصل لمعالجة المشاكل التي نتجت عن خياراتها الأساسية، وعقدت البشرية الأمل الأول على عصر الاتصال. غير أننا في الوقت نفسه أصبحنا نعاني من اللاتواصل: والمفارقة أن كثرة وسائل الاتصال ألغت التواصل وغيرت من سيمائه، حيث يعاني الإنسان الحديث من الإحباط والعزلة والاعترا ب والقيّم العرضية للاندثار".<sup>(1)</sup>

يحظى الاتصال بدور مركزي في بناء الفضاء العمومي في علاقته بالرأي العام. إن مركزية الاتصال في بناء الفضاء العمومي تأتي من العوامل التي حددها هابرماس نفسه لنجاح المجال العام وهي:

- 1- مدى الوصول والانتشار.
- 2- درجة الحكم الذاتي (بمعنى الإرادة الحرة للمواطنين بعيدا عن السيطرة والهيمنة والإجبار).
- 3- رفض الإستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم المساواة).
- 4- الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.
- 5- وجود سياق اجتماعي ملائم.
- 6- الثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي.

كما تفترض نظرية الفضاء العام أربعة سمات رئيسية تميز الاتصال عبر ما أطلق عليه هابرماس الشأن العام، وهي:

- القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال.
- الحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة.
- بنية المناقشة.
- طرح خطاب مبرر بأدلة اقناعية محددة.<sup>(2)</sup>

في الأصل ظهر كلا من الفضاء العمومي ومفهوم الرأي العام متصلين ببعضهما البعض، إن صمود الأول مرتبط بوجود الثاني، يقول هابرماس: "يمكن أن يفهم المجال العمومي أولا وقبل كل شيء باعتباره مجالا لمجموعة من الناس الخاصين المجتمعين في شكل جمهور وهؤلاء الناس يطالبون بهذا

(1) حسن مصدق، النظرية النقدية التواصلية، (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، 2005)، ص 141.

(2) جمال بن زروق وسهيلة بوضياف، الإعلام الجديد والفضاء العمومي الافتراضي العربي، ورقة مقدمة للملتقى الدولي العلمي: شبكات التواصل الاجتماعي وتغير البيئة الإعلامية في العالم العربي، تونس 18/16 أكتوبر 2014 [على الخط]، تاريخ الزيارة (2014/12/10)، متاح على الموقع: [ http:// www.researchgate.com ] .

المجال المقنن والمنظم من طرف السلطة، ولكنهم يطالبون به مباشرة ضد السلطة نفسها، لكي يتمكنوا من مناقشتها حول القواعد العامة للتبادل وحول ميدان تبادل البضائع والعمل الاجتماعي وهو ميدان يبقى خاضعا بشكل أساسي، ولكن أهميته أصبحت ذات طبيعة عمومية".

من هذا المنطلق تشكل وسائل الإعلام فضاءات لسريان المعلومات، وتبادل الآراء والنقد، فهي أداة أساسية لبلورة الرأي العام، وفي سياقات معينة يمكن لها أن توفر العوامل السابقة التي حددها هابرماس. إن الدراسات المتعلقة بالاتصال ومنذ قرن توجهت وبشكل موسع نحو وسائل الإعلام الثقيل التي أثرت بشكل كبير على الحياة اليومية لعدد كبير من الأفراد خاصة على مستوى بناء الرأي الفردي والجماعي. إن نظرية الفضاء العام ليست بعيدة عن هذا التيار و الإعلام الثقيل يشكل الحدث التواصلي الأكثر تحديدا في المجتمعات التي تعرف على أنها ديمقراطية، يمكننا أن نلاحظ أيضا أنه في بداية العشرينات الأولى من القرن العشرين نظريات كثيرة وأبحاث عديدة حول علاقة الإعلام والمواطن، وهي نظريات تركز على نفوذ الإعلام عن طريق نظرة بيولوجية لرد فعل الإنسان على شكل آلي إننا نتحدث عن نظرية الإبرة تحت الجلد وفي هذا الإطار أيضا لا يمكننا إغفال مؤلف هارولد لاسويل الدعاية التقنية في الحرب العالمية. بالنسبة لـ بيتر دالجرين PETER DAHLGREN دور الإعلام في الفضاء العمومي واضح: طرح المعلومات، التحليل، شرح السياسات، المنتديات، النقاشات، تغذية الثقافة المتمدنة والمشاركة بمعنى المشاركة بطريقة مباشرة في الفضاء العمومي. إن التفكير في أن وسائل الإعلام واحدة من مواقع تشكيل الهوية يؤدي بنا إلى استعمال النظريات السياسية للرأي والمقاربات حول دور المعلومات إن أهم هذه المقاربات هي نظرية لولب الصمت، بالموازاة مع المنظور الهابرماسي، تشكلت مقاربات لا تركز على الأبعاد الحوارية والعقلانية والحجاجية تعطي هذه المقاربات دورا أكبر لوسائل الإعلام، وفي هذا السياق يقترح فيري FAIRY مقارنة مختلفة تفكر في المجال العمومي من منظور إشهار الأفكار والآراء والأحداث الاجتماعية وآليات تمثيلها، المجال العمومي بهذه الصفة هو ذلك الإطار الذي تتحقق من خلاله عملية التمثيل الإعلامي للأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية، فهو مجال تواصلي وسائلي تشكله وسائط الإعلام التي تبرز الأفكار والآراء والأحداث الاجتماعية التي تتجلى في المجال الإعلامي، عندما تعالجها وسائط الإعلام التي يتعرض لها جمهور واسع حيث يصبح المجال العمومي النظام الذي تتمثل من خلاله الجماعة ذاتها<sup>(1)</sup>.

لا تقتصر وسائط التمثيل والإشهار والظهور على الخطاب، بل تتجاوز ذلك إلى الصورة والصوت وكل وسائط التعبير التي تتيح استخراج الأفكار والآراء والأحداث من إطارها الاجتماعي الضيق، إلى الإطار العمومي الرحب، حيث ينظر إليها ويعلمها وقيمتها الجميع.

(1) الصادق الحمامي، الميدان الجديدة والمجال العمومي، [على الخط]تاريخ الزيارة: (2015/05/15)، متاح على الرابط

في هذا السياق وانطلاقاً من هذه العلاقة الوثيقة بين الوسائط الإعلامية والمجال العمومي اعتمدت بعض النماذج النظرية تحقيق تطورات المجال العمومي انطلاقاً من الوسيط الإعلامي باعتباره ناظماً للاتصال، وعلى هذا النحو فإن المجال العمومي في المجتمع الغربي تطور وفق أربعة نماذج حسب برنارد مياج BERNARD MIAGE:

- نموذج صحافة الرأي (أولاً).
- نموذج الصحافة التجارية (ثانياً).
- نموذج الإعلام الجماهيري (ثالثاً).
- نموذج العلاقات العامة الشاملة (رابعاً).
- نموذج خامس مرتبط بالميديا الجديدة يتسم بطابعه المجتمعي ويضعف بعده السياسي.<sup>(1)</sup>

### 3.1.3. الإعلام الجديد والفضاء العمومي الافتراضي.

بقيت وسائل الإعلام التقليدية لفترة طويلة تسيطر على المشهد الإعلامي والاتصالي، غير أن هذه السيطرة عرفت تراجعاً كبيراً في السنوات الأخيرة مع ظهور خدمة الجيل الثاني للإنترنت التي رافقها بزوغ الإعلام الجديد، الذي أعاد هيكلة خارطة العمل الإعلامي والاتصالي بما يحمله من خصائص عالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة، فهو إعلام تعددي، غير خاضع للطابع المؤسسي، فهو مجتمع متفاعل يتبادل فيه الأعضاء الآراء والأفكار والقيم والسياسة دون حدود.<sup>(2)</sup>

ارتبطت علاقة الإعلام الجديد والمجال العمومي في السياق الغربي بإشكالية الإحياء، بمعنى إعادة الإعلام الجديد إحياء النموذج الأصلي للمجال العمومي ومن ثمة استكشاف أصول الحداثة وتجديدها واستكمال مشروعها، ذلك أن إحياء النموذج الأصلي للمجال العمومي يمكن أن يمثل مخرجاً لأزمة الديمقراطية وحلاً ممكناً لأمراضها من خلال تأسيس الديمقراطية التداولية التي تتجسد في الديمقراطية الإلكترونية<sup>(3)</sup>

يتشكل إذن بواسطة الإعلام الجديد فضاء عمومي افتراضي، تقتضي عملية تمثيل هذا الفضاء الافتراضي رؤية مختلفة للإعلام الجديد تقوم على قطيعة مع التصور القديم لوسائل الإعلام الكلاسيكية، ذلك أن وسائط الإعلام الجديد ليست وسائل للنقل والتوصيل والإبلاغ والتأثير فقط، بل هي ذات طابع مركب يطرح بعداً جديداً في عمل وسائل الإعلام يتجاوز بعدي النقل والتوصيل إلى بعد الوساطة كما أن الإعلام الجديد يؤسس فضاءً متنوع الأبعاد يحتضن أنماطاً متعددة من التفاعل (بين ذاتية وجمعية)

<sup>(1)</sup> petr Dahlgren , op cit, p250-255.

<sup>(2)</sup> جمال زروق وسهيلة بوضيف، مرجع سبق ذكره.

<sup>(3)</sup> هوارى حمزة ، << مواقع التواصل الاجتماعي و إشكالية الفضاء العمومي >>، مجلة العلوم الإنساني والاجتماعية ، جامعة ورقلة ، العدد 20 (سبتمبر 2015)، ص 227.

وأنما جديدة من الكتابة (التدوين)، وأنماطاً من الاتصال ذات نماذج تقليدية رغم وجودها في الفضاء الافتراضي كالإعلان والتسويق، وفي هذا الإطار ينشط عدة فاعلين: مؤسسات اقتصادية، أحزاب سياسية، منظمات حكومية، جماعات افتراضية، وخطابات فردية ومؤسساتية منظمة وغير منظمة وممارسات ممأسسة وغير ممأسسة.

إن الإعلام الجديد ذو طبيعة مركبة، تكنولوجية وسياسية وثقافية وهي ذات حضور شامل في الحياة الاجتماعية، وفي هذا الإطار فإن الميديا الجديدة تحيل على التكنولوجيات الجديدة والعوالم المرتبطة بها وهي بيئة تتكون من ثلاث مستويات، هي:

- الأجهزة: أي الوسائل المادية.
- الممارسات: على غرار التدوين والدرشة والتسويق.
- التنظيمات الاجتماعية.<sup>(1)</sup>

انطلاقاً من هذه المستويات، فإن وسائل الإعلام الجديدة ليست ظاهرة تكنولوجية فحسب، بل تتضمن إمكانات وتطبيقات يفعلها المستخدم في سياقه الاجتماعي والثقافي تمثل شبكات التواصل الاجتماعي كمثال للتأثيرات التي يمارسها الإعلام الجديد فهي تتيح أشكالاً مخصوصة من التعبير ومن الفعل ومن التنظيم. إن الوسيلة بهذه الطريقة تتحول إلى أداة لتشكيل السياق.

إن النظر إلى الإعلام الجديد باعتباره فضاءً وليس وسيلة فقط، يسمح باعتباره أحد فضاءات المجال العمومي، يمكن حصر خصوصية الفضاء العمومي الافتراضي في المستويات الآتية:

- إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص: يتيح الفضاء العمومي الافتراضي أشكالاً جديدة من الظهور الإعلامي كما عززت الانترنت عملية الانفتاح على المستخدمين، من خلال توفيرها لمنصات تكنولوجية أفرزت فضاءات جديدة تشكلت فيها حالات تواصلية يتفاعل فيها المستخدمون عبر أنواع مستحدثة من الكتابة (التدوين) بواسطة الصورة واللغة، على هذا النحو فإن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية ولاستعراض الذات في المجال العمومي كما أن هذا التداخل بين العالم الذاتي والخاص والعالم العام الخارجي يؤدي إلى إعادة تشكيل المعايير الثقافية التي تحدد الخصوصية والذاتية بمعنى المعايير التي تضبط ثقافياً ما يمكن إظهاره في المجال العام وما يستوجب إخفاؤه.<sup>(2)</sup>
- أشكال جديدة من الفعل الجماعي: أفرز الإعلام الجديد فضاءات بديلة وتشاركية وتفاعلية تحتضن جماعات افتراضية تكونت حول اهتمامات مشتركة أما على المستوى السياسي فقد سمحت هذه الفضاءات للنخب السياسية المهمشة بتجاوز آليات تغييبها عن المجال العمومي.

(1) الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والفضاء العمومي، مرجع سبق ذكره.

(2) هوارى حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 228.

- المستخدم المبتكر: يتسم الفضاء العمومي الافتراضي الجديد بأنه ليس مجالاً تمثيلاً يقتصر على نخبة معينة تتحدث باسم الجماهير الصامتة كما هو الشأن بالنسبة إلى الفضاء العمومي التقليدي النخبوي، إذ تحول الجمهور إلى مبتكر للمضامين ومنتج لها، هذه المضامين يمكن أن تكون وثائق فيديو ذات مضامين ذاتية وعامة تتعلق بالعوامل الذاتية للأفراد، أو بالأحداث الاجتماعية والسياسية، كما يمكن أن تكون إبداعات أصلية أو إعادة تدوين لمضامين تأتي من وسائل إعلام تقليدية والتي يضيف إليها المستخدمون عناصر جديدة.

- نخب جديدة: يمثل المدونون الرمز الأكثر دلالة لهذه النخب الجديدة، فقد تشكلت في الفضاءات الإلكترونية نخب هجينة تتكون من المدونين ومشرفي الصفحات في الفيسبوك ومنتديات النقاش، أو من فنانيين ينشطون على الشبكة، وجدوا فيها وسيلة لتوزيع إبداعاتهم، لكن المستخدمين المنتجين للمضامين المتعددة ليسوا كلهم أفراداً مغمورين ينشطون خارج النظام المؤسسي السياسي والإعلامي، فقد برز من الحشود النشطة بعض المدونين تحتفي بهم المؤسسات التقليدية السياسية والإعلامية كونهم تحولوا إلى نجوم تعمل هذه المؤسسات على استقطابهم.<sup>(1)</sup>

#### 4.1.3. مجال الفضاء العمومي في ظل الإعلام الجديد.

إن الانترنت لا يمكن أن تغير بشكل أساسي الحياة السياسية، كما لا يمكن أن تشكل بالضرورة فضاءً عمومياً بالمعنى الهابرماسي للكلمة، أي أن الفضاء الافتراضي يمكن أن يساهم في تشطي المجال العمومي الذي يتحول إلى فضاءات لا تتفاعل مع بعضها البعض، هكذا تظل النقاشات على الانترنت نقاشات متخصصة وعدائية أحياناً وتتعلق بمواضيع ضيقة لا تتصل بالشأن العام ومنحصرة على جماعات منسجمة فكرياً، كما أن المستخدمين يستهلكون المعلومات بشكل عشوائي وخارج سياق التواصل الاجتماعي.

في هذا النطاق، فإن تشطي فضاء الانترنت يهدد النموذج التقليدي للمجال العمومي، إذ إن الفضاء العمومي يقتضي أطراً مكانية وزمانية وإشكاليات مشتركة بل ولغة مشتركة أيضاً يتشكل من خلالها النقاش المتنوع والمتعدد لأن الشرط الأساسي للنقاش الأصيل هو أن يقبل المواطنون بالجدل في موضوع واحد وفي الوقت ذاته، هكذا يتيح الفضاء الإعلامي انفتاح المواطنين على الآراء المتعددة والمتناقضة في إطار نقاش متعارض، وعندما يتكك هذا الإطار الزماني والمكاني المشترك إلى أطر

<sup>(1)</sup> الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والفضاء العمومي، مرجع سبق ذكره. أنظر أيضاً:

- **daniel bougnoux**, << médias et démocratie : la fonction des média dans la démocratie >>, information , médias et internet , n°338, [ en ligne], consulté : 10/12/2014, disponible sur le site :[ <http://www.ladocumentation française.fr>].

متعددة ومتناثرة وغير متواصلة، فإن المواطنين يفقدون إمكانية الاطلاع على الآراء المتنوعة حول الإشكاليات المشتركة لأنهم ينغلقون داخل جماعات ضيقة.<sup>(1)</sup>

تحيل إشكالية التشظي إلى مستويات عديدة، منها التخصص المتواصل في الوسائط الإعلامية والتنوع غير المتناهي لفضاءات الانترنت؛ كما ظهرت أنماط جديدة من استهلاك المضامين الإعلامية على غرار مشاهدة الفيديو عبر الانترنت والهواتف الجوال، لقد كان التلفزيون الوسيط المركزي الذي ينتظم حوله الفضاء الأسري لكن تعدد الشاشات أدى إلى جعل التلقي ظاهرة فردية وزوال وحدة الجمهور مع انتهاء المشاهدة الجماعية باعتبارها تجربة اجتماعية مشتركة تتحقق داخل فضاء فيزيائي وزمني مشترك.

يتجسد زوال وحدة الزمان و المكان في حركة انتقال التلفزيون والوسائط الإعلامية برمتها من الصالون إلى غرفة النوم كما تساهم وسائط الإعلام الجديد في إضعاف قدرة الوسائط الإعلامية على التفاعل مع الجمهور، إن ظاهرة التشظي مرتبطة بظهور البث المتعدد المنصات والتنافس على استقطاب انتباه المشاهدين. إن تراجع مشاهدة القنوات التاريخية وظهور أنماط جديدة من البث على غرار الفيديو عند الطلب، والتلفزيون المسجل والبث غير الخطي كلها مؤشرات على تزايد ظاهرة التشظي، كما تساهم هذه الظاهرة (التشظي) في قدرة التلفزيون على أن يكون فضاءً لطرح القضايا المتصلة بالشأن العام والنقاش السياسي المتعدد.

من جهة أخرى، فقد ساهمت وسائل الإعلام الجديد، في التوسع العمومي للمجال العمومي الوطني، لأنها أتاحت ظهور الأفراد والجماعات والأحداث والقضايا المغيبة عن الفضاء العمومي التقليدي.

### 2.3. الواقع الافتراضي.

إن الفضاء الذي تحتضنه شبكة الانترنت بمختلف خدماتها وتدفعها الإعلامي وتنوع أنماط الاتصال بها قد أدى إلى تمثل آخر للواقع الذي يعيشه الفرد يوميا، أنتج هذا الفضاء ما اصطلح على تسميته بالعالم الافتراضي الذي يجعله الباحثون عالما موازيا للعالم الواقعي بغض النظر عن الفروق التي تميز كلا منهما عن الآخر إذ أن العالم الافتراضي أيضا يسكنه أفراد وجماعات وتتشأ فيه جماعات اجتماعية بشتى أنواعها تقريبا، كما تساهم العوالم النصية الافتراضية (منتديات النقاش مواقع الدردشة، البريد الإلكتروني، الشبكات الاجتماعية) في تشكيل أنماط جديدة من الجماعات والعلاقات الاجتماعية.<sup>(2)</sup>

(1) الصادق الحمادي، الميديا الجديدة والفضاء العمومي، مرجع سبق ذكره.

(2) حسيبة قيدوم، << الأبعاد النفسية والاجتماعية للعالم الافتراضي >>، المجلة العربية للعلوم والمعلومات، العدد 7 (دون تاريخ)، ص 07.

### 1.2.3. مفهوم الافتراضية.

الواقع الافتراضي (أو الخائلي) واقع مواز للواقع الفيزيائي والتاريخي اليومي لكنه ليس هو بالضبط. إننا أمام عالم موازٍ "مسكون" هو أيضا من طرف كائنات جديدة، هذا الواقع الافتراضي الجديد الذي أنتجته الثورة التقنية المعلوماتية هو أقرب ما يكون كصورة المرآة مع فارق بسيط في أننا أمام وجود فعلي ضوئي و أمام كائنات وكيانات ضوئية.<sup>(1)</sup> إن المقابل لمصطلح Virtuel و Virtualité ليس واحد، إننا نتحدث عن تعددية على مستوى المصطلح: افتراضي ضمنى وخائلي، تعكس وفرة المفاهيم حيرة اللغة أمام سرعة التحول والتطور التقني، إن مصطلح خائلي مصطلح معبر ويبسر عملية الاشتقاق مثلما يرى نبيل علي وإن كان مصطلح افتراضي هو الأكثر استخداما وشيوعا.

يرى بيير ليفي PIERRE LEVIER أن الخائلية هي حركة عامة تمس الإعلام والأجسام والأداء الاقتصادي والحساسية والذكاء والسياسة، لفهم الواقع الافتراضي فإن المؤشرات الآتية تحاول لمس هذا الواقع:

- الافتراضية هي تحويل لنوع من الوجود إلى نوع آخر، من الوجود الواقعي إلى الوجود الضوئي.
- عدم الارتباط بمكان محدد فالنص الممنهل على سبيل المثال L'Hyper Text موجود بتمامه في كل مكان يتم استحضاره فيه، فهو في كل مكان ولا مكان إنه مرتبط بالمكان ومنفصل عنه بنفس الدرجة.
- الافتراضي بحكم طبيعته الفرارة والمنتقلة باستمرار وبتأن وبسبب عدم ارتباطه بالمكان يخدم وينشئ ثقافة التنقل والترحال، ليس فقط تنقل المعلومات والمعطيات وأمكنة الاستقبال بل إنه ما يجعل الإنسان كائنا مسافرا. باختصار يمكننا القول إن الواقع الافتراضي يقيم علاقة جديدة مع الفضاء والزمن ويشكل نمطا جديدا من الكينونة.<sup>(2)</sup> يعد الواقع الافتراضي التقانه الأكثر ايجائية بين وسائل الاتصال الجديدة، ففيها يبرز الاقتران بين الصورة والحاسوب، بين مخيال الوسائل القديمة والتلاعب التفاعلي للتقنيات المعلوماتية الجديدة، ففي الواقع الافتراضي يجتمع الأفضل في التقانية والتجربة على الأشكال التجديدية للاتصال حيث تتلاقى التطورات الأكثر تقدما في البحث حول تقنيات البث الليزر، الألياف البصرية، الأسطوانات البصرية التفاعلية)، وحول البرمجة المعلوماتية (الخلويات المستقلة، الأبعاد الثلاثية المزدوجة)، وحول الوجه لوجه الإنسان الآلة (تعليمات صوتية، نقاط بصرية، ايقونية المشترك)، وحول التفاعلية البيئية، المشتركة<sup>(3)</sup>. تتداخل مع الواقع الافتراضي عدة أشكال إعلامية جديدة شبيهة به، منها الهايبر ميديا وتصميمات الأبعاد الثلاثية وتطبيقات ما يعرف بالواقع المعززو لتجنب الخلط بين هذه الأشكال يمكن القول أن الواقع المعزز يعمل تحت مظلة الواقع الافتراضي.

(1) محمد سبيلا، زمن العولمة، مرجع سبق ذكره، ص 71.

(2) بوقرة رضوان، << الترفيه بين الإعلام الكلاسيكي والواقع الافتراضي >>، مجلة فكر ومجتمع عدد 20 (أفريل 2014)، ص 568.

(3) w. Bricken, « Virtuel reality » : Direction of growth ( sans lieu: Ina, 1992), p 23- 40.



الواقع الافتراضي باختصار هو تجسيد الواقع غير الحقيقي ويكون فيه المستخدم في حالة استغراق داخل البيئة الافتراضية محاطا تماما بعالم مصطنع ثلاثي الأبعاد مولد بالكامل بالكمبيوتر أما الواقع المعزز فهو إضافة افتراضية كواقع معاش وليس تجسيدا للواقع غير الحقيقي. يستخدم مصطلح الواقع الافتراضي للإشارة إلى تطبيقات غير استغراقية تماما مثل الواقع المعزز وبدأت الحدود الفاصلة بين النوعين تتلاشى.

### 2.2.3. الواقع الافتراضي وتكريس الفردانية.

تكمن المفارقة الأساسية عند حديثنا عن الواقع الافتراضي في أن هذا الأخير يعمل على توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية للفرد ولكن ضمن هذا الفضاء، وعلى النقيض من ذلك بدأت العديد من الطروحات العلمية تقر بأن الاستخدام المكثف للتقنيات الحديثة للاتصال يؤدي تدريجيا إلى انهيار الروابط الاجتماعية الناجمة عن عدم تلاقي الأشخاص ماديا، فأصبحنا نتواجد في مجتمع يفقد للتلاقي المادي وحملا إلى عالم أصبح فيه بنو البشر لا يقبلون الالتقاء ماديا وتكثفت فيه العلاقات مع الآخرين في عالم افتراضي.

في سياق الحديث عن الفردانية هناك عودة إلى طرح آخر هيمن على التفكير السوسيولوجي الحديث منذ الثمانينات، وهو أن الفترة التي تعيشها مجتمعاتنا حاليا هي فترة ما بعد الحداثة التي بدأت مع نهاية الحداثة وتؤدي إلى نظام اجتماعي جديد تتمحي فيه الانتماءات التقليدية والجماعية<sup>(1)</sup>.

وإذ تختص ثقافة ما بعد الحداثة\* بالتطابق والتعددية والانقائية فإن الشبكات المعلوماتية هي الأخرى تقيض بالمعلومات الموضوعة تحت تصرف الفرد الذي ينتقي أحسن ما يخدم مصالحه الشخصية ويستجيب لحاجياته، إن الفردانية هي نتيجة منطقية للتنوع والاستقلالية والانقائية وحرية الاختيار فالانفتاح الإعلامي أديا بالفرد إلى اختيار ما يهيمه والتخلي عن الباقي فأصبح ينظر للإعلام الآلي على أنه الأداة التي طالما حلم بها من أجل إسقاط الطابع الجماهيري وترقية الفردانية والاستقلالية.

إن الأبعاد السيكولوجية هي في غاية الأهمية للانجذاب نحو الثقافات الحديثة للاتصال لأن هذه الأبعاد ترتبط بالحركة العميقة التي تركز فرادنية المجتمع وهي رمز الحرية والقدرة على التحكم في الزمان والمكان، إذ كل فرد يمكنه التصرف دون واسطة متى شاء ودون رقابة وبدون سلطة هرمية.

(1) حسيبة قيوم، مرجع سبق ذكره، ص7.

\* تيار فكري يرتبط بالتحولات السوسيولوجية التاريخية التي داهمت المجتمعات الغربية المتقدمة منذ منتصف القرن العشرين، تتمثل التوجهات العامة لهذا التيار بإنكار النظريات الكبرى التي تحاول تقديم تفسير شمولي للظواهر وتتخذ شكل منظومات مغلقة نموذجها الإيديولوجيات الكبرى، كما يتبنى هذا الفكر تصورا انفصاليا وفوضويا للزمان، ومنظورا براغماتيا للحقيقة وميلا إلى إلغاء الذات والمركزية دفاعا عن التشتت والفوضى والتشعب.

ليس التدفق المعلوماتي والحرية وغياب الرقابة هي العوامل المثيرة فحسب، إذ يركز دومينيك ولتون DOMINIQUE WOLTON أيضا على ما يسميه بالترقية الذاتية، إن الكفاءة العالية والاستقلالية أمران معزيان على حد سواء فكل فرد يفعل ما يريد ومتى يريد، إننا هنا في قلب العالم الفردي المتحرر، فالفرد يتكفل بنفسه وخارج البنين يستطيع بكل حرية أن يطور كفاءاته ويضمن مصيره ويتتقن ويتبادل الرسائل ويخلق لنفسه علاقات جديدة.(1)

يدخل الفرد في حالة عزلة تفاعلية عندما يتحرر من العوائق الاجتماعية. إن المفارقة تكمن في كون الفرد مستعملا نشطا للانترنت ولكنه رغم ذلك لا يستطيع أن يدخل في حالة حوار حقيقي مع من يجاوره من مستخدمي الانترنت، بالتوازي مع ذلك وفي الوقت الذي يتناقص فيه التفاعل الاجتماعي الحقيقي يعاد إنتاج هذا الأخير ولكن على المستوى الافتراضي وعلى أساس قواعد عاطفية ، حيث يمكن اعتبار هذه الأشكال قبائل جديدة تتميز بانها عابرة، منظمة ومتغيرة .(2)

وقد اعتبر الحاسوب كصورة لمجتمع ما بعد الحداثة وله القدرة على أن يقودنا إلى تجزئة معممة وهي التي تكرر الفردانية. ويشير بوازفير ييفز poisvert yves إلى أن هذه الفردانية يرافقها نمط حياة قائم على ما أسماه بـ التعاقدية العابرة أي أن الفرد يلتزم أمام الآخرين بالتزامات عابرة سرعان ما يقوم بحرقها حينما تتناهى مع مصالحه اليومية وهو ما يجعل هذه التعاقدية سطحية للغاية، وهذا ما يميز العلاقات الافتراضية القائمة من خلال شبكة الحواسيب. ويعتقد أيضا أن استعمال الأطفال للحواسيب والألعاب الموجودة على مواقع الانترنت وتعلم ممارستها في سن مبكرة، ستكون لهما انعكاسات سيئة على الأطفال لكونهما تكرسان فيهم سلوكيات سابقة لأوانها، فبدل التعامل والاحتكاك الاجتماعي فإن الحاسوب يحث مستعمليه على الانغلاق على النفس، ويؤدي بهم إلى تبني منطق عقلاني مبالغ فيه ويشجع على الاستقلالية المبكرة.

إن فكرة الفردانية وفق ميشال مافيزولي michèl maffesoli هي نتيجة وضرورة للتفكير المعاصر الناجم عن زوال العوالم الاجتماعية، وهو لا يعتبر الإنسان فردا ذا هوية مستقلة وإنما يعتبره شخصا لا يجد قيمته إلا مع الآخرين، لكنه في ذات الوقت يلفت النظر إلى أن حاضرا يشهد ميلاد تشكيلات اجتماعية جديدة قائمة على قواعد وجدانية، وأطلق على هذه الظاهرة بالقبلية الجديدة

(1) المرجع نفسه، ص 07-08.

(2) إبراهيم بعزيم، الإستخدام المفرط لوسائل الإتصال الحديثة من طرف الافراد: الأثار والانعكاسات ، بحث مقدم في الملتقى الوطني الاوّل: تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الافراد والمجتمعات ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، 2010، [على الخط] تاريخ الزيارة (2014/ 12/10) ، متاح على العنوان: [ http:// www.brahimresearch.fr ] .

(Neotribalisme) على أساس أن هذه المجموعات الجزئية هي عبارة عن قبائل Tribus والجديد فيها أنها تتكون عبر الشبكات المعلوماتية وأهم خصائصها أنها عابرة، منظمة، متغيرة وتتشكل يوميا. (1)

لذا وبالرغم من ثبوت نسبي لصحة الطرح القائل بأن الانترنت تعزز الفردانية وتقتص من الاحتكاك الاجتماعي المباشر (وجها لوجه) وهو ما برهنت عليه العديد من الاستطلاعات العلمية، فإن المفارقة تكمن في حدوث أثر عكسي داخل العوالم الافتراضية التي توفرها هذه الوسيلة، إذ أن المواظبة على استعمال هذه الأخيرة ساهمت في توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية للفرد ضمن هذه العوالم إلى أبعد الحدود. (2)

### 3.2.3. الفرد والجماعة في المجتمعات الافتراضية.

#### 1.3.2.3. الهوية الافتراضية.

يقوم الأفراد المشكلون للمجتمعات الافتراضية ببناء هوية افتراضية إلكترونية خاصة تكون في بعض الأحيان مطابقة للواقع وفي أحيان كثيرة مزيفة ومستعارة. يقصد بالهوية الافتراضية مجموعة المعلومات الشخصية التي تكون الذات الافتراضية ونظرا لغياب الوجود أو الحضور فإنه في كثير من الأحيان ما يقوم الأفراد بتمص هويات مختلفة. يطلق بعض علماء النفس على العوالم الافتراضية اسم "ورشات الهوية" حيث يمكن للفرد أن يتمثل كيفما يشاء أي هوية يريد و هذه التمثيلات بدورها تهيئه لاستكشاف إمكاناته السيكولوجية، وقد يصل الأمر حتى إلى إعادة تحديد هوية الفرد كما أن سياق البيئة النصية الافتراضية ينزع الستار عن بعض أشكال التفاعل الاجتماعي التي لا نلاحظها في حياتنا اليومية بسهولة لأننا لا نستطيع أن نتصور وضعية الآخر ويصعب أيضا الإدعاء بكوننا الآخر.

إن إمكانية اصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب ورغبات المستخدمين في التعدد الهويتي إنما هو ناتج عن الفضاءات التي وفرتها الانترنت، فضاءات لا تحكمها مرجعية التوقع بالمعنى الفيزيائي و تمكن الأفراد من تجاوز إكراهات الحضور الجسدي والتحاور دون أن يكشفوا هوياتهم الحقيقية، تتميز الفضاءات الحوارية الافتراضية التي تتيحها الانترنت بشكل الرسائل التي يتم تبادلها (مكتوبة، إشارية، صوتية وأيقونية) وبالطبيعة التزامنية أو غير التزامنية،<sup>(3)</sup> كما تتميز الهوية الافتراضية بعدم حضور المجموعة الانتمائية وبالتالي لا يمكنها كبح الفرد أو فرض قيود عليه أو مراقبته خلال استعارته وتجريبه للذوات المختلفة فالانترناتي يمكن له أن يستعير ويجرب ما يشاء من الذوات دون أن يتعرض

(1) Maffesoli Michl , Le temps des tribus : le déclin de l'indianisme dans les sociétés de masse ( Paris: Merdien Klincksiek, 1988), p 24.

(2) حسبية قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص 09.

(3) الصادق رابح، << الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات >> ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 8، العدد 2 (إبريل- يونيو 2007)، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/10/10 ، متاح على العنوان: [www.wearalgerians.com]

للعقاب، بل الأمر يذهب أبعد من ذلك فالذوات التي يتمصصها في الفضاء الأنترناتي هي في أغلب الأحيان وخلافا لتلك التي تتشكل منه ذاته متناقضة مع الأدوار الفيزيائية والاجتماعية التي يمكن أن تقوم بها في الحياة الفعلية، هنا يمكن أن نفترض أن حرص الأفراد على أداء هذه الأدوار الافتراضية في الفضاء الأنترناتي راجع إلى عدم قدرتهم على القيام بها في الحياة العملية، وإذا ما أردنا معرفة حقيقة هذه الذوات الافتراضية فسنجد أنها لم تخلق من فراغ، إن الأمر يتعلق في غالب الأحيان بذوات تسعى إلى تحقيق رغبات وتطلعات أقصتها الحياة الفعلية ومنعتها من التحقق، وعليه يمكن قراءة استعارة الذوات وبالتوازي كإعادة تخليق ذلك أن الأنترناتي يصبح مستحدثا لجزء منه لا يوجد إلا في خيالاته وكفسحة بالمعنى المدرسي للكلمة، حيث يستطيع الأنترناتي أن يتملص ولو للحظات من ضوابط الصف بمعنى المجتمع والقيام بدور يراه مناسباً له.

إن هذا التمازج بين الذوات الافتراضية والذوات الفعلية له انعكاساته على طبيعة الهوية الفردية، إذ من المؤكد أن عملية التكوين والاستحواذ على مجموعة من الذوات الافتراضية سيساعد الفرد على تعميق ذاته حتى لو اقترن ذلك باتساع فضاء ظهور هذه الذات، وإذا كانت الهوية الشخصية تستمد معناها من الوعي بالذات والتميز الفردي عن الآخرين، فإن الهوية الاجتماعية ترتبط بانتماء الفرد إلى مجموعات سوسيوثقافية وأوضاع اجتماعية وتفرعات إيديولوجية، إن الأمر يختلف كلياً على الانترنت على اعتبار أن الذوات الاجتماعية يمكن أن تصبح غير محددة المعالم نهائياً.<sup>(1)</sup>

### 2.3.2.3. الجماعة الافتراضية.

إذا كانت العوالم الافتراضية تشجع إظهار الواجهة الخفية والحقيقية للهوية، فهي أيضاً تقسح المجال للفرد بأن يضع هويته موضع استكشاف وتجريب، وذلك بأن يلعب دوراً معيناً مع كل علاقة، أي بإمكانه أن يقدم نفسه على النحو الذي يريده وهو السلوك الذي يتعذر عليه القيام به في حياته الواقعية.

إن الخوض في بيئة افتراضية يذهب بخيال الإنسان إلى أبعد الحدود ويهيئه إلى توظيف أقصى لمخيلته التي قد يتجمد نشاطها أحياناً في مواجهة واقع افتراضي. لقد أبعدت الحدود التي ترسم العالم الحقيقي إلى درجة تعطي الإحساس بالضياء، وتغرقنا عن طريق الرؤية والإشارة في بيئة افتراضية تعدل إدراكنا للعالم وتقلب معالمنا الراسخة، ويعتقد أن العالم الافتراضي وثارؤه بالعلاقات بين الأفراد يحقق توازناً لدى الفرد الذي تقلص فيه احتكاكه بالآخرين خلال حياته اليومية.

إننا نشهد ونعيش تجزئة النسيج الاجتماعي وقد منحنا الفضاء الافتراضي نقاط انتماء تبدو لنا أكثر قرباً من حياة حقيقية لا شخصية للغاية، فهو العالم الذي نشعر فيه بأننا أقل تهديداً، ويولد لدينا انطباعات بأنه باستطاعتنا أن نفعل وأن نتصرف دون خطر، بالمقابل يمكن لشبكة الانترنت أن تكون فرصة لبناء

(1) المرجع نفسه.

جماعات جديدة افتراضية من خلالها يستطيع سكان العالم كله المشاركة والتبادل دون أن تكون لهم بالضرورة اتصالات مادية وتلك هي قاعدة ما سماه ليفي "بالذكاء الجماعي أو مجتمع المعرفة".<sup>(1)</sup> إن الجماعة الافتراضية تتشكل كمجال ينتمي إليه مجموعة من الأشخاص على شبكة الإنترنت وتتقاسم اهتمامات مشتركة ولكن هؤلاء الأشخاص يبعدون عن بعضهم البعض ماديا وقد لا يلتقون في الواقع أبدا، توجد أربعة عوامل يمكنها أن تلعب دورا هاما في تطور أية علاقة، وقد لخصتها إيزابال رونو izabelle renaud في تأثير الجوار، ذلك أنه كلما اقترب شخص منا ماديا زادت الفرصة في الانجذاب نحوه وإقامة روابط صداقة معه إلا أن هذا البعد غائب في العوالم الافتراضية إذ تتسم العلاقات بانعدام الحضور الفيزيائي فالعلاقات تتشكل عن بعد ودون تقابل عبر وسائط أجهزة وتقنيات الاتصال التي توفرها شبكة الإنترنت إن هذه التبادلات تحدث ضمن ما يسمى بالحدود الخيالية للثقافة الافتراضية وما تحمله من عوالم ثقافية مشتركة لخصها بيار هارفي pierre harvey كقانون قاعدي جديد لتنظيم العلاقات الافتراضية بين الجماعات والمتمثل في الحوار الوجداني الإدراكي، أما العامل الثاني فيتمثل في المظهر الفيزيائي، فالميزة الأساسية لشبكة الإنترنت هو تهديمها للحواجز الفيزيائية فالجسد قد ترك مكانه للفكر،<sup>(2)</sup> إن الفرد الذي يعاني عزلة اجتماعية أو كبت لإنتظارات معينة، يمكنه المشاركة بنشاط أكبر على مستوى الجماعات الافتراضية شريطة عدم الوقوع في التناقضات أثناء عملية التبادل، وذلك بالحرص على أعلى درجات التناغم بين المستوى اللغوي المستخدم في التبادل والمستوى التعليمي، وعدم التناظر بين الرأس مال الثقافي الذي يتم توظيفه والسن الذي أعلنته الهوية الافتراضية، ذلك أن أي ممارسة مرتبطة أو تفتقد للتناغم تكون نتيجتها انكشاف الهوية وفقدانها لمصداقيتها، وهو ما يشكل أحد الاكراهات التي تعيشها الهوية الافتراضية في فضاء الإنترنت.<sup>(3)</sup>

تمنح الجماعات الافتراضية المنتمي إليها معالم تدفع بهم إلى تثمين ذواتهم وطمأننتهم، والفرد الذي يعاني من التهميش الاجتماعي إن لم يكن انعدامه يجد في هذه الجماعات نظراء له يقاسمهم نفس الرغبات والتطلعات، فالتقاسم فيها يقوم منذ البدء على الحميميات المشتركة باعتبارها تمثل جوهر اللقاء والتبادل كما أن الفرد يشعر فيها بالتماهي مع المجموعة والانصهار فيها إن هذا الانتماء يكافئه بمنحه هوية تشاركية لفظية تعطيه الانطباع بفائدته بمعنى أن إحساس الفرد بوجود قبيلة ينتمي إليها يشجعه على تحمل وجوده في العالم الواقعي. تتيح الجماعة للفرد أن يبتدع لنفسه أهمية ومكانة ويتجاوز عزلته، وإذا كانت هذه الآلية تبدو عادية ضمن الممارسة اليومية الفعلية فإنه يتم تغطيتها عندما تنتقل إلى فضاء

(1) حسبية قيدوم. مرجع سبق ذكره، ص 13.

(2) المرجع نفسه.

(3) الصادق رابح، <<الإنترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات>>، مرجع سبق ذكره، دون صفحة .

الجماعة التي تقاسمه هذا الشغف وضمن هذا السياقات تصبح أكثر الأفكار غرابة ضمن حدود الممكن فقط بسبب إمكانية تقاسمها مع الآخرين.<sup>(1)</sup>

انطلاقاً من واقع التفاعلات الافتراضية، التي لا ترتبط ببنية أو هوية محددة كونها تتم من خلال وسيط الكتروني، يمكن تقديم مجموعة من السمات التي تميز هذا النوع من التفاعل:<sup>(2)</sup>

- التفكك: إن ابتكار الواقع الافتراضي وعوالمه الالكترونية أدى إلى تفكيك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد مثلما أدى تشكل الفضاء الرمزي إلى تفكك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد.
- التمرد: لقد فتح الفضاء الرقمي مجالاً جديداً للتمرد والحركات الثورية والتحررية، يستطيع الفرد أن يقول ما يريد خارج الضوابط التقليدية للمجتمعات وخاصة في المجتمعات السلطوية، لقد فتحت الانترنت مجالاً جديداً للتفاعلات مجال يقوم على الحرية والخروج عن سيطرة الأنظمة السياسية.
- الإخفاء: إن العلاقات الاجتماعية الافتراضية في معظمها تجمعات خفية مجهولة الهوية، إن الفرد الذي ينخرط في هذه التفاعلات له الحق في إخفاء هويته الحقيقية.
- الانقطاع: إن المتأمل في حقيقة التجمعات الافتراضية- على تشكيلاتها المختلفة - يدرك أن هذه العلاقات والانخراط المستمر فيها يؤدي إلى قطيعة على المستوى الاجتماعي.
- تعدد الفضاءات وإلغاء الزمن: تتسم التفاعلات الاجتماعية على المستوى الافتراضي بتعددية المراكز وتبادلها، حيث أن هذه العلاقات لا مركز لها كلها علاقات تخرج عن سياقات السيطرة، فمن داخل المنتديات أو غرف المحادثات لا توجد سلطة مركزية توجه الحديث، كل فرد يستطيع أن يكون مركز الجماعة. إن هذا النمط من التفاعلات لا يحتكرها شخصاً يهيمن عليها<sup>(3)</sup>.

### 3.3. من رأس المال الاجتماعي إلى رأس المال الاجتماعي الافتراضي.

مثلاً يعيد الإعلام الجديد تشكيل الهويات الفردية ويؤسس للجماعات والقبائل الافتراضية يعيد تأسيس ما يسمى برأس المال الاجتماعي ضمن صيغ جديدة.

#### 1.3.3. مفهوم رأس المال الاجتماعي .

طرح مفهوم الرأسمال الاجتماعي في سياق الإشارة إلى الموارد والأرصدة التي تتوفر للأفراد والتشكيلات المجتمعية على أنواعها، والتي تتمايز نوعياً عما يمثله كل من الرأسمال الاقتصادي (المادي

(1) المرجع نفسه.

(2) نزيهة مصباح السعدوي، << سوسيولوجية المجتمع الافتراضي: نحو مقارنة المفهوم >> مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد بوضياف المسيلة عدد 08، (جانفي 2015)، ص 17-20.

(3) المرجع نفسه.

(والمالي)، والرأسمال الثقافي أو المعرفي (الذي يتوفر للفرد والمجتمع من خلال التعليم ومراكمته الخبرة والتجربة في مجالاتها المختلفة)، ومما لا خلاف عليه أن الرأسمال الاجتماعي يتمثل فيما يتوفر للفرد أو المؤسسة أو لمجتمع محلي بالأساس من شبكات وعلاقات اجتماعية وأرصدة تمكن هذه الأطراف من الوصول إلى موارد وخدمات لا تتوفر لغيرهم ممن لا يملكون شبكات علاقات مماثلة من العلاقات الاجتماعية<sup>(1)</sup>.

### 2.3.3. الإعلام بوصفه رأسمال رمزي.

ينتمي الإعلام إلى المجال الرمزي، إذ يعبر عن الواقع باللغة والصورة والفيديو فالإعلام ليس الواقع ذاته وإنما تعبير عنه ويعتبر بيار بورديو pierre bourdieu من أوائل من سعى إلى إعطاء الرأسمال الرمزي بعدا سوسولوجيا في سياق نظريته المسماة بنظرية الحقل والتي عنيت بظاهرة الإنتاج الثقافي في المجتمعات الرأسمالية الغربية وقد استخدم بورديو مفهوم الرأسمال الرمزي جزئيا واعتبره فرعا من الرأسمال الثقافي وأنه يكمل في معظم الأحيان الرأسمال الاقتصادي والسياسي، وقد ميز بورديو في نظرية الحقل الثقافي بين الرأسمال الاقتصادي والرأسمال الثقافي، فمجال السلطة يتسم بمستوى عال من الرأسمال الاقتصادي ومستوى محدود من الرأسمال الثقافي، بالمقابل فإن مجال الإنتاج الثقافي يتصف بمستوى محدود من الرأسمال الاقتصادي ومستوى عال من الرأسمال الثقافي ويكون التنافس أو قاعدة المجالين السلطة و الإنتاج الثقافي هو الفضاء الاجتماعي العام، وقد اعتبر أن الإنتاج الثقافي يكون إما جماعيا وهو السائد نظرا لأن الثقافة في المجتمع المعاصر إنتاج مؤسسات اقتصادية كبرى إن على مستوى الإنتاج أو التسويق أو التوزيع، أو فرديا مقيدا ينتمي إلى بعض النخب التي مازالت تحافظ على الاستقلالية والحضور ورغم إمكاناتها المتراجعة والتي يوصف إنتاجها بأنه إنتاج للمنتجين، وفي الإنتاج الفردي ما يخص الفن من أجل الفن وما يتعلق بالإبداع، وفي نظره فإن الاستقلالية في الإنتاج الثقافي تكون حاضرة في الإنتاج الفردي الذي يمثل قوة إبداعية في مواجهة ما سماه بالعنف الرمزي الذي يمارسه الإنتاج الجماهيري، ويعتبر بورديو أن الإنتاج الثقافي يحمل بعدا اجتماعيا أو طبقيًا إذ تمتلك الفئات الاجتماعية الرأسمال الاقتصادي وأخرى الرأسمال الثقافي الذي قد يتحول بدوره إلى جزء من الرأسمال الاقتصادي.

يتعلق الرأسمال الرمزي بالإعلام عامة وبالفضائيات على وجه التحديد لرمزيتها (أي الحديث عن الواقع) ونفوذها المؤثر و الأساسي في حال تفكك البنية الاجتماعية وينتمي الرأسمال الرمزي إلى مجال الاستقطاب أي أنه فضاء واسع برموزه وتتداخل فيه الكثير من المصالح والاعتبارات ويصعب تثبيته بدون البناء المستمر والمعاودة، كما أنه عرضة للتشويش الدلالي والدعائي مما يجعله أكثر أنواع الرأسمال جدلية

(1) محمد نصر، جميل هلال. قياس رأس المال الاجتماعي في الأراضي الفلسطينية، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2014/10/15) متاح على

العنوان : [www.wafainfe.p.s/pdf-pge]

وحساسية، يستمد الرأسمال الرمزي قوته من رمزيته من جهة وقدرته على النفوذ إلى عقول الأفراد وبنيتهم الذهنية والثقافية من جهة أخرى، وتكون طروحات بيار بورديو في هذا المجال مفيدة على اعتبار أنه يرى أن الرأسمال الاقتصادي ذاته يتصف بضرورة بضعف الرأسمال الرمزي بينما يتميز الرأسمال الرمزي بمحدودية الرأسمال الاقتصادي.(1)

### 3.3.3. الرأس المال الاجتماعي الافتراضي .

أحدثت ثورة المعلومات والاتصالات تغييرات عديدة على أصعدة مختلفة شملت جوانب متعددة من حياة البشر، ولقد ترادفت مع هذه الثورة الاتصالية - وخصوصا الانترنت - ثورة مناظرة في المفاهيم حيث أعادت الانترنت والتشكلات التفاعلية التي ظهرت في إطارها ما يمكن تسميته بإعادة المفاهيم على نحو افتراضي. يتأسس رأس المال الافتراضي بناءً على شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة عبر الانترنت، إن النقطة الجوهرية الفاصلة بين محددات رأس المال الاجتماعي الافتراضي و الواقعي هي مجال التفاعلات، إذ أن المجال الافتراضي يتأسس عبر تفاعلات الانترنت التي تشكل آلية التواصل لتحقيق رأس المال الاجتماعي الافتراضي.(2)

تتميز شبكة الارتباطات المنتشرة عبر الانترنت بالسمات الآتية:

1- الارتباط المدني الافتراضي: أشار كل من بلانشرد blanchard و هورن horn إلى أن هناك نوع من الارتباط المدني بين أفراد التفاعلات في السياقات الافتراضية ويقصد بهذا الارتباط التحولات التي تحدث من السياقات الواقعية إلى السياقات الافتراضية، وهي تقوم على عنصرين: التبادل المعلوماتي الذي يطرح إمكانية الاستفادة في حل المعضلات ذات الأبعاد التقنية الاجتماعية العنصر الثاني هو الدعم الاجتماعي والمقصود به هي المنافع الممكن تحقيقها بين الواقع الافتراضي والمجتمع الواقعي.

2- جغرافية رأس المال الاجتماعي الافتراضي: الفرضية الأساسية عند بوتنام boutnam لرأس المال الاجتماعي في سياقاته الواقعية تتبلور في مقولته "كلما قلت تفاعلات الشبكات الاجتماعية الكثيفة كلما قلت احتمالية تشكيل رأس المال الاجتماعي" ويربط هذا المنظور رأس المال بسياقاته الواقعية ذات الطابع الجغرافي والإطار الفيزيقي في التفاعل، لقد ساهمت الانترنت في بناء تفاعلات وشبكات اجتماعية جديدة تجاوزت هذه الشبكات والتفاعلات الإطار الفيزيقي وفي هذا الإطار يمكن الإشارة إلى أن احتمالية تشكل رأس مال اجتماعي في المجتمع الافتراضي أمر

(1) وليد رشاد زكي. رأس المال الاجتماعي بين السياق الواقعي والافتراضي، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2014/10/12)، متوفر على العنوان

[http :digital.ahram.org.eg/articles.as px.]

(2) وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الإيديولوجيا إلى الميتودولوجيا (دون مكان: المركز العربي لأبحاث الفضاء، مارس 2012)،



يسير، وذلك لأن تفاعلات سياقاته لا تتم في إطار شبكة واحدة من العلاقات ولكن هناك شبكات كثيفة من التفاعلات يمكن الاستفادة منها في تحقيق منافع شتى.<sup>(1)</sup>

3- رأس المال الاجتماعي الافتراضي وتجانس الاهتمامات: يؤسس رأس المال الاجتماعي الواقعي بناءً على مجموعة من المعايير والثقة التي تظهر لدى الفرد لشبكة من العلاقات الاجتماعية بينما في سياقات المجتمع الافتراضي تعطى الأولوية لمشاركة الاهتمامات، فالفرضية الأساسية لتفاعلات المجتمع الافتراضي تنطلق من خلال مشاركة الاهتمامات وذلك أحد محددات تعريف المجتمع الافتراضي الذي يجمع بين أفراد من هويات متباينة ولكن استناداً إلى اهتمامات متجانسة، إن قوة رأس المال الاجتماعي الافتراضي مستمدة من شبكات العلاقات الاجتماعية التي تتم في إطار الانترنت والتي تقوم على المصالح المتجانسة، والتي يمكن الاستفادة منها في تحقيق مصالح متبادلة بين الأعضاء من ذوي الاهتمامات الواحدة و غني عن الإشارة أن تفاعلات المجتمع الافتراضي لا ترتبط بوقت معين فهي تحدث طوال اليوم فالمجتمع الافتراضي لا ينام.<sup>(2)</sup>

#### 4.3. النشر الإلكتروني:

بدأ المصريون في تسجيل الحروف الهيروغليفية على ورق البردي منذ العام 3300 ق م، وبالطبع فإن ورق البردي لم يكن ورقاً حقيقياً وكان لابد أن يستغرق الأمر ثلاثة آلاف عام أخرى قبل أن يتسنى للصينيين أن يبتكروا ورقاً كالذي نعرفه اليوم. كانت السمة المميزة للورق هي قدرته على نقل الخواطر والأفكار فقد كان بديلاً عن الكلمة المنطوقة، فعن طريق تدوين المعلومات أمكن تخزينها واسترجاعها ونقلها حسب الرغبة وكان الورق رقيقاً وخفيف الوزن واتسم بالمرونة إلى درجة مكنته من استيعاب وتداول كمية كبيرة من المعلومات بكفاءة ورغم فوائده الجمّة وكل ما أداه للجنس البشري فإن الورق يتقادم بسرعة كبيرة، وقد نشهد في القريب العاجل آخر الكتب الورقية، لقد صمد الورق لامتحان الأزمان إلا أنه لم يعد الوسيط الأمثل لحفظ المعلومات وتداولها وإدارتها، فهو وسيط استاتيكي ساكن لا ينبض بالحياة يقتصر على الكلمات والصور إن هذا المزج المتدفق من الصور والكلمات في أفضل حالاته ليس سوى بديل رديء للوسائط السمعية البصرية.

يرزح الناشر اليوم تحت ضغط كبير بسبب اقتراب موعد نهائي أكثر أهمية من مجرد إصدار صحيفة الغد في الموعد المطلوب، فهم على موعد مع تقنية الإعلام الجديدة، فقد انتقلت منتجاتهم من الكلمات والصور على الأوراق المطبوعة إلى منتجات محوسبة جديدة من الوسائط المتعددة في سهولة ويسر. ترى إلى متى ستصمد قطاعات النشر الكبرى أمام هذه التغييرات المحتومة، وهل سيتكيف

(1) المرجع نفسه، ص10-11.

(2) وليد رشاردنكي، رأس المال الاجتماعي السياق الواقعي والافتراضي، مرجع سبق ذكره.

الناشرون التقليديون للمواد الورقية مع جيل جديد من الناشرين الإلكترونيين؟ إن إجابات تلك الأسئلة هي التي ستصوغ مستقبل النشر.<sup>(1)</sup>

### 1.4.3. التحول من النشر الورقي إلى النشر الإلكتروني.

عندما طرح الكندي مارشال ماكلوهان marshall mcluhan في كتابه مجرة غونترغ أن مسألة تطور الثقافة والإدراك والعمليات العقلية كانعكاس للأدوات والتقنيات الثقافية التي تنتجها المجتمعات في كل حقبة حينما أطلق شعاره المعروف الوسيلة هي الرسالة تعرض لهجوم شديد من قبل العديد من مفكري الستينيات والسبعينيات، الذين وجدوا في نظريته تركيزا على طبيعة التأثيرات التي يمكن أن تمارسها وسائل الإعلام على طرق التفكير الإنساني وعلى الوعي بمعزل عن المضمون،<sup>(2)</sup> إن مرتكز الانتقاد الأساسي هو إهماله وتجاهله لتلك العوامل الإنتاجية والاقتصادية والاجتماعية التي تشكل وحدها عوامل التأثير والتغيير على مستوى الإدراك والوعي والسلوك.

تعيد طبيعة التغييرات التي تكشف عنها الدراسات والمتعلقة بالتأثيرات المتزايدة لتغلغل تقنيات الاتصال في عصر المعلومات والتي يمكن ملاحظة جزء منها واقعيًا، باعتبارها تمس مختلف مستويات النشاط الإنساني تعيد إلى الواجهة فرضيات ماكلوهان، ومثيرة لتساؤلات جدية حول دور أدوات الاتصال ووسائله في تحديد طبيعة العلاقة بين بني الإنسان والطبيعة، ذلك أن وسائل الاتصال التكنولوجية التي حققت انتشارا كوكبيا وفضائيا بدأت تمارس تأثيرات حاسمة على مضامين وأشكال الإتصال بذات الطريقة التي تسعى بها الانترنت وتقنياتها الإلكترونية إلى إعادة تحديد خصائص الكتابة، من خلال عملية دمج بين الشكل المنطقي- السطري والشكل غير السطري للنص مقدمة أشكالًا جديدة للنص، تقترب الكتابة الإلكترونية من العقل إذ تيسر ربطا أنيا بين أفكار من يكتب وبين مساحة الكتابة المؤلفة من سطح شاشة الحاسوب مشيدة رابطا بين العقل والآلة، خلافا للكتابة التقليدية وخاصة تلك المطبوعة التي كرسق لقرون طويلة من الزمن فجوة زمانية ومكانية بين الفكر والكلمة.

يشير الانتشار الواسع للكلمة الإلكترونية والشاشة على حساب الكلمة المطبوعة والورق قضية النص الإلكتروني وإمكان اختفاء النص المطبوع باعتباره مرحلة من مراحل تكنولوجيا لا يمكن لها الخلود مثلما كنا نتصور .

كانت اللغة الشفهية أولى وسائل الاتصال الفعالة بين البشر، واختصرت بإمكاناتها الهائلة زمن التعبير وأمدته بدقة لم تكن ممكنة من دونها، في هذه اللغة ولدت المعرفة الإنسانية كلها، الأساطير والعلم والفلسفة والدين، إلا أن الكلام المنطوق المولود في الصوت والحادث في الزمن لا يمكن أن يحفظ لنا خبرة كما هي كما أنه لم يكن قادرا على الانتقال الحر في الزمان والمكان، ومن ثم جاءت الكتابة والطباعة

(1) فرانك كليشي، ثورة الأنفوميديا، ترجمة: حسام الدين زكريا، سلسلة عالم المعرفة 253 (يناير 2000)، ص 397-398.

(2) فريال مهنا، مرجع سبق ذكره، ص 504.

والكمبيوتر كتكنولوجيا اخترعها الإنسان في محاولة لتخزين الكلمة وضمان سهولة نقلها في المكان والاحتفاظ بها ومن ثم استعادتها في أي وقت في الزمان،<sup>(1)</sup> غير أن هذه التقنيات التي تتعامل مع المعرفة العقلية تعبيراً وتخزيناً، وتنظيماً وتداولاً ستغير البنيات الاقتصادية والإنتاجية والسياسية والاجتماعية والفكرية.

ينبغي التنكير هنا أن أي تقنية جديدة وإن أصبحت في لحظة تاريخية معينة مميزة للعصر الذي ظهرت فيه وانتشرت، فإنها لا تلغي أبداً سابقتها وإنما تتفاعل معها منتجة في المشهد العام لكل حقبة تقنيات اتصالية ذات خصائص مختلفة، فالكتابة لم تحل محل تقانية الكلمة الشفهية التي استمرت بصورة موازية لأشكال الكتابة، ذلك أنه على الرغم من أن اللغة المكتوبة للنص المطبوع - خلافاً للشفهي - تتميز في أنها جهارية و متحررة من السياق ولها صفة الديمومة، فإنها في الوقت نفسه تنقر إلى تلك الخصائص التي يتميز بها التعبير الشفهي الذي يقدم معلومات مفيدة لا غنى عنها للاتصال الاجتماعي.

وإذا كان النص المطبوع لا يزال يحافظ على أوليته، فإن العصر الحالي الذي يتميز باجتياح كوني للتقنيات الالكترونية، يحمل في طياته طرائق جديدة للكتابة والاتصال من شأنها أن تعد وخلال فترة قصيرة تقنيات مميزة لهذه الحقبة من التطور الاتصالي.

إن ما حدث مع التعبير الشفهي في البدء والكتابة والطباعة فيما بعد، والكتابة الالكترونية لا يمكن إلا أن يمارس تأثيراته على طرائق الإدراك الحسي للمضامين وعلى عمل الصيرورات العقلية عبر إعادة تنظيمها لحواس الإنسان.<sup>(2)</sup>

مارست الكتابة ولاتزال تمارس تأثيراً جذرياً على العقل نفسه، فعلى سبيل المثال ومنذ الستينيات من القرن العشرين وفق النظرية الماكلوهانية درس كثير من الباحثين تأثير الكتابة النسخية والطباعة على عقل الإنسان وديناميته النفسية، ومن ثم تأثير ذلك على تصوره لذاته وعلاقته بالكون والآخرين، مما يعني أن التحول في تكنولوجيا المعرفة ليس مجرد تحول من تقنية إلى أخرى بل إنه يعني التحول من عقل إلى آخر.

قبل اختراع الشاشة كانت الكتابة الالكترونية تظهر لنا من خلال طابعة ملحقه بالكمبيوتر، وفي بداية هذه الطابعات كانت الحروف التي تطبعها تتشكل من نقاط صغيرة متجاوزة، وقد بدت حروف هذه الطابعة غريبة عن الطابعة العادية التي تظهر فيها الحروف مكونة من خطوط متعددة كالأشكال مما يسمح بتشكيل جمالي للفراغ الطباعي، ومنذ بداية الثمانينات حدث تطور كبير في قدرة برمجيات الكتابة وأصبح بالإمكان إنتاج كل الأشكال الممكنة للحروف على الكمبيوتر، بل تجاوزت ذلك إلى إنتاج أشكال جديدة لم تكن ممكنة من دون التكنولوجيا الجديدة، أدى هذا التطور إلى اعتقاد البعض في أن الكتابة

(1) حنا جريس، <<الهيبر تكست عصر الكتابة الالكترونية>>، مستقبل الثورة الرقمية>>، العربي 55 (15 يناير 2004)، ص 128 - 129.

(2) المرجع نفسه.

الإلكترونية وسيط جديد يدعم الطباعة وتتأثر الكثير بأن الكتابة الإلكترونية ستزيد من الاعتماد على الطباعة.

تغير الأمر بشكل سريع منذ أواخر الثمانينات عندما قُبل اقتراح تيم بيرنرز لي -tim berners- lee لتنفيذ الشبكة العنكبوتية التي تضم النص المكتوب مع الصورة والصوت والأفلام المتحركة في نص شبكي واحد، فكان أول تنفيذ عملي لمفهوم الهيبير تكست.(1)

أما الهيبير تكست الذي قدمه تيد نيلسون tid nelson من هارفارد في بداية السبعينات كنص إلكتروني للكمبيوتر فإنه يتمتع بخاصيتين، الأولى أنه يمكن قراءته على الشاشة بطريقة غير متتابعة فهو نص يتفرع ويرتبط بنصوص أخرى وهكذا فالهيبيرتكست يشكل في الحقيقة نصا كبيرا يمكن للقارئ أن يقرأه من أي مكان، أما الخاصية الثانية فهي إمكانية ربطه بملفات الصوت والصورة والأفلام المتحركة مما جعل البعض يفضل في هذه الحالة تسمية هيبيرميديا بدلا من هيبيرتكست.(2)

### 2.4.3. بنية الكتابة في البيئة الإلكترونية.

في جميع تقنيات الكتابة منذ نشوئها كانت هناك بنايات متشابهة و منذ اكتشاف الطباعة شكلت الصفحة وحجم الورقة البنيات الرئيسية للصفحة أما في التقنيات الكتابية الجديدة، فإن المعدات الحاسوبية هي التي تمثل الخواص الملموسة لمواد الكتابة في حين أن البرمجيات هي تلك الوحدات والعلاقات المحددة بصريا والمكتوبة فوق أو داخل بنايات المعدات والتي تحول مساحة الكتابة إلى فضاء مفصل.

تتيح شاشة الحاسوب فضاءً جديداً للكتابة مزودا بمميزات خاصة، إذ تستطيع أن تغير بسرعة كبيرة مضامينها وأن تشكل فضاءً للكتابة يتبدل حسب رغبة المستخدم كما تستطيع الجمع بين كلمات وصور في ذات الفضاء النصي، إن المعدات الحاسوبية في مجملها تمثل التغير التقني الأكبر في تاريخ الكتابة وخاصة فيما يتعلق بالسرعة والاستقلالية و العملية التي تتمتع بها، كما أنها من خصائص الكتابة بشكل عام القابلية لإعادة الاستخدام بمعنى تخزينها وفصلها عن مواقعها الزمنية. يفترض في الكتابة أن توفر الرسالة للقارئ دون أن تتطلب عمليات تقنية خارج دورة الكتابة والطباعة والتوزيع بينما النص الرقمي بخلاف ذلك مفصول عن يكتبه ويقرأه وظهوره تطلب عمليات تقنية معقدة. إن بيئة الكتابة الإلكترونية تجمع بين خاصيتين ظلتا منفصلتين: ديمومة وثبات المطبوع وقابلية المحو والتي كانت موجودة مع أوعية التسجيل القديمة (الحجر - الطين) إذ تستطيع الكتابة الإلكترونية المحافظة طويلا على نسخ متقنة من النصوص، مانحة في الوقت نفسه للمستخدم إمكانية تغييرها كما يحلو له كما أن الكتابة العابرة في

(1) علي سفر، تيم بيرنرزلي : مؤسس الواب الذي جعل العالم قرية صغيرة ، [على الخط]، تاريخ الزيارة: 2014/11/27 متاح على الموقع:

[ http:// www. Alarab.co .uk]

(2) مركز التكنولوجيا العربي، مبتكر النص الافتراضي التشعبي تيد نيلسون، [ على الخط ]، تاريخ الزيارة : 2014/10/12 ، متاح على الموقع :

[ http:// technocenter 4 ar.blogspot.com]

البيئات الالكترونية لم تعد هامشية.إن المفارقة هي القدرة على الاحتفاظ بنص يمكن القياس عليه وبسبب إمكانية تغيير النص نفسه وقابليته للتبدل أن يتحول إلى نصا مخالفا لبنيته الأولى.(1)

يمكن أن نعدد مجموعة من الخصائص التي يتميز بها النص الالكتروني:(2)

- إنه نص متكون من كتل كلامية أو صورية، مرتبطة الكترونيا بموجب مسارات متعددة أو سلاسل ومسارات في نصية مفتوحة وغير متناهية تجمعها روابط، أو شبكات متعددة تتعامل مع بعضها البعض دون أن تتمكن أي شبكة من حجب الأخرى ويحتوي هذا النص عوالم من حوامل المعنى، وهو نص لا بداية له وقابل للارتداد يمكن الوصول إليه من مداخل عديدة لا أحد يستطيع أن يؤكد بصورة يقينية أن أحدها يشكل مدخلا رئيسا، ويحرك هذا النص عددا من الكودات المتنوعة.
- يمتلك النص الممنهل في داخله سلسلة من ديناميات الاستخدام التفاعلي حيث تهدف اللغة التي تمنح خواصا مميزة لهذه الأشكال النصية إلى نقل ليس معنى معيناً وإنما ضرورة تحقيق تفاعلية بين المرسل والمتلقي.
- على مستوى البعد الفضائي والاتصالي الإلكتروني تبرز الطبيعة الممنهلة للنص الرقمي كبنية قادرة على تجاوز خصائصه المحدودية والثباتية للنص المكتوب مجسدة النص الممنهل كشكل نصي متعدد الاتجاهات غير سطرين غير متتاليين أو بالأحرى متعدد التابع مع بدايات عديدة ونهايات عديدة إذ أن تتابع الكلمات يشكل حالة مؤقتة، ونقطة النهاية تبقى بالضرورة معلقة والبنية تتجه عمليا نحو بنيات نصية أخرى.
- ينتج عن الميزة السابقة، ميزة جديدة هي: تمدد النص الممنهل وتحطيم مفهوم النص المفرد الموحد ويتأسس على ذلك مفهوما جديدا أكثر مرونة ودينامية للنص معطيا رؤية جديدة تحتوي حقا من التنوعات المبعثرة وليس كيانا مزيف التوحد(1).
- إن النص الالكتروني الموجود على مستوى الإنترنت التي تعد مكانا طبيعيا ونظاما حيا مستقلا يتشكل وينظم نفسه، ليس فقط وسيلة للنص في أن يعبر عن إمكاناته بطريقة مختلفة موسعا ببساطة سلسلة الأشكال التي يمكن أن يتخذها، وإنما هو أداة ثورية تسهم في انكماش إنسان الطباعة وتمدد إنسان النص الإلكتروني مع كل ما ينجم عنه من تأثيرات عميقة في البنات المادية والفكرية والروحية لمجتمعات ما بعد الحداثة في خضم صيرورات عولمية متسارعة.(2)

(1) فريال مهنا. مرجع سبق ذكره، ص 508.

(2) المرجع نفسه، ص 526.

(1) **goss Helen, holly gunn and leon swinkels** , advantage of learning in hypertext environment, [on line], visited : 12/10/2014, availaibal on :[ [http:// www. Acosswane.ca/ hgunn/ special/papers/ hypertxt/ advantage](http://www.Acosswane.ca/hgunn/special/papers/hypertxt/advantage)].

(2) حلمي محمود محمد أحمد محسن، توظيف النص الفائق في تحرير العمود الصحفي في الصحف العربية والأجنبية على الأنترنت، [ على الخط]، تاريخ الزيارة : 2014/11/10 ، متاح على الموقع :

[ [http:// arts.minia.edu.eg/ arabic/ about us/ scientific journal/ about us / 2010 70](http://arts.minia.edu.eg/arabic/aboutus/scientificjournal/aboutus/201070)].

- إن التغييرات التي يحدثها النص الإلكتروني في النصية تعيد تشكيل دور المؤلف ودور المتلقي، إن النص الإلكتروني لا يمكن أن يخرج إلى حيز الوجود إلا من خلال عمل القارئ أثناء عملية القراءة من أجل السيطرة على فضاء الكتابة.

- إن وضعية القارئ تقترب من وضعية المؤلف، إن الأول يصبح طرفا نشيطا مقلصا دور الثاني ومكتسبا حرية واستقلالية كبيرتين في عملية بناء المعنى، إن هذا التقاطع بين نشاط القراءة والتأليف يعيد طرح النقاش حول مفهوم سلطة المؤلف وصورته التقليدية.<sup>(3)</sup>

- تتجاوز تقنية النص المتشعب مستوى الكتابة غير الخطية بل هي أكثر من ذلك، لأنها تبشر بعالم مفتوح تنتوع فيه نوافذ النظر إلى الأحداث، إن وصل الوثائق والوسائط والمواقع والصفحات بعضها ببعض يفتح آفاقا للقارئ تمثل وجهات نظر ورؤى متنوعة ومختلفة، هكذا ينسف النص المتشعب بناء النص الصحفي العتيق القائم على أحادية الرؤية بسبب أحادية المتكلم - الكاتب لأنه يستبدل الصوت الواحد بأصوات متعددة.

يترتب على الخصائص السابقة تعميق أزمة السردية الصحفية التقليدية لأنه يتيح للجمهور مواد إخبارية متكاثرة لم تخضع كلها للمعالجة (كمقالات وكالات الأخبار مثلا).

- تؤسس الكثرة والتعدد لنظام مخصوص من التلقي يقوم على القطيعة أي الانتقال المتواصل من نص إلى آخر (داخل الموقع) ومن وسيط إلى آخر ومن موقع إلى موقع آخر ومن سياق إلى سياق آخر (من الموقع الإعلامي إلى منتدى حوارى إلى شبكة اجتماعية) بفعل النص المتشعب، بهذا المعنى يمكن للانترنت أن تؤسس لسردية جديدة قائمة على تعدد الأصوات بفضل تعدد المصادر (تخصيب المقال بالروابط الداخلية والروابط المحاذية كالمقالات ذات الصلة).<sup>(1)</sup>

---

<sup>(3)</sup> **george landaw**, hypertext2.0, [on line], visited : 10/ 11/ 2014, available on : [ [http:// www. Altx. Com/hyperx/georgelandaw.html](http://www.Altx.Com/hyperx/georgelandaw.html)].

<sup>(1)</sup> **الصادق الحمامي**. الصحافة الإلكترونية... سياقات الابتكار والتجديد، مرجع سبق ذكره.

## خلاصة.

تلقي التحولات التي تعرفها بيئة الاتصال ووسائله بضلالتها على المستوى الاجتماعي ذلك ان تجربة الاتصال هي بطبيعتها تجربة اجتماعية، رافق التغيير في وسائل الاتصال تغييرا على المستوى الاجتماعي وهذه القاعدة عامة ولا تتغير. لقد عملت وسائل الإعلام الإلكترونية على خلق عالم رمزي مواز للعالم الحقيقي تتمثل من خلاله التجربة الاجتماعية الحقيقية باستثمار البعد الرمزي ذي الطابع التقني، وهو واقع افرز العديد من الظواهر المرتبطة بالتقمص الوجداني وظاهرة التسلية والفراغ وزوال الحدود بين مفهوم الثقافة والتسلية.

وفق الطريقة ذاتها عملت الإنترنت على خلق عالم افتراضي لتنتقل الإعلام من صورته الرمزية إلى العوالم الخائلية، على مستوى هذه العوالم يتم إعادة إنتاج الوجود الاجتماعي بالشكل الذي يجعل التجربة الاجتماعية في ظل الإعلام الجديد تجربة ذات خصوصيات معينة.

تحدد أهم العناصر التي سيمسها التأثير والتغير على المستوى الاجتماعي في الفضاء العمومي بوصفه ظاهرة تتشكل وتتجسد بشكل رئيسي عبر وسائل الاتصال وبالتالي فإن أي تغير على مستوى الوسائط الاتصالية سينعكس حتما على هيكله وبناء هذا الفضاء. إن طبيعة العلاقات الاجتماعية والهوية الفردية والانتماءات للجماعات هو مستوى آخر من المستويات الاجتماعية التي يجري تجربتها بطريقة مغايرة في فضاء الإعلام الجديد. كما تترك الكتابة الإلكترونية بوصفها بنية جديدة للنص العديد من التأثيرات على مستوى التجربة الإدراكية للفرد.

الكتاب  
الكتاب

عولمة الثقافة

والإعلام والثقافة

العربية



الفصل الرابع  
السرعة في  
حياة الإنسان  
حياة الإنسان  
حياة الإنسان

الصورة والثقافة

في وسائل الإعلام

## تمهيد:

تعد الثقافة من أكثر الظواهر الاجتماعية غنى على مستوى التعاريف والمفاهيم نظرا لشساعة الظواهر التي يشملها هذا المصطلح وكثرة العمليات والأنشطة والحقول التي يغطيها هذا المصطلح، إن تعدد المفاهيم والدلالات التي يمكن أن تعطى لهذا المفهوم جعلته موضوع مساهمة من قبل الكثير من الفروع العلمية من جهة كما أفرز العديد من المقاربات الخاصة بهذا المفهوم المشكل من جهة أخرى .

تتميز الثقافة بعلاقة بنيوية مع الاتصال ووسائله فهي تتحقق عن طريق الاتصال من جهة وتتغير به كما تزداد أهمية الاتصال في المجتمعات المعاصرة بسبب التغلغل المتزايد لتقنياته وظاهرة التنشيط والتجزئة المعممة التي تترافق وهذا الانتشار، يشكل الرمز نقطة الالتقاء الأساسية بين الثقافة بوصفها ذات بعد رمزي وتقوم على توظيف الرموز، فيما تتميز وسائل الإعلام بكثافة حضور الرمز المصنع ووسائلها وهو ما يجعل طبيعة العلاقة بين الثقافة والإعلام بنيوية مما يؤدي الى تأثيرات دائمة ونشطة لوسائل الاتصال على ظاهرة الثقافة .

إن تفسير طبيعة العلاقة بين الثقافة والاتصال واتجاهات هذا التأثير ليس موضوع إتفاق حيث تتعدد التفسيرات وتتنوع المتغيرات التي يتم وفقها تفسير هذه العلاقة، على هذا المستوى نجد نظريات تفسر هذا التأثير وفق مفهوم ما تغرسه هذه الوسائل من عناصر ثقافية وأخرى تربطه بطبيعة القيم الثقافية وما تطرحه وسائل الإعلام من قيم، فيما تركز نظريات أخرى على متغيرات الفجوة المعرفية والانتشار الثقافي .

## الفصل الرابع: الصورة والثقافة في وسائل الإعلام.

### 1.4. مفهوم الثقافة.

من المفاهيم السوسولوجية التي لقيت اهتماما واسعا في الوقت الحاضر مفهوم الثقافة فقد استخدمه الأديب والفيلسوف والسياسي، كما استخدمه الأنثروبولوجي والمؤرخ وعالم الاجتماع وفق المنظور الذي يناسب تخصصه.(1)

يعتبر مفهوم الثقافة بحكم تعريفه محوريا في الدراسات الثقافية ومع ذلك فلا يوجد معنى صحيح أو دقيق له، ومن خلال وصفه له بأنه إحدى "أصعب كلمتين أو ثلاث في اللغة الإنجليزية" يشير ويليامز williams إلى طبيعة الدراسات الثقافية كمجال للنقاش والجدل والخلاف في الرأي بعبارة أخرى، إن الثقافة ليست شيئا ظاهرا هناك ينتظر أن يصفه بشكل صحيح المنظرون، إن مفهوم الثقافة بوصفه أداة مفيدة لفهم حياة البشر يجعل استخدامه ومعانيه في تغير مستمر.(2)

### 1.1.4. الأصل اللغوي لمصطلح الثقافة.

في الأصل اللغوي لمصطلح الثقافة يشار إلى أن الكلمة Culture قد اكتسبت معناها الفكري في أوروبا في النصف الثاني من القرن الثامن عشر، فالكلمة الفرنسية كانت تعني في القرون الوسطى الطقوس الدينية Cultes لكنها في القرن السابع عشر كانت تعبر عن فلاحه الأرض ومع بداية القرن الثامن عشر اتخذت منحى يعبر عن التكوين الفكري عموما وعن التقدم الفكري للشخص بخاصة وعمما يتطلبه ذلك من عمل وما ينتج عنه من تطبيقات.(3)

إن كلمة ثقافة ترتبط في أذهاننا اليوم بشؤون الفكر عامة، ولكنها مع ذلك لا تثير فينا مضمونا واضحا محددًا ولا تضع أمام أفهامنا دلالة دقيقة جلية؛ ولعل السبب في هذا راجع إلى أن هذه الكلمة حديثة العهد على اللغة العربية، إذ أن المعاجم العربية لا تعطينا عن أصل هذه الكلمة ومشتقاتها سوى معنى الحذق والذكاء وسرعة الفهم، فهي من هذه الناحية خصلة عقلية وليست مفهوما مجردا.

إن كلمة ثقافة في الاستعمال العربي الحديث كلمة مولدة اشتقت للدلالة على المعنى المجازي لكلمة Culture وهو اشتقاق موفق، خصوصا إذا لاحظنا ذلك التقارب بين المعنى الأصلي لكلمة العزق والتسوية والمعنى الجديد الذي صيغت للدلالة عليه، ذلك أن المعنى الأصلي انصرف من الإلحاح على الإنتاج إلى فعل الإنتاج بمعنى أن المقصود منها يجب أن يكون ما يكسبه العقل من قدرات على التفكير السليم والمحاكمة الصحيحة بفضل المعارف التي يتلقاها والتجارب التي يخوضها، لا ما يضمه الفكر بين

(1) محمد السويدي، علم الاجتماع الثقافي (تونس: الدار التونسية للنشر، 1991)، ص 07.

(2) كرييس باركر، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة: علاء أحمد صلاح (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006)، ص 31.

(3) عزام محمد أبو الحمام، الإعلام الثقافي (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010)، ص 72.

طياته من متنوع المعارف وكثير المعلومات، لقد ألح كثير من الكتاب الفرنسيين منذ عهد النهضة إلى اليوم على هذا المعنى ويكفي أن نشير هنا إلى تلك التفرقة الشهيرة التي أقامها مونتاني Montaigne بين ما سماه الرؤوس المصنوعة جيدا وما أطلق عليه الرؤوس المملوءة جيدا مفضلا الأولى على الثانية، على هذا المستوى لا نجد فرقا بين يذكر بين المعنى الإنجليزي والمعنى الفرنسي إن الاختلافات تبدو أكثر وضوحا على المستوى الاصطلاحي تبعا لاختلاف المقاريات وزوايا النظر.<sup>(1)</sup>

#### 2.1.4. المقاربة الأنثروبولوجية للثقافة.

يعد اصطلاح الثقافة صناعة الأنثروبولوجين بامتياز، لذلك فإن مفهوم الثقافة هو الحقل الأكثر ارتباطا بالدراسات الأنثروبولوجية على الرغم من المساهمات العديدة للعلوم الأخرى في هذا الحقل<sup>(2)</sup> لعل أشهر تعريف إنثروبولوجي للثقافة هو ذلك التعريف الذي ظهر سنة 1871 والذي أطلقه إدوارد برنت تايلور Edward Tylor على الثقافة "الثقافة أو الحضارة بمعناها الإثنوغرافي الواسع هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعرف وكل القدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في مجتمع"، لم يكن هذا التعريف الوحيد للثقافة ولكن إجماع علماء الأنثروبولوجيا والاجتماع على أنه تعبير جيد أعطاه القوة للاستمرار والفعالية كتعريف جامع لعدد من خصائص الثقافة المادية واللامادية<sup>(3)</sup> وهو على الرغم من قدمه يبقى متكاملا بصورة مدهشة، غير أن الانتقاد الذي يوجه إليه أنه يبالغ بعض الشيء في وصفيته كما أنه لا يسلط الأضواء على جميع الخصائص والصفات التي ننسبها للثقافة الآن، سيطر هذا التعريف على عقول الأنثروبولوجيا لعقود عدة ولم تظهر الاختلافات المتناقضة في التعريف إلا فيما بعد.<sup>(4)</sup>

يوضح لنا كلوكهون بأن "ثقافة مجتمع من المجتمعات هي نسق تاريخي المنشأ يضم مخططات الحياة الصريحة والضمنية، ويشترك فيها جميع أفراد الجماعة أو المجتمع أو أفراد قطاع معين منها".

