

في هذا العدد

01 افتتاحية العدد: واقع الاعلام العربي الجديد

02 آراء النخب الإعلامية الفلسطينية في التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية للإعتراف بالدولة الفلسطينية

03 بين الدراسات النظرية الأكاديمية والممارسات الإعلامية... فجوة معرفية أم تكامل علمي؟

04 الصورة الإعلامية الفلسطينية في موقع إنستغرام دراسة سيميائية

05 فاعلية العلاقات العامة في مؤسسات الضمان الإجتماعي العربي ودورها في دعم الوعي التأميني

06 إنزياحات الصورة وسياقتها الدلالية
بين مقاربات السيميولوجيا والمديولوجيا والسوسيولوجيا

07 اتجاهات طلبة جامعة البترا نحو الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة
دراسة ميدانية

08 إدارة عملية تشكيل الصورة الذهنية لحركة فتح

جميع حقوق النشر محفوظة لدى مجلة العربي للدراسات الاعلامية ، ويحظر نشر أو توزيع أو طبع أي مادة دون إذن مسبق من مجلة العربي و المقالات والابحاث المنشورة في المجلة لا تعبر إلا عن رأي أصحابها راسلنا على البريد الإلكتروني arabpressps@gmail.com

الهيئة العلمية الاستشارية

1. الأستاذة الدكتورة سعاد هادي الطائي جامعة بغداد كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية قسم التاريخ
2. الأستاذ الدكتور علي السيد ابراهيم عوجة - عميد كلية الاعلام في جامعة القاهرة سابقا
3. الأستاذ الدكتور محمد احمد فياض عميد كلية الاعلام في كلية الامارات للتكنولوجيا ابو ظبي
4. الأستاذ الدكتور حاتم عبد المنعم عبد اللطيف استاذ علم الاجتماع في جامعة عين شمس
5. الدكتور امجد عيسي طلافحة - استاذ مشارك في كلية الاعلام في جامعة اليرموك
6. الدكتورة سماء علوي الهاشمي استاذ مساعد في كلية الاعلام في جامعة البحرين
7. الدكتور خالد قاسم حسين بني دومي - استاذ مشارك في كلية الاداب في جامعة اليرموك
8. الدكتورة ثريا السنوسي - استاذ مشارك في كلية الاعلام في جامعة الشارقة
9. الدكتور نصر الدين عبد القادر عثمان - استاذ مشارك في كلية الاعلام في جامعة عجمان
10. الدكتورة فيروز لمطاعي - استاذ مشارك في جامعة الجزائر
11. د. عبد الكريم علي الديبسي مساعد عميد كلية الإعلام لشؤون ضمان الجودة في جامعة البترا
12. د. ناهدة محمد مخادمة رئيس قسم الصحافة في جامعة اليرموك
13. د. حسين سالم مكاون صالح الخالدي رئيس مركز البحوث التربوية
14. د. رشا علي جاسم العامري جهاز الاشراف والتقويم العلمي وزارة التربية والتعليم العراقية
15. د. عبد الرحمن جدوع التميمي أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر بغداد/ العراق
16. الدكتورة هبة احمد الديب استاذ مساعد بقسم الاعلام - كلية الامارات للتكنولوجيا

مجلة العربي للدراسات الاعلامية

دورية دولية علمية محكمة

مجلة علمية محكمة ربع سنوية تصدر من دولة فلسطين عن المركز العربي للأبحاث والدراسات الاعلامية تعنى بنشر الدراسات والابحاث المتخصصة في المجالات الاعلامية

رئيس المركز العربي للأبحاث والدراسات

الاعلامية : د. جهاد شلط

رئيس التحرير : د. ابراهيم النجار

مدير التحرير : د. احمد ظاهر

هيئة التحرير : د.عبد الرحمن عاطف -

د.عبد الموالي المنفي - د.محمد الرواشدة

- د.ابراهيم العلاف - د.حسام حلمي

مراجعة لغوية:

دكتور كريم الربيعي

إجراءات تقديم البحث و مواصفاته:

1. يقوم الباحث بتنسيق البحث حسب شروط المجلة المذكورة أدناه.
2. يقوم الباحث بأرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني : arabpressps@gmail.com
3. يجب أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة، مع العناية بما يلحق به من خصوصيات الضبط والرسم والأشكال.
4. يجب أن لا يكون البحث منشور سابقاً.
5. يتم تقويم البحث من ثلاثة محكمين.
6. يتم ابلاغ الباحث بالقبول المبدئي للبحث أو الرفض.
7. يتم ارسال ملاحظات التحكيم الى الباحث.
8. يقوم الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة و ارسال البحث المعدل الى نفس البريد الإلكتروني المذكور اعلاه.

قواعد النشر في مجلة العربي للدراسات الاعلامية

1. مجلة العربي للدراسات الاعلامية هي مجلة علمية محكمة دورية (ربع سنوية) تصدر عن المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية.
2. تقبل المجلة الأبحاث باللغتين العربية أو الإنجليزية.
3. تنشر المجلة الأبحاث والترجمات ومراجعات الكتب وملخصات الرسائل العلمية في المجالات الإعلامية المختلفة بعد مناقشتها وإقرارها.
4. يُشترط في البحث الذي يُقدّم للنشر الأصالة، وسلامة اللفظ، وألا يكون قد نُشر سابقاً.
5. يُرسل الباحث نسخة إلكترونية من بحثه على شكل مايكروسفت وورد، على أن يشتمل على ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الإنجليزية في حدود ٣٠٠ كلمة، ويكتب في أسفل الملخص كلمات مفتاحية لا تزيد على خمس كلمات.
6. يكتب الباحث اسمه وتخصصه ومكان عمله على غلاف البحث فقط.
7. يجب ألا تزيد صفحات البحث عن ٣٠ صفحة بما في ذلك الجداول والمراجع.
8. إذا اختل شرط من شروط النشر؛ فلهيئة تحرير المجلة أن ترد البحث إلى الباحث ليقوم بتعديله بما يتفق مع شروط النشر في المجلة.
9. بعد إجازة البحث من هيئة التحرير بشكل مبدئي، يتم إرسال البحث إلى ثلاثة محكمين للتقييم، ويتم قبول البحث للنشر بعد إجازة المحكمين له. ويلتزم الباحث بإجراء التعديلات التي طلبها المحكمون.
10. يقوم الباحث بإرسال نسخة إلكترونية على شكل مايكروسفت وورد من بحثه المقبول للنشر بعد إجرائه التعديلات المطلوبة.
11. البحوث المرسله إلى المجلة لا تُرد إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تُنشر.
- 12- يُرَوّد الباحث الذي نُشر بحثه في المجلة بنسخة إلكترونية

واحدة من العدد الذي نُشر فيه وتكون هذه النسخة بصيغة ملف pdf.

١٣- تحتفظ هيئة تحرير المجلة بحقها في أن تحذف أو تختصر بعض الصفحات أو الجداول أو الكلمات أو المحتويات من البحث، بما لا يخل بأفكار البحث الأساسية؛ وذلك مراعاة لسياسة المجلة في النشر.

١٤- لا يجوز للباحث نشر أيّة مادّة علميّة من بحثه المنشور في المجلة إلا بعد الحصول على موافقة خطيّة من هيئة التحرير.

١٥- جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها دون أن تعكس بالضرورة وجهة نظر المجلة.

١٦- يلتزم الباحث بدفع النفقات المترتبة على إجراءات التحكيم في حال طلبه سحب بحثه ورغبته في عدم المضي في إجراءات التقييم.

١٧ - تذكر جميع المراجع التي أحال إليها الباحث في متن البحث، وتذكر جميع المعلومات التوثيقية في المرة الأولى للإحالة، ويقدم الباحث في نهاية بحثه، قائمة بالمراجع التي استعملها، ويكون ترتيبها هجائياً وفقاً للاسم الأخير للمؤلف أو شهرته، ودون أرقام. ويرتب كل مرجع كما يلي: اسم المؤلف - سنة النشر - عنوان المؤلف - دار النشر - ترميزه □ الصفحات. ١٨- يكون إعداد الصفحة والهوامش كما يأتي: أنماط وصيغ الكتابة تكون كالآتي: مقاس الصفحة (٢٤)، وتباعداً أسطر بقدر مسافتين (بما في ذلك الهوامش، والمراجع، والمقتطفات، والجداول، والملاحق) وبهوامش (٢,٥ سم كحد أدنى) من أعلى الصفحة وأسفلها وجانبيها.

١٩- يكون نمط الخط ووجهه كما يأتي:

لغة العربية: **Traditional Arabic** حجم الخط في المتن ١٤، وفي الهوامش ١٢. ولغة الإنجليزية **Times New Roman** حجم الخط في المتن ١٢، وفي الهوامش ١٠.

٢٠- توجه جميع المراسلات والاشتراكات الى رئيس تحرير المجلة الدكتور ابراهيم النجار عبر البريد الالكتروني التالي
arabpressps@gmail.com

محتويات العدد

8 د. أحمد ظاهر

آراء النخب الإعلامية الفلسطينية في التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة الفلسطينية



55 د. فيروز لمطاعي



68 د. مي عبد الغني



98 د. طه ادم



فاعلية العلاقات العامة في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي ودورها / في دعم الوعي التأميني.

الصورة الإعلامية الفلسطينية في موقع إنستغرام / دراسة سيميائية

بين الدراسات النظرية الأكاديمية والممارسات الإعلامية ... فجوة معرفية أم تكامل علمي؟ تجربة إعلاميين خريجي معاهد الإعلام بالجزائر

180 د. توفيق عبد العزيز
محمد ابو جراد



إدارة عملية تشكيل الصورة الذهنية لحركة فتح

160 د. احمد حسين



اتجاهات طلبة جامعة البترا نحو الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة دراسة ميدانية

121 د. مراد بوشحيط



إنزياحات الصورة وسياقتها الدلالية بين مقاربات السيميولوجيا والمديولوجيا والسوسيولوجيا

202

د. ابراهيم النجار

شخصية العدد: رائد الصحافة الليبية محمود البوسيفي

الاقلام حمرة



204

د. أحمد محمود

206

د.سامي المجبري

209

د. هشام الهلالي

211

د . السيد خلاف



دور الإعلام في
إسقاط أنظمة الحكم

د. محمد جاد
الزغبى

222



حين يبدع إعلام
المحنة

د. خالد القاضي

218



دور القنوات الفضائية
في طمس الهوية
العربية

د. آلاء أمين

216



الإعلام الغربي..
ونماذج العنصرية
وخطاب الكراهية

د. نادر محمد

214



المدرسة العربية فى
فنون العلاقات العامة



من أجل إعلام ينبذ
اللون الأصفر



الإعلام وترتيب الأجندة
الوطنية والرؤية لمستقبلية
في دولة الإمارات العربية
المتحدة



دور الإعلام في مواجهة
الفكر المتطرف

الإعلام الموريتاني.. وامتحان المهنية: د. أيمن السييسي

226



افتتاحية العدد

واقع الإعلام العربي الجديد

بقلم الدكتور: ابراهيم النجار - رئيس التحرير



حظي به الإعلام الجديد، من طرف الإعلام التقليدي، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن بهذه السرعة والانتشار. يبقى أن الإعلام الجديد هو أيضا بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون والبحث عن طرائق أفضل للتسويق والعمل على التخلص من المساوئ التي تتمثل في عدم تمحيص المواد المنشورة، وعدم الثقة بالأخبار والمواد المتداولة. صحيح أن الإعلام الجديد أخذ سقفا عاليا من الحرية والمساحة، لكن هذا لا يعفي الكاتب من أن يتقن المهارات الأساسية في الإعلام التقليدي

الإعلام الجديد، من المصطلحات التي ليس لها مفهوم، أو تعريف واحد في العلوم الإنسانية، وذلك لكثرة الآراء في دراساته وتداخلاتها، إذ وقف المصطلح بين رؤيتين الأولى، قالت إن الإعلام الجديد، هو بديل للإعلام التقليدي، والثانية، عدته تطورا وتقدما للإعلام التقليدي، والإعلام الجديد، من المصطلحات التي دلت على التقدم التكنولوجي والتطور التقني في مجال الإعلام واستخدام الصوت والصورة فيه بشكل متطور، وبعد كل التطورات التي حدثت وثورة الإنترنت، أصبح مفهوم الإعلام الجديد، يطلق على كل شيء يستخدمه الفرد على شبكة الإنترنت.

أخيرا، تبرز تساؤلات جادة في هذا الصدد، حول دور الإعلام الجديد، فيما إذا كان قد شارك في تفكك المجتمعات العربية، وتساعد موجة العنصرية والطائفية بين مكوناتها؟ وما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي، سببا في الصراعات الفكرية الدائرة حاليا، أم أن هناك أمرا آخر وهو حالة مخاض طبيعية تعيش فيها هذه المجتمعات التي ظلت منغلقة على نفسها حتى وقت قريب؟ وهل تصمد وسائل الإعلام التقليدية في ظل سرعة نظيرتها الإلكترونية؟

أعتقد أن العلاقة بين الإعلام التقليدي والجديد، يجب أن تتفادى الصراع، وتتجه نحو التكامل. ويبقى التكامل بين النوعين الخيار الأمثل للنجاح في عالم... ينقسم على شق افتراضي وشق واقعي

شهد الإعلام الجديد، قفزات نوعية خلال الحقبة الأخيرة، بسبب ازدهامه بالأحداث الكبيرة والمتواترة التي عصفت بالمجتمعات العربية. وشق نشطاء الإعلام الجديد طريقهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ناشرين المعلومات التي تغطي أهم القضايا التي حدثت في

الآونة الأخيرة. كما عاشت المجتمعات العربية، في ثورة معلوماتية مع ظهور الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، تلك الثورة تزامنت مع ثورات أخرى شهدتها المنطقة بشكل عام. وشاركت في دفع المزيد من النشاط نحو استخدام تلك المنصات للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم

انتهى عصر المذيع، هكذا قيل عندما ظهر التلفاز، واليوم يقال إن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي سوف تنهي دور الإعلام التقليدي. غير أن الكثير من الدراسات الإعلامية والأبحاث الحديثة، تؤكد أن الوسائل الإعلامية تبقى وتتعايش وتتساند وتبتدع لنفسها خصائص وأدوارا جديدة تضمن لها البقاء. العديد من وسائل الإعلام التقليدي، وهي ما زالت تمتلك القدرة والشهرة والخبرة، أخذت تعيد تكوين نفسها وتعيد بناء ذاتها لتندمج في سرب الإعلام الجديد وتكون جزء منه، عبر خلق مواقع إلكترونية تابعة لها. واستخدام وسائل الإعلام الجديدة التي تسهل عملية التواصل مع الجمهور، لمعرفة اتجاهاتهم واستقصاء مواقفهم واهتماماتهم واستخدامها في كتابة التحقيقات والاستطلاعات الصحفية

أصبح الإعلام التقليدي يتحدث عن الكثير من القضايا التي يتم تناولها في الإعلام الجديد، والعكس صحيح، إذ إن الإعلام الجديد يعلق على الموضوعات المطروحة في الإعلام التقليدي. ومن ثم يمكننا عدُّ الخط الفاصل بين الإعلام التقليدي والجديد أصبح خطا واهيا

يرى خبراء وباحثون في مجال الإعلام والاتصال، أن الإعلام التقليدي وفر أرضية خصبة للإعلام الجديد عن طريق التسويق. فلولا الدعم والتشجيع الذي



www.alukah.net

الدراسات الاعلامية

آراء النخب الإعلامية الفلسطينية في التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة الفلسطينية



أحمد مُحمَّد زاهر: رئيس قسم العلاقات العامة
والتسويق - جامعة فلسطين

والضغط على السلطة الفلسطينية، والاعتداءات
الإسرائيلية، وتعثر المفاوضات الفلسطينية
الإسرائيلية.

وانتهت الدراسة إلى: ضرورة تفعيل الجاليات
الفلسطينية، وتفعيل الجهود الإعلامية في
جميع دول العالم، والعمل الجاد على إنهاء
الانقسام الفلسطيني، وإطلاق قنوات ناطقة
بغير العربية لاطلاع العالم، وأوروبا على وجه
الخصوص على مجريات الأحداث في فلسطين
المحتلة، والانتهاكات الإسرائيلية على الأضعدة
كافة، بغية إحراج أوروبا والدول المساندة
للاحتلال الإسرائيلي، أخذ موقف تجاه الانتهاكات
الإسرائيلية، وتعبئة الرأي العام العالمي لصالح
القضية الفلسطينية.

ملخص الدراسة

تعد وسائل الإعلام ذات أهمية في النظام السياسي
وتربطها به علاقة تكاملية دائرية، ولاسيما حينما
تقبل الدولة على حدث ما يشغل الرأي العام.

تهدف الدراسة إلى التعرف إلى حجم التغطية
الإعلامية للجهود الدبلوماسية، وذلك من خلال
وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية، استخدم
الباحثان المنهج الوصفي التحليلي؛ وذلك لتناسق
المنهج مع موضوع الدراسة، ولضمان الوصول إلى
نتائج متعمقة، كما استخدم الباحثان صحيفة
الاستبان؛ وصولاً لتحقيق الهدف المنشود.

وخلصت الدراسة إلى أن الإعلام الفلسطيني غطى
الجهود الدبلوماسية وتمثلت التغطية الإعلامية
من خلال نقل وقائع الجهود الدبلوماسية، وإثارة
وتوجيه الرأي العام، واستضافة شخصيات سياسية
وقانونية لشرح القضايا المتعلقة بالاعتراف بالدولة،
وأن هناك قضايا وموضوعات قد أثرت بشكل سلبي
في الجهود الدبلوماسية، وتمثلت هذه القضايا
في: الانقسام السياسي والجغرافي في البيت
الفلسطيني، وعدم الجد والضعف العربي، والتنصل
والتدخل الخارجي في الشؤون الفلسطينية.

Abstract

The study aimed at exploring the Palestinian media's role in supporting the diplomatic efforts of state recognition from the Palestinian elite media's perspective. The study discussed the historical development of the idea of a Palestinian state in two phases; the modern and contemporary through demonstrating the events and incidents as well as exploring the Palestinian media concept, components, and reflection on society, and pointing to the relationship between the political and informational systems.

The scholar used the historical and analytical descriptive approaches as they highly become the topic of this study for getting profound results. Besides, the questionnaire was the tool of collecting data.

The study came to some results, the most important are:

- The Palestinian media supports the diplomatic efforts through covering news and proceedings, provoking and directing the public opinion, hosting political and legal characters to interpret the issues related to state recognition.
- Some issues affect the diploma-

tic efforts negatively like the Palestinian political and geographical division, unseriousness, Arab weakness, disavowal and external interference in the Palestinian affairs, exerting pressure on the Palestinian Authority, the Israeli aggressions, and the Israeli-Palestinian stalled negotiations.

Finally the study recommends the following:

- Necessity of activating the role of the Palestinian communities as well as the informational efforts around the world through activities in solidarity with the Palestinian case.
- Necessity of reunifying the Palestinian body.

Launch of non-Arabic tongue channels to convey the Palestinian incidents and Israeli aggressions to the world for embarrassing Europe and the countries that take the Israeli side and for mobilizing public opinion for the sake of the Palestinian case against the Israeli aggressions.

الباحث: أحمد مُحمَّد ظاهر :

الفصل الأول:

مقدمة

يؤدي الإعلام بوسائله المختلفة، دوراً المحافل الدولية، والداخلية وتسلط رئيساً في تثقيف وتوعية الفرد لإحداث الضوء على الجهود الدبلوماسية تغيير نسبي في بعض سلوكياته، الفلسطينية، إذ دأبت القيادة على مستوى الفرد والجماعة، وعلى الفلسطينية على بذل الجهود كافة المستوى الشعبي، وفي المجالات كافة. لكسب الاعتراف بالدولة وتحقيقه، وأصبح الإعلام في الوقت الحالي سلاحاً وهو استحقاق طبيعي يتماشى مع أكثر قوة يستطيع من خلاله متخذو الاتفاقيات الدولية الموقعة و، اتفاقية القرار الوصول إلى ما يصبون إليه داخلياً أسلو التي عقدت بتاريخ 13 سبتمبر أو خارجياً؛ من أجل تحقيق أهدافهم، 1993 بين منظمة التحرير الفلسطينية، وتشكيل الرأي العام، وحشد الجماهير وحكومة الاحتلال الإسرائيلية، التي حول موقف معين، والشواهد على ذلك من بنودها طرح الملف النهائي كثيرة، وأقربها ما اصطلح على تسميته للقضية الفلسطينية، بعد خمس «الربيع العربي»، والأحداث الجارية فيه سنوات من توقيع الاتفاقية «(منظمة (أبو شنب، 2010: 91)

ومن المعروف «، أن أهم وسائل التأثير المفاوضات، 2011: 5).

في السياسة الخارجية لأي دولة وفي هذه الدراسة تناول الباحثان هي سيادتها، وقوتها العسكرية، آراء النخب الإعلامية الفلسطينية وإمكانياتها الاقتصادية، يضاف إليها في التغطية الإعلامية للجهود سلاحها الإعلامي المؤثر في العلاقات الدبلوماسية؛ للاعتراف بالدولة الدولية، وكل ذلك يوظف في خدمة الفلسطينية إذ اشتملت الدراسة على الفعل السياسي الخارجي المعبر عنه الاطار المنهجي، والاطار المعرفي في الدبلوماسية الناجحة، (الهاشمي، مشتملاً على مفهوم الاعلام 2011: 3).

والإعلام الفلسطيني بوسائله الفلسطيني، بالنظام السياسي، المختلفة المحدودة الإمكانيات؛ يحاول وختمت الدراسة بالتحليل والنتائج، طرح القضية الفلسطينية العادلة في والتوصيات.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف إلى آراء النخب الإعلامية الفلسطينية في التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة الفلسطينية، وتقييم مستوى الكفاية الإدارية في تخطيط، وتنظيم، وإدارة العمل الإعلامي الفلسطيني، بغرض الوقوف على حجم الإنجازات والإخفاقات، وأوجه القصور في أداء الوسائل الإعلامية، ومن ثم المشاركة في اقتراح آليات التطوير، والتحسين المستقبلي لأداء الوسائل الإعلامية، وتحدد مشكلة الدراسة في الآتي:

التساؤل الرئيس: ما آراء النخب الإعلامية الفلسطينية في التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة



الفلسطينية؟

وينبثق عن السؤال الرئيس العديد من التساؤلات الآتية:

1. ما الوسائل والأساليب المستخدمة في الإعلام الفلسطيني لتغطية الجهود الدبلوماسية؟
2. ما القضايا والموضوعات التي يتناولها الإعلام الفلسطيني؟
3. هل للإعلام الفلسطيني أثر وانعكاس على الجهود الدبلوماسية؟
4. ما تقييم النخب الإعلامية لوسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة؟
5. ما المقترحات الإعلامية للنهوض بالإعلام الفلسطيني ومؤسساته؟

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

الهدف الأول	الهدف الثاني	الهدف الثالث	الهدف الرابع	الهدف الخامس
تبيان المقترحات الإعلامية للنهوض بالإعلام الفلسطيني ومؤسساته.	تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالتغطية الإعلامية للاعتراف بالدولة.	توضيح أثر وانعكاسات الإعلام الفلسطيني على الجهود الدبلوماسية.	تبيان القضايا والموضوعات التي يتناولها الإعلام الفلسطيني.	التعرف إلى الوسائل والأساليب المستخدمة في الإعلام الفلسطيني لتغطية الجهود الدبلوماسية.

فروض الدراسة:

- مراقب في هيئة الأمم المتحدة.
- بناء على الأهداف السابقة يمكن وضع الفرضية الآتية:
لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05 ≤ α) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغيرات: (النوع، العمر، المؤهل العلمي، مكان السكن، مكان المهنة، طبيعة العمل، الانتماء والتوجه الحزبي).
- الحد البشري: اقتصرت هذه الدراسة على النخبة الإعلامية الفلسطينية لوضع تصور لحجم التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة الفلسطينية.

مصطلحات الدراسة:

- الإعلام الفلسطيني: هو «استثمار وسائل الإعلام والاتصال كافة، تجاه القضية الفلسطينية، ودعمها على المستويات الفلسطينية، والعربية والدولية، بما يحقق الضغط المتواصل، والمنظم على القيادات الفاعلة، وصناع القرار، في مختلف أرجاء المعمورة؛ لاتخاذ المواقف والقرارات التي من شأنها أن تجعل من القضية الفلسطينية محوراً دائماً؛ لاهتمام المجتمع الدولي، وتوفير الدعم للشعب الفلسطيني؛ لتحقيق أهدافه الوطنية في الحرية وتقرير المصير، وإقامة دولته المستقلة على ترابه الوطني»، (أبو شنب، 2014: 13)

أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:
- الوقوف على آراء النخب الإعلامية في التغطية الإعلامية الفلسطينية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة.
- ممكن أن تضيف هذه الدراسة رؤية علمية جديدة، لمعرفة مدى العلاقة الوثيقة بين النظام الإعلامي، والنظام السياسي.
- تثير هذه الدراسة اهتمام العاملين في الحقل الإعلامي، والقيادة الفلسطينية، بالانتباه واليقظة لأهمية ودور الإعلام في كثير من المواقف، وبخاصة في مجال السياسية الخارجية والعمل الدبلوماسي.

حدود الدراسة:

- الحد الموضوعي: اقتصرت هذه الدراسة على تناول حجم تغطية الإعلام الفلسطيني للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة بصفة

- الدبلوماسية: ثمة تعريفات متعددة للدبلوماسية لدى روادها ومفكريها، فمنهم من نظر إلى الدبلوماسية على أنها عملية تفاوضية فعرفها — «إدارة العلاقات الدولية عن طريق التفاوض»، وهناك من ينظر إليها بأنها «استخدام شخصيات متعددة؛ لإدارة العلاقات بين الحكومات»، ومنهم من يرى أن الدبلوماسية هي خط الدفاع الأول للدولة -أي بمثابة الدرع الواقعي لدولته- من خلال ذكائه وحنكته، وعلاقاته (شليبي، 1997: 29).

ميدانية،، وهدفت الدراسة إلى التعرف إلى حجم اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية-الإسرائيلية دراسة ميدانية، ومدى متابعتهم لكل المواقع. بوصفها إحدى الوسائل الإعلامية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي وخلصت الدراسة إلى أن غالبية النخب السياسية تتابع المواقع الإلكترونية لكسب المعلومات وجاءت المواقع في مقدمة الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها النخب السياسية وأوصت الدراسة بضرورة تطوير أداء المواقع الإلكترونية وتعزيز مبدأ الموضوعية فيها، وتشكيل مجلس أعلى للإعلام الفلسطيني يمثل القطاع الإعلامي الرسمي وينظم السياسة الإعلامية الفلسطينية.

2. دراسة (اشتيوي، 2014)، بعنوان: «الأداء المهني لقناة الأقصى الفضائية في ضوء آراء النخبة الإعلامية الفلسطينية»، وهدفت الدراسة إلى معرفة الأداء المهني لفضائية الأقصى، والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، وتقييم مستوى العمل الإعلامي من تخطيط، وتنظيم، وتوجيه، واستخدام الباحث المنهج الوصفي الكمي، وخلصت الدراسة إلى وجود أداء مهني في التغطية الإعلامية لقناة الأقصى، وتحظى فضائية الأقصى بنسبة عالية من المشاهدة، ومتابعة برامجها من قبل النخبة الإعلامية الفلسطينية، بلغت %91.1، وجود كفاية إدارية لأداء القناة ويتمثل ذلك في «الإعداد، والتقديم، والإخراج»، وأوصت الدراسة الفضائيات الإسلامية

- التعريف الإجرائي للجهود الدبلوماسية: وهنا يقصد الباحثان من الجهود الدبلوماسية الطريقة التي اتبعتها منظمة التحرير الفلسطينية؛ من أجل نيل الحقوق الفلسطينية التي سلبها المحتل الإسرائيلي بالطرائق السلمية، «الدبلوماسية»، المشروعة على وفق القانون الدولي وصولاً للاعتراف بالدولة الفلسطينية.

- الدولة: تعددت التعريفات للدولة وذلك لتعدد كتابها ومفكرها، إذ كتب هيجل، «إن الدولة هي الفكرة المقدسة التي تعيش فوق الأرض»، وآخر يرى أنها «تنظيم اجتماعي اصطناعي؛ لتوفير حياة كريمة للفرد في مجتمع ما»، (العوري، 2014: 25).

- التعريف الاجرائي للنخبة الإعلامية الفلسطينية: وهنا يقصد الباحثان في النخبة الإعلامية الفلسطينية هم النخب الفاعلون والعاملون في الحقل الإعلامي الفلسطيني من رؤساء تحرير، ومديري مؤسسات إعلامية، وأكاديميين إعلاميين، وكتاب إعلاميين.

□ الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات التي تناولت الإعلام:

وجد الباحث عدداً من الدراسات التي توضح دور الإعلام في كثير من المجالات والمواقف، سواء في مجالات مجتمعية، وتنموية، وسياسية وذلك على النحو الآتي:

1. دراسة (أبو قوطة، 2015) بعنوان: «اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية-الإسرائيلية دراسة

الفلسطينية أن تأخذ منحى أكثر استقلالية في نقل الحدث إلى جمهور المشاهدين، وتوحيد المصطلح الإعلامي الإسلامي بين القنوات، واستخدام لغة متوازنة غير متحيزة في عرض الأحداث، والابتعاد من الحزبية في التغطية الإعلامية لجميع القضايا.

3. دراسة (حماد، 2013) بعنوان: " دور الفضائيات الفلسطينية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية"، هدفت الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة العلاقة بين تعرض طلبة الجامعات الفلسطينية للقنوات الفضائية، وتكوين الإدراك والمعرفة السياسية، وتحليل هذه العلاقة لمعرفة نوع القنوات الفضائية المحببة لدى الطلبة، واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: إن النواحي السياسية الداخلية من أساسيات، وأولويات اهتمام طلبة الجامعة، وثانيها القضايا المحيطة بهم، وثالثهما العالمية، وأن الترتيب الأول هو ملف المصالحة الفلسطينية ضمن اهتمامات عينة الدراسة من ملف القضايا السياسية المحلية، والترتيب الثاني جاءت قضية الرواتب، وأوصت الدراسة، بضرورة اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية (المكتوبة، والسمعية، والبصرية) بشكل أكبر بقضية المشاركة السياسية، والمعرفة السياسية لطلبة الجامعات، وارشادهم بأساليب عوامل التأثير والحيادية، والصراحة في التغطية، والمعالجة وبما يزيد الإقبال والمصادقية فيما تقدمه مختلف الوسائل الاعلامية.

4. دراسة (عابد، 2012) بعنوان: " دور شبكات

التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي دراسة وصفية تحليلية"، إذ يرى الباحث أن الإنترنت قد غزا كل مرافق الحياة الأسرية والاجتماعية، مما ساعد في تغير توجهاته، وأشار إلى أن ظهور هذه الشبكات قد شارك في تشكيل الرأي العام لدي المجتمع الفلسطيني، وطرح قضايا ذات اهتمام عام، مثل القضايا الاجتماعية والسياسية، إذ هدفت الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في إملاء الرأي العام الفلسطيني نحو إحداث التغيير السياسي، والاجتماعي واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي؛ لمعرفة تأثيرها في الرأي العام الفلسطيني، وخلص الباحث إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي عبر الشبكة العنكبوتية استخداماً هو البريد الإلكتروني، ويتم ذلك في البيت وبشكل يومي ثلاث ساعات، وأن تحقيق الثقة فيها متوسط، ولا يوجد تأثير كل من السكن، والجنس في دور تلك المواقع في إملاء الرأي العام اجتماعياً، وسياسياً وأوصت الدراسة بضرورة وجود رقابة دقيقة على شبكات التواصل الاجتماعي.

5. دراسة (سلطان، 2011) بعنوان: "الإعلام الحزبي الفلسطيني وأثره على المشروع الوطني الفلسطيني"، إذ تعد هذه الدراسة حلقة من حلقات الوصل بين حلقتي الإعلام والسياسة، إذ تمحورت حول الإعلام الحزبي الفلسطيني، وتأثيره في المشروع الوطني الفلسطيني بالتطبيق على النخبة الفلسطينية؛ وهدفت الدراسة إلى التعرف إلى درجة تأثير الإعلام الحزبي في المشروع الوطني الفلسطيني والدور الكبير المنوط به،

التعصب الحزبي، وتراجع في مفهوم الوحدة الوطنية، وأن وسائل الإعلام لا تلتزم الحيادية، والموضوعية في صياغة الخبر وتحليله، وأوصت الدراسة، بضرورة التزام وسائل الإعلام الحيادية والموضوعية في جميع البرامج، مع تخصيص مساحات إعلامية تعمل على التعبئة السياسية.

ثانياً: الدراسات التي تناولت الدبلوماسية:

1. دراسة (الغريز، 2015) بعنوان: «دور الدبلوماسية الشعبية في تعزيز الموقف الدولي تجاه القضية الفلسطينية»، وفود التضامن الدولية إلى قطاع غزة أنموذجاً، «2008-2013»، وهدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور الدبلوماسية الشعبية في تعزيز الموقف الدولي تجاه القضية الفلسطينية وتعزيز مواقف الوفود التضامنية لقطاع غزة، واستخدمت الدراسة المنهج التاريخي، والمنهج الوصفي التحليلي، ومنهج تحليل النظم، والمنهج الاستشراقي، وخلصت الدراسة إلى أن الوفود الدولية المتضامنة مع قطاع غزة لها انعكاس إيجابي على المجتمع الفلسطيني إذ إنها تعمل على تسويق مظلومية الشعب الفلسطيني والقضية الفلسطينية لدى العالم وفي أروبا بشكل خاص، وأوصت الدراسة، بضرورة تفعيل الجاليات الفلسطينية في المجتمعات الغربية، وتفعيل الدبلوماسية الشعبية، وتشكيل رابطة دولية تضم المؤسسات النشطة كافة في مجال الحراك الشعبي.

2. دراسة (سحويل، 2014) بعنوان: «مستقبل التمثيل الدبلوماسي الفلسطيني في ظل إشكالية الدولة ومنظمة التحرير الفلسطينية»، هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مستقبل التمثيل

سواء على المستوى السياسي، أو على المستوى الإعلامي؛ لخدمة المشروع الوطني، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج كان أبرزها أن 78% من النخبة الفلسطينية يرون أن المناكفات الإعلامية الحزبية تؤثر سلباً في وحدة الهدف الفلسطيني، وأن 85% منهم يرون أن الانتماء الحزبي للوسيلة الإعلامية أثر في سياستها الإعلامية، وأن 80% منهم يرون أن الإعلام الحزبي يهتم برأي الحزب، وخدمة أهدافه على حساب الرأي الآخر والمصلحة الوطنية، وأوصت الدراسة بضرورة التركيز في تبني خطاب إعلامي حزبي مسؤول يتحلى بروح الحوار والتعددية والوطنية، ويعمل على إنهاء الانقسام الفلسطيني، من خلال خطة إعلامية وطنية موحدة، والتركيز في بناء نظام إعلامي فلسطيني قادر على الاستجابة لمتطلبات الصراع الإسرائيلي الفلسطيني.

6. دراسة (أبو هرييد، 2010) بعنوان: «دور وسائل الإعلام المحلية المسموعة والمرئية في التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني في قطاع غزة»، هدفت الدراسة، إلى التعرف إلى طبيعة الدور الذي قامت به وسائل الإعلام الفلسطيني في التنشئة السياسية للشباب الفلسطيني، ومدى تأثير هذه التنشئة في طبيعة الانتماء المرئي للوسيلة الإعلامية، مستخدمة المنهجين: الوصفي التحليلي والتاريخي، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الفلسطيني لم تقم بالدور المنوط بها في التنشئة السياسية، واستُبدل بدور التعبئة الفكرية، بما يخدم مصلحة الحزب السياسي التابعة له، الأمر الذي أدى إلى مزيد من

إلى الاختصاص السياسي والدبلوماسي لرئيس السلطة الفلسطينية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج التاريخي، والمنهج المقارن، والمنهج القانوني المؤسساتي، وتوصلت الدراسة إلى أن نظام الحكم في فلسطين نظام مختلط مزج بين خصائص كلا النظامين الرئاسي والبرلماني، ومن ثم يصنف ضمن الأنظمة شبه الرئاسية التي يتمتع فيها كل من الرئيس ورئيس الوزراء بصلاحيات واسعة ومؤثرة، وأوصت الدراسة، بضرورة إنهاء الانقسام السياسي للبيت الفلسطيني، وعقد المجلس التشريعي لممارسة مهامه ونشاطه كمرقب على الحكومة، ومؤسسات الدولة، وإعادة النظر في بعض نصوص القوانين في السلك الدبلوماسي الفلسطيني لاسيما بالعلاقة التكاملية بين منظمة التحرير الفلسطينية ممثلة بالدائرة السياسية والسلطة الوطنية الفلسطينية ممثلة بمؤسسة الرئاسة ووزارة الخارجية.

4. دراسة (نتيل، 2014) بعنوان: «الدبلوماسية وفن التفاوض وأثرهما على اتخاذ القرار السياسي»، هدفت الدراسة إلى إبراز دور الوسائل الدبلوماسية في إدارة الأزمات وحل النزاعات وذلك من خلال تسليط الضوء على المفاوضات كأداة دبلوماسية لتنفيذ القرارات السياسية الخارجية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة إلى أن الدبلوماسية، والتفاوض على ارتباط وثيق، ولا يمكن خوض العملية التفاوضية دون وجود الدبلوماسية، وأن المفاوضات هي

الدبلوماسية الفلسطيني، وظروف نشأته، وكيفية تطوره، ومعرفة مدى تأثير قبول فلسطين كدولة عضو بصفة مراقب على التمثيل الدبلوماسي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى منهج تحليل النظام، وأداة المقابلة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة من أهمها: أن فلسطين تعد شخصاً من أشخاص القانون الدبلوماسي الدولي، الذي يعدُّ أحد فروع القانون الدولي العام ممثله بمنظمة التحرير الفلسطينية، وأن الجهة المتخصصة بالتمثيل الدبلوماسي هي منظمة التحرير الفلسطينية، وأن الانقسام السياسي الذي حدث في الساحة الفلسطينية قد أضر ضرراً كبيراً بالمشروع الوطني الفلسطيني وبالديمقراطية الفلسطينية، وأوصت الدراسة لكي يرتفع مستوى التمثيل الدبلوماسي الفلسطيني على مستوى دول العالم كافة بما يلي: إعادة الاعتبار لمنظمة التحرير الفلسطينية بوصفها الممثل لكل الفلسطيني، وقد رأى الباحث أن يتم بناؤها على أسس وطنية، والاستفادة من المصالحة الفلسطينية في إظهار الشعب الفلسطيني ونظامه السياسي أمام المجتمع الدولي موحداً، ومثقفاً، ومنفتحاً، ومتفهماً على أهدافه ومبادئه من أجل تفويت الفرصة على المحتل الإسرائيلي من استخدام ورقة الانقسام السياسي لتنفيذ مخططه على أرض الواقع.

3. دراسة (حمدان، 2014) بعنوان: «الاختصاص السياسي والدبلوماسي لرئيس السلطة الفلسطينية»، هدفت الدراسة إلى التعرف

التجربة الفلسطينية.

6. دراسة (عيروط، 2011) بعنوان: «الدبلوماسية الفلسطينية في المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية وأثرها علي مستقبل القضية الفلسطينية»، وهدفت الدراسة إلى التعرف إلى الدبلوماسية الفلسطينية في المفاوضات الفلسطينية مع حكومة الاحتلال الإسرائيلي ونتائجها علي مستقبل القضية الفلسطينية والتعرف إلى أشكال المفاوضات الدائرة بين الطرفين، وتسليط الضوء على القضية الفلسطينية، والصراع الإسرائيلي الفلسطيني، واستخدام الباحث المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي والمقارن، وخلصت الدراسة إلى أن الصراع الفلسطيني مع الاحتلال الاسرائيلي هو صراع ذو طبيعة وجودية لا يمكن حله بالشكل الحالي، ولكن يمكن إدارته ومحاولة تكبير المكاسب وتصغير الخسائر، وهو يعدُّ بيئة متجددة دائمة التشكيل والتحول تسيطر عليها المصالح والأحداث الجغرافية والسياسية، وكذلك إلى التشكلات العربية والعالمية التي تتحكم فيها توازنات القوى الدولية وأوصت الدراسة إلى ضرورة استغلال التغير العربي على المستوى الاقليمي والقيام بمفاوضات في إطار استراتيجية فلسطينية جديدة فعالة تحدث أزمة لتضع حكومة الاحتلال الإسرائيلي أمام مسؤولياتها كدولة محتلة، بحيث تؤدي إلى تدخل القوى الدولية لاسيما الولايات المتحدة الأمريكية، والاتحاد الأوروبي وأيضاً والمجتمع

أفضل وسيلة من بين وسائل الدبلوماسية التي نصت عليها الأمم المتحدة لتسوية النزاعات الدولية، كما أن البعثات الدبلوماسية والقنصلية تؤدي دوراً مهماً في حل النزاعات وأوصت الدراسة بضرورة إنشاء مراكز خاصة لإدارة الأزمات، والعمل على تدريب الدبلوماسيين والوفود التفاوضية والقائمين على حل النزاعات.

5. دراسة (توام، 2013) بعنوان: «دبلوماسية التحرر الوطني-التجربة الفلسطينية»، هدفت الدراسة إلى التعرف إلى العمل الدبلوماسي الفلسطيني، إذ استعرض الباحث التجربة الفلسطينية المتمثلة بالعمل السياسي سواء من الناحية القانونية، أو السياسية، أو الدبلوماسية، وأشار الباحث إلى وجود ثلاث مراحل مر بها الشعب الفلسطيني، وهي: مرحلة الوحدة للحركة الوطنية الفلسطينية، والعمل المسلح، ومرحلة العمل السياسي، والاعتراف الدولي بالحقوق الوطنية الفلسطينية، وأخيراً مرحلة الاعتراف بالدولة الفلسطينية، وخلصت الدراسة إلى أن النشاط الدبلوماسي للحركة الوطنية الفلسطينية، قد أثر في العلاقات الدولية كونه شخفاً من أشخاص القانون الدولي، وأكدت الدراسة ثنائية المقاومة المسلحة بجانب العمل السياسي الدبلوماسي، وأوصت الدراسة بضرورة استخدام القانون الدولي كأحد أشكال المقاومة السلمية المكفولة والمشروعة في النضال، لنيل الحقوق، وتقرير المصير، وتقييم ومراجعة النشاط السياسي بعد قيام السلطة الفلسطينية لتقييم

الدولي ككل بصورة مؤثرة.

ثالثاً: الدراسات الأجنبية

1. دراسة (كومان، 2011) بعنوان: „ U.s. mediate public diplomacy in a crisis: romanian case analysis of romanian .media versus u.s. embassy framing

دراسة بعنوان: توسط الدبلوماسية العامة في أزمة: الرومانية في وسائل الإعلام مقابل الولايات المتحدة الأمريكية، هدفت الدراسة إلى معرفة حالة الدبلوماسية الرسمية للولايات المتحدة الأمريكية في رومانيا من خلال تحليل وتوثيق الإعلام مع توضيح تناول وسائل الإعلام لهذا الموضوع، وخلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الرومانية أطرت الأزمة الدبلوماسية العمومية بطريقة مختلفة عن تأطير المسؤولين الأمريكيين لها، وأن الولايات المتحدة الأمريكية فشلت في تعزيز تأطير الأزمة الدبلوماسية العمومية إلى وسائل الإعلام الرومانية ومن ثم للجمهور، وأوصت بضرورة الاهتمام الكافي بوسائل الإعلام المختلفة، وذلك لقدرته على أداء الأدوار ومساندة الدبلوماسية الدولية.

2. دراسة (يانغ، 2011) بعنوان: „ A Relational Approach to Public Diplomacy in a Multipolar World: Understanding the U.S. – China—Russia Relationship Concerning Libya through the People’s Daily Newspaper

دراسة بعنوان: نهج العلاقة الدبلوماسية العامة في عالم متعدد الأقطاب: الولايات

المتحدة -الصين وروسيا والعلاقة بينهما من خلال صحيفة الشعب اليومية هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مدى تناول صحيفة الشعب اليومية لطبيعة العلاقات الدبلوماسية بين الولايات المتحدة الأمريكية، والصين، وروسيا باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وخلصت الدراسة إلى نتائج كان أهمها هناك اهتمام كبير لدى الصحيفة في تناول طبيعة العلاقات الدبلوماسية بين تلك الدول ، وقد تبين ازدياد الاهتمام عند وجود حدث سياسي، أو حدث اقتصادي، وأوصت الدراسة بضرورة استغلال الصحف الإخبارية في تمرير الخطابات السياسية بين الدول الكبرى الولايات المتحدة الأمريكية، والصين، وروسيا بشكل أكبر، وتخصيص مساحات صحفية لاطلاع القارئ بمجريات العلاقات الدبلوماسية.