إن الثقافة وفق تعبير كلوكهون Klouckhon تتظم كل زوايا حياتنا، فنحن نقع من اللحظة التي نولد فيها وحتى الممات تحت ضغط مستمر يدفعنا لإتباع أنماط معينة من السلوك سبق لأفراد آخرين أن خلفوها لنا، فننتبع بعض تلك الأنماط راغبين، ونتبع أنماط أخرى لأننا لا نعرف لها بديلا في حين نخرج على بعضها الثالث أو لا نطبقها إلا مكرهين.<sup>(5)</sup>

(1) محمد عابد الجابري، << المسألة الثقافية في الوطن العربي منذ الخمسينيات >>، مجلة المستقبل العربي عدد 346 (ديسمبر / 2007)، ص 07.

(2) عزام محمد أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص 73.

(3) محمد السويدي، مرجع سبق ذكره، ص 51.

(4) عماد عبد الغني، سوسيولوجيا الثقافة (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، دون تاريخ)، ص 45.

(5) محمد السويدي، مرجع سبق ذكره، ص 51.

على الرغم من الإشارة للسلوكيات الواقعية فقد تبني كل من كروبر krober وكلوكهون klouckhon التعريف الذي يقول بأن الثقافة تجريد تطرح هذه المقاربة فكرة أن الثقافة هي "تجريد مأخوذ من السلوك الإنساني الملاحظ حسيا ولكنها ليست هي ذلك السلوك" بمعنى أن الأنثروبولوجي لا يستطيع أن يلاحظ الثقافة مباشرة، بل يمكنه فقط أن يرى الأشياء والأشخاص وأفعالهم وتفاعلاتهم، يوافق على هذا التعريف عالم الأنثروبولوجيا الشهير رادكليف براون radcliffe- brown الذي يعتبر أن الثقافة لا تعبر عن شيء واقعي محسوس وإنما عن تجريد وغالبا ما يستخدم كتجريد غامض.<sup>(1)</sup>

إن هذا النوع من المقاربات يصطدم بعدم إمكانية دراسة الثقافة بوصفها تجريدا، إن الحل لهذه الإشكالية وفق كروبر يقوم على اعتبار التجريد نمطا عاما من السلوك يتكرر حدوثه في الحالات الفردية للأشياء والأفعال الإنسانية، أي أنه يمثل أحد أكثر الأشياء تكرارا في الحالات الفردية ويمكن قياسه. إن فكرة النمط هي الأخرى لم تسلم من النقد إذ يعتبر ليسلي هوايت I.white أن الثقافة هي الحالات الفردية الواقعية أما الأنماط فهي وسائل علمية في دراسة الثقافة كوسائل تصنيفية و يقدم هوايت بدلا عن ذلك ثلاثة أنواع من الأنماط الثقافية التي يمكن من خلالها إخضاع الثقافة للدراسة وهي:

- الأفكار والعقائد والاتجاهات الموجودة في عقول الأفراد.
- الأشياء المادية والمحسوسة التي يعطيها الإنسان معنى محددا، وفي معظم الحالات يكون من صنعه أو على الأقل يبذل بعض الجهد في إيجاده بصورة جديدة تختلف عن صورة الشيء في الطبيعة.
- العلاقات وخطوط التفاعل والاتصال بين البشر بعضهم ببعض وبين البشر والأشياء.

إن الخلاصة التي يمكن الخروج بها أن مختلف التعاريف الأنثروبولوجية حافظت على المقابلة بين الطبيعي والثقافي تدعمها المقارنات التي كانت رائجة بين الحيواني والإنساني، وبين ماهو بيولوجي أو فطري وبالتالي مشترك بين كل الناس وبين ماهو مكتسب في الوجود الاجتماعي.<sup>(2)</sup>

إن هذه الثنائية تتوضح أكثر عند مالينوفسكي malinovski حيث يرى "أن الثقافة هي في حقيقة الأمر كل ما يتعلق بعملية تنظيم بين البشر في جماعات دائمة".<sup>(3)</sup> إن الطبيعة البشرية تمثل الأسس البيولوجية للثقافة وهي رؤية تتوازى وتفسيرات النظام الماركسي للحوافز البشرية، وأيضا تفسير الفرويدون لمختلف الحوافز الاقتصادية والاجتماعية والإيديولوجية اعتمادا على مفهوم الليبيدو.

<sup>(1)</sup> عماد عبد الغني ، سوسيولوجية الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص ص 46- 47.

<sup>(2)</sup> مبروك بوطظوة، الأنثروبولوجيا الثقافية، [ على الخط]، تاريخ الزيارة : 2014/11/10 ، متاح على الموقع :

[http://www.aranthropos.com]

<sup>(3)</sup> محمد السويدي، مرجع سبق ذكره، ص 50.

بقيت الأنثروبولوجيا حتى ليفي شتراوس claud lévi strauss موسومة بهذه المقابلة بين الطبيعة والثقافة وكان الأهم دائما هو الطريقة التي يستجيب بها الإنسان للحاجات الأولية، هذه الطريقة هي الإجابة الثقافية بحد ذاتها فليس هناك ثقافة إلا بعد تجاوز الطبيعة لذلك فالمهم هو التجاوز والمروء من الطبيعة إلى الثقافة ووسائل المروء كثيرة ومتنوعة أهمها اللغة كوسيلة اتصال.<sup>(1)</sup>

#### 3.1.4. المقاربة السوسولوجية للثقافة.

إن الثقافة كمفهوم سوسولوجي تشمل كل ما في البعد الأدبي والتراثي والمسرحي والفني، كما تشمل البعد الأنثروبولوجي الذي يطال الأدب والفن كما يطال حقل التعبير التي نطلق عليها عادة صفة اجتماعية والتي تميز جماعة بشرية معينة كالتقاليد والعادات والاحتفالات على أنواعها ومسالك التعبير وتقاليد الطبخ وأشكال اللباس فضلا عن التصورات والأساطير والمعتقدات بالإضافة إلى ذلك فالسوسولوجيا تضيء أبعادا أوسع للثقافة تشمل البعدين الأدبي والأنثروبولوجي.<sup>(2)</sup>

فالثقافة هي ماض كما هي حاضر ومستقبل من المنظور السوسولوجي، أي أن لكل ثقافة شقا موروثا، وشقا آخر يكتسب من الأنماط الثقافية السائدة والمؤسسات التي تقوم بإنتاج وإعادة إنتاج شروط الإنتاج الثقافي،<sup>(3)</sup> يرى مالفينوسكي أن كل الثقافات بصرف النظر عن تنوعها في الشكل تقوم بوظيفة إشباع حاجات عضوية ونفسية وعلمية للأفراد فالثقافة هي إذن أداة يشبع الأفراد من خلالها تلك البواعث، وذلك معنى أن الثقافة يجب أن تفهم على أنها وسيلة لغاية أي بالمعنى الآلي أو الوظيفي.<sup>(4)</sup>

إن الحاجات الأساسية للفرد وإشباعها ترتبط ارتباطا وثيقا باشتقاق حاجات ثقافية جديدة، إن هذه الحاجات الجديدة لا تتم إلا بإنشاء بيئة جديدة، بيئة ثانوية، أو اصطناعية هذه البيئة هي الثقافة بعينها لا أكثر ولا أقل وهذا من شأنه أن يخلق ما يمكن أن يوصف بأنه مستوى جديد للمعيشة، يتوقف على المستوى الثقافي للجماعة وعلى المحيط البيئي وهذا يعني أن حاجات جديدة تظهر وأن معايير خاصة تفرض على سلوك الإنسان. إن أي نشاط ثقافي وأية حاجة إنسانية أساسية أكانت أم مشتقة هي في النهاية علاقة وظيفية تستهدف حاجات محددة من خلال نشاط يتعاون فيه الناس، يبتدعون له أدوات ويستهلكون معه بضائع كما أن فكرة التنظيم في هذه الحالة تبدو ملحة وضرورية لإشباع هذه الحاجات؛ هذا ينطبق على كل الجماعات في كل الثقافات. إن التنظيم الاجتماعي الذي ينشأ على هذا الأساس

(1) عماد عبد الغني. سوسولوجية الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 49.

(2) المرجع نفسه، ص 87.

(3) المرجع نفسه.

(4) مجموعة من الكتاب، نظرية الثقافة، ترجمة: علي سيد الصاوي، سلسلة عالم المعرفة، عدد 223 (يوليو 1997)، ص 267.

يتضمن اتفاق على مجموعة من القيم التقليدية تجمع الناس وتنظم حياتهم وعلاقاتهم مع بعضهم البعض ومع بيئتهم الطبيعية منها والصناعية.(1)

تجاوزا لما تطرحه "المدرسة الفرنسية لدور كايم durkheim emile والقائل بأن الفرد يطيع أوامر جماعته، وتقاليدها، ورأيها العام، وقوانينها كتعبير عن إنسان مفرط التنشئة فإن الأفراد وفق هذا المنظور ليسوا آلات أوتوماتيكية مبرمجة بواسطة المجتمع بل هم منخرطون بشكل نشط في قواعد مناوراتية،(2) في هذه الحالة إن أحسن وصف لأية ثقافة يجب أن يقوم على معرفة نظمها الاجتماعية وتحليل النظم التي تأتلف فيها هذه الثقافة، سواء كانت بدائية أو حديثة، ويمكن تحديدها بتسعة نظم هي:

الأسرية - التربوية- الأخلاقية- الدينية - الجمالية- اللغوية- الاقتصادية- القانونية- السياسية، ومع ذلك يجب التنبيه إلى أن كل هذه النظم مجتمعة تكون الثقافة لكنها في الوقت نفسه ليست مجموعة مترابطة من النظم المجتمعة والهدف من تصنيفها بهذا الشكل هو لتسهيل الدراسة والإيضاح ففي كل مجتمع هنا نظم اجتماعية أساسية وفرعية.(3)

#### 4.1.4. الثقافة بين ثنائية نخبوي - شعبي وجمهرة الثقافة.

شكل ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية متغيرا حاسما في النظر إلى الثقافة، لقد بدأت حضارة الرسائل مع ظهور الصحافة المكتوبة وازدادت كثافة التواصل الاجتماعي مع التقدم الذي شهدته أئقنية الاتصال بعد ذلك، وتحت وطأة الحاجات والضرورات العملية خصوصا ما ارتبط منها بالعمل الصحفي والإعلامي فقد بدأت تظهر تعابير جديدة لمفهوم الثقافة ولئن تشكلت الثقافة في الدول الغربية قبل ظهور وسائل الإعلام من نمطين أساسيين، هما ثقافة النخبة وثقافة الجماهير، فقد أضافت وسائل الإعلام الجماهيرية نمطا ثالثا هو الثقافة الجماهيرية.

#### 1- ثقافة النخبة.

طرح شعار ثقافة النخبة في فرنسا في الثلث الأول من القرن العشرين عندما وصل العقل الأوروبي إلى التخمة و عندما بدأت المدارس الفنية تتفتح وتتنوع في شتى المجالات الفكرية، وهذا الشعار متوارث بنسخة جديدة من الشعار اليوناني القديم المعروف بثقافة الحكماء وملخصة أنه لا بد أن يحكم العالم فلاسفة معرفيون وبعكس ذلك فإن الغوغاء أي الجماهير إذا ما حكموا أطاحوا شرف العلم أو الحضارة.(4)

(1) عماد عبد الغني ، نظرية الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 267.

(2) مجموعة من الكتاب، سوسيولوجيا الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 90.

(3) عماد عبد الغني ، سوسيولوجيا الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(4) حميد المطبعي، ثقافة النخبة أم ثقافة الجماهير، جريدة الزمان، يومية عراقية، عدد 1521، 3 جوان 2003، [على الخط] تاريخ الزيارة: (2007/10/21)، متوفرة على الموقع [www.azzaman.com]

تشير الثقافة الرفيعة إلى العمل الدؤوب الذي تقدمه الموهبة العظيمة أي العمل الذي يحاول أن يصل إلى أقصى درجة أو أعلى درجة من الفن هذا العمل صنيعه الصفة الثقافية، وأفراد تلك الصفة هم القمة بين رجال التعليم والجماليات والترفيه وهم يحملون أسس قيم ومستويات ذلك المجال ويعتبرون نماذج للآخرين الذي يعملون ضمن ذلك المجال.<sup>(1)</sup>

يرى إليوت Eliot أن الطابع النخبوي للثقافة تبرره المعطيات الآتية:

- أن تمايز الوظائف في المجتمع سمة تصاحبه رقي الثقافة وهو مفهوم سبق وأن بلوره دوركايم.<sup>(2)</sup>
- أن التمايز لا يحول دون الاتصال بين الطوائف والفئات بحيث أن الانسجام الكلي يبقى موجودا.
- أن الثقافة تتوارث أي تنتقل من جيل إلى آخر.

في النهاية، فإن تعريف الصفة سوف يستند إلى فئة اجتماعية محددة لذلك ينبغي وفق تعبير إليوت أن نعيد بناء أسوار الطبقة القديمة ونضع الجماهير مرة أخرى تحت سيطرة الأرستقراطية.

## 2- الثقافة الشعبية.

الثقافة الشعبية هي أنماط للسلوك تتميز بالتقليدية، وتقوم على القرابة وتخضع لضوابط غير رسمية ، وترتكز على النظام الأخلاقي والتراث الشفهي ولهذا تكون مستقرة نسبيا وبالغة التماسك والتكامل كما تتميز الثقافة الشعبية بأنها وحدة متماسكة تشبع الحاجات الدائمة للأفراد.<sup>(3)</sup>

إن مفهوم الثقافة الشعبية ليس بالمفهوم الجديد لارتباطه بالفلكلور لذلك نجد بعض التعريفات الخاصة بالثقافة الشعبية تستند إلى تعريف المجتمع الشعبي Folk Society وهو المجتمع الذي يحمل صفات وخصائص تختلف عن تلك الموجودة في المجتمع الحضاري الحديث، والمجتمع الشعبي على هذا النحو مجتمع بسيط، ومنعزل، تسوده الأمية، والتجانس، وعند أعضائه إحساس قوي بالتضامن الجماعي و بغض النظر عن الإشكالات المفاهيمية والمتعلقة بربط الثقافة الشعبية بالفلكلور فإنه يمكن القول أن مفهوم الثقافة الشعبية يشير إلى مجموع العناصر التي يتداولها عامة الناس ويحافظون عليها ويورثونها للأجيال باعتبارها إطارا أساسيا في تمييز هويتهم الوطنية أو القومية أو المحلية، وتتضمن هذه الثقافة عناصر متوارثة من أبعد المراحل كبعض الفنون والمعتقدات والآداب والمعارف والمهارات، وهي أيضا

(1) عزام محمد أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص 83.

(2) ر. بودون و ف. بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، تر: سليم حداد (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، 1988)، ص 297.

(3) محمد السويدي، مرجع سبق ذكره ، ص 238-239.



ثقافة متطورة منفتحة تأخذ من غيرها ما يحلو لها وتعطي غيرها مما يعني أنها ثقافة حيوية وليست جامدة العناصر. (1).

### 3- الثقافة الجماهيرية.

أدى الحراك الاجتماعي الذي عرفته أوروبا وتزامنه مع ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية إضافة إلى إعادة هذه الأخيرة لهيكله الاتصال الاجتماعي الذي أصبح بفضل الاتصال ميسرا بين النخب والقاعدة العريضة من الشعب، وفي الوقت الذي أصبح فيه التعليم شعبيا وديمقراطيا ما أدى الى تحطم أسوار النخبة وبسبب وضوح الأدوار الكبيرة التي باتت تلعبها وسائل الإعلام آنذاك صار لزاما إيجاد مضامين تتلاءم مع مستويات قراء هذه الصحف وهم أغلبية أفراد المجتمع.

لعبت وسائل الإعلام دور الوسيط حيث عملت على إيجاد ثقافة القاسم المشترك وهي صيغ ثقافية اصطلح على تسميتها بالثقافة الجماهيرية.

يعرف عزى عبد الرحمن الثقافة الجماهيرية على أنها (2) "تلك المحتويات التي تبثها وسائل الاتصال في المجتمع التقني المعاصر، ويشترط في وجود الثقافة الجماهيرية وجود المجتمع والذي هو وليد التطور التكنولوجي في القرن 20"، أما جيهان أحمد رشتي فتري أنها "يشير الاستخدام الواسع لاصطلاح الثقافة الجماهيرية إلى السلع المصنعة فقط من أجل السوق الجماهيرية التي تقدم صورا منطبعة، والتي يستجيب الجمهور إليها بشكل غير نقدي وعلى عكس ثقافة الصفوة التي تقدم مضمونا تراعي فيه التقاليد الجمالية وتتسم استجابة الجمهور إلى هذا المضمون بالحاسة النقدية، نجد الثقافة الجماهيرية هابطة ومكتوب عليها أن يكون مستواها الثقافي أدنى من مستوى الثقافة العليا". (3) نلاحظ أن الثقافة الجماهيرية موضوع تقييمات مختلفة وبعيدا عن النقد النخبوي، يرى المفكر الفرنسي ادغار موران edgar morin صاحب كتاب روح العصر بأن الثقافة الجماهيرية تشكل نظام ثقافة مكون من مجمل الرموز والقيم والأساطير والصور التي تتعلق سواء بالحياة العملية أو الخيال الجماعي، ومع ذلك ليست الثقافة الجماهيرية النظام الثقافي الوحيد للمجتمعات المعاصرة فهذه الأخيرة واقع سياسي ثقافي يحتوي الثقافة الجماهيرية التي تخضع ضمن إطار هذا الواقع للاحتواء والرقابة والتحرير... وفي الوقت نفسه تميل إلى جعل الثقافات الأخرى تتآكل وتتفكك إنها ليست مستقلة بشكل مطلق، يمكن أن تتشبع بثقافة وطنية، دينية أو إنسانية، وهي ليست الثقافة الوحيدة للقرن 20 ولكنها التيار الجماهيري الحقيقي والجديد في القرن 20". (4)

(1) عزام أحمد أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص 84-88.

(2) عزى عبد الرحمن، دعوة إلى فهم علم الاجتماع الإعلامي (ط1، تونس: الدار المتوسطة للنشر، 2010)، ص 49-50.

(3) جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (ط2، القاهرة: دار الفكر العربي، 1978)، ص 421.

(4) فريال مهنا، مرجع سبق ذكره، ص 416.

إن الثقافة الجماهيرية وفق موران هي مركب من الثقافة والحضارة والتاريخ وهي تجد أرضيتها المثالية في التصنيع حيث يوفر التطور الصناعي والتقني شروطا حياتية تفكك الثقافات السابقة ويخلق حاجات فردية جديدة، فالمضامين الجوهرية للثقافة الجماهيرية هي الحاجات الخاصة والعاطفية (سعادة، حب) والخيالية (مغامرات، حرية) والمادية (رخاء) وكلما صعدت التحولات الاجتماعية شيئا فشيئا هذه الحاجات كلما امتدت أسهمت بدورها في تجذير هذا النظام من القيم الثقافية.<sup>(1)</sup>

#### 5.1.4. المفهوم العربي الإسلامي للثقافة.

تطرح نظرية الحتمية القيمة- المدخل النظري المعتمد في الدراسة- مفهوما عربيا إسلاميا يرتبط مباشرة بالخلفيات الحضارية والدينية، يتجاوز هذا المفهوم إشكاليات النسبية والعمومية وغياب الإجرائية انطلاقا من ثنائية الخيال والواقع، وفق هذا المنظور فإن الواقع هو ما لا يمكن التعبير عنه إلا من خلال معاشته وهو في جوهره معنوي رغم أنه يمكن أن يظهر بصفة جزئية في المسجد، أما الخيال فيتجلى في مستواه الأعلى في الأرضية الدينية ويرمز إلى سعي الإنسان إلى النمو بفعله وقيمه إلى الحقيقة المرتبطة بالمعتقد، فالخيال هو إطار علمي معرفي وليس بالمعنى السلبي في المخيال الاجتماعي، ويتجلى في مستواه الأعلى في الأرضية الدينية (الإسلام)، نتاج هذه الثنائية هي الأنظمة الخيالية وهي الأنظمة التي ينتجها الإنسان انطلاقا أو ابتعادا عن الخيال وتكون أنظمة فرعية، والإعلام- كمحتوى ورسالة - يعتبر إحدى هذه الأنظمة الخيالية.<sup>(2)</sup>

بداية ينبغي الإشارة إلى أن نظرية الحتمية القيمة لا تتعامل مع كل مفاهيم الثقافة بنفس المرتبة، فبعد إلمامها بكل مفاهيم الثقافة سواء تلك المرتبطة بالأدبيات الأنثروبولوجية الغربية أو تلك المتعلقة بالكتابات العربية وهي كثيرة، تتعرض نظرية الحتمية القيمة لمجمل المقاربات المفاهيمية الخاصة بظاهرة الثقافة بالملاحظات الآتية:

- تبنيها ظاهرة النسبية أي أنها لا تعتمد معايير يمكن من خلالها دراسة ثقافة ومقارنتها بثقافة أخرى وهذا يؤدي إلى تجنب الأحكام القيمة فيها.
- الافتراض بأن الثقافة ناتج إنساني ليس إلا، أي أن الثقافة ظاهرة يتم إنتاجها باستمرار في العلاقات الاجتماعية وبتعبير آخر، فإن الثقافة حقيقة يتم تأسيسها اجتماعيا، إن هذا الطرح يعتبر الثقافة من صنع الإنسان ولأغراض وظيفية، ومن ثم فالثقافة ظاهرة نسبية ترتبط بالواقع المعاش في زمن معين ومكان مجرد وما يكون وظيفيا في مجتمع قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر.

(1) نصر الدين العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري: آراء ورؤى (الجزائر: الدار الفضية، 1897)، ص 134.

(2) نصير علي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام (ط1، قسنطينة: منشورات مكتبة اقرأ، 2009)، ص 94-97.

تتقاطع الثقافة وعدد لا حصر له من المصطلحات والمفاهيم والتي تصلح كأبعاد لهذا المفهوم إن الثقافة بهذا المعنى هي: العادات، التقاليد، المعتقدات، الفلكلور، الأساطير، أنماط الحياة، الفنون والمنتجات المادية، العمران. إن إخضاع هذه المفردات للتحليل النقدي يسمح بتقديم الملاحظات الآتية:

- إن هذه المفردات متداخلة وليست حصرية فالعادات قد تشمل التقاليد والحضارة تتضمن العمران والطقوس و أنماط من الحياة.
- إن هذه الأخيرة ليست مرتبة وفق نظام من الأولويات، فهل الحضارة في ميزان الأساطير نفسه وهل الفلكلور في مستوى الحضارة نفسه.
- أنها تستبعد الأحكام القيمية وهي تقوم في ذلك على مبدأ النسبية القائل بأن لكل مجتمع ثقافته ولا يمكن تقييم ثقافة انطلاقاً من معايير ثقافة أخرى.
- إن هذه التعاريف تستثني وسائل الاتصال كجزء من الثقافة وبغض النظر عما إذا كانت وسائل الاتصال تعكس الثقافة أو أنها تساهم في تأسيس الثقافة فإنها طرف في المنظومة الثقافية.<sup>(1)</sup>

إن الثقافة وفق المنظور الذي تطرحه نظرية الحتمية الثقافية هي سلم يمثل مستواه الأعلى القيم والقيمة ما يرتفع بالإنسان إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيها القيم يستتبع ذلك أنه كلما ارتفعت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين بالضرورة ويمثل العقل نشاطاً منطقياً يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك والفهم والتأويل ويكون هذا النشاط المنطقي منطقياً بالضرورة إذا كان وثيق الصلة بالقيم ومصدر النشاط الذهني هو العقل، يكون هذا النشاط العقلي المستوى الذي ترتقي به الثقافة إلى الحضارة إن هذا النوع من النشاط يولد الآداب والفنون والفكر والمعرفة أي أن الثقافة تتحول إلى حضارة بالنشاط العقلي المتفاعل مع المجال المعنوي والمادي في المجتمع وقد يكون هذا النشاط مرتبطاً بالقيم فيكون ترابطياً وقد يتحرك في مجال لا يتصل بالقيم فيكون غير مترابط، وكلما كان النشاط مترابطاً كان مجال النمو المتوازن واسعاً والعكس صحيح ويأتي في أسفل الثقافة حركة الإنسان وفعله أي سلوكه.<sup>(2)</sup>

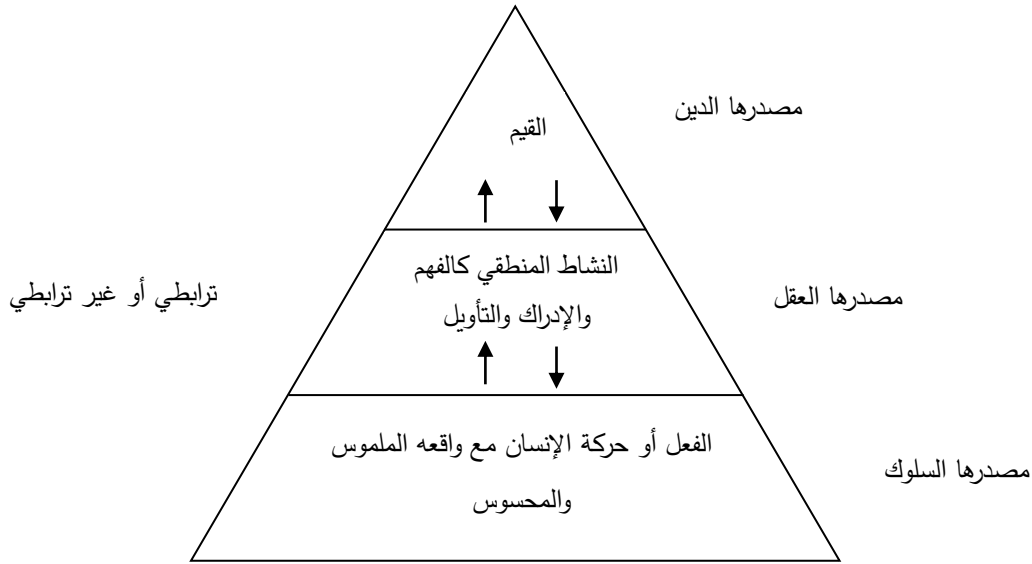
إن مصدر هذه الحركة واقع الإنسان المحدد في المكان والزمان، كما أن الإنسان قد يكون مرتبطاً بكل من النشاط الذهني والقيمي وقد لا يكون، فإن كان الفعل مرتبطاً بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقياً، وإن كان مرتبطاً بالقيم كان منطقياً وقيماً والقيمة أعلى من المنطق، بهذا المعنى تصبح الثقافة سلماً يتضمن ثلاثة أبعاد: القيم والمنطق والفعل.<sup>(3)</sup>

(1) عزي عبد الرحمن، الثقافة وحتمية الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 242-246.

(2) عزي عبد الرحمن، دراسة في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز (ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1987)، ص 106.

(3) المرجع نفسه.

وفق المقدمات السابقة يكون تعريف الثقافة هو معايشة الواقع انطلاقا من القيم ويكون النشاط المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك، إن التعريف بهذا الشكل معياري يبين الكيفية التي ينبغي أن تبنى عليها الثقافة كما أن هذا التعريف يحدد المرجعية التي يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها.<sup>(1)</sup>



الشكل رقم (1): يوضح مفهوم الثقافة وفق نظرية الحتمية.

المصدر: عزي عبد الرحمان، "الثقافة وحتمية الإتصال" المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية (العدد الثاني شتاء 2002-2003)، ص250.

## 2.4. الثقافة والاتصال.

تتعدد وتتشابك مستويات التداخل بين الثقافة والاتصال، كما أن هناك العديد من المتغيرات التي تفسر تعقيد هذه العلاقة ومستويات التلاقي بينهما وهو ما نبينه في النقاط الآتية :

### 1.2.4. التقنية والثقافة.

غالبا ما يتم فهم علاقة الإنسان بالتقنية من خلال الصورة القديمة لعلاقة الإنسان بالأدوات، لقد كانت التقنية البدائية فعلا واقعة تحت سيطرة الإنسان وخاضعة لتوجيهه،<sup>(2)</sup> كما ساد الاعتقاد لزمن غير يسير بأن التقنية هي خلاص الإنسان من قوة الطبيعة وآفاتهما، تدعمت هذه النظرية عندما استطاع الإنسان أن يخطو درجات لا بأس بها للسيطرة على الطبيعة الأمر الذي سمح له بتوسيع حريته وتحسين

<sup>(1)</sup> المرجع نفسه، ص 106 - 107.

<sup>(2)</sup> محمد سبيل، الحداثة وما بعد الحداثة، مرجع سبق ذكره، ص84.

قدراته، لكن التقنية سرعان ما لبثت أن أصبحت طوفانا يجر كل ما يلقاه عندما نزعنا من الإنسان آدميته وأغرقتة في أوحال الاغتراب<sup>(1)</sup> إن التطور المهول للتقنيات والمخترعات وارتباطها بالصناعة والمال أدى إلى انفلات التقنية بالترج من سيطرة الإنسان الكلية لتخضع لمنطقها الداخلي<sup>(2)</sup> المستقل عن أغراض ومقاصد وتوجيهات الإنسان، وهذه حال التكنولوجيا المعاصرة وفي هذا الإطار تنتج التقنية ذاتها، تنتج ما تريد وتريد ما تنتج بمعنى أن إرادة المعرفة تتدرج في سياق إرادة القوة، بينما تتدرج هذه الأخيرة في سياق ما دعاه هيدجر بإرادة الإرادة أي إرادة تتحول إلى ذات وموضوع في نفس الوقت بحيث لا تستهدف غير تحقيق مزيد من القوة والقدرة ومضاعفة الإرادة بغض النظر عن أية مقاصد أخرى وهي بتعبير فلسفي إرادة إرادة.<sup>(3)</sup>

إن فهم هذه المقاربة الخاصة بالتقنية في علاقتها مع الإنسان يؤدي بنا دائما إلى شرح نظريتين اثنتين تقدمان تفسيراً مختلفاً لعلاقة الإنسان بالتقنية، إن النظرية الأولى ترى أن التقنية مؤسسة على العلوم الطبيعية الحديثة، وتعد أحد تطبيقاتها الملموسة فلقد أصبحت هذه العلوم بفضل اختراعاتها الخارقة أحد أبرز الفتوحات الإنسانية التي جعلت التقنية تنتمي إلى الحضارة ومشروع الأنسنة ولا يمكن تقييمها إلا بربط مساهمتها في تطور الثقافة عبر شيء ما يستعمله الإنسان بغاية تحقيق منفعة، والهدف من ذلك إعطاء مبدأ موحد لتاريخ التقنية، يشمل كل مراحلها منذ أن صنع الإنسان أول فأس بدائية إلى غاية صناعته لمحطات الراديو والمحطات الفضائية وحتما هناك فرق شاسع في التعقيد التقني لكن لا يعدو أن يكون في الدرجة وليس في الطبيعة فكلها أدوات ووسائل تنتج لأهداف محددة،<sup>(4)</sup> بهذا المعنى فإن التقنية حيادية لأنها تميز دور الإنسان الفعلي بوضع شروط عادلة في علاقتها بالتقنية إذا ما وجهها إلى غايات روحية، الظاهر إذن أن الإنسان يتحكم في التقنية ويسيرها ويوجهها لكن في العمق نجد أن هذا الإنسان الذي يتحكم في التقنية ويخترعها ويخطط ويبرمج لها، ويوجهها إلى تحقيق التقدم والاكتمال في مجالات معينة يعود ليجد ذاته أمام قوى رهيبه تفرض نفسها عليه، وتفرض عليه تخصيص قسط من الميزانية لتطويرها وتقويتها وتجديدها وتحتم عليه الجري وراء تطوراتها واكتشافاتها، كما يجد نفسه مندهشا بين الفترة والأخرى لضخامة وهول مكتشفاتها<sup>(5)</sup> على هذا الأسس تتأسس النظرية الثانية والتي ترى أن تمثل التقنية داخل مدار الأدواتية مخادع على أكثر من صعيد، وفق هيدجر heidegger فإن العلوم الحديثة فرضت نفسها بعدما أصبحت تجريبية وتقنية ورياضية كما أن إيديولوجية التقانة العلمية تتغذى من عدم قدرة الإنسان الحديث على التعرف بواسطة الفكر على القوة المتخفية بين ثنايا التقنية المعاصرة التي تحدد علاقة الإنسان مع ما يوجد ومن ثم فإن غياب التأمل بالنسبة للإنسان المعاصر يجد سببه في الانبهار

(1) حسن مصدق، النظرية النقدية التواصلية (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، 2005)، ص.98.

(2) محمد سبيلا، الحدأة وما بعد الحدأة، مرجع سبق ذكره، ص 84.

(3) المرجع نفسه.

(4) حسن مصدق، مرجع سبق ذكره، ص.98.

(5) محمد سبيلا، الحدأة وما بعد الحدأة، مرجع سبق ذكره، ص 84.

أمام التقدم الباهر والفاتن للتكنولوجيات الجديدة يرى جاك إلول Jacques Ellul في كتابه النظام التقني أن التقنية بعيدة كل البعد أن تتطور عبر مسالك الغايات التي نطمح لتحقيقها، بل تتقدم في الواقع عن طريق تطوير الإمكانيات الموجودة فيها أصلاً للنمو والتي أصبحت تقانية كوكبية أي كأفق أخير وليس كأفق للمعنى، بمعنى أن التقنية لا تخضع إلا لاحتياجات نموها الخاصة والعمياء التي تتجسد في تحقيق جميع التركيبات الممكنة التي تسمح بها جميع حالات التجريب بين عناصرها يوضح هيدجر هذه الضرورة المتخفاة في قلب جوهر التقنية متجاوزة الإنسان ومشاريعه ونشاطه.

وفق هيدجر فإن جوهر التقنية يفسره شعور البشر بأن إرادتهم تتجاوزها أشياء من صنع أيديهم حيث أصبح الإنسان مكبلاً في كل مكان بقيود التقنية يتجلى ذلك في نموها البالغ السرعة وبصورة رجائية ومفاجئة أغلب الأحيان، يقول هيربرت ماركيز herbert marcuse في كتابه الإنسان ذو البعد الواحد "إن الناس يتعرفون على أنفسهم في سلعتهم يجدون أرواحهم في سياراتهم في بيوتهم المسواة وفي تجهيزات مطابخهم" فقيمهم متسقة مع علاقات التسويق والاستهلاك لا تتفك عنها ولا تستطيع عنها بديلاً.

لقد أدى تقدم التقنيات المذهل والطوعية و الدقة اللتان توصلت إليهما بالإضافة إلى العادات والأفكار التي أوجدتها إلى وقوع تغيرات عميقة في حياة الإنسان إذ يستحيل اليوم أن ننظر إلى المادة والمكان والزمان كما كان يحدث في الماضي.<sup>(1)</sup>

على المستوى الاجتماعي والثقافي لا تكتفي التقنية بممارسة تحويل عملي للطبيعة وللوسط الاجتماعي ولا بتحويلات ذهنية رقمية وعلائقية مباشرة على الوسط الذي تعيش فيه، بل تمارس فعلاً تنويهاً وتفكيكياً غير مباشر على الثقافات ورؤى العالم التقليدية المستمدة من قيم الماضي والمقدس، فهي على المستوى السياسي تفرض بالتدرج الانتقال من المشروعية السياسية التقليدية المستمدة من قيم الماضي والمقدس إلى مشروعية سياسية قوامها الانجاز والفعالية، أما على المستوى الثقافي فإن الثقافة المضمره المصاحبة للتقنية تدخل في صراع مع منظومة القيم التقليدية بحيث تجعلها على الأقل تشعر بطابعها التقليدي وتنصب أمامها - كنفيس - جملة قيم جديدة، إن المنظومة الثقافية التقليدية تتميز بزمان دائري رتيب وقيم أخلاقية صارمة تعكس التراتبية الاجتماعية الصارمة القائمة على معايير العرق وتوقف المكانة الاجتماعية للفرد على مدى انتمائه الوراثي لمنظومة القيم وانصياحه الكلي لها مع دور مركزي حاسم للأسرة الموسعة كنواة اجتماعية للتضامن العضوي في إطار ثقافة تقوم على تمجيد الماضي واحترام التقاليد وتراث الأجداد وأولوية المقدس.

تقدم ثقافة الحداثة التقنية - نفيس هذه المنظومة - مفهوم تصاعدي للزمان و تجانس لعناصر المكان وعناصر الزمان وقيم أخلاقية منفتحة قوامها التعدد والتسامح ومكانة للأفراد مستمدة من الانجاز والاكتمال والاستحقاق أكثر منها بالوراثة والانتماء ومنظومة قيم أساسها العقل والتقدم والتغيير والتحرر

(1) حسن مصدق، مرجع سبق ذكره، ص ص 99-103.

وإدارة للتسيير الاجتماعي قوامها العقلنة والبيروقراطية وتمجيد المستقبل وانتظار الجديد والتطلع إليه باستمرار والاشتداد إلى المستقبل أكثر من الماضي.<sup>(1)</sup>

إن الصراع بين الثقافتين هو صراع غير متكافئ من حيث أن الثقافة التقليدية هي ثقافة شعوب أدرك تاريخها السكون والتكرار، وفاتها الإمساك بمقومات التقنية والثقافة الحديثتين إلا من باب التقليد والاستعارة بالموازاة مع ذلك تتميز الثقافة الحديثة بآليات عقلية ومنهجية وبتقنية كاسحة.

تدعو النخب العصرية المستوعبة لثقافة التقنية إلى عقلنة الثقافة التقليدية وغربلتها وتلقيحها بمكتسبات الحداثة التقنية حتى تتحول إلى ثقافة ملائمة للعصر، بينما ترى النخب التقليدية أن هذه المواقف إستلابية واستغرابية وأنها إبادة حضارية وتدعو إلى العودة إلى الذات والتي تشدذ المخزون الثقافي الذاتي وإحياء التراث واستلهام الماضي لمواجهة متطلبات الحاضر وتلك في نظر التحديثيين مواقف هروبية أو تعويضية وسلوك فاشل في أحسن الأحوال.

إن الخلاف يمتد حتى إلى كينونة التقنية، وفي الوقت الذي يرى فيه دعاة التقليد أن التقنية هي فقط نتائج إنسانية عامة، يرى أنصار التحديث أن للتقنية ثقافة ملازمة لها، هي ثقافة الحداثة أو الثقافة التحديثية بكل مكوناتها، وبأن التلازم بين العنصرين هو تلازم عضوي ووجودي، لا مجال للفصل فيه بين الأدوات والقيم وأن المخرج الوحيد هو الانخراط في الحداثة تقنيا وثقافيا.<sup>(2)</sup>

#### 2.2.4. الرمز ملقى الثقافة ووسائل الإعلام.

الرمزية لغة مصدر مشتق من فعل رمز يرمز رمزا بمعنى أوما وأشار، ورمز إلى أي أشار أو دل والرمز يدل على الموضوع أو التعبير أو النشاط الإنساني - الاجتماعي الذي يوحي بفكرة أو يشير إلى قيمة شيء ما إشارة مجردة، ويحل محلها ويصبح ممثلا لها وبديلا عنها، إنه يستخدم استخداما مطردا ليمثل مجموعة من الأشياء أو نوعا من أنواع العلاقات الاجتماعية أو الفكرية أو الروحية ويقال الرمز الاجتماعي حين يشترك فيه أفراد المجتمع كالرموز التي يمثلها الفولكلور والرموز الوطنية والقومية والإنسانية وغيرها.

على المستوى الاجتماعي إن الرمز يعني شيء ما يحتل مكان شيء آخر أو إنه "شيء ما يحل محل شيء آخر ويستدعيه"، إن أي كلمة بهذا المعنى تحل رمزيا محل شيء يثير ذكراه دون أن يكون الشيء المادي ضروريا، و الرمز هو شيء يكتسب قيمته أو معناه ممن يستخدمونه.

يتطلب الرمز إذن ثلاثة عناصر: دال وهو الشيء الذي يحل محل شيء آخر أي الرمز نفسه بالمعنى الدقيق والملموس للكلمة، ومدلول وهو الشيء الذي يحل الدال مكانه، والدلالة وهي العلاقة بين

(1) محمد سبيلا، الحداثة وما بعد الحداثة، مرجع سبق ذكره، ص 79.

(2) المرجع نفسه، ص 80.

الدال والمدلول وهي علاقة ينبغي لها أن تدرك وتفسر على الأقل من قبل الشخص أو الأشخاص الذي يتوجه الرمز إليهم.

البعد الرمزي أوجد عمليا الفرق بين الإنسان وباقي الكائنات وهو بعد يتمثل في إنتاج الرموز واستعمالها كمحصلة لتطور بطيء ومتدرج استمر مئات السنين بمعنى أن هناك ثقافة ومجتمع ورموز يترابط نسيجها بحيث لا يمكن تفكيك التفاعل القائم فيما بينها، والحاصل أن المعنى ليس أصيلا في الرمز ذلك أن معنى الرمز ينشأ من التفاعل الاجتماعي كما أنه يبقى نتيجة هذا التفاعل، لقد قامت جميع المدنيات على استعمال الرموز واستمرت بفعل هذا الاستعمال فالسلوك البشري هو سلوك رمزي، لكن من الضروري التنبه إلى أن السلوك الإنساني ليس مجرد منبه أو مثير واستجابة إنما هو عملية تأويل للمنبه والاستجابة فنحن لا نتجاوب مباشرة مع أعمال الآخرين وأفعالهم وإنما المعنى الذي نسبغه بأنفسنا على تلك الأعمال عن طريق قراءة الرموز فإن لم نشارك إلى حد ما في الرموز فسوف يتعذر علينا أن نعيش الحياة كما نعرفها لأن التواصل يندم.

#### 3.2.4. وظيفة الرمز.

يؤدي الرمز وظيفتين اثنتين، الأولى هي وظيفة الاتصال والثانية هي وظيفة المشاركة وهما يتساندان في أوجه الفعل الاجتماعي فرمزية الاتصال تيسر المشاركة وتساعد عليها، ورمزية المشاركة تقيم أنماط عدة من الاتصال.<sup>(1)</sup>

يرى جورج هيربرت ميد George H. Mead في الرمز الوساطة التي يستطيع بواسطتها أفراد عديدون أن يتفاهموا ويتواصلوا.<sup>(2)</sup> يقول كاسيرز " يقصد بالشكل الرمزي الطاقة الكونية للذهن التي تسمح بالتأليف بين محتوى دلالي ذهني مع علامة محسوسة متحققة، حيث ينسجم داخليا مع هذه العلامة."<sup>(3)</sup>

#### 4.2.4. الثقافة ووسائل الاتصال بوصفها عوالم رمزية.

إن مسألة العلاقة بين الثقافة والتكنولوجيا تعود إلى بداية الثورة الصناعية، إذ اعتبر المنظرون الأوائل أن التكنولوجيا ستغمر كل ما هو ثقافي بمعنى تحويل الفعل الثقافي إلى أداة في خدمة التقنية يعني ذلك أن الثقافة تصبح مجموعة من المهارات والتقنيات ومن ثم يتراجع كل ما لا يمثل فعالية اقتصادية ما.

(1) بودون و. بوريكو، مرجع سبق ذكره، ص 345.

(2) عماد عبد الغني، سوسيولوجية الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 171.

(3) عبد القادر فهم شيباني، << فلسفة الأشكال الرمزية، مجلة فيلادلفيا الثقافية >>، مجلد 5 عدد 5 (سبتمبر 2009)، ص 73.



تتنمي الثقافة إلى كل من العامل المعنوي والمادي فالمعنى يشمل كل ما يسمو من المعاني أما المادي فيتضمن ما يدنو إلى الواقع المعاش كالعادات والتقاليد والعمران وتكون العلاقة بين المعنوي والمادي صحية طالما كان المعنوي مرجعيا في السلوكيات المتعددة والمتجددة.

وتمثل وسائل الاتصال عالما رمزيا فالفرد يتفاعل مع محتويات وسائل الاتصال من خلال رمزية اللغة أو الصورة أو الفيديو، و هناك جاذبية بين الثقافة ووسائل الاتصال فالفرد ينتقل (أو يلجأ) من عالمه الثقافي الحقيقي إلى العالم الرمزي الذي تعرضه وسائل الاتصال تلقائيا أو رغبة في الإفلات مؤقتا من عالمه المجسد، فيجد الفرد مكانه في الرمزي أي المجرّد إلى حين. إن الثقافة تتميز عن وسائل الاتصال في عدة عناصر دالة فالثقافة واقع يعيشه الفرد بصفة مباشرة أما تجربة التفاعل مع وسائل الاتصال فرمزية غير مباشرة، تتمدد الثقافة وتنمو كليا عندما تتحول رموزها إلى وسائل الاتصال كانتقال الأسطورة إلى المسلسل والرواية إلى الفيلم والحدث إلى الخبر وفي هذه العملية قد تضيق الثقافة نوعيا عندما تختزلها وسائل الاتصال أو تسيء تمثيلها أو تشوهها وفي كل الحالات فإن وسائل الاتصال تعبير جزئي عن الثقافة المحيطة بهذه الوسائل.(1)

#### 3.4. الصور الرمزية والنمطية والتأثيرات الثقافية .

تعطي الثورة الاتصالية بتطبيقاتها المختلفة للصورة دورا جوهريا في عملية التأثير الثقافي وتمنحها أهمية كبرى ودورا مركزيا في رسم ملامح أي ثقافة، كما أن وسائل الإعلام تعمل على الترويج لأنماط ثقافية تتخذ أبعادا رمزية ونمطية.

#### 1.3.4. بنية الصورة وآليات التأثير:

##### 1.1.3.4. بنية الصورة:

تقدم الصورة نفسها كمجال للتواصل بوصفها مجموعة من الآليات المعرفية، وهي تختلف كليا عن مجالات التواصل السابقة، وفي هذا الإطار تقول فايّزة يخلف: "... يتحول فيض الصور التلفزيونية إلى آلة ضخمة تلتهم فعل الحضور الخاص والمائز للذات عما نتواصل معه، فلا يبقى المعروف رهينة الكينونة/الذات المشاهدة، وإنما يغدو حالة مرئية تستقطب الوعي وتجعل من العسير إقامة الفواصل المعتادة والطبيعية بين الرائي والمرئي، فالمسافة الفاصلة بينهما تتلاشى رويدا رويدا، وتتخلى الصورة عن كونها بديلا لما هو حاضر أو تجسيدا لحضور فعلي أو مفترض لتصبح هي الحضور، على سبيل الاستغراق لكل الأشياء والموجودات"(2).

(1) عزى عبد الرحمن، الثقافة وحتمية الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 241.

(2) فايّزة يخلف، "الصورة التلفزيونية: الأبعاد والدلالات"، فكر ومجتمع عدد 12 (12 أبريل 2012)، ص 246.

تشكل الصورة وفق المعنى السابق بنية قائمة لذاتها وبذاتها، ولا تحيلنا إلى أي معنى عدا المعنى الموجود داخل حدودها.

كما أن الصورة تتجاوز بعد الإيحاء بأنها هي الواقع، بل تعمل على تحويل ذاتها إلى كيان مرجعي قائم بذاته يحمل دلالاته في ذاته لا بالقياس إلى شيء آخر<sup>(1)</sup>، وفق هذا المنطلق يتلاشى واقع الأشخاص، ويفرض المرئي أو الواقع المتلفز منطقته بين ما هو خارج التلفزيون وداخله وتصبح الحدود ضعيفة جدا وغير ذات دلالة، وتصبح إمكانية تأثير الصورة التلفزيونية على الواقع كبيرة جدا<sup>(2)</sup>.

تكمن قوة الصورة كمجال للتواصل كونها لا تحتاج إلى مرافقة لغوية، فهي تقدم نفسها بوصفها خطابا مكتملا، وهو ما يفسر سرعة انتشار التلفزيون والمخاوف التي رافقت ظهوره، إن المعطيات السابقة هي التي وهبت للصورة مقومات التأثير الفعال وسرعة النفاذ إلى جميع فئات المجتمع، وجعلت منها لغة مكثفة وقائمة بذاتها، يمكن إدراك هذه النقطة من خلال مقارنة بسيطة بين الكلمة والصورة كمجالين للتواصل، تتميز الكلمة بأنها نخبوية ومحدودة ودرجة تأثيرها محكومة بسعة الاطلاع اللغوي للمتلقي، بينما تتجاوز الصورة الحاجز اللغوي ومقتضياته، وهي بسبب خصائصها التقنية وبعدها الواسع تحتاج إلى تركيز تدوب فيه أبعاد المكان والزمان بسبب كثافة الألوان والمؤثرات الخاصة، وهي باحتوائها على هذه العناصر تنتج لحظات عاطفية تخاطب الوجدان والانفعال والغرائز وهو بعد آخر يفسر قوة الصورة ودرجة تأثيرها<sup>(3)</sup>.

#### 2.1.3.4. الصورة وآليات التأثير الثقافي.

يرى عزي عبد الرحمان أن الصورة التلفزيونية لا سياقية مكانيا وزمانيا، يعني أن الواقع المقدم عبر التلفزيون لا يقتصر بمكان بحيلنا إلى موروث ثقافي أو تاريخي أو اجتماعي، كما أن الصورة التلفزيونية تحدث فوضى في المكان الاجتماعي من خلال القفز فوق الأمكنة، التي لا ترتبط بحزام من الدلائل القيمية، كما أن تجربة الزمن في المرئي تعطينا إحساسا بالتمزق بين المعنيين، معنى الزمن الحقيقي والزمن المرئي، إضافة إلى ذلك فإن الصورة التلفزيونية من خلال مضامينها وشروط إنتاجها تعمل على إنتاج بعد واحد للزمن وهو الحاضر الأزلي الذي يتجاوز ويستوعب بعد الماضي والمستقبل، ومن البديهي أن يتميز هذا الزمن بأنه عاطفي لأنه يؤرخ للحظة جديدة وواقع مرئي جديد، إن هذا الواقع العاطفي المرئي يتم التعرض له بمعزل عن الذاكرة والحاسة النقدية لمضامينه، خاصة وأنه يترافق في تجربة التعرض له مع إحساس بالمتعة والآنية والإتمام<sup>(4)</sup>.

(1) محمد سبيلا، مرجع سبق ذكره، ص 70.

(2) فائزة يخلف، مرجع سبق ذكره، ص 246.

(3) محمد سبيلا، مرجع سبق ذكره، ص 70.

(4) عزي عبد الرحمن، "الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي إلى المرئي"، مرجع سبق ذكره، ص 105.

أدت كثافة حضور المضامين المصورة إلى إحداث تأثيرات كبيرة على لغة التخاطب، وفي الوقت الذي يرافق قوة وانتشار وتطور الصورة التلفزيونية تراجع التجربة الاجتماعية الحقيقية للنشر، ومع زيادة مديات التعرض واقتصاد المشاهدة التلفزيونية يعمل المرئي على إفقار لغة التخاطب ويتجلى ذلك من خلال مجموعة كبيرة من المؤشرات منها ندرة اللجوء إلى الاستعارة والأشكال البلاغية المتعددة للخطاب والتغير السريع لمعنى الرموز وغموض المعاني وإضفاء الصبغة المادية البحتة على المفهوم والمصطلح، ليتحول الخطاب واللغة وبالتوازي مع الواقع أسيرا لمقتضى الصورة والواقع المرئي وآلياته.

تمثل المضامين الترفيهية أكثر أنواع المضامين حضورا على مستوى البرامج التلفزيونية بسبب منطلق الإشهار والاقتصاد الذي يحكم العمل التلفزيوني، كما أنها تحظى بأكثر ساعات التعرض والمشاهدة من قبل الأفراد، وفي هذا النوع من المضامين تزداد كثافة حضور الخدع البصرية والمؤثرات الخاصة والتلاعب البصري وفي ظل ظروف التعرض، فإن هذا الحضور لا يمر دون إحداث تأثيرات ثقافية على مستوى القيم والمشاهد، تقدم المضامين الترفيهية أشكالا من الصور المادية المرئية التي تتحول إلى نماذج اقتداء بحكم الانبهار الناتج عن السياقات التي تقدم فيها هذه النماذج، لتخلق إحساسا لدى المشاهد بأن هؤلاء الذين يشاهدون على التلفزيون هم أكثر أهمية منه، وبهذا تتحول هذه الصور والشخصيات مرجعا ومقياسا بعيدا عن تجربة المشاهد الواقعية وظروفه الحياتية.

تقدم برامج تلفزيون الواقع مستوى آخر من مستويات التأثير التي يمارسها التلفزيون، حيث تعمل هذه البرامج على نزع الحدود بين ما هو خاص وما هو عام، لتتحول خصوصية الإنسان إلى مشاهد مصورة يعرض فيها جسد الإنسان وعائلته وممتلكاته<sup>(1)</sup>.

أشرنا سابقا إلى أن أي تحول اتصالي يؤدي إلى إحداث هزة ثقافية، وهي علاقة توصف بأنها بنيوية وجدلية بين الثقافة والاتصال، إن طبيعة هذه العلاقة لا تسير في اتجاه واحد فقد تكون ذات بعد إيجابي أو تأثير سلبي على الثقافة.

أدى انتشار الصورة والإعلام المرئي والمتلفز إلى إحداث حالة من التغيير على مفهوم الثقافة، حيث أدى تجاوز حاجز الزمان والمكان الذي تمارسه وسائل الإعلام إلى تشجيع أشكال ومضامين من الإنتاج الثقافي خاضعة للمنطق التجاري، وهو ما يعكس تحولا ينتقل فيه مفهوم الثقافة من بعده الوجودي والفلسفي وأهدافه وغاياته الكبرى ليتحول إلى مادة تسلوية وترويجية خاضعة لمنطق التبادل لا لمتطلبات الثقافة<sup>(2)</sup>.

تنتشر الصورة التلفزيونية على حساب التجربة الاجتماعية الحقيقية وكلما زاد انتشار الصورة التلفزيونية زادت سلطة التلفزيون وقدرته على ترسيخ مكونات الواقع في أذهان الناس، حيث تؤكد الكثير

(1) المرجع نفسه، ص 106.

(2) فؤاد إبراهيم، ثقافة الصورة... التحديات والإستجابة، مؤثر ثقافة الصورة، جامعة فيلادلفيا، الأردن 24-26 أبريل 2007.

من الدراسات الحديثة أن شرائح واسعة من البشر أخذت تتعرف على الواقع الواقعي من خلال الواقع التلفزيوني، وأن الناس يصدمون حينما يكتشفون أن الواقع بعيد كل البعد عن الصورة التي عمل التلفزيون على ترسيخها في أذهانهم لفترة طويلة وهو ما تشير إلى التأثيرات الكبيرة التي تمارسها الصورة على الوعي<sup>(1)</sup>.

تشكل الصورة جزءا من سلطة المعرفة بسبب جماهيريتها وهي بذلك مصدرا للوعي الإنساني مما جعلها موضوع رهانات سياسية واقتصادية، حيث لم تعد الصورة مجرد صورة ودخلت مجال صياغة الحقيقة والتأثير في الأذهان وإعادة بناء الواقع، إن أهم نقاط قوتها هو قدرتها على ممارسة التمنيظ والقولبة والنمذجة في أبعادها الإعلامية والسياسية والثقافية.

#### 2.3.4. الصورة والاختراق الثقافي.

يشير مفهوم الاختراق الثقافي إلى استخدام تقنيات الاتصال لإحداث تغييرات ثقافية دون الحاجة إلى استخدام القوة العسكرية، ارتبطت ظاهرة الاختراق الثقافي بالتطور التقني في مجال الاتصالات والمعلومات حيث وجدت الدول المتطورة تقنيا نفسها قادرة على التأثير ثقافيا على الدول الأخرى وبالتالي إخضاعها دون الحاجة للقوة. و بواسطة الثقافة وبأسلوب الاختراق الثقافي يتم نشر نظام القيم وتعميمه وكذلك المشروع الحضاري للدولة المتقدمة.<sup>(2)</sup> تتم عملية الاختراق الثقافي بواسطة نظام جديد للهيمنة والإخضاع الثقافي إنه النظام السمعي- البصري وهو نظام مختلف عن سابقه تماما في درجة الفعالية التي يبديها ويحصده ثمارها على صعيد تكييف وعي الناس وإعادة صوغه،<sup>(3)</sup> عن طريق السيطرة على الإدراك ومنه إلى تسطيح الوعي أي جعله يرتبط بما يجري على السطح من الصور ومشاهد ذات طابع إعلامي وإشعاري مثير للإدراك ومستفز للانفعال و حاجب للعقل، ومع السيطرة على الإدراك وانطلاقا منه يتم إخضاع النفوس عن طريق تعطيل فاعلية العقل وتكييف المنطق والقيم وتوجيه الخيال وتنميظ الذوق وقولبة السلوك والهدف الكامن وراء ذلك كله هو تكريس نوع معين من الاستهلاك للمعارف والسلع والبضائع، معارف إشهارية هدفها تسطيح الوعي، وسلع استهلاكية تمنع الادخار وتعوق التنمية،<sup>(4)</sup> وبهذا انقلب الوضع إذ لم يعد إخضاع الأبدان شرطا في إخضاع النفوس بل العكس، لقد غدا إخضاع النفوس طريق إخضاع الأبدان. يعرف الاختراق الثقافي بأنه حركة انتقال الأفكار والعقائديت والقيم والعادات الغربية، بشكل مكثف وغير مسيطر عليه إلى المجتمعات الأخرى، وهو من حيث أساليبه وأدواته مجموعة من الأنشطة الثقافية والإعلامية والفكرية التي توجهها جهة أو عدة جهات نحو مجتمعات وشعوب معينة

(1) فاييزة يخلف، مرجع سبق ذكره، ص 247.

(2) باسم علي خريسان، مرجع سبق ذكره، ص 42.

(3) عبدإله بلقزير، النظام الإعلامي السمعي- البصري الغربي والاختراق الثقافي: نحو إستراتيجية جديدة للدفاع الذاتي: كتاب إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب (لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 1997)، ص 227-228.

(4) محمد عابد الجابري، المسألة الثقافية (لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 1994)، ص 191-192.

بهدف تكوين أنساق من الاتجاهات السلوكية والقيمية أو أنماط وأساليب من التفكير والرؤية والميل لدى تلك المجتمعات والشعوب بما يخدم مصالح وأهداف الجهة التي تمارس عملية الاختراق.

#### 3.3.4. التلفزيون والصور النمطية والذهنية.

تشكل وسائل الإعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة وسائل فعالة في التأثير على الإدراك والوعي، حيث يعمل فيض الرموز والوسائل الذي يتم بثه عبر وسائل الإعلام على إرساء نماذج محددة للتصور والإدراك، وهي نقطة أخرى من مستويات التفاعل بين الثقافة ووسائل الإعلام، حيث يمكن لهذه الأخيرة أن تقوم بإرساء صور نمطية أو ذهنية مرتبطة بثقافة معينة.

يرى إيرير بشير "... أن الصورة وسيلة تواصلية فعالة متعددة الوظائف، وعنصر من عناصر التمثيل الثقافي وخاصة فيما تقتضيه الثقافة البصرية في زماننا..."<sup>(1)</sup>.

#### 1.3.3.4. الصورة التلفزيونية ودورها في بناء الصور النمطية والذهنية.

يتم التركيز عند الحديث عن وسائل الإعلام ودورها في بناء الصور الذهنية والنمطية بشكل كبير على التلفزيون والصورة الفيلمية، إن هذا التركيز يعود بشكل كبير إلى مجموعة الخصائص والسمات التي يتميز بها التلفزيون، هذه الخصائص وقد تتمثل في كون التلفزيون وسيلة قوية لجهة قدرته على الانتشار ومعدلات المتابعة، وهو كما أشرنا سابقا بتجاوزه لحاجز الزمان والمكان يملك أفضلية عن باقي الوسائل إذا ما أضفنا إليه العنصر المتعلق بخصائص الصورة والتي يعتمدها كمجال لتمثيل الواقع. أم الخاصية الثانية فتتمثل في عنصر السرعة في تقديم المضمون إضافة إلى كون التلفزيون وسيلة كاملة تجمع بين كافة الإمكانيات التعبيرية التي تميز الوسائل الإعلامية الأخرى فهو يوفر الصورة الثابتة والمتحركة والكلمة المنطوقة والمكتوبة والمؤثرات الخاصة<sup>(2)</sup>، لكن ينبغي التنبيه إلى أن إفرزات الثورة الاتصالية وتطبيقاتها جعلت من الصورة موظفة بشكل كبير وعلى مستوى أفضلية الاتصال كافة، وفي الوقت الذي احتلت فيه القناة البصرية مقدمة الاهتمام، عملت وسائل الطباعة والتصنيف والنسخ والتصوير على توفير جميع أسباب انتشار الخطاب المطبوع والمصور في شكل جديد، مما زاد من قدرة وسائل الإعلام في خلق الصور الذهنية والنمطية<sup>(3)</sup>.

#### 2.3.3.4. الصور الذهنية والنمطية.

تعمل الصورة المتدفقة بلا انقطاع من خلال البث التلفزيوني على ممارسة دكتاتورية قهرية على المتلقي بحيث لا تتيح له فرصة في التفكير بصورة مستقلة خارج مجال سريان الصورة بما يؤول إلى نفي

<sup>(1)</sup> إيرير رشيد، "الصورة في الخطاب الإعلامي"، الملتقى الدولي الخامس السيمياء والنص الأدبي،

<sup>(2)</sup> فايزة يخلف، مرجع سبق ذكره، ص 244.

<sup>(3)</sup> إيرير رشيد، مرجع سبق ذكره.

ذاتية الإنسان بالمكوث أما مها، وهو ما يسمى بالواقع المتخيل حيث تعمل تكنولوجيا الاتصال على خلط الحقيقة بواقع مصنع صوريا أحدث انقلابا جذريا في فاعلية التأثير على إدراك الإنسان<sup>(1)</sup>.

مرت عمليات التأثير التي تمارسها الصورة بالعديد من المراحل، ظلت الصورة منذ القرون الوسطى وحتى القرن التاسع عشر تتحرك في مجال التلقي الجمالي، ثم انتقلت إلى مرحلة ثقافة الصورة منذ أواخر القرن التاسع عشر حتى سبعينيات القرن العشرين عندما كانت الصورة تتماهى في سياقات التلقي متعددة المرجعيات، بمعنى عندما ركزت مؤسسات صناعة الثقافة على تصنيع الصورة إدماجها ضمن الرهانات السياسية والاقتصادية التي تقتضي تغلب الوعي عن طريق تكثيف حضور الصورة في فضاء الإعلام.

يقول هيربرت شيلر "حينما يكون التظليل الإعلامي هو الأداة الأساسية للهيمنة الاجتماعية تكون الأولوية لتنسيق وتنقيح الوسائل التقنية للتظليل على الأنشطة الثقافية الأخرى"، بمعنى أن مجموع التطورات التقنية التي جعلت من الصورة ثورة في عالم الإعلام أدت إلى جعل الصورة وسيلة لإنتاج الوعي عن طريق توظيف المرئي المبهر في الصورة للاستحواذ على عقل وخيال المتلقي بغية تمرير اللامرئي إلى العقول ليشكل حقيقة راسخة رغم كونه تضليلا لا غير<sup>(2)</sup>.

تعمل وسائل الإعلام عن طريق توظيف الصورة، على خلق نمطين من الصورة لصناعة الوعي والتأثير الثقافيين هما الصورة الذهنية والصورة النمطية.

#### 1.2.3.3.4. الصورة الذهنية والصورة النمطية.

تعد الصور الرمزية والصور النمطية الآلية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في عمليات التأثير الثقافي، حيث يقوم فيض الرموز الهائل بتسويق تصورات محددة وتثبيت نوع محدد من الإدراك وفق ما يقتضيه التوجه الذي تتبناه المؤسسة.

يشير على عجوة إلى أن استخدام مفهوم الصورة الذهنية في أدبيات الإعلام والاتصال قد ارتبط بالأهمية التي باتت تلعبها العلاقات العامة في الحياة الاقتصادية والسياسية في الولايات المتحدة الأمريكية<sup>(3)</sup>.

يختلط مفهوم الصورة الذهنية مع مفهوم الصورة النمطية على الرغم من الإختلاف الكبير في دلالة المصطلحين وسعة المعاني التي يغطيها كلا من المصطلحين.

<sup>(1)</sup> عمر بوسعدة، "تصنيع الصورة التلفزيونية ودوره في التأثير على المشاهد"، فكر ومجتمع عدد 13 (جولية 2012)، ص 85.

<sup>(2)</sup> جاب الله أحمد، الصورة في سيميولوجيا التواصل، الملتقى الوطني الرابع السيمياء والنص الأدبي، جامعة محمد خيضر بسكرة.

<sup>(3)</sup> علي عجوة، العلاقات العامة والصور الذهني، القاهرة، عالم الكتب، 1983، ص 3.

يشير معجم ويبتر إلى أن الصورة الذهنية تعني "التصور العقلي الشائع بين أفراد جماعة معينة ليشير إلى اتجاه الجماعة نحو شخص معين أو شيء بعينه، أما الصور النمطية فهي الشيء المتفق مع نمط ثابت أو عام، أو الصورة الذهنية الثابتة التي يشترك في حملها أفراد جماعة وتمثل رأيا مبسطا أو موقفا عاطفيا أو حكما غير متفحص.

بهذا المعنى تصبح الصور النمطية جزءا من الصور الذهنية وهذه الأخيرة هي وسيلتنا في بناء الصور النمطية، وهو الفرق الذي يحدده قاموس المورد، حيث يعرف الصورة الذهنية بأنها "فكرة أو مفهوم أو تصوير حي وكذلك تشبيه، إستعارة، صورة بلاغية" ويعرف الصور النمطية بكونها "الشيء المكرر على نحو لا يتغير أو الشيء المتفق مع نمط ثابت أو عام وتعوزه السمات الفردية المميزة أو الصورة العقلية التي يشترك في حملها أفراد جماعتها وتمثل رأيا مبسطا إلى حد الإفراط أو موقفا عاطفيا من شخص أو عرق أو قضية أو حادثة"<sup>(1)</sup>.

يمكن توضيح العلاقة بين النوعين من الصور بالصور النمطية السائدة عن الإسلام والمسلمين والعرب والسود في الولايات المتحدة، حيث تتميز هذه الصور بالثبات والسطحية، وهي حصيلة تكوين طويلة ونتيجة لتراكم الصور الذهنية التي تبثها وسائل الإعلام، حيث تعمل وسائل الإعلام عن طريق التغيير المعرفي وسلطانها في تصنيع الرموز والصور على إنتاج أنماط معينة من الإدراك والتصورات والتي قد تكون جزئية وقابلة للتغيير في حال الصور الذهنية أو دائمة وثابتة في حال الصور النمطية.

#### 4.3.4. الأثر المرجعية لتفسير دور وسائل الإعلام في بناء صورة الثقافة

تقدم نظريات التأثير الخاصة بوسائل الإعلام العديد من المداخل النظرية التي تفسر دور وسائل الإعلام في بناء الصور النمطية والذهنية والخاصة بالثقافة، وفي هذا الإطار سيتم التركيز على نظرية الغرس الثقافي بوصفها أكثر النظريات تعمقا في فهم آليات التأثير الثقافي والرمزي الذي تمارسه الصورة التلفزيونية، إضافة إلى نظرية الحتمية القيمية والتي إعتدناها كمدخل نظري للدراسة.

#### 1.4.3.4. الغرس الثقافي والصور النمطية.

تعد نظرية الغرس الثقافي إحدى النظريات التي ارتبطت بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتي جاءت في السبعينيات من القرن الماضي لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام التراكمية الطويلة المدى على الجمهور ذلك أن الغرس يشير إلى تقارب إدراك جمهور التلفزيون للواقع الاجتماعي والتشكيل الطويل المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام وليس لدراسة الآثار المستهدفة والمحددة لوسائل الإعلام. إن الأساس الذي تقوم عليه نظرية الغرس الثقافي هو قياس الآثار

(1) إرادة زيدن الجبوري، "مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة"، عدد 9-10 (2010)، ص 612-163.

طويلة المدى التي تتركها وسائل الإعلام خاصة التلفزيون على المتلقين عند تعرضهم لمضمون معين ولمديات تعرض طويلة.<sup>(1)</sup>

إن أصول نظرية الغرس الثقافي حسب ملفين دي فليمر melvin defler تعود إلى مفهوم الصور الذهنية لـ والتر ليبمان Walter L'ipman والتي ظهرت لأول مرة في مؤلفه: الرأي العام المنشور سنة 1922 والذي استعرض فيه أمثلة عديدة حول أن الصفات الحقيقية للعالم غالبا ما لا تكون لها علاقة بالمعتقدات التي يؤمن بها الناس حول هذا العالم المحيط بنا، كما ناقش الكتاب كيف أن التفسيرات التي تقدمها الصحف عن الأحداث تستطيع أن تغير بشكل كبير تفسيرات الناس عن الواقع وبالتالي تغير أيضا نماذج تصرفاتهم حيال هذا الواقع.

استنتج ليبمان من خلال العديد من الأمثلة التي قدمها في مؤلفه أن الناس يتصرفون ليس على أساس ما يحدث أو ما قد وقع فعلا، ولكن على أساس ما يعتقدون أنه الموقف الحقيقي وهذا الموقف حصلوا عليه من الصور التي قدمتها لهم الصحافة وهي معان وتفسيرات ليس لها في الغالب سوى نصيب محدود مما حدث فعلا.

لم يضع "ليبمان" اسما لنظريته ولكن من الواضح أنها نظرية لتكوين المعنى تركز على تأثير الحقيقة كما تقدمها وسائل الإعلام وهي متسقة تماما مع نموذج المعنى. إن الأهمية النظرية لهذا الطرح تعود إلى أنها واحدة من البيانات الأولى عن دور وسائل الاتصال الجماهيرية في تركيب المعاني التي تعتبر أساسا لتصرف الإنسان وهكذا فإن طرح ليبمان عن الكيفية التي يحصل بها الناس على المعرفة من وسائل الإعلام يشير إلى وظيفة الصحافة في تركيب المعنى.<sup>(2)</sup>

ضمن سياق تركيب المعنى وضع جورج غرينر george gerbner نظريته التي ترى أن المشاهدين بمعدل غزير تكون معتقداتهم وآرائهم مماثلة لتلك التي صورت على التلفزيون بدلا من العالم الحقيقي، ما يدل على أثر مركب من تأثير وسائل الإعلام لتؤكد أن التلفاز يصنع لمشاهديه على المدى الطويل واقعا خاصا مختلفا عن الواقع الحقيقي وأن المشاهدين بحكم التصاقهم ببرامجه يصدقون هذا الواقع ويتعاملون معه باعتباره حقيقة.<sup>(3)</sup>

يعمل التلفزيون وبتوظيف مكثف للرموز وخاصة الصورة على إحداث تراكم للصور الذهنية من خلال خلق وتصنيع الرموز التي يجري تمريرها وتغذيتها باستمرار لتتحول إلى حقيقة راسخة بفعل المشاهدة المكثفة.

(1) منال هلال المزاهرة، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات (عمان: دار الميسرة للنشر والطباعة والتوزيع، 2014)، ص 85.

(2) ملفين ديفلر، ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993)، ص 360-359.

(3) وجدي عيد حلمي عبد الظاهر، نظرية الغرس الثقافي، [على الخط]، تاريخ الزيارة: 2014/11/10، متاح على الموقع:

[http://WWW.UQUS.EDU.SA]



#### 2.4.3.4. تعزيز وتحديد القيم وبناء صورة الثقافة.

تطرح نظرية الحتمية القيمية ضمن مفاهيمها التي تربط بين وسائل الإعلام والثقافة، مفهوم تعزيز القيم وتحديدها كمفتاح لفهم طبيعة التأثيرات الثقافية التي تمارسها وسائل الإعلام وفهم كيفية خلقها للصور الذهنية والنمطية الخاصة بالثقافة، على هذا الأساس تحكم علاقة المضامين الإعلامية بالثقافة اليتين هما:

- تعزيز القيم: يرتبط التعزيز بتثبيت مواقف الفرد السابقة وإعطائها ألفة إضافية وقد لعب مفهوم التعزيز دوراً أساسياً في فهم تأثيرات وسائل الاتصال في المجتمع وقد عالج بول لازار سفيد paul lazarsfeld هذا الموضوع في دراساته الميدانية وأشار في مقولته المعروفة إلى أن "وسائل الاتصال لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل على تدعيم هذه الأخيرة" ويرتبط هذا الطرح بافتراض أن العامل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية أساس تكوين الآراء والمواقف وأن الإعلام الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية أساس تكوين الآراء والمواقف، وأن الإعلام يبني على ذلك ويعزز ما أنتجته العلاقات الاجتماعية إن عملية التعزيز مشروطة بتوافق العاملين الاجتماعي والإعلامي فيكون الإعلامي داعماً للاجتماعي أما إذا كان الإعلامي غير متكامل مع الاجتماعي فإن التأثير قد يكون عكسياً بمعنى أن الجمهور يظل متمسكاً بمنظومته القيمية وينزع المصادقية في تعامله مع وسائل الاتصال.<sup>(1)</sup>

- تحييد القيم: يقصد بتحديد القيم إبعادها كعوامل مؤثرة ويتجسد ذلك من خلال تغييب القيم في المضامين الإعلامية والترفيهية بالأخص، إذ لا تخضع هذه الأخيرة لنظام القيم وإنما تبنى على مبدأ ما يمكن تسويقه وإذا أخذنا بعين الاعتبار دور وسائل الإعلام في بناء وهيكله أنواق الجمهور فإن عملية استثناء القيم في المحتويات تكون دائرية، فوسائل الإعلام والاتصال تنتج ما يرغب به الجمهور والجمهور يرتبط بوسائل الاتصال التي تحقق له رغباته وقد أدى ذلك إلى انتشار محتويات العنف والجنس وغيرهما في المضامين الإعلامية خاصة ذات البعد التجاري.<sup>(2)</sup>

تعتبر نظرية الحتمية القيمية لصاحبها عزي عبد الرحمن وليدة ثلاثة روافد أساسية وهي: التراث، الإعلام والفكر الفلسفي والاجتماعي المعاصر. إن مفاهيم نظرية الحتمية القيمية إنما هي وليدة الحضارة الإسلامية ببعدها الديني كما أن التأسيس الذي تقوم عليه هذه النظرية مصدره ثنائية الأنا والآخر بمعنى أنها تجمع بين منظومة مفاهيم هي داخل الظاهرة - قطيعة مع مفاهيم السياق الإعلامي الحالي المسجد والموروث في معظمها عن أدبيات غربية نتيجة الاحتكاك بين المنظومة الأكاديمية الإعلامية الاجتماعية العربية مع المنظومة الغربية- بمعنى الوعي بالمشكلة من داخلها، ومفاهيم هي من خارج الظاهرة تجاوزاً للخطاب الإسلامي الإعلامي الذي يؤسس للظاهرة الإعلامية بمفاهيم من الداخل في غياب شبه تام

(1) عزي عبد الرحمن، دراسة في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص 112.

(2) المرجع نفسه، ص 116.

لمفاهيم خارج الوعي بالمشكلة، إن هذه الازدواجية المفاهيمية وفق عزى عبد الرحمن هي وحدها الكفيلة بتوفير رؤية ملائمة للظاهرة الإعلامية.

إن أية محاولة للإحاطة بمدلول نظرية الحتمية القيمية، تبقى قاصرة بسبب المفاهيم التي تطرحها هذه النظرية ووحدات التحليل التي تعتمد عليها ولكن طرح المفاهيم التي تعتمد عليها هذه النظرية يسمح على الأقل بتبيان مقاربتها لوسائل الإعلام والاتصال في علاقتها بظاهرة الثقافة والسياقات الاجتماعية التي توجد فيها.(1)

يشير عزى عبد الرحمن إلى ظاهرة العولمة في علاقتها بظاهرة تكنولوجيا الاتصال بقوله "ينذر تعجر الظاهرة المعلوماتية الاتصالية بنقلص ثقافات إفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية والعالم الإسلامي وانحصارها في شكل كيانات فلكلورية هشة لا مكانة لها في المسار التاريخي والبناء الحضاري... وتندر هذه الثورة الاتصالية التي لم تعد تتقيد بعوائق الوقت والجغرافية بتحول العالم إلى ما أسماه ماكلوهان إلى وحدة قبلية أو قرية واحدة"، وردت هذه العبارة سنة 1989 بمعنى التنبؤ والاستشراف آنذاك بالمدلول الضمني للعولمة كما تنبأ مارشال ماكلوهان marshal mc luhan في الستينيات بمدلولها التقني والكوني.(2)

يحثل الزمن بوصفه وحدة للتحليل حيزا مهما ضمن نظرية الحتمية القيمية، حيث تعتبر الزمن الإعلامي المجال الوقي المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الإعلام والاتصال وحركية وسائل الإعلام في مضمونها حركية زمنية، في نهاية المطاف يعد استعمال وسائل الإعلام استعمالا للوقت، إن الزمن الإعلامي المعاصر تنصهر فيه الأزمنة الآتية: زمن القراءة، زمن الاستماع، زمن المشاهدة، وزمن التصفح أو الإبحار، وهي كلها أزمنة إعلامية تتنافس فيما بينها حتى تحتل مكانة لائقة لدى الفرد المستخدم ويتضح كافتراض أولي أن زمن المشاهدة التلفزيونية وزمن الإبحار في شبكة الانترنت يعملان تدريجيا في القضاء على الأزمنة الأخرى: القراءة والاستماع.

يعمل الزمن الإعلامي بصفة عامة على تصوير مظاهر الحياة فهو بذلك يقوم بتشكيل وإعادة تشكيل الزمن الاجتماعي بأسلوب رمزي، إن الاجتماعي ينعكس رمزيا في السلوك نتيجة الإقبال المتزايد على ثقافة هذه الوسائل ويعتبر الزمن القيمي هو الأساس وتتفرع عن هذا الزمن أزمنة فرعية أخرى، حيث يبقى هو الأصل والمرجع في نفس الوقت ولأن الأزمنة تتنوع فهي تتداخل فيما بينها فنجد الزمن الديني في تناحر مع الزمن اللاديني والزمن الأصيل في صدام مع الزمن الدخيل والزمن الإعلامي ومدى تعبيره عن الزمن الاجتماعي للمكان الإعلامي دور في تحليل علاقة وسائل الإعلام بالثقافة حيث تعمل وسائل الإعلام والاتصال كالتلفزيون والسينما والمجلات والصحف والانترنت على تكوين أنماط من الصور

(1) نصير بوعلی، مرجع سبق ذكره، ص 62-97.

(2) نصير بوعلی وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 135-136.

المكانية التي تكون خارج دائرة الواقع المعاش للفرد، فتدخل عليه مكانا رمزيا متباعدة ومألوفة مع كثرة الاعتماد على هذه الوسائل يقول عزي عبد الرحمن "إن كثرة استخدام وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون والانترنت يؤدي إلى نوع من الاغتراب عن المكان المعاش والمتعلق بالمكان المؤلف الجديد الذي تعرضه هذه الوسائل في صورة الأفلام و المسلسلات والإعلانات العامة فالمكان الإعلامي هو مكان رمزي متشابه في بعض الأحيان تصويره وسائل الإعلام في الضمير الجمعي ويتم تكريسه كنوع من العولمة المكانية، كما ان التلفزيون يحدث فوضى في المكان الاجتماعي من خلال القفز فوق الأمكنة التي لا ترتبط بحزام من الدلائل القيمية إضافة إلى ذلك كله تكراره لنموذج أحادي احتكاري من المكان.(1)

إضافة إلى العناصر السابقة يضيف عزي عبد الرحمن عنف اللسان كجزء من نظريته، في هذا المستوى فإن الأصل في اللغة احتواء القيمة ونقلها كما دلت الكتب السماوية أن في اللغة وعاء يحوي أسما ما يمكن أن يتعلق به الفرد من معان، في البداية كانت الكلمة الدخيلة وهي ما أدخله الأفراد المتحدثون من ألفاظ أو تعابير مستحدثة وذلك تعبير لغة أخرى تم إدخالها ايجابيا أو سلبيا على اللغة الأصلية تبعا لحالات فردية أو اجتماعية أو تاريخية معينة، ويعني ذلك أن العنف اللساني ظاهرة دخيلة نسبيا على اللغة وإن كانت أصبحت طرفا في اللغة بفعل التداخل بين اللغة وفعل الكلام خاصة مع تراجع مكانة اللغة تاريخيا وانتشار الحديث كظاهرة صوتية سادت مع الثقافة الشفوية وتوسع وسائل الإعلام الحديثة.(2) إن ظاهرة العنف اللساني والإعلامي جزء من الواقع المعاش في المنطقة العربية حديثا، ويمكن أن نلاحظ ذلك في تدني نوعية الخطاب اليومي الذي ينتجه الأفراد أو الجماعات، إضافة إلى انحدار الكثير من محتويات الوسائل المسموعة والمرئية إلى مستوى مخاطبة الغرائز والنزعات الاستهلاكية سعيا وراء المكسب المادي وتقليد الموضة السائدة في الإعلام الدولي وخاصة الغربي يترتب عن ذلك كله أن تتراجع اللغة كغارس ومحرك للقيمة، وتصبح اللغة مجرد وسيلة كلام فيتمكن المتكلم من نسخ ما ستنتفوه به، ويصاب المتلقي بخيبة أمل من ضحالة ما يتعرض له إن كان في الاتصال الذاتي أو وسائل الإعلام، فاللغة بقيمتها الممثلة لثقافة أو حضارة متميزة ومتى تراجعت أو تلاشت القيمة لم تعد اللغة أداة ثقافة أو حضارة وإنما أصوات لتحقيق بعض المنافع ليس إلا.(3)

للرأسمال الرمزي مكانة كوسيلة لفهم العلاقة بين الإعلام والثقافة واتجاهات التأثير في المنطقة العربية وفق عزي عبد الرحمن يتشكل الرأسمال الرمزي في المنطقة العربية على المستويات الآتية:(4)

- الفضائيات الترفيهية.

(1) المرجع نفسه، ص 141 - 143.

(2) حافظ إسماعيلي علوي وآخرون، اللسان العربي وإشكالية التلقي (ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية)، ص 13.