3. دراسة (بويل، 2008) بعنوان: „ The impact of television news on political participation and interest in the US presidential election

دراسة بعنوان: „تأثير الأخبار التلفزيونية في المشاركة السياسية والاهتمام في الانتخابات الرئاسية الأمريكية، هدفت الدراسة إلى معرفة قدرة وتأثير النشرات الإخبارية التلفزيونية في المشاركة السياسية ومدى اهتمام الناخب الأمريكي بتلك الوسائل في حال الانتخابات، وخرجت الدراسة بنتائج كان أهمها: أن مصادر المعلومات لا حدود لها في انتشار المعلومات السياسية، وتعدُّ الأخبار من أهم المصادر التي

السياسية باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: أن هناك تطورا ملحوظا للإعلام الجماهيري، وقدرته على التأثير في وسائل الإعلام، ونتجت عن الدراسة أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً مهماً في الحصول على المعلومات من خلال التقارير والتحليلات الإخبارية والصحافة الاستقصائية، وعظم الدور الذي تؤديه القنوات الفضائية في إيصال المعلومات السياسية للمجتمع.

التعقيب على الدراسات السابقة وحدود

الاستفادة منها:

من خلال استعراض الدراسات السابقة، المحلية منها، والعربية، والأجنبية وجد الباحثان أن للإعلام أهمية كبيرة في النواحي السياسية، والدبلوماسية، ومما لا شك فيه أن الباحثين قد استفادوا استفادةً كبيرة من خلال اطلاعهما على الدراسات والأبحاث السابقة ذات العلاقة بالموضوع، ومما توصلت إليه تلك الدراسات في مجالات متعددة كالإعلام والدبلوماسية والاعتراف بالدولة، وهذه الاستفادة قد أثرت الباحثين بأفكار جديدة، وبالكثير من المعلومات، وتعززت لديهما بعض القنوات لدور وسائل الإعلام في المجالات كافة، ويحاول الباحثان من خلال اطلاعهما على الدراسات والأبحاث السابقة الابتعاد كل البعد من التكرار، ومحاولة الإتيان بجديد خدمة للوطن، وللأجيال القادمة، والبحث العلمي على وفق الآتي:

- ساعدت الدراسات السابقة الباحثين على الإلمام بشكل كبير بموضوع الإعلام والنواحي

يعتمد عليها الناخب الأمريكي في اختيار الرئيس، وكذلك التقارير الإخبارية.

4. دراسة (ارينجو، 2007) بعنوان: **TE- LEVISION INFLUENCE AND POLITICAL PARTICIPATION OF NIGERIA'S UNSEEN MINORITY**

دراسة بعنوان: «تأثير التلفزيون بالمشاركة السياسية للأقلية في نيجيريا بالمقارنة مع الآخرين»، وهدفت الدراسة إلى معرفة حجم المشاركة السياسية الفاعلة من خلال رصد الحملات الإعلامية الانتخابية على شاشة التلفزيون والتصويت ووقت الانتخابات، وسعت هذه الدراسة إلى تحديد مدى تأثير التلفزيون في إشراك السكان في العملية الانتخابية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ونتج عن الدراسة أن المواطنين في نيجيريا لديهم تشعب كبير، وهذا ناتج إلى حد كبير من قبل وسائل الإعلام، وكذلك وجود علاقة ذات دلالة بين المواطنين والتعرض للتلفزيون والمشاركة السياسية شجعت البث لهم البحث عن مزيد من المعلومات حول الأحزاب السياسية والمرشحين للانتخابات. وأوصت الدراسة بضرورة زيادة الاهتمام بالتلفزيون كعامل تأثير في المجتمع النيجيري.

5. دراسة (كيران، 2002) بعنوان: «، **Mass media and political attention**

دراسة بعنوان: «وسائل الإعلام والاهتمام السياسي»، هدفت الدراسة إلى معرفة قيمة الإعلام الجماهيري ومدى اهتمامه بالنواحي

العنكبوتية ،،الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث شهدت فلسطين في السنوات الأخيرة تطورات كبيرة على صعيد الإعلام الفلسطيني بوسائله كافة ويرجع ذلك إلى انتباه القيادة الفلسطينية إلى أهمية الإعلام المحوري ودوره في تغطية الأحداث والقضايا الداخلية والخارجية على حد سواء (أبو شباب،2012، :3).

وعلى إثر ذلك مرت القضية الفلسطينية بمراحل مهمة، ومفصلية خطيرة كالانقسام الفلسطيني في قطاع غزة، والأحداث المؤسفة التي حلت بها، والحصار الإسرائيلي لقطاع غزة، والعدوان المتكرر، على الشعب الفلسطيني كافة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى سعت السلطة الوطنية الفلسطينية إلى الحصول على مقعد بصفة مراقب في هيئة الأمم المتحدة، والتي تأتي هذه الدراسة لتناقش حجم التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة.

تعددت الوظائف الأساسية للإعلام، وذلك لتعدد المشاركات التي يدخلها الإعلام في الكثير من المجالات، إذ ينظر إليه على أنه تعريف بقضايا العصر وبمشكلاته، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات، والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأسايب المشروعة لدى كل نظام وكل دولة، وخلال هذا الفصل سوف نتعرف إلى مفهوم الإعلام الفلسطيني، وعلاقة النظام الإعلامي بالنظام السياسي،

الدبلوماسية والنواحي السياسية.

- ساعدت الباحثين في تحديد المشكلة وصياغة التساؤلات المتعلقة بالدراسة، وضبط الفروض، والأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها.
- تكونت لدى الباحثين قاعدة بيانات، ومعلومات تفيد الجانب النظري، والجانب التطبيقي.
- وفرت الدراسات السابقة قائمة كبيرة من الابحاث والمراجع التي تفيد الدراسة في كلا الجانبين.
- ساعدت الدراسات السابقة في تكوين صحيفة (الاستبيان) والتي وزعت على عينة الدراسة.



الفصل الثاني

المبحث الأول:

مقدمة :

بات الإعلام في واقعنا المعاصر يشكل عصب الحياة، وبخاصة بعد الانتشار الواسع للبحث الإعلامي بأشكاله المختلفة: المقروءة، والمسموعة، والمرئية، أو عبر الشبكات

وانعكاس ذلك على الواقع الحالي للمجتمع الفلسطيني.

نشأ الإعلام الفلسطيني لتوسيع مداركات وثقافات المجتمع الفلسطيني؛ بقضاياها السياسية، والاجتماعية والاقتصادية، العسكرية، وكذلك نقل معاناته، وهمومه إلى العالم الخارجي مع توضيح إجراءات المحتل الإسرائيلي وممارساته الخاطئة (،) ويعدُّ الإعلام الفلسطيني انعكاساً طبيعياً لسياسات وتوجهات القيادة الفلسطينية، كون أن الإعلام مرتبط بالنظام القائم سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، ويساند البندقية بدورها العسكري.

وقد أشارت القيادة الفلسطينية إلى مفهوم الإعلام الفلسطيني على أنه «استثمار وسائل الإعلام والاتصال كافة، تجاه القضية الفلسطينية ودعمها على المستويات الفلسطينية، والعربية والدولية، بما يحقق توجه الرأي العام نحو الضغط المتواصل، والمنظم على القيادات الفاعلة، وصناع القرار في مختلف أرجاء المعمورة لاتخاذ المواقف، والقرارات التي

من شأنها أن تجعل من القضية الفلسطينية محوراً دائماً لاهتمام المجتمع الدولي، وتوفير الدعم للشعب الفلسطيني؛ لتحقيق أهدافه الوطنية في الحرية، وتقرير المصير، وإقامة دولته المستقلة على ترابه الوطني،» (أبو شنب، 2014،: 13).

2. علاقة النظام الإعلامي بالنظام السياسي:

هناك علاقة تكاملية تبادلية، ومتجذرة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي، إذ مثلت العلاقة بين النظامين الإعلامي، والسياسي موضوعاً لعدد كبير من الدراسات، والبحوث التي حاولت وضع نماذج عامة يمكن في ضوءها تحديد طبيعة العلاقة بينهما.

ويمكن أن نطرح بعض التساؤلات في هذا الخصوص: هل العلاقة علاقة اعتماد متبادل، أو علاقة خضوع وهيمنة؟ وما اتجاه هذه العلاقة، هل هي من وسائل الإعلام إلى النظام السياسي؟ أو من النظام السياسي إلى وسائل الإعلام؟ ويتحدد ذلك في ضوء أطر نظريات ومقاربات فكرية

متشابهة في بعض الجوانب ومختلفة في جوانب أخرى. ويمكن تقديم أنموذج العلاقة ذات الاتجاهين من خلال العلاقة التي تربط بين نظام وسائل الاتصال، والنظام السياسي، فكل النظامين يعتمد على الآخر في الحصول على مصادره، وكذلك في تحقيق أهدافه، وهناك تغير في علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام، إذ إن الإعلام الرسمي هو قراءة للنظام الحاكم في كثير من المواقف، ويعدُّ وسيطاً بين الاتصال السياسي والجمهور، ويشارك بدرجة كبيرة في صياغة التشكيلة السياسية في المجتمعات الديمقراطية، كون أن الإعلام هو منبر السياسة للجمهور بأنواعه، فهناك جمهور نخبوي تتأثر به وبطبيعة القضايا التي هي موضع اهتمامه، وجمهور عام يسهل التأثير فيه وتشكيل كينونته (عبدة، 2004،: 75).

وينظر إلى الإعلام على أنه وظيفة سياسية تستخدمها السلطة الحاكمة من أجل إقناع الجماهير بقضية معينة، أو تعبئة هذه الجماهير لموضوع

ما، وبذلك يكون الإعلام السياسي قد شارك في صناعة القرار السياسي، وبلورة الفكرة، ومن ثم يتم تصديرها للجمهور بوضعها النهائي، وحيث يتعاضم دور الإعلام السياسي وثقل ميزانه، لتعاضم الدور الإخباري الذي هو جوهر العملية الإعلامية بوسائلها المختلفة، بهذا تصبح وسائل الإعلام مصدر إشباع، ووظيفة سياسية للجمهور (العويني، 1985، 27).

فحسب؛ بل أصبحت في جوهر وصميم السياسة. ويعرّف الإعلام السياسي على أنه ، الإعلام الذي يتخذ السياسة موضوعاً له، ويزاوج في وظيفته بين فرعين من العلوم هما: علم الإعلام، وعلم السياسة فيستخدم الإعلام وسيلة، ويستخدم السياسة مضموناً، والوسائل الإعلامية توظف في خدمة موضوع

المؤسسة الرسمية، وهذا يجعل وسائل الإعلام الرسمية-الحكومية-تفقد الكثير من مصداقيتها، ويخلق هوة بينها وبين الجمهور الذي يخاطب، ويدفع القسم الأكبر من جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين للإعراض عنها (عودة، 2014، 3).

3. مدى تأثير النظام السياسي في

النظام الإعلامي:

يعدُّ الاتصال والتواصل أساساً لا غنى عنه، إذ إن الحاجة للاتصال نفسية، واجتماعية، وأساسية في النفس البشرية، فهو يبدأ من



من خلال مما سبق يمكن القول إن الإعلام بحاجة إلى السياسة لمعرفة مجريات الأمور لتوصيلها إلى الجماهير، والسياسة بحاجة إلى وسائل الإعلام لتنقل لهم وجهات

السياسة (الهاشمي، 2011، 30) وتسعى الحكومات والأنظمة السياسية من خلال امتلاكها لوسائل الإعلام الرسمية، والسيطرة عليها لتقديم خطاب يخدم توجهاتها المختلفة، خطاب أحادي غالباً، وهمه الوحيد إرضاء

البدايات الأولى في حياة الإنسان، وتمضي مع استمرار الحياة، لذلك فإن الاتصال يعني توافر إمكانيات الحياة، فوسائل الاتصال، في الواقع آلات مساعدة تزيد من قدرة المرسل على الاتصال بالآخرين عبر مسافات شاسعة، لذلك فإن معظم

نظرهم وآرائهم للجماهير إزاء موضوع معين، والسياسة تريد القوة الإعلامية لتحقيق أهدافها وما تصبو إليه من القضايا والمشكلات، إذ يمكن القول في الوقت الراهن أن العملية الإعلامية ليست تابعة للسياسة

النفس البشرية، فهو يبدأ من البدايات الأولى في حياة الإنسان، وتمضي مع استمرار الحياة، لذلك فإن الاتصال يعني توافر إمكانيات الحياة، فوسائل الاتصال، في الواقع آلات مساعدة تزيد من قدرة المرسل على الاتصال بالآخرين عبر مسافات شاسعة، لذلك فإن معظم القرارات والسياسات التي تحكم حياتنا ونصر عليها هي نتيجة وجود مسوغات وتفسيرات نجح متخذو القرارات وصانعو السياسات في إقناعنا بها عن طريق استخدامهم لوسائل الإعلام، مما يعطينا إشارة واضحة إلى أهمية وسائل الإعلام بالنسبة لمتخذي القرارات (مكاوي، 2008، :301).

ويعدّ علماء السياسة وسائل الاتصال أنها جزءاً من النظام السياسي، إلا أنهم ينظرون إليها على أن دورها يأتي في المرتبة الثانية، بمعنى أن الحدث أو التغيير السياسي تصنعه الصفوة السياسية، أو قادة الجماعات الاجتماعية المهمة، ثم تأتي وسائل الإعلام لتدعم هذا التغيير، ثم تلجأ هذه المؤسسات السياسية أو الأحزاب إلى عدد من الاستراتيجيات والتكتيكات والوسائل لتقليل حالة عدم التيقن لدى المستهلك السياسي وإقناعه بمنتجها السياسي، لضمان ثقته ورضاه، ومن هذه الوسائل الاتصال الجماهيري التي يستخدمها الحزب لتقديم رؤيته للقضايا السياسية، والاقتصادية ذات البعد القومي ووسائل الاتصال الشخصي من لقاءات، ومؤتمرات، وحلقات نقاش، والتي تعد مهمة للجمهور (منصور، 2001، :255).

القرارات والسياسات التي تحكم حياتنا ونصر عليها هي نتيجة وجود مسوغات وتفسيرات نجح متخذو القرارات وصانعو السياسات في إقناعنا بها عن طريق استخدامهم لوسائل الإعلام، مما يعطينا إشارة واضحة إلى أهمية وسائل الإعلام بالنسبة لمتخذي القرارات (مكاوي، 2008، :301).

ويعدّ علماء السياسة وسائل الاتصال أنها جزءاً من النظام السياسي، إلا أنهم ينظرون إليها على أن دورها يأتي في المرتبة الثانية، بمعنى أن الحدث أو التغيير السياسي تصنعه الصفوة السياسية، أو قادة الجماعات الاجتماعية المهمة، ثم تأتي وسائل الإعلام لتدعم هذا التغيير، ثم تلجأ هذه المؤسسات السياسية أو الأحزاب إلى عدد من الاستراتيجيات والتكتيكات والوسائل لتقليل حالة عدم التيقن لدى المستهلك السياسي وإقناعه بمنتجها السياسي، لضمان ثقته ورضاه، ومن هذه الوسائل الاتصال الجماهيري التي يستخدمها الحزب لتقديم رؤيته للقضايا السياسية، والاقتصادية ذات البعد القومي ووسائل الاتصال الشخصي من لقاءات، ومؤتمرات، وحلقات نقاش، والتي تعد مهمة للجمهور (منصور، 2001، :255).

تفقد الكثير من مصداقيتها، ويخلق هوة بينها وبين الجمهور الذي يخاطب، ويدفع القسم الأكبر من جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين للإعراس عنها (عودة، 2014، :3).

3. مدى تأثير النظام السياسي في النظام الإعلامي:

يعدّ الاتصال والتواصل أساساً لا غنى عنه، إذ إن الاتصال حاجة نفسية، واجتماعية، وأساسية في



المبحث الثاني:

القضايا السياسية الفلسطينية وانعكاسها على الجهود الدبلوماسية:

1. طلب فلسطين الانضمام إلى هيئة الأمم المتحدة بصفة دولة:

استوفت دولة فلسطين الشروط المطلوبة كافة لإقامة دولة مستقلة على وفق معاهدة مونتيفيديو عام (1933) التي تحدد حقوق الدول وواجباتها، وجاء في نص الطلب: إن شعبنا الفلسطيني هو الشعب الذي أقام بشكل دائم على أرضه، وله الحق في تقرير مصيره والذي اعترفت به الأمم المتحدة مراراً وتكراراً، كما اعترفت بهذه الحقوق محكمة العدل الدولية في عام (2004)، بالإضافة إلى حقنا المسلم به في الإقامة على أراضيها، بحدود عام (1967) على الرغم من الاحتلال الإسرائيلي لها، وكذلك لدينا القدرة على إقامة علاقات مع دول الجوار، ودول العالم الأخرى، ولدينا سفارات، وبعثات دبلوماسية في أكثر من (100) دولة، ولقد أشار البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، والاتحاد الأوروبي إلى أن القواعد المؤسساتية اللازمة لإقامة دولة فلسطين العتيده باتت جاهزة (منظمة التحرير الفلسطينية، مكتب المفاوضات، 2011، 5):

وبعد انسداد الأفق لتحريك العملية السلمية وتعثر المفاوضات السياسية مع الحكومة الإسرائيلية، تحركت السلطة الوطنية الفلسطينية خطوة دبلوماسية إلى الأمم في سبيل انتزاع الاعتراف الدولي بدولة فلسطين عضواً كاملة العضوية في هيئة الأمم المتحدة على حدود عام (1967) في (2011-09-23) كونها مكتملة الأركان من شعب، وأرض، وحكومة واستحقاق طبيعي لاتفاقية أوسلو؛ ولكن اصطدم هذا التوجه بالفيتو الأمريكي(،) الذي طالما دافع عن الكيان الإسرائيلي دون النظر إلى احتياجات الشعب الفلسطيني صاحب القضية العادلة، ولكن على وفق القوانين الدولية المعمول بها في هيئة الأمم المتحدة يحتاج أولاً: موافقة الدول الخمس الأعضاء الدائمة العضوية في الاعتراف بفلسطين دولة كاملة العضوية وهم: (الولايات المتحدة الأمريكية، وروسيا، والصين، فرنسا، وبريطانيا) وهذا الذي لم تحظ به الدولة الفلسطينية من خلال الفيتو الأمريكي، والتحريك الإسرائيلي. (عريقات، 2012، 23).

2. فلسطين عضو بصفة مراقب في هيئة الأمم المتحدة:

إن عدم المساندة الأمريكية لخطوات السلطة الوطنية الفلسطينية الدبلوماسية لم تثنها عن تحقيق الحلم الفلسطيني بإقامة الدولة الفلسطينية ولو في أقل ما

يمكن من أرض فلسطين، فتحررت السلطة الفلسطينية بخطوة ثانية محسومة النتائج، ولا قيمة للفيتو الأمريكي في معارضتها فيه ألا وهي الحصول على دولة عضو بصفة مراقب في هيئة الأمم المتحدة، (المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية، 2013، 167).

بالنظر السريع لاتجاهات التصويت في الأمم المتحدة يتبين ما يلي: من أصل (230) دولة، اعترف بدولة فلسطين (193) وتمثل 95% من عضوية الجمعية العامة لهيئة الأمم المتحدة قد صوت بالقبول، و(9) وتمثل 5% صوت بالرفض وهم (الولايات المتحدة الأمريكية، إسرائيل، كندا، بنما، تشيكيا، جزر مارشال، ميكرونيزيا، ناورو، وبالاو)، وهذا يعدّ مكسباً، وإنجازاً سياسياً كونه رفع مكانة فلسطين إلى دولة عضو بصفة مراقب في هيئة الأمم المتحدة، وهذه النتيجة، بمدلولها السياسي تظهر حقيقة توفر الشروط لاستعداد المجتمع الدولي للاعتراف بمكان فلسطين كدولة كاملة العضوية في الأمم المتحدة. (سليمان، وآخرون، 2015، 133)

3. المدلول السياسي للتصويت على منح فلسطين عضو بصفة مراقب: جاءت عضوية دولة فلسطين بصفة

مراقب في هيئة الأمم المتحدة: لترفع الإجحاف المزدوج الذي ألحقه اتفاق أسلو بالحقوق الوطنية: كالهبوط بمكانة الاستقلال إلى الحكم الذاتي، وبمكانة الأرض المحتلة إلى الأرض المتنازع عليها، وإن المكسب المحصّل لدولة فلسطين خطوه مهمة -لا شك- فيه على طريق فك القيود من اتفاقات أوسلو، وهذه المكانة لم يكن بالإمكان إدراكها لولا اتساع دائرة القناعة على أوسع نطاق دولياً، والموعد لإنصاف الشعب الفلسطيني قد اقترب مع الحقوق الوطنية المشروعة، وهذا يستخلص من خلال اتجاهات التصويت في الجمعية العامة للأمم المتحدة. (سليمان، وآخرون، 2015، 130)

في ضوء ما تقدم من الطبيعي التذكر بأن المنحى الإيجابي للموقف الدولي تجاه الحقوق الوطنية للشعب الفلسطيني يتحرك بشكل نسبي - وإلى حدٍ ما- بالشكل المطلوب، هذا من جهة ومن الجهة الأخرى نجد هناك تحسناً، وتحسّساً في الأداء السياسي، والدبلوماسية الفلسطينية.

4. التداعيات الإيجابية من هذه الخطوة:

توجهت القيادة الفلسطينية إلى هيئة الأمم المتحدة لنيل الاعتراف بدولة فلسطين بصفة مراقب،

وذلك من خلال تقديم طلب رسمي للأمم المتحدة إذ جيشت الجيوش الدبلوماسية (،) بين دول العالم لكسب الثقة وأصبحت القيادة الفلسطينية قيادة مكوكية تطوف شرقاً، وغرباً، شمالاً، وجنوباً لطلب المساندة من دول العالم، ويمكن إجمال المكاسب التي سوف تتمخض عن هذا الاعتراف ما يلي: (رسلان، 2013، 5).

- الحصول على وضع دولة بصفة مراقب، وتثبيت القرارات المتعلقة بقضية فلسطين كافة.

- عزل الاحتلال الإسرائيلي ومحاصرته سياسياً ودبلوماسياً.

- إمكانية الانضمام إلى المحافل، والاتفاقيات الدولية، ومن أهمها محكمة الجنايات الدولية.

- توسيع حضور ومشاركات دولة فلسطين في هيئة الأمم المتحدة وعدّها شخفاً من أشخاص القانون الدولي.

- الرجوع إلى العمق العربي والإسلامي لتبني القضية الفلسطينية من جديد.

- التفكير في أساليب خلاقة ومبدعة للمقاومة الشعبية السلمية، وخلق أفكار جديدة بكل ما يتوفر لدينا من مقومات.

1. التحديات التي تواجه الدولة

الفلسطينية:

- واجهت قيادة السلطة الوطنية الفلسطينية في سبيل حصولها على دولة عضو بصفة مراقب تحديات كبيرة أثرت سلباً في مشروع الدولة كما أشار (الأعرج، 2013، 34) وذلك على وفق الآتي:
- الرفض الأمريكي والإسرائيلي لحق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره؛ لأن طبيعة هذا الاعتراف يُفضي إلى نفس الأفكار الصهيونية الرامية لإقامة دولة يهودية في الإقليم العربي.
 - الوضع العربي المتردي والمنقسم على ذاته، وكثرة الخلافات السياسية بين الدول العربية.
 - الانقسام الفلسطيني البغيض الذي أضر بالقضية الفلسطينية بصورة كبيرة.
 - تجميد تحويل الضرائب للسلطة الفلسطينية، مما أدخل السلطة في ضائقة مالية أثرت سلباً في خططها التنموية.



1. منهج الدراسة: استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، الذي يتناول وصف وتحليل حجم التغطية الإعلامية الفلسطينية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة، ويقوم المنهج على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً وكمياً، كما لا يكتفي هذا المنهج عند جمع المعلومات المتعلقة بالظاهرة من أجل استقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، بل يتعدى ذلك إلى التحليل والربط والتفسير، للوصول إلى النتائج
2. مجتمع الدراسة: يشتمل مجتمع الدراسة على الإعلاميين، والمؤسسات الإعلامية العاملة

الفصل الثالث- المبحث الأول: منهجية الدراسة وإجراءاتها: مقدمة:

استعرض الباحثان في هذا الفصل النتائج العامة للدراسة، حيث تهدف الدراسة إلى التعرف إلى آراء النخب الإعلامية في التغطية الإعلامية الفلسطينية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة، ويتناول هذا الفصل منهجية الدراسة التي تم اتباعها وإجراءاتها، من حيث المنهج، والمجتمع، والعينة، والأداة، وصدق الاستبانة، وثباتها، المستخدمة، ومصادر البيانات.

□ منهجية الدراسة:

من الدراسات التي قامت بإجراء دراسات تطبيقية على مجتمعات بحث مماثلة لمجتمع هذه الدراسة ومن خلال المؤسسات ذات العلاقة وبلغ عددهم (170) فرداً، وتم جمع (150) استبانة من أصل المجموع الكلي، وذلك لامتناع بعض المبحوثين من تعبئة الاستبانة، ويرجع ذلك بسبب انشغالهم، أو عدم تمكنهم من الإجابة، وكذلك وجود بعض الاستبانات غير المكتملة فتم استبعادها.

4. أداة الدراسة: تم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة، والتي تم تصميمها خصيصاً، للتعرف إلى آراء النخب الإعلامية الفلسطينية في التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة، وتتكون الاستبانة من:

5. خصائص عينة الدراسة:
أ. النوع:

جدول رقم (1): توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب النوع

م	النوع	التكرار	النسبة المئوية %
1.	ذكر	119	79.3
2.	أنثى	31	20.7
	المجموع	150	100%

تشير بيانات الجدول السابق رقم (1) إلى توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب النوع، حيث شكلت نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث بواقع 79.3%، وهي تمثل أكثر من ثلثي المبحوثين موضع التحليل، بينما بلغ عدد الإناث 20.7%، وتعدّ هذه النسب واقعية تعكس التركيبة المهنية في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، ويرجع

في قطاع غزة في مجال الاعلام، وبحسب آخر إحصائية من نقابة الصحفيين، فقد بلغ عدد الصحفيين الفلسطينيين بقطاع غزة (950)، وتم اختيار عينة الدراسة طبقاً لأسلوب الحصر الشامل (،،)، وبالبالغ عددها (100) من أصل مجتمع الدراسة، والبالغ عددهم (170) صحفياً وأكاديمياً من النخبة الإعلامية ما بين (رئيس تحرير، مدير تحرير، وكاتب إعلامي)، من الذين أمضوا في العمل الإعلامي أكثر من عشرة أعوام، وبالنسبة إلى الأكاديميين العاملين في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الفلسطينية بقطاع غزة؛ فقد بلغ عددهم عن طريق استخدام الحصر الشامل (70) أكاديمياً(،،،،) ما بين مثبتين، وبنظام الساعة، وحيث يتناسب هذا المجتمع مع الدراسة من النخبة الإعلامية الفلسطينية، ومنها يتكون المجتمع محل الدراسة، مما يساعد في تحقيق الهدف الرئيس من هذه الدراسة، وكذلك بوصفهم أكثر الفئات المهنية القادرة على تقييم أداء، ودور الوسائل الإعلامية الفلسطينية بحكم الدراية والخبرة في المجال الإعلامي.

3. عينة الدراسة: تعتمد الدراسة على العينة العمدية، بنظام الحصر الشامل (،،،،،) على النخبة الإعلامية الفلسطينية، والمقيمين في محافظات قطاع غزة، حيث وزعت صحيفة الاستبانة من خلال المقابلة المباشرة، والانتظار حتى قيام المبحوث بتعبئتها، وذلك مدة شهر بتاريخ (2016\10\05) حتى (2016\11\07)، وقام الباحث بتحديد المفردات للعينة، التي أجريت عليها الدراسة من خلال الاطلاع على مجموعة

ذلك إلى كون المناصب الإشرافية، والقيادية يكثر فيها الذكور عن الإناث، ولاسيما في المؤسسات الإعلامية، ونظراً لطبيعة المجتمع الفلسطيني المحافظ إلى حد ما، وخصوصية المهنة في المجال الإعلامي، وعدم تقبل نسبي للعديد من فئات المجتمع لعمل المرأة في المجال الإعلامي وأنشطته المختلفة؛ أدى إلى أن العاملين في المجال الإعلامي من الذكور يزيد بمقدار الثلثين على عدد العاملين من الإناث في هذا المجال؛ لذلك جاءت النسبة المئوية لاستجابات المبحوثين وفقاً للمتغير الديمغرافي «النوع»، وفقاً لما ذكر في الجدول في أعلاه، وهذا ما أشارت إليه المركز الإحصائي الفلسطيني لعام 2016 من تدني نسبة مشاركة الإناث في العمل إذا ما قورنت بنسبة الذكور (،).

ب. العمر:

جدول رقم (2): توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب العمر

م.	العمر	التكرار	النسبة المئوية %
1.	45-41	48	32.0
2.	40-35	40	26.7
3.	46 فأكثر	37	24.7
4.	34-28	25	16.6
	المجموع	150	%100

تظهر بيانات الجدول السابق رقم (2) توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب العمر ما بين 41-45 فأقل بلغت 32.0% أي تعادل قريباً من ثلث المبحوثين موضع التحليل، ويرى الباحثان أن ذلك يعزى إلى أن العاملين في المجال الإعلامي من أكاديميين وكتاب إعلاميين ورؤساء تحرير ومديري تحرير يكونون خلال هذه الفئة العمرية على قدر من الوعي الإعلامي، ويشغلون مناصب إعلامية، وأكاديمية عليا في المؤسسات الإعلامية، والأكاديمية المختلفة، إذ إن هذه الفئة تحتاج إلى مدة زمنية كبيرة لاكتساب الخبرات، والحصول على مناصب إشرافية في المؤسسات الإعلامية، ويكون ذلك بشكل أقل للعينة العمرية 35-40 فأقل 26.7%، بينما تعكس نسبة الاستجابات للفئة 28-34 فأقل 16.6% أي ما يعادل أقل من ربع المبحوثين، وهذه الفئة العمرية أقل الفئات التي يمكن أن تكون من النخب الإعلامية الفلسطينية، فلا يكونون بقدر كافٍ من الخبرة والمهارات الإشرافية التي تؤهلهم لشغل مناصب إدارية وأكاديمية في المؤسسات.

ت. طبيعة العمل:

جدول رقم (3): توزيع أفراد مجتمع الدراسة بحسب طبيعة العمل

تشير بيانات الجدول السابق رقم (3) إلى تنوع استجابات المبحوثين في عينة الدراسة، وذلك لتحقيق نتائج متكامل فيما بينها، وذلك لوضع استراتيجية إعلامية، توضح حجم التغطية الإعلامية الفلسطينية للجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة في هيئة الأمم المتحدة، وقام الباحثان بتوزيع

(100) استبانة على النخب الإعلامية في المجال الإعلامي، مقابل (70) استبانة على العاملين في

م.	طبيعة العمل	عدد مجتمع الدراسة	النسبة المئوية %
1.	أكاديمي إعلامي	70	41.2
2.	مدير تحرير	40	23.5
3.	كاتب إعلامي	40	23.5
4.	رئيس تحرير	20	11.8
	المجموع	170	% 100

مؤسسات التعليم العالي، ونظراً لأن عدد النخب الإعلامية في المجال الإعلامي بشكل عام (رئيس تحرير، مدير تحرير، كاتب إعلامي)، يكونون أكبر من عدد الأكاديميين المتخصصين بالمجال الإعلامي في المؤسسات التعليم العالي، فقد قام الباحثان بتوزيع هذه العينة على جميع فئات النخب الإعلامية الفلسطينية المذكورة في أعلاه على وفق التوزيع الديمغرافي للعينة.

ث. المؤهل العلمي:

جدول رقم (4): توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب المؤهل العلمي

م	المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية %
1.	بكالوريوس	81	54.0
2.	ماجستير	52	34.7
3.	دكتوراه	17	11.3
	المجموع	150	%100

يشير الجدول السابق رقم (4) توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب المؤهل العلمي حيث جاء ما نسبته 54.0% بكالوريوس من النخب الإعلامية قد شكلوا أعلى نسبة من استجابات المبحوثين، ويرى الباحثان أن ذلك يرجع إلى أن العمل في المجال الإعلامي في المؤسسات الإعلامية المختلفة لا يتطلب بالضرورة الحصول على شهادات عليا في العلوم الإعلامية، وإنما يعتمد بالأساس على الخبرات والمهارات الإعلامية والإشرافية والقيادية التي يكتسبونها من خلال ممارستهم للعمل، وأن ما نسبته 34.7% من حملة شهادة الماجستير، وفي الجانب الآخر من النخب الإعلامية حملة الشهادات العليا يميلون أكثر إلى العمل في مؤسسات التعليم العالي في الجانب الأكاديمي بشكل أكبر، وهذه المؤسسات عددها قليل مقارنة بمؤسسات العمل الإعلامي الأخرى، بالإضافة إلى أن الحصول على شهادة الدراسات العليا يتطلب وقتاً وجهداً، وتفرغاً، وتكاليفاً عالية نسبياً للحصول على هذه الشهادات، وهذا ما يظهر عينة حملة شهادات الدكتوراه حيث يمثلون أقل نسبة لاستجابات المبحوثين بواقع 11.3% من العينة، وهذه نسبة يراها الباحث معقولة؛ كون أن النسبة الكبيرة في المجتمع الفلسطيني من يتخرجون بدرجة البكالوريوس (،) أكثر من خريجي الدراسات العليا، وهذا يعكس واقع المجتمع الفلسطيني، حيث لم

تمنح الجامعات الفلسطينية درجة الدكتوراه في الإعلام في قطاع غزة حتى الآن، وهذا يعكس

م	طبيعة العمل	التكرار	النسبة المئوية %
1.	أكاديمي إعلامي	61	40.7
2.	مدير تحرير	36	24.0
3.	كاتب إعلامي	35	23.3
4.	رئيس تحرير	18	12.0
	المجموع	150	%100

أهمية التعليم لدي المجتمع الفلسطيني.

ج. طبيعة العمل:

جدول رقم (5): توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب طبيعة العمل

يشير الجدول السابق رقم (5) إلى توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب طبيعة العمل، حيث جاء ما نسبته 40.7% من عينة الدراسة يعمل أكاديمياً وإعلامياً، ويرجع ارتفاع مستوى العينة نظراً لطبيعة المجتمع الفلسطيني مجتمع متعلم، وقد اهتم الباحث بتلك العينة وذلك بحكم تعاملهم مع جمهور، متعدد الثقافات وقدرتهم مع باقي عينة الدراسة على النقد البناء، وجاء ما نسبته 24.0% يعمل مدير تحرير، وما نسبته 23.3% يعمل كاتباً إعلامياً، و12.0% يعمل رئيس تحرير.

ح. الانتماء والتوجه السياسي:

جدول رقم (6): توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب الانتماء والتوجه السياسي

م	الانتماء والتوجه السياسي	التكرار	النسبة المئوية %
1.	غير منتم	45	30.0
2.	حركة حماس	40	26.7
3.	حركة فتح	38	25.3
4.	الجهاد الإسلامي	14	9.3
5.	الجهة الديمقراطية	6	4.0
6.	الجهة الشعبية	4	2.7
7.	حزب الشعب	3	2.0
	المجموع	150	%100

يشير الجدول السابق رقم (6) إلى توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب الانتماء والتوجه السياسي، حيث حصل المبحوثون غير المنتمين للأحزاب والفصائل الفلسطينية ما نسبته على 30.0% وهي تمثل ثلث المبحوثين في موضع الدراسة، ويعزي الباحثان ذلك إلى أن عدداً من أفراد عينة الدراسة موضع التحليل تخفي انتماءها، وذلك ربما لوجود فجوة بين الفصائل الفلسطينية والمجتمع، بسبب الوضع السياسي الفلسطيني المتأزم، والذي يموج بالصراعات الداخلية، ولربما حاجة في

نفس المبحوث أرادها من وراء إخفاء انتمائه، وأن ما نسبته 26.7% من استجابات المبحوثين لصالح حركة حماس، وجاءت حركة فتح بما نسبته 25.3%، بينما حصلت حركة الجهاد الإسلامي على ما نسبته 9.3% وحصلت الجبهة الديمقراطية بما نسبته 4.0% والجبهة الشعبية على ما نسبته 4.0% وحزب الشعب على 2.0%.



المبحث الثاني:

أولاً: تحليل الدراسة الميدانية والتعليق عليها:

مقدمة:



يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية، حيث تمت الإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار فرضياتها، ومن ثم تم تفسير النتائج والتعليق عليها، بالإضافة إلى بيان أوجه التشابه والاختلاف مع الدراسات السابقة.

الإجابة عن التساؤل الرئيس والتساؤلات الفرعية:

ما حجم التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية، فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة الفلسطينية؟
جدول رقم (7): هل كان لوسائل الإعلام الفلسطينية تغطية إعلامية، فيما يتعلق بالاعتراف

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	إلى حد ما	83	55.3
2.	نعم	41	27.3
3.	لا	26	17.4
	المجموع	150	%100

بالدولة؟

يستخلص من بيانات الجدول السابق رقم (7) أن ما نسبته 55.3% وهي تمثل أكثر من نصف عينة استجابات المبحوثين يشعرون إلى حدٍ ما أن الإعلام الفلسطيني قد قام بالتغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة الفلسطينية، وأن ما نسبته 27.3% وهي تمثل أقل من ثلث عدد المبحوثين موضع التحليل لديهم القناعة المؤكدة أن الإعلام الفلسطيني قد غطى الجهود الدبلوماسية؛ مما يعكس أن هناك دعماً نسبياً لوسائل الإعلام الفلسطينية للجهود الدبلوماسية، ويرى الباحثان أن هذه النتيجة تعدُّ طبيعية ويعزى ذلك للأسباب الآتية:

- وجود علاقة تكاملية تبادلية، ومتجذرة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي.
- أن وسائل الإعلام تعدُّ المحرك الأساسي في العملية السياسية، وفي الرأي العام، والسياسة

الخارجية.

- أن الأنظمة في الدول بحاجة إلى دعم الإعلام لإظهار خطوات قيادتها البناءة لجمع التأييد والمساندة الجماهيرية.

بينما هناك ما نسبته %17.4 وهي أقل من ربع المبحوثين يشعرون أن الإعلام الفلسطيني لم يرقم بالتغطية الكافية للجهود الدبلوماسية المبذولة، فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة ويرى الباحثان أن هذه النسبة تعدُّ قليلة إذا ما قورنت بحجم عينة الدراسة التي ترى وجود تغطية للجهود الدبلوماسية، وربما يرجع ذلك إلى أن هناك مؤسسات لها دور أكثر فاعلية من وسائل الإعلام في دعم الجهود الدبلوماسية كالسفارات الفلسطينية الموجودة في دول العالم.

تختلف هذه الدراسة مع دراسة (أبوهرديد، 2010) حول دور الإعلام الفلسطيني في النواحي السياسية حيث عدت، «أبوهرديد»، انه لا يوجد دور فعال للإعلام الفلسطيني في التنشئة السياسية، ويرجع الباحثان ذلك الاختلاف إلى بعد المسافة بين الدراستين، وكذلك لاختلاف مجتمع وعينة الدراستين.

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	نقل وقائع الجهود الدبلوماسية	74	31.7
4.	إثارة الرأي العام	67	28.7
5.	استضافة شخصيات سياسية وقانونية لشرح القضايا المتعلقة بالاعتراف بالدولة	61	26.1
6.	التركيز في الدول الداعمة للاعتراف بالدولة	27	11.5
7.	أخرى ...	2	0.8
	المجموع	233	%100

جدول رقم (8): أساليب تغطية الإعلام الفلسطيني للجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة الفلسطينية

(أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل للإجابة).

تشير بيانات الجدول السابق رقم (8) إلى أساليب دعم الإعلام الفلسطيني للجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة، إذ لاحظ الباحثان أن ما نسبته %31.7، وهي تمثل نحو ثلث المبحوثين ومن خلال التحليل ترى أن نقل وقائع الجهود الدبلوماسية حصلت على المرتبة الأولى في تغطية الجهود الدبلوماسية، بينما جاء التركيز في الدول الداعمة للاعتراف بالدولة بالمرتبة الرابعة، بما نسبته %11.5 وهي تمثل أقل من ربع المبحوثين، وهنا لاحظ الباحثان ما يلي:

- يعدُّ نقل وقائع الجهود الدبلوماسية أسلوباً فعالاً، قد شارك في دعم الجهود الدبلوماسية، فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة الفلسطينية، وهو ما جعل المجتمع الفلسطيني يتابع عن كثب مجريات الأحداث السياسية.

- ويتفهم الباحثان بروز هذه النسبة ويراهما طبيعية إذ إن نقل الوقائع المباشرة للمؤتمرات،

واللقاءات، وتصريحات القيادات الفلسطينية، لها بالغ الأثر في الجماهير التي تتابع مجريات الأمور، والمتابعة من قبل الجمهور الفلسطيني بشكل عام، وهذا ما يفسر ظهور إثارة الرأي العام في المرتبة الثانية كون أن وسائل الإعلام الفلسطيني قد تأثرت بالرأي العام وما يستجد من خلال النقل المباشر للأحداث.

- أن هناك ضعفا لدى الإعلام الفلسطيني في التركيز في الدول الصديقة التي وقفت بجانب الشعب الفلسطيني في مسعاه الرامي للحصول على دولة عضو بصفة مراقب في هيئة الأمم المتحدة، وربما يرجع ذلك لمتابعة التغطية الإعلامية الخاصة بخطوات القيادة الفلسطينية.

- وأشار عدد من استجابات المبحوثين ونسبتهم 0.8% والمعنونة بأخرى إلى أن من الوسائل الإعلامية التي قد قامت بالتغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية من خلال جعل يوم إعلام عربي، ودولي للمطالبة بالاعتراف بالدولة، ونشر التصريحات الخاصة بالتقدم الدبلوماسي فيما يخص ملف المفاوضات، وربما كان هذا مطلب في محله كونه سيشكل رأياً عاماً، ودولياً، سيجعل من القضية الفلسطينية موضع حضور، ونقاش.

جدول رقم (9): تأدية الإعلام الفلسطيني دوراً مهماً في دعم الجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	إلى حد ما	76	50.7
2.	نعم	39	26
3.	لا	35	23.3
	المجموع	150	100%

- تشير بيانات الجدول السابق رقم (9) إلى ما يلي: أن الإعلام الفلسطيني يؤدي دوراً مهماً في دعم الجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة، إذ لاحظ الباحثان أن ما نسبته 50.7% من استجابات المبحوثين، يشعرون إلى حد ما أن الإعلام الفلسطيني له دور مهم، ويليه ما نسبته 26% من استجابات المبحوثين، ترى بشكل مؤكد أن الإعلام يؤدي دوراً مهماً، وهذا يعكس أهمية وسائل الإعلام الفلسطينية ومحوريتها في القضايا السياسية.

- فيما أن 23.3% من استجابات المبحوثين لا يرون أن الإعلام الفلسطيني يؤدي دوراً مهماً في الجهود الدبلوماسية، ويعزو الباحثان ذلك إلى تعدد وسائل الإعلام الفلسطيني، وتعدد الأحزاب في المجتمع الفلسطيني، إذ إن هناك من الوسائل الإعلامية المحسوبة على الفصائل الفلسطينية كانت تتعامل مع الجهود الدبلوماسية كناقل للخبر وليس محل تحليل، ومناقشة.

جدول رقم (10): إن كانت الإجابة (بنعم أو إلى حد ما)، فما الذي يؤديه من الآتي من وجهة نظرك؟

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	يعطيها أولوية في نشراته الإخبارية	62	28.9
2.	يعطيها مساحة إعلامية برصد برامج سياسية	58	27
3.	ينفذ حملات إعلامية لدعمها	35	16.3
4.	يناقشها مع المسؤولين وصناع القرار	59	27.5
	المجموع	150	%100

(أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل للإجابة).

يظهر الجدول السابق رقم (10) أن الإعلام الفلسطيني قد أعطى أهمية في دعم الجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة وقد تمثل ذلك فيما يلي: إعطاء الأولوية لنشرات الأخبار جاءت في المرتبة الأولى، إذ إن ما نسبته 28.9% من استجابات المبحوثين، يرون أن إعطاء الأولوية في النشرات الإخبارية يشارك بشكل كبير في دعم الجهود الدبلوماسية، وهذا يعكس اهتمام الإعلام الفلسطيني بالنواحي الإخبارية، وبما نسبته 27% يرون أن استضافة الشخصيات القانونية والسياسية أيضاً تشارك في دعم الجهود الدبلوماسية، ويرى الباحثان أن هذه النتائج طبيعية في ظل الحاجة الماسة لمعرفة كل المعلومات المتعلقة بالجهود الدبلوماسية والأحداث في فلسطين، ومتابعة التطورات المتلاحقة خاصة في ظل الوضع الاستثنائي الذي يعيش فيه المجتمع الفلسطيني من حصار خانق لقطاع غزة، وتعثر المفاوضات الإسرائيلية الفلسطينية، والانقسام البغيض في البيت الفلسطيني.