(3) المرجع نفسه، ص 38.

(4) عزي عبد الرحمن، الإعلام وتقنيك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية ( تونس: الدار المتوسطية للنشر، دون تاريخ) ص 135 - 156.

- الفضائيات الإخبارية شبه المستقلة.
- المحطات التلفزيونية الأرضية الحكومية.

قد يبدو هذا المشهد متنوعا في الظاهر إلا أنه يعكس خطابا تتوزع فيه الأدوار حسب الهدف والفئة المستهدفة فالفضائيات الترفيهية من نوع واحد وإن تعددت أسماء القنوات خطابها يؤدي أدوارا اجتماعية غير وظيفية، ومنها تحييد القيمة وإزالة صفة الممنوعات الثقافية إضافة إلى مهمة الإلهاء، كما أن الخطاب الإخباري المعروف رغم جاذبيته وحرفيته يحمل إيديولوجية محايدة، ذلك أن اللغة الإخبارية بحكم تكرارها والنبرة التي تحملها قد تم تحييدها ومعروف إعلاميا أن كثرة التعرض لنفس الشيء يؤدي إلى فقدان الإحساس عبر الزمن، لقد أضحى الرأسمال الرمزي في المنطقة العربية ساحة استقطاب وتنافس لم يسبق له مثيل وقلما نجد له مثيلا في المناطق الأخرى من العالم، ويكون مرد هذا الاستهداف محاولة تغيير ثقافة المجتمع بما يخدم أهدافا ومصالح استراتيجية بعيدة المدى بما في ذلك إخراج المنطقة من دائرة الفعالية الحضارية المستقلة إلى دائرة التبعية والهامشية<sup>(1)</sup>.

---

(1) - المرجع نفسه.

## خلاصة.

انطلاقاً من المعطيات التي تناولناها في الفصل السابق نلاحظ أن دلالة مفهوم الثقافة دلالة متشعبة تتنازعها العديد من التخصصات العلمية والرؤى الأكاديمية ، كما أن العلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام تتأكد أكثر فأكثر في ظل سقوط الثقافة في منطق التصنيع والسلعة، إن اتجاهات التأثير بين الثقافة ووسائل الإعلام تظل نشطة وتتكاثر بسبب زوال الحدود بين مفاهيم الثقافة والترفيه وطغيان التقنية والرأسمال و تشكلما كمنطق يحكم الصناعات الثقافية.

يعكس تعدد المقاربات التي تفسر طبيعة العلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام حيوية المسألة الثقافية من جهة وطبيعة الارتباطات البنوية بين الاتصال والثقافة بوصفهما ظواهر اجتماعية تعمل في سياقات اجتماعية متباينة ومختلفة باختلاف الخصوصيات الثقافية لكل مجتمع. بخلاف نظرية الغرس الثقافي التي تربط تأثير وسائل الإعلام على الثقافة بكثافة المشاهدة فإن نظرية الحتمية القيمية تربط هذه التأثيرات بعنصر القيم الثقافية التي تظل مرجعيتها دينية؛ بينما تركز باقي النظريات على عنصري الابتكارات والفجوة المعرفية وعلاقتها مع ظاهرة الثقافة.

الفصل الخامس  
حماة الصلوات

ظاهرة العولمة

وتقارب الثقافات

## تمهيد:

يشكل مفهوم العولمة أكثر المفاهيم حضوراً على مستوى الأدبيات المتصلة بعلاقة وسائل الإعلام والثقافة، إن ظاهرة العولمة بوصفها حركة عامة تمس جميع أوجه النشاط الإنساني أفرز تخمة مفاهيمية على مستوى الدلالات التي تسند للمفهوم كما أدى ارتباط العولمة بجميع جوانب الحياة الاجتماعية الى وجود مقاربات مختلفة لهذه الظاهرة من حقول معرفية متعددة، من الاقتصاد والسياسة والاجتماع والإعلام والثقافة .

يشكل الحقل الثقافي احد أهم مستويات النقاشات الخاصة بالعولمة كون وسائل الإعلام والاتصال المعولمة أدت إلى تغيير خارطة الحدود الثقافية عبر تلاعبها بعنصري الزمان والمكان وبالتالي زيادة حركة الاحتكاك الثقافي، تترافق مع هذه النقاشات وبالتوازي نقاشات حول مفاهيم السيادة والفجوة الرقمية والتغيير الثقافي .

على المستوى الإيديولوجي، فإن العلاقة بين الثقافات تشكل موضوع تنظير للعديد من الأطروحات التي تحاول رسم طبيعة هذه العلاقة والمتغيرات التي تحكمها. إن القاسم المشترك بين هذه المقاربات هو انتصارها لثقافة الغالب وهو الغرب المتحكم في موازين التقنية والصناعات الإعلامية والثقافية حتى وإن تراوحت بين مفاهيم الصراع والانتصار النهائي لمنهج معين أو تحدثت عن السلطة التي تمنحها المعلومة والتقنية.

## الفصل الخامس: ظاهرة العولمة وتقارب الثقافات.

يقول جون توملينسون j.tomlinson "تقع العولمة في القلب من الثقافة الحديثة وتقع الممارسات الثقافية في القلب من العولمة، ولست أقصد بأن العولمة هي المحدد للتجربة الثقافية الحديثة ولا أن الثقافة بمفردها هي المفتاح المفاهيمي الذي يفك مغالق القوة الدينامية الداخلية للعولمة".

بمعنى أن العمليات التحويلية الهائلة لعصرنا الحديث والتي نصفها بالعولمة، لا يمكن أن تفهم على نحو صحيح حتى تدرك من خلال المفردات المفاهيمية للثقافة وبالمثل فإن هذه التحولات تغير نسيج التجربة الثقافية ذاته كما أنها تؤثر في إحساسنا بالهوية الحقيقية للثقافة في العالم الحديث.<sup>(1)</sup>

### 1.5. مقارنة مفهوم العولمة.

#### 1.1.5. تعريف العولمة.

تشير العولمة إلى تلك الشبكة المتطورة بسرعة والمتزايدة الكثافة دوماً من الترابطات والعلاقات المتبادلة التي تميز الحياة الاجتماعية الحديثة، بمعنى أنها تقوية لأواصر الترابط العالمي. إن السلع ورأس المال، والبشر، والمعرفة، والصور، والجريمة، والملوثات، والمخدرات، والأزياء، والمعتقدات تتدفق جميعها بسهولة عبر الحدود الإقليمية كما الشبكات والحركات، والعلاقات الاجتماعية العالمية واسعة الانتشار في جميع المجالات تقريباً من الأكاديمية إلى تلك الجنسية.<sup>(2)</sup>

إن العولمة بوصفها انضغاط للزمان والمكان في العالم واشتداد الشعور بالعالم ككل بفعل التطورات التكنولوجية التي مكنت من اختراق متاريس الجغرافية السياسية، لترسم حدوداً فضائية غير مرئية ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية لتقيم عالماً من دون دولة عالم المؤسسات والشبكات التي تتمركز في ظل شركات متعددة الجنسيات تتسم مضامينها بالعالمية والتوحد.

إن اصطلاح العولمة يعني جعل الشيء على مستوى عالمي، أي نقله من المحدود المراقب إلى اللامحدود الذي ينأى عن كل مراقبة، والمحدود هنا هو الدولة القومية التي تتميز بحدود جغرافية وديمغرافية صارمة فالعولمة بهذا المعنى تتضمن إلغاء حدود الدولة في جميع المجالات وداخل فضاء يشمل الكرة الأرضية جميعها.<sup>(3)</sup>

(1) يحيى اليحياوي، العولمة الثقافية، [عبر الخط]، تاريخ الزيارة (2015/15/20)، متاح على الموقع:

<http://www.elyahyaoui.org/mond-et-culture.html>

(2) جون توملينسون، العولمة الثقافية: تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، ترجمة: إيهاب عبد الرحيم محمد (الكويت: المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، 2008)، ص 10.

(3) باسم علي خريسان، مرجع سبق ذكره، ص 19.



إن الفكرة الأساسية التي يشير لها مفهوم العولمة هو تزايد التقارب العالمي المكاني والذي تحدث عنه ماركس marx في كتابه المعنون معالم الاقتصاد السياسي على أنه إفناء المكان بالزمان، بمعنى الإحساس بانكماش المسافات من خلال الانخفاض الدراماتيكي في الوقت المستغرق إما بصورة مادية (عن طريق المواصلات وشبكات النقل) وتمثيلية (عن طريق النقل المتواسط إلكترونياً للمعلومات والصور). مستوى آخر من مستويات التقارب تعبر عنه العلاقات الاجتماعية كأحد التجسيديات الأكثر ملموسية لفكرة تمدد العلاقات الاجتماعية عبر المسافات.

على المستوى اللغوي، يزدحم الحديث عن العولمة بالمفردات التي تشير إلى ظاهرة التقارب التي ترتبط بالعولمة، ففي البداية كانت القرية الكونية لماكلوهان بعد ذلك مصطلح الحوار العالمي الذي تبنته الأمم المتحدة لوصف ذلك السياق العالمي المتنامي.<sup>(1)</sup>

إن الفكرة الأساسية للتقارب الذي تنتجه العولمة هو تحويل للتجربة المكانية إلى تجربة زمانية عن طريق التقنية، وفق هذه الآلية تعمل العولمة على خلق فضاءات معولمة تسهل من تدفق رأس المال بما في ذلك سلعه وموظفوه بصورة متوافقة مع انضغاط الزمان/ المكان الخاصة المرتبطة بالعولمة مع درجة من الانضغاط الثقافية، إن هذا التقارب لا يمكن أن يتحقق دون أن يحدث تحولاً في الممارسة والخبرة ببعدها الاجتماعي والثقافي و هذا التحول يتم الشعور به أكثر على المستويات المحلية وبنفس الدرجة يمكن تحسسه في الوسائل التكنولوجية المتزايدة.<sup>(2)</sup>

يرى فرنسوا اليرلو françois elurlo أن العولمة بالمفهوم الفرنسي هو التوسع على المستوى الكوني لميكانيزمات معروفة على المستوى الوطني أما المصطلح الانجلوساكسوني فيعني اندماج الوظائف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والعلمية والتكنولوجية في نفس الوقت على المستوى العام (الدولة وتجمعاتها) وعلى المستوى الخاص (السوق والمؤسسات والأفراد) وعلى المستويات الأخرى (المنظمات غير الحكومية والمنظمات الاجتماعية)، والاعتراف بالترابط والتداخل لهذه الوظائف على المستوى الكوني والتي كانت إلى غاية هذا التاريخ منفصلة في مفهومها وممارساتها.<sup>(3)</sup>

يعرض نبيل علي ظاهرة العولمة في صورة مصفوفة رباعية أطلق عليها اسم (مصفوفة 2 × 2) معتبراً أن ظاهرة العولمة أحدثها محركان أوليان أديا بدورها إلى متحركين أو ناتجين أو تأثيرين يمكن تلخيصهما في:

المحرك الأول: الابتكار التكنولوجي في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال أساساً.

(1) جون توملينسون، العولمة الثقافية: تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، مرجع سبق ذكره، ص 11.

(2) المرجع نفسه.

(3) صابر عبد ربه، موقف الصفوة من النظام العالمي الجديد (الإسكندرية: دار الوفاء، 2001)، ص 50.

المحرك الثاني: سيطرة الليبرالية الجديدة ويقصد بها انتشار إيديولوجية اقتصاد السوق الحر والنمط الاستهلاكي وإعلام الترفيه، إن النتائج المترتبة على تلك المحركات هي:

- 1- تقلص سيادة الدولة وتهميش دورها ففي ظل العولمة تصبح أمور إدارة الدولة شأنًا تتقاسمه الحكومة مع المنظمات الدولية والمنظمات غير الحكومية.
- 2- النتيجة الثانية: ردود الفعل أو العولمة المضادة من قبل الجماعات والمؤسسات، سواء تحت دوافع عرقية أو دينية أو اقتصادية أو سياسية أو لغوية أحيانًا.<sup>(1)</sup>

## 2.1.5. تعدد أبعاد العولمة.

إن أحد أسباب غموض مفهوم العولمة يعود إلى تعقيد الارتباطات التي تنشئها هذه الأخيرة إن الفكرة القائلة بتفكك الحياة الإنسانية إلى اقتصادية وسياسية واجتماعية تدحضها العولمة بوتيرة متسارعة.

منذ تسعينيات القرن المنصرم شهد العالم فيضا من الكتابات عن العولمة. إن تعقد ظاهرة العولمة وتعدد مستوياتها يفرض ضغوطا على الإطار المفاهيمي الذي ندرك من خلاله العالم الاجتماعي تقليديا ومع تعذر وصعوبة وضع تفسير متزامن لكافة ملامح هذه الظواهر، فليس من المفاجئ أن تتواصل محاولات تفسير العولمة بتعبيرات أحادية البعد إذ يتعرض الباحثون لظاهرة العولمة وقد أتو من تقاليد فكرية مختلفة.<sup>(2)</sup>

ذكر مارتن ألبرو martin albro أن العولمة تدل على كافة العمليات التي من خلالها تندمج كل شعوب العالم في مجتمع عالمي كوني، وذهب أنتوني جيندز gidens anthony إلى أنها تكثيف للعلاقات الاجتماعية على مستوى العالم، ووصفها الألماني ريختر reikhter بأنها شبكة عالمية من الاتصالات أدت إلى تلاحم الجماعات المنعزلة أخذة في التحول إلى أحد المستودعات التسويقية التي تقدم وتعرض فيه الأفكار والمنتجات من كل مكان في العالم في نفس الوقت.<sup>(3)</sup>

إن تعدد المقاربات الخاصة بظاهرة العولمة حتى داخل البعد الواحد أدى الى وجود اختلافات على مستوى التحليل. يمكن أن نوجز هذه الأبعاد في الآتي:

(1) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 41.

(2) جون توملينسون، العولمة الثقافية: تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان مرجع سبق ذكره، ص 23. أنظر أيضا:

- mike featherstone, << global culture : nationalisme, globalization, and modernity : a theory >>, cultur and society, special issue ( london : sage publications, without date), p 15-31.

(3) محمد عبد القادر حاتم، العولمة ما لها وما عليها (القاهرة: الهيئة المصرية، 2005)، ص 18.

### 1.2.1.5. البعد الاقتصادي.

إذا أردنا فهم هذا البعد كمدخل لفهم ظاهرة العولمة فإن أغزر الكتابات إنتاجا في هذا المضمار هي كتابات خبير الإستراتيجيات الاقتصادية كينشي أوماي kinchi ohmae ، إذ يرى أن الدولة القومية تصبح غير ذات صلة بالموضوع عند النظر إليها من وجهة نظر السوق العالمية ويرى أن "الدول القومية التقليدية تحولت إلى وحدات عمل غير طبيعية وحتى مستحيلة ضمن اقتصاد عالمي" عوضا عن ذلك يقترح التفكير بعالم من الاقتصاديات الإقليمية حيث يتجرد العمل وتزدهر الأسواق الحقيقية.<sup>(1)</sup>

إن هذا المفهوم تترجمه مؤشرات عدة، منها تقويض نموذج دولة الرفاه في الثمانينيات في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا ، حيث تتحول الرأسمالية في ظل الثورة الثالثة إلى رأسمالية مدرء، شركات، ومساهمين وليس أرباب عمال وعمل وقد ترتب على ذلك التحول تقويض الدعائم الثلاث لنظام الرأسمالية الفردية وهي: المؤسسات الممركزة، والعلاقات الاجتماعية الثابتة، والقيم الجماعية القوية، إضافة إلى التحول عن التنظيم التيلوري القائم على الترتيب الهرمي إلى تنظيم أفقي ولا مركزية للمشاريع يقوم على مبدأ الارتباط المتبادل.

وقد صاحب هذا التحول في البنية التنظيمية للرأسمالية الجديدة تحولا في بنيتها الإيديولوجية النيوليبرالية التي أحدثت انقلابا في العقدين الماضيين في المناخ الفكري السائد، حيث قدمت الفرد على الجماعة، والعقد على القانون والسوق على التخطيط وما هو اقتصادي على ما هو سياسي واجتماعي كنظام أولويات تتناسب معها ومع روحها الجديدة، في هذه المرحلة تتولد النزعة الاستقطابية الكامنة في روح الثورة الصناعية الثالثة أو اقتصاد المعرفة بفعل تضاؤل دور الموارد الطبيعية وموارد الطاقة والعمالة العادية، استقطاب يحدث بين الدول الأكثر تطورا وثراء في الشمال والأكثر تخلفا في الجنوب، وبالرغم من أن التفاوت الطبقي بين البشر داخل مجتمعاتهم وبين المجتمعات وبعضها البعض ظل حقيقة قائمة في النظام العالمي الحداثي، فإن الجديد هنا يتعلق بالقدرة العالية على إفراز هذا التفاوت وإعادة إنتاجه على نحو مستمر في شبه متوالية هندسية تدفع بمجرد التفاوت ولو الكبير إلى مرحلة الاستقطاب في ظل اقتصاد المعرفة.<sup>(2)</sup>

إن السوق العالمية وفق هذا الطرح ستنتج حضارة عابرة للحدود، ويستند هذا الإدعاء حول تقارب أذواق وتفضيلات المستهلكين للماركات العالمية من الجينز الأزرق، والكولا، والأحذية الرياضية الأنيقة.<sup>(3)</sup>

(1) جون توملينسون، العولمة الثقافية: تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، مرجع سبق ذكره، ص 23.

أنظر أيضا : 127. p (nov- dec 1997), vol76, << global policy >>, h. reinicke , wolf gang -

(2) صلاح سالم، عن العولمة: التاريخ والبنية والمستقبل (القاهرة: المكتبة الأكاديمية ، 2005)، ص 54- 56.

(3) جون توملينسون، العولمة الثقافية: تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، مرجع سبق ذكره، ص 24.

## 2.2.1.5. البعد السياسي.

تتجلى المظاهر السياسية للعولمة من خلال الأدوار التي تلعبها مؤسسات الأمم المتحدة ومختلف فروعها خاصة مجلس الأمن الدولي ، والتي باتت تؤثر أكثر على سياسات الدول وتنازعها سلطتها في المجال السياسي. إن أول إرهاصات العولمة السياسية قد بدأت مع انبثاق النظام الدولي الجديد الذي رسمت ملامحه الأولى سقوط الاتحاد السوفياتي من جهة وحرب الخليج الثانية حيث ساعد غياب الاتحاد السوفياتي القوة الأوحده على فرض سيطرتها وسياسيتها ومصالحها السياسية، في حين أعطت أحداث إخراج العراق من الكويت العولمة السياسية تجسيدها الأول من خلال الدور الذي لعبته الولايات المتحدة الأمريكية وهي التي تريد فرض زعامتها على العالم أجمع.(1)

قبل هذه المرحلة كانت السياسة أحد أبرز الاختصاصات للدولة القومية التي كانت إلى آجال طويلة اللاعب الأقوى على المسرح السياسي، لكنها اليوم بفعل العولمة تتعرض لمنافسة شديدة من منافسين يزدادون عددا وفعالية في المسرح الدولي (الشركات المتعددة الجنسيات، جماعات الضغط العالمية، وسائل الإعلام والاتصال، الرأي العام، المنظمات غير الحكومية، المؤسسات الدينية).

لقد أصبح ارتباط السياسة بالمجال المحلي للدولة القومية بعيدا عن التدخلات الخارجية أقل فعالية وتأثيرا بفعل الاتجاه المتزايد نحو عالم بلا حدود. فالدولة الوطنية هي نقيض العولمة والسياسة بطبيعتها كمجال للسلطة والدولة ستكون أكثر الأبعاد مقاومة للعولمة نظرا إلى ارتباطها بالمجال الجغرافي والحدود الوطنية السيادية. لقد ظل مبدأ السيادة منذ أن تم إرساءه سنة 1576م يمثل حجر الزاوية للتنظيم الدولي الحديث إذ نصت عليه وأقرته كافة القوانين والمعاهدات والنظم والأعراف الدولية، وعلى الرغم من التراجع التدريجي الذي لحق بهذا المفهوم عبر العصور نظرا لما وجه إليه من انتقادات فقهية تمس صفة الإطلاق فيه، على الرغم من ذلك كله فقد ظل مفهوم السيادة - كفكرة قانونية مجردة - لفترة طويلة محاطا بهالة من القدسية ومنزه عن أن يطاله أي انتقاص أو تشكيك غير أن مفهوم السيادة قد لحقه التغيير بشكل ملموس منذ منتصف القرن العشرين وقد كان مرد ذلك عدة أمور منها:(2)

- التوسع المتزايد في إبرام الاتفاقيات الدولية التي تتضمن قواعد وأحكاما ملزمة لعموم الدول.
- الاتجاه المتنامي نحو كفالة الضمانات الدولية التي تمكن لاحترام حقوق الإنسان.
- الاتجاه المتزايد نحو إقامة الكيانات الدولية فوق القومية.

لقد أنهت العولمة مقولة إن السياسة محلية أو قومية فقط، لقد أصبحت تأثيراتها أكثر انتشارا وتدققا كما أنها تنتقل بأقل قدر ممكن من القيود هذا التدفق السياسي قريب الشبه بالتدفق للمعلومات والبيانات والسلع والمنتجات والأفكار على الصعيد العالمي وعبر الوسائط التكنولوجية والفضائية الحديثة، لقد سمحت

(1) محمد علي الحوات، العرب والعولمة شجون الحاضر وغموض المستقبل(القاهرة: مكتبة مدبولي، 2002)، ص 54.

(2) عبد المنصف حسن علي، العولمة وأثارها (دون مكان: المكتب الجامعي الحديث، 2006)، ص 62.

هذه الوسائط للسيادة أن تتمدد خارج الدولة وتتجاوز إطارها الجغرافي ونطاقها المحلي وأن تؤكد في وعيها العالمية والتحرر نسبيا من قيود الزمان والمكان مضيغة بذلك المزيد من الحيوية على المجال السياسي العالمي.

لقد أصبح الحدث السياسي بحد ذاته عابرا للقارات بحيث يمكن مشاهدته ومتابعته والتفاعل معه بالتفصيل الدقيق لحظة حدوثه في أي مكان من الكرة الأرضية، بحيث لم تعد هناك أزمنة سياسية مختلفة كما كان الأمر في السابق، إن هذا التوحد الزماني للفعل والوعي السياسي هو تحول نوعي وهو يعني أن السياسة تتجه نحو عالم بلا حدود سياسية، عالم يكون مجاله الذي يتخطى التقسيم التقليدي تدريجيا بين ما هو محلي وما هو عالمي، كما هو واقع الأمر على مستوى النظام الاقتصادي العالمي الذي قضى على خصوصية السوق القومية على الرغم من أن الكيانات السياسية أشد صلابة وأكثر نزوعا نحو تأكيد خصوصياتها، ولكن حتى هذه الخصوصية أصبحت عرضة بشكل متزايد لمؤثرات العولمة وأصبحت بالتالي أكثر قابلية للاختراق.<sup>(1)</sup>

### 3.2.1.5. البعد الإعلامي.

لقد ظهرت العولمة في أبرز تجلياتها على المستوى الإعلامي حيث تدعمت وسائل الإعلام بفعل التطورات التكنولوجية التي تمكنها من اختراق متاريس الحدود الجغرافية السياسية، فتقلص البعد الجغرافي وتحررت وسائل الإعلام بفضل التكنولوجيا من الرقابة باختلاف مصادرها، غير أن هذا لا يعد السبب الوحيد الذي جعل من وسائل الإعلام مسرحا لتمظهر العولمة هذه الأخيرة التي وجدت في وسائل الإعلام على اختلافها القدرة اللازمة على تسويق مسوغاتها وإيصال الصورة المنبثقة عنها.<sup>(2)</sup>

لقد أدت حركة الكشف التقني والتطبيقات المرتبطة بها إلى تحويل الإيديولوجيا إلى فيديولوجيا قائمة على أشرطة سمعية بصرية، فالفيديولوجيا أكثر ضبابية وأقل وثوقية من الإيديولوجيات السياسية التقليدية لكنها مع هذا تنجح في زرع القيم الجديدة التي يحتاج إليها ازدهار الأسواق العالمية، إنها إيديولوجيا تفرض على الشعوب اختيارا مستحيلا، إما التقليد الأعمى للغرب الذي يقطعها عن ثقافتها الخاصة أو ثورة التشبث بالهوية التي تفصل هذه الشعوب عن الحداثة.

لقد غدت الشركات المتنافسة على السوق لا تتبع المنتجات بل الرموز بحيث لم تعد المنافسة قائمة على أساس نوعية البضاعة ومثانتها وجمالها وجدتها، بل أضحت المسألة فيها تتعلق بالحرب التجارية على مستوى الكرة الأرضية ومرتبطة بالصورة والانتماء الرمزي.<sup>(3)</sup>

(1) عماد عبد الغني ، سوسيولوجية الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 287.

(2) jonthan I.parpakK, global communication and cultural identity, challenges and opportunities, report global communication asia , 1989, p 2-4.

(3) عماد عبد الغني. سوسيولوجية الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 290.

إن الدول التي وجدت في العولمة خادما مخلصا لمصالحها هي التي تمكنت من تجميع خيوط التطور التكنولوجي والإعلامي، ناسجة بذلك صرحا إعلاميا يعمل وفقا لما تقتضيه مصالحها حيث يساهم التدفق الإعلامي أحادي الجانب للمعلومات والوسائل الإعلامية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية وبرامج الكمبيوتر والمنتجات الثقافية من الدول المتطورة صناعيا إلى دول العالم الثالث مما عزز من سيطرة مراكز القوى في العالم وأحكم قبضتها على عملية التدفق الإعلامي من الشمال الغني إلى الجنوب الفقير.

تحققت عولمة التيارات الثقافية مؤخرا وهي لا ترقى إلا لعشرات السنين، إلا أن أصولها ضمن تقدمات وتراجعات تقنيات التبادل والتواصل تعود إلى أقدم العصور، إن هذه التقانه هي في قلب ديناميات الاحتكاك بين ثقافات متنوعة وانتشار التجديدات التقنية والتعدد اللغوي والتعدد الثقافي والصراعات، بل واستئصال شعوب الأقليات وثقافتها.<sup>(1)</sup>

إن أحد أهم مؤشرات الواقع الإعلامي المرتبط بظاهرة العولمة، والذي ترسم حدوده التقنية - ذلك أن مفاعيل ثورة الاتصالات والضخ الإعلامي المتواصل المرافق لمجتمع المعلومات قد جعل من محاولات الانغلاق والانكفاء الثقافي مجرد ردود فعل سلبية لا تفي بغرض الحفاظ على الهوية في ظل التفاوت الهائل في موازين القوى في العالم بين الشمال والجنوب- هو تفوق الصورة كأحد رموز التعبير على باقي الرموز، لقد أدى البث المتلفز الذي أضعف العمل بنظام المخاطبة الثقافية التقليدية عبر الكتب والصحف والمجلات وصولا إلى المدارس والجامعات، كما أن المشروع الثقافي الغربي قد أصبح في عهدة الإمبراطورية السمعية البصرية بما تملكه من نفوذ وسلطة تمكنها من تقديم مادتها الإعلامية للمتلقي في قالب مشوق يجذب الانتباه عبر تكنولوجيا الإثارة والتشويق ويقارب عتبة المتعة التي يبلغ معها خطابه الإيديولوجي أهدافه الاستهلاكية ويسهم بالتالي في وأد حاسة النقد للمتلقي الذي يجد نفسه في نهاية المطاف قابلا لتمرير وتقبل جميع المواقف والقيم دون اعتراض عقلي أو ممانعة نفسه.<sup>(2)</sup>

إن المشكلة الأعمق هي قابلية الإعلام والاتصال الشديدة للاحتكار، فهناك 10 مجموعات إعلانية تتحكم في 80% من إجمالي الإنفاق الإعلاني في الولايات المتحدة الأمريكية، والذي يصل إلى 250 مليار دولار سنويا و4 مجموعات إعلام رئيسية تتحكم في 90% من الصحف البريطانية، بل إن الأمر طال شبكة الانترنت حيث يستولي مئة موقع على 20% من إجمالي الزوار، بينما تتنافس ملايين المواقع على الخمس الباقي ولا جدال في أن أخطر أنواع الاحتكار هو ذلك الخاص بالمحتوى الإعلامي، والمحتوى أهم مقومات صناعة الثقافة ومن يسيطر عليه يقبض على زمام اللعبة الإعلامية بلا منازع.

على مستوى آخر، فقد أدركت القوى الرأسمالية المغزى الاقتصادي للمعلومات فاندفعت بصورة غير مسبوقة في موجة الاندماج وتركيز رأس المال، ويشهد العالم اليوم عمليات اندماج ضخمة بين شركات

(1) Jean- pierre Warnier, La mondialisation de la culture (Alger, QASBAH, 1999), p 26.

(2) عماد عبد الغني، سوسيولوجيا الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 291.

متنوعة تطل مختلف مجالات الاتصال والإعلام، وهذا الأمر ينذر بنهاية حرية المعلومات ويخلق داروينية إعلامية بكل معنى الكلمة البقاء فيها للأقوى ماليا وتنظيميا إلا إبداعيا وأخلاقيا، إن الوضع السابق سيخلق وضعا تكون فيه المعلومات صريعة للاحتكار من قبل قلة لا تدخر جهدا في سبيل إحكام سيطرتها على سوق الإعلام والاتصال ومصير مشاهديه ومبديه.<sup>(1)</sup>

#### 4.2.1.5 المظهر التكنولوجي.

غالبا ما يتم الحديث عن التجليات التكنولوجية للعولمة، بوصفها الذراع التنفيذي لها ذلك أنها ساهمت في تقليص البعد المكاني واختصار المدى الزمني لأبعد الحدود، إذ تتراقق ظاهرة العولمة وتتسارع مع تسارع وتيرة التطور التكنولوجي، هذا الأخير يجسد النتيجة الحتمية لتفاعل ثورتين أساسيتين هما: ثورة المعلومات التي تكتسب أهمية بالغة نظرا لما تحدثه من تغييرات بمعدلات متسارعة، لها أثارها في كل المجالات الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، التربوية والثقافية حيث اتسع المجال الذي تعمل فيه المعلومات لتشمل كل جوانب الحياة البشرية، وثانيا ثورة الاتصال الخامسة التي أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال التطور المذهل لوسائل الاتصال وتعدد أساليبه، ولعل ارتفاع قدرات الحاسب الإلكتروني وتعدد استخداماته المتوعدة في شتى ميادين الحياة وامتزاجه بكل وسائل الاتصال يشكل حجر الزاوية لهذه المرحلة.<sup>(2)</sup>

يمكن تلخيص المستويات التي خدمت بها التطورات التكنولوجية على مستوى ثلاث جوانب رئيسية

هي:

- ابتداء طرق الإنتاج الشاملة لتلبية طلب أعداد أكبر من المستهلكين داخل وخارج القطر.
- تحسين طرق النقل والمواصلات لحمل أعداد وكميات أكبر من الموارد لمسافات طويلة بطرق أرخص وأسرع.
- تحسين وسائل النقل ومعالجة المعلومات للتحكم في الموارد والعمليات الإنتاجية في أماكن مختلفة من العالم.

(1) المرجع نفسه، ص 291-293.

(2) محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 207)، ص 43-54.

انظر أيضا: جلال أمين، العولمة (القاهرة: دار الشروق، 2007)، ص 50-54.

## 2.5. تقارب الثقافات في زمن العولمة بين الحوار والصراع.

مع تسارع التحولات في عالمنا اليوم، تتسارع بالموازاة ظهور تسميات متعددة تحاول في كل مرة اختزال كل ما يطرأ من تغييرات متعددة متباينة وحصرها في قبضة متغير واحد يهيمن على سائرهما. إن ظاهرة تقارب الثقافات التي ترافقت وظاهرة العولمة في شقها الإعلامي والثقافي سوف تطرح نقاشات ساخنة حول مستقبل هذا التقارب والتلاقي كما أن هذه الحوارات والمساءلات ستجد لنفسها العديد من الأطروحات المرتكزة على نظريات ستحاول رسم مسارات التلاقي بين الثقافات في زمن العولمة.

### 1.2.5. الثقافة وصدام الحضارات .

ترتكز أطروحة صدام الحضارات لصموئيل فيليب هنتنغتون Samuel Phillips Huntington\* على فرضية أساسية، وهي أن الثقافة أو الهوية الثقافية والتي هي في أوسع معانيها الهوية الحضارية، هي التي تشكل نماذج التماسك والتفكك والصراع في عالم ما بعد الحرب الباردة.<sup>(1)</sup>

وضع هنتنغتون تسلسلا لمراحل الصراع في التاريخ، فقد كان قديما بين الملوك والأباطرة ثم بين الشعوب، ويقصد الدول القومية ثم بين الإيديولوجيات، ولكن بعد انتهاء الحرب الباردة ينشأ الصراع بين الحضارات مع حلول النظام العالمي الجديد، إن ما يهم الناس هنا وفق هنتنغتون ليس هو الإيديولوجيا أو المصالح الاقتصادية بل الإيمان والأسرة والدم والعقيدة فذلك هو ما يجمع الناس وما يحاربون من أجله ويموتون في سبيله،<sup>(2)</sup> كما يعد الدين محوري في العالم الحديث وربما كان القوة المركزية التي تحرك البشر وتحشدهم، والحضارة عنده هي الكيان الثقافي الأوسع الذي يضم الجماعات الثقافية مثل القبائل والجماعات العرقية والدينية والأمم، وفيها يعرف الناس أنفسهم بالنسب والدين واللغة والتاريخ والقيم والعادات والمؤسسات الاجتماعية بدرجات متفاوتة وفقا للجماعات الثقافية الداخلة تحت حضارة واحدة.

---

\* ولد سنة 1927 كان عالماً سياسياً أميركياً، بروفيسور في جامعة هارفارد لـ 58 عاماً، ومفكر محافظ عمل في عدة مجالات فرعية منبثقة من العلوم السياسية والأعمال، تصفه جامعة هارفارد بمعلم جيل من العلماء في مجالات متباينة على نطاق واسع، وأحد أكثر علماء السياسة تأثيراً في النصف الثاني من القرن العشرين، أكثر ما عُرف به على الصعيد العالمي كانت أطروحته بعنوان صراع الحضارات، والتي جادل فيها بأن صراعات ما بعد الحرب الباردة لن تكون متمحورة حول خلاف أيديولوجيات بين الدول القومية بل بسبب الاختلاف الثقافي والديني بين الحضارات الكبرى في العالم، وهو جدال تمسك به حتى وفاته، كتاب هنتنغتون الأول لا يزال مقياساً لدراسة كيفية تقاطع الشؤون العسكرية مع المجال السياسي، كما عُرف عنه تحليله للتنمية السياسية والاقتصادية في العالم الثالث، آخر كتبه صدر في العام 2004 وكان تحليلاً للهوية القومية الأميركية وحدد ما اعتبرها مخاطر تهدد الثقافة والقيم التي قامت عليها الولايات المتحدة، بالإضافة لعمله في هارفارد، كان هنتنغتون مخططاً أمنياً في إدارة الرئيس جيمي كارتر، وشارك في تأسيس مجلة فورين بوليسي، وترأس عدة مراكز دراسات بحثية، كما كان ديمقراطياً وعمل مستشاراً لـ نائب الرئيس ليندون جونسون، توفي في 24 ديسمبر 2008 عن عمر ناهز الـ 81 عاماً.

(1) عماد عبد الغني، سوسيولوجيا الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 251.

(2) صاموئيل هنتنغتون، صدام الحضارات: إعادة صنع النظام العالمي، ترجمة: طلعت الشايب (القاهرة: مكتبة الإسكندرية، 1999)، ص 10.



ينطلق هنتجتون من مقولة يعتبر فيها الحضارات هي القبائل الإنسانية الكبرى، وصدام الحضارات هو صراع قبلي على مستوى عالمي وليؤكد حتمية هذا الصراع يشير إلى أن الهوية الثقافية هي العامل الرئيسي الذي يشكل تقاربات الدولة وعداوتها.

إن الدول لا تستطيع أن تقتصر إلى هوية، هويتها الثقافية تخدم مكانها في السياسة الدولية وتحدد أصدقاءها وأعداءها وبالتالي أكثر الاختلافات أهمية بين الشعوب لم تعد إيديولوجية ولا سياسية أو اقتصادية إنما ثقافية أو تراثية كما ان الشعوب والدول تحاول أن تجد الإجابة عن أكثر الأسئلة أهمية: من نحن؟ وهم يجيبون على ذلك بالطريقة التقليدية التي استعملتها الكائنات البشرية في الماضي من خلال الإشارة إلى الأشياء التي لها أكبر معنى بالنسبة إليهم فهي تفهم نفسها وتعرف نفسها في شكل النسب العرقي، الديانة، اللغة، التاريخ والقيم إنهم يتماثلون مع الجماعات الثقافية القبلية، الجماعات العرقية، والدينية وفي أوسع المعاني الحضارات.(1)

تقوم نظرية صراعات الحضارات على الافتراضات الآتية:

- ينبغي التفرقة بشكل صارم بين التحديث والتغريب، لقطع الطريق على الدعوات القائلة بأن حضارة الغرب ينبغي أن تكون حضارة العالم، فالتحديث هو الذي يمكن أن يشارك فيه العالم غير الغربي وإن كان الغرب تربته الأصلية منذ القرنين الثامن والتاسع عشر بينما كان الغرب قبل التحديث غربيا منذ زمن بعيد. إن السمات المميزة للغرب هي:(2)
- التراث الكلاسيكي من الإغريق والرومان.
- المسيحية الغربية الكاثوليكية والبروتستانية.
- اللغات الأوروبية.
- الفصل بين السلطتين الروحية والزمنية.
- حكم القانون.
- التعددية الاجتماعية والمجتمع المدني.
- الهيئات التمثيلية.
- النزعة الفردية.(3)

(1) المرجع نفسه ،ص39.

(2) زهير الخويلدي ، كيف يتحقق العيش المشترك في ظل التصادم بين الحضارات ، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/06/16 ، متاح على الموقع: [ http:// www .ahwar.org].

(3) صموئيل هنتجتون، صدام الحضارات وإعادة بناء النظام العالمي، ترجمة: مالك عبيد أبو شهيوه ومحمود محمد خلف(مصراته الدار الجماهيرية للنشر، 1999) مرجع سبق ذكره، ص 31.

- مزاعم الغرب في العالمية تضعه بشكل متزايد في صراع مع الحضارات الأخرى وأخطرها مع الإسلام والصين وعلى المستوى المحلي، فإن حروب خطوط التقسيم الحضاري وبخاصة بين المسلمين وغير المسلمين ينتج عنها تجمع الدول المتقاربة، وخطر التصعيد على نطاق واسع.(1)
- إن بقاء الغرب يتوقف على الأمريكيين بتأكيدهم على الهوية الغربية وعلى الغربيين عندما يقبلون حضارتهم كحضارة فريدة وليست عامة ويتحدون من أجل تجديدها والحفاظ عليها ضد التحديات القادمة من المجتمعات غير الغربية، إن تجنب حرب حضارات كونية يتوقف على قبول قادة العالم بالشخصية متعددة الحضارات للسياسة الدولية وتعاونهم للحفاظ عليها. تشير هذه المحاور إلى إن عالم ما بعد الحرب الباردة متعدد الأقطاب يفتقر إلى تقسيم واحد ومحدد، كالذي كان أثناء الحرب الباردة، هذه الأقطاب هي الحضارات التي يتكون منها العالم، وهي: الصينية، اليابانية، الهندية، الإسلامية، الغربية، الأفريقية وأمريكا اللاتينية، وما يحكم العلاقات بين هذه الحضارات هو الصدام، هذا الصدام ينطلق ويعود بالاستناد إلى الثقافة أو إلى الهوية ، ونلاحظ أن أهم دول العالم جاءت من حضارات مختلفة، والصراعات الأكثر ترجيحاً أن تمتد إلى حروب أوسع هي الصراعات القائمة بين جماعات ودول من حضارات مختلفة، وأشكال التطور السياسي والاقتصادي السائدة تختلف من حضارة إلى أخرى، والقضايا السياسية على أجندة العالم تتضمن الاختلافات بين الحضارات والقوة تنتقل من الغرب الذي كانت له السيطرة طويلاً إلى الحضارات غير الغربية.
- إن حدود الحضارة العربية الإسلامية هي حدود دموية، ذلك أنه على طول حدود المجموعات المسلمة هنالك مشاكل في التعايش مع الآخر إن التدليل على هذه النقطة تؤكد الإحصائيات - وفق هنتنغتون - فالمسلمون أكثر الشعوب من أي حضارة أخرى دخلوا في عنف مع جماعات أخرى، للأسباب الآتية: (2)
- الإسلام ينتشر عن طريق التحول والتنازل ونسبة المسيحيين في العالم ارتفعت إلى 30% في الثمانينات ثم استقرت وهي الآن تنخفض، وقد تصل إلى 25% من سكان العالم بحلول عام 2025 ونتيجة لمعدل الزيادة السكانية المرتفع جداً، فإن مسلمي العالم سيستمرون في الزيادة الكبيرة التي قد تصل إلى نسبة 20% من سكان العالم مع نهاية القرن الحالي وتغزو عدد المسيحيين بعد سنوات قليلة وربما تصل إلى نسبة 20% من سكان العالم بحدود سنة 2000 . إن عملية التآصيل الكونية هذه تتجلى بشكل واضح في الإحياء الديني الذي يجري في أجزاء كثيرة من العالم، خاصة ذلك الانبعاث الثقافي في الدول الآسيوية والإسلامية الناجم عن نشاطها

(1) محمد رسول ، من صدام الحضارات الى صراع الحضارات ، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/06/16 ، متاح على الموقع : <http://bohothe.blogspot.com>.

(2) المرجع نفسه.

- الثقافي ونموها الديمغرافي، إن انتشار الإسلام في معظم العالم جعل المسلمين على اتصال مباشر مع شعوب متعددة تم غزوها وتحويلها إلى الإسلام وموازين هذه العملية مازالت قائمة.
- خلف النمو السكاني الإسلامي أعداداً كبير من الشبان العاطلين والساخطين الذين اصبحوا مجندين للقضايا الإسلامية ويشكلون ضغطاً على المجتمعات المجاورة، كهجرة الشبان المسلمين إلى دول الغرب.
- أعطت الصحة الإسلامية ثقة متجددة للمسلمين في طبيعة وقدرة حضارتهم وقيمهم المتميزة مقارنة بتلك التي لدى الغرب.
- كذلك جهود الغرب المستمرة لتعميم قيمه ومؤسساته من أجل الحفاظ على تفوقه العسكري والاقتصادي والتدخل في الصراعات داخل العالم الإسلامي ولدت إستياءً شديداً بين المسلمين من الغرب.
- المسلمون يصورون أنفسهم كضحايا للإمبريالية الغربية لكن هذا بتقديره لا يفسر الصراعات بين الأغليات المسلمة والأقليات غير المسلمة في العديد من البلدان.<sup>(1)</sup>

## 2.2.5. نهاية التاريخ وسيادة الليبرالية.

تشكل أطروحة نهاية التاريخ التي قدمها الأمريكي ذو الأصل الياباني فرانسيس فوكوياما Yoshihiro Francis Fukuyama\* صيف 1989 موضوع مقال بعنوان "هل هي نهاية التاريخ؟" كتبه لمجلة The National Interest يقرر فرانسيس فوكوياما أن هناك إجماعاً ملحوظاً قد ظهر في السنوات القليلة الماضية في جميع أنحاء العالم حول شرعية الديمقراطية الليبرالية كنظام للحكم بعد أن لحقت الهزيمة بالإيديولوجيات المنافسة مثل الملكية الوراثية والفاشية والشيوعية في الفترة الأخيرة.

(1) صامويل هنتغتون، صدام الحضارات وإعادة صنع النظام العالمي، ترجمة طلعت الشايب، مرجع سبق ذكره. ص 170 - 199.

\* ولد في 27 أكتوبر 1952 هو عالم سياسة، اقتصاد سياسي، فيلسوف سياسي، مؤلف، وأستاذ جامعي أمريكي. اشتهر بكتابه نهاية التاريخ والإنسان الأخير الصادر عام 1992، والذي جادل فيه بأن انتشار الديمقراطيات الليبرالية والرأسمالية والسوق الحرة في أنحاء العالم قد يشير إلى نقطة النهاية للتطور الاجتماعي والثقافي والسياسي للإنسان. ارتبط اسم فوكوياما بالمحافظين الجدد، ولكنه أبعد نفسه عنهم في فترات لاحقة، يعمل فوكوياما في مركز الديمقراطية والتنمية وسيادة القانون بجامعة ستانفورد منذ 2010 قبل ذلك عمل أستاذاً و مدير برنامج التنمية الدولية في كلية الدراسات الدولية المتقدمة بجامعة جونز هوبكنز وأستاذ السياسة العامة بجامعة جورج ميسن. تتحور أطروحات ومؤلفات فوكوياما حول قضايا التنمية والسياسة الدولية. نشر كتابه نهاية التاريخ والإنسان الأخير عام 1992 ومن مؤلفاته كذلك النظام السياسي والاضمحلال: من الثورة الصناعية إلى عولمة الديمقراطية (2014)، أمريكا على مفترق طرق: الديمقراطية، السلطة، وميراث المحافظين الجدد (2006)، مستقبلنا بعد البشري: عواقب ثورة التقنية الحيوية (2002)، الثقة: الفضائل الاجتماعية وتحقيق الازدهار (1995)، الخلل الكبير: الطبيعة البشرية وإعادة بناء النظام الاجتماعي (1999)، وأصول النظام السياسي (2011)، بالإضافة لعمله الجامعي، عمل فوكوياما في قسم العلوم السياسية بمؤسسة راند ولا يزال عضواً في مجلس أمنائها، مجلس إدارة الصندوق الوطني للديمقراطية، ومؤسسة أمريكا الجديدة، كما عمل في هيئة تخطيط السياسات بوزارة الخارجية الأمريكية في الثمانينيات. شارك في تأسيس مجلة أميركان إنترست عام 2005 وهو رئيس هيئة التحرير. فوكوياما زميل في معهد السياسة الخارجية بجامعة جونز هوبكنز، وزميل غير مقيم في مؤسسة كارنيغي للسلام الدولي ومركز التنمية العالمية، عضو في مجلس الرئيس الأمريكي للأخلاقيات البيولوجية، جمعية العلوم السياسية الأمريكية، ومجلس العلاقات الخارجية، والمجلس الباسيفيكي للسياسة الدولية.

إن الفرضية الأساسية لهذه الأطروحة تنطلق من أن المعالجة في مجال الإيديولوجية والوعي لا تكمن في ما يمكن اعتباره إرثا إيديولوجيا والوعي في الأفكار التي يحملها الناس في أي مكان، بل تكمن في ما يمكن اعتباره إرثا إيديولوجيا للبشرية، وهو ما يتمثل بالضبط في الأفكار الليبرالية في القرن الحالي، بهذا المعنى فإن المنافسات الإيديولوجية أصبحت في حكم المنتهية، ليتساءل فوكوياما فيما بعد: هل بقي منافسون إيديولوجيون؟ يقرر فوكوياما جوابا أن الديمقراطية الليبرالية قد تشكل نقطة النهاية في التطور الإيديولوجي للإنسانية والصورة النهائية لنظام الحكم البشري وبالتالي فهي تمثل نهاية التاريخ وعبارة أخرى بينما شابت أشكال الحكم السابقة عيوب خطيرة وانتهاكات للعقل أدت في النهاية إلى سقوطها فإن الديمقراطية الليبرالية يمكن القول بأنها خالية من مثل تلك التناقضات الأساسية الداخلية وحتى في حال حدوث مشكلات اجتماعية خطيرة في النظم الليبرالية العريقة فإن ذلك ناتج عن قصور في تطبيق المبدئين التوأم: الحرية والمساواة.<sup>(1)</sup>

إن إمكانية منافسة النظام الليبرالي تنحصر في اثنين هما الدين والقومية، على المستوى الديني لم يظهر في العالم الحديث إلا الإسلام كنظام إيديولوجي متماسك، شأن الليبرالية والماركسية له نظامه الأخلاقي الخاص وعقيدته الخاصة في العدالة السياسية والاجتماعية، وهو يعترف بأن الإسلام هزم الديمقراطية الليبرالية في أجزاء متعددة من العالم الإسلامي وهو لا يزال يشكل تهديدا كبيرا للممارسات الليبرالية حتى في البلدان التي لم يستطع استلام السلطة فيها مباشرة.<sup>(2)</sup>

إمعانا من فوكوياما في شرح مصطلح التاريخ يتحجج باعتقاد كل من هيجل وماركس أن تطور المجتمعات البشرية ليس إلى مالا نهاية، بل أنه سيتوقف حين تصل البشرية إلى شكل من أشكال المجتمع يشبع احتياجاتها الأساسية، وهكذا افترض الاثنان أن للتاريخ نهاية هي عند هيجل الدولة الليبرالية وعند ماركس المجتمع الشيوعي، وليس معنى هذا أن تنتهي الدورة الطبيعية من الولادة والحياة والموت وأن الأحداث الهامة سيتوقف وقوعها، وأن الصحف التي ننشرها ستحتجب عن الصدور؛ وإنما يعني ذلك أنه لن يكون ثمة مجال لمزيد من التقدم في تطور المبادئ والأنظمة الأساسية، وذلك لأن كافة المسائل الكبيرة حقا ستكون قد حلت.<sup>(3)</sup>

بناء على أطروحة نهاية التاريخ فإن أسباب الصدام بين الدول والشعوب ستتقضي كمحصلة طبيعية لسيادة شكل الحكم الأكثر عقلانية بلا منافس إيديولوجي حقيقي.

إن أحد التناقضات المنطقية في أطروحة فوكوياما هو إقراره بأن العالم في المستقبل سينقسم إلى جزء ما بعد تاريخي يضم الدول الديمقراطية، وجزء آخر يظل دائما في التاريخ ودورته المفتوحة ويشمل

(1) فرانسيس فوكوياما. نهاية التاريخ وخاتم البشر، ترجمة: حسين أحمد أمين (القاهرة: مركز الأهرام للنشر والتوزيع، 1993)، ص 08.

(2) عماد عبد الغني. سوسيولوجيا الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 242.

(3) فرانسيس فوكوياما. المرجع نفسه، ص 09.

الدول غير الديمقراطية (الدول الديمقراطية هي دول حالت عوامل ثقافية دون ديمقراطيتها يمكن تلخيص هذه العوامل وفق فوكوياما في: قوة الانتماء الإثني- الدين- البنية الاجتماعية- قدرة الجماعة على خلق مجتمع مدني سليم).

في العالم المابعد تاريخي سينتهي الصراع لمصلحة التفاعل الاقتصادي بين دوله، بينما يبقى العالم المنخرط في التاريخ مواصلا لانقساماته ونزاعاته وصراعاته الإيديولوجية والقومية والدينية، إن العلاقة بين العالمين سوف تتوفر لها محاور عديدة يتصادمان فيها وستظل مشحونة بالحذر والخوف المتبادل كما أن مستويات التفاعل ومحاور التصادم بين العاملين يمكن تحديدها في ثلاثة نقاط هي:

- النفط: ذلك أن الإنتاج النفطي سيبقى محصورا في العالم التاريخي وهو مصيري بالنسبة إلى نشاط العالم ما بعد التاريخي.
- حاجة الدول الديمقراطية لأسواق العالم المنخرط في التاريخ.
- الهجرة: فالجديرون بالحياة منشغلون بها ولا وقت لديهم لإنجاب وتربية الأطفال، والاقتصاديات الليبرالية بحاجة مستمرة إلى عقول ويد عاملة خبيرة وشابة والتي تشكل الدول غير الديمقراطية مصدرها الأساسي.<sup>(1)</sup>

### 3.2.5. ألفن توفلر وسلطة العنف والثروة والمعرفة.

يطرح ألفن توفلر Alvin Toffler نظرة للعالم ومستقبله من خلال مفهوم تحول السلطة وهي الفكرة التي يبينها في مؤلفيه تحول السلطة وكتابه الحرب ضد الحرب، يطرح ألفين توفلر فكرة أساسية مؤداها دور المعرفة في ممارسة سلطة التأثير على مستوى عالمي وفيما يعاد توزيع المعرفة يحدث الشيء ذاته للسلطة القائمة. إن ظهور نظام جديد لخلق الثروة قوض كل عمود من أعمدة نظام السلطة القديم وأدى في نهاية المطاف إلى تبدل شكل الحياة الأسرية والعمل والسياسة ونظام الدولة وتركيبية السلطة الدولية نفسها، لقد لجأ وفق توفلر أولئك الذين قاتلوا من أجل السيطرة على المستقبل إلى استخدام العنف والثروة والمعرفة، و السلطة تشمل في أكثر معانيها سفورا استخدام العنف والثروة والمعرفة، والمعرفة هي الأكثر تنوعا من حيث الفعالية من بين المصادر الثلاث للسلطة الاجتماعية<sup>(2)</sup>، تتركز أطروحة توفلر في النقاط الآتية:

- تقديم رؤية جديدة للعصور الحضارية معتمدا مفهوم الموجات من خلال طرحه لثلاثة عصور، حيث يرى أن البشرية قد مرت حتى الآن بموجتين عظيمتين من التحول، محت كل منها ثقافات ومدنيات الأولى وأحلت أساليب حياتية محلها لم يكن يتخيلها أحد من قبل وهي الموجة الأولى

(1) عماد عبد الغني ، سوسيولوجية الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 243- 245. أنظر أيضا:

- alvin Toffler, Heidi Toffler, war and war ( boston: ma little brown, 1993), p 19- 27

(2) أحمد صحنية، تحول السلطة بين العنف والثروة والمعرفة، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2015/08/20)، متوفر على :

[http://www.ahewar.org/debat/shan.art.asp]

(الثورة الزراعية) التي استغرق إنجازها آلاف السنين وانتهت عام 1800م، مع ظهور الموجة الثانية ممثلة بالعصر الصناعي والتي استغرقت ثلاثمائة عام وانتهت مع نهاية الستينيات، لتحل منذ ذلك الحين الموجة الثالثة وهي عصر المعلومات.<sup>(1)</sup> إن مصطلح الموجه يعبر عن الحركة والديناميكية كما أن اصطدام الموجات ينتج عنه اصطدام التيارات المتعارضة لذلك فهو يتوقع حروبا ذات مواصفات خاصة تستهدف الحفاظ على مكتسبات أصحاب المصالح من الموجة الثانية.

- إن النظام الجديد للإنتاج في ظل الموجة الثالثة، يعتمد كليا على التوصيل والنشر الفوريين للبيانات والأفكار والرموز وهو نظام ينتقل بالبروليتاريا إلى عالم الكوجنتاريا بمعنى طبقة عاملة مدركة تتعامل مع المعرفة وتقنية المعلومات وفيما يتسم الاقتصاد العالمي بالتنافس والاعتماد المتزايد على المعرفة، تزداد الصراعات والمواجهات حدة وضراوة والنتيجة هي أن عامل السلطة في مجال الأعمال تنتمى أهميته أكثر فأكثر مما للعمالة الرخيصة أو التقنيات الجديدة أو الحسابات المنطقية، فيتحول مفهوم السلطة من مجرد نقلها إلى عمليات التغيير في مزيج المعرفة والثروة والقوة.<sup>(2)</sup>
- في النظام العالمي الجديد الذي يعيش في خضم التحولات التي تفرضها الموجة الحضارية الثالثة صارت المعرفة تحتل مركز المحور في معادلة المعرفة والعنف والثروة. إن هذا المستوى يقسم الأمم والتحالفات إلى أنواع ثلاثة، أم تقوم قوتها في الغالب على عنصر من هذه العناصر، وأخرى تقوم على عنصرين وتلك التي تتوزع سطوتها الدولية توزيعا متوازنا على هذه المصادر الرئيسية للسلطة والقوة.<sup>(3)</sup>
- على مستوى الاتصال، يتصل بالثورة الإلكترونية ثورة تعطي كلا منا صورة مركبة عن الذات وتسرع العملية التي نجرب من خلالها صور متعاقبة وتجعل من الممكن أيضا تسليط الضوء على صورتنا إلكترونيا للعالم كله وبذلك نشهد سقوط العقل الجماعي، حيث تنتشر وسائل الإعلام ذات الاتجاهات الفردية والمجموعائية وتوضح تنوعا جديدا من الصور والأفكار والقيم والرموز في المجتمع، وهو ما يرتبط بالطرف الأول للموجة الثالثة وهو القول الاجتماعي عبر تحليل جبهة الموجة الاجتماعية حيث تنتظر هذه الطريقة إلى التاريخ على أنها تتابع متدفق لموجات التحول.<sup>(4)</sup>
- في مقارنته بين أشكال القوة الثلاثة يرى توفلر أن العنف يأتي بنتائج مدهشة إلا أنه يولد المقاومة ويزيد من سباق التسلح على مستوى عالمي كما أنه يتسم بعدم المرونة والفضاضة، لذلك فهو أدنى أنواع القوة في المقابل فإن الثروة أداة أفضل لممارسة القوة وهي في المرتبة الوسطى بين أنواع القوة بينما

(1) مؤيد عبد الجبار الحديثي. مرجع سبق ذكره، ص 52.

(2) أحمد صبحية، مرجع سبق ذكره.

(3) ألفين توفلر، تحول السلطة بين العنف والثروة والمعرفة، ترجمة: فتحي بن شتوان ونبيل عثمان (طرابلس: مكتبة طرابلس، 1996)، ص 551.

(4) مؤيد جبار الحديثي، مرجع سبق ذكره، ص 54-55.

أحسن أنواع القوة يأتي من إتقان تطبيق المعرفة لأنها تتضمن الفاعلية وهي استخدام أقل الموارد لتحقيق الهدف.

- السلطة تتوافر عند من بإمكانهم استخدام الأدوات الثلاث، عن طريق ربطها ربطا حادقا بعضها مع بعض والإبدال بين التهديد بالعقاب والوعد بالمكافأة والإقناع والتقصي.<sup>(1)</sup>
- في عصر الموجة الثالثة سينقسم العالم إلى عالم بطيء وعالم سريع و في الاقتصادات السريعة تزيد التقنية المتطورة من سرعة الإنتاج فقد أدى الانفجار التقني إلى اقتصاد فائق الرمزية والسرعة.<sup>(2)</sup>
- ينبغي حماية الديمقراطية من الأديان والإيديولوجيات وبخاصة حين تجمع بين الاستبدادية والشمولية، إن ثنائية كهذه تبدي هذا الجمع المميت ستكون مصممة على التحكم في كل جانب من جوانب الحياة إضافة إلى تنامي العصبية القومية، وحركات البيئة التي ستسقطب الناس العاديين وتهدد في حال تناميها نمط الحياة في الغرب.<sup>(3)</sup>

### 3.5. مبادرات الحوار بين الثقافات.

إذا كانت المقاربات النظرية السابقة والتي حاولت تقديم استشراف حول طبيعة العلاقة بين الثقافات في زمن العولمة، والتي قررت كلها أن طبيعة العلاقة هي صراع محسوم بالنهاية لصالح الدول الغربية، فإنه وبالموازاة هناك العديد من الجهود المبذولة والمبادرات الدولية التي حاولت التقريب بين الثقافات حفاظا على التعدد الثقافي.

### 3.2.5. مجتمع المعلومات والتعدد الثقافي والتنوع اللغوي.

تبنت الدول المشاركة في القمة العالمية لمجتمع المعلومات المنعقدة بجنيف بين 10- 12 ديسمبر سنة 2003 إعلانا للمبادئ يقع في ثلاثة ابواب هي : الرؤية المشتركة لمجتمع المعلومات، مجتمع المعلومات للجميع و مجتمع معلومات للجميع يركز على تقاسم المعرفة، حيث حدد في الباب الثاني المحافظة على التنوع الثقافي والتنوع اللغوي والمحتوى المحلي كهدف ينبغي تحقيقه في ظل مجتمع المعلومات وهو ما تشير اليه الفقرة 52 و 53 :

الفقرة 52 " التنوع الثقافي هو التراث المشترك للإنسانية جمعاء وينبغي ان يقوم مجتمع المعلومات على أساس إحترام الهوية والتنوع الثقافي واللغوي والتقاليد والأديان، وأن يعزز إحترام هذه المفاهيم وأن يشجع الإهتمام الحوار بين الثقافات والحضارات، ومن شأن تعزيز وتأكيد الهويات الثقافية المتنوعة واللغات المختلفة والحفاظ عليها " .

(1) ألفين توفلر، تحول السلطة: بين العنف والثروة والمعرفة، ترجمة: فتحي بن شتوان ونبيل عثمان(طرابلس: مكتبة طرابلس ، 1996)، ص 30- 35 .

(2) المرجع نفسه، ص 515 .

(3) المرجع نفسه، ص 485- 497 .

الفقرة 53 " يجب إعطاء أولوية عالية في بناء مجتمع معلومات جامع لإنشاء المحتوى بلغات وأنساق متعددة ونشره والحفاظ عليه، مع إيلاء الاهتمام اللازم الى تنوع مصادر الأعمال الإبداعية، والإعتراف الواجب بحقوق المؤلفين والفنانين. ومن الضروري تعزيز إنتاج شتى أنواع المحتوى - التربوية والعلمية أو الثقافية أو الترفيهية - بلغات وانساق متنوعة والنفاذ إليها، لأن تطوير محتوى محلي يناسب الإحتياجات المحلية أو الإقليمية يشجع التنمية الإجتماعية والإقتصادية ويحفز مشاركة جميع أصحاب المصلحة بمن فيهم سكان المناطق الريفية والنائية والهامشية"<sup>(1)</sup>.

### 2.3.5. إعلان اليونسكو حول التنوع الثقافي.

شكل الحفاظ على التنوع الثقافي أحد الأهداف الأساسية لمنظمة اليونسكو منذ نشأتها اتساقا ومواثيق هيئة الأمم المتحدة. وفي هذا الإطار يشكل الإعلان العالمي حول التنوع الثقافي سنة 2001 أحد هذه الجهود، والذي ينص على أن "احترام التنوع الثقافي والحوار بين الثقافات والتسامح هي من بين الأمور الضرورية لبناء أمن دائم"، كما يعترف ذات الإعلان بأن ظاهرة العولمة وتطور أقدية الاتصال وتطبيقاتها المختلفة يحملان تهديدات وجودية لظاهرة التنوع الثقافي وبالقدر نفسه يقدمان ظروفًا وفرصًا مناسبة لحوار الثقافات والحضارات إن أهمية التنوع الثقافي - حسب الإعلان - تنبع من كونه إرثًا إنسانيا مشتركا وهو وسيلة ومجالا للتبادل والخلق والإبداع فهو ضرورة للجنس البشري لذلك اعتبر الإعلان أن التنوع الثقافي هو أكثر من ظاهرة إنسانية بل هو حقا من حقوق البشرية جمعاء.<sup>(2)</sup>

ينقسم إعلان اليونسكو حول التنوع الثقافي الى أربعة مواضيع أساسية، وهي التنوع والتعددية الثقافية، التنوع الثقافي وحقوق الإنسان، والتنوع الثقافي بوصفه مصدرا للإبداع، وأخيرا التنوع الثقافي والتضامن الدولي، كما تضمن الإشارة إلى التحالف العالمي من أجل التنوع الثقافي الذي يسعى إلى تحقيق مساعدة الدول النامية على إقامة صناعات ثقافية قادرة على النفاذ إلى السوق الدولية وشبكات التوزيع العالمية، ثم السعي إلى إقامة شراكة ما بين القطاعين العام والخاص والمؤسسات غير الربحية من أجل دعم التنوع الثقافي.

### 3.3.5. توصية اليونسكو بشأن الانتفاع بالمجال الرقمي لتعزيز التعدد اللغوي.

وعيا من منظمة اليونسكو بالإمكانيات التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات وطابعها الشبكي الذي يشكل قيمة مضافة لوظيفتها الاتصالية في مجال الترويج لدعم حرية التعبير والتنوع اللغوي والثقافي والتربية

(1) القمة العالمية لمجتمع المعلومات ، إعلان المبادئ الصادر عن قمة جنيف، بناء مجتمع المعلومات: تحد عالمي في الألفية الجديدة، نقلا عن:

محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق(القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، 2007)، ص 237.

(2) منظمة اليونسكو، إعلان اليونسكو العالمي بشأن التنوع الثقافي، [على الخط] (2015/08/15)، متاحة على الموقع:

[ <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271160m.pdf> ]



وتيسير الانتفاع بالمعارف والمحتويات المتاحة على الشبكات، تتناول التوصية أربعة جوانب ينبغي أخذها بعين الاعتبار من أجل أن يستفيد أكبر عدد من الناس من الإمكانيات التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصال يتعلق الأمر في هذا الشأن بإعداد محتويات ومضامين متعددة اللغات، والولوج إلى محتويات الشبكات، والاستفادة من مختلف الخدمات، وتنمية المضامين المصنفة تحت الملك العام، وخلق فضاء عادل ومتوازن ما بين مصالح أصحاب حقوق المؤلف والمصالح العامة وكل ذلك يرتبط بتيسير الاستفادة من المعلومات والمعارف الكونية وإلى تشجيع وتطوير مجتمعات المعرفة المتعددة اللغات.<sup>(1)</sup>

#### 4.3.5. ميثاق حماية التراث الرقمي.

أضفت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات طابعا رقميا متزايدا على الإنتاج العلمي والإعلامي كما ان الوسائط والخيارات المتعلقة بحفظ وتسجيل والنفاد لهذا الإنتاج غير مستقرة بسبب التطور الكبير في التطبيقات الخاصة بهذه الجوانب، وهو ما يشكل عقبة في مختلف أوعية التكنولوجيا القديمة للنفاد إلى التراث الرقمي الذي تنقله، شكلت هذه النقطة موضوع قرار تم اعتماده في الدورة الحادية والثلاثين يهدف إلى ضرورة التوعية والقيام بحملة دولية لحماية الذاكرة الرقمية التي غدت مهددة.

يتضمن ميثاق حماية التراث والوثائق الرقمية وينص على ضرورة التعاون من كافة المعنيين على جميع الأصعدة، لتوفير تمويل وسند قويين لضمان استعادة الأجيال القادمة من المعارف الرقمية، كما يوصي ميثاق حماية التراث الرقمي باعتماد إستراتيجيات وسياسات خاصة استعجاله تراعي الظروف المحلية والإمكانات المتوفرة والإسقاطات المستقبلية، كما يقترح الميثاق معايير انتقاء المواد الرقمية المراد حفظها استنادا إلى أهميتها وقيمتها المستدامة من الناحية العلمية والثقافية كونها شاهد على عصرها وإنشاء مؤسسات تعنى بضمان حماية التراث والوثائق الرقمية.<sup>(2)</sup>

#### 4.5. الآثار المترتبة عن عولمة الثقافة.

تناولنا في المبحث السابق مفهوم العولمة ومختلف أبعادها ولأهمية البعد الثقافي فقد آثرنا تناوله في مبحث منفرد في علاقته مع العولمة، نظرا لغموض الحدود بين الحقول الثلاث: العولمة- ثقافة العولمة وعولمة الثقافة.

<sup>(1)</sup> منظمة اليونسكو، توصية اليونسكو بشأن تعزيز التعدد اللغوي واستخدامه وتعميم الانتفاع بالمجال السيبراني، [على الخط]، تاريخ الزيارة:

[http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271160m.pdf?page=72] (2015/08/15)، متاح على الموقع:

<sup>(2)</sup> اليونسكو، ميثاق حماية التراث الرقمي، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2015/08/15)، متاح على الموقع:

http://unesdoc.unesco.org/images/0013/00133/133171la.pdf?page=89

#### 1.4.5. الثقافة كبعد من أبعاد العولمة.

يمثل البعد الثقافي حجر الزاوية في مقارنة ظاهرة العولمة، إن أولوية التحليل الثقافي راجع على وجه الخصوص إلى أن مفهوم الثقافة شامل للغاية لدرجة أنه يمكن النظر إليه بسهولة على أنه المستوى الأمثل للتحليل، ذلك أنه وبالنهاية يمكن رد جميع الممارسات الإنسانية إلى الثقافة باعتبارها نمط كلي للحياة. إن الفرضية الأساسية لهذه الفكرة هي اعتبار الثقافة نظام للحياة يقوم فيه البشر ببناء المعنى من خلال ممارسة التمثيل الرمزي ومن جهة أخرى فإن هذا الفهم يسمح بإدراج البعد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي كممارسات ذات بعد ثقافي وإن جرت العادة على حصر الثقافة على ممارسات ومنتجات الفن، والأدب، والموسيقى والسينما، وما إليها وهي إن كانت أنماطا يتم من خلالها توليد معان محددة إلا أنها لا تكفي على وجه الحصر لتعريف البعد الثقافي.(1)

من جهة أخرى ينبغي التفريق بين العولمة الثقافية والعولمة الإعلامية، فهناك خلط بينهما من قبل المنبهرين بتقنيات الاتصال و الانترنت والطريق العالمي السريع للمعلومات، وعلى الرغم من أهمية الاتصال لعملية العولمة إلا أنه لا يمكن اعتبارها سوى أحد الأنماط التي تعاش من خلالها تجربة العولمة وليست المصدر الوحيد للتجربة الثقافية المعولمة. إن الرموز الثقافية يمكن أن تنتج في أي مكان وفي أي وقت كان وهناك قدر قليل نسبيا من القيود على مصادرها على مستوى الإنتاج والتوزيع، وبالتالي فإن الثقافة في حد ذاتها معولمة بسبب المرونة اللصيقة بالنماذج والمنتجات الثقافية.(2)

إن فهم طبيعة العلاقة بين العولمة والثقافة ينبغي النظر إليها من مستويين:

المستوى الأول: يوضحه واترز waters بقوله "التبادلات المادية تجعل الأمر محليا والتبادلات السياسية تدوله والتبادلات الرمزية تعولمه... ويمكننا أن نتوقع أن تكون درجة العولمة في الساحة الثقافية أكبر من مثيلاتها في الساحتين الأخرتين" بمعنى أن القطاعات الاقتصادية الأكثر تواسطا من الناحية الرمزية هي تلك الأكثر تجاوبا مع العولمة أي أن الأنشطة الثقافية بطبيعتها غير مجسدة، وإذا ما أخذنا بعين الاعتبار طبيعة التغيير الذي أحدثته عملية إخضاع الثقافة للآلة والتي أفرزت وضعاً جديداً على مستوى العلاقات الثقافية، حيث كانت الثقافات دائماً على اتصال ومتبادلة العلاقات فيما بينها، غير أن وضعاً تاريخياً جديداً كان قد لاح منذ اللحظة التي وهبت فيها الثورات الصناعية للبلدان المتقدمة آلات لصناعة المنتجات الثقافية، ووسائل انتشار ذات قوة كبيرة لتعطي القدرة لهذه البلدان أن تصب بكثافة وفي

(1) جون توملينسون، العولمة الثقافية: تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، مرجع سبق ذكره، ص 29.

(2) المرجع نفسه، ص 30.

جميع أرجاء المعمورة عناصر ثقافتها الخاصة أو عناصر ثقافة الآخرين - إذا ما أخذنا بعين الاعتبار هذا المعنى يمكننا أن نفهم الأهمية الإجمالية للثقافة في العولمة - (1).

المستوى الثاني: يتمثل في تلاعب العولمة بفكرة المكان، الذي يعد أحد المرتكزات الرئيسية لفهم ظاهرة الثقافة فقد ظلت فكرة الثقافة تربط ضمناً بين بناء المعنى وبين الخصوصية والموقع، إن الإصرار على المحدودية والتماصك سيطر تقليدياً على المقاربة الاجتماعية لفكرة الثقافة خصوصاً من وجهة نظر وظيفية أين يتم التعامل مع بناء المعنى الجمعي في الأغلب باعتباره يخدم أغراض التكامل الاجتماعي، وبالتالي فإن الثقافة تتسجم مع فكرة المجتمع ككيان محدود. تعزز العولمة قابلية الحركة المادية أكثر بكثير من أي وقت مضى لكن مفتح تأثيرها الثقافي يكمن في تحويل النواحي المحلية ذاتها، بمعنى أن ظاهرة العولمة تضعف الروابط الثقافية بالمكان و تتضمن هذه العملية الاختراق المتزايد للعالم المحلية من قبل قوى آتية من بعيد وزحزحة المعاني اليومية الموجودة في البيئة المحلية. كما أن العولمة تزود الناس بمصدر ثقافي كانوا يفكرون إليه وهو الوعي الثقافي العالمي ذلك أن العولمة بطبيعتها تتضمن تقوية الوعي بالعالم ككل متكامل، إن البعد العالمي موجود على نحو متزايد كأفق تقوم ضمنه بتأطير وجودنا كما ان الوسط الذي تخلقه التقنيات الإعلامية - من خلال الاستخدام الروتيني للتقنيات المعولمة- يشير إلى احتمالات إعادة صياغة المعاني والهويات الثقافية، كما أن الإحساس باعتمادنا المتبادل على وسائل الاتصال عبر المسافات البعيدة ينتج أنماطاً من التغيرات الثقافية. إن العولمة بهذا المعنى مهمة للثقافة من حيث أنها تجعل من التجربة الثقافية موضوع تقاض. (2)

#### 2.4.5. ثقافة العولمة.

إن الوقوف على ثقافة العولمة وخلفياتها الفكرية فيما يخص تصور العالم والإنسان والمكان والزمان فإن ذلك يقتضي تجاوز الجدل المعرفي حول صحة المصطلح ودلالة الشعار، كما تقتضي هذه العملية تفكيك ارتباط المصطلح بالاقتصاد والتحويلات الإعلامية والمعلوماتية والتكنولوجية التي نشرته على نطاق واسع، تسمح هذه المقاربة بالنظر إلى العولمة ليس بوصفها قوى اقتصادية كونية، أو قوى تكنولوجية منفصلة من ثنائية المكان والزمان، وليست قوى إعلامية ومعلوماتية وثقافية ممسكة بأطراف الكون ولكن بوصفها نظرة وتصور خاص للعالم والإنسان والمكان والزمان.

إن أحد سبل تلمس هذا التصور هي الاعتماد على وحدتي التحليل: التقنية ورأس المال، ذلك أنه خلف عبارة النظام العالمي الجديد تكمن صورة ثقافية تكشف عن عالم معاصر تشكل فيه كل من التقنية ورأس المال فواعل أساسية حتى وإن بدت الحدود بين العنصرين غامضة ومبهمة فإن لكل منهما منطقتها

(1) المرجع نفسه، ص 31-34. أنظر أيضاً: - سيف الدين حسن العوض ، العولمة الإعلامية وصناعة التغيير في العالم، [ على الخط]، تاريخ

الزيارة : 2015/12/10 ، متاح على الموقع : [http:// alddawa.org]

(2) محمد العمار ، العولمة والهوية ، [ على الخط]، تاريخ الزيارة : 2016/3/6 ، متاح على الموقع : [http://www. Maaber.com]

الخاص، التقنية هي تحويل كل شيء إلى أداة نافعة وقابلة للاستعمال أي أنها تشرع وتنتشر علاقة نفعية-أدائية - استعمالية مع كل الأشياء بما في ذلك البشر كشيء متميز بين الأشياء أما رأس المال فهو القوة أو العلاقة التي تحول كل شيء إلى بضاعة قابلة للتبادل وبذلك يخلق نمط آخر لعلاقة الإنسان بالعالم، وهي العلاقة التبادلية أو السلعية المعممة.(1)

على المستوى الثقافي، فإن منطق العولمة في تشكيلها السياسي والاقتصادي ليس معنيا بتشجيع التنوع في الثقافة ولا أيضا بقمعها بل بتجاهلها، ففي بعض المجالات تدفع العولمة باتجاه عالم أكثر نمطية وباتجاه تدمير الاختلافات الثقافية التي تصنع التنوع الإنساني، ولكن العولمة متوائمة أيضا مع لغات متعددة ومطابخ متعددة وأديان متعددة، بسبب عدم أهمية هذه الأمور في عالم العولمة.

تتغرز النخبة العالمية عبر التقنية ورأس المال والتي جاءت من كل العالم، لها أسلوب حياة مشترك لكن ذلك كله ضمن إطار الاختلافات في الثقافة والتصنيفات الفرعية، وكان فولتير *voltaire* هو الذي قال في رسالته السادسة من رسائله الفلسفية، إن رأس المال لا يكثر بالاختلاف الديني: "أذهب إلى سوق لندن المالي وهناك ستجد ممثلي كل الأمم مجتمعين من أجل صالح البشرية، هناك اليهودي والمحمدي والمسيحي يتعاملون مع بعضهم البعض وكأنهم من الدين نفسه، ويطلقون وصف الكافر فقط على أولئك الذي يفلسون".(2)

تجعل العولمة من الإنسان المعاصر بضاعة يتم تسويقها إعلاميا، و الثقافة الجماهيرية السمعية البصرية الخاضعة لتوجيه المركبات الصناعية والعسكرية جعلت الدراما والمأساة والدموع والآلام والعنف عامة مشهدا عاديا وطبيعيا ومألوفًا. إن إخضاع المشاعر الإنسانية - النبيلة منها والوضيعة لدائرة الكسب والريح - إنما تكشف عن سيطرة البعد الغريزي على البعد الروحي كاستجابة لحاجة التقنية ورأس المال للتطور والنمو بحكم ماهيتهما وتركيبها الداخلي.(3)

وهكذا تلتقي الثقافة والاقتصاد مع تعريف خاص بالمفهوم الغربي للثقافة، أي الذهنية المسيطرة والتي تمثلها الكلاسيكية الجديدة وهي أكثر دعاء السوق المفتوح تطرفًا.(4) إن هذا العالم السوق والمأهول بكائنات استهلاكية بالدرجة الأولى، تتطلب الإشباع المباشر والدائم سوف يعاد هيكلته بما تقتضيه قوانين الجاذبية الاقتصادية من حرية وانعدام حدود، ومن غياب جمارك وفق المتطلبات الاقتصادية الليبرالية الجديدة، إن هذه السوق يتم فيها تداول كل أنواع البضاعة، ابتداء من البضاعة المادية والإعلامية إلى البضاعة المعنوية

(1) محمد سبيلا، زمن العولمة: فيما وراء الوهم، مرجع سبق ذكره، ص 68.

(2) صلاح سالم، مرجع سبق ذكره، ص 63.

(3) محمد سبيلا، زمن العولمة: فيما وراء دوائر الوهم، مرجع سبق ذكره، ص 67.

(4) عبد الله عثمان عبد الله، إيديولوجيا العولمة: من عولمة السوق إلى تسويق العولمة(ليبيا: دار الكتاب المتحدة، 2003)، ص 77.

والروحية اعتمادا على مبدأ دعه يمر في صيغته الجديدة التي ليس لها معيار سوى الريح وسيولة رأس المال.

في زمن العولمة ووفق تصورهما لم يعد للمسافات قيمة دلالية كبرى بالنسبة للمكان، وبالمثل لم يعد لمفهوم الابتعاد مدلول قوي أيضا. فالخبر ينتقل في الوقت نفسه مما يعني تقلص الزمن بفعل السرعة؛ هكذا تلغي السرعة المسافة وتقلص المكان والفضاء إلى حدودهما الدنيا.<sup>(1)</sup>

أمام التسليم بوحدة العالم اقتصاديا وسياسيا بسبب هيمنة اقتصاد السوق والاختيار الليبرالي الواحد، فإنه لا يمكن أن نستثني دور الثورة الإعلامية والمعلوماتية في تقليص الأمكنة والأزمنة حيث يزداد ارتباط الزمان بالمكان ويبلغ ذروته نتيجة التقدم العلمي - التقني الهائل الذي تحقق في القرن العشرين.

إن الفاعل الأساسي لحركة العولمة في الظاهر يبدو الإنسان، وعلى وجه التحديد الإنسان الغربي المتفوق تكنولوجيا لكن المتأمل فيها يكتشف أن الإنسان ذاته منجر في هذه الحركة فالتقنية تستقل تدريجيا عن الإنسان خاضعة لمنطقها الداخلي الذي هو تلاحق الاكتشافات وتراكم القوى.

إن العولمة حركة شمولية لتحالف فاعلين كبيرين معروفين لكنهما مجهولا الاسم وهما رأس المال والتقنية، وفي المرتبة الثالثة تقع السياسة لا كأفراد بل كبنيات ومؤسسات، إن هذا التحالف الثلاثي المقدس بين التضخم اللانهائي لرأس المال والتطور اللامحدود للتقنية هو دينامو العولمة وفاعلها الكوني.<sup>(2)</sup>

### 3.4.5 وسائل الإعلام والعولمة الثقافية.

لفهم طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال ذات البعد العولمي ودورها في العولمة الثقافية، ينبغي الحديث بداية على ظاهرة اللاتوطين كحالة ثقافية للعولمة تمارس فيها وتلعب وسائل الإعلام الدور الأساسي. إن العلاقة بين العولمة والتجربة اليومية تقوم على افتراض رئيسي هو: أن العولمة تقوم بشكل أساسي بتحويل العلاقة بين الأماكن التي نسكن فيها وهوياتنا وتجارينا وممارساتنا الثقافية من خلال ظاهرة اللاتوطين.

يقصد بمفهوم اللاتوطين: فقدان العلاقة الطبيعية بين الثقافة والأقاليم الجغرافية والاجتماعية، ذلك أن الحداثة تحرر العلاقات الاجتماعية من تقييد التفاعلات المباشرة (وجها لوجه) التي كانت موجودة في النواحي المحلية لمجتمعات ما قبل الحداثة مما يسمح بتمديد العلاقات عبر الزمان والمكان وهو ما يمثل جوهر العولمة.<sup>(3)</sup>

(1) محمد سبيلا، زمن العولمة: فيما وراء داوثر الوهم، مرجع سبق ذكره، ص 76.

(2) المرجع نفسه، ص 77.

(3) جون توملينسون، العولمة الثقافية: تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، مرجع سبق ذكره، ص 116 - 117.