جدول رقم (11): إن كانت الإجابة (بلا)، فما السبب باعتقادك؟

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	يرجع لسياسة المؤسسة الإعلامية	32	35
2.	بسبب الانقسام السياسي	17	18.6
3.	للاهتمام بحصار غزة	15	16.4
4.	الانتباه لقضايا أخرى	10	14.2
5.	الاهتمام بالعدوان المتكرر على قطاع غزة	7	7.6
6.	لنتاولها الوضع في القدس	7	7.6
	المجموع	91	%100

(أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل للإجابة).

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (11) أن عدداً من استجابات المبحوثين لا يرون أن الإعلام الفلسطيني بأنه يؤدي دوراً مهماً في دعم الجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة، إذ

إن ما نسبته 35% من استجابات المبحوثين، وهي نسبة قليلة إذا ما قورنت بالعينة التي أشارت إلى دعم واضح للإعلام الفلسطيني للجهود الدبلوماسية، وترى عينة من استجابات المبحوثين، أن سبب عدم الاهتمام يرجع لسياسات المؤسسة الإعلامية؛ مما يعكس الواقع نظراً لتعدد القوى والفصائل الفلسطينية في المجتمع الفلسطيني، إذ إن عدداً من الفصائل الفلسطينية لاسيما حركتي حماس والجهاد الإسلامي كانتا تناديان عبر وسائلهما الإعلامية بعدم أهمية خطوات القيادة الفلسطينية. وأن هذا الاعتراف المنقوص المزمع إعلانه لا يلبي طموحات شعبنا الفلسطيني، ولا تطلعاته.

كما أن الاهتمام بالاعتداءات المتكرر على قطاع غزة، وتناول وسائل الإعلام الوضع في القدس، جاءت لكل واحدة 7.6%. وهذا يشير إلى أن كثرة الأحداث في فلسطين وتدفق المعلومات قد يؤثر بشكل سلبي على إعطاء المساحة المطلوبة للتغطية الإعلامية في بعض القضايا وكذلك يربك المؤسسات الإعلامية ويجعلها في حراك دائم.

- تتفق هذه الدراسة مع دراسة (سلطان ،،)، (2011) إلى أن التغطية الإعلامية للأحداث السياسية والمستجدات يرجع إلى سياسة المؤسسة الإعلامية والسياسة الحزبية المسيطرة على الإعلام.
- وتتفق مع دراسة (سلطان) أن الانقسام السياسي بين القوى الكبرى في الساحة الفلسطينية (فتح، وحماس) قد انعكس على أداء الإعلام الفلسطيني والتغطية الإخبارية.
- وكذلك تتفق مع دراسة (سحويل،،)، (2014) أن الانقسام السياسي قد أضر بالقضية الفلسطينية وانعكس ذلك على أداء المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

جدول رقم (12): توظيف الإعلام الفلسطيني إمكانياته ووسائله للتغطية الإعلامية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	نعم	26	17.4
2.	إلى حد ما	89	59.3
3.	لا	35	23.3
	المجموع	150	%100

حيث يشير الجدول السابق رقم (12) إلى حجم توظيف الإعلام الفلسطيني إمكانياته ووسائله للتغطية الإعلامية فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة، إذ إن ما نسبته 59.3% من استجابات المبحوثين، يرون إلى حد ما أن الإعلام الفلسطيني قد وُظف، وأن ما نسبته 17.3% من استجابات المبحوثين، يرون بشكل مؤكد أن الإعلام الفلسطيني قد وُظف كل الإمكانيات المتوفرة في دعم الجهود الدبلوماسية، وهذا يعكس مدى اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بموضوع الدولة، وحرص الإعلام الفلسطيني على تسخير طاقاته، وإمكانياته في سبيل القضية الفلسطينية، لاطلاع الجمهور الفلسطيني على جهود القيادة الفلسطينية.

- وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (طومان، 2010) فيرجع الباحثان ذلك إلى طول المدة الزمنية، وتطور وسائل الإعلام الفلسطيني بشكل كبير، وانتشار قنواته سواء الحكومية او الحزبية.
- ويشير الجدول إلى أن ما نسبته 23.3% من استجابات المبحوثين لا يرون أن الإعلام الفلسطيني قد وُظف إمكانياته ووسائله في دعم الجهود الدبلوماسية وهي نسبة قليلة إذا ما قورنت بالعينة التي أشارت إلى توظيف كل الإمكانيات والوسائل؛ وربما يرجع ذلك إلى وجود عدد من الوسائل الإعلامية المحسوبة على الأحزاب الفلسطينية التي لا تؤيد خطوات القيادة الفلسطينية في مسعاها الدولي للاعتراف بفلسطين، إما لأسباب حزبية ضيقة، أو لأنها لا تلبى طموحات الشارع الفلسطيني بعودة كامل ترابه المسلوب من المحتل الإسرائيلي.

جدول رقم (13): إسهام الإعلام الفلسطيني في معالجة بعض القضايا السياسية والقانونية للاعتراف بالدولة

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	إلى حد ما	88	58.7
2.	نعم	31	20.6
3.	لا	31	20.6
	المجموع	150	100%

يتبين من الجدول السابق رقم (13) أن الإعلام الفلسطيني قد شارك في معالجة بعض القضايا السياسية، والقانونية فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية، للاعتراف بالدولة، فيرى 58.7% من استجابات المبحوثين، وهي تمثل أكثر من نصف المبحوثين، ويرون أن الإعلام الفلسطيني قد عالج ووضح للجمهور الفلسطيني التبعات السياسية والقانونية الناتجة من الاعتراف الدولي بفلسطين، وهذا يعكس المهنية التي يظهرها الإعلام الفلسطيني في تعامله مع القضايا السياسية المثارة على الساحة، بينما يرى 20.6% عينة من استجابات المبحوثين، وبشكل مؤكد مساهمة الإعلام في توضيح القضايا السياسية والقانونية، ويرى الباحثان أن هذا يعكس عمق التحليل في الموضوعات والقضايا المطروحة لدى وسائل الإعلام الفلسطيني، والحرص الشديد لتوصيل المعلومات كافة إلى المواطن الفلسطيني، وهناك ما نسبته 20.6% من استجابات المبحوثين، يرون أن الإعلام الفلسطيني لم يشارك في شرح القضايا السياسية والمتعلقة بالاعتراف بالدولة الفلسطينية، وربما يرجع ذلك لكثرة الأحداث التي يناقشها الإعلام الفلسطيني كالانقسام الفلسطيني، والحصار المفروض على قطاع غزة، والعدوان المتكرر على قطاع غزة، وتعثر المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية، كل ذلك كان يشغل الإعلام الفلسطيني.

جدول رقم (14): نقل الإعلام الفلسطيني جميع خطوات القيادة الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	إلى حد ما	87	58.0
2.	نعم	35	23.3
3.	لا	28	18.7
المجموع		150	%100

يلاحظ من الجدول السابق رقم (14) ما يلي: أن الإعلام الفلسطيني قد نقل خطوات القيادة الفلسطينية فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية من أجل الاعتراف بالدولة، إذ يرى ما نسبته 58.0% من استجابات المبحوثين، ويرى ما نسبته 23.3% من عينة استجابات المبحوثين، وبشكل مؤكد نقل الخطوات، وهذا يعكس اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية بالجهود الدبلوماسية ومدى متابعة الإعلام الفلسطيني لخطوات القيادة السياسية، ومدى التوافق بين النظام الإعلامي، والنظام السياسي.

- وهناك نسبة 18.75% يرون أن الإعلام الفلسطيني أغفل بعض الخطوات المتعلقة بالاعتراف بالدولة.

جدول رقم (15): استخدام الإعلام الفلسطيني جميع الوسائل المتاحة للتغطية الإعلامية للاعتراف بالدولة

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	إلى حد ما	78	52.0
2.	نعم	34	22.6
3.	لا	38	25.3
المجموع		150	%100

يبين الجدول السابق رقم (15) استخدام الإعلام الفلسطيني جميع الوسائل المتاحة للتغطية الإعلامية فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية من أجل الاعتراف بالدولة، إذ إن نسبة 52.0% من استجابات المبحوثين، ترى تغطية الإعلام الفلسطينية بوسائله المتاحة، وترى ما نسبته 22.6% من استجابات المبحوثين، يرون الإعلام الفلسطيني جميع الوسائل المتاحة للتغطية الإعلامية بشكل مؤكد وهي نسبة مرتفعة، وهذا يظهر أن الإعلام لم يدخر جهداً في التغطية الإعلامية، والإحاطة بالوسائل المتاحة كافة في سبيل النضال بجانب المعركة السياسية التي خاضتها القيادة الفلسطينية، ويرى الباحثان أن هذه النتيجة تعكس مدى حقيقة التناغم والترابط بين النظام السياسي للدولة والنظام الإعلامي المساند لها وتعكس مدى التعاون، والتمهيد للنظام السياسي من قبل النظام الإعلامي مما أفسح المجال لتعبئة الرأي العام.

بينما هناك ما نسبته 25.3% من عينة استجابات المبحوثين، لا ترى أن الإعلام الفلسطيني قد استخدم

جميع الوسائل المتاحة في التغطية الإعلامية فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية من أجل الاعتراف بالدولة، ويعزي الباحثان ذلك إلى التفاوت بين وسائل الإعلام الفلسطينية، فمع ظهور الأقمار الصناعية والفضائيات، أصبح هناك قيمة جوهرية للتلفزيون.

جدول رقم (16): إن كانت الإجابة (بنعم أو إلى حد ما)، ما أكثر الوسائل استخداماً؟

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	الوسائل المرئية	84	36.8
2.	الوسائل الإلكترونية (الانترنت)	66	28.9
3.	الوسائل المقروءة	41	17.9
4.	الوسائل المسموعة	37	16.2
	المجموع	228	100%

(أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل للإجابة).

يلاحظ من خلال الجدول السابق رقم (16) أن ما نسبته 36.8% وهي تمثل أكثر من ثلث المبحوثين موضع التحليل، وهي نسبة مرتفعة، ويرى هؤلاء أن الوسائل المرئية المتمثلة بالفضائيات هي من أكثر الوسائل استخداماً في دعم الجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة الفلسطينية، وهذا يدل على أن الوسائل الإعلامية المرئية تبقى هي الوسيلة الأكثر مشاهدة ودون منازع إذ عدت الوسائل المرئية من أكثر الوسائل الإعلامية.

- يتفق هذا مع دراسة (عمرو 2013) وكذلك تتفق مع دراسة (طالب ،،) (2012) حول عظم مكانة الوسائل المرئية بين سائر الوسائل الأخرى، كما تختلف هذه النتيجة مع (طومان 2010) إذ تعدّ الوسائل الإلكترونية (الإنترنت) في المرتبة الأولى ثم الإذاعة ثم التلفزيون ثم الصحف، وربما هذا الاختلاف لقدم دراسة (طومان).

- تتفق نتائج الدراسة مع دراسة (حماد، 2013، 292) ((حول تأثير الوسائل المرئية في استجابة الجمهور لما لها من تواصل أكثر جاذبية وتأثيراً إذ حصلت الوسائل المرئية على (43.5%).

- ويأتي تلك الوسائل الإلكترونية (الإنترنت) إذ حصلت على نسبة 28.9% من عينة استجابات المبحوثين، ويعزي الباحثان ذلك بسبب الانتشار الواسع لشبكات الإنترنت في معظم بيوت المجتمع الفلسطيني وسهولة الاستخدام.

- بينما حصلت الوسائل المقروءة على 27.3% من عينة الدراسة وحصلت الوسائل المسموعة على 24.7% من عينة الدراسة.

- وتختلف هذه الدراسة مع دراسة (حلس، ومهدي ،،) (2010)، فأشارت إلى ترتيب وسائل الإعلام بحسب أهميتها، حيث كان ما نسبته 42% من أفراد العينة يعدون الراديو كأول وأهم وسائل الإعلام ثم

أتى بعده التليفزيون بنسبة 51% بدرجة ثانية، ثم المجلات بنسبة 57.5% بدرجة ثالثة، وبعد ذلك أتت الصحف في الترتيب الرابع بنسبة 62.5% كأولى رابعة، واحتل الإنترنت المرتبة الأخيرة بنسبة، ويرجع ذلك الباحثان إلى بعد المسافة بين الدراستين وكذلك اختلال مجتمع عينة الدراسة.

- وتختلف هذه الدراسة مع دراسة (محمود أبو قوته (، ،) (2015) إذ تشير إلى أن المواقع الإلكترونية تأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية متابعة لدى النخبة السياسية الفلسطينية في اكتساب المعلومات والأخبار.

جدول رقم (17): أكثر البرامج التلفزيونية التي دعمت الجهود الدبلوماسية

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	البرامج السياسية	114	49.7
2.	البرامج الإخبارية	74	33.3
3.	البرامج القانونية	33	14.4
4.	البرامج الترفيهية	6	2.6
5.	البرامج الاقتصادية	2	0.8
	المجموع	229	100%

(أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل للإجابة).

- يبين الجدول السابق رقم (17) أن أكثر البرامج التلفزيونية التي شاركت في دعم الجهود الدبلوماسية، وهي البرامج السياسية بما نسبته 49.7% من عينة الدراسة، وهي نسبة مرتفعة وهذا يظهر مدى أهمية البرامج السياسية، والأثر الإيجابي الذي ينعكس على المشاهد الفلسطيني من خلال متابعته هذه البرامج.
- وتلا ذلك البرامج الإخبارية حيث حصلت على ما نسبته 33.3% من استجابات المبحوثين، وتتفق هذه النتيجة مع الجدول رقم (10).
- وحصلت البرامج القانونية على 14.4%، ثم البرامج الترفيهية على ما نسبته 2.6%، وأخيراً البرامج الاقتصادية بنسبة 0.8% من عينة الدراسة.
- ويعكس حصول البرامج الترفيهية على نسبة قليلة على جدية الإعلام الفلسطيني، واتزانه، وأنه مثل الإعلام المحافظ الجاد، وهذا ما يفسر تقدم البرامج السياسية والإخبارية، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، ربما يرجع السبب إلى قلة الأعمال الفنية، والدرامية في الوسائل الإعلامية الفلسطينية.
- تختلف نتائج الدراسة السابقة عما توصلت إليه دراسة (أبو هريدي)، (، نفين، 2010) حيث أشارت إلى أن البرامج الإخبارية أكثر متابعة ومساندة للقضايا السياسية وذلك بنسبة 58%.

جدول رقم (18): أهم الموضوعات التي يتناولها الإعلام الفلسطيني

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	فك الحصار	105	21.0
2.	المصالحة الفلسطينية	97	19.4
3.	القدس	82	16.4
4.	الدولة الفلسطينية	54	10.8
5.	معاناة الأسرى	37	7.4
6.	المفاوضات مع إسرائيل	35	4.6
7.	قضايا الاستيطان والمستوطنين	6	1.2
	المجموع	498	100%

(أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل للإجابة).
كشف الجدول السابق رقم (18) عن أهم الموضوعات التي

تناولتها وسائل الإعلام الفلسطينية، حيث حصل فك الحصار على المرتبة الأولى في العرض بما نسبته 21.0%، وهذا يعكس اهتمام الإعلام الفلسطيني بمعاناة المجتمع الغزي والآثار الخطيرة الناتجة من وراء الحصار الإسرائيلي.

وأخيراً حصلت قضايا الاستيطان والمستوطنين على ما نسبته 2.0% من استجابات المبحوثين، وأشار عدد من عينة استجابات المبحوثين، ما نسبته 1.2% إلى قضايا أخرى مثل القضايا المحلية، وفعاليات ومراسم الرئيس وتصريحاته المثيرة للجدل، بما يتعلق بانتفاضة القدس وشهداء الانتفاضة.

- ويلاحظ الباحثان أن البند رقم (1) والبند رقم (2) من الجدول السابق رقم (18) قد فرضا نفسهما في ظل التطورات السياسية الراهنة على أجندة وسائل الإعلام الفلسطينية سواء الحكومية منها أو الحزبية لتكون أهم القضايا المطروحة والتي تشغل بال الجمهور الفلسطيني والرأي العام، والمجتمع كيف لا وأن فك الحصار الظالم المفروض على قطاع غزة قد أصبح مطلباً دولياً، وأصبح تحقيق المصالحة الفلسطينية مطلباً شعبياً ووطنياً، وعربياً.

- ويلاحظ الباحث البند رقم (7) من الجدول السابق (18) أن الإعلام الفلسطيني لم يعطها الأهمية الكافية للتغطية الإعلامية على الرغم من حجم الكوارث التي تحدثها المستوطنات والمستوطنون في الضفة الغربية من نهب للأراضي وسرقة المقدرات المملوكة للشعب الفلسطيني وربما يعود ذلك إلى كثرة الأحداث التي تمر بالشعب الفلسطيني.

جدول رقم (19): أكثر القضايا والموضوعات التي أثرت بشكل سلبي في الجهود الدبلوماسية

(أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل للإجابة).
يشير الجدول السابق رقم (19)

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	الانقسام السياسي في البيت الفلسطيني	122	44.6
2.	الاعتداءات الإسرائيلية	34	12.4
3.	تعثر المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية	10	3.6
4.	التدخل الخارجي في الشؤون الفلسطينية	52	19
5.	عدم الجدية والضعف العربي	55	22.6
	المجموع	273	100%

إلى أن أكثر القضايا

والموضوعات التي أثرت بشكل سلبي في الجهود الدبلوماسية هو الانقسام السياسي، إذ ما نسبته

44.6% من استجابات المبحوثين، أن الانقسام في البيت الفلسطيني قد أثر بشكل سلبي، ويرى الباحثان هذه النتيجة طبيعية كون الانقسام السياسي بين فتح وحماس قد أضر بجميع المصالح الفلسطينية، وقد شوه الوجه الفلسطيني في المحافل الدولية والإقليمية، بينما حصلت فقرة تعثر المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية على نسبة قليلة أي ما نسبته 3.6% من استجابات المبحوثين. تتفق هذه الدراسة مع دراسة (حماد، 2013) إذ عدّ (حماد) الانقسام السياسي في البيت الفلسطيني قد أضر بالقضية الفلسطينية.

جدول رقم (20): الأثر الإيجابي لوسائل الإعلام الفلسطينية على الجهود الدبلوماسية

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	إلى حد ما	78	52.0
2.	نعم	39	26.0
3.	لا	33	22.0
	المجموع	150	%100

تشير بيانات الجدول السابق رقم (20) إلى الأثر الإيجابي لوسائل الإعلام في الجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة على وفق الآتي:

- جاء ما نسبته 52.0% من استجابات المبحوثين، يشيرون إلى حد ما عن وجود أثر إيجابي قد انعكس على الجهود الدبلوماسية، بينما يشعر ما نسبته 26.0% بشكل مؤكد بوجود أثر إيجابي، وهذا يظهر واقعية الإعلام الفلسطيني كونه إعلاماً جاداً ومرتزماً.
- وهناك عدد من عينة استجابات المبحوثين، لا يرى أثراً إيجابياً، حيث جاء ما نسبته 22.0% وهذه النسبة تعدُّ مشابهة للعينة التي تشعر بوجود أثر إيجابي بشكل مؤكد، وربما يرجع إلى وجود وسائل إعلامية حزبية تشارك في بث الشائعات، والنظرة الحزبية الضيقة.

جدول رقم (21): تأثير الإعلام الفلسطيني في الجمهور في تكوين المعارف والاتجاهات

يشير الجدول رقم (21)

إلى مدى تأثير الإعلام

الفلسطيني في

الجمهور في تكوين

م.	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	إلى حد ما	75	50.0
2.	نعم	60	40.0
3.	لا	15	10.0
	المجموع	150	%100

المعارف والاتجاهات، إذ ظهرت ما نسبته 50.0% وهي تعدُّ نصف المبحوثين موضع التحليل ترى إلى حد ما وجود أثر إيجابي وعينة أخرى ترى بشكل مؤكد ونسبتها 40.0%، ويعزو الباحثان ذلك إلى وضع مساحات واسعة للبرامج السياسية والقانونية والنشرات الإخبارية، واستضافة الشخصيات وصناع القرار عبر الوسائل الإعلامية المختلفة.

بينما هناك عينة من استجابات المبحوثين نسبتها %10.0 لا تشعر أن الإعلام الفلسطيني له أثر في تكوين المعارف والاتجاهات ويرى الباحثان أن هذه النسبة قليلة إذا ما قورنت بالعينة السابقة.