إن إحدى الخصائص المميزة لظاهرة اللاتوطين، تتمثل في إضعاف أو حل الرابطة بين الثقافة المعاشة بصورة يومية وبين الموقع المكاني، كما أن ظاهرة اللاتوطين يمكن فهمها كمزيج معقد ومبهم من الألفة والاختلاف ومن توسيع الآفاق الثقافية والشعور المتزايد بسرعة التأثر ومن الوصول إلى العالم الخارجي مصحوبا باختراق لعواملنا الخاصة، ومن الفرص الجديدة والمخاطر الجديدة. إن تجربة التوطين يتم اختبارها بالنظر إلى التحولات العميقة التي هي في التجربة الثقافية بطريقة طبيعية كما يتم استيعابها بسرعة ومن ثم إدراكها على أنها الطريقة التي تسير بها الحياة وليس كسلسلة انحرافات عن الطريقة التي كانت عليها الحياة.<sup>(1)</sup>

بالنسبة لدور وسائل الإعلام في تقديم التجربة الثقافية اللاتوطنية الخاصة بالعمولة، فإنه ينبغي التوضيح بداية أن التجربة الثقافية للعمولة لم تكن نتيجة زيادة هائلة في القدرة على التحرك المادي أو الحصول على تجربة مباشرة عن بلاد بعيدة وثقافات غريبة - على الرغم من أن زيادة القدرة على الحركة أحد الأوجه الهامة للحدثة العالمية- بل كانت نتيجة لإمكانية استشعار معظم الناس ولمعظم الوقت من خلال البقاء في المنزل وليس عن طريق السفر، يتم ذلك عن طريق الهاتف والانترنت والتلفزيون، إن السؤال الذي ينبغي طرحه هنا: كيف يقوم تفاعلنا الروتيني مع وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بتغيير عوالمنا؟

تعمل تقنيات الاتصال ذات الطابع المعولم على خلق ما يسمى بالتجربة المتواسطة وهي ربط التأثيرات المتباعدة زمانيا/مكانيا بالتجربة الحسية البشرية وبالتالي هي عملية متعلقة بالربط بين الزمان والمكان من خلال التواصل.

لقد قلل تطور وسائل الإعلام من أهمية الوجود المادي في تجربة الناس والأحداث، والآن أصبحت الأماكن المقيدة ماديا أقل أهمية لأنه صار بإمكان المعلومات التدفق عبر الجدران والاندفاع عبر المسافات الشاسعة، وكننتيجة لذلك فقد أصبحت العلاقة بين المكان الذي يتواجد فيه الشخص وبين معارفه وتجاريه أقل فأقل حيث قامت الوسائط الإلكترونية بتغيير معنى الزمان والمكان بالنسبة للتفاعل الاجتماعي.

تعمل وسائل الإعلام على نقل تجارب وخبرات متعددة ومتنوعة تظهر للوعي عن طريق التدفق اليومي بطرق يمكن تمييزها عن التجربة المباشرة التي تتم وجها لوجه.<sup>(2)</sup> إن الفكرة الأساسية هنا هي أن التقنيات الإعلامية مثل التلفاز أو برامج تصفح شبكة الانترنت بوسعها ربطنا مع آخرين بعيدين بطرق تفتح الآفاق الثقافية على ممارسات وقيم وأنماط حياتية أخرى، حيث يمكنها تعزيز الإحساس بأن نواحيها المحلية مرتبطة مع أجزاء بعيدة من العالم (سواء أكان ذلك حسنا أو سيئا) كما أن بوسعها تزويدنا بمعنى حول العالم ذاته كسياق اجتماعي/ثقافي/أخلاقي ذي مغزى.<sup>(3)</sup>

(1) المرجع نفسه، ص 141.

(2) محمد العمار، مرجع سبق ذكره.

(3) المرجع نفسه، ص 185.

#### 4.4.5. الآثار المترتبة عن عولمة الإعلام والثقافة.

تطرح عولمة الإعلام والثقافة العديد من التأثيرات، غير أننا نلاحظ ذلك التداخل الدائم في تناول وفرز ماهو إعلامي وما هو ثقافي انطلاقا من طبيعة العلاقة البنوية بين الإعلام والثقافة من جهة ودور الإعلام في عولمة الثقافة من جهة أخرى.

##### 1- الآثار المترتبة عن عولمة الإعلام.

- انحسار ثقافة المكتوب وانتشار ثقافة الصورة: الثابت أن ثقافة العولمة تتوسع في مناخ حاد من التراجع للثقافة المكتوبة على صعيد الإنتاج والتداول، فثقافة العولمة هي ثقافة ما بعد المكتوب ثقافة ميلادها احتضار لثقافة المكتوب وميلاد لثقافة الصورة.<sup>(1)</sup> إن الصورة اليوم هي المفتاح السحري للنظام الثقافي الجديد، نظام إنتاج وعي الإنسان بالعالم وهي المادة الثقافية التي يجري تسويقها وبشكل أساسي على أوسع نطاق جماهيري وهي تلعب في إطار العولمة الثقافية الدور نفسه الذي لعبته الكلمة في سائر التواريخ الثقافية التي سلفت، إن إحدى نقاط قوة الصورة هي أنها تمثل خطابا ناجزا مكتملا وهذا أساس شعبيتها وخطورتها في أن واحد لقد كانت فاعلية الكلمة وفقا على سعة اطلاع المتلقي أما الصورة فقد باتت قادرة على تحطيم الحاجز اللغوي تماما كما تستطيع العولمة الاقتصادية تحطيم الحاجز الوطني والجمركي لكي تصل إلى أي إنسان في عقر داره.<sup>(2)</sup>
- تزايد أهمية الأدوار التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسية في الأنشطة الإعلامية والثقافية ويتجلى ذلك في توظيف وسائل الإعلام الدولية والمحلية كأحزمة ناقلة يتم من خلالها ترويج قيم وثقافات محددة.
- تحطيم مفهوم السيادة الإعلامية والثقافية: لقد ظل الحقل الثقافي والإعلامي للدول محكوما بمفهوم السيادة، إذ كان توزيع المواد الثقافية والمضامين الإعلامية مقصورا على المجال الوطني لبلد الإصدار وكان توسيع مجال التوزيع وفقا على إبرام عقود وشراء منتجات إعلامية في سوق المنتجات الإعلامية، أما اليوم فقد بات في الإمكان أن يصل بث أفنية الاتصال إلى مجال جغرافي أبعد يقع خارج حدود بلد الإصدار، أي أنه صار في وسع جغرافية التوزيع (أي البث) أن تفيض عن حدود جغرافية الإصدار أو الإنتاج ولم يكن ذلك ممكنا إلا بسبب ما جرى إحراره من نجاحات هائلة على صعيد التوظيف التقني في مجال الإعلام السمعي البصري، حيث صار في وسع البث عبر الأقمار الصناعية أن ينقل المادة الثقافية الجديدة (أي الصورة) إلى

(1) وليد أحمد مساعدة وعماد عبد الله الشرفين، <<العولمة الثقافية رؤية تربوية إسلامية>>، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 18، العدد الأول (يناير 2010)، ص 258.

(2) باسم علي خريسان، مرجع سبق ذكره، ص 127.

كل الأصقاع ببسر بالغ وأن ينتقل بالوطني والقومي إلى حالة من العالمية تضيق فيها الحدود بين جغرافية ثقافة أمة ما والجغرافية الكونية.<sup>(1)</sup>

- زيادة الفجوة الاتصالية بين الشمال الغني والجنوب الفقير على مستوى العالم مما أدى إلى تزايد الخلل في التدفق الإعلامي والمعلوماتي، ورسوخ الأنماط التقليدية والسلبية والمتحيزة في سريان وتدفق الأنباء .

- الاتجاه لتفتيت الاتصال الجماهيري، من أجل تنويع الخدمات الإعلامية ويعزز ذلك الاتجاه ما تتميز به التكنولوجيا الجديدة من سمات اللاجماهيرية واللاتزامنية والتفاعلية والحركية والشبوع والانتشار مما أدى إلى التركيز على الغرب الذي أصبح هدفا رئيسيا للاتصال الإلكتروني وأدت هذه التغيرات في نظم وآليات الاتصال إلى تفكيك منظومة العلاقات والقيم الاجتماعية إذ أصبحت العلاقة بين مرسل الرسالة الإعلامية ومستقبلها، وأصبح مؤشر التقدم في هذه العلاقة هو سرعة بث المعلومات.<sup>(2)</sup>

- إلغاء الثقاف الطبيعي: كنتيجة لتحالف الثقافة والتقانة، خاصة الإعلام الجديد الذي يمثل ذروة القدرات التي تقدمها العولمة فقد تمكنت فعليا من اختراق الحدود الثقافية انطلاقا من مراكز صناعة وترويج النماذج الثقافية ذات الطابع الغربي والهوية المؤمركة، وألغت بالتالي إمكانيات الثقاف كخيار يعني الانفتاح الطوعي على المنظومات الثقافية المختلفة عبر آليات التأثير والتأثير والتفاعل المتبادل لصالح الاستباحة الكاملة للفضاء الثقافي الذي يعزز قيم الغالب ويؤدي إلى استتباع المغلوب واكتساح دفاعاته التقليدية، وبالتالي لا تترك أمامه من خيارات خارج حدود الانعزال أو الذوبان سوى هوامش محدودة في مواجهة تكنولوجيا الإخضاع وصناعة العقول وهندسة الإدراك لغرض الغلبة الحضارية وكسر الممانعة الثقافية ودفعها إلى الانكماش والتحول إلى طقوس وأشكال فولكلورية تسجنها في مشاهد الأسطورية والتراث والتاريخ، وتدفعها إلى الغربية الحضارية والخروج من التاريخ.<sup>(3)</sup>

- النمو الهائل في اقتصاديات الإعلام والاتصالات والمعلومات وقد أفضى هذا النمو إلى مزيد من التداخل بين عولمة الإعلام وعولمة الاقتصاد فعولمة الإعلام ليست مجرد تعظيم قدرات الإعلام على الدعوة إلى عولمة الاقتصاد أو الثقافة بل إن عولمة الإعلام أصبحت جزءا أصيلا

(1) المرجع نفسه، ص 128، أنظر أيضا:

- بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام (القاهرة: عالم الكتب، 2008)، ص 68.

(2) عواطف عبد الرحمن، الإعلام العربي وقضايا العولمة، [على الخط]، تاريخ التحميل (2014/01/15)، ص 61-62، متاح على الموقع

[www.hatobarabia.com]

(3) عماد عبد الغني، سوسيولوجية الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 290.



من عولمة الاقتصاد وذلك بالنظر إلى الدور الكبير لقطاع الاتصال والمعلومات في اقتصاديات الدول الكبرى والأسواق العالمية.<sup>(1)</sup>

## 2- الآثار المترتبة عن العولمة الثقافية.

- المنطق الاقتصادي بدل الثقافي و تحجيم التجربة الثقافية: إن نشاط الصناعات الثقافية والإعلامية لا يستمر على المدى البعيد إلا باحترام المنطق الاقتصادي، إذ يلزم الشركات التجارية تخزين إيرادات ببيع فضاءات أو حصص إذاعية لمعلنين إشهاريين أو بيع منتجات ثقافية، إن تحول الرياضة الراقية والسياسة والفن إلى بضائع وتوسيطها إعلاميا يفتح المجال أمام النجومية.

إن هذه النقطة أحد الأسباب التي تجعل الثقافات الفريدة وبخاصة المحلية لا تلج الصناعات الكبرى إلا بجوانبها التي تخدم هذا المنطق.<sup>(2)</sup>

- تنوع الأوضاع واللامساواة العالمية الثقافية: إن صناعة الثقافة موزعة بطريقة جائرة جدا فوق سطح الكوكب، فعلى صعيد الإنتاج الثقافي فإن البلدان المصنعة في مثلث أمريكا الشمالية، أوروبا، وآسيا الغنية تمارس هيمنة تظهر في جميع الأرقام أما على صعيد استقبال واستهلاك المحتويات الثقافية فنجد المناطق نفسها في الصف الأول، زيادة على ذلك فإن جميع بلدان العالم قد غزاها بهذا القدر أو ذاك تصنيع الثقافة أو التدفقات العالمية للبضائع ذات القيمة الثقافية في ارتباط مع درجة غناها وتطورها وداخل هذه البلدان نفسها وحدها الشرائح المحظوظة أكثر من بين عموم السكان تطالها هذه الظواهر ويمكن للاختلافات أن تكون شاسعة. كما أن المليار إنسان الذين يعيشون تحت خط الفقر هي نفسها الفئة المقصاة من سكان المعمورة من التواصل والشبكات المجتمعية المكلفة بالخدمة الاجتماعية.<sup>(3)</sup>

- الاختراق الثقافي للثقافات المحلية: يرتبط مفهوم الاختراق الثقافي بقدرة الدول المالكة للتقانة على التأثير ثقافيا في الدول الأخرى وبالتالي إخضاعها من دون الحاجة إلى استخدام القوة العسكرية، وبهذا تخوض حروبها من بعيد دون أن تعرض جيوشها للخطر وأن تنتشر وتعمم نظام القيم لديها ومشروعها الحضاري من دون أن تحشد جيوشا لاحتلال البلد المستهدف، إن التحدي الذي يفرضه الاختراق الثقافي يتمثل في القدرة على المحافظة على الخصوصية الثقافية

(1) أسعد ملي، <<التداعيات الاقتصادية لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية العربية>>، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الثالث + الرابع (2010)، ص 465.

(2) جان بيير قارنبيي، عولمة الثقافة، ترجمة: عبد الجليل الأزدي (الجزائر: دار القصبية للنشر، 2002)، ص 79.

(3) المرجع نفسه، ص 85.

أي كيف تستطيع الدولة المحافظة على ثقافتها دون الانغلاق على الذات وفي الوقت نفسه أن تجد لها مكانا بين الثقافات الأخرى.<sup>(1)</sup>

إن أخطر ما في الاختراق الثقافي هو اعتماده على النظام السمعي بصري، فالثقافة أساسا تتأثر بأفلام السينما والمضمون الترفيهي من دراما وأغاني ورقصات، فالأزياء التي تعرضها الدراما التلفزيونية تعتبر من العوامل المؤثرة في الثقافة الموضوعية كذلك الإعلانات وما يرتبط بها من عادات استهلاكية تؤثر على القيم والدوافع والمعتقدات يتم بسهولة استيعابها ثقافيا وتؤثر بشكل خاص على الأجيال.

- إشكالية التنشئة الاجتماعية: في ظل صعود الإعلام السمعي بصري أصبح هو المؤسسة التربوية والتعليمية الجديدة التي حلت مكان كل من الأسرة والمدرسة، والتي تقوم بدور أساسي في تلقين الأجيال المنظومة المعرفية المنزوعة من سياقها التاريخي والقيم السلوكية ذات النزعة الاستهلاكية والتي تروج بأشكال متنوعة لمصالح السوق العالمية وإيدلولوجيتها، من خلال هذه الوظيفة يمارس الإعلام أخطر أدواره الاجتماعية، والتي تتمثل في إحداث ثورة إدراكية ونفسية تستهدف إعادة تأهيل البشر للتكيف مع متطلبات العولمة وشروطها.<sup>(2)</sup>

- الإبادة الثقافية وتحدي المحافظة على التنوع الثقافي: يعتبر الحفاظ على التعددية الثقافية واللغوية تحديا كبيرا تفرضه العولمة، ذلك أن التهديدات التي تخلقها العولمة تجعل من المحافظة على التعددية اللغوية والثقافية تحديا بكل المقاييس، إن عملية الإنتاج الثقافي واحتكار الرموز والقيم هما أبرز ما يطبع النظام العالمي الراهن على مستوى إنتاج وتوزيع الثقافة، لقد انتقل النظام الرأسمالي من طور تعميم القيم الاقتصادية والعلاقات الإنتاجية الرأسمالية ومن طور الأنظمة الاقتصادية الليبرالية إلى طور تعميم القيم الثقافية للمجتمع الغربي بوصفه آلية من آليات إعادة إنتاج هيمنة النظام الرأسمالي على الصعيد العالمي، فالمؤسسات الإعلامية الضاربة تكفلت بتحطيم الحدود القومية والحوازر والسياسات الثقافية الحمائية لكي تكتسح المجال العالمي بالصوت والصورة وتوحد الرموز والأذواق والمعايير والقيم. ومع احتمال تعميم العولمة، فإن الخطر مشترك متماثل بالنسبة إلى مجتمعات الديمقراطيات الغربية وأيضاً مجتمعات الجنوب و هو خطر تماثل الفكر وتراجع أداء هياكل المجتمع المدني قياسا بدولة السوق ودكتاتورية النفع، ولعل ذلك ما يعني اختلال في هياكل كثيرة من هياكل المجتمع، وإمكانية استقلالية السوق حتى عن المجال السياسي بحكم علوية الاقتصاد فالنتيجة المحتملة هي تماثل الأذواق وتشابه الاستهلاك وتراجع الاختلاف الخلاق وهو عنصر من عناصر توازن الكون.<sup>(3)</sup>

(1) زعموم مهدي، برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، (غير منشورة) 2001، ص 30.

(2) عواطف عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 70.

(3) باسم علي خريسان، مرجع سبق ذكره، ص 139-147.

## خلاصة

يكشف تعدد أبعاد العولمة إشكالية المفهوم من جهة و أهمية هذه الظاهرة بوصفها تيارا عاما يمس مختلف عناصر الحياة البشرية، تزداد أهمية النقاش المتعدد حول العولمة إذا ارتبط ذلك بالبعد الثقافي لها. لقد عملت العولمة على قلب المفاهيم التقليدية للزمان والمكان ومفاهيم السيادة بالمعنى التقليدي، إن إفناء المكان بالزمان وفيضان جغرافيات الإصدار والتوزيع عن الحدود الوطنية كلها عوامل تترافق مع ظاهرة العولمة

تكشف المعطيات التي تناولناها في الفصل السابق أن قيم العولمة والثقافة التي تحملها ليست موضوع اتفاق أيضا، فبينما يرى البعض أن العولمة تحمل ثقافة الغرب المتفوق تكنولوجيا وعلميا يرى البعض الآخر أن العولمة تحمل ثقافة يحكمها منطق آخر منطق يقوم على التجبير والسلعنة ويخدم نزعة استهلاكية يتوسع سوقها فقط إذا تم توحيد القيم والمعايير لذلك فإن ظواهر التتميط الثقافي هي ظواهر ثانوية ولكنها ضرورية وتترافق مع عولمة الأنشطة الإنسانية الأخرى.

الفصل الثاني والثمانون  
حماة العلم سياحة ما بين سياحة

الثقافة العربية ومستويات

التأثير العمومي

## تمهيد

تتجاوز التحديات الثقافية التي تفرضها ظاهرة العولمة على الثقافة العربية المضامين والمحتويات الثقافية إلى البعد التقني والمتمثل في البنى القاعدية للإتصال، ذلك أن الطفرة التقنية المعاصرة هي التي أدت إلى هذا التقارب وهي نفسها التي أدت إلى وجود هذه التحديات الثقافية، إن صناعة المحتويات الثقافية تشكل حلقة نهائية وهي حلقة المنتج فيما يرتبط بهذه الصناعة العديد من العناصر الأخرى لعل أهمها التوطين التكنولوجي والتكوين الإعلامي والاتصالي إذ لا يمكن بأي حال من الأحوال فصل الشروط التقنية عن صناعة المضامين .

إن تقييم أشكال الاستجابة التي تبديها الثقافة العربية لظاهرة العولمة يمر حتما عبر مسألة واقع تكنولوجيا الإتصال والإعلام بالمنطقة العربية ومن ثمة الحكم على مدى استعداد المنطقة العربية للتكيف على المستوى الثقافي طالما أنه لا يمكن الحديث عن صناعة ثقافية تتيح للثقافة العربية التفاوض مع الثقافات الأخرى على مستوى الفضاء الإلكتروني .

تجعل التأثيرات الثقافية التي تمارسها قيم العولمة والثقافات التي تحملها ظواهر التثاقف والحوار القديمة والناجمة عن الإتصال الطبيعي غير ذات معنى، بل تعمل على تغليب طابع الإقصاء وخطاب التهميش مدفوعة بموجة التقنية ومستثمرة للقوى الناعمة والنظام السمعي البصري لتمارس تغييرا ثقافيا عن طريق آليات الاختراق الثقافي ، تتعدد مستويات التأثير العولمي على الثقافة العربية ولعل أهم التأثيرات تمارس على مستوى القيم بوصفها المنتجة للتمايز الثقافي والخصوصية الحضارية كما تعد الهوية واللغة إحدى مستويات هذا التأثير .

## الفصل السادس: الثقافة العربية ومستويات التأثير العولمي.

### 1.6. تكنولوجيا الاتصال والمحتوى الثقافي العربي على شبكة الانترنت.

يرتبط مستقبل الثقافة العربية بالاستجابة لتحديات العصر والتي ترتبط بالتحكم في المعلوماتية والاتصالات والتقانة بالدرجة الأولى، تواجه الثقافة العربية تحديات مستقبلية ورهانات كبيرة مما يستدعي عمليات النهوض بواقعها وتجاوز أوضاع التهميش والإهمال والركود في معالجة مشكلاتها المتصلة بمخاطر الاستتباع والهيمنة والعولمة ما لم تواجه هذه المشكلات بالإسهام العربي في إنتاج مجتمع المعلومات.

فيما يتعلق بالحضور الثقافي العربي على الإنترنت فإنه موضوع جديد على الإحصاء كما أن الأرقام بخصوص هذا المحتوى تتباين بحسب اختلاف المصادر ومن الممكن أن نجد تفاوتاً كبيراً فيما بينها ومردّه أن التطور في انتشار الانترنت يبنى على أساس يومي وليس سنوي وهو ما من شأنه أن يغير الإحصائيات والنسب حيث أن ما نجده في دراسة يختلف عن دراسة أخرى.

#### 1.1.6. واقع المحتوى العربي المتاح على الانترنت.

إن أحدث التقارير المتعلقة بطبيعة المحتوى العربي المتوافر على شبكة الانترنت، هي قاعدة البيانات التي يوفرها المرصد الإحصائي للمحتوى الرقمي العربي وهو التقرير الصادر سنة 2013 و يغطي الفترة الممتدة بين سنتي 1995 حتى سنة 2011.

اعتمد المشروع - التقرير في تحليله للمحتوى الرقمي العربي على عينة ضخمة بلغت 20 مليوناً و451 ألفاً و84 وحدة معلوماتية، تم نشرها خلال الفترة الممتدة بين سنتي 1990 إلى 2011. إن قاعدة البيانات التي يوفرها التقرير تغطي ثمانية مجالات هي: المجال الاجتماعي والإنساني، المجال الإعلامي، مجال الاتصال والثقافة والفكر، المجال السياسي والقانوني، مجال الاقتصاد والخدمات وكذا مجال التربية والتعليم، وأخيراً مجال العلوم والبحث الأمني والعسكري\*.

إن المعطيات التي يرصدها التقرير مصنفة ضمن خمسة مسارات يمكن استخدامها بصورة منفردة أو استخدام أي منها كنقطة انطلاق للبحث والأخرى ك معايير فرعية للاسترجاع والمسارات الخمسة هي: (1)

\* يعتبر التقرير المشار إليه أول دراسة عربية شاملة للمحتوى العربي ، وهي دراسة تتناول جميع مستويات المحتوى العربي على الأنترنت حيث كانت التقارير الخاصة بالمنطقة العربية تصدر عن منظمات إقليمية ودولية وتقسّم المنطقة العربية فيها الى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مع دول غير عربية لذلك يظل هذا التقرير هو الأكثر موثوقية وشمولية على الرغم من قدمه النسبي .

(1) مركز نماء للبحوث والدراسات ، المرصد الإحصائي للمحتوى العربي ،[على الخط]،تاريخ الزيارة: (2014/05/15) متوفر على الموقع:

- المسار التاريخي: حيث يعرض البيانات التاريخية الخاصة بمواد المحتوى العربي المنشورة على الانترنت وقنوات النشر المختلفة منذ بدايات ظهوره في العام 1995 حتى نهاية سنة 2011.
  - المسار الجغرافي: يعرض البيانات الخاصة بالموقع الجغرافي الذي نشأت فيه قناة النشر المستخدمة مع وحدات المحتوى وقنوات النشر، وذلك على مستوى الدولة التي يعلن صاحب المحتوى أنه ينتمي إليها داخل الوطن العربي وخارجه فضلا عن المحتوى الذي لم يذكر اسم الدولة التي أنتجته.
  - المسار الموضوعي: تم فيه تصنيف مواد أو وحدات المحتوى العربي طبقا لشجرة تصنيف موضوعي تضم 439 تصنيفا فرعيا موزعة على 08 فئات رئيسية.
  - المسار التقني: تم فيه تجميع البيانات الواصفة للحالة التقنية لوحدات المحتوى الرقمي العربي والتي تعطي البيانات الواصفة لجودة المحتوى وحجمه وجماهيريته والبنية التحتية التي تعمل عليها قناة نشره.
  - مسار النشر: تم فيه تجميع بيانات عن قناة النشر التي يتم من خلالها ونشر وحدات المحتوى الرقمي على الانترنت وهي: المدونات والمواقع والمنتديات والقوائم البريدية والشبكات الاجتماعية وشبكات الصور والفيديو.
- كشفت معطيات الدراسة الإحصائية أن مجموع ما تم نشره سواء من طرف المؤسسات العامة أو الخاصة أو الأفراد بلغ 20 مليونا و450 ألف و900 وحدة معلوماتية، وذلك بمختلف قنوات النشر من مواقع ومدونات وشبكات اجتماعية وكان كالاتي<sup>(1)</sup>:
- أولا: المحتوى الفكري والثقافي والأدبي العربي احتل المرتبة الأولى بـ 08 ملايين و322 ألف و253 وحدة معلوماتية.
- ثانيا: محتوى العلوم الاجتماعية بـ 03 ملايين و872 ألف و793 وحدة معلوماتية.
- ثالثا: المحتوى القانوني بـ 02 مليون و880 ألف و112 وحدة معلوماتية.
- رابعا: المحتوى العلمي بمليون و715 ألفا و556 وحدة معلوماتية.
- خامسا: المحتوى الاقتصادي بمليون و395 ألفا و931 وحدة معلوماتية.
- سادسا: المحتوى المتعلق بالإعلام والاتصال بـ 993 ألف و453 وحدة معلوماتية.

(1) مركز نماء للدراسات، قراءة في المرصد العربي للمحتوى العربي، [ على الخط]، تاريخ الزيارة : (2015/10/15) متاح على الموقع :

[http:// nama center.com/activité détails as px ?id=237]

سابعاً: المحتوى التعليمي بـ 698 ألف و 568 وحدة معلوماتية.

ثامناً وأخيراً: المحتوى العسكري بـ 569 ألفاً و 234 وحدة معلوماتية.

#### 1.1.1.6. توزيع المحتوى العربي من حيث قنوات النشر.

شكلت المواقع الإلكترونية أهم قنوات النشر للمحتوى الرقمي العربي وتشير الدراسة إلى أنه من مجموع المحتوى العربي على الانترنت الذي يبلغ 326 ألفاً و 790 وحدة معلوماتية كانت كالآتي<sup>(1)</sup>:

- نشرت المواقع ما مجموعه 145 ألفاً و 416 وحدة معلوماتية وتأتي المنتديات في المرتبة الثانية بـ 74 ألفاً و 325 وحدة معلوماتية ثم ثالثاً المدونات بـ 55 ألفاً و 590 وحدة معلوماتية تليها الشبكات الاجتماعية بـ 15975 وحدة معلوماتية ثم شبكات الفيديو بـ 2035 وحدة معلوماتية ثم القوائم البريدية.
- أما في العلاقة بالمحتوى العربي برمته والمتعلق بالدول العربية والأجنبية وكذا الوحدات غير المعروفة المصدر، تشكل المواقع الإلكترونية قناة النشر الأولى بنحو ستة ملايين و 215 ألفاً و 713 وحدة معلوماتية من أصل 20 مليوناً و 451 ألفاً و 84 وحدة معلوماتية، تليها الشبكات الاجتماعية بأكثر من خمسة ملايين وحدة معلوماتية ثم المنتديات بأكثر من ثلاثة ملايين وحدة معلوماتية.

#### 2.1.1.6. المحتوى العربي واستخدام نطاقات الأسماء الوطنية\*.

كشفت المعطيات الإحصائية أن المواقع التونسية تحتل المرتبة الأولى في احترام استخدام نطاقات الأسماء الوطنية، حيث تصل نسبة استخدامها في المواقع التونسية إلى 77% تليها المواقع الفلسطينية في المرتبة الثانية حيث تصل نسبة استخدام نطاق الأسماء الفلسطينية إلى 71% ثم المواقع الليبية في المرتبة الثالثة بنسبة 70% فالمواقع الموريتانية في المرتبة الرابعة بنسبة 68% ثم المواقع الإماراتية التي تحتل المرتبة الخامسة باستخدام النطاق الوطني الإماراتي بنسبة 66%، وتمثل هذه الدول الخمس المجموعة الأولى بين ثلاث مجموعات عربية من جهة استخدام النطاق الوطني.

(1) المرجع نفسه.

\* النطاقات العربية هي عناوين مواقع الإنترنت ( Domain names ) ولكن مكتوبة باللغة العربية بحيث تستخدم بنفس الطريقة التي تستخدم بها العناوين الحالية في مختلف التطبيقات التي تستخدم فيها أسماء النطاقات وخصوصاً في تصفح المواقع و الوصول إليها وهي تعتمد على فكرة بسيطة تتمثل في أن يكون لاسم النطاق العربي ترميز مقابل له ( punycode ) يخزن في خادمت النطاقات بنظام ( ASCII ) الذي لا تقبل الخادمت غيره بينما يبقى اسم النطاق في واجهة المستخدم مكتوباً بالعربية أو أي لغة أخرى .



وتتضمن المجموعة الثانية: المواقع الأردنية حيث تبلغ نسبة استخدام نطاقات الأسماء الوطنية 57% ثم المواقع اللبنانية بنسبة استخدام 49%، والمغربية أيضا بنفس النسبة، ثم المواقع القطرية بـ 48% فالمواقع السودانية بـ 45%.(1)

أما المجموعة الثالثة: فهي التي لا تبالي مواقعها باستخدام نطاقات أسمائها الوطنية وتتجاهل علم دولتها الإلكتروني، فهي عمان (33%) السعودية (30%)، الكويت (25%)، سوريا (24%) اليمن (23%)، العراق (20%)، مصر (18%)، الجزائر (13%) و الصومال (10%).

### 3.1.1.6. العائدات المالية للمحتوى الثقافي العربي.

فيما يتعلق بالعوائد المالية للمحتوى الرقمي العربي، فقد حققت المملكة العربية السعودية المرتبة الأولى عربيا من حيث العائد السنوي للمحتوى الرقمي العربي على الانترنت، وبلغ العائد السنوي للسعودية من محتواها الرقمي العربي ما مجموعه 207 ملايين و 708 آلاف و 710 دولارات بما يمثل 14.53% من مجموع العائد السنوي للمحتوى العربي على الانترنت الذي بلغ ما مجموعه مليار و 429 ألفا و 353 دولارا، تحققت 111 مدونة و 11 ألفا و 985 موقعا، منها 339 مليون و 808 آلاف و 932 دولار لدول غير عربية و 242 مليون و 69 ألفا و 92 دولار غير معروفة، بينما تبلغ العائدات السنوية لعشرين دولة عربية 847 مليون و 120 ألفا و 329 دولارا.

وحسب معطيات المرصد، احتلت جمهورية مصر المرتبة الثانية عربيا من حيث العائدات السنوية من محتواها الرقمي العربي على الإنترنت وبلغ مجموع عائداتها السنوية 201 مليون و 754 ألفا و 832 دولارا، وهو ما يمثل حوالي 14.11% من مجموع العائد السنوي الكلي.(2)

### 2.1.6. الثقافة العربية وتطبيقات الإعلام الجديد.

#### 1.2.1.6. شبكات التواصل الاجتماعي بالمنطقة العربية.

يعتبر العالم العربي منطقة تضم نسبة كبيرة من الشباب، حيث يتألف ثلث عدد السكان من الشباب ممن تصل أعمارهم إلى 25 عاما أو أصغر من ذلك ويمثل الشباب الغالبية العظمى من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي.

حتى يونيو 2013 وصلت النسبة المئوية لإجمالي المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 34 عاما 77% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، كما وصلت النسبة المئوية لإجمالي مستخدمي فيسبوك الذين تتراوح أعمارهم من 15 إلى 29 عاما في ماي 2014 إلى 67%.

(1) المرجع نفسه.

(2) المرجع نفسه.

مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي وانتشارها سارع مستخدمو شبكة الانترنت في العالم العربي إلى قبول هذه التقنية الجديدة بشكل سريع والاستفادة من كل ما تقدمه هذه الوسائل للاتصال والتواصل وتبادل المعلومات مع الآخرين، وفي الوقت الذي كان فيه الشباب في العالم العربي أكثر الفئات استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي انضمت إليهم شرائح أخرى من المجتمع؛ وقد سارعت الشركات ووسائل الإعلام في ركوب موجة وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة لترسيخ حضورها في العالم الافتراضي والتواصل مع متعاملها الحاليين والمحتملين من أجل الإعلان عن منتجاتها وخدماتها، بالنسبة لواقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فإن تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في الوطن العربي يكشف أن واتس آب أكثر شبكات التواصل الاجتماعي تفضيلا في أنحاء العالم العربي بنسبة (41%)<sup>(1)</sup>.

من جهة أخرى كان فيسبوك وواتس آب أكبر شبكتين مستخدمتين للتواصل الاجتماعي، حيث كان فيسبوك وسيلة التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في 10 دول عربية (الإمارات العربية، قطر، عمان، الأردن، فلسطين، العراق، اليمن، ليبيا، مصر، المغرب) ومن جهة أخرى، فقد كان واتس آب وسيلة التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في باقي الدول (السعودية، الكويت، البحرين، سوريا، لبنان، السودان، الجزائر، مصر، المغرب)، أما على المستوى العربي ككل فقد كان فيسبوك وسيلة التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في جميع أنحاء العالم العربي يليه واتس آب (87% و 84% تواليا).

أما فيما يتعلق بنسب الاشتراك الحالية فيشير التقرير إلى المعطيات الآتية:

1- يشترك 87% من إجمالي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين شملتهم الدراسة في فيسبوك حاليا، وسجلت أدنى المعدلات في الكويت (75%) والسعودية (80%) وكل من البحرين وقطر (81% لكل منهما) .

2- يشترك حوالي (84%) من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين شملتهم الدراسة في واتس آب حاليا، وقد كانت معدلات الاشتراك الحالية في واتس آب مرتفعة إلى حد ما في معظم الدول ويشترك غالبية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في كل من لبنان وسوريا في واتس آب حاليا (99% و 98% على التوالي)، بينما كان أقل معدل للمستخدمين الذين لديهم اشتراك في واتس آب حاليا في فلسطين (47%) .

3- يشترك حوالي ثلثي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (32%) ممن شملتهم الدراسة، في تويتر حاليا، وقد كانت أعلى معدلات الإشتراك في كل من السعودية والإمارات (53% و 51%) على التوالي أما أدنى المعدلات فقد سجلت في كل من ليبيا وسوريا (12% و 14% على التوالي)<sup>(2)</sup> .

<sup>(1)</sup> تقرير وسائل التواصل في العالم العربي، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2015/12/10)، متاح على الموقع

[http://www.arabsmis.ae/reports/asmis-arabic-report.pdf]

<sup>(2)</sup> المرجع نفسه.

4- بالنسبة لإنستغرام يشترك ما يقرب من ثلث مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي في انستغرام حالياً و يعد مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي في الإمارات أكثر المستخدمين الذين لديهم اشتراكاً حالياً (56%) بينما كان أدنى معدل اشتراك في سوريا (9%).

### 2.2.1.6. المدونات والمحتوى الرقمي العربي.

أخذت المدونات الإلكترونية تفرض نفسها بقوة كأحد مصادر المعلومات والأخبار لدرجة باتت تنافس الصحف التقليدية ومصادر الأخبار الأخرى و يقدر مركز مدار للأبحاث والتطوير عدد المدونات العربية حالياً بنحو 750 ألف مدونة وتظهر الدراسات التي أجراها نفس المركز أن هناك سبع مدونات لكل ألف مستخدم للإنترنت في المنطقة ومدونة واحدة لكل 470 ألف نسمة من إجمالي السكان حتى 2012 وبالتالي من الصعب استنتاج عدد المدونين من هذه الأرقام لأن بعض المدونين لديهم أكثر من مدونة واحدة، فيما لدى بعض المدونات أكثر من مدون واحد، وبالمقارنة مع العدد الإجمالي للمدونات في جميع أنحاء العالم نجد أن حصة المدونات التي تستخدم اللغة العربية لا تزيد عن أربع مدونات لكل ألف مدونة في العالم. أما على صعيد الاهتمامات والمواضيع لا توجد أرقام دقيقة وإحصائيات حول الاهتمامات الخاصة للمدونين العرب، ومع ذلك يمكن الاستنتاج من ملاحظة المدونات الأكثر شعبية في العالم العربي أن التكنولوجيا والمواضيع المتصلة بها تأتي في المقام الأول تليها الأنشطة السياسية والاجتماعية وكذلك الأخبار والشؤون العامة، أما الموضوعات الأخرى الرائجة فتتمثل في: الترفيه، الثقافة، الرياضة، التعليم و الدين.<sup>(1)</sup>

### 3.2.1.6. الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي .

على مستوى الصحافة الإلكترونية ليست هناك إحصائيات خاصة بالمنطقة العربية، ولكن هناك فقط بعض الدراسات التي تسلط الضوء على واقع هذه الصحافة ويمكن أن يوصف هذا الواقع بالخصائص الآتية:

- الصحافة العربية على شبكة الإنترنت مازالت قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيات ومميزات النشر الإلكتروني، ولم يتبلور إدراك كامل لطبيعة الصحيفة الإلكترونية بل إن الصحيفة العربية المتواجدة الآن في الشبكة هي في الواقع بداية مشروع في أطواره الأولى بالوجود في الشبكة أولاً.

<sup>(1)</sup> تقرير مشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الوطن، [على الخط] (2014/10/15)، متاح على العنوان:

[http://www.tach-wd.comwd/2012arbeits-us-report-2012/]

- إن ذهنية النشر الورقي هي السائدة في معظم الصحف المبحوثة وهي تتبع أساليب التبويب في الصحف الورقية وتعتمد على عادات القراءة المكتسبة لدى قراءها من الصحف الورقية.<sup>(1)</sup>
- على مستوى الشكل:
  - أصبحت جذابة.
  - التقنية أفضل ويمكن التحسين
- المحتوى:
  - لا تقدم جديد.
  - لا توجد بها وصلات مهمة تربطها بالصحافة العالمية.
  - لا تتنافس الصحافة العالمية.
  - تقدم نموذج صحافة العالم الثالث، حيث تهتم بالنظم أكثر من اهتمامها بالقضايا القومية والمواطنين.

### 3.1.6. تكنولوجيا الاتصال والإعلام في الوطن العربي .

يتناول المؤشر الأساسي السنوي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال العربي أربعة مؤشرات رئيسية لكل من البلدان العربية 18 التي يغطيها التقرير وهي:

- اشتراكات الهاتف المحمول.
- اشتراكات الهاتف الثابت.
- مستخدمو الانترنت.
- عدد أجهزة الكمبيوتر الشخصية.

ويتم حساب المؤشر الأساسي بإضافة قيم هذه المؤشرات الأربعة لكل بلد وتقسيم الناتج على عدد السكان، وكلما كانت درجة المؤشر الأساسي أعلى فإنها تشير إلى مستوى أعلى في تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

حسب التقرير الصادر سنة 2012 فإن مؤشر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الوطن العربي قد ارتفع بمقدار 0.16 نقطة ليحقق 1.48 في عام 2011 مقارنة مع 1.32 في عام 2010، تصدرت المملكة العربية السعودية المؤشر الأساسي لعام 2011 بعلامة قدرها 2.82 نقطة إذ كانت من بين الدول الخمس الأوائل في كافة قطاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باستثناء قطاع واحد، فيما حلت قطر في المركز الثاني مسجلة 2.78 درجة على مؤشر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العربي لعام 2011 كما تملك قطر حالياً أعلى نسبة انتشار في أجهزة الكمبيوتر المستخدمة

(1) عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية على الانترنت، مرجع سبق ذكره.

بين دول المنطقة بنسبة 46.77% هذا وجاءت دول كل من الإمارات في المركز الثالث، عمان في المركز الرابع والبحرين في المركز الخامس. (1)

### 1.3.1.6. استخدام الانترنت في المنطقة العربية.

ارتفع إجمالي عدد مستخدمي الانترنت في الدول الـ 18 قيد الدراسة بسرعة وبلغ العدد الإجمالي 95.812.013 مستخدم سنة 2011 مقارنة مع 74.377.285 مستخدم، وبارتفاع نسبته 28.82% عن العام 2010 وحققت الأسواق الناشئة ذات الكثافة السكانية العالية ومعدلات الانتشار المنخفضة نسبياً أعلى معدلات النمو.

يعزى استخدام الانترنت إلى التقدم المطرد في البلدان ذات معدلات الانتشار المنخفضة تقليدياً مثل الجزائر واليمن والسودان، وهناك فجوة كبيرة بين البلدان فيما يتعلق بالانتشار حيث تظهر هذه الفجوة بوضوح عند المقارنة بين البحرين ومعدلها العالي من جهة والسودان بمعدل المنخفض من جهة ثانية، أما المغرب فقد شهد نمواً بطيئاً في منتصف عام 2000 بعد ذلك صعدت إلى صدارة العالم العربي في عام 2010 وبمعدل نمو 39.23% مسجلة أقوى نمو مرة أخرى في عدد مستخدمي الانترنت عام 2011 وبنسبة 46.45% أي ما مجموعه 12.728.464 مستخدم، وحلت السودان في المرتبة الثانية على مؤشر النمو، مع ارتفاع عدد مستخدمي الانترنت بنسبة 40.89% لتسجل 6.956.517 مستخدم مع نهاية عام 2011. بينما المركز الثالث على مؤشر النمو سجله اليمن بمعدل قدره 39.89% في عدد مستخدمي الانترنت بارتفاع من 2.379.724 مستخدم في عام 2010 إلى 3.327.558 مستخدم في عام 2011، أما الدول العربية الخمس التي حلت في أدنى القائمة على مؤشر النمو في المنطقة هي: لبنان في المرتبة 14، البحرين 15، الكويت في المرتبة 16، الإمارات 17 وليبيا 18. شهد معدل انتشار الانترنت في الدول العربية الـ 18 ارتفاعاً بلغ سنة 2011 27.38% وهو أعلى من المحقق سنة 2010 والذي بلغ 21.64%، حيث تصدرت البحرين المؤشر بمعدل قدره 54.37% مسجلة بذلك نمواً معتبراً مقارنة مع النمو المسجل سنة 2010 والذي قدر بـ 47.68%، وحلت الإمارات في المرتبة الثانية بعدما خسرت ريادتها على مدى السنوات الماضية مع معدل انتشار للانترنت بـ 53.85% تلتها في القائمة الكويت بنسبة انتشار 50.13%، فيما حلت قطر في المرتبة الرابعة بمعدل 50.06%، وأكملت السعودية قائمة الخمس الأوائل مع معدل انتشار 47.93%، من جانب آخر شهدت معدلات النمو على المستوى الإقليمي في عام 2011 ارتفاعاً هاماً إذ حقق اليمن والسودان بالإجمال معدل نمو ضخم بلغ 40.55% وبلغ عدد المستخدمين 10.287.075 مستخدم مقارنة مع نسبة نمو 20.19% و7.319.402 مستخدم عام 2010 كما سجلت دول شمال إفريقيا معدل نمو مرتفع قدره 38.09% و25.284.889 مستخدم مقارنة مع معدل نمو 27.28% و18.310.000 مستخدم سنة 2010، بينما

(1) تقرير مشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره.

سجلت دول المشرق العربي معدل نمو قدره 25.70% مقارنة مع 18.67% عام 2010، في حين سجلت دول مجلس التعاون الخليجي أبطأ نسبة نمو بـ 20.23% و 22.745.738 مستخدم بالمقارنة مع معدل 18.31% و 18.919.034 مستخدم عام 2010، وعموما فإن مستخدمي الانترنت في الدول العربية عامة ارتفع بنسبة جيدة بلغت 28.82% سنة 2011، أما سنة 2014 فتشير أحدث الإحصائيات عن الإنترنت في العالم العربي أن معدل الإنتشار بلغ إجمالاً 36% بالمقابل فإن 40% من اجمالي سكان العالم متصل بالشبكة العالمية كما بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في المنطقة العربية أكثر من 135 مليون مستخدم، يستخدم أكثر من 71 مليون منهم الإعلام الاجتماعي بنشاط حالياً بالإضافة إلى ذلك، بات الانتشار الواسع للاتصال الرقمي في العالم العربي من خلال 400 مليون جهاز جوال يخلق فرص وتحديات جديدة للحكومات والأعمال. - : العالم العربي على الانترنت 2014

### 2.3.1.6. مشتركو النطاق العريض الثابت في المنطقة العربية.

فيما يتعلق بالاشتراك الخاص بالنطاق العريض الثابت\* فقد سجل التقرير تحقيق فلسطين أعلى نسبة نمو فيما يخص اشتراكات النطاق العريض الثابت وذلك بـ 52.78% وبلغ عدد المشتركين 165.000 مشترك عام 2011، وحلت سوريا في المرتبة الثانية بمعدل نمو 52.01% و 121.300 مشترك في حين حلت دولة عمان في المرتبة الثالثة بإجمالي 78.214 مشترك مسجلة معدل نمو نسبته 48.61%<sup>(1)</sup> على مستوى انتشار انترنت النطاق العريض استطاعت البحرين وهي أصغر دولة في المنطقة أن تتحول إلى الدولة الأكثر قدرة على المنافسة من حيث انتشار النطاق العريض مع معدل انتشار 12.35% نهاية عام 2011، وقد بلغ عدد مشتركى الانترنت حوالي 162.608 مشترك في البحرين وجميعهم يستخدمون النطاق العريض بعدما أصبح الانترنت العادي خارج الخدمة سنة 2010، وكان عدد مشتركى النطاق العريض في البحرين قد ارتفع بنسبة 42.20% من 114.350 مشترك عام 2010 إلى 162.608 مشترك عام 2011، أما قطر فقد حققت ثاني أعلى نسبة انتشار لانترنت النطاق العريض بنسبة 11.18% و سجلت دولة الإمارات ثالث أعلى نسبة انتشار للنطاق العريض بين الدول العربية، إذ بلغت 10.24%، بينما جاءت السعودية في المركز الرابع بعد أن بلغ عدد مشتركى النطاق العريض أكثر من 1.9 مليون مشترك مع معدل انتشار 6.87% وجاءت في المرتبة الخامسة لبنان مع 220.000 مشترك ومعدل انتشار 5.21%<sup>(2)</sup>.

\* تقنية يتم فيها تحديث خدمة الانترنت آنيا وتتميز بسرعة نقل المعلومات في الثانية الواحدة وتسمح للمستخدمين بالولوج عبر الهاتف النقال والأجهزة اللوحية.

(1) عالم التقنية، تقرير إحصائيات العالم العربي على الأنترنت، [على الخط]، تاريخ الزيارة: 2015/10/10، متاح على :

[http://www.tech-wd.com/wd/2014/06/06/report-and-statistics-about-arab-world-on-internet-in-2014]

(2) مشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره .

### 3.3.1.6. استخدام أجهزة الكمبيوتر في المنطقة العربية.

شهدت أجهزة الكمبيوتر في البلدان العربية انخفاضا في معدل النمو من 18.85% سنة 2010 إلى 12.05% سنة 2011\*، فيما بلغ عدد أجهزة الكمبيوتر 39.728.908 جهاز مقارنة مع 35.457.349 جهاز وفيما يبدو أن نمو عدد اجهزة الكمبيوتر إلى طريق مسدود، نلاحظ أن ثلاث دول فقط سجلت نموا أعلى من 20% حيث جاءت الجزائر في المرتبة الأولى في العالم العربي من حيث النمو بنسبة نمو 27.08% بواقع 3.763.607 جهاز، ثم العراق بـ 23.13% وفي المرتبة الثالثة نجد المغرب مع معدل نمو يقدر بـ 20.06%، تلتها السودان بـ 13.22 بالمئة والسعودية بـ 13.21%. فيما يتعلق بانتشار أجهزة الكمبيوتر فقد تصدرت قطر القائمة بالمقارنة مع دول المنطقة وبنسبة 46.77% و 798.715 جهاز كمبيوتر، وجاءت دولة الإمارات خلف قطر مع معدل انتشار 45.47% وفي المرتبة الثالثة حلت البحرين مع معدل انتشار 35.65%، فيما كان المركز الرابع من نصيب الكويت بمعدل 35.32%، وظلت السعودية في المركز الخامس مسجلة تحسنا في نسبة الانتشار والتي بلغت 28.54% سنة 2011، على المستوى الجهوي فإن دول مجلس التعاون الخليجي سجلت معدلا منخفضا نسبيا في نمو أجهزة الكمبيوتر بنسبة 10.86%، بعدها تأتي دول المشرق العربي والتي سجلت أبطأ نمو بـ 10.19% في حين سجلت شمال إفريقيا واليمن والسودان نموا أفضل نوعا ما بمعدل 17.08% و 11.66% على التوالي، أما عن نسبة مستخدمي الانترنت قياسا لأجهزة الكمبيوتر، نجد أن أداء البلدان الغنية بالنفط مثل دول مجلس التعاون الخليجي وليبيا كان أفضل من باقي الدول ففي قطر على سبيل المثال هناك حوالي 1.07 مستخدم انترنت لكل جهاز كمبيوتر مقارنة مع 4.18 مستخدم انترنت لكل جهاز في المغرب.<sup>(1)</sup>

### 2.6. الهوية العربية والعولمة الإعلامية.

إن كثافة وتعدد اتجاهات التدفق الإعلامي عبر البلدان عرف تطورا كبيرا في سنوات الثمانينات، ونستطيع تحديد عاملين ساعدا في هذا التطور: العامل الأول تقني وبنوي في آن واحد وهما الديمقراطية ووسائل الإعلام الجديدة المستعملة في التوزيع وكذا الإرسال، أما العامل الثاني فهو سياسة تحرير القطاع الإعلامي التي ساهمت أيضا في خلق مستعملين ومتعاملين خواص مما أدى إلى تراجع الدولة في الميدان الإعلامي، إن التعقيد الذي يعرفه المشهد الإعلامي الدولي والمتمثل في الكثافة الإعلامية العابرة

\* تقدر نسبة الانخفاض بقواعد السوق حيث تتحول أسواق أجهزة الكمبيوتر من أسواق لتلبية الطلب إلى أسواق للإجلال والتبديل بمعنى التحول من النقاش حول الكم إلى النوعية حيث تعرف المنطقة العربية تشبعا متزايدا من هذه الاجهزة.

(1) المرجع نفسه.

للحدود يطرح علامات استفهام حول العلاقة بين الإعلام والهوية والإقليم. إن المنطقة العربية بوصفها منطقة تلقي فإن الأسئلة المتعلقة بالهوية والمضامين الإعلامية تطرح نفسها بجدية.<sup>(1)</sup>

## 1.2.6 . مفهوم الهوية والهوية الثقافية.

الهوية ككل المفاهيم الاجتماعية مفهوم يرتدي معاني مختلفة قد تكون متشابهة بما يضمن نوعا من التضامن والتكامل ولكن في الوقت نفسه فهما متعكسا وحتى متناقضا.

### 1- مفهوم الهوية.

#### أ- الدلالة اللغوية لمفهوم الهوية.

الهوية (بضم الهاء) تترجم حرفيا بالموجود هناك L'être cela أو كونه هكذا. الهوية مصطلح ينتمي إلى المعجم الفلسفي العربي منذ العصر الوسيط ويحيل في المنطق إلى مبدأ الذاتية أو الهوية (أ = أ) كمقولة ميتافيزيقية دالة على الماهية، حيث أن لفظ الهوية يطلق على معان ثلاثة: التشخيص، والشخص نفسه، والوجود الخارجي، حيث: ما به الشيء هو باعتبار تحققه يسمى حقيقة وذاتا، وباعتبار تشخيصه يسمى هوية وإذا أخذ معنى أعم من هذا الاعتبار يسمى ماهية ويمكن التمييز بين: الماهية والحقيقة والهوية كالاتي:

- الأمر المتعلق من حيث إنه مقول في جواب (ما هي) يسمى ماهية.
- من حيث ثبوته في الخارج يسمى حقيقة.
- من حيث امتيازه عن الغير يسمى هوية.<sup>(2)</sup>

لا يرتبط مفهوم الهوية فقط مع مفاهيم: الماهية والحقيقة، بل يتواجد مع مفاهيم أخرى عديدة قريبة الدلالة منه، ويرتبط على المستوى السيمانطيقي والمفاهيمي والإيديولوجي وهكذا فإن الأصالة (Authenticité) والذاتية (يقال لها أيضا Identité) وهي لفظ أنسب ما يكون في هذا المقام من الهوية والأنا (Ego).

يحدد الجرجاني الهوية بقوله: "الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمالا النواة على النتيجة في الغيب المطلق" لنقف على استعمال هذه الكلمة في الأدبيات المعاصرة حيث ترد بالصور الآتية:

- التعبير عن خاصية المطابقة: مطابقة الشيء لنفسه أو مطابقتة لمثيله.

<sup>(1)</sup> Guignard thomas, le Sénégal, les Sénégalais et internet, doctorat science de l'information et de la communication, thèse doctorat (non publier), université Charles de Gaulle Lille 3, sans date, p 60.

<sup>(2)</sup> نعمان عباس، العولمة الثقافية الغربية، سلسلة أعمال الملتقيات (دون مكان: مخبر علم الاجتماع و الاتصال للبحث والترجمة ،دون تاريخ)، ص



- في المعاجم الحديثة لا يخرج المعنى عن المضمون السابق فالهوية هي: "حقيقة الشيء أو الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية والتي تميزه عن غيره ويسمى أيضا وحدة الذات".<sup>(1)</sup>

## ب- الدلالة الاصطلاحية لمفهوم الهوية.

إن التوجه الوضعي الذي يطغى على ساحة الفكر والعلم الاجتماعيين، ينزع إلى اعتبار كل الظواهر الإنسانية تكتسي ميزة النسبية (في مقابل الإطلاق) والحسية المادية (في مقابل المثالية المتجاوزة)، إن ثراء مفهوم الهوية أدى إلى بروز العديد من المقاربات حول المفهوم يمكن تلخيصها في الآتي:

1- الهوية هي الثابت: يشرح الدكتور محمد عمارة أن الهوية في عرف حضارتنا العربية الإسلامية مأخوذة من "هو . هو" وذلك يعني أن جوهر الشيء هي حقيقته المشتملة عليه اشتمال النواة على الشجر وثمارها، ولما كان في كل من الأشياء إنسانا أو ثقافة أو حضارة الثابت والمتغيرات، فإن هوية الشيء هي ثوابته التي تتجدد ولا تتغير تتجلى وتفصح عن ذاتها دون أن تخلي مكانها لنقيضها طالما بقيت الذات على قيد الحياة، إنها أي الهوية كالبصمة بالنسبة للإنسان يتميز عن غيره، وتتجدد فاعليتها ويتجلى وجهها كلما أزيلت من فوقها طوارئ الطمس والحجب دون أن تخلي مكانها ومكانتها لغيرها من البصمات.

2- الهوية مفهوم إيديولوجي: وفق هذا الاتجاه فإن رسم حدود الهوية أو الخصوصية أمر صعب على صعيد الواقع، لذلك فإن الهوية أو الخصوصية هي مفهوم إيديولوجي أكثر منه علمي خاصة وأن الهوية يمكن التعبير عنها أو تجسيدها من خلال سمات كثيرة ومختلفة فقد يعبر عنها بالعديد من العناصر. إن الدين واللغة، والدولة الوطنية أو القومية، كلها عناصر يمكن التعبير من خلالها على الهوية وهي بطبيعتها عناصر متغيرة حسب طريقة استخدامها وتوظيفها لذلك يمكن لمجتمع واحد أن يبدل هويته حسب المراحل التاريخية والظروف الحاكمة.<sup>(2)</sup>

3- الهوية كائن يصير ويتطور: يرى محمد عابد الجابري أن الهوية كيان يتطور إما في اتجاه الانكماش وإما في اتجاه الانتشار وهي تعنى بتجارب أهلها ومعاناتهم وانتصاراتهم وتطلعاتهم، وكذلك باحتكاكها سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى والتي تدخل معها في تغاير من نوع ما، يعني أن الفرد بهويته المتميزة والمستقلة والجماعة بهويتها المستقلة والتمتيزه وكذلك الجماعة تشترك كلها في رسم وتحديد معطيات وثوابت تلك الهوية من جميع جوانبها المادية والروحية

(1) المرجع نفسه، ص 218.

(2) زعموم مهدي، مرجع سبق ذكره، ص 23-24.

وغيرها، إن هذه المستويات لا يمكن اعتبارها قارة ولا ثابتة بل يتغير مدى كل منها اتساعا وضيقا بحسب الظروف وأنواع الصراع ذات البعد الفردي، الجهوي، الوطني والقومي.<sup>(1)</sup>

## 2- الهوية الثقافية.

يتعذر تصور الهوية والثقافة كمفهومين واقعيين منفصلين إن أية هوية تختزل ثقافة ما ولا هوية من دون منظور ثقافي كما أن الثقافة في عمقها وجوهرها هوية قائمة بالذات.

لكل مجتمع ثقافة ولكل ثقافة هويتها الخاصة التي تنطلق منها وتخضع لها في جميع نتائجها وتتمثل فيما يتم تسميته نسق القيم الإنسانية وينبثق نسق القيم الأساسي للثقافة من النظام الرائد الذي قد يكون عبارة عن دين أو أسطورة أو مذهب فيشمل كل أنحاء الثقافة متغلغلا في كل جزء من أجزائها.

بصفة عامة يمكن أن نقف على تعريفين للهوية الثقافية:

التعريف الأول: يتصور الهوية الثقافية كخصوصية ماهوية ضيقة مغلقة، إن مثل هذا التصور يوقف التاريخ ليصبح صورة هزلية لما يجب أن يكون عليه، أما التصور الثاني فيرى فيها أي الهوية الثقافية بوصفها شيئا يتم إنتاجه بشكل متواصل في عمليات دائمة لم تكتمل بعد فالهويات الثقافية تنبثق في أماكن لها تاريخ لكنها مثل كل شيء تاريخي في تحول دائم.<sup>(2)</sup>

### 2.2.6. الإعلام والهوية.

بشكل عام فإن عولمة الإعلام تؤدي بأشكال الروابط الاجتماعية المحلية والخبرات الوطنية إلى الاختناق والاضمحلال كما أنها في نفس الوقت لا تؤدي إلى ترسيخ وتمتين الثقافات المتخفية للحدود الوطنية. إن فكرة أن الفضاءات والأماكن لا توجد في المجرى ولكن يتم بناؤها ثقافيا، تساعد في الحد من الإدعاءات القائلة بأن الهويات الوطنية ماتت نتيجة العولمة واللامركزية المكانية الظاهرة في الخبرات الإنسانية، هذه النتيجة يمكن التوصل إليها فقط باستعراض مختلف المقاربات النظرية التي حاولت تفسير طبيعة التأثيرات التي من الممكن أن يحدثها الإعلام العابر للحدود على الهويات الوطنية.

تطرح طبيعة العلاقة بين الإعلام ووسائله وآثاره على الهويات الوطنية العديد من التساؤلات كما تحظى بكثير من الاهتمام على مستوى الدراسات الإعلامية إنا الامر يتعلق بطريقة مباشرة بالنتائج المترتبة عن عولمة الإعلام ووسائله وصناعاته. هناك إجماع على أن الإعلام كان الحافز المباشر في صنع الهويات الثقافية، يوازيه أيضا إجماع على الدور الفعال للإعلام الإلكتروني على هوية الجماعة،

(1) المرجع نفسه، ص 26

(2) نعمان عباس، مرجع سبق ذكره، ص 219.

وذلك عن طريق تقليبه لأثر العلاقة القائمة ما بين المكان والحيز الفيزيائي وطرق الوصول إلى المعلومات.

على العموم هناك مقاربتين حول طبيعة العلاقة بين الإعلام العابر للحدود ودوره في تشكيل هويات جديدة.

1- المقاربة الأولى: تفترض هذه المقاربة أن العلاقة بين الإعلام والهويات الثقافية هي أكثر تعقيدا مما يذهب إليه أتباع مركزية الإعلام واتجاهاتهم ذلك أن استمرار وبقاء الهويات المحلية متواجبة مع المشاريع الوطنية، و بقاء وثبات الهويات الوطنية التي تقف في وجه الإعلام العالمي الهجومي كلها حجج تدحض الفكرة القائلة أن الإعلام كان فعلا في قولة وصياغة الوعي الوطني.<sup>(1)</sup>

إن الوطنية لا تزال تقاوم في كثير من الدول وتتعرض للتشكيك، كما أن كثيرا من المجتمعات المعاصرة لم تصل بعد إلى إجماع حول ماذا تعنيه ثقافتهم الوطنية وإذا كان الإعلام الوطني لا يؤدي بالضرورة إلى تشكيل وتصميم الهوية الوطنية، فإنه وبالتبعية يمكن رفض فكرة أن الإعلام المتخطي للحدود الوطنية يؤدي إلى صنع هويات متخطية للحدود القومية، كما أن تصادم منتجات الصناعات السمعية البصرية مع الخصوصيات الثقافية للأوطان المتلقية وفشل الإعلام المرافق للظاهرة الاستعمارية التقليدية في تشكيل هويات جديدة للشعوب المستعمرة، وكذلك فشل الإعلام الغربي في إزالة المفروقات الوطنية والاختلافات وجمعها وتطبيعها ضمن ثقافة واحدة على الرغم من تحقيقه لشرط توطين وسائل الإعلام كعامل فعال ومؤثر في صناعة وتوحيد ثقافة وطنية كل العناصر السابقة هي حجج يعتمد عليها أصحاب هذه المقاربة.

2- المقاربة الثانية: تقوم هذه المقاربة على افتراض أن عولمة الإعلام تعيد رسم الحدود الثقافية المحددة وطنيا وتضعف من الخرائط الثقافية والخطط المرسومة وطنيا ومحليا أو حتى جعلها عديمة الفائدة أحيانا.<sup>(2)</sup>

إن خلفية هذه المقاربة تشرحها الفكرة القائلة بأن تكنولوجيا الإعلام تجعل أمر تجاوز المكان ممكنا وفق هذه النظرية فإن الصحف، والمجلات، والأفلام، والراديو والتلفزيون كانت جميعها مسؤولة عن جلب وجذب وجمع الكثير من الناس المتباعدين بحكم المكان والجغرافية واللغة، والعرق، والثقافة، والدين وذلك عن طريق إرسال ثقافة عامة لكل شرائح المجتمع وفئاته ضمن حدود الدولة الوطن و بنفس الطريقة وباعتبار العولمة تجاوز للزمان وتحطيم للمكان وتقليص للمسافات والتخطي عبر الحدود القومية يعمل الإعلام الالكتروني وعولمته على تمدد الإجراءات الأولى القائمة على احتواء المسافات والأمكنة لتطويعها

(1) غسان منير حمزة سنوو علي أحمد الطراح، الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام(الكويت : دار النهضة العربية ، 2002)، ص 154.

(2) المرجع نفسه، ص 149.

وجعل أمر التحكم فيها ممكنا وسهلا؛ بمعنى تقديم أكبر قدر ممكن من الجماعات الثقافية العالمية على حساب تلك المحلية بمعنى أن تكنولوجيات الإعلام الحديثة قادرة على أن تفصل المكان عن الهوية والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية وتزيد من ضعف الشعور بالانتماء المرتبط بالمحلي والوطني وتعمل على تفويضه وتنسج هويات غير متعلقة بالحيز المكاني وتقلل شعور الانتماء إليه.<sup>(1)</sup>

على هذا المستوى من التحليل تلتقي كل من نظرية الإمبريالية الثقافية وتيار ما بعد الحداثة مع اختلاف أساسي يمكن توضيحه بالآتي: تعرف نظرية الإمبريالية الثقافية العولمة أساسا على أنها تكشف مصادر الإعلام في خليط عالمي يلعب فيها الإعلام دور المدرب الفعال للمستهلكين حول العالم وهو ما يحفز نشوء هويات متخطية للحدود الوطنية، تعرف تحت مفهوم الأذواق الثقافية فالذوق هو الذي يعمل عليه وعلى توحيد بعض النظر عن الحدود الجغرافية والوطنية والثقافية والفكرية، تنتج أذواق عالمية للاستهلاك بالنسبة لتيار ما بعد الحداثة فإن ما يعنيه أكثر هو تحطيم القوالب الثقافية السائدة والأنماط الموحدة ثقافيا، إن الاختلاف الأساسي يكمن في أن ما بعد الحداثة تفهم العولمة ليس من باب تجميع وتكتيل صناعات الإعلام وتكاثرها وازدياد نفوذها ولكن عن طريق دورها الأساسي في تجاوز عاملي الزمان والمكان ذلك أن التحولات التكنولوجية قد غيرت جذريا حدود المكان وما يتعلق به من قضايا اجتماعية وظواهر ونظم.<sup>(2)</sup>

### 3.2.6. مفهوم الهوية الثقافية العربية.

#### 1- مفهوم الهوية الثقافية العربية.

تتبنى وتتحدد ملامح الهوية الثقافية العربية من خلال ما تتفرد به من عناصر تمنحها خصوصيتها الثقافية، تتمثل هذه العناصر أساسا في:

أ- الدين الإسلامي: يشكل الدين الإسلامي المكان الأساسي للهوية العربية يطبعها بطابعه الخاص ويشكل خزان قيمها، وعليه يعتبر القرآن الكريم المصدر الأساسي للهوية الثقافية العربية نظرا لكونه منهج حياة، كما تشكل السنة النبوية المصدر الثاني للهوية الثقافية العربية.

ب- اللغة العربية: تعتبر هي الأخرى مقوما أساسيا من مقومات الهوية الثقافية العربية فهي ليست لغة تخاطب فقط ولكنها لغة فكر كما أنها تعد القاسم المشترك بين شعوب المنطقة العربية على تعدد لهجاتها هذه الأخيرة على تنوعها وتعدد طبوعها تعتبر عامل إغناء للغة العربية التي انصهرت في بوتقتها. لقد اعتبر الكثير من الباحثين والعلماء العرب اللغة العربية والدين الإسلامي أهم مكونات الهوية الثقافية العربية في حين ذهب الكثيرون إلى إضافة عدد من العناصر الأخرى، وفي هذا الصدد أدرج السيد نجم في كتابه ملامح الهوية الثقافية العربية عنصر التراث

(1) جمال محمد ابو شنب، نظريات الإتصال والإعلام ( القاهرة : دار المعرفة الجامعية، 2008 )، ص 89.

(2) غسان منير حمزة و علي أحمد الطراح، مرجع سبق ذكره، ص 151-152.

ضمن تشكيله عناصر الهوية الثقافية معتبرا إياه حصيلا تزوج بين الدين الإسلامي واللغة العربية على مر التاريخ العربي الطويل والذي يعبر عن نفسه من خلال تظهره في عدة أشكال هي التاريخ والعادات والتقاليد.

## 2- خصائص الهوية الثقافية العربية.

تطرقنا في مفهوم الهوية الثقافية إلى مفهوم الهوية كخصوصية ماهوية مغلقة وكظاهرة تاريخية مفتوحة على التطور بوصفها شيئا يتم إنتاجه باستمرار، فيما يتعلق بالحوية الثقافية العربية لا يمكن أن نأخذ بهذين التحديدتين على الأقل وهذا لسببين: عام وخاص.

- يتعلق العام بتعريف الهوية باعتبارها الحقيقة والأصل وما يميز الشيء والفكرة عن غيرها تميزا يمنع التماهي.
- يتعلق السبب الخاص، بطبيعة الثقافة الإسلامية التي تتسم بسمتين: أولهما سمة الثبات فيما يتعلق بالمصادر القطعية، وما جاءت به من عقائد وتشريعات وقيم ومناهج وثانيها هي سمة التغيير فيما يتعلق باجتهادات المسلمين وإبداعاتهم القابلة للصواب والخطأ وبالتالي الاختلاف، فالجانب القطعي [المؤسس لا كمشروع مستقبل بل كحقيقة سرمدية] في الثقافة الإسلامية يتسم بما يتسم به الإسلام من خصائص بصفته دينا للحياة.<sup>(1)</sup>

### 4.2.6. الهوية الإسلامية والموقف من العولمة.

لا توجد رؤية واحدة للعولمة سواء على مستوى الأدبيات العالمية أو أدبيات الدول الإسلامية أو حتى المفكرين في الدول الإسلامية فالعالم الإسلامي هو جزء من المنظومة الفكرية العالمية تنتشر فيه مختلف الرؤى المطروحة حول العولمة وباستعراض أدبيات العولمة يمكن استخلاص ثلاث رؤى رئيسية للعولمة، نستعرضها بإيجاز مع محاولة تلمس أبعاد الرؤى الإسلامية للعولمة.

#### أولا: الرؤية الليبرالية الجديدة للعولمة (الاندماجية).

تتمثل الرؤية الأولى للعولمة فيما تطرحه المدرسة الليبرالية الجديدة من أفكار بخصوص التحولات في النسق العالمي بعد نهاية الحرب الباردة وجوهر هذه الرؤية هو الاعتقاد الصارم بأن العولمة ظاهرة ايجابية ينبغي على الجميع التكامل معها والالحاق بها لأنها عملية حتمية لا فكاك منها مما جعل بعض الدارسين يطلق على تلك الظاهرة "الهوس بالعولمة" إذن هي ظاهرة حتمية ينبغي على الجميع الارتباط بها، وهي ظاهرة تلقائية نشأت نتيجة الثورة الصناعية الثالثة وما أثمرته من تقدم تكنولوجي وهي ليست بالضرورة ظاهرة مقصودة تدفعها قوى دولية معينة، إن الحل أمام دول الجنوب هو الاندماج الكامل مع

(1) نعمان عباس ، مرجع سبق ذكره، ص 220.

قوى العولمة وكلما زادت سرعة هذا الاندماج زادت المكاسب المحتملة، تعتبر تركيا من أبرز المدافعين عن تلك الرؤية للعولمة من بين الدول الإسلامية وفي هذا الإطار يأتي سعيها الحثيث للانضمام إلى الاتحاد الأوروبي وقبول شروطه الاقتصادية والسياسية والثقافية لدخول الاتحاد.(1)

### ثانيا: تيار الرفض للعولمة.

تتعامل هذه الرؤية مع العولمة كظاهرة إمبريالية جديدة، بمعنى أن النظام الدولي للعولمة يقوم على إعادة إنتاج نفس علاقات القوة والهيمنة، وسوف يزيد من توسع الهوية السياسية والاقتصادية، بمعنى أن التفاوت والصراع سيظل قائما بين الشمال الغني والجنوب الفقير(2).

### ثالثا: الرؤية التفاعلية.

وفق هذه الرؤية، فإن العولمة هي أمر واقع ينبغي التعامل معه بمعنى الدخول في حوار حقيقي مع قوى العولمة بهدف التقليل من الخسائر وزيادة المكاسب، تركز تلك الرؤية على أهمية التعامل المتوازن مع القضايا التي تطرحها العولمة من خلال إستراتيجية تقوم على التعامل التدريجي والربط بين مختلف القضايا المطروحة فهذه الرؤية تنزع إلى فهم العولمة على أنها ظاهرة مركبة تتضمن أبعادا ايجابية وأخرى سلبية ينبغي تقاؤها، في مقابل الفرص الايجابية التي أتاحتها العولمة ومنها التطور الهائل في التكنولوجيا وزيادة تدفقات رؤوس الأموال وانفتاح الأسواق فإن هناك جوانب سلبية لهذه الفرص تبعث على القلق والتمثل في استمرار مشاكل الفقر والجهل والديون وانتشار الأوبئة التي تهدد أمتنا بأكملها إضافة إلى تفتيش ظاهرة تهميش المجتمعات النامية وحرمانها من جني ثمار العولمة مع ما يقترن مع ذلك من اتساع الفجوة التي تفصلها عن الفئات الأوفر حظا وهاتان الصورتان هما وجهان متلازمان للعولمة كما هي الآن.(3)

طبقا لهذه الرؤية فإن العولمة هي حقيقة ينبغي التكامل معها للإقلال من آثارها السلبية على الأقل مع التسليم بأن لها أثارا ايجابية كذلك فإنه من الممكن من خلال الحوار الايجابي مع الدول الصناعية المتقدمة والمؤسسات المالية الدولية، التغلب على الآثار السلبية وتحقيق تكامل اقتصاديات الدول النامية مع الاقتصاد العالمي كما تركز هذه الرؤية على صياغة أجندة جديدة للنظام الدولي من خلال الحوار الايجابي المتوازن مع الدول المتقدمة والمؤسسات المالية الدولية والأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة.(4)

(1) صفاء عبد الكريم الدوري، العولمة والإسلام، [على الخط]، على الخط (2015/10/15)، متاح على [http://www.alukah.net/culture]

(2) عمار بن سلطان، "العولمة ومستقبل العلاقات الدولية"، فكر ومجتمع العدد 5 و 6 (أكتوبر 2010)، ص 17.

(3) حازم نهار، العرب والعولمة، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/12/10 متاح على الموقع [http://www.ahewar.org]

(4) صفاء عبد الكريم الدوري، مرجع سبق ذكره.

### 3.6. العولمة الإعلامية والاتصالية و اللغة العربية.

يزخر العالم بآلاف اللغات وكل لغة تحمل العالم في جوفها فهي وسيلتنا لإدراك العالم وواسطتنا التي تحدد المسافة بيننا وبين واقعنا وأداة تعاملنا مع هذا الواقع التي نحول بها المحسوس إلى المجرد ونجسد بها المجرد في هيئة المحسوس، إنها الجسر الواصل بين خصوصية الذات وعمومية الموضوع اللغة هي قدر الإنسان الاجتماعي فكما تكشف عن طبقته وجذور نشأته تكشف - أيضا - عن عقليته وقدراته وميوله الفكرية.

إن ثقافة كل أمة كامنة في لغتها كامنة في معجمها ونحوها ونصوصها، واللغة بلا منازع أبرز السمات الثقافية وما من حضارة إنسانية إلا وصاحبها نهضة لغوية وما من صراع بشري إلا وحوى في جوفه صراعا لغويا، حتى قيل أنه يمكن صياغة تاريخ البشرية على أساس من صراعاتها اللغوية و تشهد حضارة اليوم حركة نشطة ل لغونة الكثير من جوانبها: السياسية والمعرفية والاقتصادية والأخلاقية.<sup>(1)</sup>

#### 1.3.6. العولمة والتحديات اللغوية .

مهد ظهور العولمة إلى بزوغ عصر جديد خلق فضاءا واسعا من التفاعلية بين الأمم والاقتصاديات والأشخاص والتي تتطوي في نفس الوقت على كثير من عوامل الاختلال والتهديد والتي من الممكن أن تؤدي في الوقت نفسه إلى التهميش وإقصاء أطراف أخرى، وتعد المسألة اللغوية في هذا الإطار أحد الرهانات الكبرى إذ تزداد - يوما بعد يوم- مساهمة اللغة في تحديد الأداء الكلي للمجتمع الحديث سواء من داخله أو بالنسبة إلى خارجه، يقصد بالمستوى الأول أنماط الإنتاج المعرفي والإبداعي أما الخارجي فهو العلاقات التي تربط المجتمع بغيره من المجتمعات والعوامل التي تحدد ثقله الإستراتيجي في إطار العولمة، إن الجديد في هذه الحقبة التي نعيشها بالنسبة للغة ليس تعاضد دور اللغة على مستوى التربية والثقافة فهو دور أنيط باللغة منذ نشأتها وارتبطت فيه الثقافة باللغة ارتباطا بنويا ولكن الجديد يتمثل في استحداث اللغة لنفسها أدوارا جديدة بعد أن تداخلت مع التكنولوجيا بصورة كبيرة ليبرز دورها الاقتصادي والسياسي.

تشير بعض الدلائل إلى أن التواصل عن بعد عبر الوسيط الإلكتروني سيقبل مفهوم التواصل اللغوي الذي اعتدنا عليه رأسا على عقب، سواء من حيث طبيعة العلاقة بين المرسل والمستقبل أو من حيث تنوع أشكال التواصل واتساع نطاقه وتعدد مطالب فاعليته. إن النموذج الجديد للكتابة الإلكترونية كوسيلة للتواصل يطرح نفسه كبديل للتواصل الشفهي في هذه الحالة تبدو الفروقات كبيرة جدا ولا يمكن إغفالها مع ما يترتب عنها من تأثيرات تواصلية ثقافية. إن شفاهة الكلام ذو الطابع الاتصالي المواجهي يزخر بالانفعالات ويؤازره عادة ألوانا متعددة ومتضافرة من أفعال الكلام مثل: حركات اليد والعينين،

(1) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 232.

وخلجات الشفاه وتغير النبرات ولا شك أن أسلوب التواصل عبر النص الإلكتروني يشير لا محالة الى نقاط مهمة لفهم علاقة الشفاهة بالكتابة.<sup>(1)</sup>

شكلت الكتابة الإلكترونية كأداة للتواصل الموجة الأولى لظهور الجيل الأول من الانترنت فيما تشكل ظواهر التشبيك الاجتماعي وبزوغ الشبكات و تطبيقات الاتصال المجموعاتيّة الموجة الثانية من أساليب الاتصال متوافقة مع ظهور الويب 2.0، إنه تطور لا يناظره على المستوى التاريخي الإعلامي سوى ظهور التلفزيون وسطوة صورته على حساب موجات الأثير وحروف غوتنبرغ، غير أن التحول في هذه المرحلة أشد عمقا وأكثر تأثيرا لأنه يترافق مع انفتاح عالمي كوكبي على مستوى الرسالة والوسيلة والمستخدم على حد سواء لتمتد حدود الرسالة لتتماهى مع حدود التقنية على حد سواء.<sup>(2)</sup>

إن الحديث عن طبيعة التحديات اللغوية التي تطرحها ظاهرة العولمة يجربنا بالضرورة إلى الحديث عن مجتمع المعلومات، ذلك أن هذه التحديات طرحت نفسها بداية خلال السبعينات والثمانينات نتيجة التزاوج بين التلفزيون والاتصالات، وازدادت حدة مع انتشار الانترنت وتعقد العلاقة بين التغييرات الرقمية والتغيرات الاجتماعية وظهر إشكاليات التكامل بين السياسات التكنولوجية والاجتماعية مع بعضها البعض.<sup>(3)</sup>

استحدثت اللغة لنفسها أدوارا جديدة بعد أن تداخلت مع العلوم والتكنولوجيا، بصورة كبيرة وتنامى معها الدور الاقتصادي والسياسي الذي من الممكن أن تلعبه وبالرغم من كثرة الحديث عن الأهمية التي تكتسبها اللغة في عصر المعلومات والانترنت إلا أنه ينبغي الإشارة إلى أهمية الإشارة إلى الأبعاد التي من الممكن أن تأخذها اللغة وامتداداتها المعاصرة في المنظومة الاجتماعية في عصر المعلومات.

تطورت العلاقة ما بين التقنية واللغة كانعكاس للتطور التقني المهول والحضور المتعاظم للتقنية في الحياة الاجتماعية، شكل ظهور غوتنبرغ المرحلة الأولى لتلاقي التقنية واللغة حيث اقتضت العلاقة على التعامل السطحي مع الحروف لتصبح العلاقة أكثر عمقا مع ظهور تكنولوجيا المعلومات والتي استطاعت النفاذ إلى قلب المنظومة اللغوية. إن طبيعة العلاقة بين التقنية ومعطى اللغة يمكن فهمها من خلال مدخلين: الأول: الأهمية المزيدة للبرمجيات التعليمية والثقافية وكلاهما كثيف اللغة من حيث الاستخدام وهما يمثلان في الوقت الراهن أهم فروع التكنولوجيا المعلوماتية وأهم الوجهات الاستثمارية أيضا، وفيما يعتبر الكثيرون أن البرمجيات التعليمية هي التطبيقات الأكثر استخداما ورواجا، فإن الاندماج ما بين الانترنت ومختلف وسائل الإعلام والاتصال على غرار التلفزيون والهواتف النقالة من الجيل الثالث سوف يخلق سوقا كبيرة لصناعة المحتويات الإلكترونية مع ما يتطلبه ذلك من تهيئة لغوية للدخول في

(1) المرجع نفسه، ص 238-239.

(2) Daoud Djefafila. « Les révolutions 2.0 » des facebookiens dans l'espace arabe,

مجلة علوم الإنسان والمجتمع، عدد 2 (جوان 2012)، ص 16.

(3) محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، 2007، ص 32.