جدول رقم (22): تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة 'T'	قيمة 'Sig.'	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1.	تعرض وسائل الإعلام الفلسطينية بموضوعية وجهات النظر المختلفة حول القضايا السياسية فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة.	1.966	0.697	34.222	0.000	65.533	20	متوسطة
2.	تطرح الأحداث السياسية بعد وقوعها مباشرة وتتابعها.	2.517	0.612	49.854	0.000	83.900	1	كبيرة
3.	نجح الإعلام الفلسطيني في تغطيته الإعلامية محلياً، ودولياً فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة.	1.986	0.682	35.297	0.000	66.213	18	متوسطة
4.	استثمر الإعلام الفلسطيني الجهود الدبلوماسية في معالجة الانقسام السياسي داخل البيت الفلسطيني.	1.653	0.782	25.626	0.000	55.102	29	قليلة
5.	استطاع الإعلام الفلسطيني دعم الجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة.	1.952	0.634	37.343	0.000	65.079	21	متوسطة
6.	أعطى الإعلام الفلسطيني حق التغطية الإعلامية فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة.	2.034	0.602	40.997	0.000	67.800	12	متوسطة
7.	هناك اهتمام من قبل القيادة الفلسطينية بالإعلام الفلسطيني.	2.143	0.731	35.545	0.000	71.429	6	متوسطة
8.	ينسجم الإعلام الفلسطيني بالموضوعية والحيادية في تناوله القضايا الفلسطينية.	1.857	0.721	31.209	0.000	61.905	26	متوسطة
9.	كان للإعلام الفلسطيني تأثير إيجابي في استمرار التأييد والمساندة من قبل الجمهور الفلسطيني لتوجهات القيادة الفلسطينية.	2.075	0.642	39.183	0.000	69.161	9	متوسطة
10.	استثمر الإعلام الفلسطيني الجهود الدبلوماسية.	2.000	0.749	32.356	0.000	66.667	15	متوسطة
11.	اهتم الإعلام الفلسطيني بدور الجمهور في التأييد والمساندة.	2.082	0.798	31.619	0.000	69.388	8	متوسطة
12.	الإعلام الفلسطيني هو إعلام غير تقليدي له خطط وبرامج تطويرية.	2.000	0.749	32.356	0.000	66.667	15	متوسطة
13.	هناك قوة في وسائل الإعلام الفلسطينية بتغطيتها للجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة.	1.925	0.768	30.381	0.000	64.172	24	متوسطة
14.	نجح الإعلام الفلسطيني في تناوله للتغطية الإعلامية فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية.	2.054	0.738	33.742	0.000	68.481	10	متوسطة
15.	قام الإعلام الفلسطيني بالدور المطلوب في تغطيته فيما يتعلق بالجهود الدبلوماسية للاعتراف بالدولة.	2.020	0.697	35.142	0.000	67.347	13	متوسطة
16.	كان أداء الإعلام الفلسطيني في تغطيته للجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة مهني.	2.170	0.645	40.789	0.000	72.336	4	متوسطة
	المحور ككل	2.026	0.356	68.966	0.000	67.542		متوسطة

وقد تمت الإجابة عن هذا السؤال باستخدام اختبار χ^2 للعينة الواحدة، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الفلسطيني ومؤسساته، إذ ترى عينة من استجابات المبحوثين، بضرورة توحيد الجبهة الداخلية الفلسطينية وإنهاء الانقسام ووضع خطة استراتيجية إعلامية تشارك في رفع مستوى الأداء الإعلامي الفلسطيني، وجاء ذلك ما نسبته 17.8% بينما أشارت عينة أخرى من استجابات المبحوثين، ونسبتها 0.4% إلى ضرورة استغلال الموارد البشرية كافة في الملاكات الإعلامية، وإيصال رسائل بلغات الشعوب المتعاطفة مع قضايانا الوطنية، ووضع ميثاق إعلامي مقاوم مستقل عن السلطات والأجهزة البوليسية والرسمية للسلطة.

تحليل فروض الدراسة:

أ. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير النوع.

وتم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام اختبار t - t ، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (24): الفروق بالنسبة لمتغير النوع

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة 'T'	قيمة 'Sig.'	مستوى الدلالة
ذكر	119	2.005	0.353	-1.335	0.184	غير دالة
أنثى	31	2.106	0.365			

،، قيمة ،، الجدولية عند درجة حرية (148) وعند مستوى دلالة (0.05) = 1.980

وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة ،، المحسوبة أقل من قيمة ،، الجدولية، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير النوع.

ب. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير العمر.

وتم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام اختبار One-Way ANOVA، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (25): الفروق بالنسبة لمتغير العمر

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة 'F'	قيمة 'Sig.'	مستوى الدلالة
28-34	25	1.934	0.331	3.956	0.010	دالة
35-40	40	2.156	0.386			
41-45	48	2.070	0.312			
46 فأكثر	37	1.931	0.260			

، قيمة F ، الجدولية عند درجة حرية (3,146) وعند مستوى دلالة $(0.05) = 2.680$ وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة F ، المحسوبة أكبر من قيمة F ، الجدولية، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير العمر، ولصالح الذين أعمارهم (35-40).

ت. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

وتم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام اختبار One-Way ANOVA، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (26): الفروق بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الاعتراف المعياري	قيمة 'F'	قيمة 'Sig.'	مستوى الدلالة
بكالوريوس	81	1.955	0.339	4.542	0.012	دالة
ماجستير	52	2.083	0.371			
دكتوراه	17	2.207	0.339			

قيمة F ، الجدولية عند درجة حرية (2، 147) وعند مستوى دلالة $(0.05) = 3.070$ وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة F ، المحسوبة أكبر من قيمة F ، الجدولية، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير المؤهل العلمي، ولصالح الذين مؤهلهم العلمي (دكتوراه).

ث. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير طبيعة العمل.

وتم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام اختبار One-Way ANOVA، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (27): الفروق بالنسبة لمتغير طبيعة العمل

مستوى الدلالة	قيمة "Sig."	قيمة 'F'	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	طبيعة العمل	المحور ككل
دالة	0.000	9.373	0.331	2.092	18	رئيس تحرير	
			0.322	1.912	35	مدير تحرير	
			0.328	2.190	61	أكاديمي إعلامي	
			0.308	1.872	36	كاتب صحفي	

، قيمة ،، الجدولية عند درجة حرية (3، 146) وعند مستوى دلالة (0.05) = 2.680 ، وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة ،، المحسوبة أكبر من قيمة ،، الجدولية، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير طبيعة العمل، ولصالح الذين طبيعة عملهم (أكاديمي إعلامي).

ج. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير الانتماء والتوجه السياسي.

وتم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام اختبار One-Way ANOVA، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (28): الفروقات بالنسبة لمتغير الانتماء والتوجه السياسي

مستوى الدلالة	قيمة "Sig."	قيمة 'F'	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الانتماء والتوجه السياسي	المحور ككل
دالة	0.002	3.7 67	0.376	2.199	38	حركة فتح	
			0.324	1.908	40	حركة حماس	
			0.323	1.961	14	الجهاد الإسلامي	
			0.459	2.253	4	الجبهة الشعبية	
			0.230	2.563	6	الجبهة الديمقراطية	
			0.223	2.103	3	حزب الشعب	
			0.339	2.008	45	غير منتج	

، قيمة ،، الجدولية عند درجة حرية (6، 143) وعند مستوى دلالة (0.05) = 2.170 ،

،، قيمة ،،F،، الجدولية عند درجة حرية (6، 143) وعند مستوى دلالة (0.05) = 2.170
وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة ،،F،، المحسوبة أكبر من قيمة ،،F،، الجدولية، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول تقييم وسائل الإعلام الفلسطينية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة تعزى لمتغير الانتماء والتوجه السياسي، ولصالح الذين انتمأؤهم وتوجههم السياسي الى (الجبهة الديمقراطية).

نتائج الدراسة:

أسفرت الدراسة بجانبها النظري، والعملية في دعم الوسائل الإعلامية الفلسطينية للجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية إلى النتائج الآتية:

1. أن الإعلام الفلسطيني قد دعم الجهود الدبلوماسية، إذ أشار 82.6% من استجابات المبحوثين إلى الدعم من خلال: نقل وقائع الجهود الدبلوماسية (31.7%)، إثارة الرأي العام (28.7%)، استضافة شخصيات سياسية وقانونية لشرح القضايا المتعلقة بالاعتراف بالدولة (26.1%)، التركيز في الدول الداعمة للاعتراف بالدولة (11.6%).

2. أن الإعلام الفلسطيني أدى دورا مهما في تغطية الجهود الدبلوماسية، فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة، ف جاء ما نسبته 75.4% من استجابات المبحوثين، وقد تمثل الأداء من خلال: إعطائها الأولوية لنشراته الإخبارية (28.9%)، مناقشتها مع المسؤولين وصناع القرار (27.5%)، تخصيص المساحة الإعلامية للبرامج السياسية (27%)، الافادة من الحملات الإعلامية (16.3%).

3. أوضحت الدراسة على وجه الترتيب أكثر الجهات التي دعمت الجهود الدبلوماسية فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة وهي بحسب الآتي: السفارات الفلسطينية في الخارج حصلت على المرتبة الأولى (23.2%)، وسائل الإعلام الفلسطينية المرتبة الثانية (22.2%)، تصريحات القيادة الفلسطينية المرتبة الثالثة (19.5%)، جهود وزارة الخارجية الفلسطينية المرتبة الرابعة (16%)، الجاليات الفلسطينية في الخارج المرتبة الخامسة (9.2%)، ممثلي الفصائل المرتبة السادسة (6.1%)، ومؤسسات المجتمع المدني الدولية المرتبة السابعة (3.4%).

4. مشاركة الإعلام الفلسطيني في معالجة بعض القضايا السياسية، والقانونية للاعتراف بالدولة، وتمثل ذلك من خلال استضافة الشخصيات القانونية والسياسية (29.5%)، تنوع البرامج السياسية (23.2%)، استمرار النشرات الإخبارية (18.4%)، التغطية المستمرة للأحداث والمستجدات (16.6%)، استطلاع آراء الجمهور الفلسطيني (12.1%).

5. استخدام الإعلام الفلسطيني جميع الوسائل المتاحة للتغطية الإعلامية للاعتراف بالدولة، وجاء على وجه الترتيب بحسب الآتي: الوسائل المرئية المرتبة الأولى (36%)، والوسائل الإلكترونية

(الانترنت) المرتبة الثانية، (28.9%)، والوسائل المقروءة المرتبة الثالثة، (17.9%) والوسائل المسموعة المرتبة الرابعة، (16.2%).

6. أكثر البرامج التي دعمت الجهود الدبلوماسية جاءت على وفق الآتي: البرامج السياسية المرتبة الأولى (49.7%)، البرامج الإخبارية المرتبة الثانية (33.3%)، البرامج القانونية المرتبة الثالثة (14.4%)، البرامج الترفيهية المرتبة الرابعة (2.6%)، البرامج الاقتصادية المرتبة الخامسة (0.8%).

7. أن الانقسام السياسي في البيت الفلسطيني (44.6%)، وعدم الجدية والضعف العربي (22.6%)، والتدخل الخارجي في الشؤون الفلسطينية (19%)، والاعتداءات الإسرائيلية (12.4%)، وتعثر المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية (3.6%) أثرت بشكل سلبي في الجهود الدبلوماسية.

8. أن اعتماد وسائل الإعلام الفلسطينية على المحليين ساعد على إقناع الجمهور الفلسطيني في توجهات القيادة الفلسطينية، فيما يتعلق بالاعتراف بالدولة إذ جاء ما نسبته (76.6%) تؤكد ذلك.

9. أن هناك مقترحات تراها النخبة الإعلامية الفلسطينية من أجل النهوض بالإعلام الفلسطيني ومؤسساته تمثلت بحسب ترتيب والأولويات على وفق الآتي: المرتبة الأولى توحيد الجبهة الداخلية الفلسطينية وإنهاء الانقسام ونسبتها (17.8%)، والمرتبة الثانية وضع خطة استراتيجية إعلامية تشارك في رفع مستوى الأداء الإعلامي الفلسطيني ونسبتها (13.7%)، والمرتبة الثالثة وضع ميثاق إعلامي فلسطيني قادر على النهوض بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية، ونسبتها (12.8%)، والمرتبة الرابعة إنشاء قنوات إعلامية فضائية فلسطينية موجهة نحو العالم بلغات متعددة ونسبتها (11.5%)، والمرتبة الخامسة تبني القيادة الفلسطينية إعادة بناء المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، وتأهيل الملاك الإعلامي الفلسطينية؛ بما يخدم القضية الفلسطينية ونسبتها (11.4%)، والمرتبة السادسة إيجاد سياسة إعلامية واحدة لحل القضايا الفلسطينية ونسبتها (10.8%)، والمرتبة السابعة زيادة الدعم المالي للمؤسسات الإعلامية ونسبتها (10.7%)، والمرتبة الثامنة تفعيل الجهود الإعلامية للجاليات الفلسطينية ودعمها بما يخدم القضية الفلسطينية ونسبتها (10.5%).

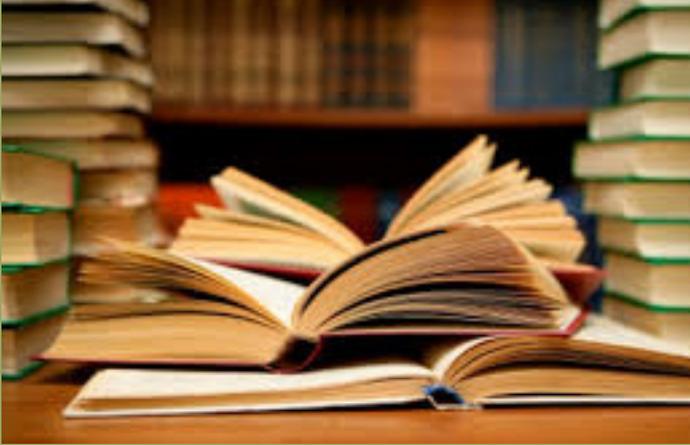
التوصيات:

من خلال استعراض النتائج السابقة التي توصلت إليها الدراسة، وفي سبيل إقامة الدولة الفلسطينية على كامل تراب فلسطين يوصي الباحث بما يلي:

1. الشروع ببرامج إعلامية من شأنها المشاركة في إنهاء الانقسام الفلسطيني لاسيما فتح وحماس، واستخدام مصطلحات إعلامية داعمة للوحدة، وتوحيد الجبهة الداخلية، إذ يعد الانقسام العائق الأكبر أمام التقدم في التنمية المجتمعية، وإقامة الدولة الفلسطينية.
2. تبني القيادة الفلسطينية إعادة بناء

واستمالة الرأي العام العالمي لصالحها.

قائمة المصادر والمراجع:



□ الكتب.

1. أكرم، زعيتر. (1999)، القضية الفلسطينية، دار المعارف، القاهرة، مصر.
2. إميل، توما. (2009)، جذور القضية الفلسطينية. القاهرة، مصر، دار الكاتب.
3. أبو شنب، حسين. (2010)، هنا القدس دار الإذاعة الفلسطينية، غزة، فلسطين: مكتبة القادسية.
4. أبو شنب، حسين. (2014)، الإعلام الفلسطيني تجاربه وتحدياته. غزة، فلسطين: دار الأرقم.
5. اعتراف بفلسطين استثمار في السلام. (2012)، منظمة التحرير الفلسطينية، دائرة شؤون المفاوضات، رام الله، فلسطين.
6. التميمي، عزام. (2013)، مؤتمر الإعلام الفلسطيني وتحديات المواجه، غزة، فلسطين: وزارة الإعلام، المكتب الإعلامي غزة.
7. العزاوي، رحيم. (2008)، مقدمة في

المؤسسات الإعلامية، وتأهيل الملاك الإعلامي، بما يخدم القضية الفلسطينية، وزيادة موازنة المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، وتوفير الدعم المالي للمؤسسات الإعلامية.

3. تفعيل الجاليات الفلسطينية، وتفعيل الجهود الإعلامية في جميع دول العالم، وذلك من خلال الأنشطة والفعاليات التضامنية مع القضية الفلسطينية.

4. نشر الوعي السياسي المنظم، والهادف بين أفراد المجتمع الفلسطيني عبر وسائل الإعلام الفلسطينية.

5. العمل على إطلاق قنوات ناطقة بلغات متعددة، وذلك لاطلاع العالم أجمع على مجريات الأحداث الفلسطينية والانتهاكات الإسرائيلية؛ بغية أخذ موقف تجاه الانتهاكات الإسرائيلية.

6. تحمل المسؤولية الاجتماعية من الكل الفلسطيني، والابتعاد عن الحزبية أثناء الظهور عبر الوسائل الإعلامية الفلسطينية، وعدم استخدام المصطلحات الداعمة للانقسام.

7. الاستخدام الأمثل للإعلام الجديد -مواقع التواصل الاجتماعي- واستخدام فلاشات الوسائط المتعددة بما يخدم القضية الفلسطينية وفي الاتجاهات والأصعدة كافة.

8. إجراء المزيد من البحوث والدراسات التي تتعلق بالإعلام الفلسطيني بهدف العمل على تطويره وتعديل مساره.

9. الاستفادة من أخطاء الماضي، وتجارب المؤسسات الإعلامية، والإعلاميين من أجل خدمة القضية الفلسطينية في المحافل الدولية،

- مناهج البحث العلمي عمان، الأردن: دار الدجلة للطباعة والنشر.
8. العوري، عبد الله. (2014)، مفهوم الدولة، الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي.
9. العمر، ناصر. (2002)، رؤيا استراتيجية في القضية الفلسطينية، رام الله، فلسطين.
10. الرملاوي، نبيل. (2014)، الدبلوماسية الفلسطينية ودبلوماسية الحرب الإسرائيلية أمام القانون الدولي، رام الله، فلسطين: دار الشروق للنشر والتوزيع.
11. الكيالي، عبد الوهاب. (1994)، تاريخ فلسطين الحديث، بيروت، لبنان: مكتبة اليازوري.
12. المقصودي، مصطفى. (1985)، النظام الإعلامي الجديد، الكويت: عالم المعرفة.
13. النحال، محمد، وآخرون. (2012)، ورشة عمل حول التداعيات القانونية والحقوقية لقبول فلسطين دولة عضو (مراقب) في الأمم المتحدة، غزة فلسطين: مركز حماية لحقوق الإنسان.
14. الهاشمي، مجد، (2011)، الإعلام الدبلوماسي. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
15. حافظ، محمد. (1992)، الدولة الفلسطينية دراسة سياسية قانونية في ضوء أحكام القانون الدولي، القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
16. سليمان، فهد، وآخرون. (2015)، سلسلة الطريق الى الاستقلال رقم 29 في تدوين
- القضية 2011-2014، مركز الحرية للإعلام، غزة، فلسطين.
17. شلبي، السيد أمين. (1997)، في الدبلوماسية المعاصرة، القاهرة، مصر: عالم الكتب.
18. صالح، محسن. (2007)، منظمة التحرير الفلسطينية، تقييم التجربة إعادة البناء، بيروت، لبنان: مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات.
19. عبد الهادي، مهدي. (1994)، المسألة الفلسطينية ومشاريع الحلول السياسية، القدس، فلسطين: اليازوري للطباعة والنشر.
20. عبده، عزيزة. (2004)، الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب أولويات، القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
21. عدلي، عاطف. (2002)، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
22. عريقات، صائب. (2012)، فلسطين دولة عضو اليوم التالي. منظمة التحرير الفلسطينية دائرة شؤون المفاوضات، الدراسة رقم (11) رام، فلسطين.
23. عودة، غازي. (2014)، الإعلام الفلسطيني الرسمي وحرية التعبير رام الله، فلسطين: المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية.
24. فرانسيس، فوكوياما. (2007)، بناء الدولة النظام العالمي ومشكلة الحكم والإدارة في القرن الواحد والعشرين، الرياض، المملكة العربية السعودية: مطبعة العبيكان.
25. قيس، عبد الكريم، وآخرون. (1999)، الدولة المستقلة والسيادة الوطنية، بيروت، لبنان: شركة التقدم العربي للصحافة والطباعة والنشر.

26. كتن، هري. (2000)، قضية فلسطين، غزة، المحلية المسموعة والمرئية في التنشئة فلسطين: وزارة الثقافة.
27. لاسكي، هارولد. (2012)، الدولة نظرياً رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة وعلمياً، القاهرة، مصر: شركة الأمل للطباعة والنشر.
4. إسماعيل، هنادي، (2012)، الدولة 28. مركز الإحصاء الفلسطيني. (2016)، مسح التعداد السكاني، رام الله، فلسطين.
29. معهد فلسطين للدراسات الاستراتيجية. (2013)، القضية الفلسطينية خلفياتها وتطوراتها، غزة، فلسطين: مؤسسة إبداع للدارسات الاستراتيجية.
5. الشيخ، عبدالله، (2013). مفهوم الدولة غزة، فلسطين: مؤسسة إبداع للدارسات الاستراتيجية.
- رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد 30. مكاوي، حسن، والسيد، ليلي. (2008)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
6. سحويل، صدام، (2014) ،مستقبل التمثيل الدبلوماسي الفلسطيني في ظل إشكالية الدولة ومنظمة التحرير الفلسطينية، رسالة ماجستير، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، غزة، فلسطين.
7. سلطان، أسماء، (2011) ،الإعلام الحزبي الفلسطيني وأثره على المشروع الوطني الفلسطيني، دراسة وصفية تحليلية، بالتطبيق على النخبة الإعلامية الفلسطينية رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
8. طومان، أمل، (2010) ،وسائل الإعلام الفلسطينية وأثرها في الانقسام السياسي 2006-2009 دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات غزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
9. نتيل، ريم، (2014) ،الدبلوماسية وفن 1. أبو قوطة، محمود، (2015) ،اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية-الإسرائيلية دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
2. أبو مور، أنور، (2014) ،التطور التاريخي لمشروع الدولة الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
3. أبوهربيد، نفين، (2010) ،دور وسائل الإعلام

- التفاوض واثرها على اتخاذ القرار السياسي، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الازهر، غزة فلسطين.
10. عبد الله، خالد (2013) مفهوم الدولة في الفكر السياسي الفلسطيني المعاصر ما بين (1988-2012) رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الازهر، غزة، فلسطين.
11. عريقات، أحمد، (2008) دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007م، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، عمان، الأردن.
12. عيروط، (2011) ،الدبلوماسية الفلسطينية في المفاوضات الفلسطينية الإسرائيلية وأثرها علي مستقبل القضية الفلسطينية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة النجاح، نابلس، فلسطين.
13. الغريز، زياد، (2015) دور الدبلوماسية الشعبية في تعزيز الموقف الدولي تجاه القضية الفلسطينية، وفود التضامن الدولية إلى قطاع غزة نموذجا أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، غزة، فلسطين.
1. أبراش، إبراهيم (2004)، مفهوم الدولة الفلسطينية: النشأة والتطور، مجلة السياسة الدولية، عدد(57)، مؤسسة الأهرام، القاهرة، مصر.
2. أحمد، سامي (2011) المواقف السياسية الفلسطينية المتباينة وأثرها على مشاريع الدولة الفلسطينية المقترحة في إطار التسوية (1967-1993)، مجلة جامعة الازهر، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 13، العدد 1(0)، غزة، فلسطين.
3. اشتيوي، محمد. (2014) ،الأداء المهني لقناة الأقصى الفضائية في ضوء آراء النخبة الإعلامية الفلسطينية، المجلة الدولية للبحوث الإسلامية والانسانية المتقدمة، المجلد، 4العدد، 5 ايار 42-23، جامعة فلسطين التقنية، طولكرم، فلسطين.
4. البرغوثي، إياد (2014) ، الحراك العربي وانعكاساته على الوضع الاجتماعي السياسي في فلسطين، دراسات مستقبلية فلسطينية رقم (1)، جامعة القدس المفتوحة مركز الدراسات المستقبلية وقياس الرأي، رام الله، فلسطين.
5. التقرير السياسي، (2013) الجبهة الديمقراطية لتحرير فلسطين، المؤتمر الوطني السادس وثائق رقم (2)، فلسطين.
6. الثوابتة، إسماعيل(2013). مؤتمر الإعلام الفلسطيني وتحديات مواجهه، وزارة الإعلام، المكتب الإعلامي غزة. (ص180).
7. الخالدي، رشيد (2013) الاعتراف بدولة فلسطينية في الأمم المتحدة، مجلة الدراسات الفلسطينية، المجلد، (12)، العدد (23). رام الله، فلسطين.
8. توام، رشاد، (2013) ،دبلوماسية التحرر الوطني- التجربة الفلسطينية، مقاربات في القانون الدولي والعلاقات الدولية، معهد إبراهيم أبو

لغد للدراسات الدولية، جامعة بيرزيت، رام الله، فلسطين.
مجلة 26: 6 2012، غزة، فلسطين.

المصادر الأجنبية:

1. ارينجو، ستيل (2007) TELEVISION IN-FLUENCE AND POLITICAL PARTICIPATION OF NIGERIA'S UNSEEN MINORITY INTERPERSONAL COMMUNICATIONAL MANIPULATIONS Unpublished MA Thesis University Covenant، Nigeria
2. بويل، (2008) ،، "The impact of television news on political participation in the US presidential election and interest"
3. كومان، لونا، (2011) ،، "U.s. mediate public diplomacy in a crisis: romanian case analysis of romanian media versus u.s. embassy framing"
4. كيران، (2002) ،، "Mass media and political attention"
5. يانغ، أميا، (2011) ،، "A Relational Approach to Public Diplomacy in a Multipolar World: Understanding the U.S. -China-Russia Relationship Concerning Libya through the People's Daily News-paper"
9. حماد، أحمد (2013) دور الفضائيات الفلسطينية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية. المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام بجامعة الأزهر بعنوان ،،"المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي"، القاهرة، مصر.
10. حلس، موسى، ومهدي، ناصر، (2010) ،،"دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني"، دراسة ميدانية على عينة من كلية الآداب جامعة الأزهر بغزة، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد، (12) العدد (2). غزة فلسطين.
11. فراج، نجيب (2011) استحققات الدولة في الصحف الفلسطينية، مدى الإعلام، رام الله، فلسطين.
12. سمارة، عدنان، (2013) المشروع الوطني الفلسطيني واقع وتطلعات، مركز الدراسات المستقبلية وقياس الرأي العام-جامعة القدس المفتوحة، رام الله، فلسطين.
13. طالب، موسى، (2011) ،،"دور الإعلام الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية لدي طالبات الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، 2011، المجلد 13، العدد (1) 130.
14. عابد، زهير، (2012) ،،"دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي دراسة وصفية

بين الدراسات النظرية الأكاديمية والممارسات الإعلامية ... فجوة معرفية أم تكامل علمي ؟ تجربة إعلاميين خريجي معاهد الإعلام بالجزائر اعداد الباحثة :د. فيروز لمطاعي /جامعة الجزائر



ملخص البحث :

تبحث هذه الدراسة التطبيقية في علاقة الدراسات الأكاديمية الإعلامية عبر مختلف المعاهد و كليات

بالممارسات

بالتركيز في بعض

المعاهد الجزائرية

للعمل الميداني

الوطن وخارجه

معهم عن مدى

الدروس النظرية

الجزائرية من خلال

الميدانية.

من الإعلاميين

يفرضوا أنفسهم

الإعلام والصحافة ،



الإعلام الجزائرية

الإعلامية ،

الصحفيين خريجي

والممارسين

الإعلامي داخل

وإجراء مقابلات

استفادتهم من

بالجامعة

ممارساتهم

لقد استطاع الكثير

الجزائريين أن

بقوة في عالم

وأن يخرقوا كبرى الفضائيات العربية في العالمين العربي (الفضائيات العربية) والغربي (الفضائيات

الأجنبية الناطقة بالعربية) ، على الرغم من أن ما يتلقوه بالجامعات الجزائرية قد يكون بعيدا نسبيا

مما يجدونه في عالم الشغل، خاصة إذا ما سلمنا بأن الجامعات الجزائرية تحتل مراتب متدنية أمام

الجامعات العربية الأخرى .

وعلى الرغم من ذلك إن معاهد الإعلام تسعى لأن تتكيف مع طبيعة الممارسة الإعلامية الميدانية

من خلال جعل برامجها السنوية أكثر ملاءمة مع التخصصات الميدانية المتوفرة في عالم الشغل (

صحافة مكتوبة ، إذاعة ، وتلفزيون) ومن خلال اعتماد أساتذة أكفاء مارسوا العمل الميداني الإعلامي

، و تخصيص مواد جديدة تواكب التخصص المختار .

:Abstract

This study looking at the relationship of academic studies of media across different media institutes and colleges of the Algerian media practices which the world of employment. I have chosen some of the graduates of Algerian journalists institutes and practitioners of the field work the media inside and outside the home to talk to them about how they benefit from the lessons theory Algerian university through field practices. Many Algerians media has been able to impose themselves strongly in the media and the press world, and that the major Arab satellite channels penetrate in the Arab world (Arab satellite channels) and western (foreign satellite channels in Arabic-speaking), although the Popular with recipients Algerian universities is far from what find him in the world of work, Although the Algerian universities occupies poor ratings in front of .the other Arab universities

Even so, the media institutions seeking to adapt to the nature of the media practice field by making annual programs fit with field disciplines available in the world of work (written press , radio , and television) and through the adoption of qualified professors have exercised the media field work , and the allocation of new materials keep pace . with Specialization

الكلمات المفتاحية : التحصيل الأكاديمي الإعلامي ، الممارسة الإعلامية ، المؤسسات الإعلامية

إشكالية الدراسة:

تحتل الجامعات الجزائرية مراتب متدنية من حيث الترتيب العربي أو الإفريقي، إذ إنها تفتقد لعناصر مهمة من حيث الشكل والمضمون ، وعلى الرغم من ذلك فقد شاركت هذه الجامعات في إخراج جيل مثقف ومتعلم استطاع أن يفرض نفسه في المحافل الوطنية والإفريقية . والأمر هنا لا يختلف كثيرا عن كليات ومعاهد

الإعلام الجزائرية بشرقها وغربها ، إذ إن الصحفيين الجزائريين تمكنوا من فرض أنفسهم بقوة في كبرى الفضائيات العربية أو الأجنبية الناطقة باللغة العربية. وهذا ما يفتح بابا للنقاش ويثير العديد من التساؤلات عن مهنة الصحافة من

حيث الممارسة الإعلامية ، وعلاقتها بالدراسات الأكاديمية الجامعية .

إن مسألة استيعاب المخرجات من أقسام الإعلام في الجامعات الجزائرية لتلبية احتياجات السوق الذي بدأ يتنامى ويتعدد ويتطور من وسيلة لأخرى ولاسيما مع الإعلام الجديد الذي بدأ يأخذ منحى جديداً في التطور إن كان على مستوى حرية الرأي والتعبير وإن

كان على مستوى مشاركة الطالب في التعبير عن آرائه ومواقفه وتوجهاته من الأحداث ، تجعل الحكومة الجزائرية عاجزة عن توفير مناصب شغل لكث هائل من الطلبة المتخرجين ، فتظهر الموهبة الإعلامية إذا ما استثنينا عامل الوساطة للولوج في عالم الشغل. وهنا سيجد الصحفي المبتدئ نفسه أمام عالم قد يكون بعيدا كل البعد مما درسه في أقسام معاهد الصحافة والإعلام ، على الرغم من

أن العلاقة بين الاثنين يجب أن تكون تكاملية دون التقليل من الدور المهني أو الأكاديمي معا . فالإشكالية الحقيقية بين الأكاديميين والمهنيين تكمن في فهم الأدوار التي يتحمل مسؤوليتها



بدرجة كبيرة القطاع الأكاديمي ، فالطلبة بحاجة للأقسام الإعلامية عالية الجودة التي تعرفهم إلى المبادئ الأولى للممارسة الإعلامية، وتفادي حصول فجوة بين المؤسسات الصحفية والجامعية .

ومن هنا نطرح السؤال الآتي:

ما طبيعة العلاقة بين الدراسات الأكاديمية والممارسات الإعلامية من خلال تجربة إعلاميين خريجي معاهد الإعلام بالجزائر؟

تطبيقي ، بل وأصبحت البرامج أشبه ببرامج العلوم الإنسانية أو الاجتماعية من خلال إدخال مواد لا علاقة لها بعالم الإعلام والصحافة مثل (علم الآثار ، وتاريخ الجزائر ، والبيبلوغرافيا ...). وتهدف الدراسة إلى التوقف عند أهمية الدراسات النظرية الأكاديمية الإعلامية في الممارسة التطبيقية الإعلامية الميدانية، بالتركيز في علاقة التأثير والتأثر من خلال اقتراحات الشباب الجامعي الساعية لتحسين الدراسات الأكاديمية وتفعيلها على أرض الواقع، أي في عالم الشغل. ومن هنا تبرز أهمية هذه الدراسة، التي تفيد في الحصول على نتائج وحقائق ومعطيات عن علاقة الدراسة النظرية بالممارسة التطبيقية.

نوع الدراسة و منهجها:

يتم وضع المنهج العلمي وفقا لقواعد دراسة المشكلة محل البحث وتحليل أبعادها ومسبباتها ومعرفة جوانبها وتأثيرها بالظواهر المحيطة () وطبيعة هذا الموضوع بما فيه من اتساع تتطلب الاعتماد على الدراسة الوصفية، إذ يسهل فهم طبيعة البحوث الوصفية إذا حصل الفرد أولا على بعض المعلومات عن خطوات البحث المختلفة، والطرق المتباينة المستخدمة في جميع البيانات والتعبير عنها () ، لذلك لا يكون اختيار المنهج اختيارا عشوائيا ، إنما هو اختيار منظم تفرضه طبيعة الدراسة والمشكلة التي تعالجها. و لما كانت دراستنا حول العلاقة بين الدراسات الأكاديمية والممارسات التطبيقية والتي نهدف من

و تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما واقع الدراسات الأكاديمية بكليات ومعاهد الإعلام الجزائرية؟
- ما التحديات التي تواجه الطلبة بعد تخرجهم من معاهد الإعلام؟
- ما طبيعة العلاقة بين التكوين الأكاديمي والممارسة الإعلامية؟
- كيف يمكن للدراسات الأكاديمية الإعلامية أن تخلق جيلا إعلاميا ناجحا؟
- ما أهم العناصر التي تحسن من مستوى التحصيل الأكاديمي الإعلامي تماشيا مع الميدان؟

أهداف الدراسة:

معرفة طبيعة العلاقة بين الدراسات الأكاديمية الإعلامية والممارسات التطبيقية في الميدان ودراسة الإيجابيات والسلبيات التي تخلقها هذه العلاقة.

التحسين من مستوى الأداء الأكاديمي وجعله تماشيا مع عالم الشغل الإعلامي .

طرح انشغالات الصحفيين خريجي المعاهد الجزائرية من خلال دراسة مدى تأثير الدراسات الأكاديمية في مستوى ممارساتهم في الميدان العملي داخل وخارج الوطن .

أهمية الدراسة:

تعد دراسة ،، علاقة الدراسات الأكاديمية بالممارسات الإعلامية ،، ضرورة حتمية يفرضها الوضع الراهن ، خاصة بعد تغير المنظومة التعليمية في الجزائر من نظام كلاسيكي إلى نظام أل.أم.دي ، وتغير البرنامج السنوي الذي أصبح نظريا منه أكثر من

- خلالها إلى التعرف إلى طبيعتها ودورها في تحسين الأداء الإعلامي المهني، اعتمدنا على هذا النوع من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة ، أو الموقف من أجل الحصول على معلومات كافية ودقيقة، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها. ويعدُّ المسح من المناهج العلمية المناسبة للدراسات الوصفية التي تعنى بجمع الحقائق، واستخلاص دلالتها طبقاً لأهداف الدراسة، واستخدمت الباحثة المسح بالعينة، من أجل الإجابة عن تساؤلاتها الخاصة بطبيعة العلاقة بين المتغيرين. أما أداة البحث فقد تم استخدام أداة الاستمارة أو الاستبانة الذي يعدُّ من أكثر الأدوات المستخدمة في الدراسات الميدانية المطبقة على الجمهور، لإمكانياته في جمع بيانات ومعلومات لم يكن في الإمكان الحصول عليها، دون استطلاع الآراء والتعرف إلى المواقف والاتجاهات، فيما ينشر أو يذاع حول قضايا معينة () وعلى الباحث أن يختار الجمهور الذي يطبق عليه استمارة الاستبانة وفقاً لنوع البحث وأهدافه (). وطبقنا استمارة البحث على عينة من خريجي معاهد الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 . و قد كانت محاور الاستمارة موزعة كما يلي :
- المحور الأول: واقع الدراسات الأكاديمية بكليات ومعاهد الإعلام الجزائرية .
- قسم السمعي البصري .
 - قسم الصحافة المكتوبة
 - قسم العلاقات العامة .
- المحور الثاني : الممارسة الإعلامية للصحفيين الجزائريين (خريجي معاهد الإعلام) .

المحور الثالث : مقترحات لتحسين مستوى التحصيل الأكاديمي الإعلامي .

- اعتماد أساتذة أكفاء .

- مواكبة التكنولوجيات الحديثة .

- تعديل البرنامج السنوي بالتركيز في الممارسة التطبيقية .

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعد مجتمع البحث جميع المفردات التي يدرسها الباحث سواء كانت جمهورا أو موادا إعلامية، وهذا ما يفرض ضرورة التعرف إلى ما يحتويه مجتمع البحث من مفردات، إلى جانب التعرف



إلى تكوينه الداخلي تعرفا دقيقا؛ لأن ذلك يعد أساس نجاح اختيار العينة فيما بعد. ويتمثل مجتمع البحث في الصحفيين خريجي جامعة الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال. وقد اعتمدت الباحثة على العينة القصدية من خلال التوجه مباشرة إلى الصحفيين الممارسين للعمل الإعلامي بمختلف أنواعه في الجزائر (صحافة مكتوبة ، إذاعة ، وتلفزيون) وبعض الفضائيات العربية ، بهدف الحصول على إجابات دقيقة عن مسألة الاستفادة من الدراسات الأكاديمية النظرية وعلاقتها بممارساتهم الإعلامية. ومن هذا المنطلق قدر حجم العينة بـ 100 مفردة. وإذا كانت مفردات العينة هذه تمثل بدقة خصائص المجتمع الأصلي، فإن التعميمات التي يستند إلى البيانات المستمدة منها يمكن تطبيقها على المجموعة كلها.

تحديد المفاهيم و المصطلحات:

التحصيل الأكاديمي الإعلامي:

هو محصلة التعليم والمدى الذي يحقق عنده الطالب أو المعلم أو المؤسسة أهدافهم التعليمية. ويُحسب التحصيل الأكاديمي عادة عن طريق الفحوصات أو التقييم المستمر ولكن لم يتفق الجميع على أفضل طريقة لاختبار ذلك أو أهم خواصه سواء المعرفة الإجرائية مثل المهارات أو المعرفة التصريحية

المعلومات والمهارات التي يكتسبها الإعلاميون من خلال ممارساتهم اليومية .

المؤسسات الإعلامية :

هي تلك المؤسسات المختصة بمجال الإعلام والصحافة ، وتتمثل في المؤسسات الخاصة بالصحافة المكتوبة ، المؤسسات الخاصة بالإذاعة المسموعة ، والمؤسسات الخاصة بالتلفزيون ، إضافة إلى وكالات الأنباء كإحدى أهم مصادر الخبر . فهي مجموعة من الأفراد القائمين بالوظائف والجهود في مؤسسة إعلامية ، ويمتلكون القدرة على تسييرها وإدارتها من خلال ما يسمى بالتسلسل الهرمي .

نتائج الدراسة الميدانية :

بعد توزيع الاستمارات على عينة من الصحفيين خريجي معاهد الإعلام والاتصال ، والذين يشكلون عينة الدراسة ، قامت الباحثة بتبويب البيانات والمعطيات المتحصل عليها، و تصنيفها بحسب محاور الاستمارة ، وعليه كانت النتائج الخاصة بعلاقة الدراسات الأكاديمية بالممارسات الإعلامية، دراسة تطبيقية على عينة من الصحفيين خريجي معاهد الإعلام الجزائرية بحسب عينة الدراسة كما يلي:

المحور الأول: واقع الدراسات الأكاديمية بكليات ومعاهد الإعلام الجزائرية ،

1- واقع الدراسات الأكاديمية بالقسم السمعي البصري :

- أجمع المبحوثون الصحفيون خريجو معاهد الإعلام الجزائرية والعاملون بمختلف وسائل الإعلام الجزائرية ، على أن الأقسام السمعية البصرية تحتاج إلى التجديد من ناحية الشكل والمضمون ، وتحتاج أيضا إلى أن تواكب مجال تخصصها المرتبط أساسا بالتطبيق ، إذ إن معاهد الإعلام بكليات الصحافة تفتقد أدنى وسائل الممارسة الإعلامية كالميكروفون ، والكاميرا ، أي أنها تعاني نقصا حادا في الوسائل التي تساعد الطلبة على التقرب من المجال ، وأحيانا يكون الأساتذة بهذه المعاهد لم يمارسوا

مثل الحقائق () . ففي ولاية كاليفورنيا مثلا، يُقاس التحصيل الدراسي عن طريق مؤشر الأداء الأكاديمي.

وقد تم عمل حلقة وصل بين الاختلافات الفردية في الأداء الأكاديمي واختلافات الذكاء والشخصي ، واتضح أن الطلاب ذوي القدرة الذهنية العالية يميلون في اختبارات معدل الذكاء (المتعلمين بسرعة) والآخرون الذين يبذلون قدرا كبيرا من الاجتهاد (تم ربطه بدافع الجهد والتحصيل) للوصول لمرتبة عظيمة في الترتيبات الأكاديمية. فاقترحت أحد التحليلات التجميعية أن الفضول العقلي (كما هو محدد بواسطة المشاركة الفكرية الانموزجية) له تأثير مهم في التحصيل الدراسي بالإضافة إلى الوعي والذكاء (.) .

الممارسة الإعلامية :

هي العمل الميداني الإعلامي داخل المؤسسات الإعلامية المختلفة (صحافة مكتوبة ، إذاعة ، وتلفزيون) ، من خلال وظائفها المختلفة (الإعلام ، الترفيه ، التثقيف ...) ، فهي

هذه المهنة مسبقا ، فيكون شكلي للموافقة على هذا إذ إن الطابع النظري يغلب صعبا بل مستحيلا أن ينقلوا التربص ، لكن الحقيقة تتعلق على الكلية إضافة إلى نقص تجربة لم يعيشوها حتى بدرجة الوساطة التي تمكنه من الإمكانيات سواء المرجعية أو يعلموها لغيرهم . كما اقترح اختراق المؤسسة التي يرغب التقنية .

بعض الصحفيين الجزائريين فيها لإجراء هذا التربص . كما أن خريجي معاهد الإعلام الجزائرية تربصا واحدا طوال أربع سنوات سابقا مع النظام الكلاسيكي ،

2- واقع الدراسات الأكاديمية بقسم الصحافة المكتوبة :

-عكس المبحوثون نفس ملاحظاتهم بالأقسام السمعية البصرية على أقسام الصحافة المكتوبة ، والفرق فقط يتعلق في شقها المكتوب ، إذ إنه يعد قسما ناقصا لم يتطور



الأجنبية مسألة تجديد القسم السمعي البصري ، الذي يعدُّ قسما ناقصا يحتاج إلى التحسين من حيث إثراء مكاتبه ، وتركيزه في

كثيرا على الرغم من عمر التجربة الإعلامية التعددية في الجزائر التي تجاوزت ربع قرن.

- رأى البعض من المبحوثين داخل الوطن أن دراسة الصحافة المكتوبة بالجزائر دراسة مبالغ فيها خاصة فيما يتعلق بعمليات التحرير، لأن معظم الجرائد لا تعمل بتلك التقنيات المتطورة التي يتم الحديث عنها في المحاضرات والحصص التطبيقية ، في وقت رأى بعض

وثلاث سنوات الآن مع النظام الجديد، تعدُّ غير كافية .

- دعا المبحوثون إلى فتح الممارسة الإعلامية الميدانية للطلبة مع أساتذة مارسوا هذا المجال ، للاستفادة من تجاربهم الشخصية وبقائها بدراساتهم العلمية من خلال إعداد أعمال خاصة بأنواع الصحفية كالروبورتاجات والتحقيقات والبورتريرات . فالواقع يقول إن الدراسات الأكاديمية تحتاج إلى الممارسة التطبيقية ،

بعض المواد الأساسية التي كانت عمود البرنامج السنوي في السنوات الفارطة ، واضمحت الآن .

- تحتاج كليات ومعاهد الإعلام في الجزائر إلى توفير التكوين الميداني للطلبة ، فهناك تربص يستفيد منه كل طالب ، لكن الجامعة لا تساعد هذا الأخير على عمل تربصه بل تكتفي بتقديم ورقة له تسمى (ورقة تسهيل مهمة) ، كإجراء

تسهل المهمة على الطلبة والصحفيين المبتدئين.

المحور الثاني : الممارسة

الإعلامية للصحفيين

الجزائريين (خريجي معاهد

الإعلام) .

1- أهمية التكوين الأكاديمي في الممارسة الإعلامية :

- رأت نسبة 60% من المبحوثين داخل الوطن وخارجه أن الدراسة الأكاديمية لعلوم الإعلام والاتصال مهمة جدا لممارسة المهنة ، فمن الطبيعي أن كل مجال يتطلب دراسة وتخصصا وغير ذلك يعد هواية ، إذ مهما بلغ صاحب الهواية والشغل بمجال الاعلام من مناصب فإنه لن يصل إلى المستوى المطلوب مقارنة بأهل المهنة .

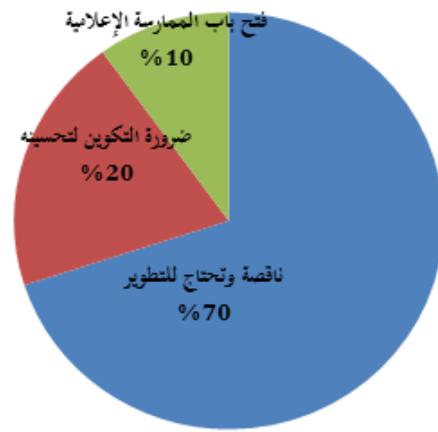
- رأت نسبة 40% من المبحوثين أن دراسة الصحافة ليست ضرورية ولا أساسية لممارسة هذا المجال ، فهناك الكثير من الصحفيين والإعلاميين المميزين والناجحين لم

أخر خارج الوطن أن واقع قسم الصحافة المكتوبة بالجزائر مقبول بالنظر إلى تجارب صحفيين وأساتذة كبار نقلوا لهم هذه التجارب .