هذه السوق. أما المدخل الثاني فيتمثل في أن : اللغة هي الركيزة الأساسية لتكنولوجيا المعلومات وهذا من أجل إكساب الحواسيب خاصية الذكاء الاصطناعي والقدرة على التعلم ذاتيا وكلاهما يعتمد على المحاكاة الآلية للقدرة البشرية في استخدام مختلف اللغات الإنسانية في الوقت الذي أصبحت فيه الانترنت إلى على الجيل الثاني كليا، والذي يتيح النفاذ إلى محتوى ومضمون الوثائق الإلكترونية خلافا لما كان يتداول من قبل أين كان يجري التعامل على مستوى ظاهرة الألفاظ والنصوص، والويب الدلالي بتطوراته الحالية يحتاج إلى تطبيقات لغوية ذكية لتحليل مضمون الوثائق وفهم النصوص آليا واستنباط ما تبطنه سطورها من معاني ومفاهيم ما.(1) أما على مستوى الإعلام يزداد الارتباط بين اللغة والمضامين ذلك أن وسائل الإعلام تعتمد الرموز اللغوية بطريقة مكثفة كوسيلة للتعبير وإذا ما أخذنا طبيعة الارتباط البنوي بين الإعلام والثقافة فإن دور اللغة يتضاعف في علاقتها مع منظومة الإعلام. إن السلوكات اللغوية لأي جماعة من الجماعات هو انعكاس مباشر لما يتلقونه من رسائل لغوية في المقابل فإن كثافة الرسائل الإعلامية نتيجة للبحث المتواصل وتغير منظومة الإعلام وإعادة هيكلتها بالشكل الذي يضيف عليها المزيد من المرونة والتفاعلية؛ إضافة إلى اندماج صناعة الإعلام مع الابتكارات الاقتصادية على مستوى عالمي مع ما يستتبع ذلك من تهديدات لغوية أمام الانتقال المتسارع للعناصر الثقافية واللغوية وفق آليات الاختراق والرموز الناعمة، كل هذه العوامل تفرض تحديات لغوية جسيمة على المستوى الإعلامي.(2)

ثقافيا ظلت اللغة حاضنة للثقافة، فهي الأداة التي تنمو بها وتنتشر كما أن اللغة هي جزء إن لم يكن أهم أجزاء الثقافة، تصنع للجماعة تميزها وتشكل وعيها. إن من أهم مواضيع النقاء اللغة بالثقافة هو ذلك الجزء المتعلق بعلاقتها مع الفكر فتجريدية الفكر تحيلنا إلى حقيقة اللغة كنظام يعمل على مستوى المفاهيم والمجردات من مقولات وعلاقات وسمات وتقابلات وهي وسيلة الإنسان لإدراك ثنائية الزمان والمكان ثنائية الوجود الحاكمة وبالتالي إدراك ظواهر الكون من حوله. على المستوى الاقتصادي تحتل تكنولوجيا المعلومات منزلة متميزة ما بين اللغة والاقتصاد ذلك أنها حلقة الوصل بينهما، ومن يستطيع أن يسوق لغته يستطيع أن يسوق منتجاته و تنتمي الأهمية الاقتصادية للغة من منطلق مجموعة الأدوار التي تلعبها وستلعبها مستقبلا، هذه الأدوار نوجزها في الآتي:

- تشكل اللغة أساسا لصناعة عصر المعلومات والمعرفة والمتمثلة في صناعة المحتوى وهذا لأن اللغة تعتبر من عناصر البنى التحتية لهذه الصناعة ويتعلق بهذا الجانب المعالجة الآلية لها حتى أننا نجد أن كل مقومات صناعة المضامين لا بد وأن تعتمد على اللغة، إن أهم عنصر في هذه الصناعة وهو المحتوى تساهم فيه اللغة بشكل كبير جدا ويمكن أن نضيف

(1) نبيل علي، أهمية اللغة العربية: رؤية المعلوماتية، مجلة العربي عدد 559، (2005)، ص 148-150.

(2) نبيل علي، موقع العرب ومكانتهم في عصر ثقافة المعلومات، بلا حدود: لقاء تلفزيوني على قناة الجزيرة، 2001/03/28. تاريخ الزيارة

[www.aljazeera.net] (2006/10/05) متاح على الموقع:

هنا كل ما له علاقة بالإنتاج والمعالجة لهذا المحتوى من برمجيات وقواعد بيانات وما شابه كلها مستمدة من المعلومات.

- تساهم عملية حوسبة اللغة في دعم المؤسسات التي تعمل في حقل التجارة الإلكترونية وهذا لتسهيل التعامل والتواصل الفعال مع مختلف الزبائن والعملاء من جهة ومع بعضها البعض من جهة أخرى.
- تنامي فرص العمل التي توفرها قطاعات المعلومات والتي تشتغل في قطاع اللغة ونظم معالجتها وهي من أهم فئات العمالة ويمكن أن نذكر هنا (عمالة الإعلام والنشر، عمالة البحث والتطوير...<sup>(1)</sup>).

### 2.3.6. العولمة والواقع اللغوي الجديد.

أفرزت عولمة وسائل الاتصال واقعا لغويا جديدا يختلف كلياً عما سبق، فقد أدت الانترنت إلى فتح الباب على مصراعيه أمام تدفق معلوماتي يطغى عليه مد هادر للغة الإنجليزية، وهو الأمر الذي أثار الفزع لدى جميع الأمم غير الناطقة بالإنجليزية وقد انتابها قلق شديد على مصير لغاتها القومية وهي توشك أن تتسحق أمام الإعصار المعلوماتي الإنجليزي الجارف تحت ضغوط اقتصادية وسياسية وثقافية هائلة.<sup>(2)</sup> يطرح الواقع اللغوي الجديد الذي أفرزته ظاهرة الانترنت والاتصال العابر للحدود نقاشات وجودية ترتبط باللغة هذه النقاشات ترتبط بـ:

أولاً: ظاهرة الانقراض اللغوي الذي يهدد معظم لغات العالم.

ثانياً: قضايا حقوق الأقليات اللغوية باعتبار حق التمسك باللغة الأصلية، باعتباره أحد الحقوق الثقافية الأساسية في مجتمع المعلومات. إن ما يحدث على الساحة اللغوية العالمية يمكن وصفه إلى حد بعيد بـ الداروينية اللغوية حيث تشير إحصائيات اليونسكو إلى أن نصف لغات العالم بات مهدداً بالانقراض.

في ظل مبدأ البقاء للأقوى والأقوى هنا يعني الأكثر شيوعاً تضيق الإنجليزية الخناق على ما عداها من اللغات وهي توشك أن تخرج منفردة لغة عالمية، لقد جعلت شبكة الانترنت شعوب العالم بأسره أكثر وعياً بطغيان اللغة الإنجليزية حيث أظهرت عولمة اللغة الإنجليزية مدى خطورة العامل التكنولوجي في التعجيل بحركة الانقراض اللغوي كما أن الرصيد الإستراتيجي الثقافي للبشرية جمعاء صار مهدداً وبالتالي إن تأثير تكنولوجيا المعلومات والانترنت على التنوع اللغوي يتفوق بكثير على تأثير الصناعة على التنوع البيولوجي.

(1) غزال عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص 84.

(2) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 237.

لقد أدركت القوى الاقتصادية الأمريكية الأهمية البالغة لموارد المعلومات في اقتصاد ما بعد الصناعة حتى أخذت تشدّ أسلحتها اللغوية؛ تهيئة لصراع دولي متوقع على ساحة الثقافة حيث فتحت تكنولوجيا المعلومات الكثيفة لغويا الباب على مصراعيه أمام الولايات المتحدة الأمريكية لكي تجعل من شيوع اللغة الإنجليزية وسيلة لسيادة العالم معلوماتيا وثقافيا وبالتالي اقتصاديا و بفضل الانترنت التي تطفو على طبقات من اللغات نافذة ومترابكة استعادت الولايات المتحدة حلمها عن طريق السيطرة اللغوية أو الرمزية، إننا نعيش في حقبة الرمز، و اللغة فيها سلطة تفوق جميع السلطات، أما على المستوى الثقافي فنجد فرنسا تترنح أمام الإعصار الثقافي الأمريكي فيما تكاد اليابان قطب صناعة الإلكترونيات عالميا تعلن انسحابها من صناعة البرمجيات تحت وابل البرامج ونظم المعلومات الإنجليزية اللغة الأمريكية الصنع، إحصائيا يمكن أن نورد المؤشرات الآتية والتي توضح بدقة هيمنة اللغة الإنجليزية في مجال الإعلام عالميا:

- 65% من برامج الإذاعة باللغة الإنجليزية.
- 70% من الأفلام الناطقة.
- 90% من الوثائق المخزنة في الانترنت بالإنجليزية.
- 85% من المكالمات الهاتفية الدولية تتم بالإنجليزية.<sup>(1)</sup>

تشكل التعددية اللغوية والتنوع الثقافي مكسبا إنسانيا ينبغي المحافظة عليه فيما تعني عملية التوحيد والتجانس الثقافي واللغوي تعني بالدرجة الأولى إنتهاء الإنسان ثقافيا، ذلك أن التنوع اللغوي بوصفه أحد أوجه التنوع الثقافي يقدم تجارب متعددة وفهما حضاريا متعددًا لتجربة الوجود، والإنسان والكون ككل. إن سيطرة لغة واحدة على المجتمع الدولي سيؤدي إلى إضعاف اللغات الأخرى فاللغات هي بمثابة التراث الإنساني و ثراء المجتمع الدولي قائم على تلك التعددية وفق تعبير بطرس غالي.<sup>(2)</sup> إن الإشكالية التي يطرحها الفضاء الرقمي على المستوى اللغوي بوصفه مجالا واسعا لنقل المعلومات وتوزيعها من جهة ووسيلة من وسائل الاتصال من جهة أخرى، هي أن طبيعة المحتوى والمعلومات في هذا الفضاء غالبا ما تتخذ من اللغات المهيمنة في العالم وسيلة للتعبير وهو الوضع الذي يندرج بالفعل بتقهقر التنوع اللغوي واندثار العديد من اللغات والكثير من المظاهر الثقافية. أما على المستوى العربي فهناك مؤشرات كثيرة تشير إلى ضعف وتراجع نفوذ اللغة العربية أمام التفوق الكبير الذي فرضته اللغة الإنجليزية.<sup>(3)</sup>

شهدت دول الوطن العربي منذ دخولها عصر الانترنت ارتفاعا ملحوظا في التوجه نحو استخدام اللغة الإنجليزية في القطاع التعليمي والقطاع الصناعي والتجاري، فعلى مستوى القطاع التعليمي صار

(1) المرجع نفسه، ص 275 - 278.

(2) بطرس غالي، هدف الفرانكفونية الدفاع عن التعددية اللغوية، مجلة السياسة الدولية، عدد 113 (1998)، ص 154.

(3) أحمد أبو زيد، المعرفة وصناعة المستقبل، مجلة العربي، عدد 61 (2005)، ص 16 - 18.

يعطى أهمية خاصة لتعليم اللغة الإنجليزية سواء في المدارس الحكومية والخاصة أو على مستوى الدراسات العليا.

تقدم دول الخليج نموذجا صارخا لهيمنة اللغة الإنجليزية فقد اشترطت اللغة الإنجليزية بأن تكون اللغة المعتمدة لتقلي العلوم العامة والتطبيقية، إن هذا التوجه نحو استخدام اللغة الإنجليزية يطرح كفاءة اللغة العربية في التدريس على المحك ومن جهة أخرى أدى إلى خلق مدرستين فكريتين، إحداهما ترفض حشر الإنجليزية على هذا النطاق الواسع والمجحف والمدرسة الأخرى تؤكد على عدم مقدرة اللغة العربية في التواصل والإبداع وذلك لأنها تضع عقبات كثير أمام طلاب العلم في الوصول إلى المعلومات المطلوبة بالكم المناسب وفي الوقت المناسب والتي في الأغلب تصل باللغة الإنجليزية بنسبة غير قابلة للمقارنة، بينما ترى المدرسة الأولى بأن تعريب التعليم الجامعي يجب أن يأخذ مكانه لأن الإبداع العلمي والفكري لا يأتي إلا بإتقان اللغة الأم وبأن ازدواجية اللغة عند طلاب العلم تخلق نوعا من التشتت الفكري.<sup>(1)</sup>

يشكل انجراف المواطن العربي نحو استخدام اللغة الإنجليزية واقعا ملموسا، تؤكد العديد من الدراسات، ففي دراسة للتحقق من مدى استخدام اللغة العربية أو الإنجليزية عند مجموعة من الشباب المصري المهني أجريت سنة 2002، توصلت إلى أن نسبة كبيرة (83%) من هؤلاء الشباب يستخدمون اللغة الإنجليزية للتخاطب الرسمي بواسطة البريد الإلكتروني كما أن غالبية المشاركين في البحث (71%) أشاروا بأنهم يفضلون استخدام اللغة الإنجليزية على حساب اللغة العربية للتخاطب المتزامن online chat بواسطة الانترنت.

كما أجريت دراسة سنة 2004 للتحقق من مواقف استخدام طلاب الجامعات العربية للغة الإنجليزية أو العربية، شملت عينة الدراسة طلاب من الجامعة الأردنية وآخرين من جامعة الملك سعود بالمملكة العربية السعودية، توصلت الدراسة إلى أن هناك تفضيل كبير في استخدام الإنجليزية كبديل للعربية في الأغراض التعليمية كما أن غالبية الطلاب (96%) من الجامعة الأردنية و(82%) من جامعة الملك سعود يعتقدون بفشل اللغة العربية وعدم فاعليتها في تدريس مناهج العلوم التطبيقية.

على المستوى الأكاديمي يشير الإنتاج الفكري إلى دراسة تطبيقية واحدة مباشرة أمكن الحصول عليها تحققت من اتجاهات الأكاديميين والباحثين العرب في استخدام الإنجليزية أو العربية في البحث والاتصال العلمي شملت الدراسة أعضاء هيئة التدريس بجميع الكليات الأكاديمية في جامعة السلطان قابوس بسلطنة عمان، واستخدمت أسلوب الاستبانة والمقابلة معا حيث أجاب على الاستبانة ما مجموعه 287 مشاركا، أي ما يمثل 37% من المجموع الأصلي لمجتمع الدراسة كما شملت الدراسة على 13

(1) علي بن سيف العوفي، الفجوة الرقمية اللغوية، مجلة دراسات المعلومات، عدد08 (ماي 2010)، [على الخط]تاريخ الزيارة (2014/12/10)

مقابلة بحثية لمشاركين فعليين في الاستبانة كأسلوب سابق للمقابلة، نتائج الدراسة أشارت إلى اهتمام كبير ومتعظم لاستخدام اللغة الإنجليزية في البحث والاتصال العلمي وخصوصا بين هؤلاء الأكاديميين المتخصصين في العلوم العامة والتطبيقية والذين يستخدمون الإنجليزية كوسيلة للتدريس، ينبغي التنبيه إلى أن نتائج الدراسة تشير إلى فهم المشاركين لطبيعة وحجم التهديد الذي تمثله الإنجليزية للعربية، إلا أن المشاركين يؤمنون بأنه لا مجال في عدم استخدام الإنجليزية أو التقليل من استخدامها في مجتمع بات يكافئ الباحثين والمؤلفين باللغة الإنجليزية بسخاء أكبر، و ب النسبة الأعلى من المشاركين (66%) وافقوا بأن غياب ونقص الدوريات الإلكترونية العربية والمعلومات الإلكترونية الأخرى بالنص العربي كان سببا في تفضيلهم للغة الإنجليزية و تؤكد نتائج الدراسات المتعلقة بهذا الجانب بأن الاهتمام باللغة الإنجليزية في البيئة الإلكترونية يتضاعف بشدة وبأن اللغة الإنجليزية باتت تسيطر على الإنتاج الفكري العلمي في البيئة الإلكترونية.(1)

### 3.3.6. واقع اللغة العربية وتحديات الانترنت.

تحمل اللغة كثيرا من معالم ومقومات الثقافة التي تؤلف الكلمات جزءا منها ولذا فإن انتشارها خارج حدودها الوطنية يعني انتشار مقومات وأفكار وتصورات ومفاهيم بل وقيم هذه الثقافة وبالتالي إخضاع الثقافات الأخرى لتأثيراتها و ترجح كفة اللغة الإنجليزية من بين كل لغات العالم نظرا لتفوقها العلمي والإعلامي الشيء الذي أدى إلى انتشارها ومزاحمتها للغات الوطنية والقومية في كثير من الأحيان.

يتوقع كثير من علماء اللغة اختفاء ما يزيد على نصف عدد اللغات الموجودة في العالم والتي تقدر بأكثر من ستة آلاف لغة و هذه الظاهرة لا يمكن عزلها عن منطلق العولمة لأن هذه الأخيرة تقضي على اللغات الضعيفة كنتيجة مباشرة لارتباط العولمة بالهيمنة الاقتصادية للقوى السياسية الاقتصادية الكبرى التي تفرض بشكل مباشر أو غير مباشر لغاتها على الدول المتخلفة علميا واقتصاديا، وهو ما يفسر إلى حد كبير انتشار الإنجليزية إلى الحد الذي يؤهلها في رأي الكثيرين لأن تصبح لغة العولمة.(2)

إن اللغة العربية ليست بمنأى عن هذه التحديات التي تفرزها الهجمة الإنجليزية الشرسة إذ يقر الجميع بأننا نعيش أزمة لغوية طاحنة تفتت بشكل كبير ما يطرح بالفعل أزمة وجود لغوي على مستوى الفضاء الرقمي.

(1) المرجع نفسه.

(2) أحمد أبو زيد، المعرفة وصناعة المستقبل، مرجع سبق ذكره، ص ص 16 - 21.

### 1.3.3.6. واقع اللغة العربية.

قبل الحديث عن واقع اللغة العربية ينبغي الإشارة إلى جوانب القصور في إدراك المشكلة اللغوية والتي حالت دون تحقيق أهداف الإصلاح المرجوة وتعكس طبيعة الخطاب اللغوي الراهن وجوانب القصور فيه، تتمثل هذه الجوانب في: (1)

- عدم إلمام الكثيرين بالجوانب العديدة لإشكالية اللغة حيث يقتصر التناول لهذه الإشكالية على الجوانب التعليمية والمصطلحية، بمعنى أنها تعالج معضلة اللغة على مستوى الأطراف الهامشية تجنباً للخوض في المناطق الحساسة التي تتداخل فيها قضايا اللغة العربية مع قضايانا الاجتماعية والسياسات القومية والدينية.
  - قصور المعرفة لمعظم منظري اللغة العرب بعد أن أصبحت اللغة موضوع تداخل فلسفي وعلمي وتربوي وإعلامي وتكنولوجي.
  - القطيعة المعرفية التي تميز بعض المقاربات في تناولها للإشكالية اللغوية مع التوجهات الفلسفية الحديثة والتي تولي جميعها اهتماماً شديداً بأمور اللغة تنظيراً واستخداماً، وتشتد حدة القطيعة مع المدارس الفكرية التي تتخذ موقفاً سلبياً من الدين إن عدم إقرارنا بفكر هذه المدارس، لا يجب أن يحرماننا من الإلمام بحصاها النظري الهائل على صعيد اللغة خاصة في غياب تنظير لغوي عربي حديث.
  - خطأ التشخيص للمشكلة اللغوية، تارة يوجه الاتهام إلى منظومة المدرسة وتارة إلى الجامعة وتارة أخرى إلى الإعلام وكثيراً ما يتحول الأمر إلى إدانة اللغة العربية بدعوى أنها تحمل بداخلها كوامن التخلف الفكري والعجز عن تلبية مطالب العصر. إن النقاط السابقة الذكر تفسر لا محالة واقع اللغة العربية، والذي نوجزه في النقاط الآتية:
- 1- تباطؤ مؤسسات الترجمة ودور النشر العربية.

وفق البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة الصادر بتاريخ 2003، فإن الانترنت تمثل ما نسبته 85% من حجم الإنتاج الفكري المنشور في العالم، بالرغم من ذلك فإن أنشطة الترجمة في البلدان العربية تواجه تحدياً كبيراً أمام هذا الإنتاج الفكري الكبير حيث يشير تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003، بأن ما ترجمته الدول العربية منذ عهد المأمون إلى وقتنا الحاضر لا يتجاوز في مجمله عشرة آلاف كتاب وذلك يساوي ما ترجمته إسبانيا في سنة واحدة فقط. (2)

(1) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 235.

(2) علي بن سيف العوفي، مرجع سبق ذكره.

## 2- اختلاط استخدام اللغة العربية باللغات الأخرى.

حيث يلاحظ تأكل مفردات اللغة الفصحى وزحف العاميات المحلية على حساب الفصحى يغذيها الإسفاف اللغوي المتداول على مستوى الشارع العربي الذي يتجسد في لغة هجينة من مزج بين مفردات عامية عربية بمفردات أجنبية معا سيئة الصياغة والاستخدام، يصاحبها غياب سياسات لغوية على المستوى العربي وما وجد منها على المستوى الوطني يبقى دون تفعيل.

## 3- ضمور دور مجامع اللغة العربية.

على هذا المستوى نلاحظ غياب شبه تام لدور مجامع اللغة العربية، خصوصا لما يتعلق الأمر بالقضايا التي تولي عناية بالإصلاح اللغوي مع التركيز على انتقاء القضايا التي تستطيع أن تتناولها وتحلها وتقدر عليها هذه المجامع مع ملاحظة غياب الدعم الكافي لها والاهتمام بها وشح الموارد المخصصة لها.<sup>(1)</sup>

## 4- ضعف النشر الإلكتروني باللغة العربية .

يعاني نظام الاتصال العلمي العربي من العديد من التشوهات التي أدت بدورها إلى تراجع استخدام اللغة العربية في الفضاء الرقمي، إن الإصرار على استخدام الإنجليزية أو الفرنسية على حساب العربية لأغراض البحث يمثل عامل مهدد لانتشار استخدام اللغة العربية كلغة أكاديمية أو بحثية بصورة فعالة، المعطيات السابقة يفسرها تخلف إمكانيات نظام النشر العلمي في الوطن العربي وضعف آليات الضبط الببليوغرافي والتكشيف والاستخلاص أضف إلى ذلك عدم وجود معايير موحدة للتحليل والإنتاج، وافتقارها إلى ضمان جودة المحتوى، و أنظمة علمية وعملية للاستمرار في إنتاج وإصدار أعداد الدوريات والافتقار إلى أنظمة تقنية حديثة ومتقدمة في بيئة النشر التقليدية أو المستحدثة.<sup>(2)</sup> كما لا تتوفر دلائل تشير إلى محاولات تبذل لأجل رقمنة الدوريات العربية المطبوعة ونشرها إلكترونيا ، بخلاف الدوريات العربية الإلكترونية القليلة التي تم الإشارة إليها سابقا والتي لا يتوافر لها بدائل مطبوعة كما أن المحاولات الحديثة في نشر مطبوعات إلكترونية وبالتحديد الكتب تتجه نحو الأسلوب التجاري بهدف الربح.

## 5- انكماش المكتبات الأكاديمية العربية.

أبرز التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال تعايش ثلاث أنواع من المكتبات جنبا إلى جنب ولكن بأوجه مختلفة، في إنجاز وتقديم خدماتها للمعلومات سواء عامة من حيث البث والإتاحة أم فنية من حيث الاقتناء والضبط الببليوغرافي الذي تتبعه في إدارة مصادرها وأنشطتها المختلفة، إضافة إلى المكتبات التقليدية والهجينة، تشكل الرقمية النموذج الأحدث للعمل المكتبي. كان ظهور المكتبات

(1) العسكري سليمان، أزمة العربية أم أزمة التعريب، مجلة العربي، ع 545 (2004)، ص 08-14.

(2) علي بن سيف العوفي، مرجع سبق ذكره.

الرقمية في الوطن العربي متأخرا ولم يتم الاستفادة منها بشكل فعلي، إن هذا التأخر في دخول الفضاء الإلكتروني يعود إلى عدم الإيمان الكامل بدور المعلومات في التنمية والتطور الحضاري والفكري للمجتمع، ولا يؤكد هذه الحقيقة واقع المكتبات الإلكترونية في الوطن العربي فحسب، بل أيضا واقع وجود النظم الوطنية للمعلومات في الوطن العربي والتي تعتبر المكتبات الرقمية رافدا مهما لبنائها، إضافة إلى ذلك فإن الاستيراد شبه الكامل لبرمجيات وتقنيات المعلومات جعل من إمكانية التصميم والابتكار محدود جدا.<sup>(1)</sup>

#### 4.6. العولمة وقيم الثقافة العربية.

إن ثقافة أي مجتمع تتبع من قيمه التي تعبر عما هو مرغوب فيه اجتماعيا و تتمثل القيم الاجتماعية في المعتقدات التي نتمسك بها فيما يخص السلوك المفضل ومعنى الوجود وغاياته، لذلك فهي تشكل مصدر المقاييس والمعايير والوسائل والغايات والأهداف وأشكال التصرف المفضلة وتعنى بتنظيم العلاقات الاجتماعية وتدعو للامتثال لما هو مثالي وتوسع الواقع أو تسعى لتغييره وتتنوع بتنوع مصادرها وتوجهاتها ومراميها.

وفق هذا المنظور تصبح القيم تشكل مقاييس ومعايير توجه سلوكنا اليومي، ونعتمدها في إصدار الأحكام والمقارنات والاختيار بين البدائل المتوفرة والمناهج والوسائل والغايات والأهداف المنشودة، و تشكل منظومة القيم البيئة المناسبة التي تعمل فيها العولمة في سعيها لهيمنة ثقافتها على الثقافات الأخرى وفق آليتي التفتيت والبناء، تفتيت نظام القيم القائم والبناء على أنقاضه منظومة جديدة من القيم والمعايير، إننا نتحدث هنا عن مستوى آخر من مستويات التأثير العولمي على الثقافة العربية إن لم يكن أهم مستوياتها على الإطلاق لأنها مفتاح أي عملية تغيير أو اختراق ثقافي.<sup>(2)</sup>

#### 1.4.6. القيم الثقافية العربية وتحدي التغيير.

##### 1.1.4.6. المفهوم العربي الإسلامي للقيمة.

##### أولا- الدلالة اللغوية لمفهوم القيمة.

من المفيد قبل التطرق للمفهوم الإسلامي للقيمة والذي تقدمه نظرية الحتمية الثقافية، التطرق للمعاني اللغوية والتي من شأنها مقارنة المفهوم مع ما يعنيه من الناحية الاصطلاحية.

تورد المعاجم اللغوية مجموعة من الدلالات لكلمة قيمة وجمعها قيم. تظهر الأصول اللغوية أن كلمة القيمة مشتقة من الفعل قَوَمَ الذي تتعدد معانيه هذه المعاني يمكن حصرها على ثلاث مستويات:<sup>(3)</sup>

(1) المرجع نفسه.

(2) رابع كعباش، تأثير العولمة في القيم، سلسلة أعمال الملتقيات: العولمة والهوية الثقافية (دون مكان: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2010)، ص 76.

(3) ماجد زكي الجلال، تعلم القيم وتعليمها (ط2، عمان: دار الميسرة، 2007)، ص 19-20.



## 1- الديمومة والتباين.

بمعنى القيام مقام الشيء، والشيء الذي ليس له قيمة لا يدل عليه ولم يثبت ومنه قوله عز وجل: "إن المتقين في مقام أمين" أي في مكان تدوم إقامتهم فيه.

## 2- الصلاح والاستقامة.

الشيء القيم ما له قيمة بصلاحه واستقامته، ومنه قوله عز وجل: "دينا قيما" أي مستقيما وأورد الراغب أن الدين القيم هو الثابت المقوم لأمر الناس ومعاشهم.

## 3- السياسة والرعاية.

ومنه ما قالته العرب عن الذي يرعى القوم ويسوسهم فالقيم هو السيد وسائس الأمر، أما على المستوى الاصطلاحي نجد ثراءً على مستوى التعاريف وصعوبة في حصر دلالة القيمة كما أن مفهوم القيمة في علاقته بالمجتمع يظل أحد أهم القضايا التي خضعت للدراسة وعلى الرغم من التطور الحضاري والمدني تظل القيمة قضية الإنسان الأولى ومنطلق تفكيره ومحط تأملاته حيث يقوم الوجود الإنساني عليها ويؤسس محتواها إذ لا يمكن أن يستمر الإنسان دون قيم تحكم تفاعله مع عوالم الأفكار والأشياء.

## ثانياً - الدلالة الإصطلاحية لمفهوم القيمة.

إن ثراء المقاربات المتعلقة بمفهوم القيمة سواء تعلق الأمر بالقيمة في بعدها التنظيري الفلسفي أم في حقيقة واقعها ووجودها يعكس أهمية القضية القيمية من جهة، ومن جهة أخرى يفسر الاختلاف حول القيم ودلالاتها بين مضيق لها وموسع لها، ففي الوقت الذي ترى مقاربات أن القيم لا تعدوا أن تكون مجرد اهتمامات أو رغبات غير ملزمة ترى مقاربات أخرى أنها تتسع لتكون معايير مرادفة للثقافة ككل وأنها تلك الأشياء التي بتوازنها يتحقق الوجود الإنساني. إن مجمل المقاربات المتعلقة بمفهوم القيمة من الناحية الاصطلاحية يمكن حصرها في ثلاث اتجاهات رئيسية.<sup>(1)</sup>

يرى أصحاب الاتجاه الأول أن القيم عبارة عن معايير محددة يمكن من خلالها إصدار حكم على الأشياء والتصرفات من حيث كونها جيدة أو سيئة، ومقبولة أو مرفوضة وحسنة أو قبيحة ومن أمثلة تلك التعريفات:

- القيم هي المقاييس والمبادئ التي نستعملها للحكم على قيمة الشيء وهي المعايير التي نحكم من خلالها على الأشياء بأنها جيدة أو قبيحة.

(1) - المرجع نفسه، ص22.

- القيم هي مجموعة من المعايير والمقاييس المعنوية بين الناس، يتفقون عليها فيما بينهم ويتخذون منها ميزانا يزنون به أعمالهم ويحكمون على تصرفاتهم المادية والمعنوية.
- القيم هي مجموعة من المعايير والأحكام تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية و الاجتماعية بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته يراها جديرة بتوظيف إمكانياته، وتتجسد من خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العلمي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة.(1)

ينظر الاتجاه الثاني إلى القيم نظرة فيها درجة كبيرة من العمومية، وفق هذا المنظور فتفضيلاتنا للأشياء هي في حقيقتها قيمنا التي نتمثلها فالقيم هي مجموعة من التفضيلات المبنية على شعور الإنسان باللذة أو الألم، وهذان يعدان المحكمين الرئيسيين للحكم على القيم وتكونها فتمسك الإنسان بالقيم مناط إما بتحقيق لذة أو بدفع ألم أما ما سوى ذلك فإنه يكون عديم القيمة على الإطلاق.

يمثل الاتجاه الثالث نظرة علم النفس للقيم بالخصوص علماء النفس الاجتماعي الذين يحددون نظرتهم للقيم في سمات الفرد واستعداداته واستجاباته فيما يتصل بالآخرين، وعليه فهم يختلفون عن علماء الاجتماع الذين يتعاملون مع القيم الجماعية، إذ يركزون على القيم الفردية ومحدداتها سواء أكانت نفسية أو اجتماعية أم جسمية وهذا ما يجعل نظرتهم للقيم نظرة مرتبطة بالفرد لذلك يربط هذا الاتجاه بين القيم والحاجات والدوافع والاهتمامات والمعتقدات والسلوك والسمات والاتجاهات.(2)

يعتبر هذا الاتجاه أعم اتجاهات تعريف القيم وأكثرها تداخلا مع المفاهيم النفسية المختلفة التي ترتبط بعلاقة ما مع القيم ولكنها تمثلها تمثيلا تاما.

### ثالثا - مفهوم القيمة من منظور الحتمية القيمية.

إن القيمة من وجهة نظرية الحتمية القيمة- كمقاربة إسلامية - تطرح رؤية عامة لمفهوم القيمة، تقوم هذه الرؤية على اعتبار القيم مركز الثقافة ومرجعها، وسواء تعلق الأمر بالمستوى اللغوي أو الاصطلاحي فإن القيمة أصلها الدين الإسلامي، تعني القيمة في اللغة اسم النوع من الفعل قام يقوم قياما، بمعنى وقف واستوى وقد وردت الكلمة في القرآن الكريم: "فيها كتب قيمة" (الآية 03 سورة البينة) أي فيها أحكام قيمة "لا عوج فيها تبين الحق من الباطل، وأيضا في قوله تعالى: "وذلك دين القيمة" (الآية 05 سورة البينة) أي وذلك المذكور من العبادة والإخلاص. وفق نظرية الحتمية القيمية اعتبرت فلسفة القيم الوجود قيمي والقيمة حقيقة لا يمكن فصلها عن الوجود ولا فصل الوجود عنها، يستتبع ذلك أن الأشياء لا وجود لها بالنسبة للإنسان إلا إذا كانت لها قيمة وفي هذا الإطار يرى أبو حيان التوحيدي أن القيم تتمثل في الدين والخلق والعلم، "فالدين جماع المرشد والمصالح والخلق نظام الخيرات والمنافع والعلم رباط

(1) خليل ميخائيل معوض، علم النفس العام ( القاهرة: مركز الإسكندرية للكتاب، 2001) . ص 102

(2) حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي ( القاهرة: عالم الكتب، دون تاريخ )، ص 124.

الجميع". إن القيمة وفق عبد الرحمن هي تلك التي تجعل كل شيء في الوجود داعيا إلى الحياة السامية غير موجه إلى سفلياتها، فالقيمة لا تتجلى إلا عندما تصفو نفوسنا ويتعالى وجودنا إلى القيمة والإسلام أسمى القيميات كلها و يمكن استنباط دلالة القيمة من خصائص هذه الأخيرة المتصفة بالسمو (عن الشيء) وإن كان الشيء انعكاس يجسد بعض المعاني، والديمومة وإن كانت تتمثل لنا في أشكال تتنوع من مكان إلى آخر ومن زمان إلى آخر، والارتباط بالوجود (أي وجود الإنسان) والذي تعلق مكانته بالقيمة (كأن تقول هذا الإنسان له قيمة) وذلك كله (أي السمو والديمومة والوجود) انطلاقا من الخيال، يضاف إلى ذلك أن القيمة ترتبط بجهد الإنسان الساعي إلى التعلق بما يرتفع ويرتفع به أي هو الذي يرتفع لعمله إلى منزلة القيمة ولعل ذلك ما نستلهمه في قوله تعالى: "وما يلقاها إلا الذين صبروا وما يلقاها إلا ذو حظ عظيم" (الآية 34 سورة فصلت)، أي وما ينال هذه المنزلة الرفيعة والخصلة الحميدة إلا من جاهد نفسه بكظم الغيظ واحتمال الأذى وما يصل إليها وينالها إلا ذو نصيب وافر من السعادة والخير فالقيمي بالنهاية هو ما يسمو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة على مستوى الخيال.<sup>(1)</sup>

تقيم نظرية الحتمية القيمية رابطة وثيقة بين الثقافة والقيم من جهة، وبين القيم والدين الإسلامي من جهة أخرى والثقافة في ظل هذا المنظور هي معايشة الواقع انطلاقا من القيم، والقيم في أصلها هي دينية بالأساس يستتبع ذلك أنه كلما ارتقت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين بالضرورة.

#### رابعا - ثنائية القيمة والدين في الثقافة العربية.

إن أي حديث عن تأثيرات العولمة على القيم الثقافية، يعني بالضرورة الحديث عن التأثيرات على الدين الإسلامي طالما ارتبطت الثقافة بالقيم وارتبطت هذه الأخيرة بالدين الإسلامي، إن علاقة الدين الإسلامي بالثقافة أكثر تعقيدا وتشعبا سواء من منظور الفكر الديني أو العلماني أو القومي فالإسلام في الفكر الإسلامي دين ودنيا ليس فقط نظاما أخلاقيا بل إيديولوجيا أيضا ونظاما اقتصاديا اجتماعيا، لقد اندمج العقل والدين في أغلب مدارس الفكر الإسلامي قديمه وحديثه بدرجة يصعب معها الفصل بينهما و هذه النزعة الاندماجية هي سمة غالبية في الفكر العربي إذ ارتكز الفكر الإسلامي على الإيمان بوجود أصل إلهي للعقل.<sup>(2)</sup>

(1) عزي عبد الرحمن، <<الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي إلى المرئي>>، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد13 (جانفي - جوان 1996)، ص

97.

(2) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 431.

## 2.1.4.6 وسائل الإعلام والقيم.

### 1- إشكالية تغيير القيم

يسود الاعتقاد بأن القيم ذاتية ونسبية ومتغيرة، وظاهرة دينامية ينظر إليها من خلال الوسط الذي تنشأ فيه، لعل هذا ما يوضحه ما يمكن أن يسمى بصراع القيم بين الأجيال. إن المتغير المفسر والحاسم في تقرير ما إذا كانت القيم قابلة للتغيير أم لا هو طبيعة التصنيف الذي نعطيه للقيم فالتصنيف الوضعي للقيم ينطلق بناء على مسلمة التغيير في نسق القيم وقد تصنف القيم إلى قيم جوهرية وقيم سلبية تمتاز الأولى بالثبات لأم مصدرها فوقي إلهي وفقا لمقولة التنظير الهابط وتمتاز الثانية بالتغير لأنها تنطلق من العمومية.

### 2- القيم الثقافية وقابلية التغيير.

بالنسبة لإشكالية تغيير القيم فإن المسألة ليست محل اتفاق، على العموم يمكن تلخيص الاتجاهات المتعلقة بقابلية تغيير القيم من عدمها في تيار يرى أن القيم مرنة وقابلة للتغيير وفق شروط وظروف معينة وتيار ثان يرى بأن القيم ثابتة.<sup>(1)</sup> إن القيم ليست سواء من حيث قابلية التغيير فالقيم التي يكون مصدرها الدين تقاوم التغيير في حين أن السلوكيات الأخرى خاصة المادية فهي قابلة للتغيير طبقا لواقع الأنساق الاجتماعية وخصوصياتها. إن التغيير في القيم يتم وفقا لنمطين رئيسيين:

- يحدث التغيير على مستوى القيم الثقافية انطلاقا من المجتمع ذاته بمعنى أن النظام الثقافي الخاص بمجتمع معين يعمل على تطوير قيمه.

- النمط الثاني يتمثل في تغيير القيم نتيجة عوامل خارجية.

كما تلخص الأسباب التي تؤدي إلى تغيير القيم في:

- تغيير سياسي وإيديولوجي يؤدي إلى تشرب أفكار وعقائد بعينها.
- تغيير في الأنساق الفرعية المكونة للمجتمع والمسؤولة عن تحديد أسلوب الحياة فيه.
- تغيير معرفي.

شكلت ظاهرة البث الفضائي ومن بعدها الانترنت والتطبيقات الإعلامية والاتصالية المرتبطة بها ركائز عولمة الإعلام كما أدى التبادل الكثيف للرسائل الإعلامية على مستوى عالمي إلى جعل التعرض لوسائل الإعلام جزءا من نسيج الحياة اليومية للأفراد. إن عملية التعرض الكثيفة هذه لا بد لها من تأثيرات على القيم وقد أدى التطور السريع لوسائل الإعلام إلى زيادة دورها وتأثيرها على رسم الملامح الثقافية والحضارية للمجتمع.

(1) علي أحمد، تأثير القنوات الفضائية الوافدة على القيم الأسرية (القاهرة: دار الكتاب، 2004)، ص 105.

أدت التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام إلى تغييرات قيمية واسعة في شتى مجالات ومناحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية، يترتب على هذه التغييرات الواسعة النطاق ما يسمى صراع القيم بين مختلف الحضارات والثقافات المختلفة سواء داخل البلد الواحد أو بين مختلف بلدان العالم ومن المسلم به أن ثمة تفاعلا مباشرا بين القيم والتكنولوجيا بمعنى أن كلا منهما يؤثر في الآخر.<sup>(1)</sup> إن كل خطوة من خطوات التقدم التكنولوجي تؤدي إلى سلسلة من التغييرات تتفاعل مع تغييرات أخرى، كما أن تغير البناء الاجتماعي يؤدي إلى تغير القيم الثقافية و تؤثر وسائل الإعلام في حياة الناس عامة وخاصة على اتجاهاتهم ومعتقداتهم وقيمهم وسلوكهم لأسباب متعددة تتمثل في:<sup>(2)</sup>

- القدرة على التعبير .
- القدرة على الانتشار .
- تجاوزها لحدود الزمان والمكان .

إن وسائل الإعلام ومن خلال عملية التعرض الطويلة تسعى لاستئصال الجذور المعرفية القائمة لدى الأفراد تجاه القضايا والقيم وإحلال أصول معرفية جديدة محلها، وبتأثير من وسائل الإعلام من خلال ما نتلقاه من معلومات يجري تحول في قناعاتنا وفي معتقداتنا فالعقيدة حصيلة المعرفة التي اكتسبناها وعقيدتنا في شيء هي نتاج لما علمناه عن ذلك الشيء .

#### 3.1.4.6. الدين وتكنولوجيا الاتصال وتوظيف الرموز.

إذ أردنا توصيف العلاقة بين القيم وتكنولوجيا الاتصال فإن الحديث يجزنا إلى الحديث عن الرمز كمنظومة تتعامل معها كل من تكنولوجيا الاتصال وكذلك الدين بوصفه مصدر منظومة القيم وفق ما وضحناه آنفا. من الجلي أن تكنولوجيا المعلومات تقع كلها في مجال التعامل مع الرمز وهي في هذه النقطة لا تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية، ولكنها تتعامل مع الرمز بشكل أكثر كثافة كنتيجة للتجدد التقني، إن علاقة الدين بالرمز تتوضح من خلال علاقة الإنسان برموزه المقدسة والتي تتسامى به فوق المستوى المادي والبيولوجي إلى عالم الروحانيات والقيم والمثل العليا و تشير توجهات تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى أن هذه الأخيرة سوف تعمل أكثر على بلورة هذه العلاقة الإنسانية الرمزية، ذلك أن تكنولوجيا الاتصال ومن خلال قدرتها على التعبير الرمزي تتحول إلى وسيط للإنسان للتعامل مع حقائق واقعه، كما أن الرموز المقدسة ذات طبيعة مجردة وكلما ضاقت المسافة بين المحسوس والمجرد زاد الإنسان قريبا من رموزه المقدسة، وزادت قدرته على التسامي و تعمل تكنولوجيا الاتصال على إسقاط الحدود الفاصلة بين

(1) المرجع نفسه، ص ص 106 - 107.

(2) منى كشيك، القيم الغائبة في وسائل الإعلام (عمان: دار فرحة للنشر والتوزيع، دون تاريخ) ص 101.

المادي واللامادي وعلى شحذ وسائلها لتجسيد المجردات بصورة مرئية ومحسوسة والتي تجلت بصورة حاسمة في تكنولوجيا الواقع الخائلي.<sup>(1)</sup>

#### 4.1.4.6. الدين والواقع الخائلي .

يعمل الواقع الخائلي الذي تخلقه تكنولوجيا الاتصال على نقل العلاقة بين الدين واقنية الاتصال وتكنولوجيا المعلومات إلى مستويات أكثر عمقا وحساسية وإثارة، إن الواقع الخائلي هو نوع من التسامي الرمزي يخلصنا من قيود الجسد و تمثل الانترنت فضاءا عاما تسكنه كائنات خائلية ولئن عرفت البشرية تصورات عن معنى الخائلية فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال جسدها بالفعل، وهي ذات صلة أقرب بعالمنا الدنيوي لقد اختلط الحديث في الخطاب الخائلي بين التكنولوجي والميثولوجي والابستيمولوجي مثلما اختلطت فيه حقائق عالم الواقع مع خائليات عوالم الفضاء الرمزي.<sup>(2)</sup>

#### 2.4.6. آليات تغيير القيم.

ارتبطت عملية التغيير الثقافي والقيمي عامة بمشاريع التوسع الاستعماري من خلال ما يسمى بعملية الغزو الثقافي، إلا أن التطورات التي شهدتها أفضية الاتصال وأقول الظاهرة الاستعمارية فسحت المجال لظهور وسائل أخرى لعملية التغيير القيمي. يشكل الاختراق الثقافي أحد آليات التغيير متخذاً من الرموز الناعمة وسيلة لتحقيق هذه الغاية.

#### 1.2.4.6. الحرب الناعمة والإختراق الثقافي.

##### 1- تعريف الحرب الناعمة

من الناحية النظرية يعتبر جوزيف ناي Joseph Nye\* المنظر الأساسي لمفهوم القوة الناعمة إنطلاقاً من فكرة أن الناس قد عرفوا القوة العسكرية والاقتصادية للولايات المتحدة الأمريكية، وأدركوا بالمقابل أن استخدام القوة المباشرة والتهديدات الصريحة من شأنه أن لا يحقق النتائج المرجوة، بينما القوة الناعمة تجعل من الآخر يقوم بما نريده من دون إرغام.<sup>(3)</sup> اقتبس الكاتب جوزيف ناي ثنائية الصلب

(1) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 416.

(2) المرجع نفسه، ص 417.

\* جوزيف صموئيل ناي ولد في 19 يناير 1937 أمريكي وأستاذ العلوم السياسية وعميد سابق لمدرسة جون كينيدي الحكومية في جامعة هارفارد أسس بالاشتراك مع روبرت كوهين مركز الدراسات الليبرالية الجديدة في العلاقات الدولية وتولى عدة مناصب رسمية منها مساعد وزير الدفاع للشؤون الأمنية الدولية في حكومة بل كلينتون ورئيس مجلس الاستخبارات الوطني اشتهر بابتكاره مصطلحي القوة الناعمة والقوة الذكية وشكلت مؤلفاته مصدراً رئيسياً لتطوير السياسة الخارجية الأمريكية في عهد باراك أوباما

(3) محمد ياغي، الحرب الناعمة مقومات الهيمنة واشكالية الممانعة، سلسلة الندوات الفكرية (بيروت: مركز قيم للدراسات، 2011)، ص 54.

والناغم من التقسيم المعروف لتكوين أجهزة أو قطع الكمبيوتر الذي يتألف من أدوات ناعمة وأدوات صلبة.(1)

بالإضافة إلى ناي، فهناك العديد من المفكرين الذين ربطوا بين الحرب الناعمة والهيمنة الثقافية، حيث أشار المفكر الماركسي أنطونيو غرامشي antonio gramsci أن حدوث التغيير الاجتماعي يعتمد على ضرورة إنتاج ثقافة بديلة، في سياق حديثه عن العناصر المكونة لاستمرارية الرأسمالية بمعنى أنه لاحظ منذ زمن بعيد الدور المنشود لاستخدام منهجية الحرب الناعمة. و من جهة أخرى رسم كلا من فرانسيس فوكوياما Francis Fukuyam وسموئيل هنتنجتون Samuel Huntington البعد النظري التبريري للمزاوجة ما بين مفهومي القوة الصلبة والقوة الناعمة وأساسا بصورة غير مباشرة لمنهجية الهيمنة الثقافية.

يرتبط مفهوم القوة الناعمة مع ما طرحه صاحب نهاية التاريخ في اقتناعه بضرورة أن تبقى الولايات المتحدة على جهوزيتها المستمرة في سبيل حماية ونشر الديمقراطية ولكن بالتوازي اعتبر فوكوياما أن استخدام القوة يفترض أن يكون آخر الخيارات التي يتم اللجوء إليها، ففي مقال نشرته المجلة التابعة لصحيفة "نيويورك تايمز" في 2006 أن معركة كسب عقول وقلوب المسلمين حول العالم هي المعركة الحقيقية.

في دائرة التنظير لضرورة الحرب والتصادم الحضاري القادم الذي يستوجب التحديث الدائم لأدوات القهر الإمبريالية على المستويين المباشر والرمزي، لمع نجم سموئيل هنتنجتون في نظريته صدام الحضارات. عمد هنتنجتون في كتابه إلى تبرير نوع آخر من الحتمية أي الحتمية الثقافية القائمة على الهيمنة والمستندة إلى تصوير مشهد الصراع القادم بعد انهيار الشيوعية على أنه صراع خطير حاضرا ومستقبلا، ويطلب بالتالي من سادة الحضارة الغربية صراحة أخذ الحيطة والاستعداد للدفاع عن النموذج الحضاري الأمريكي الليبرالي. يرى هنتنجتون أن مشهد الصراع القادم لن يكون إيديولوجيا أو اقتصاديا بقدر ما أنه سيكون حضاريا، إن نظرية هنتنجتون تميل إلى إظهار انتقائية فاضحة وبأسلوب يخفي التمايز الحضاري الأورو-أمريكي، وبرأيه فإن الحضارة الكونية ستقوم على عاتق معتقدات وقيم يحملها العديد من الناس الذين يعيشون في كنف الحضارة الغربية إضافة إلى بعض الذين ينتمون إلى حضارات أخرى.(2)

يقع في صلب الحرب الناعمة، الترويج الأمريكي لعصر العولمة الواعد بتحقيق الرخاء والتقدم وإزالة الفروق بين بني الإنسان، بينما يكشف الواقع أن العولمة المزعومة لم تحقق أي شكل من أشكال

(1) حسن محمد الزين، نحو إستراتيجية إسلامية لمواجهة الحرب الناعمة، الحرب الناعمة: المفهوم، النشأة، وسبل المواجهة، سلسلة الندوات الفكرية

(بيروت: مركز قيم للدراسات، دون تاريخ)، ص 11.

(2) محمد ياغي، مرجع سبق ذكره، ص 60-64.

العدالة بقدر ما عملت على تفرغ الثقافات العالمية من محتواها الحقيقي كما أن العولمة لم تنه التاريخ، وما الحديث عن موت التاريخ إلا حديث مؤدلج هدفه تكريس الهيمنة الثقافية على الحضارات غير الغربية.

## 2 - استراتيجيات الإعلام في الحرب الناعمة.

للتحكم والسيطرة بعقول الشعوب تقوم وسائل الإعلام بتحويل أساليب التفكير والذهنيات نحو أمور تافهة أحيانا لا تصب معظمها في محيط تناول قضايا حيوية، فتبعد العقول عن ملامسة مسائل التغيير البنوي وتحولها إلى عقول مستهلكة غير منتجة، الأمر الذي يضع الأفكار والمعلومات في دائرة استهلاكية ويرجح التعاطي مع الشعوب بمنطق إغراقي شبيه بمنطق الإغراق السلعي الذي يوقع مستهلك المعلومات في هستيريا الاختيار.

## 3 - الإعلام كمورد من موارد الحرب الناعمة.

حدد جوزيف ناي المنظر الأول لمصطلح القوة الناعمة هذه الموارد بثلاثة محاور هي :

- القيم والمؤسسات الأمريكية.
- جاذبية الرموز الثقافية والتجارية والإعلامية والعلمية الأمريكية.
- صورة أمريكا وشرعية سياساتها.

في حين ركز الباحث الإستراتيجي الأمريكي جون كوللينز john collins على الموضوع الإعلامي والثقافي في تحديده لموارد الحرب الناعمة بقوله "الحرب الناعمة هي عبارة عن استخدام الإعلام والتخطيط للتأثير على ثقافة العدو وفكره بما يخدم حماية الأمن القومي الأمريكي وتحقيق أهدافه وكسر إرادة العدو".<sup>(1)</sup>

(1) حسن محمد الزين، مرجع سبق ذكره، ص 13.



انطلاقاً من المعطيات السابقة الذكر نلاحظ أن المنطقة العربية تتموقع في أدنى مستويات الترتيب على مستوى التطور التكنولوجي قياساً بالمعايير العالمية فيما يتعلق بهذا الجانب، وهو أمر غريب في منطقة تتميز بمداخل عالية - باستثناء بعض الدول - وفي الوقت الذي تسجل هذه المنطقة تخلفاً على مستوى بنى الاتصال فلا يمكن الحديث عن صناعة محتوى عربي قادر على المنافسة بما يضمن تحقيق المناعة الثقافية ويعكس الخصوصية الحضارية للمنطقة. الملاحظة التي تسترعي الاهتمام هو انخفاض الجدوى الاقتصادية للمضامين الإلكترونية الثقافية العربية في اتجاه يتناقض مع التطورات العالمية على هذا المستوى حيث تتزايد أهمية الاقتصاديات اللامادية في ثروات الدول.

إن المعطيات السابقة تحيلنا إلى طبيعة التأثيرات المتسارعة التي قد يمارسها فيض العناصر الثقافية المتدفق عبر وسائل الاتصال والإعلام المعولمة. ففي الوقت الذي تتميز فيه بنى الاتصال بالتخلف بالموازاة مع تردي الصناعات الثقافية في المنطقة العربية وضعف الاستثمار في هذه الصناعات فإن عملية التغيير الثقافي والقيمي تعمل بسهولة في ظل عدم وجود ما يكبح أو يحد أو يقاوم من تأثيراتها كما تعاني الثقافة العربية أكثر من غيرها من ظاهرة التدفق غير المتوازن للعناصر الثقافية بسبب خصوصيتها (الدينية خاصة) وكذلك بسبب الإرث التاريخي وعلاقتها مع باقي الثقافات خاصة في ظل وجود نخب غربية كثيرة تؤمن بحتمية الصراع مع الإسلام.

الكتاب الإلكتروني  
مادة اللغة العربية

المواقع الإلكترونية  
للصحف

العربية ومضامين الثقافة

العربية

الفصل السابع  
حماة أمن وسلامة المجتمع

الحرمات والوسائط المتعددة على

مستوى المواقع الإلكترونية

للصحف العربية

## تمهيد

تتجه الدراسات الراهنة في علوم الإعلام والاتصال إلى دراسة الأشكال الاتصالية التي يفرزها الإعلام الجديد، لذلك فإن الانترنت تشكل الحقل الذي تتوجه اليه الدراسات المعاصرة في علوم الإعلام والاتصال. إن تطور الوسائل الإعلامية وما يرافقه من تطور على مستوى الدراسات الإعلامية يفرض بالضرورة تكييف الأدوات والأساليب المنهجية الخاصة بالبحث كما أن عملية التحليل والتقييم الخاصة بالمواقع الإلكترونية تتطلب دراسة شكلية وأخرى للمحتوى حيث تتغير العناصر الشكلية مع تغير أشكال إخراج وإنتاج المادة الإعلامية.

من بين أهم العناصر الشكلية التي يتم تناولها بالدراسة الخدمات التي تطرحها المواقع الإلكترونية للصحف وهي: الملاحق، المتعلقة، إحصائيات الموقع، الأرشيف، الطباعة، البث الحي، المستخلصات الغنية، الترجمة، خدمة الأخبار عن طريق التطبيقات الهاتفية إضافة إلى التحيين والتحديث للمضامين الإعلامية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

تشكل الوسائط المتعددة أحد مميزات المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف، بل إنها الميزة الأكثر أهمية للإعلام الجديد، إن عملية توظيف الوسائط المتعددة يتطلب إدراكا جيدا لمفهومها وتحكما تقنيا كبيرا. يحاول هذا الفصل دراسة واقع الخدمات على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية وكيفية توظيف الوسائط المتعددة على مستوى هذه المواقع.

## الفصل السابع: الخدمات والوسائط المتعددة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية

### 1.7. الخدمات على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

#### 1.1.7. الملاحق والمتعلقات على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

إن أحد أهم ميزات النشر الإلكتروني هو إتاحتها للصحيفة تقديم العديد من الخدمات الإعلامية وبمرونة تامة، كما أن نجاح الصحف الإلكترونية يعتمد بشكل أساسي - إضافة إلى المضامين الإعلامية- على مستوى الخدمات التي تقدمها، إذ ليس المهم أن يكون هناك عدد أكبر من المواقع؛ بقدر ما يهم أن تكون هذه المواقع قادرة على تقديم أكبر عدد من الخدمات الإلكترونية الإيجابية، وعلى هذا الأساس لا تعتبر أعداد المواقع عنصراً حاكماً كلياً بقدر ما يعتبر مؤشراً ضمن مؤشرات أخرى، توفر الصحف العربية عدداً من الخدمات بنسب مختلفة وأشكال متعددة، وفي هذا الفصل سنحاول التعرض لمختلف هذه الخدمات ودراسة واقعها.

#### 1.1.1.7. الملاحق الصحفية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

تعد الملاحق الصحفية أحد الخدمات التقليدية حتى بالنسبة للصحافة المكتوبة، إن أهمية الملاحق تكمن في أنها توفر مواد إعلامية خارج المضامين الصحفية المعتادة، مما يزيد من شهرة الصحيفة وموقعها، وكذلك الغنى الإعلامي للصحيفة في حد ذاتها خاصة مع المرونة التي يتيحها النشر الإلكتروني.

على الرغم من أهمية هذه الخدمة إلا أن الدراسة كشفت أن المواقع الإلكترونية للصحف العربية لا توفر هذه الخدمة إلا بنسبة قليلة حيث أن 33.33% فقط من العينة المدروسة توفر هذه الخدمة، مثلما يوضحه الجدول رقم 04.

إن قلة حضور هذه الخدمة لا يفسر لوحده واقعها إذ نجد أن أول جريدة من حيث عدد الملاحق وهي: الأيام نت ب 18 ملحقاً تصطبغ ملاحقها بالطابع الرسمي فهي في معظمها عبارة عن تقارير وأنشطة رسمية، بينما نجد على مستوى صحيفة الأهرام 19 ملحقاً تتميز هذه الملاحق بالإخراج السيء سواء على مستوى الشكل أو المحتوى، فيما تعد صحيفة الشرق الأوسط من أنجح صحف العينة المدروسة على هذا المستوى إذ يتضمن موقعها 15 ملحقاً تتميز بتغطيتها للعديد من الأنشطة والحاجات الاجتماعية (سياحة، سينما، عقارات، مذاقات...) إضافة إلى التوظيف الجيد للمتميديا على مستوى هذه الملاحق أنظر الجدول رقم 04 .

جدول رقم (04): يمثل المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة الملاحق.

النسبة المئوية	التكرارات	
33.33 %	05	مواقع إلكترونية لديها ملاحق
66.66 %	10	مواقع إلكترونية ليست لديها ملاحق
100 %	15	المجموع

المصدر: الدراسة التطبيقية للطالب.\*

### 2.1.1.7. المتعلقات في الصحف الإلكترونية العربية.

تعد المتعلقات\* أحد الخدمات الأساسية التي تقدمها الصحيفة الإلكترونية خاصة في ظل ظاهرة الاندماج بين الوسائط إذ عادة ما ترتبط الصحيفة بمؤسسات إعلامية كبرى، أو سلاسل صحفية أو تشترك معها في الخط التحريري، وسواء كانت هذه السلاسل أو المجموعات صحفية أو تلفزيونية، فإن هذه الصحف تقوم بإرفاق نسخها، أو عرض بعض من محتوياتها أو الإشهار لها لتعكس بذلك التغيرات التي تشهدها البيئة الإعلامية وظاهرة الاندماج الذي تعرفه وسائطها (مثل صحيفة الخبر، والبت الحي من قناة الخبر KBC على مستوى موقع الجريدة).

سمحت لنا الدراسة بملاحظة أن 66.66% من العينة لديها متعلقات توظفها بطرق مختلفة، إن ارتفاع عدد الصحف التي توفر هذه الخدمة يرتبط أساساً بواقع المشروع الصحفي في المنطقة العربية، والذي يرتبط في العادة بالسلطة مثلما هو الحال مع صحيفة الأهرام التي تمتلك أكبر عدد من المتعلقات وهي كلها إصدارات تابعة لمؤسسة الأهرام التي تمتلكها الدولة إذ نجد أن صحيفة الأهرام لديها 18 متعلقاً (الأهرام المسائي، الاقتصادي، الرياضي، الأهرام ويكلي، مركز دراسات الأهرام...) أنظر الجدول رقم 05. كما يمكن أن يكون العامل المالي مفسراً لذلك، عندما يرتبط المشروع الصحفي بمجموعات صحفية قوية من الناحية المالية، مثل صحيفة الخبر والشروق أونلاين أنظر الجدول رقم 06.

جدول رقم (05): يمثل المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة المتعلقات.

النسبة المئوية	التكرارات	
66.66 %	10	مواقع إلكترونية لديها متعلقات
33.33 %	05	مواقع إلكترونية ليست لديها متعلقات
100 %	15	المجموع

\* جميع الجداول مصدرها الدراسة التطبيقية و من تصميم الطالب.

\* قنوات إذاعية أو تلفزيونية أو مجلات أو صحف يتم عرض بعض محتوياتها أو الإشهار لها على مستوى الموقع الإلكتروني للصحيفة.

جدول رقم(06): يمثل عدد الملاحق والمتعلقات على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة.

المتعلقات		الملاحق		الموقع
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
% 04.44	02	% 0	0	الخبر
% 06.66	03	% 0	0	الشروق أونلاين
% 13.33	06	% 26.78	15	الشرق الأوسط
% 02.00	01	% 0	0	ايلاف
% 31.11	14	% 16.07	09	الأهرام
% 06.66	03	% 32.14	18	الأيام نت
% 0	0	% 0	0	الشرق
% 15.55	07	% 0	0	الرؤية
% 0	0	% 0	0	السبيل
% 08.88	04	17.85	10	أخبار الخليج
% 0	0	% 0	0	المؤتمر نت
% 02.22	01	% 0	0	كل الوطن
% 0	0	% 0	0	سودانيل
% 08.88	04	% 0	0	الوطن
% 0	0	% 07.14	04	المستقبل
% 100	45	% 100	56	المجموع

#### 2.1.7. خدمة الإعلان على مستوى المواقع الإلكترونية.

شكل الإشهار لفترة طويلة وسيلة أساسية للصحافة بصفة عامة والصحافة المكتوبة بصفة خاصة مصدرا للتمويل، إن التغيرات التي مست حقل الصحافة المكتوبة مست الإعلان على مستوى هذه الصحف.

إن أحد التجليات الأساسية لهذا التغيير، تتجلى في تراجع عائداتها الإعلانية بسبب قلة الإقبال عليها، ذلك أن الانترنت أدت إلى تغير أنماط القراءة وجذب القراء إليها الذين يشكلون دخلا أساسيا للصحافة الورقية وأبعدتهم عنها وهو ما أدى إلى رحيل الإعلان والإعلانات المبوبة عنها إلى الفضاءات الإلكترونية.

جدول رقم (07): يمثل المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة الإعلان.

التكرارات	النسبة المئوية	
12	80 %	المواقع التي توفر خدمة الإعلان
03	20 %	المواقع التي لا توفر هذه الخدمة
15	100 %	المجموع

على مستوى الدراسة، كشفت النتائج المبينة على مستوى الجدول رقم 07 أن 80% من مواقع الصحف المدروسة توفر خدمة الإعلان، بينما النسبة المتبقية والمتمثلة في 03 مواقع صحفية بنسبة 20% لا توفر هذه الخدمة.

إن توفر خدمة الإعلان في موقع معين لا يعني بالضرورة وجود إشهارات بمواقع الصحف الإلكترونية، ذلك أن الإشهار يبقى نشاطا اقتصاديا تحكمه متغيرات اقتصادية لها علاقة بيئية الصحيفة. على مستوى المواقع المدروسة نلاحظ أن صحيفة المؤتمر نت لا يتوفر موقعها على إشهارات على الرغم من توفيرها لهذه الخدمة أما على مستوى الصحف التي تضم مواقعها إشهارات فنتفاوت هذه المواقع وتختلف بها كثافة الإشهارات وطريقة توظيفها، وفي هذا الإطار سجلت الدراسة أن موقع صحيفة الراية يتواجد به عدد كبير من الإشهارات بمعدل 517 يوميا، ومع ذلك فهي تقدمها في شكل جيد سواء على مستوى التصميم أو جودة الصورة أو التبويب كما أن الصحف التي لا توفر الإشهار لا تعبر عن حالات متشابهة، يمكن تفسير عزوف صحيفة الشرق الأوسط وصحيفة كل الوطن عن توفير هذه الخدمة بسبب ارتباطاتها السياسية والاقتصادية والتي تجعلها في وضع مالي مريح يغنيها عن الحاجة لخدمة الإشهار بينما لا نجد للأمر تفسيراً لغياب هذه الخدمة بالنسبة لصحيفة سودانيل والذي يعكس موقعها وضعاً مالياً هشاً (تصميم سيء، محتويات قليلة، وتحديث غائب).



جدول رقم (08): يمثل نوع الإشهار الذي توفره المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الإشهار الذي تقدمه مواقع الصحف العربية
08.33 %	01	مواقع توفر خدمة الإشهار دون وجوده
91.66 %	11	مواقع توفر خدمة الإشهارات المتحركة
100 %	12	المجموع
08.33 %	01	مواقع توفر خدمة الإشهار المبوب دون وجوده
33.33 %	04	مواقع توفر خدمة الإشهار المبوب
58.33 %	07	مواقع لا توفر خدمة الإشهار المبوب
100 %	12	المجموع
58.33 %	07	مواقع يوجد بها ما يشير إلى خدمة الإشهار المبوب
41.66 %	05	مواقع لا يوجد بها ما يشير إلى خدمة الإشهار المبوب
100 %	12	المجموع

تتنوع الإشهارات على مواقع الصحف الإلكترونية نتيجة لإمكانيات الاستفادة من الملتيميديا على مستوى هذه المواقع يبين الجدول رقم 08 أنه من مجموع 12 موقعا إلكترونيا مدروسا فإن نسبة المواقع التي توفر خدمة الإشهارات الثابتة هي 91.66%، وكذلك بالنسبة للإشهارات المتحركة وهو أمر طبيعي بالنسبة لتوفر هذين النوعين من الإشهار لأنهما يؤمنان مداخيل مالية معتبرة بحكم وجود الأول في الصفحة الرئيسية، والثاني في الصفحة الرئيسية ومع الصفحات الداخلية. أما بالنسبة للإشهارات المبوبية فهي متوفرة وموجودة كخدمة بنسبة 33.33%، على الرغم من أن نسبة الصحف التي يتواجد على مستوى صفحاتها الرئيسية ما يشير إلى توفيرها لخدمة الإشهار المبوب تبلغ 58.33%، ويمكن أن نعطي مثلا بصحيفة المستقبل التي يشير موقعها إلى توفيرها لخدمة الإشهار المبوب فيما يغيب هذا النوع من الإشهارات على صفحاتها، والعكس بالنسبة لموقع الشروق أونلاين، يمكن تفسير قلة هذه الإشهارات بضعف العائد المالي لها مع وجود حالة استثنائية على هذا المستوى وهو موقع الراية الذي تصل معدلات الإعلانات المبوبية على مستواه إلى 500 إعلان كمعدل يومي.

### 3.1.7. خدمة الأرشيف والطباعة.

تتميز الصحف الإلكترونية بصفة عامة بامتداد صحف مواقعها و تشعب مواضيعها، وتراكم معلوماتها وتشعبها بسبب تحررها من قيود الطباعة، كما أن الفضاء الإلكتروني أتاح مرونة كبيرة في عمليات التعامل مع المعلومة؛ وكما انتقلت مجمل العمليات المتعلقة بصناعة الصحافة المكتوبة إلى فضاء الانترنت فإن عمليات الأرشيف والخزن والاسترجاع انتقلت كذلك.

### 1.3.1.7. خدمة الأرشيف.

تعد خدمة الأرشيف أحد العمليات المتعلقة بصناعة الصحافة وهي عملية لم تسلم من التغيرات التي مست مجمل العمل الصحفي، وكما شهدت الصحافة المكتوبة الأرشفة الورقية ظهرت خدمة الأرشيف الإلكترونية على مستوى مواقع الصحف الإلكترونية كخدمة تمكن المستخدم من زيادة الاستفادة من موقع الصحيفة؛ خاصة أن الكثير من المنابر الصحفية تعمل على إغناء مواقعها بالوثائق والدراسات.

**جدول رقم (09):** يمثل المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة الأرشيف والطباعة.

النسبة المئوية	التكرار	
73.33 %	11	مواقع توفر خدمة الأرشيف
26.33 %	06	مواقع لا توفر خدمة الأرشيف
100 %	15	المجموع
73.33 %	11	مواقع إلكترونية توفر خدمة الطباعة
26.33 %	04	مواقع إلكترونية لا توفر خدمة الطباعة
100 %	15	المجموع

فيما يتعلق بمواقع الصحف المدروسة، يشير الجدول رقم 09 إلى أن 73.33% من المواقع المدروسة توفر هذه الخدمة فيما تغيب هذه الخدمة عن 26.33% وهي نسبة عالية، تؤكد عدم اهتمام الصحف العربية بهذه الخدمة المهمة، على هذا المستوى تقدم صحيفة المؤتمر حالة غريبة حيث توفر محركين للبحث، أحدهما داخلي والثاني خارجي خاص بالصحف اليمنية بالمقابل لا توفر خدمة الأرشيف.

### 2.3.1.7. خدمة الطباعة.

من بين خدمات وأوجه الاستفادة من المحتوى، خدمة الطباعة وهي خدمة توفرها المواقع المدروسة بنسبة 73.33% فيما تغيب هذه الخدمة عن أربعة مواقع هي: الخبر، الشرق، السبيل وسوادنيل.

### 4.1.7. خدمة إحصائيات الموقع.

يكون موقع الصحيفة بغض النظر عن طبيعة المحتوى الذي يتيح محلا للاستفادة والاستخدام من قبل شرائح واسعة من الأفراد طالما أن طبيعة الوسيط الإلكتروني تتيح ذلك، توفر الصحف الإلكترونية خدمة الإحصاء للإشارة إلى تنوع الزوار وحجم قراءة مضامينها الصحفية وديناميكية الموقع نفسه.

تعمل الصحف العربية على توفير هذه الخدمة بأشكال مختلفة، من خلال الجدول رقم 9 نلاحظ أن خدمة الإحصاء الخاصة بالمضمون الأكثر قراءة هي الخدمة الأكثر حضورا على مستوى العينة

المدرسة إذ أن 80% من مفردات العينة توفر هذه الخدمة من أجل إضفاء نوع من الديناميكية كما أشرنا سابقا. تليها الإحصائيات المتعلقة بالأكثر تعليقا بنسبة 53% من مجمل مفردات العينة ويمكن تبرير ذلك بالسبب نفسه، أما الإحصائيات الخاصة بالأكثر إرسالا تأتي في المرتبة الثالثة من حيث خدمات الإحصاء التي توفرها الصحف العربية بنسبة 20% وتتساوى خدمة إحصاء الأكثر طباعة والإحصاء الكلي لعدد الزوار وتوفرهما صحيفتين فقط، ترتبط الخدمة الأولى بصحيفة الشرق الاوسط والثانية بصحيفة الخبر، الملاحظ أن هناك صحف لا توفر هذه الخدمة على الإطلاق مثل صحيفتي سودانيل والمؤتمر نت.

**جدول رقم (10): يمثل المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة إحصائيات الموقع.**

النسبة المئوية	التكرار	
06.66 %	01	مواقع توفر إحصاء كلي لمرتادي الموقع
93.33 %	14	مواقع لا توفر هذه الخدمة
100 %	15	المجموع
53.33 %	08	إحصاء المواضيع الأكثر تعليقا
46.66 %	07	مواقع لا توفر هذه الخدمة
100 %	15	المجموع
20 %	03	المقالات الأكثر إرسالا
80 %	12	مواقع لا توفر هذه الخدمة
100 %	15	المجموع
06.66 %	01	المقالات الأكثر طباعة
93.33 %	14	مواقع لا توفر هذه الخدمة
100 %	15	المجموع
80 %	12	الأكثر قراءة
20 %	03	مواقع لا توفر هذه الخدمة
100 %	15	المجموع

**5.1.7. خدمات أخرى توفرها المواقع الإلكترونية للصحف العربية.**

تعمل مواقع الصحف الإلكترونية على زيادة كفاءتها الإخبارية والإعلامية وذلك بتوفير المزيد من الخدمات المتنوعة من خلال توظيف ما يتيح الفضاء الإلكتروني من تطبيقات وتقنيات، ولعل من أهم الخدمات تلك التي تتصل بما يجعل المستخدم على إطلاع دائم على تطورات الأحداث الجارية والإحاطة بمستجداتها، ما يضمن ديمومة التعرض لمضامين الصحيفة وتصفح موقعها بشكل مستمر، إن أهم هذه

الخدمات تتمثل في ربط المستفيد بالموقع، وإطلاعه على الجديد والمزامنة في نقل الخبر والتحديث والتحيين المستمر إضافة إلى خدمة الترجمة.

### 1.5.1.7. خدمة مستخلصات الموقع RSS.

مستخلصات المعلومات الغنية RSS هي مختصر لـ Really Simple Syndication والتي تعني حرفياً "وسيط النشر السهل حقاً" وهي تقنية تتيح للمستخدم الحصول على معلومات ترسل إليه بشكل منتظم دون الحاجة لزيارة موقع الانترنت الذي يقدم هذه المعلومات، حيث يزود المستخدم برابط يوصله إلى المعلومة وتحديثاتها، بمعنى آخر RSS تعد وسيلة لنشر المحتويات في ملفات باستخدام لغة XML يمكن قراءتها من خلال برامج تدعى ببرامج قارئ الأخبار RSS Reader أو قارئ المحتويات New Aggregator حيث تقوم المواقع في أغلب الأحيان بنشر محتوياتها في ملف RSS، فيصبح بإمكان المستخدم الحصول على المعلومة بطريقتين، الأولى بزيارة الموقع بشكل مباشر والثانية تستخدم برنامج قارئ محتويات RSS فتصل المحتويات للمستخدم بدون استخدام المتصفح حيث يتم إرسال هذه المعلومات للمشاركين آلياً مما يتيح للمشاركين الحصول على آخر المواضيع والأخبار فور نشرها في الموقع، حيث يصل للمشارك على شكل عنوان خبر مع ملخص بسيط عنه ورابط ينقله إلى الخبر الأصلي على الموقع.<sup>(1)</sup>

جدول رقم (11): يمثل واقع الخدمات الأخرى بالمواقع الإلكترونية للصحف العربية.

النسبة المئوية	التكرارات	
80 %	12	مواقع توفر خدمة مستخلصات الموقع
20 %	03	مواقع لا توفر خدمة مستخلصات الموقع
100 %	15	المجموع
46.66 %	07	مواقع توفر خدمة الاشتراك بالبريد الإلكتروني
53.33 %	08	مواقع لا توفر هذه الخدمة
100 %	15	المجموع
33.33 %	05	مواقع توفر خدمة البث الحي
66.66 %	10	مواقع لا توفر هذه الخدمة
100 %	15	المجموع
40 %	06	مواقع توفر خدمة الأخبار عن طريق التطبيقات الهاتفية
60 %	09	مواقع لا توفر هذه الخدمة
100 %	15	المجموع
0 %	0	مواقع توفر خدمة الترجمة الآلية
26.66 %	04	مواقع توفر نسخ مترجمة جاهزة
73.33 %	11	مواقع لا توفر أي من الخدمتين
100 %	15	المجموع

(1) غزال عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص 239.

تعد مستخلصات الموقع من بين أهم الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف الإلكترونية خصوصاً من الجيل الجديد وأكثرها طلباً من منطلق وضع جمهور الصحيفة في الصورة وجعله على دراية تامة ومتواصلة على كل ما يطرأ من جديد على الموقع، ونظراً لأهمية هذه الخدمة التي تجعل المستفيد على صلة دائمة بموقع الصحيفة فقد حرصت 80% من مفردات العينة على توفير هذه الخدمة، وحسب الجدول رقم 11 دائماً فإن هذه الخدمة غابت على مستوى 20% من المواقع المدروسة.

#### 2.5.1.7. خدمة الاشتراك بالبريد الإلكتروني.

تعتبر خدمة البريد الإلكتروني من أهم الخدمات التي تتيحها شبكة الانترنت وهي الأكثر إقبالاً واستخداماً من قبل مستخدمي الانترنت على أساس أنه وسيلة سريعة وفعالة للاتصال تتجاوز حدود الزمان والمكان، إن الميزة الأساسية للبريد الإلكتروني هي إمكانية تخزين الرسائل في صناديق بريد إلكتروني بانتظار قراءتها وبعد قراءتها يستطيع المستلم رميها، أو الاحتفاظ بها، أو تحويلها أو طباعتها.

تعمل مواقع الصحف الإلكترونية بوصفها مواقع ويب على توظيف البريد الإلكتروني كخدمة من خلال عرض الاشتراك على المستخدمين، على مستوى العينة المدروسة توفر 46.66% من عينة الدراسة هذه بينما يبين الجدول رقم 11 أن 53.33% من العينة المدروسة لا توفر هذه الخدمة على الرغم من أهميتها، وهي نسبة تعكس أحد أوجه القصور المهمة على مستوى مواقع الصحف الإلكترونية العربية وإجمالاً لأحد الإمكانيات التي يتيحها التواجد على الانترنت، تسمح هذه الخدمة بتوفير خدمة إضافية وهي نشرية الموقع، وهي عبارة عن رسائل إخبارية تصل إلى المستخدمين عن طريق البريد الإلكتروني، تعد نشرية الموقع من بين أهم خدمات مواقع الصحف الإلكترونية حيث تمد المشترك بآخر المواضيع المنشورة على الموقع مما يجعله على إطلاع دائم بمحتويات الموقع دونما حاجة إلى الولوج إليه بشكل مباشر.

#### 3.5.1.7. خدمة البث الحي.

تعد خدمة البث الحي، أحد الخدمات التي تعكس وتجسد مفهوم الوسائط المتعددة من جهة وتعكس من جهة أخرى ظاهرة اندماج الوسائط وزوال الحدود التقليدية الفاصلة بينها؛ لتستوعب الوسائط الحديثة وتطبيقاتها المختلفة جميع أشكال الاتصال وأقنيته المختلفة، تضيف خدمة البث الحي جمالية على موقع الصحيفة الإلكترونية وغنى على مستوى مضمونه الإعلامي من خلال توظيف الرموز المرئية ما يزيد من إقبال المستخدمين على الموقع و توظف الصحف الإلكترونية هذه الخدمة بتصميم أيقونات خاصة بهذه الخدمة تكون هذه الأيقونات في الغالب على مستوى الصفحة الرئيسية.

أظهرت الدراسة، ومن خلال الجدول رقم 11 أن 33.33% فقط هي نسبة الصحف الإلكترونية التي توفر هذه الخدمة، وباقي النسبة هي 66.66% لا توفر هذه الخدمة وهي نسبة عالية.

يرتبط توفير الصحف الإلكترونية العربية لهذه الخدمة، بخدمة الملاحق والمتعلقات التي أشرنا إليها سابقاً ذلك أن توفير هذه الخدمة في المواقع المذكورة يرتبط فقط بأحد متعلقاتها وهي عبارة عن قنوات تلفزيونية تلتقي مع الصحيفة في الانتماء لنفس المجموعة مثل: الشروق أونلاين و الشروق TV، والخبر والخبر KBC، صحيفة كل الوطن وقناة الإخبارية. أو صحف نظراً لخطها التحريري وقربه من التوجه التحريري تعمل على البث الحي لبرامجها، مثل: إيلاف وبي بي سي عربية BBC، وقناة السبيل وخدمة السبيل فلسطين فيديو.

#### 4.5.1.1. خدمة الأخبار عن طريق التطبيقات الهاتفية.

أشرنا في الفصول النظرية، أن العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والقديمة لا تقوم على الإلغاء بمعنى أن الوسيلة الجديدة لا تلغي الوسيلة القديمة، بل تتخبط معها في مجموعة من علاقات الدمج، والتوظيف والاستيعاب وفي هذا الإطار تعد تطبيقات الهواتف النقالة الخاصة بالأخبار أحد أشكال الاستيعاب والتوظيف التي تحكم العلاقة بين هذه الوسيلة وباقي الوسائل. تقوم وسائل الإعلام على اختلافها بتصميم تطبيقات هاتفية يتم تحميلها من قبل المستخدمين، وسواء تعلق الأمر بمضامين سمعية بصرية أو نصوص صحفية فإن الهدف النهائي هو تمتين العلاقة بين الجمهور والوسيلة.

يكشف الجدول رقم 11 أن نسبة 40% من الصحف الإلكترونية المدروسة توفر هذه الخدمة، وهي في أغلبها صحف ذات شهرة وشعبية كبيرة مثل صحيفة إيلاف آبل ستور والشرق الأوسط مع Apple وأخبار الخليج مع أي فون.

#### 5.5.1.7. خدمة الترجمة.

تمثل الترجمة أحد أهم الخدمات التي توفرها مواقع الويب بصفة عامة، تزداد أهمية هذه الخدمة بالنسبة للصحف الإلكترونية لزيادة الاستخدام من جهة والوصول إلى الآخر من جهة أخرى. توظف الصحف الإلكترونية خدمة الترجمة بطريقتين، إما بتوفير نسخ جاهزة للمضمون الصحفي وترتبط هذه الطريقة بالصحف التي تتوفر على أكثر من نسخة لغوية، أما الطريقة الثانية فتتمثل في الترجمة الآلية وفق هذه الطريقة يقوم المستخدم بإدخال النصوص إلى المكان المخصص للترجمة ويتولى الموقع ترجمتها إلى اللغة التي يحددها المستخدم.

أظهرت الدراسة أن 26.66% من العينة المدروسة توفر خدمة الترجمة وذلك بتوفيرها لنسخ جاهزة، فيما بين الجدول رقم 11 أن 73.33% لا توفر خدمة الترجمة بنوعها، إن غياب هذه الخدمة يطرح إشكالية التواصل مع الآخر الغرب خاصة في ظل سيادة الصور النمطية عن العرب والمسلمين، إن هذه الجزئية على بساطتها تعكس عدم إدراك لحجم التحديات الإعلامية التي ينبغي مواجهتها ولا طبيعة الرهانات التي ينبغي العمل على كسبها. ترتبط خدمة الترجمة بصحف مشهورة وذات شعبية مثل

صحيفتي الخبر والشروق أونلاين الجزائريتين، وصحيفة الشرق الأوسط، التي توفر نسخا جاهزة باللغتين: الإنجليزية والفارسية (ترتبط النسخة الفارسية بالرهانات الإقليمية والمنافسة بين السعودية وإيران)، فيما توفر صحيفة المؤتمر نت نسخة انجليزية فقط.

#### 6.5.1.7. التحديث والتحيين على مستوى الصحف الإلكترونية العربية .

إن أهم فرق بين الصحيفة الإلكترونية والصحيفة الورقية، هو أن الأولى بخلاف الثانية تسمح بتحيين محتوياتها وتعديلها لمسايرة الصحيفة الإلكترونية لتطورات الأحداث بما يسمح للمستخدمين بالإطلاع على جديد الأحداث مباشرة، من خلال الإشارة إلى تواريخ وزمن آخر تحديث، عادة ما تشير الصحف الإلكترونية - إذا كانت توفر هذه الخدمة- مباشرة تحت العنوان باستخدام عبارة آخر تحديث يليه مباشرة الساعة والتاريخ.

أظهرت الدراسة، ومن خلال الجدول رقم 12 أن 86.66% تشير في مضامينها إلى تواريخ آخر تحديث، بالمقابل نجد أن 13.33% لا توفر هذه الخدمة بتاتا وهو ما يقلل من موثوقية المستخدمين في هذه المضامين.

على مستوى تماشي التحديث وطبيعة الصحيفة فإن هذا العنصر يتطلب توفره على الأقل توفر الصحيفة على ما تتضمنه نسخها الورقية - إن كانت موجودة- أو مسايرتها لما يفترض أنه عمر الخبر في الصحيفة اليومية، يتوفر هذا العنصر في 93.33% من العينة المدروسة، وتتأكد هذه النسبة أكثر إذا ما ربطناها مع العنصر السابق (وجود تاريخ آخر تحديث)، لكن ينبغي التنبيه إلى أن هناك بعض العناصر الإعلامية التي لا تخضع لهذا التصنيف، فالمضامين الفكرية والثقافية هي بطبيعتها مضامين عمرها الإعلامي أطول من باقي المضامين الصحفية.

**جدول رقم (12):** يمثل المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة التحديث والتحيين لمضامينها.

النسبة المئوية	التكرارات	
86.66%	13	مواقع تشير إلى آخر تحديث
13.33%	02	مواقع لا تشير إلى آخر تحديث
100%	15	المجموع
93.33%	14	تماشي التحديث وطبيعة الصحيفة
06.66%	01	عدم تماشي التحديث وطبيعة الصحيفة
100%	15	المجموع
86.66%	13	مواقع توفر خدمة الأخبار العاجلة
13.33%	02	مواقع لا توفر خدمة الأخبار العاجلة
100%	15	المجموع

تعد خدمة الأخبار العاجلة من أهم الخدمات التي توفر خاصية المزامنة في نقل الخبر بالنسبة للصحيفة أو المستخدم؛ وتعطي للصحيفة صفة السبق والحصرية ما يزيد من شهرة الموقع وشعبيته، أظهرت الدراسة أن 86.66% توفر هذه الخدمة فيما يشير الجدول رقم 12 إلى أن 13.33% من العينة المدروسة لا توفر هذه الخدمة.

يتم توظيف هذه الخدمة على مستوى العينة المدروسة بطرق مختلفة أغلبها بوضع أيقونات خاصة مثل: صحيفة المؤتمر (عاجل)، صحيفة المستقبل (يحدث الآن)، السبيل (على مدار الساعة) وهناك من يدرجها مع شريط الأخبار المصورة مثل صحيفة الشرق الأوسط.

## 2.7. توظيف الوسائط المتعددة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

يشير مفهوم الوسائط المتعددة إلى تعدد الوسائط المستخدمة بشكل متتابع، والدمج بين هذه الوسائط وتكاملها لتسمح للمتلقي بالتفاعل والتحكم في عملية التلقي، تتأكد الصلة أكثر فأكثر بين مفهوم الوسائط المتعددة وشبكة الويب إذ هناك تداخلا بين مفهومي الوسائط المتعددة والوسائط الفائقة وهذه الأخيرة هي نتاج للتلاقي بين حقلي الوسائط المتعددة والنص الفائق، وهناك من يرى أن مصطلحي "وسائط فائقة" و"وسائط متعددة تفاعلية" يشيران إلى الأمر نفسه؛ حيث أنهما يتكونان من مفهومين أساسيين: تقديم متعدد للمعلومات وتفاعل بين المستخدمين والمعلومات. يتبنى كلا من شابمان وشابمان Chapman and Chapman في كتابهما الوسائط المتعددة الرقمية تعريفا يرتكز على البعد التقني للوسائط المتعددة ويستجيب إلى حد بعيد لمفهوم الوسائط المتعددة كما تعكسه التطبيقات الحديثة، يعرفان الوسائط المتعددة بأنها: "جمع اثنين أو أكثر من الوسائط المقدمة في شكل رقمي، بحيث يتم دمجها بما يكفي لعرضها عبر واجهة واحدة، أو يتم معالجتها بواسطة برمجية حاسوبية واحدة.<sup>(1)</sup>

### 1.2.7. الرسوم المتحركة والفيديو والصوت.

تعد الرسوم المتحركة والفيديو والصوت أبرز عناصر الوسائط المتعددة وأكثرها استخداما. يبين الجدول رقم 13 استخدام العينة المدروسة لهذه العناصر، تستخدم الصحف المدروسة الرسوم المتحركة بنسبة 100% بسبب مرونتها على مستوى الاستخدام والتحميل والتنزيل.

(1) محمد الأمين موسى أحمد، مرجع سبق ذكره.



جدول رقم (13): يبين توظيف الرسوم المتحركة والفيديو والصوت على مستوى المواقع الإلكترونية. (يشير الرقم 1 الى توفر العنصر محل الدراسة و 0 الى غيابه).

الموقع	الرسوم المتحركة	الفيديو	الصوت
الخبر	1	1	0
الشروق أونلاين	1	1	0
الشرق الأوسط	1	1	0
إيلاف	1	1	0
الأهرام	1	1	0
الأيام نت	1	0	0
الشرق	1	1	0
الراية	1	1	0
السبيل	1	1	0
أخبار الخليج	1	1	1
المؤتمر نت	1	1	0
كل الوطن	1	1	0
سودانيل	1	1	0
الوطن	1	1	0
المستقبل	1	0	0
التكرار	15	13	1
النسبة	%100	%86.66	%06.66
المجموع	15	15	15

إن هذا الاستخدام للرسوم المتحركة لا يستجيب في جميع الأحوال لمفهوم الوسائط المتعددة إذا ما ربطنا ذلك بعنصر الصوت، والذي يغيب في معظم مفردات العينة، حيث أن مفردة واحدة من مفردات العينة هي صحيفة أخبار الخليج تتضمن هذا العنصر، وهو ما يتنافى مع مفهوم توظيف الوسائط المتعددة الذي يقوم على ترميز رسالة تواصلية متعددة المنبهات تخاطب أكثر من عذر حسي واحد، أو أن هذه الرسائل تقدم للمتلقي عدة خيارات للتعرض للمضمون إذ أن غياب عنصر الصوت (أنظر الجدول رقم 13) يشكل غياباً لأحد الإمكانيات التي تتيحها الميلميديا وهو الاستماع للمضمون.

توظف أغلب الصحف المدروسة الصور المتحركة على مستوى الصفحة الرئيسية، وتحديدًا على مستوى شريط الأخبار المصورة بداية الصفحة الرئيسية مثل صحف: الخبر، الشروق، الشرق الأوسط والأهرام، مع فروقات من حيث التوظيف الجيد لهذه التقنية إذ تقدم صحيفة سودانيل مثالاً عملياً عن التوظيف السيء لهذه التقنية وتشكل صحيفة الأيام نت الاستثناء على هذا المستوى إذ تكتفي بشريط الأخبار المختصرة دون المصورة.

أما التوظيف الثاني للرسوم المتحركة فيتمثل في الإسهامات الخاصة بالخب، إذ يوظف شريط الرسوم المتحركة في عرض هذه الإسهامات دائما ضمن الصفحة الرئيسية مثل صحيفة الأهرام.

يبين الجدول رقم 13 أن 14 مفردة من مفردات العينة المدروسة توظف الفيديو بواقع 88.66% بينما صحيفتين فقط لا تستخدمان الفيديو بنسبة 13.33% وهما صحيفتي المستقبل والأيام نت.

توظف الصحف المدروسة الفيديو بتقنية مختلفة، وبأشكال متعددة وتحت تسميات مختلفة على سبيل المثال توظفه صحيفة الخبر بتخصيص إطار في الصفحة الرئيسية تحت تسمية ألبوم الفيديو بمعدل 10 فيديو، بينما تخصص الشروق صفحة بأكملها للفيديو بمعدل 57 فيديو.

على مستوى المضامين الخاصة بالفيديو هناك صحف يرتبط فيها مضمون الفيديو بالأخبار التي تنشرها، خاصة إذا كان من ضمن متعلقاتها قنوات تلفزيونية مثل: الخبر وقناة الخبر KBC، والشروق وقناة الشروق TV، وصحيفة الراية وقناة قطر HD الرسمية التي توفر لها مواد الفيديو، بينما نجد الفيديو يرتبط ببعض المواضيع والأحداث على مستوى بعض الصحف مثل صحيفة إيلاف التي يترافق فيها استخدام الفيديو في معظم الأوقات مع الأحداث والأخبار الرياضية، والظاهرة نفسها تتكرر مع صحيفة السبيل التي تخصصها للأحداث في فلسطين بوسم السبيل فلسطين فيديو، أما المفارقة فتتمثل في صحيفة المستقبل التي غاب فيها توظيف الفيديو على الرغم من الإخراج الجيد لها والأمر نفسه ينطبق على صحيفة الأيام نت، فيما تعكس صحيفة سودانيل والمؤتمر نت بدرجة أقل توظيفا سيئا لهذه التقنية.

وعلى الإجمال، فإن تخصيص إطارات منفصلة للفيديو (مثل فيديو الخليج الذي يضم 88 فيديو) وهو الغالب في العينة المدروسة، أو ربط استخدامه بمواضيع بعينها يعكس تمثلا معينا من قبل القائمين على إدارة هذه الصحف والذي يتنافى مع المفهوم الشامل للوسائط المتعددة الذي يقوم على توظيف النصوص والجدول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو بكيفية مندمجة ومتكاملة من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية حاجات المتلقي ومتكيفة مع قدراته الإدراكية، ويمكن الحديث عن تعدد الوسائط ابتداء من توظيف وسيطين كحد أدنى، فالوسائط المتعددة وفقا لهذا التعريف، ليست مجرد عملية تجميع لهذه الوسائط بل عملية إبداعية تخضع للشروط الفنية والنفسية (الإدراكية والمزاجية) المواكبة لعملية التلقي.

## 2.2.7. استخدام الصورة في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

تشكل الصورة الحد الأدنى والمنطلق الأولي لتوظيف مفهوم الوسائط المتعددة، كونها السبابة في تشكيل مفهوم الوسائط المتعددة على مستوى العينة المدروسة يبين الجدول رقم 14 تباينا كبيرا بين الصحف المدروسة، إذ تحرص أغلب الصحف في العينة المدروسة على تضمين صفحاتها الرئيسية عددا كبيرا من الصور، إذ أن 10 صحف من العينة المدروسة وبمعدل 66.66% تتضمن صفحاتها الرئيسية

ما يعادل أو يفوق 40 صورة، وإذا كانت الصورة تتطلب مساحة تخزينية أكبر مقارنة بالنص وقد تعرقل عملية التصفح إذا كانت درجة تنقيطها عالية أو حجمها كبيرا، فإن ذلك لا يفسر قلة الصور في عدد من المواقع المدروسة والتي تظهر صورها عادية وتوظيفها بسيط مثل: صحيفتي الأيام نت والمؤتمر نت، أو بالنسبة لصحيفة سودانيل التي تظهر توظيفا سيئا للصورة على قلتها، فيما تبدو هذه القاعدة منطبقة تماما على صحيفة المستقبل التي توظف الصورة بشكل جيد وبدرجة دقة ونقاء عاليتين.

إن التحليل الخاص باستخدام الصورة لا يقتصر على انعدام الصور أو ندرتها أو قلتها، بل يتجاوز ذلك إلى استخدامها كوسيط متعدد وتزويدها بسمة الفعالية التي تتيح للمستخدم الحصول على وصلة أو الولوج إلى مزيد من الصور المرتبطة فيما بينها.

**جدول رقم (14):** يبين معدل استخدام الصور بالصفحة الرئيسية للمواقع المدروسة.

الصحيفة	معدل الصور بالصفحة الرئيسية
الخبر	63
الشروق أونلاين	82
إيلاف	49
الشرق الأوسط	68
الأهرام	48
الأيام نت	12
الشرق	64
الرؤية	33
السبيل	54
أخبار الخليج	43
المؤتمر نت	20
كل الوطن	81
سودانيل	12
الوطن	60
المستقبل	27

**3.2.7. امتداد الصفحة الرئيسية للمواقع المدروسة.**

إن الكيفية التي تصمم بها الصفحة الرئيسية تكتسي أهمية بالغة في إضفاء قدر من السهولة واليسر والفعالية، فقد بينت الدراسات أن الصحيفة التي يتضمن ارتفاع الشاشة الأولى من صفحاتها

الرئيسية أكبر قدر من المواد والوصلات هي الصحيفة الأكثر فعالية، كما بينت نفس الدراسات أن امتداد الصفحة الرئيسية يتناسب عكسياً مع فعاليتها على مستوى سرعة التصفح واسترجاع المعلومات.

إن القاعدة التي تستند عليها هي: أن الصحيفة الأكثر فعالية بمعنى أن الولوج إلى المواضيع عبر الصفحة الرئيسية يستغرق أقل وقت ممكن هي الصحيفة التي تمتد صفحاتها الرئيسية لحوالي ارتفاع شاشة واحدة، بينما يكون امتداد الصفحة الرئيسية للصحيفة الأقل فعالية 5.5 مرة ارتفاع الشاشة.<sup>(1)</sup>

#### جدول رقم (15): يبين إمتداد الصفحة الرئيسية للمواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرار	
66.66%	10	صفح تمتد صفحاتها أكثر من 5.5 عن الشاشة
33.33%	05	صفح تمتد صفحاتها أقل من 5.5 من ارتفاع الشاشة
100%	15	المجموع

بينت الدراسة أن 6.6% من العينة المدروسة، تمتد صفحاتها أكبر من 5.5 عن ارتفاع الشاشة ما يعني ضعف في فعاليتها على مستوى التصفح واسترجاع المعلومات، خاصة إذ ترافق هذا الامتداد مع كثافة الرسوم والإشهار وباقي الخدمات مثلما هو الحال مع صحيفة الأهرام والشرق الأوسط بدرجة أقل (أنظر الجدول رقم 16).

إن الامتداد الرأسي للصفحة الرئيسية ينبغي أن يبين لنا فرقا جوهريا بين تصميم الصحيفة الإلكترونية التي ليس لها مقابل ورقي، والصحيفة الإلكترونية التي هي في الأصل صحيفة ورقية، فبحكم أن الصحيفة الإلكترونية تختلف في طبيعتها عن بقية وسائل الإعلام الأخرى - المحكومة بما يرد في النسخة الورقية أو يبيت عبر الأثير أو الفضاء - تستطيع أن تتضمن صفحاتها الرئيسية والصفحات الأخرى أكبر قدر ممكن من المواد الإعلامية بحكم عملية التحديث المستمرة، إلا أن هذا الفرق لا يظهر إذا ما قارنا بين كل من صحيفتي الشرق الأوسط بامتداد يقدر بـ 12.2 و صحيفة الشرق أونلاين بإرتفاع قدره 10 - مع أن كلا الصحيفتين لهما وجود ورقي - مع صحيفة إيلاف وهي صحيفة إلكترونية خالصة.

على مستوى بعض الصحف، لاحظت الدراسة توظيفا جيدا لهذا العنصر خاصة على مستوى صحيفة المستقبل بامتداد قدره 3.7 عن الشاشة، ونفس الشيء بالنسبة لصحيفة المؤتمر، وعلى الرغم من امتداد صحيفة سودانيل 05 عن الشاشة إلا أن خلوها من الوصلات والرسوم لا يشجع المستخدم على الاطلاع على مضمونها (أنظر الجدول رقم 16).

(1) محمد الأمين موسى، مرجع سبق ذكره.

جدول رقم (16): يبين إمتداد الصفحة الرئيسية لكل موقع من المواقع المدروسة.

الصحيفة	امتداد الصفحة عن الشاشة
الخبر	6.3
الشروق أونلاين	10
الشرق الأوسط	12.2
إيلاف	6.3
الأهرام	9.3
الأيام نت	12
الشرق	7.3
الرؤية	4.2
السبيل	3.4
أخبار الخليج	06
المؤتمر نت	04.00
كل الوطن	12.5
سودانيل	05
الوطن	7.1
المستقبل	3.1

### 3.7. الصورة والخدمات على مستوى الصحف الإلكترونية العربية :

تحولت المعرفة في زمن العولمة إلى مفتاح للنجاح، فهي تعني المستقبل وهي حصيلة الامتزاج الخفي بين المعلومة والخبرة والمدرجات الحسية والقدرة على الحكم.

يعود الدور الكبير والفاعل الذي باتت تلعبه التكنولوجيا على مستوى عولمة أسواق الإعلام والاقتصاد والتعاملات الافتراضية إلى التغيرات الكبيرة التي شهدتها الفضاء الفيزيائي كنتيجة للتلاعب بمفهوم المكان والزمان، إن هذه التغيرات يمكن تلخيصها في ثلاثة عناصر أساسية هي: اللامادية من حيث تجريد الأشياء من أبعادها المادية، والالتزام من حيث عدم الحاجة إلى تحديد مواعيد مسبقة، واللاتموقع من حيث عدم اشتراط الحضور الفيزيائي بنفس الموقع والمكان<sup>2</sup>.

تعد الصحف العربية ومواقعها الإلكترونية أحد العناصر المكونة لهذا الفضاء الافتراضي، وهي أحد أدوات الاتصال في عصر العولمة وهي منوطة بلعب أدوار ثقافية مهمة، إن أحد العناصر الأساسية التي من شأنها أن تسمح لهذه المواقع بممارسة هذه الوظيفة هي التحكم في أدوات التكنولوجيا وتقديم خدمات تعكس اندماج الثقافة العربية في عصر التقنية.

تعكس المواقع الإلكترونية للصحف العربية على مستوى الخدمات التي توفرها، صورة للثقافة العربية تتحدد ملامحها في تخلف الثقافة العربية عن استيعاب المفهوم الحقيقي للثورة التقنية وتجلياتها الاتصالية وهو ما يعكسه النقطة المتعلقة بالنشر الإلكتروني الذي يعتمد على الحد الأدنى من خلال استخدامه للنص دون غيره من الوسائط إضافة إلى ضعف خدمات الأرشيف والبحث والإحصائيات وهي كلها عناصر تبرهن بالفعل على هامشية الثقافة العربية وإنقطاعها على أهم أسباب النهضة والتجدد.

تثير النقطة المتعلقة بالملاحق إشكالية كبيرة طالما رافقت الفعل الثقافي العربي ومجمل النقاشات الفكرية على مستوى المنطقة العربية، هذه الإشكالية تتمثل في الوصاية على الفعل الثقافي إذ نجده مرة ضمن وزارات مستقلة وأخرى مع وزارة الاتصال وأحياناً بمسميات مختلفة، إضافة إلى واقع الثقافة في المنطقة العربية والتي لم تستطع أن تخلق لنفسها صناعة ثقافية مستقلة عن الهيمنة السلطوية.

تعد الترجمة كخدمة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية، مؤشراً مهماً للتدليل على عزلة الثقافة العربية وعدم امتلاكها وتحكمها وتوظيفها الجيد للإمكانيات التواصلية الهائلة التي يتيحها الفضاء الافتراضي وهو ما يعكس بالفعل أحد ملامح الثقافة العربية التي تعكسها الصحف الإلكترونية العربية وهي صورة ثقافة مهمشة ومنعزلة عن محيطها العالمي، ومنفصلة عن ثورة الثقافة والمعلومة.

<sup>2</sup> - جوهر الجموسي، مرجع سبق ذكره، ص 49.

## خلاصة

يكشف الفصل السابق على واقع للمواقع الإلكترونية يتسم بالتخلف على مستوى الخدمات التي تطرحها، حيث يقل عدد المواقع التي توفر خدمة الملاحق والقاعدة نفسها بالنسبة للمتعلقات، اما بالنسبة لخدمة الإعلان يعكس واقعها نظرة تقليدية للإعلام تقصي النظرة الاقتصادية لصناعة الصحافة في ظل الإعلام الجديد، إذ أن بعض المواقع لا توفر هذه الخدمة نهائيا ، كما سجلت الدراسة نوعا من التناقض في إشارة بعض الصحف إلى توفيرها لخدمة الإعلانات المبوبة دون وجودها إضافة إلى تدني حضور نسبة خدمة إحصائيات الموقع وخدمة الأخبار عن طريق التطبيقات الهاتفية، أما الملاحظة التي تسترعي الاهتمام هو غياب خدمة الترجمة بشكل كبير على اغلب المواقع المدروسة ما يعكس صفة التوقع والانعزالية التي تميز المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

فيما يتعلق بتوظيف الوسائط المتعددة على مستوى المواقع الإلكترونية كشفت الدراسة عن عدم فهم جيد لمقتضيات مفهوم الوسائط المتعددة، حيث تتميز معظم المواقع المدروسة بتوظيف متواضع لعنصر الوسائط المتعددة وغلبة عقلية النشر الورقي على النشر الإلكتروني.

الفصل الثاني  
الأساسيات

التفاعلية والإبحار

والبحث على مستوى

المواقع الإلكترونية



تعد التفاعلية أحد أهم التحولات التي جاءت بها الانترنت والتطبيقات الاتصالية المرافقة لها حيث يتزايد باستمرار الطابع الشخصي للاتصال و من المعروف أن وسائل الإعلام التقليدية ليست تبادلية الاتصال لأن التدفق الاتصالي يتم في اتجاه واحد ولا يمنح الفرصة للمستقبل لإنتاج رسائل اتصالية خلال عملية الاتصال وهي السمة السائدة في وسائل الاتصال الجماهيرية إلا انه في ضوء الإعلام الجديد فإنه التفاعلية والتبادل أصبحا ممكنين بفضل العديد من الوسائل، على مستوى المواقع الإلكترونية يمكن تحقيق التفاعلية من خلال العديد من الوسائل منها: التعليق وإضافة المقالات وكذلك عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي .

من جهة أخرى فإن التوسع في عمليات النشر الإلكتروني وما يتيح من إمكانيات لزيادة الغنى الإعلامي والاتصالي على مستوى مواقع الصحف يفرض على هذه الأخيرة الاستعانة ببرامج تسهل عملية الإبحار والتجول ضمن محتويات الموقع وهو أمر لا يتحقق إلا بتوفير برامج ووسائل تسهل هذه العملية .

إن عملية التوسع في نشر المضامين الصحفية على مستوى المواقع الإلكترونية وغناها المعلوماتي والإمكانيات التي يتيحها النص الممنهل جعل من هذه المواقع مجالات للبحث عن المعلومات في شتى المجالات، خاصة وأن العديد من المواقع تتيح خدمة تحميل الوثائق وتتضمن العديد من الدراسات والأبحاث والتحقيقات، لذلك فإن توفر محركات البحث والوسائل المساعدة في تحقيق هذه العملية لازمة من لوازم نجاح الموقع. يحاول الفصل الآتي التطرق لهذه العناصر وواقعها على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية .

## الفصل الثامن: التفاعلية و الإبحار والبحث على مستوى المواقع الإلكترونية

### 1.8. التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

يرى غونتر Gunter "إن فهم التفاعلية والطريقة التي تعمل بها أمر أساسي لفهم النجاح المحتمل لخدمات الانترنت"، ولذلك لابد أن نعرف ماهية التفاعلية في صحافة الإنترنت التي يضعها ديوز ضمن أهم خصائص صحافة الانترنت التي يرى أنها تكمن في:

- على صحافة الانترنت إفساح المجال لقراءها للاستجابة لما تنشره حتى يمكنهم الاتصال بها بتخصيص قصص خاصة بهم، وهو ما يحقق لها معهم خاصية التفاعلية، حالة التخصيص هذه تحقق درجة عالية من حق الفرد في الاختيار.
- على صحافة الانترنت أن تقرر بأي شكل من الوسائط ستقدم رسالتها وهذا يوضح تعددية الوسائط في هذه الصحافة.
- أن تخلق طرقا لتوصيل ما تنشره من معلومات مع مصادر أخرى من قصص مماثلة أو مواد أرشيفية بما يحقق حالة التشعبية.

ويقول كاواموتو Kawamoto "إن التفاعلية هي عملية اشتراك الآلة أو الفرد في عملية إدارة البحث عن المعلومات، وعملية المشاركة في المعلومات<sup>(1)</sup>، على مستوى العينة المدروسة يمكن قياس التفاعلية من خلال المستويات الآتية:

#### 1.1.8. منتديات النقاش.

بالتركيز على موضوع معين يقوم عدد من الانترنتيون من مناطق مختلفة بالنقاش، حيث تمثل مجموعات النقاش منبرا مفتوحا عبر الساعة والمسافات للدخول في الحوار والنقاش مع من يشاطر الاهتمام بقضية أو موضوع ما، ولا بد للمشارك أن يكون مسجلا في المجموعة وأن يستخدم برامج خاصة بقراءة الأخبار، بالمساهمة تتكون مجموعات النقاش في إطار شبكة الانترنت بحكم الموقع الجغرافي أو بحكم الاهتمام بموضوع معين في مجال تخصص مشترك.

تعد الصحف الإلكترونية فضاءا مناسباً لاستضافة منتديات الحوار والنقاش، طالما أن ما تطرحه من مواضيع وقصص إخبارية هي في الأساس مواضيع خلافية، تحتل أكثر من وجهة نظر وتشكل منطلقا للنقاش. تعد المنتديات الإلكترونية أحد أهم أوجه وصور التفاعلية على مستوى الصحف الإلكترونية ذلك أنها تسمح للمستخدم بالتعبير عن رأيه وتحويله إلى مرسلا ومستقبلا محققا مفهوم التفاعلية، كما أن استضافة منتديات النقاش يزيد من إقبال المستخدمين على الموقع. على مستوى العينة المدروسة كشفت الدراسة ومن خلال الجدول رقم 17 أن 26.66% فقط من المواقع المدروسة توفر هذه

(1) عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، مرجع سبق ذكره.

الخدمة بواقع أربعة صحف، فيما تغيب هذه المنتديات على 73.33% من الصحف المدروسة، إن النسب المذكورة أنفا تكشف على واقع التفاعلية في الصحف العربية التي لا تزال في أطوارها الأولى على الرغم من اتساع المنابر وانتشار غرف الدردشة إلا أن هذه الخدمة متوفرة بشكل متواضع جدا (الخبر، الشروق أونلاين، الشرق الأوسط، الراية).

## 2.1.8. استطلاعات الرأي.

تعد استطلاعات الرأي مجال حي للتفاعل مع القراء، خاصة عندما تستخدم في حالة الإحالات المتبادلة، توظف الصحف الإلكترونية استطلاعات الرأي على مستويين: يتعلق الأول ويرتبط بأسئلة حول بعض المواضيع التي تراها الصحيفة مهمة وفق أجندتها الإعلامية وخطها التحريري فيما يرتبط المستوى الثاني بأسئلة حول موقع الصحيفة كما أن عرض هذه الاستطلاعات يتم بطريقتين:

**جدول رقم (17):** يبين صور التفاعلية على مستوى المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	
26.66%	04	مواقع تحتوي مواقعها على منتديات النقاش
73.33%	11	مواقع لا تحتوي مواقعها على منتديات النقاش
100%	15	المجموع
60%	09	وجود استطلاعات الرأي على مستوى مواقع الصحف المدروسة
40%	06	غياب استطلاعات الرأي على مستوى مواقع الصحف المدروسة
100%	15	المجموع
0%	0	مواقع تحتوي مواقعها على خدمة الحوار المباشر
100%	15	مواقع لا تحتوي مواقعها على خدمة الحوار المباشر
100%	15	المجموع
93.33%	14	مواقع تتوفر مواقعها على إمكانية التعليق على المواد المنشورة
6.66%	01	مواقع لا تتوفر مواقعها على إمكانية التعليق على المواد المنشورة
100%	15	المجموع
6.66%	01	مواقع تتوفر مواقعها على إمكانية إضافة مقال
93.33%	14	مواقع لا تتوفر مواقعها على إمكانية إضافة مقال
100%	15	المجموع
0%	00	مواقع تتوفر استطلاعات رأي حول موقع الصحيفة
100%	15	مواقع لا تتوفر استطلاعات رأي حول موقع الصحيفة
100%	15	المجموع

الأولى يتم فيها تخصيص إطار على مستوى الصفحة الرئيسية يتميز بأنه ثابت ضمن محتويات الصفحة، أما الطريقة الثانية فتكون بظهور أيقونة بطريقة قافزة تتيح للمستخدم الخيار بالإجابة من عدمها وهي تظهر أيضا على مستوى الصفحة الرئيسية.

أظهرت الدراسة أن 60% من مواقع الصحف المدروسة تتوفر على استطلاعات للرأي خاصة بالمواضيع التي يتم نشرها أو بالمواضيع الراهنة، فيما غابت هذه الاستطلاعات عن 40% من مواقع الصحف المدروسة، أما على مستوى استطلاعات الرأي الخاصة بموقع الصحيفة فقد غابت تماما وبنسبة 100% وقد كان من الممكن أن يخدم هذا النوع من الاستطلاعات الخاصية الأولى من خصائص الصحف الإلكترونية التي تكلم عنها ديوز والمذكورة آنفا.

### 3.1.8. الحوار المباشر في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

فيما يتعلق بالحوار المباشر ومجالات الحوارات الحية، فقد كشفت الدراسة على أن هذه الخدمة غير موجودة تماما وربما يكون القائمين على إدارة مواقع الصحف الإلكترونية وجدوا في المنتديات الإلكترونية بديلا عن ذلك، طالما أنها تتيح مناقشة المواضيع مباشرة في الوقت الحقيقي مع مشاركة قراء الصحيفة وصحفيوها وهي الخدمة التي رأيناها تتوفر فقط في أربع صحف.

### 4.1.8. التعليق وإضافة المقالات في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

يعتبر التعليق أحد أهم وسائل تحقيق التفاعلية التي تحتضنها فضاءات النقد والتعليق على مستوى الصحف الإلكترونية وهي عبارة عن مساحة مخصصة على موقع الويب الخاص بالصحيفة الإلكترونية أسفل المقال أو المادة الإعلامية قصد إتاحة الفرصة لجمهور الصحيفة للمشاركة في المحتوى المعروض بإضافة تعليق، أو النقد أو التعبير عن وجهة نظر المستخدم تهدف هذه الخدمة إلى زيادة مشاركة الجمهور في صناعة المضامين الإعلامية، إن أهمية التعليق تكمن في تحقيق قدرا من الديمقراطية والحوار بين الصحيفة وقراءها. على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية، بينت الدراسة أن 93.33% من العينة المدروسة توفر فضاءات التعليق وتتيح إمكانية التعبير عن الرأي، الملاحظة التي ينبغي الحرص عليها أن مواقع هذه الصحف لا تسمح دائما بنشر تعليقات القراء بدون مرورها على المحرر، خاصة إذا ما أخذنا طبيعة المتغيرات السياسية والاقتصادية التي تحكم عمل هذه الصحف، الملاحظة الثانية هي أن هذه الصحف لا توفر دائما خدمة التعليق في جميع مواضيعها فقد تستثني بعض المواضيع من التعليق.

يكشف الجدول رقم 17 أن مفردة واحدة من مفردات العينة لا توفر خدمة التعليق، وهي صحيفة المستقبل اللبنانية وهو أمر غير مفهوم في صحيفة ترتبط بتيار سياسي معين مع ما يقتضي ذلك من جعل موقع الصحيفة فضاءا للتعبير عن الرأي وهو عنصر أصيل في العملية السياسية.

تعد خدمة إضافة المقالات أحد أشكال التفاعلية السلبية، حيث تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إضافة مقالات ذات علاقة بالمواد الإعلامية المنشورة. كشفت الدراسة أن هذا الشكل من التفاعلية السلبية متوفر بنسبة 06.66% أي في مفردة واحدة وهي صحيفة الشرق، بينما تغيب هذه الخدمة في مواقع الصحف المتبقية وبطبيعة الحال فإنه حتى على مستوى صحيفة الشرق، لا يمكن أن نتخيل مرور هذه المقالات - إن وجدت- دون إخضاعها للرقابة المسبقة.

### 5.1.8. توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كنوع من التفاعلية.

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي أحد تطبيقات الجيل الثاني للانترنت 2.0، وهي بسبب طابعها الشبكي تعد أحد أدوات التفاعلية المهمة خاصة إذا ما أخذنا في الاعتبار ميزة الإحالات المتبادلة والتي تجعل من مضامين الصحف الإلكترونية تتحرك بإنسيابية كبيرة . تشكل شبكة التواصل الاجتماعي تويتز أولى الشبكات بنسبة 100% حيث أن جميع الصحف تمتلك صفحات على مستوى هذه الشبكة، ولعل طبيعة بناء وهندسة هذه الشبكة وملاءمتها للتصريحات والتعليقات وراء امتلاك جميع الصحف المدروسة لحسابات على هذه الشبكة.

كما يشير الجدول رقم 18 أن شبكة فيسبوك هي ثاني شبكة اجتماعية من حيث حضور الصحف العربية بصفحات على مستواها بنسبة 93.33% حيث سجلنا عدم امتلاك صحيفة واحدة لحساب على مستوى هذه الشبكة وهي صحيفة سودانيل، أما غوغل بلس +g فقد حلت في المرتبة الثالثة، حيث كشفت الدراسة أن 66.66% من مفردات العينة تمتلك حسابات رسمية على مستوى هذه الشبكة، وغابت خمسة صحف من التواجد على مستوى هذه الشبكة، وهي: الوطن، المستقبل، سودانيل، الوطن المؤتمر نت .

تعتبر شبكة يوتيوب شبكة مصممة بامتياز لنشر المواد المصورة والفيديو والقصص الفيلمية، لذلك فإن تواجد الصحف الإلكترونية العربية على مستوى هذه الشبكة يعكس طبيعة وعيها بأهمية الصورة وهو ما نجده غائبا على مستوى العينة المدروسة. يبين الجدول رقم 17 أن 40% فقط من العينة المدروسة متواجدة على هذه الشبكة بواقع 7 مفردات هي: الشروق أونلاين، إيلاف، الشرق الأوسط، الأيام نت، أخبار الخليج، المؤتمر نت فيما غابت بقية الصحف ، كما سجلت الدراسة نسبا متقاربة من حيث التواجد على مستوى شبكات: لينكدن، واتس آب، بنسب 13.33%، 06.66%، على التوالي، أين سجلنا حضور صحيفتين فقط على مستوى شبكة لينكدن، هما: إيلاف والأهرام وصحيفة واحدة على مستوى واتس آب، أما على مستوى حضور كل صحيفة على شبكات التواصل الاجتماعي فالجدول رقم ( 18 ) يبين ذلك بالتفصيل.

جدول رقم (18): يبين امتلاك المواقع الإلكترونية للصحف العربية لحسابات على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرارات	
%100	15	مواقع تمتلك صفحات على تويتر
%0	0	مواقع لا تمتلك صفحات على تويتر
%100	15	المجموع
%93.33	14	مواقع تمتلك حسابات على فيسبوك
%06.66	01	مواقع لا تمتلك حسابات على فيسبوك
%100	15	المجموع
%66.66	10	مواقع تمتلك صفحات على غوغل بلس g+
%33.33	05	مواقع لا تمتلك صفحات على غوغل بلس g+
%100	15	المجموع
%33.33	05	مواقع تمتلك حسابات على اليوتيوب
%66.66	10	مواقع لا تمتلك حسابات صفحات على اليوتيوب
%100	15	المجموع
%13.33	02	مواقع تمتلك حسابات على لينكدن
%86.66	13	مواقع لا تمتلك حسابات على لينكدن
%100	15	المجموع
%06.66	01	مواقع تمتلك حسابات على واتس آب
%93.33	14	مواقع لا تمتلك حسابات على واتس آب
%100	15	المجموع

جدول رقم (19): يبين عدد مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة.

الموقع	عدد حسابات الشبكات الاجتماعية
الأهرام	06
إيلاف	05
الشرق الأوسط	04
أخبار الخليج	05
الأيام نت	05
الشروق أونلاين	04
الخبر	03
الشرق	03
المؤتمر نت	03
كل الوطن	03
الوطن	03
الرؤية	02
السبيل	02
المستقبل	02
سودانيل	01

#### 6.1.8. تبني المواقع الإلكترونية لمفهوم صحافة المواطن لصحافة المواطن.

تعد صحافة المواطن أحد الظواهر الإعلامية والاتصالية التي أفرزها الواب 2.0، وهي تشير إلى تلك المضامين الإعلامية التي ينتجها الفرد العادي باستخدام التطبيقات الجديدة للإعلام وهي تعكس تحول جذري على مستوى بيئة الإعلام والاتصال حيث انقلب وضع تاريخي للإعلام حكمته ثنائية المرسل - المستقبل، ليتحول الجمهور إلى صانع للرسالة الإعلامية. إن ازدياد أهمية هذا النوع من المضامين وكثافة حضوره على مستوى الفضاء الافتراضي وتحوله إلى المصدر الوحيد للصورة والمعلومة في بعض المناسبات والأحداث دفع مختلف وسائل الإعلام لمحاولة توظيف هذا النوع من المضامين وذلك بتخصيص روابط و وصلات أو مواقع لاستضافة هذا النوع من المضامين.

إن عملية توظيف المضامين التي ينتجها الأفراد في مساحات الرأي ليس بالجديد بالنسبة للصحافة المكتوبة، حيث تخصص الصحافة المكتوبة فضاءات حرة للنخب، ولكن الجديد هو إتاحة الخدمة للمواطنين العاديين على مستوى الصحافة الإلكترونية، خاصة إذا تعلق بالمواضيع التي يكون حيز تطورها كبيرا من الناحية الجغرافية أو في البيئات التي يتعذر فيها حضور وسائل الإعلام.

## جدول رقم (20): يبين مدى تبني المواقع الإلكترونية لمفهوم صحافة المواطن.

النسبة المئوية	التكرارات	
33.33%	05	مواقع تتبنى مفهوم صحافة المواطن
66.66%	10	مواقع لا تتبنى المفهوم
100%	15	المجموع

فيما يتعلق بالصحافة العربية الإلكترونية، فقد كشفت الدراسة أن 33.33% من المواقع المدروسة فقط تتبنى مفهوم صحافة المواطن متمثلة في خمسة صحف هي: الشروق أونلاين، إيلاف، الشرق، السبيل و كل الوطن، فيما تغيب هذه الخدمة في الصحف المتبقية (أنظر الجدول رقم 20)، إن عملية توظيف صحافة المواطن على مستوى الصحف المذكورة يتسم بالسطحية والنظرة التقليدية لأهمية المضامين التي ينتجها المستخدمون وباستثناء صحيفة السبيل التي تعكس نوعاً من التمثيل الجيد لصحيفة المواطن، يبقى هذا المفهوم غائبا عن باقي الصحف. تدرج صحيفة السبيل صحافة المواطن ضمن أحد خدماتها بعنوان "أرسل خبراً" أما صحيفة الشروق أونلاين فتدرجها ضمن أيقونة "شاركنا برأيك" مع أنها تتيح خدمة التعليق ما يعكس ضبابية في تمثيل المفهوم أما صحيفة إيلاف فتخصص إطاراً بوسم "تيوميديا" تدرج من خلالها التعليقات الواردة على مستوى صفحة تويتر الرسمية الخاصة بها، كما تخصص إطاراً ضمن صفحتها الرئيسية بعنوان "استديو القراء" ويتضمن أربعة أركان هي: طبيعة، سياحة، عالم الحيوان و عامة، أما صحيفة الشرق فهي تخصص ركناً بعنوان مجلة القراء يحتوي هذا الركن على أربعة أركان فرعية، هي: أضف مقالة، فيديو، نكتة و كاريكاتير، أما صحيفة الوطن فتقتصر في مفهومها لصحافة المواطن على نشر بعض المقطعات الواردة على مستوى صفحتها بتويتر.

### 2.8. الإبحار على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

#### 1.2.8. منالية المواقع الإلكترونية للصحف العربية وأشكال الإتاحة.

يقصد بالمنالية على مستوى شبكة الإنترنت إمكانية الوصول إلى موقع معين وتصفح محتوياته والاستفادة من خدماته، إن عملية قياس منالية مواقع الصحف المدروسة يتم بعدة طرق وعلى العديد من المستويات، تعد سهولة الوصول إلى الموقع ومناليته من عناصر التقييم الهامة حيث أنه كلما كان الوصول إلى الموقع سهلاً كلما زادت معدلات الاستفادة منه، ويسهم تكثيف الموقع وتواجده وتضمينه في محركات وأدلة البحث إلى الوصول إليه عن طريق عمليات البحث بكل طرقها البسيطة منها والمتقدمة، والتي تعد محركات وأدلة البحث الموضوعية إحدى أهم وسائلها. إن الكشف عن توفر المنالية تحدها محركات البحث، تعمل محركات البحث على البحث عن المحتويات المطلوبة وفق معايير محددة هذه المعايير هي كلمة ما أو عبارة معينة، ثم تجري عملية البحث على مستوى الإنترنت ليتم استدرج قائمة مراجع على شكل نصوص أو صور أو مقاطع فيديو أو أخبار توافق تلك المعايير. عادة ما تكون النتائج



المعروضة على شكل قائمة تضم مئات الآلاف من المراجع والتي تكون مرتبة في صفحات متتالية وغالبا ما يتوقف المستخدم عند النتائج الأولى او الصفحات الأولى في حال ما إذا توفرت روابط خاصة بالموضوع محل البحث. إن هذا المعطى يفرض على القائمين على شؤون المواقع الإلكترونية للصحف العربية العمل على وصول مواقعهم إلى الصفحات الأولى من محركات البحث، ولا يتحقق ذلك إلا بإشهارها على محركات البحث. فقد دلت الدراسات على أن العدد الأكبر من زوار المواقع يصلون إليها عن طريق محركات البحث.

**جدول رقم (21):** يبين مستويات ودرجة منالية المواقع الإلكترونية للصحف العربية .

المجموع	نسبة منخفضة	نسبة متوسطة	نسبة عالية	مستويات المنالية بمواقع الصحف الإلكترونية	
15	0	01	14	تكرارات	تكشف موقع الصحيفة وتواجهه
%100	0	%06.66	%93.33	نسبة مئوية	ضمن أدلة أدوات البحث
15	04	0	11	تكرارات	بساطة عنوان الموقع ووضوحه
%100	%36.66	0	%73.33	نسبة مئوية	[محدد وسهل التذكر]
15	05	0	10	تكرارات	شهرة وشعبية الموقع
%100	%33.33	0	%66.66	نسبة مئوية	

كشفت الدراسة أن 93.33% من مواقع الصحف الإلكترونية العربية متواجد ضمن أدلة وأدوات البحث ومكشفة بنسبة عالية، فيما يشير الجدول رقم 21 أن مفردة واحدة وبنسبة 06.66% مكشفة بنسبة متوسطة وهي صحيفة الخليج، إذ أن صحفا مثل: الخبر، الشروق أونلاين، الأهرام، إيلاف، الراية، الشرق، المستقبل و الوطن تظهر أسماءها في المراتب الأولى من البحث، أما على مستوى بساطة عنوان الموقع ووضوحه فإنه له دور كبير في سهولة تذكره وبالتالي استخدامه للوصول إليه على مستوى مواقع الصحف الإلكترونية المدروسة، فإن بساطة عنوان الموقع ووضوحه تتوفر في 11 موقعا وبنسبة عالية بنسبة 73.33% فيما يشير الجدول رقم 21 دائما، الى أن 36.66% هي مواقع تتوفر فيها بساطة العنوان ووضوحه بنسبة منخفضة وتتمثل في مواقع صحف: الوطن، كل الوطن، المؤتمر نت، الخليج، الأيام نت.

المستوى الثالث من المستويات المتعلقة بتحديد منالية مواقع الصحف الإلكترونية يتمثل في شهرة وشعبية الموقع، تتوفر هذه الخاصية في 10 مواقع من المواقع المدروسة وبنسبة 66.66% وكمثال على هذه المواقع نجد: الشروق أونلاين، إيلاف و الشرق الأوسط وهي المواقع التي تتحقق فيها هذه الخاصية بنسبة عالية، خمسة مواقع من المواقع المدروسة وبنسبة 33.33% تتميز بتوفر هذه الخاصية فيها ولكن بنسبة منخفضة وهي: الأيام نت، السبيل، الخليج، المؤتمر نت، وموقع صحيفة سودانيل.

من أهم خصائص صناعة مواقع الصحافة على الانترنت، هي إمكانية إتاحة محتوياتها بأكثر من طريقة على مستوى الشكل أو على مستوى اللغة، كما أن سرعة تصفح الصحيفة وقصر زمن استعراض محتوياتها عامل مهم ومحدد لتقييم مستوى الإتاحة الذي يؤمنه موقع الصحيفة.

**جدول رقم (22):** يبين سرعة الدخول واستعراض مضامين المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

المجموع	نسبة منخفضة	نسبة متوسطة	نسبة عالية	تكرارات	سرعة الدخول إلى موقع الصحيفة، وقصر زمن استعراض المحتويات الصحفية
15	03	03	09	نسبة مئوية	
%100	%20	%20	%60		

**جدول رقم (23):** يبين أشكال إتاحة المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

النسبة المئوية	التكرارات	
%06.66	01	مواقع تتميز بوجود أكثر من شكل للموقع
%93.33	14	مواقع تتميز بتصميم واحد متماسك
%100	15	المجموع
%26.66	04	مواقع تتيح الدخول من خلال أكثر من نسخة لغوية
%73.33	11	مواقع لا تتوفر على هذه الخاصية
%100	15	المجموع

تكشف الدراسة من خلال الجدول رقم 22 أن الصحف التي توفر خاصية السرعة في الدخول إلى موقعها وقصر زمن استعراض محتوياتها الصحفية بنسبة عالية تبلغ نسبتها 60% وهي نسبة معتبرة تجعل عملية تصفح الموقع تتميز بمرونة كبيرة، ذلك أن البطء في عملية التصفح يصيب المستخدم بالملل وبالتالي العزوف، فيما تتساوى نسبة الصحف التي تتوفر فيها هذه الصفة بصفة متوسطة، والأخرى التي تتوفر فيها هذه الصفة بمستوى ضعيف تعد صحيفة إيلاف مثالا عن المجموعة الأولى، فيما تمثل كلا من الشروق أونلاين والأهرام والمستقبل مثالا حيا عن المجموعة الثانية، وفي الحالتين النسب متساوية بـ 20% لكل من المجموعتين.

إن إتاحة أكثر من شكل الموقع، يزيد من الاختيارات بالنسبة للمستخدم ويجعل الموقع أكثر استقطابا للزوار، يشير الجدول رقم 23 إلى أن موقعا واحدا يوفر أكثر من شكل للموقع ممثلا بنسبة 6.66% من المواقع المدروسة وهو موقع صحيفة الشرق الأوسط، والتي توفر على موقعها طبعة سعودية وأخرى دولية فيما تقدم المواقع المتبقية موقعا واحدا متماسكا، وبنسبة 93.33%.

تسمح إتاحة أكثر من نسخة لغوية، على مستوى موقع الصحيفة الإلكترونية للمستخدم تعددية في الاختيار ويرفع من قيمة الموقع ويزيد من شعبيته، أظهرت الدراسة من خلال الجدول رقم 23 أن عدد المواقع التي تتيح الدخول إلى مواقعها من خلال أكثر من نسخة لغوية هي أربعة فقط و بنسبة 26.66% من مجموع المواقع المدروسة، وهو عدد قليل جدا تمثله صحيفة الشروق أونلاين والخبر اللتين توفران إمكانية الدخول باللغة الإنجليزية والفرنسية، بينما تتيح صحيفة المؤتمر نت اللغة الإنجليزية، كما تتيح صحيفة الشرق الأوسط نسخة باللغة الإنجليزية والفارسية. تكشف نسبة الصحف التي توفر الاختيار على مستوى اللغة إحدى المتغيرات التي تفسر ضآلة التواجد العربي على الانترنت بصفة عامة والمحتوى الصحفي والإعلامي بصفة خاصة. وفي الوقت الذي تسلط الأضواء على المنطقة العربية إعلاميا تعجز الصحف العربية حتى على استغلال مواقعها الصحفية كمنابر لتسويق هويتها وثقافتها.

### 2.2.8. الأدوات المساعدة على الاستخدام في مواقع الصحف الإلكترونية العربية.

تشكل عملية التعرض والاستخدام لمضامين الصحيفة الإلكترونية انعكاسا مباشرا لعمليات بناء وتصميم الموقع، وعقلانية توزيع المضامين الصحفية وفق متطلبات الأسلوب الصحفي الذي يقوم على الفائدة، والتركيز، والاختصار. إن جمهور الصحيفة الإلكترونية يحتاج - في هذه الحالة- إلى العديد من الأدوات التي تساعده في عملية تصفح مضامين الصحيفة الإلكترونية، من بين هذه الأدوات: أيقونات وأدوات الإبحار، والبرمجيات المساعدة ومحركات البحث والروابط النصية التشعبية.

### 1.2.2.8. أدوات الاستخدام والإبحار في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

يتميز المضمون الصحفي الإلكتروني بالتشعب والتنوع خاصة وأن المجال الافتراضي يتيح عملية التوسع في النشر بسبب انفصاله عن ضغوط النشر الورقي من جهة، وإمكانية التحديث للمضامين الصحفية من جهة أخرى، لذلك يعد شريط الأخبار المختصرة والمصورة إضافة إلى خريطة الموقع وقائمة المحتويات من أهم أدوات الاستخدام والإبحار على مستوى مواقع الصحف الإلكترونية.

إن مبدأ استخدام شريط الأخبار المختصرة أو المصورة على مستوى الصحف الإلكترونية هو نفسه من حيث الهدف، وهو تزويد المتصفح بملخص المواضيع التي تراها الصحيفة مهمة وفق لخطها التحريري وموقفها الإيديولوجي من الأحداث إن الاستخدام الشائع لشريط الأخبار المختصرة يكون على مستوى الصفحة الرئيسية في الأعلى مباشرة تحت الإطار الذي يحمل شعار الصحيفة ويكون متحركا من اليسار إلى اليمين باستخدام رموز اللغة المكتوبة فقط.

جدول رقم (24): يبين مستويات توظيف أدوات الاستخدام والإبحار على مستوى المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	
60%	09	مواقع توظف شريط الأخبار المصورة
33.33%	04	مواقع توظف شريط الأخبار المختصرة
6.66%	01	مواقع لا توظف أيًا منهما
100%	15	المجموع
6.66%	01	مواقع توظف خريطة الموقع وقائمة المحتويات
93.33%	14	مواقع توظف قائمة المحتويات
0	0	مواقع لا توفر أيًا منهما
100%	15	المجموع

بينما يستخدم شريط الأخبار المصورة بالمزج بين صور الأحداث مع مرافقة العناوين للصور في شكل شريط متحرك وقد يكون ثابتاً. من الناحية التقنية فإن شريط الأخبار المصورة يعد شكلاً من أشكال توظيف الملمتديا يوظف عنصري الصورة والكتابة مع الحركة، عكس شريط الأخبار المختصرة الذي يوظف عنصر الحركة فقط، أما من الناحية الإدراكية والانفعالية فيعد شريط الأخبار المصور أكثر جذبا للقراء كما أنه يضيف جمالية على الموقع ومرونة على عملية التصفح والتصفح لأنه يسمح بعرض أهم الأحداث بصورة مختصرة.

تظهر الدراسة أن 60% من مفردات العينة توظف شريط الأخبار المصورة على مستوى صفحاتها الرئيسية، مع تمايز في طريقة توظيفه تبعاً لتضمينه عنصر الحركة أو ترك عملية التحريك للمستخدم بالضغط على الصور لتتحرك تلقائياً مثل صحيفة إيلاف، أما الصحف التي توظف شريط الأخبار المختصرة دون المصورة، فتبلغ نسبتها 33.33% (أنظر الجدول رقم 24) وهي نسبة عالية قياساً بتاريخ وجود هذه المواقع، ما يعكس أحد نقاط الضعف على مستوى توظيف هذا النوع من الأدوات على مستوى مواقع الصحف الإلكترونية العربية، أما بالنسبة للصحف التي توظف كلا من شريط الأخبار المصورة والمختصرة فتمثلت في مفردة واحدة بنسبة 6.66% وهي صحيفة أخبار الخليج وهو ما انعكس على الجانب الجمالي لموقع الصحيفة.

تعتمد مواقع الصحف الإلكترونية العربية في عرض محتوياتها بشكل شامل ومختصر على صيغتين أو طريقتين هما: خريطة الموقع أو قائمة المحتويات، تستخدم الطريقة الأولى بتصميم أيقونة تكون في قمة الصفحة الرئيسية، ويمكن كتابتها لغويا دون أيقونة وفي الحالتين فإن مجرد الضغط عليها يسمح بإظهار محتويات موقع الصحيفة، أما الطريقة الثانية فتقوم على ترتيب محتويات الموقع، أعلى

الصفحة الرئيسية بطريقة شجرية عند لمس احد عناصرها تظهر العناصر الفرعية المبوبة تحت العنصر الأول، وهي طريقة تسهل على المستخدم الوصول السهل والسريع لأي موضوع يريده.

يظهر الجدول رقم 24 أن نسبة الصحف التي تستخدم طريقة قائمة المحتويات تقدر بنسبة 93.33% بينما الصحف التي توظف خريطة الموقع وقائمة المحتويات كطريقة لعرض محتوياتها، تقدر نسبتها 6.66%، من الناحية العملية تعد طريقة قائمة المحتويات هي الأفضل لأنها تسمح للمستخدم بالإطلاع مباشرة على المحتويات دون اضطراره للمرور بمراحل أخرى مثلما هو الحال في طريقة خريطة الموقع، ينبغي الإشارة إلى أن حتى في حالة استخدام طريقة قائمة المحتويات فإن عملية التوظيف لا تتم دائما بنفس الطريقة وهذا ما لاحظناه على مستوى صحيفة المؤتمر نت التي تتموقع فيها قائمة المحتويات وسط صفحتها الرئيسية إلى اليمين بطريقة عمودية.

### 2.2.2.8 البرمجيات المساعدة على الإبحار.

من أجل زيادة مواقع الصحف الإلكترونية فاعليتها في تحقيق الاحتياجات الإعلامية للمستخدمين، ومع تعدد أشكال العرض والمحتوى معا على مستوى الصحف الإلكترونية فإن الصحف الإلكترونية لا تكتفي بتوفير محتواها على صفحات الويب العادية، بل تعمل على تمكين المستفيد من الاستفادة من المضامين بأشكال مختلفة بغرض التحميل والاسترجاع، إن هذه العملية تتطلب توفير البرمجيات التي تمكن المستخدم من تفعيل هذه الاستفادة مثل: PPT- WORD- PDF- ADOBE.

**جدول رقم (25):** يبين مدى توفر البرمجيات المساعدة على الإبحار في المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرار	
73%	11	وجود البرمجيات المساعدة على الإبحار في المواقع الإلكترونية
26%	04	عدم وجود هذه البرمجيات
100%	15	المجموع
0%	0	مواقع توظف أيقونات الإبحار
73%	11	مواقع لا توظفها
26%	04	مواقع توفر أزرار بدل الأيقونات
100%	15	المجموع

إذا ما عدنا إلى مواقع الصحف العربية الإلكترونية المدروسة لتبيان كيفية تعاطيها مع هذه البرمجيات، يتبين لنا من خلال الجدول رقم 25 أن 73% من مفردات العينة المدروسة تتوفر على هذه البرمجيات، فيما تقتقر النسبة المتبقية وهي 26.66% لهذه البرمجيات.

إن برنامج PDF هو البرنامج الأكثر توفرا دون غيره، حيث أنه وباستثناء صحيفة السبيل التي توفرت على برنامج ADOBE و PDF فإن باقي المواقع اقتصرت على برنامج PDF، فيما تعكس نسبة الصحف التي تفتقر إلى هذه البرمجيات استمرار سيطرة ذهنية الصحف الورقية على القائمين على شؤونها.

ترتبط أيقونات الملاحة والإبحار (ذهاب- رجوع - أعلى - أسفل)، إضافة إلى جانبها الجمالي، بتسهيل عملية التصفح تعمل هذه الأيقونات على اختصار الوقت وتقليل الجهد، تكون هذه الأيقونات في شكل رموز مثل: ^ بمعنى الرجوع للأعلى أو تكون مكتوبة حرفيا، على مستوى الصحف المدروسة يتبين لنا من خلال الجدول رقم 25 أن 26.66% فقط من الصحف المدروسة، تتوفر على هذه الأيقونات وتوفرها في شكل أزرار (^) وهي كلها تؤدي بالمستخدم إلى أعلى الصفحة، فيما تغيب هذه الأيقونات في 73% من مفردات العينة، وإذا كان الأمر مقبولا بالنسبة للصحف التي لا تمتد صفحاتها الرئيسية عن الشاشة كثيرا مثل صحيفة السبيل غير أن غيابها في الصحف التي تمتد صفحاتها الرئيسية طويلا عن الشاشة يجعل عملية التعرض لمضامين هذه الصحف متعبا وشاقا.

### 3.2.2.8. الروابط النصية التشعبية.

أشرنا سابقا إلى طبيعة التداخل والارتباط الموجود بين مفهومي الوسائط المتعددة والوسائط الفائقة Hypermedia كنتاج للتقاطع بين حقلي الوسائط المتعددة والنص الفائق، في هذا السياق تعتبر الروابط التشعبية أساس النص الفائق، إن الرابط التشعبي عبارة عن عنصر في مستند أو وثيقة إلكترونية يقود إلى قسم آخر في نفس المستند أو يقود إلى مستند آخر، من الخصائص المميزة لمواقع الصحف الإلكترونية هو إمكانية التنقل الحر بين أجزاء الموقع، بالإضافة إلى القدرة على الوصول إلى صفحات ويب ومواقع أخرى ذات علاقة بموضوع ومجال الموقع الأساسي عن طريق الروابط الفائقة والتي عملت على تخليص المستخدم من عملية التعرض التقليدية الجامدة.

**جدول رقم (26):** يبين مدى توفر الروابط النصية التشعبية على مستوى المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	
40%	06	مواقع بها روابط تشعبية داخلية
0%	0	مواقع بها روابط تشعبية خارجية
60%	09	مواقع لا تحتوي على روابط تشعبية
100%	15	المجموع

يشير الجدول رقم 26 أن 40% فقط من العينة المدروسة تحتوي على روابط نصية تشعبية داخلية على الرغم من أهمية هذه الروابط في إتاحة التنقل والربط بين مضامين الموقع بسهولة ويسر، أما بالنسبة

للروابط النصية الخارجية على الرغم من أهميتها للمستخدمين فإنها غير متوفرة تماما، وعلى الإجمال تعكس نسبة 60% التي لا تتوفر على هذه الروابط تماما طبيعة الأهمية التي يوليها القارئ لهذه النقطة. إن الإشكال لا يقتصر على وجود الروابط النصية الشعبية من عدمه، أو قلتها وكثرتها بل يتوقف الأمر أيضا على دلالة الرابط، حيث يعتبر بمثابة العنوان الدال على ما يرتبط به إذ بمجرد قراءة نص الرابط إلا ويتبلور في ذهن المستخدم ما يمكن أن يحتوي عليه.

**جدول رقم (27):** يبين مدى دلالة الروابط بالنصوص التي تشير إليها.

النسبة	التكرار	
33.33	5	مواقع لدى روابطها دلالة بالنص
06.66	1	مواقع ليس لروابطها دلالة بالنص
60	9	صحف لا تمتلك روابط أصلا
100	15	المجموع

يبين الجدول رقم 27 أنه حتى النسبة القليلة من مواقع الصحف المدروسة لا تتوفر فيها خاصية الدلالة بشكل كامل، حيث أن جريدة الشرق الأوسط لا تتوفر عنصر الدلالة في روابطها النصية كما أن استخدام روابط لا يعكس بالضرورة ما يشير إليه الرابط يؤدي إلى التقليل من مصداقية هذه المواقع.

### 3.8. البحث في مواقع الصحف الإلكترونية العربية.

تحتوي المواقع الخاصة بالصحف الإلكترونية العربية على عدد هائل من المقالات والمعلومات والوثائق التي سبق وتم نشرها، كما أن الفضاء الافتراضي يزدهم بالمضامين والمحتويات ذات العلاقة بما تنشره الصحف الإلكترونية، إن عمليات البحث تتم بمساعدة محركات البحث، وهو عبارة عن برنامج مصمم للمساعدة في البحث عن معلومات مخزنة في نظام حاسوبي كالحاسب الشخصي أو على شبكة الانترنت إن أهمية محركات البحث تفرض على مواقع الصحف الإلكترونية تسخير محركات خاصة للبحث في محتوياتها.

جدول رقم (28): يبين مدى توفر المواقع الإلكترونية المدروسة على محركات للبحث.

النسبة المئوية	التكرار	
80%	12	مواقع لديها محركات بحث داخلية
0%	0	مواقع توفر محركات بحث خارجية
13.33%	02	مواقع ليس لديها محرك بحث
6.66%	01	مواقع تمتلك محرك بحث داخلي وخارجي
100%	15	المجموع

تظهر الدراسة أن مواقع الصحف العربية تتيح إمكانية البحث عن طريق محركات البحث الداخلية، حيث تقدر نسبة المواقع التي تتوفر على محركات بحث داخلي يمكن من خلاله البحث داخل الموقع بنسبة 80% (أنظر الجدول رقم 28) فيما تقدر نسبة الصحف التي لا تتوفر على محرك بحث بـ 13.33% (صحيفتي سودانيل والشرق) فيما تتوفر صحيفة المؤتمر نت على محرك داخلي وآخر خارجي خاص بالصحف اليمنية كحالة خاصة.



#### 4.8. صورة الثقافة وعنصر التفاعلية على مستوى الصحف الإلكترونية العربية.

تعد التفاعلية نقطة مركزية وخاصة مهمة تتطبع بها تكنولوجيات الاتصال إذا لم نقل أنها هي الفارق الرئيسي والأساسي بين التكنولوجيات القديمة والجديدة، إضافة إلى التأثيرات الاتصالية الكبيرة لهذه الخاصية والتي قلبت أركان العملية الاتصالية وأطرافها واتجاهاتها، فإنها تعمل على إحداث العديد من التأثيرات الثقافية المهمة والمتمثلة في زيادة التلاقي والاحتكاك بين الثقافات وزيادة وتيرة وسرعة انتقال العناصر الثقافية، إن مدى تبني المواقع الإلكترونية للصحف العربية لمفهوم التفاعلية وتوفير مجمل الخدمات المرتبطة بها من شأنه أن يزيد من فاعلية هذه المواقع على مستوى التحصين والانتشار الثقافي.

يقول جوهو الجموسي "في ضوء طغيان الاتصال، يتأكد التوسط المكثف لوسائط الاتصال في مختلف أوجه الحياة، من خلال النفوذ المتصاعد للصورة، التي طغت في كل وسائل الاتصال الحديثة، وقد تحولت هذه الصورة من وسيلة فنية للتعبير وآلية ثقافية وتربوية، وعنصر دعاية وتسريب إيديولوجي، إلى مصدر لصناعة وإنتاج القيم والرموز... وقد أدى هذا التجانس والتميط إلى تحويل العالم إلى قرية لا يفصل بين متساكنيها سوى بعض العناوين والرموز الرقمية..."<sup>(1)</sup>.

تؤكد الدراسة على مستوى النقطة المتعلقة بالتفاعلية على الصورة النمطية السائدة والخاصة بالثقافة العربية بوصفها ثقافة متخلفة ومتوقعة على نفسها، حيث أن هناك العديد من المؤشرات التي تؤكد هذه الصورة، لعل أهمها عدم تبني المواقع الإلكترونية للصحف العربية لمستحدثات التخصيص والفردانية إضافة إلى التوظيف الضئيل لمواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى عنصر التفاعلية، كشفت الدراسة أن تجربة المواقع الإلكترونية مع قراءها لا تزال في أطوارها الأولى، حيث إكتفت هذه المواقع بتوفير الحد الأدنى منها، كما أن ما هو متوفر لا يرقى إلى مفهوم الاستراتيجية الكاملة، وإذا كان للشكل والإخراج دور مهم في تسويق الفكرة والمنتج الثقافي، فإن هذه النقطة ومن خلال الدراسة تؤكد تقوقع الثقافة العربية وانكماشها، وهي ملاحظة نستدل عليها من خلال العديد من المؤشرات أهمها غياب الخيارات للمستخدم بسبب عدم توفير نسخ لغوية وتصميمات متعددة مثلما هو معمول به على مستوى الصحف العالمية إضافة إلى ضعف توفير أدوات الإبحار ونظم التصفح والروابط النصية.

(1) - جوهو الجموسي، مرجع سبق ذكره، ص 192.

## خلاصة

من خلال العناصر التي تعرضنا لها نلاحظ أن المواقع الإلكترونية تتميز بضمور التفاعلية فيها بحيث يمكن وصفها بأنها في بدايتها على الرغم من التواجد القديم نسبيا لهذه الصحف، حيث وباستثناء التعليق - والذي لا يمكن القطع بعدم خضوعه للرقابة - فإن باقي أشكال التفاعلية تتميز بنسب حضور منخفضة ويمكن التمثيل لهذه النقطة بواقع المنتديات الإلكترونية على مستوى هذه المواقع إضافة الى عدم انفتاح المواقع المدروسة على مفهوم صحافة المواطن.

النقطة الثانية والمتعلقة بالملاحة والإبحار على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية تسمح لنا بملاحظة قلة البرامج المساعدة على الإبحار، وغياب الأزرار المساعدة على ذلك وهي ملاحظة تعكس ضعفا في تصميم هذه المواقع زيادة على غياب الروابط النصية التشعبية وعدم دلالتها فيما توفر منها.

دلت الدراسة على مستوى النقطة المتعلقة بالبحث نلاحظ أيضا نقصا في الانفتاح على ما يتيح الانترنت من مستحدثات على هذا المستوى، إضافة إلى عدم توفر بعض المواقع على محركات للبحث فإن المتوفر منها هو داخلي ولا يسمح بالبحث خارج موقع الصحيفة

الفصل الثاني عشر  
حماة أمن وسلامة ما في العالم

الأركان والمسؤولية الفكرية

في المواقع الإلكترونية

للصحف العربية

## تمهيد :

أدى تغير بيئة العمل الصحفي الذي ترافق مع ظهور الانترنت والإعلام الجديد الى إعادة توزيع الأركان وإخراج المضامين الصحفية، كما أدى التوسع في مساحات النشر بسبب تحرر الصحافة من ضغوط النسخ الورقية وإكراهات الزمن إضافة إلى تنوع المضامين جعل أشكال توزيع الأركان وإخراجها التقليدية غير صالحة لاستيعاب هذه المتغيرات على مستوى المواقع الخاصة بالصحف الإلكترونية .

إن عملية بناء الأركان وتوزيعها وتقريرها ينعكس مباشرة على تجربة الاستخدام إذ كلما كانت الأركان وطريقة ترتيبها وعرضها تتميز بالجمالية والتنظيم كلما منحت المستخدم راحة أثناء عملية التعرض، من جهة أخرى فإن المرونة التي تمنحها الانترنت لمصممي المواقع الإلكترونية تسمح بوجود هامش كبير لصيغ التصميم ولكن هذه الصيغ تكون غير ذات معنى في حال لم تستثمر بشكل جيد. تعد المضامين الثقافية من المضامين القارة على مستوى مواقع الصحف العامة كونها تلتصق بوظيفة أساسية لوسائل الإعلام وهي الوظيفة الثقافية إذ تتعدد صيغ بناء الركن الخاص بالمضامين الثقافية من جهة، كما ان طريقة بنائه في دراستنا هذه تعكس مفهوما معينا للثقافة. و طبيعة الأنواع الصحفية المعتمدة في تغطية المضامين الثقافية تعكس طبيعة التجربة الثقافية والمواقف الإعلامية منها.

تعد المسؤولية الفكرية أحد العناصر المرتبطة بالعمل الصحفي من خلال التصريح بصاحب المادة الإعلامية من جهة، كما ان إتاحة إمكانية الاتصال بصاحب المادة تخدم عنصر التفاعلية الذي تكلمنا عليه في الفصل السابق من جهة أخرى، يحاول هذا الفصل تناول هذه العناصر على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

## الفصل التاسع: الأركان والمسؤولية الفكرية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

### 1.9. الأركان الصحفية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

أتاح انتقال الصحافة الإلكترونية من الوسيط الورقي إلى الفضاء الافتراضي التوسع في مساحات النشر وتعدد وتنوع الأركان على مستوى هذه الصحف، مما منح إمكانية أكبر للقائم بالاتصال للاستجابة للحاجات الإعلامية للمستخدمين؛ خاصة في ظل المرونة الكبيرة التي تمنحها الانترنت لجهة توظيف النص الفائق وتوظيف الملتيميديا.

أظهرت الدراسة أن الأركان الدولية، والاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، السياسية، الثقافية، الرياضية، و المحلية هي الأركان الأكثر تكرارا في معظم مواقع الصحف الإلكترونية، يشير الجدول رقم 29 والجدول رقم 30 أن الركن الرياضي هو الأكثر حضورا في المواقع المدروسة.

**جدول رقم (29):** يبين توزع الأركان على مستوى كل موقع من المواقع المدروسة.

[يشير الرقم 1 الى وجود العنصر والصفر الى غيابه]

الأركان الصحفية	كاريكاتير	شؤون دولية	شؤون اجتماعية	شؤون اقتصادية	إسلاميات	شؤون سياسية	شؤ ن ثقافية	شؤون متنوعة	صحة	علوم وتكنولوجيا	رياضة	شؤون محلية
الخبر	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
الشروق أونلاين	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1
الشرق الأوسط	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0
إيلاف	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0
الأهرام	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
الأيام نت	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
الشرق	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
الراية	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1
السبيل	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
الخليج	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1
المؤتمر نت	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
كل الوطن	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
المستقبل	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1
الوطن	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
سودانيل	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0

93.33% مواقع 14 موقعا، فيما احتجب هذا الركن في صحيفة واحدة وهي صحيفة كل الوطن، فيما حل الركن الاقتصادي بنسبة 80% وتمثل 20% المتبقية كل من صحيفة المستقبل، كل الوطن، وسودانيل. حل الركن الثقافي، الدولي والمحلي بنسبة متساوية تقدر بـ 73.33% و غاب الركن الثقافي في صحف: الراية، كل الوطن، الوطن، وسودانيل، فيما غاب الركن الدولي على مستوى مواقع السبيل، الخليج، سودانيل والوطن، أما الركن المحلي فقد سجلت الدراسة غيابه على مستوى مواقع: الشرق الأوسط، إيلاف، الوطن، وسودانيل، أما بقية الأركان فقد كان حضورها بنسبة 26.66% بالنسبة للصحة و 33.33% لكل من: الكاريكاتير والعلوم التكنولوجية باستثناء ركن المنوعات، والذي كان حاضرا بنسبة 46.66%، أي ما يقارب 50% من مفردات العينة المدروسة.

**جدول رقم (30):** يبين النسب الإجمالية لتوزيع الأركان الصحفية على مستوى المواقع المدروسة

الركن	موجود	غير موجود	المجموع
كاريكاتير	تكرارات	05	15
	نسبة مئوية	33.33%	100%
شؤون دولية	تكرارات	11	15
	نسبة مئوية	73.33%	100%
شؤون اجتماعية	تكرارات	10	15
	نسبة مئوية	66.66%	100%
شؤون اقتصادية	تكرارات	12	15
	نسبة مئوية	80%	100%
إسلاميات	تكرارات	10	15
	نسبة مئوية	66.66%	100%
شؤون سياسية	تكرارات	10	15
	نسبة مئوية	66.66%	100%
شؤون ثقافية	تكرارات	11	15
	نسبة مئوية	73.33%	100%
شؤون متنوعة	تكرارات	07	15
	نسبة مئوية	46.66%	100%
صحة	تكرارات	04	15
	نسبة مئوية	26.66%	100%

15	10	05	تكرارات	علوم وتكنولوجيا
%100	%66.66	%33.33	نسبة مئوية	
15	01	14	تكرارات	رياضة
%100	%06.66	%93.33	نسبة مئوية	
15	04	11	تكرارات	شؤون محلية
%100	%26.66	%73.33	نسبة مئوية	

انطلاقاً من الجدول رقم 30 يمكننا أن نلاحظ أن الأركان في مواقع الصحف الإلكترونية العربية تختلف باختلاف الصحيفة نفسها، كما أن الأركان الكلاسيكية والتي درجت الصحافة الإلكترونية على تقسيم أركانها وفقاً لها تتمظهر بأشكال عدة.

إن حضور الأركان: الدولية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، السياسية، الثقافية، الرياضية والمحلية يشير إلى ظاهرة محافظة مواقع الصحف الإلكترونية على التقسيم الموضوعاتي الكلاسيكي لمحتوياتها و هذه الظاهرة هي أشد ارتباطاً بالصحف التي لها طبعات ورقية مثلما هو الحال في صحيفة الخبر، الشروق أونلاين، الأهرام و الشرق.

بالإضافة إلى النمط السابق من التقسيم، فقد اتجهت بعض مواقع الصحف الإلكترونية - إضافة إلى الأركان القارة واليومية- إلى تصميم أركان وأبواب أسبوعية، وهي الحالة التي يجسدها الموقع الإلكتروني لصحيفة الأهرام، فبالإضافة إلى الأركان اليومية نجد عدداً كبيراً من الأبواب الأسبوعية مثل: الطب والعلوم، القضايا الفكرية، السياحة والسفر، صناع التحدي، ذاكرة الأهرام، نهر الخير، ستاد الجمعة، أوراق دبلوماسية، السينما، البيئية، تيارات عربية، الجمعة الرياضية، مع القانون، شباب وتعليم، كتب، بريد الجمعة، مركز الدراسات، قضايا عسكرية، كما استحدثت المواقع الإلكترونية للصحف العربية لنفسها عدداً كبيراً من الأركان يختلف تنوعها من صحيفة إلى أخرى، كما عمدت إلى تمثيل المجال الواحد في أكثر من ركن مما يدل على غنى في المادة الصحفية.

إن غياب بعض الأركان في المواقع المدروسة لا يعني غيابها فعلياً، بل هي حاضرة في شكل تقسيمات مستحدثة كما أشرنا سابقاً وفي هذا الإطار تعد صحفية الراية مثلاً حياً على هذه الظاهرة إذ نجد الركن الدولي يظهر كركن فرعي على مستوى الراية السياسية والتي تضم الأركان الفرعية: أخبار عربية، دولية، تحقيقات سياسية، حوارات، أحداث، تقارير، قضايا، متابعات، دراسات، الحقيبة الدبلوماسية.

إن عملية الدمج بين أركان كبرى مع تفريع لهذه الأركان إنما يدل على الغنى الكبير الذي تتميز به هذه الصحف، لكن عملية التكنثر من الأركان على الموقع الصحفي والذي تبقى غايته اغناء المحتوى الإعلامي إذا لم تقترن بعملية تبويب جيد لهذه الأركان قد تكون نتائجه عكسية، ذلك أن غياب الإخراج الجيد يؤثر على عملية التعرض ويجعل المستخدم يحس بالملل، وهي الحالة التي تنطبق بالفعل على

موقع صحيفة المؤتمر نت والتي تضم قائمة محتوياتها 22 ركنًا مرتبة بشكل عمودي يمين الصفحة الرئيسية للموقع على الرغم من تشابه بعض الأركان وإمكانية إدماجها في ركن واحد مثل: رياضة وركن بطولة خليجي 20، وثقافة وركن دين وركن فنون ومنوعات كما أن الأمر يتكرر بالنسبة لصحيفة سودانيل التي تضم 14 ركنًا تبدو فيها بعض العناوين غير مفهومة مثل: ركن بيانات، أعالى مستوى الترتيب الجيد للأركان تقدم صحيفة الراية وصحيفة الشرق، والمستقبل، الشروق، الخبر، الشرق، الأوسط وإيلاف نماذج لمواقع صحف إلكترونية عربية تجمع بين كل من الغنى الإعلامي والترتيب الجيد للأركان.

### 1.1.9. الركن الثقافي ومدى تجسيده لمفهوم نظرية الحتمية القيمة للثقافة.

أظهرت الدراسة أن المحتوى الثقافي من أهم المجالات التي حظيت بتنوع واسع في الأركان حيث تمت معالجة المواضيع الثقافية في أركان متخصصة مثلما ذكرنا سابقًا (بنسبة 73.33%)، إلا أن هذه النسبة من الناحية العملية تظل غير حقيقية لأنها تعكس فقط مجموع المواقع الإلكترونية التي تخصص ركنًا قارًا وثابتًا باسم الثقافة، إن سعة المضامين من جهة وإمكانية التوسع في النشر التي يمنحها الوسيط الإلكتروني تمنح للموقع الإلكتروني مرونة غير مسبوقة في ترتيب الأركان ذلك أن هناك صحفًا تتضمن مواقعها الإلكترونية مواد ومحتويات ثقافية ولكن يتم دمجها مع أركان أخرى، أو منحها تسميات أخرى وفي بعض الحالات تكون هناك وفرة في المضامين الثقافية أكثر من المواقع التي نجد فيها ركنًا خاصًا بالثقافة العربية، إن هذه الحالة تنطبق على صحيفة الراية والتي نجد فيها المضامين الثقافية ضمن ركن منوعات وهو ركن يضم أركانًا فرعية هي: راية الإسلام، الجريمة، نفوس حائرة، ترجمات، إذاعة وتلفزيون، آفاق وفنون، ثقافة وآداب، صفحات متنوعة وسينما كما أن نفس النمط من التبويب يتكرر مع صحيفة الشروق، حيث نجد المضامين الثقافية بوسم "جواهر" وكذلك في صحيفة إيلاف التي نجد فيها ركن ترفيه، والذي يضم: راديو وتلفزيون، مجتمع فني، كلام في الفن، غناء و مختارات وفي بعض الحالات يغيب الركن الثقافي تمامًا في الموقع لتعوضه الملاحق مثلما هو الحال في صحيفة الشرق الأوسط والتي نجد من ضمن ملاحقها: منحنيات أصولية، سينما، أنغام، لمسات وإعلام. يكشف توزيع الأركان على مستوى صحيفة السبيل طبيعة مفهوم الثقافة السائدة في مواقع الصحف الإلكترونية العربية وكذلك تمثل القائمين على هذه المواقع لهذا الأخير، وطبيعة علاقته مع القيم والدين بشكل عام، تقوم نظرية الحتمية القيمة كما رأينا على مفهوم للثقافة يرتبط بالقيمة، وهذه الأخيرة مصدرها الدين و وفق هذه النظرة الشاملة فإن الدين لا يمكن أن ينفصل عن المضامين الثقافية، بل إن الأنشطة الثقافية لا يمكن أن ينطبق عليها وصف ثقافة إلا إذا ارتبطت بالقيم الدينية، على مستوى صحيفة السبيل نجد صفحاتها الرئيسية تضم الأركان التالية: الرئيسية، محليات، أخبار مهمة، حول العالم، اقتصاد، منوعات، رياضة، مقالات، دراسات، إسلاميات، ثقافة، ميديا والأرشيف، إن التقسيم السابق للأركان، يكشف عن طبيعة المفهوم السائد للثقافة حتى على مستوى الصحف التي توصف بالمحافظة.



أظهرت الدراسة، من خلال الجدول رقم 31 أن مجموع الصحف التي تتبنى هذا المفهوم، الذي يتعارض ومفهوم الثقافة في علاقتها مع القيم تبلغ نسبتها 86.66%، وهو معطى يمكن تفسيره بظاهرة صناعة الصحافة التي انتقلت كتقنية ومعها انتقلت تجربة المنظور الغربي للإعلام، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 13.33% تعكسها كلا من صحيفتي الشروق أونلاين والتي لم تخصص ركنا ثقافيا متخصصا، ومع ذلك قدمت مادة ثقافية منسجمة إلى حد بعيد مع مفهوم الحتمية القيمة للثقافة على مستوى ركن "جواهر" والأمر ذاته ينطبق على صحيفة سودانيل.

**جدول رقم (31):** يبين مدى تبني الأركان الثقافية بالمواقع المدروسة لمفهوم الحتمية القيمة للثقافة

النسبة المئوية	التكرار	
13.33%	02	مواقع إلكترونية تعكس مفهوم الثقافة من منظور الحتمية
86.66%	13	مواقع لا تعكس هذا المنظور
100%	15	المجموع

### 2.1.9. حضور المضامين الثقافية العربية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية

أظهرت الدراسة على مستوى توزيع الأركان وحجم حضورها على مستوى المواقع الإلكترونية أن المواضيع الثقافية كانت هي الأكثر حضورا بنسبة 24.33%، وهي نسبة عالية جدا خاصة إذا ما قورنت بالمواضيع السياسية والتي حلت في المرتبة الثانية بنسبة 22.57% ففي الوقت الذي تشهد المنطقة العربية حركات سياسية، واضطرابات أمنية، خاصة بعد ظهور ما يسمى "الربيع العربي" فإن المضامين الثقافية تظل حاضرة وبشكل كبير جدا ولكن ينبغي ربط ذلك دائما بطبيعة القوالب الصحفية ذلك أنه من الناحية الكمية وعلى المستوى الخبري تظل المضامين الثقافية هي الأكثر حضورا، بينما على مستوى أنواع الرأي تظل الأحداث والتطورات السياسية هي الأكثر حضورا، بمعنى أن دلالة حضور المضامين الثقافية تبقى نسبية ومع ذلك فهي تعكس نسبة اهتمام عالية من قبل القائمين على هذه المواقع بالمواضيع الثقافية.

إن الارتفاع الكبير في حجم المضامين الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية يمكن تفسيره بنقطة الملاحق والتي تعرضنا لها كخدمة على مستوى الخدمات ذلك أن أغلبية الملاحق هي ملاحق ذات مضامين ثقافية، وإذا ما قمنا بإسقاط نسبة المواقع الإلكترونية التي تتوفر على ملاحق مع الأخذ بعين الاعتبار ظاهرة التوسع في المساحات التحريرية لهذه الأخيرة فإنه يمكننا أن نفهم جيدا كيف يمكن أن تنعكس هذه النقطة على نسبة حضور المضامين الثقافية على مستوى العينة المدروسة.

سجلت الدراسة أن أربعة صحف من الصحف المدروسة، استأثرت بالنسبة الكبرى من المواضيع الثقافية وهي صحيفة الراية بـ 4270 إيلاف بـ 1200 الشروق أونلاين 1820 موضوع والشرق الأوسط بـ 1130 موضوع و سجلت صحيفتي سودانيل وصحيفة المؤتمر نت أضعف النسب بـ 180 و 80 موضوعا تواليا طيلة فترة الدراسة.

أما المواضيع الأخرى فقد حلت في المرتبة الثالثة بـ 22.21% وهي نسبة مقبولة تماما، ذلك أنه ضمن هذه الفئة تتدرج الأخبار الخاصة بالتقنية، التطورات العلمية، ثقافات الشعوب، الغرائب والطرائف، السيارات... إلخ، وهي مواضيع تجد طريقها إلى النشر في ظل الاهتمام المتزايد بهذا النوع من المواضيع، على هذا المستوى أيضا استأثرت ثلاثة صحف، بالعدد الأكبر من هذا النوع من المواضيع وهي: الراية بـ 2770 موضوع، الشرق الأوسط بـ 2190 موضوع وإيلاف بـ 2130، فيما سجلت أضعف المعدلات على مستوى صحيفتي: الأيام نت بـ 78 موضوعا وكل الوطن بـ 50 موضوعا.

جاءت المواضيع الاجتماعية في المرتبة الرابعة بنسبة 12.61%، وهي نسبة منخفضة، حيث سجلنا أكبر نسبة من الحضور لهذه المواضيع على مستوى صحيفتي: الراية بـ 3310 موضوع والأهرام بـ 970 موضوعا و يعكس غياب الأخبار الاجتماعية واحتجابها تماما على مستوى صحيفة الأيام البحرينية تعكس هذه الظاهرة نظرية سلطوية في الإعلام ترى في حضور هذا النوع من الأخبار كنوع من الانتقاد للسلط القائمة.

**جدول رقم (32):** يبين توزيع المواضيع ونسبها على مستوى المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	توزيع المواضيع ونسبها على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية
24.33%	12440	المواضيع الثقافية
22.57%	11540	المواضيع السياسية
22.21%	11356	مواضيع أخرى
12.61%	6450	المواضيع الاجتماعية
10.87%	5560	المواضيع الرياضية
07.37%	3770	المواضيع الاقتصادية
100%	51116	المجموع

أظهرت الدراسة من خلال الجدول رقم 32 أن المواضيع الرياضية حلت في المرتبة الخامسة بنسبة 10.87%، بينما حلت المواضيع الاقتصادية بنسبة 07.37% في المرتبة الأخيرة، وهي أخبار كانت حاضرة في معظمها على مستوى ثلاثة مواقع من المواقع المدروسة، وهي: الشرق بـ 540 موضوعا، الشرق الأوسط بـ 500 موضوعا والوطن 490 موضوعا، وهي صحف مرتبطة بالبترو دولار الخليجي.

أما فيما يتعلق بنسبة المضامين الثقافية العربية الإجمالية من إجمالي المادة الثقافية المنشورة على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة، فقد بلغت 67.84% بواقع 8440 موضوع وهي نسبة كبيرة تعكس اهتمام هذه المواقع بالثقافة العربية مثلما يوضحه الجدول رقم 33.

**جدول رقم (33):** يبين نسبة المضامين المتعلقة بالثقافة العربية مقارنة بمادة الثقافة الإجمالية

النسبة المئوية	التكرار	نسبة المضامين الثقافية العربية على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة
100%	12440	المادة الثقافية الإجمالية
67.84%	8440	المحتويات الثقافية العربية

## 2.9. الأنواع الصحفية المستخدمة في تغطية الأخبار الثقافية .

يعكس استخدام الأنواع الصحفية وفق نظرية التحرير الصحفي فلسفة وأهدافا معينة خاصة بالصحيفة، لقد أبانت الدراسة وكشفت أن أكثر الأنواع الصحفية استخداما على مستوى المواقع الإلكترونية الصحفية هي الأنواع الصحفية الإخبارية و يكشف الجدول رقم 34 أن استخدام الخبر كنوع صحفي لصناعة المضامين الإعلامية الثقافية جاء بنسبة 59.56% وإذا ما أضفنا إليه نسبة 14.34% الخاصة بالتقارير فإن الأنواع الإخبارية استخدمت بنسبة 75% من قبل محرري المضامين الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة، أما الأنواع الخاصة بالرأي المقال والتعليق، فقد استخدمت بنسبة 17.34% و0.23% تواليا، إضافة إلى التحقيق الذي استخدم بنسبة 02.63%، فيما استخدم كلا من البورتريه والمقابلة كأنواع صحفية بنسبة متساوية بواقع 02.39% لكل منهما، أما الروبورتاج فقد استخدم بنسبة 01.07%، يتميز الفعل الثقافي بصفة عامة بأنه فعل متجدد باستمرار كما أن الحقول التي يغطيها المفهوم هي كثيرة بسبب شساعة المفهوم ذاته وهو ما يفسر النسب المرتفعة لاستخدام الأنواع الصحفية الخيرية بكثافة كبيرة على مستوى المواقع الإلكترونية الصحفية أي الأخبار والتقارير.

جدول رقم (34): يبين الأنواع الصحفية المستخدمة في تغطية الأخبار الثقافية .

النسبة المئوية	التكرارات	الأنواع الصحفية المستخدمة في تغطية مواضيع الثقافة العربية
59.56%	5027	خبر
17.34%	1464	مقال
14.36	1212	تقرير
02.63%	222	تحقيق
02.39%	202	بورترية
02.39%	202	مقابلة
01.07%	91	روبورتاج
0.23%	20	تعليق
100%	7550	المجموع

خاصة إذا ربطنا هذه النسب بطبيعة المواقع الإلكترونية المدروسة وهي مواقع صحفية. ذلك أن التقارير والأخبار تظل هي القوالب الأكثر ملائمة لنقل تطورات الفعل الثقافي.

ترتبط نسبة 17.34% الخاصة بحضور المقال كنوع صحفي بمساحات الرأي، وفضاءات التعبير الحر والتي ترتبط بالنواذ التي تخصصها الصحف العربية للنخب لمناقشة المواضيع الثقافية والتي تتميز بأنها نخبوية كما أنها تتميز بالعمق، على مستوى المواقع المدروسة لاحظنا أن هناك مواقع بعينها استأثرت بالنسبة الأكبر على مستوى استخدام هذا النوع من قوالب التحرير الصحفي، هذه المواقع هي: الأهرام بـ 450 مقال، الشروق أونلاين بـ 350 مقال، الشرق الأوسط بـ 320 مقال والمستقبل بـ 110 مقال، فيما سجلنا نسبة استخدام منخفضة على مستوى باقي المواضيع. إن تواضع هذه النسب في باقي المواقع تعكس ضحالة وسطحية على مستوى هذه المواقع في التعاطي مع القضايا الثقافية في عالم يزدحم بمفاهيم صراع الحضارات والداروينية اللغوية والتراث اللامادي وتتناسب فيه ظاهرة الانقراض الثقافي مع ظاهرة الاختراق الثقافي تناسبا طرديا. إن مقارنة نسبة حضور المقال كنوع من الأنواع الصحفية مع الخبر والتقارير يقودنا إلى أحد أهم خصائص الفعل الثقافي في المنطقة العربية، والذي يعبر عن نفسه إعلاميا هذه الخاصية هي خاصية المناسباتية وانعدام الإستراتيجيات بعيدة المدى و تجسد صحيفة الراية وموقعها الإلكتروني هذه الظاهرة إذ وفي الوقت الذي بلغ فيها استخدام الأخبار كنوع صحفي 950 مرة يكاد يغيب فيها المقال .

### 3.9. المسؤولية الفكرية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية.

تتلخص المسؤولية الفكرية على مستوى مواقع الصحف الإلكترونية في الإشارة إلى صاحب المادة الفكرية والإعلامية المنشورة على مستوى هذه المواقع كما أن عملية الإشارة إلى الكاتب والصحفي على مستوى المواقع الإلكترونية تزيد من نسبة الاستخدام انطلاقاً من الموثوقية التي تزداد بالتصريح بالمصادر والكتاب و من شأن إتاحة الاتصال بصاحب المقال والمادة الفكرية زيادة التفاعلية على مستوى الموقع الإلكتروني وهو البعد الثاني لمفهوم المسؤولية الفكرية على مستوى الموقع الإلكتروني.

**جدول رقم (35):** يبين المسؤولية الفكرية على مستوى المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	المسؤولية الفكرية على مستوى المواقع
53.33%	08	مواقع تشير إلى صاحب المادة الإعلامية
46.66%	07	مواقع لا تشير إلى صاحب المادة الإعلامية
100%	15	المجموع
0%	0	مواقع تتيح إمكانية الاتصال بصاحب المادة الإعلامية
100%	15	مواقع لا تتيح هذه الخدمة
100%	15	المجموع

أظهرت الدراسة، ومن خلال الجدول رقم 35 أن 53.33% من العينة تشير إلى صاحب المادة المنشورة على مستوى الموقع الإلكتروني بينما 46.66% من المواقع الإلكترونية لا توفر هذه الخاصية كما أن النمط السائد في مثل هذا النوع من الصحف هو تجهيل صاحب المقال وقد يتم فيها الإشارة بطريقة لا تكشف عن صاحب المقال مثل متابعة، وكالات. إن الاستثناء الوحيد على مستوى هذه الصحف هو التصريح بالكاتب فقط على مستوى المضامين الإبداعية والفكرية وفضاءات التعبير ومنابر الرأي، أما فيما يتعلق بالبعد الثاني من أبعاد المسؤولية الفكرية والذي يتعلق بإتاحة المواقع الإلكترونية لإمكانية الاتصال بصاحب المادة الإعلامية فإن الدراسة تكشف أن هذا المعطى لا يتوفر في كل المواقع المدروسة وبنسبة 100%.

يعتبر الموقع ومحتوياته وتصميمه أحد عناصر الملكية الفكرية للصحيفة وهي مواقع عادة ما يتم إسنادها إلى مؤسسات وشركات متخصصة في تصميم المواقع والأنفوغرافيا وفي هذا الإطار فإن عملية الإشارة إلى المؤسسة المصممة للموقع وإمكانية الاتصال بها هي أحد أبعاد المسؤولية الفكرية التي ينبغي للمواقع الإلكترونية الصحفية توفيرها.

جدول رقم (36): يبين تصريح المواقع بمصمم الموقع وإمكانية الإتصال به.

بيانات مصمم الموقع وإمكانية الاتصال به	التكرارات	النسبة المئوية
مواقع إلكترونية تتيح هذه الخدمة	05	33.33%
مواقع إلكترونية لا توفر هذه الخدمة	10	66.66%
المجموع	15	100%

أظهرت الدراسة أن 33.33% فقط من العينة المدروسة تتيح إمكانية الاتصال بالهيئة المصممة للموقع وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالصحف التي لا تتوفر على هذه الخاصية والتي تبلغ نسبتها 66.66% وهو ما يكشفه الجدول رقم 36.

إن وجود شعار الصحيفة على مستوى الموقع الإلكتروني الخاص بالصحيفة إضافة إلى الشعار المكتوب، هو البعد الثالث على مستوى مفهوم المسؤولية الفكرية على مستوى المواقع الإلكترونية الصحفية.

جدول رقم (37): يبين وجود الشعار المكتوب والمرسوم للصحيفة على مستوى موقعها.

وجود شعار Logo والشعار المكتوب في الموقع	التكرارات	النسبة المئوية
وجود الشعار المرسوم Logo	15	33.33%
المجموع	15	100%
وجود الشعار المكتوب على مستوى الموقع الإلكتروني	11	73.33%
مواقع إلكترونية لا يوجد بها الشعار المكتوب للصحيفة	04	26.33%
المجموع	15	100%

أظهرت الدراسة أن المواقع المدروسة كلها دون استثناء يظهر فيها شعار الصحيفة وهي نسبة عادية طالما أن الشعار يميز الصحيفة عن غيرها من الصحف التي تحمل نفس الاسم، كما أن الشعار يؤدي وظيفة مهمة من الناحية الإعلامية لجهة شهرة الصحيفة وتسهيل عملية تذكرها، أما الشعار المكتوب فقد ظهر على مستوى 73.33% من المواقع المدروسة بينما غاب عن 26.33% من المواقع المدروسة ويرتبط الشعار المكتوب أكثر بالصحف التي لها نظير ورقي ومن الناحية الإعلامية فإن نسبة 26.33% التي غاب فيها الشعار المكتوب والتي يوضحها الجدول رقم 37 هي نسبة مرتفعة، ذلك أن الشعار المكتوب يؤدي وظيفة رمزية ذات أبعاد مهمة على المستوى الإعلامي لأنه يعكس الخط الافتتاحي للصحيفة وهي نقطة مهمة من نقاط ضعف مواقع الصحف الإلكترونية العربية.

#### 4.9. صورة الثقافة العربية والأركان الثقافية.

تعد الثقافة العربية من أغنى الثقافات على مستوى العناصر المكونة لها، وهي وفق المدخل المعتمد على مستوى الدراسة ترتبط أشد الارتباط بقيم الدين الإسلامي انطلاقاً من شموليته ومفاهيمه العامة للحياة، كما أن الرصيد الحضاري للمنطقة العربية بوصفها مهبطاً للديانات وملتقى لحضارات متعددة، أفرز غنى على مستوى العادات والتقاليد والأداب.

تعد مهمة تسويق صورة الثقافة العربية إعلامياً من أهم الوظائف والمهام التي ينبغي للصحف الإلكترونية العربية القيام بها، إن نجاح هذا العنصر يرتبط أشد الارتباط بقدرة هذه الصحف على عكس الخصوصية الحضارية للثقافة.

سمحت الدراسة بالكشف عن العديد من المؤشرات التي تحدد نوع الثقافة التي تعمل الصحف الإلكترونية العربية على تسويقها ومن بينها: طغيان المضامين الثقافية على مستوى التغطية على باقي المضامين وهو أمر يفسره جمهور هذه الصحيفة وبيئتها، ولكن ارتباطه بخدمة الترجمة يجعل بالفعل خطاب هذه الصحف الإلكترونية موجه للذات لا للآخر وهو ما يعيدنا إلى خاصية التوقع والانعزال التي وصفنا به اللغة العربية، أما المؤشر الثاني وهو تبني هذه المواقع لمفهوم للثقافة لا يعكس الخصوصية الثقافية العربية، وهو مفهوم يرى أن الثقافة والدين شيئان منفصلان مع ان الدين الإسلامي هو المعلم الأساسي والمركزي في الثقافة العربية على الأقل على مستوى الدراسة، إضافة إلى تبني هذه المواقع لمفهوم النسبية الثقافية من قبل القائمين على تحرير المضامين الصحفية على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة، وهو مفهوم غربي يتعارض مع منطلقات الحتمية القيمية، بالنهاية يمكننا أن نستنتج أن الصحف الإلكترونية العربية من خلال مضامينها تعمل على تشكيل صورة نمطية للثقافة العربية تتماهى في كثير من جوانبها مع المفهوم الغربي الذي يجعل الدين جزءاً من الثقافة وليس العكس.

أظهرت الدراسة أن المحتويات الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية تتميز بحضور طاغ على مستوى مخرجات المواقع الإلكترونية للصحف العربية ، كما أن الأخبار المتعلقة بالمضامين الثقافية العربية تتميز بحضور كبير على مستوى المضامين الثقافية الإجمالية خلال فترة الدراسة. أبانت الدراسة أن المضامين الثقافية العربية المرصودة خلال فترة الدراسة مختلفة لصالح فئة الإبداع العربي وتحديدًا للفنون التمثيلية والتي كانت العنصر الثقافي المهيمن من حيث نسبة الحضور على مستوى المواقع الإلكترونية خلال فترة الدراسة.

الملاحظة الثانية التي كشفتها الدراسة أن التقسيم الخاص بالأركان على مستوى أغلبية مواقع الصحف المدروسة يتشابه مع ذلك الموجود على مستوى الصحف الورقية ويفسر ذلك بوجود نسخ ورقية لمعظم المواقع المدروسة، كما كشف الفصل عن بعض الصيغ الإخراجية الجيدة على الرغم من كثافة المادة الإعلامية على مستوى بعض المواقع المدروسة كما يكشف توزيع المحتويات الثقافية عن نظرة غربية تفصل الدين عن الثقافة ولو على مستوى الشكل ما يتناقض ومفهوم الحتمية القيمة للثقافة.

أما فيما يتعلق بالقوالب الصحفية المستخدمة في تغطية المضامين الثقافية الخاصة بالثقافة العربية فقد كشفت الدراسة أن الأنواع الخبرية هي الغالبة من حيث الاستخدام، تليها وبمعدلات ضعيفة الأنواع الخاصة بالرأي وترتبط هذه الأخيرة بالقضايا الفكرية والمقالات النقدية ذات الطابع النخبوي.



الفصل الثاني  
الاعتماد على  
البيانات  
الرقمية

تمثل المواقع الإلكترونية

للصحف العربية المفهوم

الثقافة العربية

## تمهيد:

تتميز الثقافة العربية بالغنى والتميز الثقافي بسبب التراكمات التاريخية والتجربة الحضارية للمنطقة العربية. إن دراسة كيفية تمثل المواقع الإلكترونية للصحف العربية يقتضي ضرورة تناول العناصر المكونة لهذه الثقافة وهي: الإبداع العربي، الدين الإسلامي، القيم، التراث العربي، اللغة العربية والتنشئة الاجتماعية .

تكشف طريقة تناول هذه العناصر على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية عن طبيعة الفعل الثقافي ومكوناته والقيم التي يحملها، إضافة إلى المعاني التي يعطيها القارئون على تحرير المضامين الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية لمفاهيم الثقافة والفن من جهة، ومن جهة أخرى يكشف طبيعة وحجم الارتباط بين المضامين الثقافية والقيم التي تطرحها نظرية الحتمية القيمية قريبا أو إبتعادا.

تشكل ظاهرة العولمة ظاهرة عامة مست جميع أوجه النشاط الإنساني، ولكن الحقل الثقافي يظل الحقل الأكثر حساسية في التعاطي مع مفهوم وظاهرة العولمة ذلك ان المسألة الثقافية مهمة جدا لأنها شرط تميز واستقلالية المجتمعات وكيونتها، كما ان طبيعة المضامين الثقافية بوصفها معرضا لأنماط من الحياة وأنواعا لطرق من إدراك الوجود تسمح وتستلزم التعبير عن المواقف من العولمة و طبيعة المواقف المعبر عنها في جوهرها هي تعبيرات عن هوية معينة يحاول هذا الفصل التطرق لهذه العناصر .

## الفصل العاشر: تمثل المواقع الإلكترونية للصحف العربية لمفهوم الثقافة العربية

### 1.10. الاهتمامات الثقافية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية

أظهرت الدراسة ومن خلال الجدول رقم 38 الذي يوضح طبيعة الاهتمامات الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف العربية، أن فئة الإبداع العربي كانت الأولى كمرکز اهتمام بنسبة 54.50% وبواقع 4600 موضوع وهي الفئة التي تضم عناصر: الأدب، الشعر، تظاهرات، فنون تمثيلية، موسيقى وإبداعات متنوعة، إن ارتفاع هذه النسبة يعود بالدرجة الأولى إلى احتلال هذه الأنشطة مكانا مركزيا في الفعل الثقافي العربي، وهي ظاهرة تعكس التوسع الثقافي نتيجة لانتشار ثقافة الصورة (الفنون التمثيلية) وزيادة أنشطة الترفيه (الموسيقى) وانتشار الثقافة السمعية- البصرية على حساب ثقافة المطبوع (الشعر والأدب) على مستوى هذه الفئة سجلت الارتفاع: 900 موضوع وهي النسبة الأعلى تليها صحيفة الشرق الأوسط بـ 620 ثم الأهرام بـ 530 موضوع، ورابعا صحيفة الشرق بـ 360 موضوعا وكان هذا النوع من المواضيع هو الأكثر ارتباطا بالخبر كقالب صحفي، أما أقل نسبة فقد سجلناها على مستوى صحيفة الوطن بـ 10 مواضيع والمؤتمرات بـ 40 موضوعا. الاهتمام الثاني على مستوى المواقع الإلكترونية الصحفية العربية تمثل في فئات التنشئة الاجتماعية، وهي تتعلق بالمضامين الخاصة بالقيم الأخلاقية، الشباب و المرأة، وفق نظرية الحتمية القيمية فإن شؤون التعليم والأسرة كمؤسسة إضافة إلى القيم الأخلاقية والتنشئة الاجتماعية تقع في صلب مفاهيم الحتمية القيمية لأنه من خلال هذه العناصر تتم عملية التطبيع الثقافي، كما أن هذه العناصر لا يمكن أن تنفصل في كينونتها عن مفهوم الحتمية القيمية للثقافة، لذلك كانت حاضرة انطلاقا من معيار التصنيف بهذه النسبة و سجلت صحيفة الشروق أونلاين من خلال موقعها أعلى النسب لجهة النشر لهذه المواضيع بواقع 670 تليها صحيفة الأهرام بـ 290 وفي المرتبة الثالثة حلت صحيفة إيلاف. أما على مستوى صحيفة المؤتمر نت فقد سجلنا غياب هذا النوع من المضامين الثقافية نهائيا. شكل الدين الإسلامي ثالث المواضيع من حيث الاهتمامات على مستوى الصحف العربية، بنسبة اهتمام وحضور بلغت 14.09% على مستوى المواقع الإلكترونية وهي نسبة ضئيلة قياسا إلى الهجمة الثقافية والحضارية التي يتعرض لها الدين الإسلامي وسيادة الصور النمطية والإشكاليات المعاصرة التي تطرح نفسها لجهة علاقتها مع الدين. احتلت صحيفة الوطن تلتها صحف الارتفاع والشروق أونلاين والشرق الأوسط، تواليا المرتبة الأولى باهتمام متقارب بالدين الإسلامي والمواضيع المتصلة به فيما سجلت باقي النسب تقاربا على مستوى باقي المواقع الإلكترونية المدروسة.

جدول رقم (38): يبين مراكز الاهتمام بمواضيع الثقافة العربية.

نسب حضور عناصر الثقافة العربية	التكرارات	النسبة المئوية
الدين الإسلامي	1190	14.09%
اللغة العربية	90	1.06%
التراث العربي	660	7.81%
التنشئة الاجتماعية	1900	22.51%
الإبداع العربي	4600	54.50%
المجموع	15	100%

أظهرت الدراسة أن فئة التراث العربي حلت في المرتبة الرابعة من حيث حضورها على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة بنسبة 07.81% وهي نسبة متواضعة جدا قياسا بالموروث الثقافي العربي وغنى المنطقة العربية حضاريا وتاريخيا وروحيا، إن هذه النسبة تعكس عدم وعي بأهمية التسويق الإعلامي لتراث المنطقة العربية وما يمكن أن تلعبه الصحافة العربية على هذا المستوى من دور.

حلت صحيفة الشرق الأوسط في المرتبة الأولى تليها كلا من الراية والأهرام وبنسب متقاربة في إدراجها لمواضيع التراث العربي ضمن مضامينها الثقافية المنشورة على مستوى المواقع الإلكترونية الخاصة بهذه الصحف، فيما سجلت باقي المواقع نسبا متفاوتة في الاهتمام بهذه المواضيع فيما شكلت صحيفتي الوطن والسبيل استثناء في عدم تناولها هذا النوع من المضامين بتاتا.

تعكس نسبة حضور المواضيع المتعلقة باللغة العربية على مستوى المواقع الإلكترونية بالفعل حجم التحديات التي أشرنا إليها على مستوى المبحث المتعلق بالتأثير العولمي على مستوى اللغة العربية، ولعل أهمها عدم إدراك النخب العربية لطبيعة التحديات اللغوية التي تفرضها ظواهر العولمة والتقنية و حلت صحيفتي الشروق أونلاين والشرق الأوسط في المرتبة الأولى من حيث تناولها لهذا الموضوع بنسب متساوية تليها كل من صحف: الراية، المستقبل، الشرق، المؤتمر نت، كل الوطن في الاهتمام بهذا الموضوع وغابت المواضيع المتعلقة باللغة العربية خلال فترة الدراسة على مستوى 08 مواقع وهي نسبة تتجاوز 50% بقليل وهي نسبة عالية جدا.

## 2.10. الدين الإسلامي والقيم وسؤال الهوية.

### 1.2.10. الدين الإسلامي.

يظهر الجدول رقم 39 أن المواضيع المتعلقة بالدين الإسلامي وواقع الأحداث هي الأكثر حضورا بنسبة 43.69% وهي مواضيع ترتبط بقضايا تتصل بحوار الأديان وظواهر الخلاف المذهبي في المنطقة العربية إضافة إلى الأحداث والتطورات السياسية التي تعرفها المنطقة العربية، وهي تطورات

وجدت صداها على مستوى النقاشات الدينية، وقد كانت مواقع الشروق أونلاين وكل الوطن الموقعين الأكثر اهتماما بهذا الجانب تليها مواقع الراية والأهرام والشرق الأوسط بنسب متقاربة، وحلت مواقع الخبر والسبيل والخليج بنفس النسبة من الاهتمام رابعة بعد كل من موقعي الوطن والمستقبل، فيما غاب هذا البعد على خمسة مواقع إلكترونية من المواقع المدروسة. إن طبيعة المضمون الخاص بهذا البعد تحيلنا دائما إلى ردود أفعال وليس الفعل كما حل البعد المتعلق بالإسلام والدعوة في المرتبة الثانية على مستوى التداول الإعلامي بنسبة 14.28% و احتلت المواقع الإلكترونية الخاصة بصحيفتي السبيل وكل الوطن المرتبة الأولى في تناولها لهذا الجانب، تليها صحيفة الأيام نت، وجاء موقع المستقبل والخبر في المرتبة الثالثة فيما حلت صحيفتي الراية والشرق الأوسط في المرتبة الرابعة بنفس النسبة فيما غاب هذا البعد عن 09 مواقع .

#### جدول رقم (39): يبين جوانب وأبعاد حضور الدين الإسلامي على المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	جوانب وأبعاد حضور الدين الإسلامي في المواقع الإلكترونية للصحف العربية
09.24%	110	الإسلام وظاهرة العولمة
06.72%	80	الإسلام وتكنولوجيا الاتصال
10.08%	120	الإسلام والأديان الأخرى
43.69%	520	الإسلام وواقع الأحداث
05.88%	70	الإسلام والموقف من الإرهاب
14.28%	170	الإسلام والدعوة
10.08%	120	أخرى
100%	15	المجموع

إن فهم هذه النسبة لا يتم إلا ضمن سياقاته الحقيقية فأى معنى للاهتمام بالمواضيع الخاصة بالدعوة في ظل قصور الترجمة حتى على مستوى مواقع هذه الصحف، فيما حل موضوع الإسلام والأديان الأخرى في المرتبة الثالثة، ذلك أن المنطقة العربية هي منطقة تتسم بتعدد ديني وفسيفساء ثقافية، زيادة على ذلك فإن الدين الإسلامي وعلاقته بالأديان الأخرى يحظى بنقاشات عميقة حتى على مستوى الدوائر الغربية، تناولت صحيفة الخليج من خلال موقعها هذا الجانب أكثر من باقي المواقع، تليها صحيفة كل الوطن وحلت صحيفة السبيل والراية في المرتبة الثالثة، وجاء الموقع الإلكتروني الخاص بالشروق أونلاين في المرتبة الأخيرة، وغاب هذا الموضوع عن عشرة مواقع إلكترونية و بنسبة متساوية حلت المواضيع الأخرى الخاصة بالدين الإسلامي، وهي عبارة عن فتاوى ودروس وخدمات دينية. وبنسبة قريبة جاء موضوع الإسلام وظاهرة العولمة، حيث تناولته أربعة صحف هي: السبيل، الشرق الأوسط، الشرق وسودانيل تواليها، ولم يتطرق 11 موقعا إلكترونيا لهذا الموضوع.

تعد ظاهرة الإرهاب، وعلاقته بالإسلام من أهم التحديات التي يعرفها الدين الإسلامي، إن محاولة ربط هذه الظاهرة بالدين الإسلامي والصور الإعلامية النمطية تحتم على صناع الإعلام في المنطقة العربية تغيير هذه النظرة النمطية، ومع ذلك فلم يتحقق الاهتمام بهذه الجزئية المهمة إلا بنسبة 05.88% وهي نسبة لا تعكس حجم الرهانات الحضارية والثقافية، اهتمت 06 مواقع إلكترونية بهذا الموضوع، هي: كل الوطن، الشرق الأوسط، الأهرام، الوطن، الشروق والراية وبنسب متقاربة فيما لم تتطرق باقي المواقع لهذا الموضوع نهائياً.

يفرض التطور التقني، الذي يغير حياة الناس ونمط حياتهم بوتيرة متسارعة على الدين الإسلامي مواضيع ووضعيات تتجدد ولا تنتهي، وفي هذا الإطار حلت المواضيع الخاصة بالإسلام وتكنولوجيا الاتصال بنسبة 06.72% في المرتبة قبل الأخيرة، و اهتمت كل من صحيفة الراية وكل والوطن أكثر من غيرها بهذا الموضوع، وحلت صحيفة الشرق وسودانيل ثانياً من حيث الترتيب، فيما لم يولي 11 موقعا من المواقع المدروسة اهتماماً بهذا الموضوع إذ لم يرد على مستوى مواقعها نهائياً.

#### 2.2.10. القيم والمحتويات الثقافية.

الفكرة الأساسية لنظرية الحتمية القيمية هي ارتباط الثقافة بالقيم، والتي في أصلها هي ظاهرة دينية وفق نظرية الحتمية القيمية، بمعنى أنه كلما عبرت الصحف العربية عن هذه القيم في مضامينها كلما زادت علاقتها بالثقافة. إن القيم وفق هذه النظرة والتعبير عنها في المضامين الثقافية العربية هي المقياس لمدى تعبير هذه الأخيرة عن انتماء حضاري وتاريخي معين.

إن النظرة الشاملة التي تطرحها نظرية الحتمية القيمية، تجعل من القيم مرجعاً لكل سلوك مهما كان نوعه وعلى أي مستوى. كشفت الدراسة أن البعد التواصلية بقيمه التي يتضمنها هو الأكثر تردداً على مستوى المضامين الثقافية الموجودة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية. وهو بعد ينسحب على العديد من الموضوعات، وهو ما يفسر ارتفاع نسبة تردده داخل المضامين الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية إذ توجد هذا البعد مع مواضيع: الإسلام والعولمة، الإسلام والإرهاب، الإسلام والأديان الأخرى، القيم الأخلاقية، الشباب، المرأة، التاريخ الإسلامي، العادات والتقاليد العربية، الفكر العربي، آثار عربية، كما توجد مع مواضيع الإبداع العربي كافة، فيما حل البعد الاجتماعي مع التظاهرات الثقافية والأنشطة الاجتماعية التي تم تصنيفها كمواضيع ثقافية، تبعاً لتعبيرها عن هذه القيمة و تواجدت هذه القيمة أكثر مع المواضيع الخاصة بفئة التنشئة الاجتماعية. وفق الجدول رقم 39 حل البعد التربوي من القيم في المرتبة الثالثة وهو بعد ارتبط بمواضيع التنشئة، ومواضيع الإبداع العربي التي تهدف إلى ترسيخ وتعليم قيم بعينها.

حل البعد المكاني من القيم في المرتبة الرابعة بنسبة 10.33% وهو بعد ارتبط بمفاهيم المقاومة وحب الوطن، وعبر عن نفسه على مستوى التظاهرات الثقافية والمضامين التي تعلي من قيم الوطنية

والانتماء، إضافة إلى مواضيع التراث العربي الإسلامي وهي: التاريخ العربي الإسلامي، العادات والتقاليد العربية، الآثار العربية والعمران العربي.

**جدول رقم (40):** يبين ترتيب قيم نظرية الحتمية القيمية ونسب حضورها خلال فترة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرارات	
02.92%	320	البعد الاقتصادي
11.34%	1240	البعد الاجتماعي
11.07%	1210	البعد التربوي
05.58%	610	البعد السياسي
06.77%	740	البعد الإنساني
09.14%	1000	البعد الجمالي
04.66%	510	البعد الإيماني
11.52%	1260	البعد التواصلية
00.27%	30	البعد الزمني
10.33%	1130	البعد المكاني
01.64%	180	البعد النفسي
24.70%	2700	قيم أخرى
100%	10930	المجموع

حل البعد الجمالي في المرتبة الخامسة بنسبة 09.14% من مجمل القيم المرصودة على مستوى عينة الدراسة؛ ارتبط هذا البعد وقيمه بمواضيع الشعر والأدب خاصة على مستوى مواضيع الإبداع العربي، كما ارتبطت هذه القيمة بمواضيع التراث العربي الإسلامي وجمالياته واللغة العربية وقواعدها.

أظهرت الدراسة أن البعد الإنساني كان حاضرا بنسبة 06.77% في المرتبة السادسة، ارتبط هذا البعد بالمواضيع الخاصة بمواضيع الدين الإسلامي، خاصة في بعدها المتعلق بالعلمة، الإرهاب، والأديان الأخرى، إضافة إلى مواضيع تعبر عن النزعة الإنسانية للتراث العربي الإسلامي، فيما حل البعد السياسي كأحد أبعاد القيم في المرتبة السابعة وهو يخص الأصول الشرعية لبعض المفاهيم المعاصرة كالديمقراطية في علاقتها بمفهوم الشورى، وحل البعد الإيماني بنسبة ضئيلة تقدر بـ 4.66% في العينة المدروسة وهي نسبة تجد تفسيرها ببساطة في أن طبيعة المواقع الإلكترونية المدروسة تتعلق بصحف عامة وليس بصحف دينية متخصصة. فيما حل البعد الاقتصادي والنفسي والزمني بنسب 02.92%، 01.64% و 00.27% تواليا، ارتبط البعد الاقتصادي ببعض المفاهيم الاقتصادية ذات الأصل الشرعي

كالصكوك الإسلامية والصيرفة الإسلامية، أما البعد النفسي والزمني فهي قيم متفق عليها دون الحاجة إلى تضمينها ضمن المضامين الثقافية.

يشير عنصر القيم الأخرى إلى القيم التي لا تقع ضمن أبعاد نظرية الحتمية القيمية، وهي قيم غربية وغربية وفق مفهوم الحتمية القيمية، شكلت هذه النسبة 24.70% من نسبة القيم الموجودة على مستوى المضامين المدروسة خلال فترة الدراسة وهي نسبة عالية قياساً إلى تعابير الاغتراب الثقافي التي تعبر عنها نظرية الحتمية القيمية.

إن هذه النسبة أي 24.70% تصبح ذات دلالة أكثر إذا ما أخذنا أن هناك أبعاداً من القيم يتم تضمينها ضمن المضامين الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية، ليس انطلاقاً من كونها ذات مرجعية دينية بل لأنها جزء من القيم الغربية وحتى وإن انطوت تحت بعض أبعاد الحتمية القيمية، وشكلت قاسماً مشتركاً بين الثقافات والأديان، ذلك أن الاختلاف بين القيم و الثقافات لا ينفي القواسم المشتركة بينها، إن نسبة هذه القيم المتسربة عبر بوابة التأثيرات الثقافية والملتصقة في نفس الوقت بنظرية الحتمية القيمية لا يمكن كشفها انطلاقاً من الالتزام بالتصنيف الذي تفرضه نظرية الحتمية القيمية ولكن التحليل الكيفي و طبيعة الموقف من العولمة وسؤال الهوية يدل على هذه النقطة تحديداً.

### 3.2.10. الهوية العربية والموقف من العولمة.

شكلت ظاهرة العولمة أحد أعتى التحديات الحضارية للثقافات بصفة عامة، وللثقافة العربية بصفة خاصة كما أن عوامل التقارب بين الثقافات وتقلص دلالة الزمان والمكان والتحويلات على مستوى مفاهيم السيادة الإعلامية تصبح أكثر تأثيراً في بيئات تتميز بالتخلف الثقافي والتهميش الحضاري، وعجز الثقافات المحلية عن ترجمة ذاتها في شكل مناعة ثقافية تحول دون مظاهر الاستتباع والاغتراب والإلغاء التي هي هدف أو نتيجة العولمة.

#### جدول رقم (41): يبين طبيعة الموقف من العولمة.

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة الموقف من العولمة
37.54%	3090	تطابق
56.62%	4660	تكيف
05.83%	480	رفض
100%	8230	المجموع

عبرت النخبة العربية عن موقفها من العولمة من خلال ثلاث مواقف وهي التطابق والتماهي مع العولمة، مع ما يترتب عن ذلك من التنازلات عن مرجعية الثقافة العربية لأن هذه الأخيرة لم تقدم التقدم والرقي المنشودين، أما الموقف الثاني فهو موقف وسط يتبنى خطاب التكيف والإفادة من الفرص التي



تقدمها العولمة دون الانفصال على العمق الحضاري والمرجعيات التقليدية. أما الموقف الثالث فهو موقف الرفض.

أظهرت الدراسة، أن المضامين الثقافية المنشورة على مستوى المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف العربية تضمنت خطاب التكيف بنسبة 37.54% بينما تبنت خطاب التطابق مع ظاهرة العولمة مع ما ينجر عنه من تداعيات ثقافية بنسبة 37.54% وهي نسبة عالية قياسا إلى الانتماء الحضاري لهذه الصحف، كما تؤكد النقطة التي أشرنا إليها على مستوى حضور القيم الغربية في المضامين الثقافية العربية، يمكن تفسير هذه النقطة والمتعلقة بارتفاع نسبة تبني خطاب التطابق إلى طبيعة التجربة الإعلامية العربية والتي انتقلت من الغرب بتقاليدها القائمة على منطق أعطي الجمهور ما يريد ومكانة الترفيه والتسلية بشكلها الغربي من جهة كما تعكس هذه النسبة بالفعل أزمة الهوية بالمنطقة العربية، وتأثيرات العولمة المتصاعدة والتي يعد توحيد المعايير والقيم أحد مفاعيلها الرئيسية فيما حل الموقف المتعلق بالرفض أخيرا بنسبة 05.88%.

### 3.10. الإبداع والتراث العربي وطبيعة الفعل الثقافي.

#### 1.3.10. الإبداع العربي.

أظهرت الدراسة كما تناولنا سابقا أن فئة الإبداع العربي تشكل 54.50% من إجمالي المضامين الثقافية التي خضعت للتصنيف والدراسة، على مستوى هذا العنصر فقد أبانت الدراسة أن الفنون التمثيلية شكلت فيها النسب الأعلى بواقع 29.13% مثلما يظهر الجدول رقم 42، ارتبط هذا العنصر بأخبار الأفلام والمسلسلات والإنتاجات على مستوى هذا المجال كما ارتبطت هذه النسبة بأخبار النجوم وما يرتبط بهم من أنشطة وبدرجة قليلة جدا بالمرح.

إن طبيعة الأنشطة والأخبار على مستوى عنصر الإبداع هي في غالبها ذات قيم غربية وعلى مستوى هذه المضامين أظهرت الدراسة حضور القيم الأخرى والتي رأينا أنها تمثل نسبة معتبرة على مستوى النقطة المتعلقة بالقيم، يسمح واقع المشهد الثقافي على مستوى الوطن العربي بتفسير كثافة حضور هذه المضامين وطبيعة القيم الثقافية التي تحملها، إذ يسيطر المنطق التجاري القائم على فكرة البيع وأعطي الجمهور ما يريد وهي تجربة انعكست على الصحف العربية التي تسير فيه مشهرا ثقافيا مختلا في موازينه لصالح الفنون التمثيلية بل يكاد مفهوم الثقافة يختزل في هذا الميدان، على مستوى المواقع المدروسة أظهرت الدراسة أن موقع الراية كان أكثر المواقع اهتماما بهذا النوع من المضامين بواقع 410 قصة صحفية أما أضعف النسب من حضور هذا النوع من المضامين فقد سجلته المواقع الإلكترونية لصحف: الشروق أونلاين، الخليج، المؤتمر نت، أما باقي المواقع فقد اهتمت بنسب متقاربة بهذه الأخبار، ما عدا في الصحف التي لا تهتم أساسا بهذا الموضوع، وهي سودانيل والوطن والسبيل.

يظهر الجدول رقم 42 أن المضامين المتعلقة بالموسيقى جاءت في المرتبة الثانية حيث اهتمت بها إيلاف كأول صحيفة من حيث عدد المواضيع بـ 400 موضوع، تليها صحيفة الشرق الأوسط بـ 260 موضوع، فيما لم تهتم المواقع الإلكترونية الخاصة بـ: السبيل، الخبر، سودانيل والمؤتمر إطلاقاً بهذا الموضوع أما باقي الصحف فقد سجلت الدراسة اهتماماً متبايناً على مستوى مواقعها ففي الوقت الذي خصصت صحيفة الراية 160 موضوعاً، والأهرام 130 موضوعاً لهذا النوع من الأخبار، فقد خصصت مواقع الصحف الآتية: الأيام نت، المستقبل، كل الوطن والمؤتمر 10 مواضيع.

كشفت الدراسة أيضاً، أن الأخبار الخاصة بالتظاهرات الثقافية حلت في المرتبة الثالثة وبنسبة 17.39% مثلما يوضحه الجدول رقم 42 وهي مضامين ثقافية اهتمت بها المواقع الإلكترونية لـ: الصحافة، الشرق و الشرق الأوسط بنسبة عالية، بينما لم يظهر هذا النوع من المضامين الثقافية على مواقع صحف: المؤتمر نت والأيام، بينما سجلت باقي مواقع الصحف اهتماماً متبايناً.

**جدول رقم (42):** يبين مراكز اهتمام المواقع الإلكترونية بمواضيع الإبداع العربي.

النسبة المئوية	التكرارات	حضور عناصر الإبداع العربي على مستوى المواقع الإلكترونية
11.73%	540	الأدب
08.47%	390	الشعر
17.39%	800	تظاهرات ثقافية
29.13%	1340	فنون تمثيلية
23.91%	1100	موسيقى
09.33%	340	إبداعات متنوعة
100%	4600	المجموع

يظهر الجدول رقم 42 أن المضامين الخاصة بالأدب والشعر حلت بنسب 11.73% و 08.47% توالياً على مستوى المواقع المدروسة، وهي نسب ضئيلة جداً تعكس واقع التجربة الإعلامية في الوطن العربي ومرجعياتها، شكل الأدب والشعر بدرجة أكبر أحد أهم العناصر الثقافية في المشهد الثقافي العربي على مر العصور، وتعكس نسبة حضوره على مستوى مواقع الصحف العربية واقع الانفصال بين الصحف العربية وعمقها التاريخي و باستثناء صحيفة إيلاف التي سجلت الدراسة 170 موضوعاً على مستوى موقعها الإلكتروني والأهرام بـ 50 موضوعاً، فإن باقي المواقع اهتمت بهذا الموضوع بنسب متقاربة ماعدا صحيفتي المؤتمر والشروق أونلاين التي لم تحتوي مضامينها الثقافية نهائياً على هذا الموضوع.

سجلت الإبداعات الأخرى حضوراً بنسبة 09.33%، وهي إبداعات ترتبط بأنشطة ثقافية كالرسم، النحت والرقص، ويعكس حضورها بهذه النسب المتدنية الاختلال في المشهد الثقافي لصالح الفنون الدرامية والسمعية تحديدًا.

### 2.3.10. مفهوم الفن في المواقع الإلكترونية العربية.

جدول رقم (43): يبين مفهوم الفن على مستوى المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	مفهوم الفن في المواقع الإلكترونية للصحف العربية
59%	2950	الفن كغاية
41%	2050	الفن كوسيلة
100%	5000	المجموع

يقوم مفهوم الفن في الإسلام على أساس من عقيدة التوحيد وعلى تصور شامل للإنسان والكون والحياة، إن الفن في التصور الإسلامي وسيلة لا غاية مثلما هو سائد في الغرب والوسيلة تتشرف بشرف الغاية التي تؤدي إليها، بالمقابل يقوم المفهوم الغربي للفن على التراث الإغريقي وهو مفهوم في عمومه يرى في الفن وسيلة للمتعة فقط<sup>(1)</sup>.

أظهرت الدراسة، أن الصحف العربية تتبنى ومن خلال ما تطرحه على مستوى مواقعها الإلكترونية مفهوماً غربياً للفن بنسبة 59% بينما يظهر الجدول أن المفهوم الإسلامي للفن تتبناه هذه المواقع بنسبة 41%. إن هذه النسبة تفسر العنصر السابق والمتعلق بحضور الفنون التمثيلية بنسبة عالية في المضامين الثقافية العربية.

<sup>(1)</sup> غير معروف، الفن الإسلامي: ميادين الجمال في الظاهرة الجمالية في الإسلام [على الخط]، متاح على الموقع : [\[http://www.alukah.net/culture/0/7/7134\]](http://www.alukah.net/culture/0/7/7134)

### 3.3.10. طبيعة الفعل والخطاب الثقافي.

جدول رقم (44): يبين طبيعة الفعل والخطاب الثقافي على مستوى المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة الفعل الثقافي
92.21%	4030	الفعل
7.78%	340	رد الفعل
100%	4370	المجموع
طبيعة الخطاب الثقافي		
80.37%	5080	موجه للذات
19.62%	1240	موجه للآخرين
100%	6320	المجموع

تتميز المجتمعات المتقدمة ثقافيا باستقلالية الفعل الثقافي عن طابع المناسباتية وردود الأفعال والمجتمعات المؤهلة ثقافيا للتكيف مع ظاهرة العولمة هي المجتمعات التي تملك قاعدة للصناعات الثقافية الإعلامية. يظهر الجدول رقم 44 أن المضامين الثقافية المنشورة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية أن الفعل الثقافي فيها يتميز بأنه عبارة عن مبادرات مستقلة عن محرضات معينة، وهو مؤشر صحي من الناحية الثقافية لو ارتبط بالقيم المحلية وانطبع بها ولكنه فعل ثقافي يتبنى قيم غربية ومفهوما للفن يتعارض ومقتضيات مفهوم الثقافة على مستوى نظرية الحتمية القيمية.

شكلت نسبة رد الفعل كميزة للفعل الثقافي 7.78% وهي نسبة ارتبطت أكثر بالمواضيع الدينية إذ كثيرا ما ترتبط هذه المضامين بالرد على شبهة الإرهاب أو حوار الأديان. تشكل المواقع الإلكترونية للصحف الإلكترونية في إطار العولمة منابرا ثقافية أتاحتها الإعلام الجديد للتفاعل والاتصال الثقافيين بحكم تقارب الثقافات التي أفرزها التطور التقني. إن الفعل الثقافي وبطبيعته قد يكون موجها للذات كتعزيز للثقافة المحلية وقيمها، أو موجها للخارج في إطار التقارب وظواهر انتقال العناصر الثقافية كإفتراس عن الآخر، على مستوى هذه النقطة أظهرت الدراسة أن طبيعة الخطاب الثقافي على مستوى المواقع الإلكترونية هو خطاب موجه للذات بنسبة 80.37% وهي نسبة تعكس طابع التفوق حول الذات وعدم إعطاء أهمية للتسويق الثقافي على مستوى المواقع المدروسة، أما الخطاب الموجه للآخر فقد توفر بنسبة 19.62% وهي نسبة ارتبطت بأحداث معينة أي مناسباتية، إضافة إلى الأنشطة والتظاهرات الثقافية العربية في المجتمعات الغربية، وإذا أضفنا إلى هذه النسبة المتواضعة نسبة توفر الترجمة على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة فإن هذه النسبة تصبح غير ذات معنى.

#### 4.3.10. التراث العربي .

شكلت المنطقة العربية مؤنلا لحضارات متعددة وموطنا لإرثا إنسانيا كبيرا حتى قبل عصور الحضارة العربية الإسلامية الزاهرة ، وهي تعد مكونا حضاريا مهما في تاريخ التطور الإنساني. إن أحد الوظائف الثقافية الهامة المنوطة بوسائل الإعلام هو الحفاظ والتعبير على هذا الموروث الثقافي بالطريقة التي تحافظ على تميز الثقافة العربية من جهة، وجعلها لاعبا أساسيا على مستوى الساحة الثقافية العالمية من جهة أخرى.

أظهرت الدراسة، أن المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحافة العربية أظهرت اهتماما متباينا بعناصر التراث العربي، اهتمت المواقع الإلكترونية المدروسة بالعادات والتقاليد العربية بنسبة 36.36% من النسبة الإجمالية لمواضيع التراث العربي. تتعلق المواقع المدروسة بصحف وطنية لذلك تحاول أن تعكس الخصوصيات الثقافية لأقطارها حيث اهتمت الشروق أونلاين، الشرق وإيلاف والأهرام بنسب متقاربة وهي أكثر الصحف تناولا لهذا الموضوع، فيما اهتمت باقي المواقع بهذا الموضوع بنسبة متقاربة، باستثناء مواقع صحف: السبيل، الخبر، المستقبل، المؤتمر نت وسودانيل التي لم تهتم بهذا الموضوع مطلقا و حل التاريخ العربي الإسلامي كثاني اهتمام على مستوى مواضيع التراث العربي بنسبة 27.27% حيث كان موقع الراية والشرق الأوسط الأكثر اهتماما بين المواقع المدروسة، تليها الأهرام بنسبة متقاربة، وباستثناء المواقع التي لم تهتم بهذا الموضوع وهي: الأيام نت، السبيل، الخبر، المستقبل، إيلاف والوطن فإن باقي الصحف اهتمت بهذا الموضوع بمعدلات متقاربة.

**جدول رقم (45):** يبين مراكز الاهتمام ونسبها بمواضيع التراث العربي.

عناصر التراث العربي	التكرارات	النسبة المئوية
تاريخ عربي إسلامي	180	27.27%
عادات وتقاليد عربية	240	36.36%
فكر عربي	100	15.15%
آثار عربية	130	19.69%
عمران عربي	10	01.51%
المجموع	660	100%

يكشف الجدول رقم 45 أن موضوع الآثار العربية حل في المرتبة الثالثة من حيث الاهتمام بنسبة 19.69% وهو موضوع اهتمت به صحيفة الشرق الأوسط والأهرام بمعدل واحد كأعلى صحيفتين اهتماما بهذا الموضوع. فيما اهتمت الراية، إيلاف، كل الوطن والخليج بنسب متقاربة، واحتجب الموضوع بصفة نهائية عن باقي المواقع أما عنصر الفكر العربي فقد حل رابعا على مستوى الاهتمام حيث اهتمت 07 مواقع بهذا الموضوع فيما غاب الموضوع عن باقي المواقع أما بالنسبة لعنصر العمران العربي فقد اهتمت

به المواقع الإلكترونية المدروسة بنسبة 01.51%، حيث اهتمت بهذا الموضوع صحيفتين فقط هما الشرق الأوسط والراية بنسبة متساوية فيما تجاهلت باقي المواقع هذا الموضوع.

#### 4.10. التنشئة الاجتماعية واللغة العربية.

##### 1.4.10. التنشئة الاجتماعية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.

تشكل وسائل الإعلام في الوقت الحالي أهم وسائل التنشئة الاجتماعية، ومع ظهور الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة زادت فاعلية هذه الوسائل في ظل زيادة معدلات الاستخدام ومدى التعرض، إن خطورة هذه الوسائل كمصادر للقيم والتنشئة الاجتماعية تتمثل في أنها أصبحت كونية بسبب طابعها التقني ما يزيد من مسؤولية هذه الوسائل وي طرح تحديات فعلية على مؤسسات التنشئة التقليدية. اهتمت المواقع الإلكترونية للصحف العربية بموضوع الأسرة بنسبة 43.15%، حيث سجلت صحيفة الشروق أونلاين أعلى نسبة اهتمام بواقع 230 موضوع، تليها الراية والخليج والوطن بـ 80 موضوعاً، والأهرام بـ 70 موضوعاً أما باقي المواقع فقد اهتمت بنسب متقاربة بالموضوع، بينما لم تهتم صحيفة الخبر مطلقاً بهذا الموضوع. حلت المواضيع المتعلقة بالمرأة في المرتبة الثانية من حيث الاهتمام بنسبة 25.26% حيث اهتم موقع الشروق أونلاين بالموضوع بنسبة عالية بتخصيص 290 للموضوع تليها الأيام نت والوطن بـ 50 موضوعاً لكليهما، أما باقي المواقع فقد اهتمت بهذا الموضوع وهي مواقع الراية، إيلاف، الوطن، الأهرام، بنسب متقاربة، إن الملاحظة التي تسترعي الاهتمام هي أن موقع صحيفة الشروق أونلاين قدم نموذجاً حياً للمنظور الثقافي للحمية القيمية في تطرقه للموضوعين السابقين.

جدول رقم (46): واقع مواضيع التنشئة الاجتماعية على مستوى المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	
18.94%	360	القيم الأخلاقية
12.63%	240	الشباب
25.26%	480	المرأة
43.15%	820	الأسرة
100%	1900	المجموع

حلت المواضيع المتعلقة بالقيم الأخلاقية ثالثة من حيث الاهتمام بنسبة 18.94% واهتم موقع الراية الإلكتروني أكثر من غيره بهذا الموضوع بـ 110 موضوعاً، تليه الأهرام بـ 100 موضوع، ثم الشروق أونلاين والشرق الأوسط وكل الوطن بنسب متقاربة وغاب الموضوع عن باقي المواقع. يكشف الجدول رقم 46 أن المواضيع المتعلقة بالشباب حلت بالمرتبة الأخيرة لجهة الاهتمام على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة. واهتم موقع الأهرام أكثر من غيره بهذا الموضوع بـ 90 موضوعاً تليه مواقع:

الأيام، السبيل، الوطن من حيث الاهتمام وباستثناء مواقع: الراية، الشروق أونلاين، كل الوطن والشرق الأوسط التي اهتمت بالموضوع بمعدلات متقاربة، فإن باقي المواقع لم تهتم بهذا الموضوع إطلاقاً.

#### 1.4.10. اللغة العربية على مستوى مواقع الصحف العربية للإلكترونية.

أدت العولمة وهيمنة اللغة الإنجليزية على تقنياتها إلى تصاعد وتسارع ظاهرة الانقراض اللغوي، وفي هذا الإطار تواجه اللغة العربية أعتى التحديات الوجودية في ظل التخلف التقني واللغوي في المنطقة العربية. أظهرت الدراسة أن المواقع الإلكترونية للصحف العربية اهتمت باللغة العربية وتحديات العصر بنسبة 77.77% من مجمل المواضيع التي خصصتها هذه المواقع للغة العربية حيث خصصت صحيفة الشرق الأوسط 20 موضوعاً، تليها مواقع: الشروق أونلاين، المستقبل والمؤتمر نت وكل الوطن بواقع 10 مواضيع وهي نسب متدنية جداً من الاهتمام، فيما غاب الموضوع عن باقي المواقع، فيما حلت مواضيع اللغة العربية وعولمة اللغة الإنجليزية وقواعد اللغة العربية بنسبة 11.11% لكل منهما وهي مواضيع تم تناولها فقط على مستوى موقعين هما: الراية بالنسبة للموضوع الأول، والشروق أونلاين بالنسبة للموضوع الثاني فيما لم تهتم المواقع المدروسة بموضوع عولمة اللغة الإنجليزية.

**جدول رقم (47):** يبين واقع اللغة العربية على مستوى المواقع المدروسة.

النسبة المئوية	التكرارات	اللغة العربية في مواقع الصحف الإلكترونية
11.11%	10	اللغة العربية وعولمة اللغة الإنجليزية
0%	0	اللغة العربية وتكنولوجيا الاتصال
77.77%	70	اللغة العربية وتحديات العصر
11.11%	10	قواعد اللغة العربية
100%	90	المجموع

إن نسبة الاهتمام الإجمالية والمقدرة بـ 01.06% المتعلقة بنسبة الحضور الإجمالي للمواضيع المتصلة باللغة العربية مقارنة بباقي المواضيع (الدين الإسلامي، التنشئة الاجتماعية، الإبداع العربي والتراث العربي)، إضافة إلى المواضيع الجزئية ونسبها تعكس بالفعل تردّي الواقع اللغوي بالمنطقة العربية وعدم إدراك النخب لحجم الرهانات المرتبطة بهذا الموضوع.

## 5.10. الصورة ومفهوم الثقافة العربية.

عكست الدراسة من خلال أدوات التحليل المعتمدة أن الصحف الإلكترونية العربية باستثناء نسبة ضعيفة جدا تعكس صورة نمطية للثقافة العربية تتميز بالانفصال الهوياتي والحضاري عن أهم المرجعيات وهو الدين الإسلامي، وهي في ذلك تتماهى مع التجربة الإعلامية الغربية وتتبنى مفاهيمها للثقافة وللعمل الإعلامي انطلاقاً من أن المنجز الحضاري المادي مهما صغر وقلت قيمته ليس مجرد سلعة أو كتلة مادية محايدة، ولكنه تجسيد للثقافة التي أنتجته.

وهو ما يفسر حضور القيم الغربية بنسبة معتبرة، ويؤكد فرضية تبني المواقع الإلكترونية مفهوما للثقافة يتناقض مع مفهوم نظرية الحتمية القيمية. إن العنصر السابق يعكس الصورة المشوهة للثقافة العربية والتي يجري نشرها عبر المواقع الإلكترونية حيث يعاني الحقل الثقافي العربي من اختلال يمثله طغيان منتجات الترفيه السمعية البصرية على حساب عناصر ثقافية شكلت الملمح الرئيسي للثقافة العربية وأحد سماتها المميزة لها وهو الشعر.

تعكس مضامين الصحف الإلكترونية صورة للثقافة تبدو فيه الهوية العربية أمام مفترق طرق من ظاهرة العولمة، وهو ما يعكس مأزق الهوية الذي تعيشه اللغة العربية إضافة إلى خروجها من دائرة الفعل بوصفها ثقافة عريقة إلى دائرة رد الفعل والتلقي وهي حالة تأخر تعيشها الثقافة العربية.



يكشف الفصل السابق على مجموعة من الملاحظات أهمها التأثيرات المتزايدة لظاهرة العولمة في شقها الثقافي على مستوى المنطقة العربية وهي تأثيرات نتلمسها على مستوى الحقل الثقافي والإعلامي. على المستوى الثقافي تتمثل هذه التأثيرات في استنساخ التجربة الثقافية الغربية على مستوى الفنون التمثيلية وهي مشبعة بالقيم الغربية واختلال الأنشطة الثقافية لصالح هذه الأخيرة وطغيان حضورها في المشهد الثقافي العربي على حساب الدين الإسلامي والشعر واللغة، وهي العناصر التي شكلت مصدر تميز على مستوى الشخصية الثقافية العربية. أما على المستوى الإعلامي فتبنى المواقع الإلكترونية المدروسة مفهوما للثقافة يتناقض ومفهوم الحتمية القيمية للثقافة حيث يتحول الدين الذي هو مصدر القيم وفق نظرية الحتمية القيمية الى عنصر ضمن جملة من العناصر المكونة للثقافة العربية.

يؤكد النقطة السابقة حجم حضور القيم الغربية على مستوى المضامين الإلكترونية المبنوثة عبر المواقع الإلكترونية للصحف العربية، إضافة الى تبنيها مفهوما للفن يتماهى ويتطابق مع المفهوم الغربي. إن ما يعزز هذا الاستنتاج هي طبيعة المواقف المعبر عنها من العولمة والتي تكشف بالفعل واقع إشكالية الهوية في المنطقة العربية والتناقض في طبيعة مشروع المجتمع على مستوى النخب العربية.

أظهرت الدراسة وكشفت عن مجموعة من النتائج نحصرها في الآتي:

- تغلب على المواقع الإلكترونية للصحف العربية عقلية الحد الأدنى من الخدمة، إذ وباستثناء حالات قليلة فإن القائمين على تصميم المواقع الإلكترونية يستخدمون الحد الأدنى من أدوات النشر الذي يعتمد على النص كوسيلة أساسية لتوصيل الأخبار وحتى على هذا المستوى نجد ضعفا كبيرا في استغلال الإمكانيات التي يتيحها النشر الإلكتروني وهي النقطة التي تعكسها خدمة الملاحق، وهي خدمة توفرت في الصحف الغربية الورقية وازدادت حضورا مع تغير الوعاء من الورق إلى الكتابة الإلكترونية إذ تعاني المواقع المدروسة في أغلبها فقرا كبيرا على هذا المستوى.
- على مستوى الخدمات نجد تسربا للمنطق السلطوي لبعض الخدمات، مثلما أشرنا في النقطة المتعلقة بالملاحق على مستوى صحيفة الأيام نت البحرينية وبالتالي فإن تغير الوسيط لا يعني دائما التحول على مستوى الخطاب الإعلامي.
- أظهرت الدراسة أن بعض المواقع الإلكترونية للصحف العربية- على الرغم من إمكانياتها الكبيرة وقابلية تحول مواقعها الإلكترونية إلى مشاريع اقتصادية ذات مردود عالي- أظهرت الدراسة أن هذه المواقع لم تستند من الإمكانيات التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط المتعددة، وظلت أسيرة نظرة تقليدية تنظر إلى شبكة الويب كفضاء ثانوي يفتقر إلى الجدوى الاقتصادية والإعلامية وهي الحالة التي يجسدها غياب الإشهار على مستوى صحيفتي (الشرق الأوسط وكل الخليج) بسبب وجود التمويل الكافي أما بالنسبة لصحيفة سودانيل فإن الأمر لا يمكن تفسيره.
- أظهرت الدراسة أن نسبة معتبرة من المواقع الإلكترونية لا تتوفر على خدمة الأرشيف، ما يعني ضعفا على مستوى خدمة البحث عن المعلومات ويعود ذلك إلى صيغة النشر بالصورة والوثائق المحمولة أو إلى إهمال هذا الجانب في الصحف التي تنشر مادتها بصيغة النص.
- كشفت الدراسة عن عدم إدراك حقيقي للقائمين على المواقع الإلكترونية لأهمية بعض الخدمات وتأثيرها على شعبية الموقع وشهرته، إذ وعلى مستوى الخدمة المتعلقة بإحصائيات الموقع نجد إهمالا كبيرا على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة إذ اهتمت صحيفة واحدة بتوفير خدمة إحصاء الزائرين الكلي للموقع كما أن نصف العينة المدروسة لا توفر خدمة إحصاء المضامين الأكثر تعليقا، بالمقابل أظهرت الدراسة أن أغلب الصحف توفر إحصائيات المضامين الأكثر قراءة وهو يعكس استمرار النظرة التقليدية للإعلام على مستوى اتجاه العملية الاتصالية وخطها العمودي من المرسل إلى المستقبل وقلة وعي بالتغيرات التي يشهدها العمل الصحفي وبيئته.

- أظهرت الدراسة أن هناك ضعفا على مستوى خدمات التخصيص، إذ أن هناك نسبة معتبرة من المواقع المدروسة لا توفر خدمات نقل الأخبار وقراءة الأخبار (RSS)، أما خدمة الاشتراك بالبريد الإلكتروني فهي غير متوفرة في أغلب المواقع الإلكترونية المدروسة وبالتالي عدم توفر خدمة النشرات البريدية الإخبارية الخاصة، كما أن الأخبار عن طريق التطبيقات الهاتفية تغيب عن معظم المواقع الإلكترونية المدروسة ما يستدل به على غياب الوعي بخصائص الإحالات والاندماج التي توفرها الوسائط الجديدة للنشر.
- إن نفس الظاهرة تتكرر مع البث الحي التي تغيب على معظم المواقع الإلكترونية وهو ما يعكس استمرار عقلية النشر الورقي، وعدم وعي بأشكال الإخراج الصحفي التي تتيحها المواقع الإلكترونية الصحفية.
- في الوقت الذي تشكل فيه المواقع الإلكترونية للصحف وتجسد مفهوم عولمة الإعلام بخصائصه المرتبطة بتجاوز حاجز الزمان والمكان وكثافة حضور المضامين الثقافية على مستوى هذه الأدوات الاتصالية، فإن المواقع الإلكترونية تقتصر إلى خدمات الترجمة بنوعها (الآلية، النسخ الجاهزة) في الوقت التي يفترض فيها أن تكون منابر للتعبير الثقافي ووسائل لمخاطبة الآخر، خاصة في ظل التحديات التي تطرحها العولمة الثقافية وسيطرة الصور النمطية على إدراك الآخر لطبيعة الثقافة الغربية وماهية الدين الإسلامي.
- على مستوى استخدام الميولميديا والوسائط الفائقة، وفي الوقت الذي تسارع فيه قطاعات التعليم والترفيه لجعل الوسائط المتعددة هي الواجهة الرئيسية لتقديم المضمون، فإن المواقع الإلكترونية يغيب فيها هذا المنطق وحتى في الصحف التي تحاول توظيف هذه الوسائط فإنها تبقى متأخرة على هذا المستوى. إن المواقع الإلكترونية المدروسة باستثناء موقع واحد (أخبار الخليج) تتعدم فيها ميزات الصوت وهو غير مصحوب بالتعليق ولا تتوفر فيه الحكاية الصوتية التي تمثل شكلا متقدما من تطبيقات الإعلام الجديد، حيث تجمع ما بين هيئة التقرير التلفزيوني وميزات النشر في الانترنت، وفيما تضمن عدد كبير من المواقع المدروسة عنصري الصورة المتحركة والفيديو فإن هذا التضمين لا يستجيب لشروط الاندماج والتكامل التي يقضيها مفهوم الوسائط المتعددة، إن القصور في توظيف الوسائط المتعددة يعود إلى طبيعة التكوين الإعلامي ففي الوقت التي يمارس هذه المهام صحافيون على مستوى الصحف الغربية، فإنه على مستوى الصحف العربية يتم إسناده إلى مصممين متخصصين وبالتالي الكلفة المرتفعة وقلة الوقت. كما سجلت الدراسة غياب الفيديو على مستوى موقعين إلكترونيين على الرغم من شهرتهما وهما صحيفتي المستقبل والأيام نت، وهي ملاحظة تؤكد بالفعل استمرار ذهنية النشر الورقي على مستوى الصحف العربية على الرغم من أن بعضها ولد إلكترونيا خالصا على غرار صحيفة إيلاف.

- على مستوى توظيف الوسائط المتعددة أظهرت الدراسة كثافة كبيرة لاستخدام الصور، وإذا ما قارنا هذا العنصر بمتغير الامتداد على شاشة العرض والذي تجاوز امتداد أغلب صفحاتها 5.5 عن الشاشة، وهو الحد الذي تصبح فيه الشاشة أقل فعالية، وحتى باقي المواقع يتجاوز فيه ارتفاع صفحاتها الرئيسية الشاشة الواحدة كمعدل للصحيفة التي تتميز بالفعالية فإن هذه المعطيات تكشف نقصاً مزمناً في تصميم الصفحات الرئيسية وعجزاً واضحاً عن التوظيف الجيد للوسائط المتعددة.
- كشفت الدراسة أن تجربة تفاعل المواقع الإلكترونية مع قراءها لا تزال في أطوارها الأولى إذ لا تزال هذه المواقع حتى الآن تعرض عن التفاعلية، حيث اكتفت هذه المواقع بتوفير الحد الأدنى منها، كما أن هذا الحد الأدنى لا يرقى إلى الإستراتيجية المتكاملة وعلى الرغم من أن أغلب المواقع المدروسة تفتح المجالات لتعليقات القراء فإنه يمكن استحضار عنصر الرقابة على هذا المستوى. إن الملاحظة التي تسترعي الانتباه أكثر على مستوى التفاعلية هو غياب منتديات النقاش في أغلب المواقع المدروسة على الرغم من أن تطبيقات الدردشة والحوار تعد من أهم عناصر التفاعلية على مستوى المواقع الإلكترونية الصحفية إضافة إلى أن الحد الأدنى من استطلاعات الرأي المتوفر على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة تتميز في طريقة بناءها بالإيحائية والتوجيه في كثير من الأحيان.
- أظهرت الدراسة أن المواقع الإلكترونية المدروسة توظف مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير كأداة من أدوات التفاعلية باستثناء صحيفة واحدة (سودانيل) و التي اقتصر على حساب واحد فإن باقي المواقع توظف مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كثيف وربما يعود الأمر لسهولة إنشاء هذه الصفحات.
- تقتض تطبيقات صحافة الجمهور علاقة جديدة بين المؤسسة والجمهور مع تحول المستخدمين إلى منتجين في المدونات وفي مواقع الشبكات الاجتماعية، وفي هذا السياق فإن الصحافة الإلكترونية تساهم في بناء المجال العمومي عبر أشكال جديدة، فالموقع الإخباري المنفتح على مساهمات المستخدمين عبر التعليق والتدوين والفيديو يصبح مجالاً تتفاعل داخله الآراء والأفكار وهو على هذا النحو الحلبة التي تتلاقى فيه الأفكار وتتفاعل عبره عمليات المناقشة والمحاكاة. أظهرت الدراسة أن أغلب المواقع المدروسة لم تتفتح على هذا النوع من الصحافة، وحتى تلك التي سجلت تخصيصها لنوافذ لمساهمات المستخدمين فإن ذلك كان على مستوى موضوعات محددة (كالمناسبات الاجتماعية) أو عبارة عن تكرار لخدمة التعليق المتوفرة أصلاً على مستوى موقع الصحيفة (شاركنا برأيك على مستوى صحيفة الشروق).
- إن الملاحظة السابقة تجرنا إلى ملاحظة أهم، وهي أن الانترنت لم تغير بشكل جذري الصحافة العربية ومؤسساتها كما يبشر بذلك خطاب الثورة التكنولوجية، بل إن الانترنت كانت

بالنسبة للصحافة العربية المجال الذي امتدت إليه النماذج التي كانت تحكم الصحافة العربية، وهكذا كانت الميديا الجديدة والإعلام الجديد بالنسبة للصحافة العربية المجال الذي أعادت فيه إنتاج نفسها.

- أظهرت الدراسة أن أغلب المواقع المدروسة تتميز بالتكشيف على مستوى أدلة ومحركات البحث بنسبة عالية، فيما تتوافر صفة البساطة في العنوان وشهرة الموقع بنسب مختلفة، وهي حالة تعكس ضهور المحتوى العربي على مستوى الانترنت بصفة عامة (على الرغم من اختيارنا للعناوين الأشهر على مستوى العينة).

- أظهرت الدراسة قصورا على مستوى توظيف الإمكانيات التي تتيحها الانترنت وتطبيقات الإعلام الجديد على مستوى المواقع الإلكترونية لجهة إتاحة الخيارات للمستخدم بتوفير أكثر من تصميم، وأكثر من نسخة لغوية، حيث لم يتوفر الخيار الأول إلا في موقع واحد، بينما توفر الخيار الثاني على مستوى أربعة مواقع وهو معطى يدعم الملاحظة السابقة.

- تتميز مواقع الصحف العربية الإلكترونية بالتفتير على مستوى توظيف أدوات الإبحار إذ كشفت الدراسة أن موقعا واحدا يوظف شريط الأخبار المصورة وخريطة الموقع معا، وبقية المواقع توظف أحدهما، على الرغم من إمكانية الجمع بينهما. نفس الملاحظة تنسحب على توظيف أيقونات الإبحار على الرغم من أهميتها في تسهيل عملية التصفح والاستخدام على مستوى المواقع الإلكترونية.

- نفس الملاحظة تنسحب على البرمجيات المساعدة على الإبحار، حيث تغيب هذه البرمجيات على نسبة معتبرة من المواقع الإلكترونية المدروسة، كما تتميز بقلتها على مستوى المواقع المتوفرة على هذه البرمجيات على الرغم من أهميتها ودورها في زيادة الخدمات الوثائقية والبحثية على مستوى المواقع الإلكترونية.

- إن جل المواقع الإلكترونية المدروسة لا تتوفر بها روابط نصية تشعبية، وما توفر فيها فهي روابط نصية تشعبية داخلية وهي لا تعكس علاقة حقيقية بين المحتوى وما يشير إليه الرابط، إن هذه الظاهرة على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة تحيلنا إلى ملاحظة مهمة وهي انتهاج المواقع الإلكترونية العربية أسلوب الكتابة على مستوى الصحافة التقليدية، إذ لم نلاحظ أثرا لمعالجة تفكيك المضمون الصحفي إلى قطع صغيرة ومستقلة بذاتها لكنها مرتبطة بالأجزاء الأخرى حيث يمثل كل جزء من هذه الأجزاء بعدا من أبعاد المضمون الإعلامي كاملا.

- معظم المواقع الإلكترونية تملك محركات بحث داخلية، ومنها من يملك محركين داخلي وخارجي (المؤتمر نت) ولكن أي دلالة تعطى لتوفر محركات البحث إذا ربطناها بعنصر الأرشفة والنصوص التشعبية. إن هذه المعطيات تظهر مرة أخرى عدم وضوح الصورة كاملة لدى القائمين على تصميم المواقع العربية الصحفية الإلكترونية.

- لا تهتم المواقع الإلكترونية كثيرا بالمسؤولية الفكرية لمخرجاتها الإعلامية، ذلك أن أغلب المواقع الإلكترونية لا تشير إلى صاحب المادة الإعلامية عدا مساحات الرأي ومنابر التعبير الحر وما تعلق بالمضامين الفكرية الرفيعة.
- لا تتيح المواقع الإلكترونية الصحفية العربية إمكانية الاتصال بصاحب المقال أو المضمون الصحفي.
- لوحظ أن عددا قليلا من المواقع الإلكترونية يصرح ببيانات مصمم الموقع والنسبة الأكبر لا توفر هذه الخدمة، مع أن جميع المواقع تسلم أمر تصميم المواقع لشركات متخصصة، كونها تفتقد إلى اقسام إلكترونية تدير مواقعها على الانترنت وتأخذ بمستحدثات النشر في الشبكة على الرغم من الوضع المالي المريح لبعض الصحف المالكة لهذه المواقع (مثل موقع الشرق الأوسط).
- حافظت المواقع الإلكترونية الصحفية على الأركان التقليدية للصحافة المكتوبة في تقسيم محتوياتها، وباستثناء الركن المحلي الذي حل بنسبة متوسطة فقد توافرت الأركان التقليدية بنسب عالية في مجمل المواقع الإلكترونية المدروسة.
- إن غياب الركن المحلي على بعض المواقع الإلكترونية يرتبط بطبيعة الطبعة إن كانت دولية أو محلية (الشرق الأوسط يغيب في طبعتها الخبر المحلي)، أو الخط الافتتاحي وطبيعة الجمهور المستهدف (إيلاف صحيفة إلكترونية خالصة تتوجه إلى عموم العرب)، أو الارتباطات السياسية للصحيفة (صحيفة الوطن وطبيعة النمط السلطوي الذي ينفي وجود المشاكل في المنظومة الإعلامية والسياسية).
- أظهرت بعض المواقع محاولة توظيف على مستوى ما يتيح النشر الإلكتروني من إمكانيات التوسع في النشر، وذلك بتخصيص أبواب أسبوعية (الأهرام) ولكن بصفة نادرة جدا.
- أظهرت الدراسة أن معظم المواقع (باستثناء صحف الخبر، الشروق أونلاين، السبيل) استحدثت أركانها جديدة.
- نسبة مرتفعة نسبيا من المواقع الإلكترونية الصحفية العربية تظهر إخراجا سيئا لأركانها ما يخلق نوعا من عدم الراحة للمستخدم ويجعل الغنى الإعلامي غير ذي معنى (مثل المؤتمر نت)، فيما أظهرت نسبة معتبرة توزيعا جيدا للأركان على الرغم من كثافة المحتويات (الراية، صحيفة الشرق، المستقبل، الشروق، الخبر، الشرق الأوسط).
- تتواجد المضامين الثقافية على مستوى جميع المواقع الإلكترونية المدروسة.
- حتى وإن لم تخصص بعض المواقع الإلكترونية أركانها خاصة بالمضامين الثقافية، فإن هذه المضامين تظل حاضرة ولكن تحت تصنيفات ومسميات أخرى (الراية حيث شكلت أكثر الصحف لجهة احتواءها على مضامين ثقافية ومع ذلك ليس بها ركنا خاصا بالمضامين الثقافية).

- أظهرت المواقع الإلكترونية من خلال بناء وتوزيع أركانها مفهوما للثقافة يرى الثقافة والدين شيئا منفصلان، مع أن الدين وفق نظرية الحتمية القيمية هو مصدر القيم التي يجب أن ينطبع ويندغم بها الفعل الثقافي حتى يوصف بالثقافة.
- إن النتيجة السابقة تحيلنا إلى ملاحظة أهم وهي تبني مفهوم النسبية الثقافية من قبل القائمين على تحرير المضامين الصحفية على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة وهو مفهوم غربي يتعارض ومفهوم الثقافة الذي تقدمه نظرية الحتمية القيمية.
- إن المواقع الإلكترونية للصحف العربية بصفة عامة تظهر اهتماما كبيرا بالمضامين الثقافية حيث تحظى بنسبة اهتمام عالية تتفوق على المضامين الأخرى.
- تتفاوت المواقع الإلكترونية في درجة الاهتمام ففيما استأثرت أربعة مواقع بأغلبية المضامين الثقافية طوال فترة الدراسة (الرابعة، إيلاف، الشروق أونلاين، الشرق الأوسط)، سجلت بعض المواقع حضورا محتشما لهذه المضامين (سودانيل والمؤتمر نت).
- تظفي المضامين الثقافية الخاصة بالمنطقة العربية على المضامين الثقافية المنشورة على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة خلال فترة الدراسة.
- تستخدم المواقع الإلكترونية قوالب التحرير الخبرية في نقلها لمضامين الثقافة العربية بشكل طاعي، فيما تقل الأنواع المتعلقة بالرأي والتي يرتبط حضورها بالمقالات الفكرية والإسهامات الثقافية للنخب.
- يظهر على جميع المواقع الإلكترونية الشعار المرسوم Logo للصحيفة، فيما يغيب الشعار المكتوب عن نسبة معتبرة من المواقع الإلكترونية وهو ما يعكس عدم إدراك لأهمية التأثيرات الرمزية والإدراكية لهذا العنصر على المستخدم.
- ترتفع نسبة تغطية العناصر المتعلقة بالإبداع العربي حيث يتجاوز حضور هذا النوع من المضامين نسبة النصف وهو يرتبط بصفة كبيرة بالفنون السعمية البصرية.
- يعكس حجم حضور هذه المضامين واقع الفعل الثقافي الذي يكاد يختزل الثقافة في هذا النوع من الفنون، كما يعكس سياقاً عاماً يميل إلى صناعة الثقافة واختلاطها بمفاهيم الترفيه وطغيان ثقافة الصورة.
- تتواجد المواضيع المتعلقة بالتنشئة الاجتماعية بنسبة متواضعة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية، وحتى هذه النسبة ترتبط أشد الارتباط بالملاحق الخاصة بالأسرة ولولا توفر هذا النوع من الخدمات لكانت النسبة أضعف.
- تحظى المضامين المتعلقة بالدين الإسلامي بنسبة اهتمام ضعيفة وهي نسبة تعكس بالفعل حالة الانفصال الحضاري والهوياتي عن أهم المرجعيات الثقافية على الإطلاق، والحال أنه ليس من المفروض أن تتحول هذه المواقع إلى صحف دينية متخصصة ولكن المطلوب منها أن تعكس أهم مصادر التمايز الحضاري والخصوصية الثقافية للمنطقة العربية.

- تهتم المواقع الإلكترونية للصحف العربية بنسبة ضعيفة جدا بفئات التراث الحضاري على الرغم من الغنى الكبير للمنطقة العربية على هذا المستوى، وهو ما يعكس عجز العرب ونخبهم الإعلامية على تسويق هذا البعد من الثقافة العربية.
- يكاد أن ينعدم الاهتمام بالقضايا المتعلقة باللغة العربية على مستوى المواقع الإلكترونية وهو ما يؤكد النقطة التي أشرنا إليها على مستوى واقع اللغة العربية وتحديات العولمة، والمتعلقة بعدم إدراك النخب العربية لطبيعة التحديات على هذا المستوى.
- فيما يتصل بالدين الإسلامي فقد اهتمت المواقع الإلكترونية بموضوع الإسلام وواقع الأحداث وهو ما يعكس طابع رد الفعل وليس الفعل على هذا المستوى، والأمر ذاته ينطبق على الإسلام والأديان الأخرى، والإسلام وظاهرة العولمة والإسلام والعولمة التي حلت وفق الترتيب السابق يليها موضوع الإسلام والإرهاب، طالما أن مفاعيل العولمة ليست في المنطقة العربية والنهضة التكنولوجية لا تساهم فيها المنطقة العربية بشيء، كما أن المواضيع المتعلقة بالإرهاب تأتي كرد فعل على اتهام الإسلام بالإرهاب وهذا ما يؤكد الطابع المناسباتي في التطرق للمواضيع المتعلقة بالدين الإسلامي على قلتها أصلا.
- أظهرت الدراسة بالنسبة لحضور الأبعاد المتعلقة بالقيمة على مستوى المضامين الثقافية المنشورة على المواقع الإلكترونية، أن أكثر الأبعاد حضورا كان البعد التواصلية، الجمالي، الاجتماعي، التربوي، والمكاني بنسب متقاربة يأتي بعد ذلك البعد الإنساني والسياسي بنسب ضعيفة، فيما حل أخيرا البعد النفسي والزمني والاقتصادي بنسبة ضعيفة جدا.
- ارتبط البعد التواصلية بمواضيع الإسلام والعولمة، الإسلام والإرهاب و مع عناصر فئتي التراث العربي والإبداع العربي.
- ارتبط وجود البعد الاجتماعي بالمواضيع الخاصة بفئة التنشئة الاجتماعية الإعلامية.
- ارتبط البعد التربوي بمواضيع التنشئة ومواضيع الإبداع العربي التي تهدف إلى ترسيخ وتعليم قيم بعينها.
- ارتبط البعد المكاني من القيم بالتظاهرات الثقافية والمضامين التي تعلي من قيم الوطنية والانتماء وكذلك مواضيع التراث العربي.
- ارتبط البعد الجمالي بمواضيع الشعر والأدب والتراث العربي وجمالياته واللغة العربية وقواعدها.
- ارتبط البعد الإنساني بمواضيع الدين الإسلامي خاصة في بعدها المتعلق بالعولمة، الإرهاب و الأديان الأخرى، إضافة إلى المواضيع التي تعبر عن النزعة الإنسانية للتراث العربي الإسلامي.
- ارتبط البعد السياسي بالتأصيل الشرعي لبعض المفاهيم كالديمقراطية في علاقتها مع الشورى.



- ارتبط البعد الاقتصادي ببعض المفاهيم الاقتصادية ذات الأصل الشرعي كالصكوك الإسلامية والصيرفة الإسلامية.
- تظهر الدراسة الكمية حضورا معتبرا للقيم الغربية على مستوى مضامين المواقع الإلكترونية وهو ما يؤكد فرضية تبني المواقع الإلكترونية مفهوما للثقافة يبتعد عن ذلك الذي تتبناه نظرية الحتمية القيمية.
- إن هذه الفرضية تتأكد أكثر فأكثر إذا ما أخذنا القواسم المشتركة من القيم، بين ما تطرحه نظرية الحتمية القيمية من قيم وتلك الموجودة على مستوى الأنساق الثقافية الغربية.
- تتقارب المواقف من ظاهرة العولمة بين خطاب التتابع والتكيف وهو تقارب يعكس أزمة الهوية ومشروع المجتمع في المنطقة العربية برمتها.
- فيما يتعلق بفئة الإبداع العربي، كانت الفنون التمثيلية هي التي ارتبطت معها القيم الأخرى (الغربية) التي أشرنا إليها سابقا.
- إن طبيعة المشهد الثقافي في الوطن العربي يفسر حضور هذه المضامين بكثافة عالية إذ يسري المنطق التجاري القائم على أعطي الجمهور ما يريد على هذه المنتجات وهو ما يتناقض مع نظرية الحتمية القيمية.
- تقدم تجربة العمل الصحفي على مستوى المنطقة العربية أيضا تفسيرات للمعطيات آنفة الذكر ذلك أن العرب لم يستوردوا تقنيات الصحافة فقط ولكنهم نقلوا معها تقاليد وقيم هذه الصناعة.
- تلتصق القيم الغربية أيضا مع التظاهرات الثقافية التي ترتبط بالفنون التمثيلية ومع الموسيقى أيضا حيث حلا ثانيا وثالثا تواليا من حيث الترتيب.
- يكشف احتلال الشعر والأدب نسبا ضعيفة طبيعة التشوهات والاختلال التي مست الحقل الثقافي لحساب منتجات الترفيه السمعية البصرية على حساب المضامين الثقافية الأدبية رفيعة المستوى، على الرغم من أن الشعر يعد أحد المعالم المميزة للشخصية الثقافية العربية.
- تتبنى المواقع الإلكترونية للصحف العربية مفهوما للفن ينقسم مناصفة بين مفهوم غربي يرى الفن غاية في ذاته، وآخر يتطابق مع مفهوم الحتمية القيمية للفن كوسيلة و نسق فرعي للثقافة.
- يقع الفعل الثقافي العربي الذي تغطيه المواقع الإلكترونية للصحف العربية ضمن دائرة الفعل، إلا أن هذا الخطاب يبقى موجها للذات في عمومها، وإذا أضفنا إليه العنصر المتعلق بغياب الترجمة فإنه يمكن وببساطة شديدة أن نصف هذه المواقع بالانعزالية التوقع.
- اهتمت المواقع الإلكترونية للصحف العربية ضمن فئات التراث العربي بمواضيع التاريخ العربي الإسلامي والعادات والتقاليد العربية أولا، تليها مواضيع الآثار العربية والفكر العربي ثانيا، فيما جاء العمران العربي بنسبة تكاد تنعدم.

- على مستوى المواضيع المتعلقة بالتنشئة الاجتماعية، حلت المواضيع المتعلقة بالأسرة هي الأولى (بسبب الملاحق التي تضم غالباً شؤون الأسرة) تليها القيم الأخلاقية، المرأة والشباب.
- الملاحظة المهمة هي المكانة الهامشية جداً التي أخذتها مواضيع اللغة العربية على مستوى الحجم الإجمالي للمضامين المتعلقة بالثقافة العربية، وكذلك على مستوى عناصر المواضيع المكونة لهذه الفئة، حيث تطرقت العينة لموضوع اللغة العربية وتحديات العصر أولاً يليه بنسبة تكاد تنعدم موضوع قواعد اللغة العربية واللغة العربية وعولمة اللغة الإنجليزية، فيما لم يتم التطرق لموضوع اللغة العربية وتكنولوجيا الاتصال.

التحقق من فرضيات الدراسة.

### الفرضية الأولى:

تتميز المواقع الإلكترونية للصحف العربية بأنها امتداد لتجربة النشر الورقي بسبب انفصالها عن أهم المبتكرات التي تتيحها الانترنت والتطبيقات الحديثة على مستوى المواقع الإلكترونية.

أثبتت الدراسة صحة هذه الفرضية من خلال الإحصائيات التي أوردناها، إذ أن الأخذ بالمستحدثات في الجوانب المختلفة التي تميز النشر الإلكتروني الصحافي في شبكة الانترنت متأخر جدا في المواقع الإلكترونية للصحف العربية، وعلى الرغم من التجربة النسبية لهذه المواقع فهي تتميز ببطء التطور والعجز عن استيعاب مفاهيم الميديا الجديدة، ما جعلها صحافة الحد الأدنى بامتياز، إن هذه المواقع تستخدم الحد الأدنى من أدوات النشر الذي يعتمد على النص كوسيلة أساسية لتوصيل الأخبار وغيره من الأشكال الصحافية، وبالتالي فهي ما زالت قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيات ومميزات النشر الإلكتروني. إضافة إلى ذلك ضعف مستويات التفاعلية واقتصارها على الحد الأدنى منها، وعدم الاستفادة من الإمكانيات التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط المتعددة وافتقارها للجوى الاقتصادية وانفصالها عن واقع إعلامي يتغير باستمرار، يعكسه افتقار مواقعها لمنصات التدوين وعدم وعي بمفاهيم الاندماج بين الوسائط ومفاهيم الإحالة المتبادلة.

### الفرضية الثانية:

تتميز المواقع الإلكترونية للصحف العربية بعدم مجازاة التطورات الجارية في هذا النوع من الصحافة لذلك فهي تتسم بالانغلاق و التوقع الشيء الذي حال دون تقديمها شيئا يذكر للثقافة العربية.

مثما أشرنا في مقدمة الدراسة وإشكالياتها فإن المواقع الإلكترونية للصحف العربية تمثل جزءا من أدوات الاتصال الثقافي في زمن العولمة بسبب انطباعها بخصائص الإعلام الجديد واندغامها ضمن منظوماته، لذلك فإن هذه المواقع مدعوة للتمثل الجيد لطبيعة الرهانات والتحديات الثقافية التي تفرضها ظاهرة العولمة، ذلك أن العولمة المتواصلة لجميع أوجه النشاط الإنساني وإضفاء طابع الكونية على الاتصال ووسائطه والانفتاح الجغرافي والزمني لهذه الوسائل، جعل منها وسائل تقاوض ثقافي عابرة للحدود زادت معه وتيرة الاحتكاك والقرب بين الثقافات وفي الوقت الذي تعاني فيه الثقافة العربية من الأحكام المسبقة والتصورات النمطية، فإن هذه المواقع مدعوة لبناء رسائل إعلامية ثقافية توظف جيدا القوى الناعمة والرموز لتغيير هذه النظرة من جهة، وتحقيق مناعة ثقافية ضد تيار العولمة الجارف من جهة أخرى، إن هذا الدور لن يتحقق طالما أن هذه المواقع تتميز بغياب الابتكار في مجال التطبيقات التكنولوجية وصناعة المحتويات، وبسبب العناصر السابقة والمتغيرات التي أثبتتها الفرضية الأولى خاصة النقطة المتعلقة بالترجمة، فلا يمكن أن نصف هذه المواقع إلا بالانعزالية والانغلاق.

### الفرضية الثالثة:

تروج المواقع الإلكترونية للصحف العربية لنسق ثقافي يتماهى في كثير من جوانبه مع الثقافة الغربية وتعكس من خلال مضامينها أزمة الهوية العربية.

إن هذه الفرضية يؤكدها مفهوم الفن المتداول على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية الذي يميل أكثر إلى المفهوم الغربي، إضافة إلى تماهي المواقع الإلكترونية المدروسة مع الواقع الثقافي العربي الذي يئن تحت وطأة التأثيرات الثقافية الغربية، ويعاني من تشوهات على مستوى علاقته مع المرجعيات الحضارية والروحية للمنطقة العربية، إن هذا المعطى يتأكد أكثر مع الجرعات الثقافية الكثيفة لمضامين الفنون التمثيلية على مستوى المواقع الإلكترونية العربية كما تعكس المواقف من العولمة غموض مشروع المجتمع في علاقته مع المتغيرات الخارجية لدى النخب الإعلامية والثقافية العربية.

### الفرضية الرابعة:

لا تعكس الصحف الإلكترونية مفهوم الحتمية القيمية للثقافة بل تجعل من القيم جزءاً من المشهد الثقافي وليست مرجعاً له.

تقوم نظرية الحتمية القيمية على نظرة شمولية للثقافة تنطبع بشمولية الدين الإسلامي، وتجعل من هذه الأخيرة ظاهرة دينية أساسها القيم التي مصدرها الدين إن هذا المفهوم يغيب على مستوى المواقع الإلكترونية، إن توزيع المضامين الثقافية وتبويبها يعبر عن هذه الظاهرة حتى في مجموع الصحف التي تتميز بأنها محافظة، كما أن التحليل الكمي للمضامين الثقافية العربية وسياقاتها اللغوية يكشف عن تبنيها لخطاب يجعل من كل نسق فرعي ثقافي منفصل عن غيره وله قوانينه التي تحكمه وليست أنشطة فرعية لنسق كلياني تحكمه القيم مثلما ترى نظرية الحتمية القيمية.

## التوصيات.

حاولت الدراسة قدر الإمكان أن تسلط الضوء على واقع الثقافة العربية وصورتها من خلال المواقع الإلكترونية المدروسة، وذلك بالتركيز على الجوانب الشكلية لهذه المواقع الإلكترونية من جهة ومن جهة أخرى قياس مدى ارتباط المضامين الثقافية بالبعد الحضاري والمرجعيات الفكرية من خلال ما طرحه نظرية الحتمية القيمية من مفاهيم تربط الثقافة بقيم الدين الإسلامي، إن نتائج الدراسة تكشف عن الوضع الهش للمواقع الإلكترونية وكذلك الانفصال وأزمة الهوية التي تعرفها النخب العربية لجهة الاستجابة لتحديات العولمة وبناءا على هذه النتائج تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات:

- ضرورة وضع إستراتيجية لتطوير المواقع الإلكترونية من قبل القائمين على هذه المواقع تتجاوز مفهوم الحد الأدنى وتستوعب متطلبات النشر الإلكتروني ومقتضياته.
- العمل على تحسين خدمات الترجمة على مستوى هذه المواقع الإلكترونية لتكسير طابع العزلة والانغلاق الذي تتسم به هذه المواقع، طالما أن هذه المواقع تشكل نوافذ تطل منها الثقافة العربية على العالم وعلى فسيفسائه الثقافية.
- العمل على زيادة مجالات التفاعلية التي تضمن جذب المستخدم ما يضمن ارتباطه بهذه المواقع وتوفير فرص إضافية للتحسين الثقافي.
- ضرورة إضفاء الطابع الاقتصادي على تسيير هذه المواقع لاستيعاب ظاهرة هجرة الإعلانات من النسخ الورقية ووسائل الإعلام التقليدية إلى الانترنت.
- العمل على ترجمة مفاهيم الإحالة المتبادلة والاندماج على مستوى بناء المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
- الاهتمام بتطوير المواقع الإلكترونية تصميميا ومضمونا، وذلك لن يتأتى إلا بالاستيعاب الجيد لمفهوم الوسائط المتعددة والتعرف على الإمكانيات التي يتيحها هذا العنصر في ظل عولمة الإعلام المتواصلة.
- العمل على استيعاب التطبيقات الصحفية والإعلامية الجديدة كالمدونات وصحافة الجمهور وتطوير منصات الصحف الإلكترونية لاستيعاب هذه التطورات.
- ضرورة التوسع في التدريب الخاص بالصحفيين والمشرفين على إدارة المواقع الإلكترونية العربية، وتحديث معلوماتهم على مستوى تقنيات التحرير الإلكتروني وإنتاج رسائل إعلامية توظف الوسائط المتعددة بشكل كثيف.
- الاهتمام بالبحوث الرامية إلى تسليط الضوء على واقع المواقع الإعلامية الإلكترونية والسبل الكفيلة لتطويرها والبحث عن تصميمات ورسائل تعكس خصوصية الحضارة العربية الإسلامية وتقردها.

- ضرورة إرساء إستراتيجية ثقافية إعلامية عربية على مستوى المواقع الإلكترونية، تتميز هذه الإستراتيجية بأنها دائمة وتنتقل بالفعل الثقافي العربي من رد الفعل الى الفعل.
- ضرورة بناء رسائل إعلامية اتصالية تعكس الغنى الثقافي على مستوى المنطقة العربية ولا تتحاز إلى منتج ثقافي على حساب الآخر تماشياً ومنطق السوق.
- ضرورة الربط المتواصل بين المضامين الثقافية والمرجعيات الحضارية للمنطقة العربية ما يضمن عنصر التحصين الثقافي.
- العمل على إدماج القطاع الخاص قدر المستطاع على مستوى إستراتيجيات التطوير والإنتاج الثقافي من قبل صناع القرار والقائمين على الشأن الثقافي والربط الدائم لهذا الإنتاج مع الخلفيات الثقافية والحضارية للمنطقة العربية.

## الخاتمة

تتغير بيئة الإعلام بسرعة شديدة ، وهي على الرغم من أنها لا تزال في بدايات هذا التغيير إلا أن التغييرات الحاصلة يمكن وصفها بأنها جذرية، إن السمة البارزة لهذا التحول هو انتقال الإعلام والاتصال برمته من وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية الى الانترنت التي تشكل البيئة الجديدة للاتصال و هذا التحول ليس تحول على مستوى الوسيط فحسب بل هو تحول مس مجمل مستويات العملية الاتصالية والإعلامية ومراحلها. على مستوى اتجاهات العملية الاتصالية بات الجمهور صحفيا وأصبح مصدرا للمعلومة والخبر كما شهدت فضاءات التواصل المجموعاتي توسعا كبيرا تترجمه شبكات التواصل الاجتماعية كما ان الجمهور أصبح متشظيا بفعل التجزئة التي تمارسها الانترنت وتطبيقاتها الاتصالية على مستوى الخيارات الفردية الخاصة بالتعرض وكذلك على مستوى الرسائل التي أصبحت متخصصة الى ابعد الحدود؛ بالموازاة مع ذلك يزداد الطابع الشخصي بوتيرة متسارعة في عملية الاتصال والإعلام بسبب توافر آليات التفاعلية وتطبيقاتها المختلفة مع ظهور الإعلام الجديد، وبالمثل تتحول ظاهرة الوسائط المتعددة الى ظاهرة عادية وحاضرة في أوعية الإعلام المختلفة بسبب الطفرة التقنية أما بالنسبة لمراحل صناعة الصحافة فقد انتهت الفواصل التقليدية بين اندلاع الخبر وتغطيته وعملية التشبع الإخباري كما تتم رقمنة مجمل مراحل العمل الإعلامي، إن الانفتاح الذي شهدته أقدية الاتصال مع ظهور البث الفضائي والمتمثل في تجاوز حواجز الجغرافيا وفروقات الزمن قد تعمق وأصبح أكثر تجليا مع الانترنت والويب 2.0 . أنتجت عملية الانفتاح والتطور هذه تأثيرات ثقافية لا يوازيها في عمقها إلا طبيعة التحولات التي يشهدها الحقل الإعلامي والاتصالي، تتمثل هذه التأثيرات الثقافية في زيادة الاحتكاك بين الثقافات وانتقال العناصر الثقافية على مستوى عالمي وهو المعنى الذي يشير اليه مفهوم العولمة الثقافية والإعلامية. إن عولمة الإعلام والثقافة يفرض على الثقافة العربية تحديات كبرى تتعلق بالحفاظ على مقوماتها وخصوصياتها الحضارية في ظل هجمة إعلامية وثقافية مدججة بأعتى التقنيات التي توفرها مخابر البحث والتطوير. تستقي الثقافة العربية خصوصيتها وقيمها من الدين الإسلامي وفي هذا الإطار تعد نظرية الحتمية القيمية من بين النظريات القليلة التي حاولت التنظير للثقافة العربية انطلاقا من المرجعية القيمية التي يعد الدين الإسلامي مرجعا لها، كما تعد مواقع الصحف الإلكترونية أحد أوجه الإعلام الجديد في عصر العولمة والتي يفترض فيها أن تعبر عن الثقافة العربية وانتماءاتها القيمية والحضارية، إن النتيجة التي يمكن الخروج بها في خاتمة الدراسة هو ضبابية الحدود بين بعض أبعاد القيم التي تطرحها نظرية الحتمية القيمية والقيم التي تطرحها الثقافات الأخرى، كما ان مفهوم النسبية الذي حاولت تلافيه النظرية في تأسيسها لمفهوم الثقافة يظل حاضرا على مستواها بدرجات معينة وهي نقطة تحتاج إلى التعمق والدراسة، أما النتيجة الثانية فتتعلق بواقع المواقع الإلكترونية التي تتميز بالتخلف والانعزالية وتدني الخدمات وعدم أخذها بالتطبيقات والمستحدثات على مستوى الصحف الإلكترونية و النتيجة الأهم تتمثل في تبني المواقع الإلكترونية للصحف العربية لمفهوم للثقافة يتماهى في كثير من جوانبه مع المفهوم الغربي.

کتابخانه جامع  
کتابخانه جامع



## قائمة المراجع.

### 1- المراجع باللغة العربية

#### 1.1- المصادر .

#### 1- القرعان الكريم.

#### 2.1- المراجع بالعربية.

#### 1.2.1- الكتب.

2. ابو شنب، جمال محمد، نظريات الإتصال والإعلام ( القاهرة : دار المعرفة الجامعية، 2008).
3. أمين، جلال، العولمة ( القاهرة: دار الشروق، 2007)، ص 50-54.
4. أوزي، أحمد، تحليل المضمون ومنهجية البحث، المغرب: الشركة المغربية للنشر، 1993.
5. إبراهيم حمادة، بسيوني، دراسات في الإعلام، القاهرة: عالم الكتب، 2008.
6. أحمد، علي، تأثير القنوات الفضائية الوافدة على القيم الاسرية، القاهرة: دار الكتاب، 2004.
7. بن مرسل، أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003.
8. بلقزيز، عبد الإله، النظام الإعلامي - السمعي - البصري الغربي والاختراق الثقافي : نحو إستراتيجية جديدة للدفاع الذاتي: إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 1997.
9. الجموسي، جوهر، المجتمع الافتراضي، تونس: نون برنت، 2007.
10. الهادي، خالد وعبد المجيد، قدي، المرشد المفيد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي، الجزائر: دار هومه، 1996 .
11. هلال المزاهرة، منال، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، عمان: دار المسيرة للنشر والطباعة والتوزيع، 2014.
12. ولد أباه، السيد، إتجاهات العولمة، ط1، مراكش: المركز الثقافي العربي، 2003.
13. زكي الجلال، ماجد، تعلم القيم وتعليمها، ط2، عمان: دار المسيرة، 2007.
14. لعقاب، محمد، مجتمع الإعلام والمعلومات، الجزائر: دار هومة، 2003.
15. ياغي، محمد، الحرب الناعمة: مقومات الهيمنة وإشكالية الممانعة، سلسلة الندوات الفكرية،
16. اليونسكو، التنوع الثقافي واللغوي في مجتمع المعلومات، باريس: منشورات منظمة اليونسكو حول مجتمع المعلومات، 2005.
17. كعباش، رابح، تأثير العولمة في القيم، سلسلة أعمال الملتقيات: العولمة والهوية الثقافية، دون مكان: مخبر علم الاجتماع والإتصال للبحث والترجمة، 2010.
18. منير حمزة، غسان و الطراح، علي أحمد، الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، الكويت: دار النهضة العربية، 2002.
19. مصطفى، صادق عباس، الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008.
20. محمد ابو الحمام، عزام، الإعلام الثقافي، الأردن : دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
21. مجموعة من الكتاب، نظرية الثقافة، ترجمة: علي سيد، الكويت : سلسلة عالم المعرفة، عدد 223، يوليو، 1997.
22. مصدق، حسن، النظرية النقدية التواصلية، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 2005.
23. محمد حسين، سمير، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، الطبعة الثانية، القاهرة: عالم الكتب، 1995.
24. ،-، تحليل المضمون، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب، 1983.
25. محمد الدليمي، عبد الرزاق، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، عمان : دار وائل للنشر والتوزيع، 2010.

26. ميخائيل معوض، خليل، علم النفس العام، القاهرة: مركز الإسكندرية للكتاب، 2001.
27. مهنا، فريال، علوم الإعلام والاتصال والمجتمعات الرقمية، دمشق: دار الفكر المعاصر، 2002.
28. السويدي، محمد، علم الاجتماع الثقافي، تونس: الدار التونسية للنشر، 1991 .
29. سالم، صلاح، عن العولمة : التاريخ والبنية والمستقبل، القاهرة : المكتبة الاكاديمية، 2005.
30. سييلا، محمد، الحداثة وما بعد الحداثة، الدار البيضاء: دار توبقال للنشر، 2007.
31. ---، زمن العولمة : فيماوراء دوائر الوهم، الدار البيضاء: دار توبقال للنشر، 2006.
32. عوجة علي، العلاقات العامة والصور الذهنية، القاهرة، عالم الكتب، 1983.
33. العياضي، نصر الدين، وسائل الاتصال الجماهيري : آراء ورؤى، الجزائر: الدار الفضية، 1897.
34. عبد السلام، زهران حامد، علم النفس الإجتماعي القاهرة: عالم الكتب، دون تاريخ، ص 124.
35. عبد الهادي محمد فتحي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2007.
36. عبد الحميد، محمد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب، 1993.
37. -----، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، دون تاريخ.
38. -----، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، القاهرة: عالم الكتب، 2007.
39. عباس، نعمان، العولمة الثقافية الغربية، سلسلة أعمال الملتقيات، دون مكان: مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، دون تاريخ.
40. عماد، عبد الغني، سوسيولوجيا الثقافة، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، دون تاريخ.
41. علي نصير وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، ط1، قسنطينة : منشورات مكتبة إقرا، 2009.
42. علوي، إسماعيل حافظ، وآخرون، اللسان العربي وإشكالية التلقي، ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية .
43. العلوي، رشيد، الفضاء العمومي من هايرماس الى نانسي فريزر، الرباط: مؤسسة دراسات وأبحاث، دون تاريخ.
44. عبد ربه، صابر، موقف الصفوة من النظام العالمي الجديد، الإسكندرية: دار الوفاء، 2001.
45. عبد الله، عثمان عبد الله، إيديولوجيا العولمة : من عولمة السوق الى تسويق العولمة، ليبيا : دار الكتاب المتحدة، 2003.
46. علي، نبيل، الثقافة العربية وتكنولوجيا المعلومات : رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، 2001.
47. عبد الرحمان، عواطف وعبد المجيد، ليلي سالم، نادية، تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية، القاهرة: دار العربي، 1983.
48. عبد القادر، حاتم، محمد العولمة مالها وما عليها، القاهرة : الهيئة المصرية، 2005.
49. علي خريسان، باسم، العولمة والتحدي الثقافي، بيروت: دار الفكر العربي، 2001.
50. عابد الجابري، محمد، المسألة الثقافية، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 1994.
51. ----- المسألة الثقافية في الوكن العربي منذ الخمسينيات، مجلة العربي، عدد 364، ديسمبر 2007.
52. عبد الرحمن، عزي، التكنولوجيا الحديثة للاتصال، الجزائر: مركز الطباعة لجامعة الجزائر، 1992.
53. -----، دعوة الى فهم علم الاجتماع الإعلامي، ط1، تونس: الدار المتوسطية للنشر، 2010.
54. -----، دراسة في نظرية الإتصال : نحو فكر إعلامي متميز، ط1، بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، دون تاريخ.
55. -----، الإعلام وتفكيك البنيات القيمة في المنطقة العربية : قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، تونس: الدار المتوسطية للنشر، دون تاريخ.

56. عبد الجبار الحديثي، مؤيد، العولمة والامن القومي العربي، ط1، عمان: الأهلية للنشر والتوزيع، 2004.
57. عبد الجبار، حسين، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، ط1، الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009 .
58. علي الحوات، محمد، العرب والعولمة: شجون الحاضر وغموض المستقبل، القاهرة: مكتبة مدبولي، 2002 .
59. رشتي أحمد، جيهان، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط2، القاهرة: دار الفكر العربي، 1987.
60. رشاد زكي، وليد، نظرية الشبكات الاجتماعية من الإيدولوجية الى الميتودولوجيا، القاهرة: المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2012 .
61. شلبي، محمد، المنهجية في التحليل السياسي، الجزائر: دون ناشر، 1997.
62. شقرة، علي خليل، الإعلام الجديد : شبكات التواصل الإجتماعي، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
63. خضور، أديب، الإعلام والأزمات، ط1 الجزائر: دار الأيتام، 1999 .
- 1.2.2- الكتب المترجمة.**
64. باساغانا، مبادئ في علم النفس الإجتماعي، ترجمة: بوعبدالله غلام الله، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، دون تاريخ.
65. بودون، ر و بوريكو، ف، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1986.
66. باركر، كريس، التلفزيون والعولمة والهوية الثقافية، ترجمة: علاء أحمد صلاح، القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006.
67. هنتغتون، صموئيل، صدام الحضارات وإعادة بناء النظام العالمي، ترجمة: طلعت الشايب، القاهرة: مكتبة الإسكندرية، 1999.
68. -----، صدام الحضارات وإعادة بناء النظام العلمي، ترجمة: مالك عيد ابو شهيو، مصراته الدار الجماهيرية للنشر، 1999.
69. كليشي، فرانك، ثورة الأنفوميديا، ترجمة حسام الدين زكريا، سلسلة عالم المعرفة العدد 253، الكويت: المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، 2000.
70. لويس، كارولين ديانا، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري العدوي، ط1، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1993.
71. نيغروبونتي، نيكولاس، التكنولوجيا الرقمية، ترجمة سمير إبراهيم شاهين، ط1، القاهرة: مكتبة الإسكندرية، 1989.
72. فاسور، فريديريك، وسائل الإعلام في المستقبل، ترجمة خليل أحمد، بيروت: منشورات عويدات، 1996.
73. قارني، جان بيير، عولمة الثقافة، ت رجمة: عبد الجليل الأزدي، الجزائر: دار القصبه للنشر، 2002.
74. روكيتش، ساندر بول و ديفلر، ملفين، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993.
75. توملينسون، جون، العولمة الثقافية : تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، ترجمة: إيهاب عبد الرحيم محمد، الكويت: المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، 2008 .
76. توفلر، الفن، تحول السلطة بين العنف والثروة والمعرفة، ترجمة: فتحي بن شتوان ونبيل عثمان، طرابلس: مكتبة طرابلس 1996.
77. غريبن، جون، تاريخ العلم 1543-2001، ترجمة شوقي جلال، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والادب والفنون، 2012.
- 1.2.3- الندوات والمؤتمرات.**
78. أحمد ، جاب الله، الصورة في سيمولوجيا التواصل، الملتقى الوطني الرابع: السيميائ والنص الأدبي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 28-29 نوفمبر 2006.

79. الزين، عبد الله الحيدري، الإعلام الجديد والنظام والفضي، أعمال مؤتمر الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم متغير، البحرين : جامعة البحرين، 7-9 ابريل 2009.
80. محمد نصر، حسني، المدونات الإلكترونية ودورها في دعم مجتمع المعلومات في العالم العربي أعمال مؤتمر مجتمع المعرفة: التحديات الاجتماعية والثقافية واللغوية في العالم العربي..الحاضر والمستقبل، مسقط: جامعة السلطان قابوس، 2-4 ديسمبر 2008.
81. -----، المدونات الإلكترونية ودعم التعددية في الوطن العربي، الحلقة الدراسية الإقليمية للإعلاميين : من أجل عالم مستقل ومتعدد، مسقط : جامعة السلطان قابوس 12-14 فيفري 2007.
82. مصطفى صادق، عباس، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم متغير، البحرين : جامعة البحرين، 7-19 أبريل 2009.
83. النجار، حسن رضا، تكنولوجيا الإتصال: المفهوم والتطور، أعمال مؤتمر الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم متغير، البحرين: جامعة البحرين : 7-9 ابريل 2009، ص 507.
84. رشيد إبرير، الصورة في الخطاب الإعلامي، الملتقى الدولي الخامس: السيمياء والنص الأدبي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 15-17 نوفمبر 2008.
85. رايح الصادق، المدونات والوسائط الإعلامية : بحث في حدود الوصل والفصل، أعمال المؤتمر الدولي : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين: 7-9 أبريل 2009.
- 4.2.1- مقالات الدوريات.**
86. ابو زيد، احمد، المعرفة وصناعة المستقبل، مجلة العربي، عدد8، ماي 2010.
87. بوسعدة، عمر، تصنيع الصورة التلفزيونية ودوره في التأثير على المشاهد، مجلة فكر ومجتمع، العدد 13، جويلية 2012.
88. بن سلطان، عمار، العولمة ومستقبل العلاقات الدولية، مجلة فكر ومجتمع، العدد 5-6، أكتوبر 2010.
89. جريس، حنا، الهيرتكست : عصر الكتابة الإلكترونية مستقبل الثورة الرقمية، العربي عدد 55، 25 يناير 2004.
90. جميل الراوي، بشرى، دور مواقع التواصل الاجتماعي، الباحث الإعلامي، العدد2012، 18.
91. زيدن الحبورى، إرادة، مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، الباحث الإعلامي، العدد 9-10، 2010.
92. حمزة هواري، مواقع التواصل الاجتماعي و إشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنساني والاجتماعية، جامعة ورقلة، العدد 20 (سبتمبر 2015)، ص 227.
93. الحمامي، الصادق، الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الإتصال والانفصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد33.
94. يخلف، فايزة، الصورة التلفزيونية الأبعاد والدلالات، مجلة فكر ومجتمع، العدد 12، أبريل 2012.
95. ملي، أسعد، التداعيات الاقتصادية لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية العربية، مجلة جامعة جامعة دمشق، المجلد26، العدد3+4 2010.
96. مصباح السعداوي، نزيهة، سوسيولوجية المجتمع الافتراضي: نحو مقاربة المفهوم، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، عدد8، المسيلة، جانفي 2015.
97. مساعدة، وليد أحمد و عبدالله الشريفين، عماد، العولمة الثقافية رؤية تربوية إسلامية، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 18، العدد الأول، يناير 2010.

98. مشري، مشري، شبكات التواصل الإجتماعية الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي عدد395، يناير 2012.
99. عبد الرحمان، عزى، الإعلام والبعد الثقافي : من القبلي الى المرئي، المجلة الجزائرية للإتصال، العدد 13، جانفي - جوان، 1996.
100. -----، "الثقافة وحتمية الإتصال" المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية(العدد الثاني شتاء 2002-2003)، ص250.
101. علم الدين، محمود، ثورة المعلومات ووسائل الإتصال، مجلة السياسة الدولية، العدد 123، جانفي 1996.
102. علي حمود، طارق، التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول، مجلة الباحث الإعلامي، العدد2013، 19.
103. علي، نبيل، أهمية اللغة العربية، رؤية معلوماتية، مجلة العربي، عدد2005، 955.
104. -، الأنترنت : حديث النعم والنقم، العربي، العدد496، مارس2000.
105. عبد القادر، فهم شيباني، فلسفة الأشكال الرمزية، مجلة فيلادلفيا الثقافية، مجلد5 عدد 5، سبتمبر 2009.
106. قيدوم، حسبية، الأبعاد النفسية والإجتماعية للعالم الافتراضي، المجلة العربية للعلوم والمعلومات، العدد7، دون تاريخ.
107. رضوان، بوقرة، الترفه بين الإعلام الكلاسيكي والواقع الافتراضي، مجلة فكر ومجتمع، عدد20، أبريل2014.
108. رابح، الصادق، إستراتيجيات الطرق السيارة للمعلومات في الدول المصنعة، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية العدد02، 2012-2013.
109. -----، إعلام المواطن : بحث في المقاريات، المجلة الجزائرية للإعلام والإتصال، عدد6، 2010.
110. غالي، بطرس، هدف الفرائكوفونية الدفاع عن التعددية اللغوية، مجلة السياسة الدولية، عدد113، 1989.
- 5.2.1 - المذكرات والدراسات الأكاديمية.**
111. بوضياف، سهيلة، المدونات الإلكترونية في الجزائر، جامعة باتنة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، 2010.
112. مهدي، زعموم، برامج الاطفال في التلفزيون الجزائري، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، (غير منشورة)، 2001.
113. رضوان، بوقرة، بنية الاخبار في القنوات الفضائية العربية، جامعة الجزائر، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، 2006.
114. عبد الرزاق، غزال، التواجد الإلكتروني باللغة العربية على شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة (غير منشورة)، 2010.
- 6.2.1 - الوبوغرافية العربية.**
115. أحمد محسن، حلمي محمود، توظيف النص الفائق في تحرير العمود الصحفي في الصحف العربية والأجنبية على الأنترنت، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2014/11/10، متاح على الموقع :
116. [ http:// arts.minia.edu.eg/ arabic/ about us/ scientific journal/ about us / 2010 70 ]
117. إبراهيم، فؤاد، ثقافة الصورة... التحديات والاستجابة، مؤتمر ثقافة الصورة، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 24- 26 أبريل 2007، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2011/05/10)، متاح على الموقع: [www.iraqcenter.net].
118. الامين موسى، محمد، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2013/12/30)، متاح على العنوان [http://www.iugaza.edu.ps] .
119. بن مراد، إبراهيم، المعاجم العربية المختصة ودور الحاسوب، مجلة اللغة العربية، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2015/10/15)، متوفر على الموقع : [http://www.majma.org.ja].

120. **بن هلال، محمد، الإعلام الجديد ورهانات تطور الممارسة السياسية،** [على الخط]، تاريخ الزيارة (2013/03/10)، متاح على الموقع: [http://www.cerss-ma.org].
121. **بوطقطوقة، مبروك، الأنثروبولوجيا الثقافية،** [على الخط]، تاريخ الزيارة: 2014/11/10 متاح على الموقع: [http://www.aranthorpos.com].
114. **بعزيز، إبراهيم، الإستخدام المفرط لوسائل الإتصال الحديثة من طرف الافراد: الآثار والانعكاسات،** بحث مقدم في الملتقى الوطني الاول: تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الافراد والمجتمعات، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010، [على الخط] تاريخ الزيارة (2014/ 12/10)، متاح على العنوان [http://www.brahimresearch.fr].
115. **بن زروق، جمال و بوضياف، سهيلة، الإعلام الجديد والفضاء العمومي الافتراضي العربي،** ورقة مقدمة للملتقى الدولي العلمي: شبكات التواصل الاجتماعي وتغير البيئة الإعلامية في العالم العربي، تونس 18/16 أكتوبر 2014 [على الخط]، تاريخ الزيارة (2014/12/10)، متاح على الموقع: [http://www.researchgate.com].
- الدوري، صفاء عبد الكريم، العولمة والإسلام،** [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2015/10/15)، متاح على الموقع: [http://www.alukha.net/culture]
116. **حسن العوض، سيف الدين، العولمة الإعلامية وصناعة التغيير في العالم،** [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/12/10، متاح على الموقع : [http://alddawa.org]
117. **الحمامي، الصادق، الميديا الجديدة والمجال العمومي،** [على الخط]، تاريخ الزيارة : (2015/05/15)، متاح على الموقع: [http://asbu.net/asbutext/pdf/2011-03-015pdf ]
118. -----، **الصحافة الإلكترونية سياقات الابتكار والتجديد،** بحث مقدم في اليوم المفتوح حول الصحافة الإلكترونية في تونس، معهد الصحافة وعلوم، جامعة منوبة، تونس، 15 جوان 2012، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2013/12/30)، متاح على العنوان: [http://www.cybervues.blogspot.com].
119. -----، **المدونات عالمهن المنكشف : المدونات النسائية العربية،** [على الخط]، تاريخ الزيارة (2014/10/20) متاح على الموقع [http://www.mediafire.com ?jjtavzncanzroov]
120. **اليونسكو، توصية اليونسكو بشأن تعزيز التعدد اللغوي واستخدامه وتعميم الإنتفاع بالمجال السبيري،** [على الخط] : تاريخ الزيارة (2015/08/15)، متاح على [http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271160m.pdf=page=72].
121. **ميثاق حماية التراث الرقمي،** [على الخط]: : تاريخ الزيارة: (2015/08/15)، متاح على الموقع <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271160m.lapdf=page>
122. **نهار، حازم، العرب والعولمة،** [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/12/10 متاح على الموقع : [http://www.ahewar.org]
123. **نسيرة، هاني، اللغة العربية مشاكل عديدة،** [على الخط]، تاريخ الزيارة 2014/12/11، متاح على الموقع: [http://www.studies.alarabya.net]
124. **اليحيوي، يحيى، تكنولوجيا الإعلام والإتصال ومفهوم الدولة** [على الخط]، تاريخ الزيارة (2005/06/07)، متاح على الموقع: [http://www.elyahyaoui.org/iichtiraki14-10-96.html]
125. -----، **تكنولوجيا الصفوة** [على الخط]، تاريخ الزيارة (2005/06/07)، متاح على الموقع: [http://www.elyahyaoui.org/iichtiraki14-10-96.html]

127. -----، عن الأساطير المحددة لخطاب مجتمع الإعلام [على الخط]، تاريخ الزيارة (2005/06/07)، متاح على الموقع: [http://www.elyahyaoui.org/myth.html].
128. -----، الثورة الإعلامية والمعلوماتية المعاصرة، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2005/06/07)، متاح على الموقع: [http://www.elyahyaoui.org/ars-phil.html].
129. -----، لوطن العربي وتكنولوجيا الإتصال، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2005/06/07)، متاح على الموقع: [http://www.elyahyaoui.org/araya.html].
130. -----، الإتصال والطرق السيارة في مجال الإعلام، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2005/06/07)، متاح على الموقع: [http://www.elyahyaoui.org/benaissi95.html].
131. -----المطبعي، حميد، ثقافة النخبة أم ثقافة الجماهير، جريدة الزمان، يومية عراقية، عدد 1521 جوان 2003، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2007/10/21، متاح على الموقع : [http://www.azzaman.com]
132. مركز التكنولوجيا العربي، مبتكر النص الافتراضي التشعبي نيد نيلسون، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2014/10/12، متاح على الموقع : [http://technocenter4ar.blogspot.com].
133. مركز نماء للبحوث والدراسات، المرصد الإحصائي للمحتوى العربي، [على الخط]، متوفر على الموقع: [http://www.arabdigitalcontent.com/section.php?id=122.].
134. -----، قراءة في المرصد العربي للمحتوى العربي، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2015/10/15)، متاح على الموقع: [http://www.nmaacenter.com/activities/aspx?id=237].
135. مصطفى صادق، عباس، الإعلام الجديد : دراسة في مفاهيمه النظرية وخصائصه العامة، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2013/08/20) متاح على الموقع: [http://www.jadeedmedia.com/21-55-22-27-html]
136. -----، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الأنترنت، مؤتمر صحافة الإنترنت : الواقع والتحديات، كلية الإتصال، جامعة الشارقة 22- 23 نوفمبر 2005، [على الخط]، تاريخ الزيارة (2013/12/30)، متاح على العنوان [http://www.iugaza.edu.ps/jadalou/files/2012/03] .
137. سفر، علي، تيم بيرنزلي : مؤسس الواب الذي جعل العالم قرية صغيرة، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2014/11/27)، متاح على الموقع: [http://www.Alarab.co.uk].
138. سروري، حبيب عبد الرب، اللغة العربية في مهب العولمة : مشروع إنهاض، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2015/02/20)، متاح على الموقع: [http://www.adengnedi.net/news/78498].
139. عاهدة الشريدة، ختام بنت، مفهوم الأتمتة [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2016/03/14، متاح على الموقع: [http://rs.ksu.edu.sa/126053html]
140. علي، نبيل، الأنترنت ونقل المعرفة في الوطن العربي، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2006/01/07)، متوفر على الموقع: http://www.jehat.com/ar/aljehaakh\_hamesa/nabeel-ali.html.
141. -----، موقع العرب ومكانتهم في عصر ثقافة المعلومات، بلا حدود: لقاء تلفزيوني على قناة الجزيرة: 2001/03/28، تاريخ الزيارة : (2006/10/05)، متاح على الموقع: [http://www.algazeera.net].

142. العلوي، رشيد، الفضاء العمومي من هابرماس الى نانسي فريزر، [على الخط]، تاريخ الزيارة: 2015/05/51 متاح على الموقع:
143. www.hurriyatsudan.com
144. العوفي، علي بن سيف، الفجوة الرقمية اللغوية، مجلة دراسات المعلومات، عدد8، ماي 2010، [على الخط]، تاريخ الزيارة [ http://www.information.sndnties.net/images/pdf/88/pdf.] (2014/12/10)، متاح على الموقع:
145. العمار محمد، العولمة والهوية، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2016/3/6، متاح على الموقع : 146. . [http://www.Maaber.com]
147. عبد الرحمان، عواطف، الإعلام العربي وقضايا العولمة، [على الخط]، تاريخ التحميل: (2014/01/15)، متاح على الموقع: [ www/hatobarabia.com ]
148. عواجي صلوي، عبد الحافظ، نظريات التأثير الإعلامية، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/05/12، متاح على الموقع : 149. [ ialliis. Birzeit.edu/ user. Files/ media- impact- theories- ( arabic ) pdf]
150. صحنية، أحمد، تحول السلطة بين العنف و الثروة، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2015/08/20)، متوفر على : [ http://www.ahewar.org/debat/shan.art.asp]
151. رسول، محمد، من صدام الحضارات الى صراع الحضارات، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/06/16، متاح على الموقع: [ http://bohothe.blogspot.com]
152. الخويلدي، زهير، كيف يتحقق العيش المشترك في ظل التصادم بين الحضارات، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2015/06/16، متاح على الموقع: [ http://www.ahwar.org].
- 7.2.1-التقارير والمواثيق.**
153. الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار: 10 best practice for social media helpful guidelines for news organizations [en ligne], visited : 10/10/2014, : http://osne.org/files/pdf/10 best .practices- for social – media- pdf.
154. اليونسكو، إعلان المبادئ، القمة العالمية لمجتمع المعلومات، [على الخط]، تاريخ الزيارة : 2014/11/10، متاح على الموقع: [http://www.un.org/ Arabic/ conferences/ index.html]
155. الميثاق الأخلاقي للإتحاد العالمي للصحفيين، [على الخط]، متاح على الموقع: [http://www.ifj.org/en/pages/about-ifj]
156. مشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، [على الخط]، تاريخ الزيارة: (2014/10/15)، متاح على الموقع : [http://www.tech-wd.com/wd/2012/12/22arab ict-use-report-2012/]
157. ميثاق ميونخ متاح، [على الخط]، متاح على الموقع : [ international- déclaratiohttp://www.réjionline.org/MAS-codes-]
158. عالم التقنية، تقرير إحصائيات العالم العربي على الإنترنت، [على الخط]، تاريخ الزيارة: 2015/10/10، متاح على الموقع: http://www.tech-wd.com/wd/2014/06/06/report-and-statistics-about-arab-world-on-internet-in- [2014]
159. تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، [على الخط]، تاريخ الزيارة(2015/12/10)، متاح على الموقع: [http://www.arabsmis ae/reports/ASMISAarabic report.pdfn.]



### 1.3.1 Livres

160. dreink K, broken ridge 2.0 : **new media new tools new audiences**, new jersey: ft press, 2008.
161. 129 - F, REBILLARD , **l'information journalisme sur l'internet : entre diffusion mass médiatique et circulation réticulaire de l'actualité , document numérique et société**, paris : actes colloque doc soc 06, paris : ADB éditions, sans date.
162. Hanney Pierre- L'eenard, **cyberespace et communitique**, Québec : le presse de l'université laval 1995.
163. MAFFESOLI, michèl, le **temps des tribu : le déclin l'indivusualisme dans les scociété de mass**, paris : merdien klincksiek, 1988.
164. melissa LUDTKE, let's talk; journalism **and social media**, Colombia: bob giles, 2009.
165. mark BRIGGS , **journalisme 2.0 : how to survive and thrive a digital literacy guid for the information age**, Maryland; knight fondation, 2005 .
166. peter dahlgreen, **communication citizenship : journalism and the public spher to new the new media age** london : routeldge , 1991.
167. Toffler, alvin, Toffler, Heidi, **war and war**, boston: ma little brown, 1993.
168. WARNIER, jean – pière, **le mondialisation de la culture**, alger : qasbah : 1999.

### 1.3.2- ARTICLES

169. ali SALMAN et faridah IBRAHIM et mohd yousf HAJ ABDULLAH et others, **the impact of new media on traditional mainstream mass media**, the innovation journal, vol16 n°3, 2011
170. Daoud DJAFAL , **la révolution 2.0 des facebookiens dans l'espace arabe**,  
- مجلة علوم الإنسان والمجتمع، عدد 2، جوان 2012.
171. featherstone mike, **global culture : nationalisme, globalization, and modernity : a theory**, cultur and society, special issue , london : sage publications, without date.
172. h. reinicke, wolf gang, **global policy**, forieng affairs, vol76, n°06 nov- dec 1997.
173. Kablan ANDREAS M, HANLEN Michael, **utilisation et potentiel commercial des hyperréalistes : une analyse qualitative de second life**, revue française du marketing, n222, sans date.
174. B, Massy and m, levey, **intractivity on line journalism, and English language web newspapers in asis**, journalism and mass communication , quarterly vol6 n°1 (spring 1999).
175. Ronald E RICE , **artifacts and paradoxes in new media : new media and society**, vol11 n°1, 1999.
176. xigen Lee, **web page dsing affects news retrival efficiency** , newspaper research journal, vol 23, n°01 (winter 2002).

### 1.3.3- THEES ET ETUDES

177. Fayes, Alshehri, **electronic newspapers on the intrnet: a study of the production and consumption of arab** dailies on the world wide web, doctorat dissertation, university of Sheffield, uk ( unpublished), 2002.
178. Philipe TORLOTING, **enjeux et perspectives des réseaux sociaux**, institue supérieur du commerce de paris, 2006.
179. Thoma s, GUIGNARD, **le sénégal, les sénégalais et internet**, doctorat science de l'information et de la communication, thèse doctorat (non publier), université charl de GAULLE lille3, (non publier), sans date.

### 1.3.4- RAPORTS.

180. parpak, jonthan, **global communication and cultural identity, challenges and opportunities**, report global communication asia , 1989, p 2-4.

181. Laurent COLLÉ, **sécurité et vie privé sur les réseaux sociaux**, université Luxembourg, Luxembourg ;sans date, 2009.

182. united states institute of peace, **new media after the arab spring**, [on line] ,visited : (22/10/2014) available on : [http://www.usip.org].

### **1.3.5- Webographie**

183. **abott, Daisy web2.0**, [en ligne], consulté (20/10/2014), disponible sur le site : [http://www.era.lib.ed.ac.uk].

184. BIONDEAU olivier, **becom the media : du post – media au médascape, intervention au colloque : intrnet ,culture and society french and american perspectives, les 18-19-20 november 2004 à l’université d’austin**, [en ligne], visited : (10/05/2011) , disponible sur le site : [http://frescape.eu.org/biblio/articl.php ?].

185. bougnoux daniel, **médias et démocratie : la fonction des média dans la démocratie, information , médias et internet** , n°338, [ en ligne], consulté : 10/12/2014, disponible sur le site : [ http://www.ladocumentation française.fr].

187. fabrice PIROLI et raphaelle ECRETIN-PIROLI, **web social et multimédia : propriétés d’une relation symbiotique**, [en ligne], date de visite (20/10/2014), disponible sur le site : [http://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2001-page6.html] -elen goss, gunn holly and swinkels leon , **advantage of learning in hypertext environment**, [on line], visited : 12/10/2014, available on : [ http://www.Acosswane.ca/hgunn/special/papers/hypertext/advantage].

188. habermas, jugen, **l’espace public : 30 ans après**, [ en ligne], consulté : 10/10/2014, disponible sur le site [ http://www.persee.fr].

189. landaw, george, **hypertext2.0**, [on line], visited : 10/ 11/ 2014, available on : [ http://www.Altx.Com/hyperx/georgelandaw.html].

190. Muril, SIGNOURET, **les media face au défi de l’info2.0 stratégies magazine**, ne 1431, 26 octobre, [en ligne], consulté : (21/04/2009), disponible sur le site [ http://strategies.fr/article/42521w/les-média-face-au-défi-de-l-info-2-hm].

191. Nice, NEWMAN , **the rise of social media its impact on mainstream journalism**, [on line], visited : (22/09/2014): [http://reuters.institute.politics.ox.ac.uk/publication/rise-social.html].

192. jean, GENESE et michèl , WAtRD, **dispersion et réinvention permanente du journalisme, intervention, lors des journée d’études : regards croisé sur les enjeux contemporains du journalisme**, 24 mars, 2009, [en ligne], consulté : (10/10/2014), disponible sur le site : http://www.sur-le-journalisme.com/regards-croises/1<sup>er</sup>-juin-2007.-reporting-from-the-internet [online] visited : (October 2010), [http://handbook.reuters.com/index.php/reporting-from-the-internet#social-media-guidelines].

193. WALTON, dominique, **espace public**, [en ligne], date de visite (15/04/2015), disponible sur le site : [http://www.wotlon.cnns.fr].

### **1.3.6- Sites web**

194. http://www.neiman.harvard.edu/reports/03-3nr.fall/v57n3.pdf.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
مَنْ عَمِلْ سَئِئْرًا فَلْيَرْجُ  
عَذَابَ اللَّهِ الْكَبِيرِ

الملحق رقم 01 : إستمارة التحكيم.

### 1 - تحليل التعريفات الإجرائية:

هذا دليل موضوعي اعد في إطار التحضير لرسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان : صورة الثقافة العربية على الانترنت: دراسة وصفية تحليلية للمواقع الثقافية العربية الإلكترونية. معتمدا في ذلك على أسلوب تحليل المحتوى كأداة لتحليل العينة المعنية بالدراسة وهي المواقع الإلكترونية للصحف العربية ، وتحتوى الصفحات الآتية على الفئات وعناصرها وكذا تعريفاتها الإجرائية، وقد تم الاعتماد في ذلك على وحدة التكرار و النسب المئوية كأسلوب للعد .

فالرجاء منكم:

- قراءة الوثيقة التي بين أيديكم جيدا والإلمام بما تشمل عليه من عناصر ونقاط تفصيلية.
- قراءة شاملة وجيدة لدليل التعريفات الإجرائية.
- قراءة جيدة للوثيقة محل الدراسة على ضوء عناصر هذا الدليل، مع وضع علامة (x) أمام التعريفات التي ترون أنها مطابقة للمفهوم الذي ورد في عينة العدد محل الدراسة.
- إذا رأيتم أن أي تعريف لأي عنصر من عناصر دليل التعريفات الإجرائية لا يطابق المفهوم الوارد في النشرة ، فالرجاء منكم وضع علامة (0) أمام هذا التعريف.
- إذا وجدتم أن هناك إضافات ضرورية لهذا التعريفات، الرجاء منكم كتابتها في المكان المناسب أو في ورقة منفصلة لو استلزم الأمر ذلك.

تقبلوا منا جزيل الشكر.

بوقرة رضوان.

## التعريفات الإجرائية:

أ. **فئات الشكل:** هي فئات تهتم بالأنماط والقوالب الشكلية التي قدمت من خلالها المادة الإعلامية، وهي الفئات التي تحيب على سؤال: كيف قيل؟ وقد اعتمدنا في دراستنا الفئات التالية:

أ.1. **فئة الخدمات:** تتمثل في مجموعة الخدمات التي توفرها المواقع الإلكترونية للصحف العربية، وتضم العناصر التالية:

أ.1.1. الملاحق: مضمون صحفي لا يندرج ضمن الأركان الأساسية، يقدم كخدمة، يهتم بمواضيع متنوعة.

أ.1.2. المتعلقات: مؤسسات ومنشورات إعلامية تخص مؤسسات قريبة من الموقع الإلكتروني لجهة الملكية أو الخط الافتتاحي.

أ.1.3. خدمة الأرشفة: إمكانية الاطلاع على الأعداد والمقالات السابقة.

أ.1.4. خدمة الطباعة: إمكانية طباعة المضمون الصحفي الإلكتروني.

أ.1.5. إحصائيات الموقع: إحصائيات يقدمها الموقع حول مضامينه وتتضمن:

- الأكثر قراءة.

- الأكثر تعليق.

- الأكثر طباعة.

أ.1.6. خدمات أخرى: وتضم مجموعة من الخدمات الفرعية، وهي:

أ.1.6.1. مستخلصات الموقع: معلومات معينة حول موضوع معين يرسلها الموقع الإلكتروني إلى المستخدم، دون أن يضطر المستخدم لزيارة الموقع.

أ.1.6.2. البث الحي: بث متلفز مباشر على الموقع الإلكتروني.

أ.1.6.3. الترجمة: وجود نسخة مترجمة على مستوى الموقع أو إمكانية الترجمة الآلية.

أ.1.6.4. التحديث والتحيين: المزامنة في نشر الخبر ووجود آخر تحديث للمحتوى وتماشي التحديث وطبيعة الموقع الإلكتروني.

أ.2. **فئة الوسائط المتعددة:** دمج اثنين أو أكثر من الوسائط المقدمة في شكل رقمي ودمجها لتقديمها في واجهة واحدة، وتضم العناصر التالية:

أ.2.1. الرسوم المتحركة والفيديو والصوت: بمعنى كيفية ومدى استخدام المواقع الإلكترونية لهذه المواقع.

أ.2.2. استخدام الصورة في الصفحات الرئيسية للمواقع الإلكترونية المدروسة.

أ.2.3. امتداد الصفحة الرئيسية: علو الصفحة الرئيسية قياسا بارتفاع الشاشة.

أ.3. **التفاعلية في المواقع الإلكترونية:** وتضم العناصر التالية:

أ.3.1.3. منتديات النقاش: فضاءات لتبادل الرأي بين المستخدمين والقائمين بالاتصال على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة.

أ.3.2.3. استطلاعات الرأي: سبر الآراء تقوم به الصحيفة، ويتضمن عنصرين:

أ.1.2.3. سبر آراء حول موضوع معين.

أ.2.2.3. سبر آراء حول موقع الصحيفة.

أ.3.3. الحوار المباشر: حوار مباشر يتم إجراءه في الزمن الحقيقي توفره المواقع الإلكترونية الصحفية.

أ.4.3. توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات للتفاعلية: وجود صفحات لهذه الصحف على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

أ.5.3. تبني الصحف العربية لمفهوم صحافة المواطن: إمكانية إسهام المستخدمين في تزويد المواقع الإلكترونية بالمضامين الإعلامية.

أ.4. فئة الإبحار: وتضم العناصر الآتية:

أ.1.4.1.4. منالية الموقع: أشكال إتاحة وتوفر المضمون الصحفي على مستوى الموقع الإلكتروني، ويضم العناصر الآتية:

أ.1.1.4.1.4. اكتشاف موقع الصحيفة وتواجهه ضمن أدلة البحث.

أ.2.1.4.1.4. بساطة عنوان الموقع ووضوحه وسهولة تذكره.

أ.3.1.4.1.4. شهرة وتشعبية الموقع.

أ.4.1.4.1.4. سرعة الدخول إلى موقع الصحيفة وقصر زمن استعراض المحتويات.

أ.5.1.4.1.4. وجود أكثر من شكل للموقع.

أ.6.1.4.1.4. توفر أكثر من نسخة لغوية على مستوى الموقع الإلكتروني.

أ.2.4.1.4. الأدوات المساعدة على الإبحار: وتتمثل في:

أ.1.2.4.1.4. خريطة الموقع.

أ.2.2.4.1.4. قائمة المحتويات.

أ.3.4.1.4. البرمجيات المساعدة على الإبحار: تتمثل في PDF- ADOBE- PPT- WORD.

أ.4.4.1.4. الروابط النصية التشعبية: مضامين لها علاقة بالمحتوى قد تكون داخلية خاصة بالموقع، أو خارجية.

أ.5. فئة البحث في المواقع الإلكترونية: مدى توفر محركات البحث على مستوى المواقع الإلكترونية العربية:

أ.1.5.1.4.1.5. مواقع لديها محركات بحث داخلي.

أ.2.5.1.4.1.5. مواقع لديها محركات بحث خارجي.

أ.3.5.1.4.1.5. مواقع لديها محركات بحث داخلي وخارجي.

أ.4.5.1.4.1.5. مواقع ليس لها محركات بحث.

أ.6- فئة المسؤولية الفكرية: وجود مصدر المضمون الصحفي على مستوى المواقع الإلكترونية وتضم عنصرين:

أ.1.6 وجود مصدر المضمون الصحفي وإمكانية الاتصال به.

أ.2.6 وجود المسؤول عن تصميم الموقع الإلكتروني وإمكانية الاتصال به.

أ.7 فئة الأنواع الصحفية: تضم هذه الفئة الأنواع الصحفية المستخدمة في تغطية المضامين الصحفية وتضم:

أ.7.1 خبر.

أ.7.2 مقال.

أ.7.3 تقرير.

أ.7.4 تحقيق.

أ.7.5 بورتريه.

أ.7.6 مقابلة.

أ.7.7 روبرتاج.

أ.7.8 تعليق.

ب- فئات المحتوى: وهي الفئات التي تجيب على سؤال ماذا قيل؟ أي تحليل المضمون المستتر للمادة الإعلامية، وقد اعتمدنا في دراستنا فئات المحتوى الآتية:

ب.1 فئة الأركان: وتضم العناصر التالية:

ب.1.1 كاريكاتير.

ب.1.2 شؤون دولية: مضامين لها علاقة بالأخبار الدولية (سياسية، عسكرية، أمنية، دبلوماسية).

ب.1.3 شؤون اجتماعية: مضامين ذات طابع اجتماعي.

ب.1.4 شؤون اقتصادية: مضامين ذات طابع اقتصادي.

ب.1.5 إسلاميات: مضامين ترتبط بالدين الإسلامي.

ب.1.6 شؤون سياسية: أخبار سياسية وطنية.

ب.1.7 شؤون متنوعة: الطرائف، المجتمعات، السياحة، السيارات.

ب.1.8 صحة: أخبار لها علاقة بصحة الإنسان.

ب.1.9 علوم وتكنولوجيا: أخبار الاكتشافات والتقنية.

ب.1.10 رياضة: أخبار الرياضة أينما كانت.

ب.1.11 شؤون محلية: أخبار محلية للدولة موطن الصحيفة.

ب.2 فئة الاهتمام بالمضامين الثقافية العربية وتضم العنصرين الآتيين:

- ب.2.1 المادة الثقافية الإجمالية على مستوى الصحف العربية.
- ب.2.2 حجم المحتوى الثقافي الخاص بالمنطقة العربية.
- ب.3 فئة تجسيد منظور الحتمية القيمة انطلاقاً من الأركان على مستوى المواقع الإلكترونية وتضم عنصرين هما:
- ب.1.3 مواقع تجسد من خلال أركانها مفهوم الحتمية القيمة.
- ب.2.3 مواقع لا تجسد من خلال أركانها مفهوم الحتمية القيمة.
- ب.4 فئة مراكز الاهتمام: مراكز الاهتمام الثقافي على مستوى المواقع الإلكترونية وتضم العناصر التالية:
- ب.1.4 الدين الإسلامي.
- ب.2.4 اللغة العربية.
- ب.3.4 التراث العربي.
- ب.4.4 التنشئة الاجتماعية.
- ب.5.4 الإبداع العربي.
- ب.5 فئة الدين الإسلامي: وتضم العناصر التالية:
- ب.1.5 الإسلام والعولمة: وتضم المواضيع التي تبحث في علاقة الإسلام والعولمة وطبيعة التحديات الدينية التي تطرحها هذه الأخيرة.
- ب.2.5 الإسلام وتكنولوجيا الاتصال: الإشكاليات المعاصرة التي تفرضها تكنولوجيا الاتصال على الدين الإسلامي.
- ب.3.5 الإسلام والأديان الأخرى: مواضيع تخص علاقة الإسلام بالأديان الأخرى على مستوى الواقع، وعلى مستوى كيفية تنظيم الإسلام لهذه العلاقة.
- ب.4.5 الإسلام وواقع الأحداث: الأحداث السياسية والطائفية ومنهجية التغيير الاجتماعي، إضافة إلى الأحداث العالمية.
- ب.5.5 الإسلام والإرهاب: موقف الإسلام من الإرهاب ونظرة الغرب للإسلام وعلاقته بهذه الظاهرة.
- ب.6.5 الإسلام والدعوة: الأنشطة الدعوية، والمضامين الإعلامية التي تشرح الدين الإسلامي.
- ب.7.5 أخرى: الفتوى والخدمات الدينية.
- ب.6 فئة القيم: تضم العناصر والتصنيفات التي تضمنها مقياس (ع. س. ن) للقيم وهي:
- ب.1.6 البعد الإيماني: ويضم: الإيمان بالله، أداء العبادات، العمل الصالح، الإخلاص في العمل، التقفه في الدين.
- ب.2.6 البعد التواصلية: حسن التواصل مع الآخر، إتباع أسلوب الحوار مع الآخر، ممارسة الإقناع بدل التسلط على الآخر، توظيف فن التفاوض والحلول الوسطى، الجدل بالتي هي أحسن، التبسم للآخر.



- ب.6.3 البعد الزمني: احترام الوقت، أداء العبادات في وقتها، أداء العمل في وقته، إعادة الدين.
- ب.6.4 البعد المكاني: العناية بالمكان الداخلي، العناية بالفضاء العام، حب المكان، الوعي بأهمية المكان.
- ب.6.5 البعد اللساني: استخدام الكلمات الايجابية، حفظ اللسان، ستر الآخرين.
- ب.6.6 البعد النفسي: الرضا، ضبط النفس، الرجاء، الصدق، الأمانة، الحلم، ترشيد الاستهلاك، الوقار، الاعتدال، الصبر، القناعة، تقدير الذات، الاستقامة، الحياء، الاحتشام، الكرم، الوفاء، التواضع، الحلم، الزهد، الثقة بالنفس، كتم السر.
- ب.6.7 البعد الاجتماعي: حسن الجوار، التعاون، الصداقة، العمل التطوعي، مساعدة المحتاج، محبة الناس، التكافل الاجتماعي، احترام الآخرين، الإيثار، النصيحة، توقيير الكبير، الرفق بالصغير، بر الوالدين، احترام المرأة، التسامح، حسن الظن بالآخرين، صلة الرحم، حسن الجوار، التراحم، الصداقة، رعاية الأبناء.
- ب.6.8 البعد الاقتصادي: حب العمل، الإلتقان، الاستثمار الحلال، الكسب الحلال، الاعتدال في الإنفاق، الادخار، الإنفاق في سبيل الله، القناعة، احترام ملكية الآخرين.
- ب.6.9 البعد التربوي: حب العلم، طلب العلم، تقدير العلماء، الأمانة العلمية.
- ب.6.10 العدل، الشورى، الحرية، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر.

## ب.7 طبيعة الموقف من العولمة: وتضم ثلاثة عناصر:

- ب.7.1 التطابق: تمثله تيارات الحداثة العلمانية وما تحمله من قيم تعبر عن نفسها من خلال المضامين الإعلامية.
- ب.7.2 التكيف: خطاب يعبر عن نفسه من خلال المضامين الثقافية مؤداه الحفاظ على الأصول والتكيف مع مقتضيات العولمة.
- ب.7.3 الرفض: خطاب يدعو إلى التقوقع والعودة إلى الأصول ورفض الانفتاح على الآخر.
- ب.8 فئة الإبداع الثقافي: وتضم العناصر الآتية:
- ب.8.1 الأدب: المنتج الأدبي العربي والكتاب والمقالات النقدية الخاصة بهم.
- ب.8.2 الشعر: يضم هذا العنصر الأعمال الشعرية المقدمة على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة، وما يرتبط بها من مقالات نقدية.
- ب.8.3 الفنون التمثيلية: تتمثل في الدراما والكوميديا، والأعمال السينمائية المسرحية والتلفزيونية، وأخبار الفنانين والمقالات النقدية المرتبطة بهذه الأعمال.
- ب.8.4 الموسيقى: يضم هذا العنصر القصص الصحفية التي تتناول الأعمال الموسيقية والغنائية.
- ب.8.5 إبداعات متنوعة: وتضم أنشطة إبداعية كالنحت والرسم والرقص.
- ب.8.6 التظاهرات الثقافية: وتضم مختلف المناسبات الثقافية على مستوى الوطن العربي.

- ب.9 فئة مفهوم الفن: وتضم العناصر الآتية:
- ب.9.1 الفن كغاية: مفهوم غربي للفن، يعبر عن نفسه على مستوى المضامين المدروسة يرى الفن فنا لذاته ومنفصلا عن كل غاية.
- ب.9.2 الفن كوسيلة: مفهوم يقوم على ربط الفن بغايات أسمى، ويرتبط بالقيمة ويتوقف عند حدود معينة.
- ب.10 فئة طبيعة الفعل الثقافي: وتضم العناصر الآتية:
- ب.10.1 الفعل: بمعنى أن الأنشطة الثقافية المبنوثة عبر المواقع الإلكترونية التي لا تكون كرد فعل على أحداث معينة.
- ب.10.2 رد الفعل: أنشطة ثقافية يتم تداولها على مستوى المواقع الإلكترونية، تنشأ كرد فعل على أحداث معينة.
- ب.11 طبيعة الخطاب الثقافي: وتضم العناصر الآتية:
- ب.11.1 خطاب موجه للذات: بمعنى أنشطة ثقافية موجهة للذات العربية.
- ب.11.2 خطاب موجه للآخر: أنشطة ثقافية تخاطب الآخر (الغرب).
- ب.12 فئة التراث العربي: وتضم العناصر الآتية:
- ب.12.1 التاريخ العربي الإسلامي: التاريخ الذي ارتبطت فيه العروبة بالإسلام.
- ب.12.2 فئة العادات والتقاليد: الموروث الشعبي والفلكلور العربي.
- ب.12.3 الفكر العربي: المضامين ذات الطابع الفكري الراقي الذي يتناول القضايا الفكرية الكبرى.
- ب.12.4 الآثار العربية: الآثار التاريخية بمختلف حقبها بالمنطقة العربية.
- ب.12.5 العمران العربي: مواضيع تتناول فن العمارة الإسلامية.
- ب.13 فئة التنشئة الاجتماعية: وتضم العناصر الآتية:
- ب.13.1 القيم: كمواضيع.
- ب.13.2 الشباب: تتناول المواضيع التي تحاول ربط الشباب بأبعاده الحضارية ومرجعياته القيمية.
- ب.13.3 المرأة: تتعلق بالمواضيع الخاصة بالمرأة.
- ب.14 الأسرة: المواضيع المتعلقة بالأسرة بما فيها التعليم والتربية والعلاقات الزوجية والأسرية عامة.
- ب.14 فئة اللغة العربية: وتضم العناصر الآتية:
- ب.14.1 عولمة اللغة الإنجليزية واللغة العربية: مواضيع تتناول هيمنة اللغة الإنجليزية التقنية والعلمية وأثر ذلك على اللغة العربية.

- ب.14.2 اللغة العربية وتكنولوجيا الاتصال: علاقة اللغة العربية بتكنولوجيا الاتصال، ومختلف التطبيقات كثيفة اللغة في علاقتها مع اللغة العربية.
- ب.14.3 اللغة العربية وتحديات العصر: المواضيع التي تتناول التحديات المتعلقة بظاهرة الانقراض اللغوي وأزمة المصطلح والمجامع اللغوية.

## 2 - إستمارة تحليل المضمون.

1	إسم الموقع	
2	3	4
تاريخ النشر		

فئات التحليل	
الفئة	عناصر الفئة
الخدمات	الملاحق/ المتعلقات/ الأرشيف الطباعة/ إحصائيات الموقع/ خدمات أخرى ( مستخلصات الموقع/ البث الحي/ الترجمة / التحديث والتحيين)
الوسائط المتعددة	الرسوم المتحركة و الفيديو والصوت / استخدام الصورة / امتداد الصفحة الرئيسية.
التفاعلية	منتديات النقاش/ إستطلاعات الرأي/ الحوار المباشر/ توظيف مواقع التواصل الإجتماعي كأدوات للتفاعلية/ تبني مفهوم صحافة المواطن.
الإبحار	مناحية الموقع / الأدوات المساعدة للإبحار/ البرمجيات المساعدة على الإبحار/ الروابط النصية التشعبية .
البحث	محرك بحث داخلي/ محرك بحث خارجي/ محرك بحث داخلي وخارجي/ لا يوجد محرك بحث.
المسؤولية الفكرية	وجود مصدر المضمون الصحفي وإمكانية الإتصال به/ وجود المسؤول عن تصميم الموقع وإمكانية الاتصال به.
الأنواع الصحفية	خبر/ مقال/ تقرير/ تحقيق/ بورترية/ مقابله/ روبرتاج/ تعليق.
الأركان	كاريكاتير/ شؤون دولية/ شؤون إجتماعية/ شؤون إقتصادية/ إسلاميات/ شؤون سياسية/ شؤون متنوعة/ صحة/ علوم و تكنولوجيا/ رياضة/ شؤون محلية.
الإهتمام بالمضامين الثقافية العربية	المادة الثقافية الإجمالية / المحتوى الثقافي العربي.
تجسيد منظور الحتمية القيمة	مواقع تجسد منظور الحتمية القيمة / مواقع لا تجسد المنظور القيمة

مراكز الاهتمام	الدين الإسلامي/ اللغة العربية/ التراث العربي/ التنشئة الإجتماعية/ الإبداع العربي.
الدين الإسلامي	الإسلام والعولمة/ الإسلام وتكنولوجيا الاتصال الإسلام والأديان الأخرى/ الإسلام وواقع الأحداث/ الإسلام والإرهاب الإسلام والدعوة/ أخرى
القيم	البعد الإيماني/ البعد التواصللي/ البعد الزمني/ البعد المكاني/ البعد اللساني/ البعد النفسي/ البعد الاجتماعي/ البعد الاقتصادي/ البعد التربوي/
الموقف من العولمة	التطابق/ التكيف/ الرفض.
الإبداع العربي	الأدب/ الشعر/ الفنون التمثيلية/ الموسيقى/ إبداعات متنوعة/ التظاهرات الثقافية.
مفهوم الفن	الفن كغاية/ الفن كوسيلة.
طبيعة الفعل الثقافي	الفعل/ رد الفعل
طبيعة الخطاب الثقافي	موجه للذات/ موجه للآخر.
التراث العربي	التاريخ العربي الإسلامي/ العادات والتقاليد/ الفكر العربي/ الآثار العربية/ العمران العربي/
التنشئة الثقافية	القيم/ الشباب/ المرأة/ الأسرة
اللغة العربية	عولمة اللغة الإنجليزية واللغة العربية/ اللغة العربية وتكنولوجيا الإتصال/ اللغة العربية وتحديات العصر.

الملاحظات:

دليل استمارة تحليل المضمون

ينقسم هذا الدليل إلى قسمين:

1- البيانات الخاصة بالوثيقة محل الدراسة.

- يشير المربع رقم (1) إلى طبعة الوثيقة المدروسة وهي مواقع إلكترونية لصحف عربية.

- تشير المربعات الثلاثة المرقمة من (2) إلى (4) إلى تاريخ صدور الوثيقة (اليوم، الشهر، السنة).

2- بيانات خاصة بفئات التحليل.

فناں ہر ماں  
ماں ہر سہا

ماں ہر ماں ہر ماں  
ماں ہر ماں ہر ماں

## فهرس المحتويات

	خطة الدراسة
08	مقدمة
	الباب الأول: بيئة الاتصال في ظل الإعلام الجديد.
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.
12	1.1. أساسيات الدراسة.
12	1.1.1. الإشكالية.
13	2.1.1. تساؤلات الدراسة.
14	3.1.1. فرضيات الدراسة
14	4.1.1. أهمية الدراسة.
15	5.1.1. أهداف الدراسة.
16	6.1.1. المدخل النظري للدراسة.
18	7.1.1. الدراسات السابقة.
21	2.1. الإجراءات المنهجية للدراسة.
21	1.2.1. منهج البحث.
22	2.2.1. أدوات الدراسة.
32	3.2.1. أسلوب العد والقياس.
33	4.2.1. أساليب المعالجة الإحصائية.
33	5.2.1. اختبارات الصدق والثبات.
35	3.1. مجال وحدود الدراسة .
35	1.3.1. الحدود الموضوعية.
36	2.3.1. الحدود النوعية.
36	3.3.1. الحدود المكانية.
36	4.3.1. الحدود الزمنية.
36	5.3.1. الحدود اللغوية.
36	4.1. مجتمع البحث وعينة الدراسة.

36	1.4.1. المجتمع الكلي للدراسة.
37	2.4.1. عينة الدراسة.
39	5.1. مفاهيم الدراسة.
	<b>الفصل الثاني: الإعلام الجديد ومقاربة المفهوم.</b>
42	تمهيد.
43	1.2. إشكالية الجديد في الإعلام.
48	2.2. مفهوم الإعلام الجديد.
65	3.2. تطبيقات الإعلام الجديد.
75	4.2. تأثير الإعلام الجديد على المهنة الصحفية.
85	خلاصة.
	<b>الفصل الثالث: تجربة الاتصال في فضاء الإعلام الجديد.</b>
87	تمهيد.
88	1.3. وسائل الإعلام الجديدة والفضاء العمومي.
96	2.3. الواقع الافتراضي.
103	3.3. من رأس المال الاجتماعي إلى رأس المال الاجتماعي الافتراضي.
106	4.3. النشر الإلكتروني.
112	خلاصة.
	<b>الباب الثاني: عولمة الثقافة والإعلام والثقافة العربية.</b>
	<b>الفصل الرابع: الصورة والثقافة في وسائل الإعلام</b>
115	تمهيد.
116	1.4. مفهوم الثقافة.
125	2.4. الثقافة والاتصال.
130	3.4. الصور الرمزية والنمطية والتأثيرات الثقافية.
142	خلاصة.
	<b>الفصل الخامس: ظاهرة العولمة وتقارب الثقافات.</b>
144	تمهيد.



145	1.5. مقارنة مفهوم العولمة.
153	2.5. تقارب الثقافات في زمن العولمة بين الحوار والصراع.
160	3.5. مبادرات الحوار بين الثقافات.
162	4.5. الآثار المترتبة عن عولمة الثقافة.
172	خلاصة.
	<b>الفصل السادس: الثقافة العربية ومستويات التأثير العولمي.</b>
174	تمهيد.
175	1.6. تكنولوجيا الاتصال و المحتوى الثقافي العربي على شبكة الإنترنت.
184	2.6. الهوية العربية والعولمة الإعلامية.
192	3.6. العولمة الإعلامية والاتصالية واللغة العربية.
201	4.6. العولمة وقيم الثقافة العربية.
210	خلاصة.
	<b>الباب الثالث: المواقع الإلكترونية للصحف العربية ومضامين الثقافة العربية.</b>
	<b>الفصل السابع: الخدمات والوسائط المتعددة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.</b>
213	تمهيد.
214	1.7. الخدمات على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
225	2.7. توظيف الوسائط المتعددة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
231	3.7. الصورة والخدمات على مستوى الصحف الإلكترونية العربية
232	خلاصة.
	<b>الفصل الثامن: التفاعلية والإبحار والبحث على مستوى المواقع الإلكترونية.</b>
234	تمهيد.
236	1.8. التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
241	2.8. الإبحار على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
248	3.8. البحث في مواقع الصحف الإلكترونية العربية.
250	4.8. صورة الثقافة وعنصر التفاعلية على مستوى الصحف الإلكترونية العربية
251	خلاصة.

	الفصل التاسع: الأركان والمسؤولية الفكرية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
253	تمهيد.
254	1.9 الأركان الصحفية على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
260	2.9. الأنواع الصحفية المستخدمة في تغطية الأخبار الثقافية.
262	3.9. المسؤولية الفكرية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية.
264	4.9. صورة الثقافة العربية والأركان الثقافية
265	خلاصة.
	الفصل العاشر: تمثل المواقع الإلكترونية للصحف العربية لمفهوم الثقافة العربية.
267	تمهيد.
268	1.10. الاهتمامات الثقافية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية.
269	2.10. الدين الإسلامي والقيم وسؤال الهوية.
274	3.10. الإبداع والتراث العربي وطبيعة الفعل الثقافي.
279	4.10. التنشئة الاجتماعية واللغة العربية.
281	5.10. الصورة ومفهوم الثقافة العربية
282	خلاصة.
283	نتائج الدراسة.
292	التحقق من فرضيات الدراسة .
294	التوصيات
296	الخاتمة .
298	قائمة المراجع.
309	الملاحق.
319	فهرس المحتويات

## قائمة الجداول.

رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
01	دليل الأبعاد القيمية.	18
02	عينة الدراسة.	38
03	مفردات التحليل وتاريخ صدورهما	39
04	المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة الملاحق.	215
05	المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة المتعلقات.	215
06	عدد الملاحق والمتعلقات على مستوى المواقع الإلكترونية المدروسة.س	216
07	المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة الإعلان.	217
08	نوع الإشهار الذي توفره المواقع الإلكترونية للصحف العربية.	218
09	المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة الارشيف والطباعة.	219
10	المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة إحصائيات الموقع.	220
11	واقع الخدمات الاخرى بالمواقع الإلكترونية للصحف العربية.	221
12	المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة التحديث والتحيين لمضامينها.	224
13	توظيف الرسوم المتحركة والفيديو والصوت على مستوى المواقع الإلكترونية.	226
14	معدل استخدام الصور بالصفحة الرئيسية للمواقع المدروسة.	228
15	امتداد الصفحة الرئيسية للمواقع المدروسة.	229
16	امتداد الصفحة الرئيسية لكل موقع من المواقع المدروسة.	230
17	صور التفاعلية على مستوى المواقع المدروسة.	236
18	امتلاك المواقع الإلكترونية للصحف العربية لحسابات على مختلف الشبكات.	239
19	عدد مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى كل موقع من مواقع الدراسة.	240
20	مدى تبني المواقع الإلكترونية لمفهوم صحافة المواطن.	241
21	مستويات ودرجة منالية المواقع الإلكترونية للصحف العربية.	242
22	سرعة الدخول واستعراض مضامين المواقع الإلكترونية .	243
23	أشكال إتاحة المواقع الإلكترونية للصحف العربية.	243
24	مستويات توظيف أدوات الاستخدام والإبحار.	245

246	مدى توفر البرمجيات المساعدة على الإبحار .	25
247	مدى توفر الروابط التشعبية على مستوى المواقع المدروسة.	26
248	دلالة الروابط بالنصوص التي تشير إليها.	27
249	توفر المواقع المدروسة على محركات البحث.	28
254	توزيع الأركان على مستوى كل موقع من المواقع المدروسة.	29
255	النسب الإجمالية لتوزيع الأركان الصحفية على مستوى المواقع المدروسة.	30
258	تبني الأركان الثقافية بالمواقع المدروسة لمفهوم الحتمية القيمية للثقافة.	31
259	توزيع المواضيع ونسبها على مستوى المواقع المدروسة.	32
260	نسبة المضامين المتعلقة بالثقافة العربية مقارنة بالمادة الثقافية الإجمالية.	33
261	الأنواع الصحفية المستخدمة في تغطية الأخبار الثقافية.	34
262	المسؤولية الفكرية على مستوى المواقع المدروسة.	35
263	تصريح المواقع بمصمم الموقع وإمكانية الاتصال به.	36
263	وجود الشعار المكتوب والمرسوم للصحيفة على مستوى موقعها.	37
269	مراكز الاهتمام بمواضيع الثقافة العربية.	38
270	جوانب وأبعاد حضور الدين الإسلامي على المواقع المدروسة.	39
272	يبين ترتيب قيم نظرية الحتمية القيمية ونسب حضورها.	40
273	طبيعة الموقف من العولمة.	41
275	مراكز اهتمام المواقع الإلكترونية بمواضيع الإبداع العربي.	42
276	مفهوم الفن على مستوى المواقع المدروسة.	43
277	طبيعة الفعل والخطاب الثقافي على مستوى المواقع المدروسة.	44
278	مراكز الإهتمام ونسبها بمواضيع التراث العربي.	45
279	واقع مواضيع التنشئة الاجتماعية على مستوى المواقع المدروسة .	46
280	واقع اللغة العربية على مستوى المواقع المدروسة.	47

قائمة الأشكال.

الصفحة	الموضوع	رقم الشكل
125	مفهوم الثقافة عند عزي عبد الرحمان.	01

## ملخص الدراسة

تحاول الدراسة تسليط الضوء على الثقافة العربية ورسم ملامحها من خلال المواقع الإلكترونية للصحف العربية. انطلاقاً من أن المواقع الإلكترونية للصحف العربية تمثل أحد أشكال الإعلام الجديد المنطبع بظاهرة العولمة، وفي الوقت نفسه كونها تشكل أدوات ثقافية على مستوى المضامين التي تقدمها. أصبحت المسألة الثقافية في زمن الإعلام الجديد وتساعد ظاهرة العولمة قضية تطرح نفسها بإلحاح بسبب زيادة حركة العناصر الثقافية والتقارب بين الثقافات حيث يتم إفناء المكان عن طريق الزمان.

إن الثقافة العربية كغيرها من الثقافات معنية بالتحديات التي تفرضها ظاهرة العولمة من قضايا الإفناء والتثخيف والتهميش، بل هي معنية أكثر من غيرها بسبب عراققتها ومساهمتها الكبيرة في الإرث الإنساني من جهة وبسبب بعض التطويرات في دوائر الفكر الغربية التي ترى فيها العدو المفترض والوحيد بعد إنهيار الإتحاد السوفياتي بسبب القيم الإسلامية التي تحملها وبسبب الفهم والإدراك الشامل الذي يقدمه الإسلام للوجود وللحياة، وهو ما يراه الغرب تهديداً لقيمه ونمط حياته. إن الثقافة العربية مدعوة في هذه المرحلة إلى تطوير خطابها الثقافي وواقعها المدني والحضاري والإفادة قدر المستطاع من الفرص التي يقدمها الإعلام الجديد من خلال انتهاج إستراتيجيات دائمة تأخذ بعين الاعتبار المتغيرات السابقة. إعتمدت الدراسة على منهج المسح وتقوم على توظيف تحليل المحتوى للمواقع الإلكترونية للصحف العربية للتوصل إلى الصورة التي تسوقها هذه المواقع للثقافة العربية ودرجة إرتباطها مع المفهوم الذي تطرحه نظرية الحتمية القيمة للثقافة.

### THE ABSTRACT

This current study is an issue that consists to shed light on the arab culture and its features, through newspaper's websites; as these later represent a form of new media which deals with globalization phenomenon at the same time, they are seen as cultural tools with its contents.

The cultural issue becomes an insistent feature at the time of new media, and the escalation of globalization, because of the rise of different cultural elements contribution that clear the place by the time.

The arab culture has to defend itself against the challenges of globalization such as cultural artifact, destruction, and marginalization.

In the other hand, we can not deny its contribution in the human heritage, unless the western cultural studies and theories destroyed its image in their writings it was only enemy to them after the collapse of the SOVIET UNION because of the understanding provided by islam to the existence and life.

So, the arab culture at this stage is invited to develop its cultural discourse its civil and civilized heritage. as much as possible it benefits from the opportunities that new media offered by dealing with permanent strategies taking into consideration in the previous variants.

In this study, I based on a survey method, by employing content analysis of the arab newspapers' websites, which aimed to find the image marketed by these sites to the arab culture.