3- واقع الدراسات الأكاديمية بقسم العلاقات العامة :

- اقترح بعض المبحوثين مسألة التركيز في البحث في نوعية الاتصال داخل المؤسسات ، ومسألة الممارسة التطبيقية في الشركات والمؤسسات العامة ، وتطبيق الدروس النظرية بخاصة المتعلقة بالإشهار ، وتصميم الحملات الإعلانية ، والعمل الإعلامي داخل هذه المؤسسات ،

دائرة نسبية تمثل واقع الدراسات الأكاديمية بكليات و معاهد الاعلام الجزائرية



فقسم العلاقات العامة بحاجة إلى تطوير .

- رأى المبحوثون أن قسم العلاقات العامة قسم ضعيف بالنظر إلى اسمه الكبير الذي يتطلب إقامة علاقات عامة ، فهو قسم مرتبط أساسا بتطور المناخ الاقتصادي في البلاد ، وأجواء الاستثمارات والحركية التي ينبغي أن يكون عليها عالم المال والأعمال والذي يركز في مبدأ إدارة العلاقات العام ، لكن الطابع النظري ونقص الإمكانيات يغلبان عليه للأسف ، داعين إلى مسألة التكوين الذي يعد الأساس وليس الاكتفاء بالجانب النظري فحسب .

- أجمع المبحوثون على أن كلية الإعلام تحديدا بكل أقسامها بحاجة إلى أن تنفتح أكثر على عالم الإعلام والصحافة بما يجعلها متناغمين ومتكاملين ، من خلال عمل عقود واتفاقيات مبرمة مثلا بين الطرفين

يدرسوا أصلا الإعلام ، فبعضهم درس الطب والآخ الهندسة ، وآخرون قادمون من تخصصات مثل علوم سياسية أو تاريخ أو ترجمة ... وفي المقابل ليس كل من درس الإعلام صحفيا بالضرورة ، أو صحفيا ناجحا بالضرورة ، فالصحافة ميول وموهبة وحب قبل أن تكون دراسة ، وإذا صقلت الموهبة بالتعلم ولد صحفي موهوب ناجح ، فهي مهنة تختلف في جوهرها عن كل المهن الأخرى .

الأساتذة المحترفين بالميدان .

المحور الثالث : مقترحات

لتحسين مستوى التحصيل

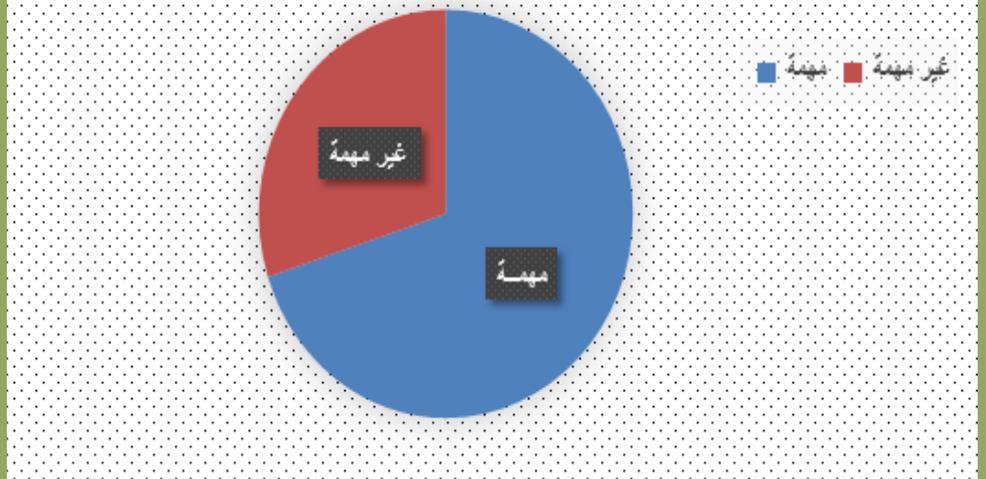
الأكاديمي الإعلامي .

1 - اعتماد أساتذة أكفاء

- اقترح الصحفيون خريجو معاهد الإعلام الجزائرية والعاملون داخل أو خارج الوطن، اقترحوا مسألة اعتماد أساتذة أكفاء، من خلال تخصيص مواد على حسب اختصاص الأستاذ، واعتماد أساتذة مدرّبين مارسوا أو يمارسون المهنة ولا يدرّسونها فقط، وإعطائهم فرصة التكوين المستمر. أما بالنسبة للسمعي البصري فيجب اعتماد أساتذة ممن يزاولون نشاطهم في التنشيط أو التقديم الإذاعي و التلفزيوني حتى يفيدوا الطلبة من خبرتهم الإعلامية.

- دعا بعض المبحوثين إلى مسألة التركيز في توجيه

دائرة نسبية تمثل اهمية الدراسات الأكاديمية في الممارسة الإعلامية



2- علاقة الدراسات الأكاديمية بالممارسات الإعلامية :

- أجمع المبحوثون داخل الجزائر على أن درجة الاستفادة من الدراسات الأكاديمية في عالم الشغل ليست بالحجم المطلوب، إذ إن الصحافة ميدان تطبيقي أكثر منه نظري ، وهو ما يفتقد بالجامعات الجزائرية ، في وقت رأى بعضهم أن ما تلقوه بمعاهد الإعلام لم تؤهلهم للاشتغال في عالم الصحافة لولا دراساتهم وبحوثهم الشخصية وتجاربهم الميدانية .

- أكد بعض المبحوثين خريجو المعاهد الجزائرية والعاملون خارج الوطن أن هناك استفادة من المرحلة الأكاديمية بنسبة تفوق الخمسين بالمائة ، لكن حقائق الميدان شيء آخر تماما ، فالميدان هو المدرسة الحقيقية التي تعلم الصحفي أشياء أخرى لا تجدها مطلقا في التحصيل الأكاديمي الذي لا غنى عنه كقاعدة وأساس مكنهم من التعرف إلى أبجديات المهنة . لكن على الرغم من كل النقائص

الطلاب إلى الصواب في المراجع ، لارتياح مراكز البحوث و التعرف إلى جديد الدراسات والتركيز في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديدة ومواكبة كل جديد. وهو ما يتضح في العصر الموالي.

2 - مواكبة التكنولوجيات الحديثة .

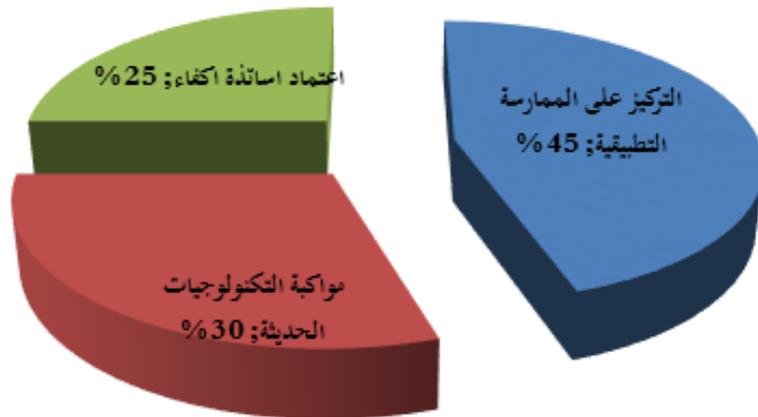
- دعا المبحوثون إلى مسألة مواكبة التكنولوجيات الحديثة من خلال توفير هذه التكنولوجيات وإتاحتها للطلبة، والانتقال الى مرحلة اعتماد وسائل تكنولوجية حديثة لتلقين الدروس للطلاب خاصة فيما يخص القسم السمعي البصري منه ، واقترح المبحوثون مسألة تجهيز البلاطوهات في الكلية بكل ما يمكن أن يجده صحفي المستقبل في البلاطوهات الحقيقية من ملقن -teleprompteur pastille، وميكروفونات ، وكاميرات ، واستوديوهات بث إذاعية ... حتى يتدرب المذيع الجديد على التقديم بهذه الوسائل و بمجرد تخرجه من الكلية ، يكون مستعدا للعمل .

3 - تعديل البرنامج السنوي بالتركيز في الممارسة التطبيقية .

- شدد المبحوثون على مسألة تعديل البرنامج السنوي بالتركيز في الممارسة التطبيقية، من خلال دراسة مواد تطبيقية لها علاقة بالصحافة، وإعداد الطلبة أكاديميا وميدانيا، مثل فنيات التحرير الصحفي ، والتنشيط الصحفي ، والتقديم الإخباري ، وإعداد حصص إذاعية وتلفزيونية ... ، فأكثر شيء مهم هو تكليف الطلاب بإعداد نوع صحفي معين، من تقارير أو أنواع التحقيق الصحفي الميداني و الروبورتاج الصحفي، و إنتاج أنواع أخرى لا تقل أهمية .

- دعا المبحوثون إلى التخلي عن المواد غير الضرورية بكليات الإعلام التي كانوا قد درسوها بالثانويات والإكمائيات، مثل تاريخ الجزائر، أو تلك التي لا طائل منها في كليات الصحافة مثل علوم الآثار ، والتركيز في المواد الإعلامية التي يستفيد منها الطالب مباشرة بعد تخرجه من كلية الإعلام والصحافة .

دائرة نسبية تمثل مقترحات لتحسين مستوى التحصيل الأكاديمي الإعلامي



التوصيات :

بعد عرض هذا البحث الذي تناول علاقة الدراسات الأكاديمية بالممارسات الإعلامية من خلال تجربة إعلاميين خريجي معاهد الإعلام بالجزائر - دراسة تطبيقية - ، يمكن طرح عدد من التوصيات والضوابط التي يمكن أن تحكّم وتفعّل على أرض الواقع للتحسين من الأداء الأكاديمي ومن ثم تحسين الأداء الإعلامي وهي :

تجديد أقسام ومعاهد الإعلام والاتصال وتفعيل أدائها الميداني من خلال التركيز في الممارسة الإعلامية التطبيقية والوسائل الضرورية .

توفير التكوين الميداني للطلبة من خلال فتح باب الترقيات الميدانية في أكثر من مؤسسة إعلامية، ومساعدة الجامعة في هذه الترقيات .

ضرورة فتح الممارسة الإعلامية الميدانية للطلبة مع أساتذة مارسوا هذا المجال، للاستفادة من تجاربهم الشخصية وقلها بدراساتهم العلمية من خلال إعداد أعمال خاصة بالأنواع الصحفية كالروبورتاجات والتحقيقات والبورتريهات.

التركيز في الدراسة الأكاديمية كعنصر أساسي في الممارسة الإعلامية من خلال تكييف أقسام الإعلام بمختلف تخصصاتها مع عالم الشغل .

التحسين من مستوى الدراسات الأكاديمية حتى تؤهل الصحفيين المبتدئين للولوج في عالم الصحافة من خلال الاستفادة من المرحلة الأكاديمية كقاعدة أساسية تمكنهم من التعرف إلى أبجديات المهنة .

ضرورة اعتماد أساتذة أكفاء من خلال تخصيص مواد على حسب اختصاص الأستاذ، واعتماد أساتذة مارسوا ويمارسون المهنة ولا يدرسونها فقط ، وإعطائهم فرصة التكوين المستمر .

بالنسبة للسمعي البصري يجب اعتماد أساتذة ممن يزاولون نشاطهم في التنشيط الإذاعي والتلفزيوني حتى يفيدوا الطلبة من خبرتهم بحلوها ومرها .

التركيز في مسألة توجيه الطلاب إلى الصواب في المراجع، لارتداد مراكز البحوث والتعرف إلى جديد الدراسات و التركيز في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديدة ومواكبة كل جديد .

مواكبة التكنولوجيات الحديثة من خلال توفير هذه التكنولوجيات وإتاحتها للطلبة لتلقين الدروس، وتجهيز بلاطوهات واستوديوهات في الكلية كتلك التي يجدها صحفي المستقبل في العمل .

تعديل البرنامج السنوي بالتركيز في الممارسة التطبيقية ومواد لها علاقة بالصحافة ، وإعداد الطلبة أكاديميا وميدانيا، مثل فنيات التحرير الصحفي، والتنشيط الصحفي، والتقديم الإخباري، وإعداد حصص إذاعية وتلفزيونية .

تغيير المواد التي لا تخدم إعلامي المستقبل مثل علوم الآثار، والتركيز في المواد الإعلامية التي يستفيد منها الطالب مباشرة بعد تخرجه من كلية الإعلام .

قائمة المراجع :

- Annie Ward, Howard W. Stoker, Mildred Murray-Ward (1996) □ □ □ Achievement and Ability Tests - Definition of the Domain □ □ □ Educational Measurement 2 □ University Press of America □ ISBN 978-0-7618-0385-
von Stumm □ Sophie □ Hell, Benedikt; Chamorro-Premuzic, Tomas (2011). □ □ The Hungry Mind: Intellectual Curiosity Is the Third Pillar of Academic Performance □ □. Perspective on Psychological Science 6 (6) novembre 2015

- الدليل الشامل في البحث العلمي، أ.د. مبروكة عمر محيريق ، ط1 ، مجموعة النيل العربية ، 2008 - سبع محاضرات حول الأسس العلمية لكتابة البحث العلمي ، د. عبد القادر محمود رضوان ، دون طبعة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، دون تاريخ .
- مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية ، محمد الوفايي ، ط1 ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، 1989.
- نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، محمد عبد الحميد ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1997 .

الصورة الإعلامية الفلسطينية في موقع إنستغرام دراسة سيمائية



د. مي عبد الفني - كلية الإعلام جامعة بنغازي

الملخص

هذا البحث يهدف إلى دراسة الصورة الإعلامية الفلسطينية في موقع إنستغرام مستخدماً المنهج السيميائي في تحليل الصورة وابعادها ومضامينها ودلالاتها المختلفة . ويتضمن هذا البحث ثلاثة مباحث : المبحث الأول : الإطار المنهجي للبحث ، أما المبحث الثاني: الدراسة السيمائية للصورة الإعلامية الفلسطينية في موقع إنستغرام ، ويعرض المبحث الثالث لأهم نتائج وتوصيات البحث .

الكلمات المفتاحية : الصورة الإعلامية ، موقع إنستغرام، مواقع التواصل الاجتماعي ، دراسة سيمائية

Abstract

This research aims to study the Palestinian media image in Instagram user site a curriculum Alsamaia in the picture and its dimensions and implications of various analysis and implications.

This research includes three topics: The first topic: The methodological framework for research. The second topic is the seminary study of the Palestinian media image at the Integram site. The third section presents the main findings and recommendations of the research..

Keywords: media image, site Instagram, social networking sites, study of profile

أهمية البحث:

تتبع أهمية الدراسة من تعاضم الدور الذي تلعبه في الصورة الإعلامية في وسائل الاتصال عامة وفي التواصل الاجتماعي خاصة. كما تمثل الدراسة إضافة علمية لتطبيقات المنهج السيميائي وذلك من خلال تحليل الصورة الإخبارية الفلسطينية - التي تعنى بنقل الحدث الفلسطيني بأبعاده كافة - في الموقع الأبرز لنقل الصورة وتداولها انستغرام .

تساؤلات البحث:

ما مستويات قراءة الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام؟
ما دلالات العلامات التشكيلية في الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام؟
ما دلالات العلامات الأيقونية في الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام؟
آليات الدلالة في الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام؟

هدف البحث :

يهدف هذا البحث إلى إجراء تحليل سيميائي للصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام من خلال :
- تحديد مستويات قراءة الصورة الإخبارية في موقع انستغرام.
- الكشف عن دلالات العلامات التشكيلية في الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام.
- الوقوف على دلالات العلامات الأيقونية في

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

مقدمة :

تتنوع وتتعدد الوظائف والأدوار التي تؤديها الصورة في الحياة بشكل عام، ووسائل الإعلام بشكل خاص، إذ أصبحت تتسم بالخصائص المميزة للوسيلة والرسالة في آن واحد.

وقد تزايدت القوة التأثيرية والإقناعية للصورة بفعل اندماج ثورة الاتصال والمعلومات وتطورهما المتسارع. ولاسيما التزايد المستمر لمكانة الصورة كماً ونوعاً في مواقع التواصل الاجتماعي كما ونوعاً من أبرز تجليات تعاضم ثقافة الصورة وتأثيرها في حياتنا على المستويات كافة .

وتحظى الصورة الإعلامية الفلسطينية بأهمية متزايدة في موقع إنستغرام الذي حقق انتشاراً لافتاً في الآونة الأخيرة من أهمية الحدث الفلسطيني وتداعياته المحلية والعربية والعالمية .

وقد أثار ذلك تساؤلات لدى الباحثة حول دلالات تلك الصورة وما تحمله من معانٍ ظاهرة ومضمرة وذلك عبر مستوياتها التشكيلية والأيقونية والتضمينية، وقد مثلت هذه التساؤلات إشكالية كبيرة وموقفاً يحيط به الغموض في ظل قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع .

مشكلة البحث:

تنحصر مشكلة البحث في التعرف إلى دلالات الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام.

الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام.

نوع البحث :

يعد البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى، وصف الظواهر والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه ، وتطور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، .

منهج البحث:

اعتمدت الباحثة في هذا البحث على:

أسلوب التحليل السيميائي، الذي يظلع بالكشف عن المعاني الخفية والمسترة والثانوية خلف الدوال الظاهرة سواء كانت لغوية أو غير لغوية، لفظية أو بصرية، وهي دراسة شكلانية للمضمون تفككه وتعيد بناءه مستخدمة في ذلك إجراءات التحليل لسبر أغواره من خلال مسألة الدال، .

وفي هذا الإطار سوف تعتمد الباحثة على مقارنة رولات بارث لتحليل الصورة والتي ترى أنه يوجد مستويان لقراءة الصورة:-
-المتسوى الأول التقريري: وله

وظيفة تطبيقية بالنسبة للإيحاء.

المستوى الثاني: التضميني: وهي التي يتم بموجبها توليد الدلالات داخل الصورة وهي تشمل الآتي بحسب مارتين جولي :

البعد التشكيلي: وتتمثل في العلامات التشكيلية التي يقصد بها ،مجموع العناصر التشكيلية المضافة للعلامة والمشاركة في تكوين الصورة وتشمل (الإطار، التأطير، زاوية التقاط الصورة واختيار العدسة، التأليف وإعداد الصفحة، الأشكال والخطوط، الإضاءة والألوان)

البعد الأيقوني: وتتمثل في العلامات الأيقونية التي تعد مكوناً أساسياً من مكونات الصورة وهي تتألف من مستويين:

1- مستوى الموضوعات: ويتم التركيز فيه على الموضوعات المصورة.

2- مستوى وضعية النماذج: ويتم فيه دراسة الطريقة الخاصة في عرض الموضوعات المصورة.

البعد اللغوي: ويتمثل في العلامات اللغوية: وتعنى أن الرسالة اللغوية داخل الصورة لها وظيفتان: وظيفة الإرساء أو الشرح، ووظيفة التكميل.

أسلوب التحليل Analysis Meta (التحليل من المستوى الثاني): لمسح وتحليل الأدبيات السابقة بهدف الاستدلال بنتائجها في الدراسة.

أدوات البحث:

يمكن حصر أدوات البحث في الأدوات التي يتبعها المنهج السيميائي وهي :

القراءة :،هي تعبير عن حالة وعي معرفي بالنسق الاتصالي،،. النقد ،هو التقييم الموضوعي القائم على دراسات علمية وخبرة مهنية وخلفية معرفية

“ الانطباعية :،هي حركة ذهنية عقلية في إدراك الظواهر، التحليل : الكشف عن عملية الترميز في النسق الثقافي والاتصالي،،.

مجتمع البحث:

مجتمع الدراسة هو جميع الصور الإخبارية الواردة في حسابات

انستغرام الفلسطينية.

عينة البحث:

تم اختيار عينة الدراسة التحليلية على النحو الآتي:

تم اختيار ثلاثة حسابات فلسطينية على موقع

انستغرام وهي:

yaffa48_nwes ، himma

quds . Palestine و _nwes

ويرجع السبب إلى اختيارها لأن هذه الحسابات كانت احتلت

المراتب الثالث الأولى من حيث عدد تحميلها للصور في

عام 2016 وذلك وفقا لتقرير وسائل الإعلام الاجتماعي في

فلسطين 2016 وقد بلغ عدد الصور المحملة في كل حساب

على النحو الآتي :

اسم الحساب على موقع انستغرام عدد الصور

المحملة خلال عام 2016

9491 yaffa48_nwes

9238 himma_nwes

8873 Palestine. Quds

بالنسبة إلى المدة الزمنية

تم اختيار شهر يناير ويونيو

وديسمبر من العام 2017م

وهي الشهور التي تمثل أما الحدود الزمنية للدراسة بداية ومنتصف ونهاية العام التحليلية فهي تبدأ من 1 وذلك لتتبع التطور والتغير يناير 2017م حتى 2010م حتى في طبيعة الصور الإخبارية نهاية ديسمبر 2017م.

الحدود المكانية: تنحصر الحدود المكانية للدراسة في فلسطين

تم سحب صورة بشكل عشوائي .

من كل شهر ولكل حساب من

حسابات انستغرام الثلاثة ،

وقد بلغ عدد الصور الخاضعة للتحليل 9 صور.

تنقسم الحدود المكانية لهذا البحث على قسمين:

أ- تتمثل الحدود المكانية

لهذه الدراسة في الأراضي الفلسطينية كافة .

الحدود الزمنية:

تتمثل الحدود الزمنية

لدراسة النظرية تبدأ من

2004 م وهو العام الذي شهد

بداية ظهور مواقع التواصل

الاجتماعي حتى 31 ديسمبر

2017م وهي مدة زمنية ،

كافية لتحديد سمات وتقييم

طبيعة التأثيرات التي أحدثتها

مواقع التواصل الاجتماعي

في المنطقة العربية عامة

وفلسطين خاصة .

التعريفات الإجرائية

الصورة الإعلامية

هي الصورة الثابتة التي تهدف سواء كانت سياسية أو اقتصادية

أو اجتماعية إلى نقل أو توصيل صور عن الأحداث بصورة مستقلة

أو بشكل مساند للنص الخبري .

موقع انستغرام

،هو أحد.. مواقع التواصل

الاجتماعي وهو عبارة عن

تطبيق يسمح للمستخدمين

بأخذ الصور وإجراء التعديلات

الرقمية والفلتر عليها بحسب

الرغبة ثم مشاركتها مع الأصدقاء

عبر مواقع التواصل الاجتماعي

2017م وهي مدة زمنية ،

كافية لتحديد سمات وتقييم

مجموعة من النظريات والمداخل

مواقع التواصل الاجتماعي

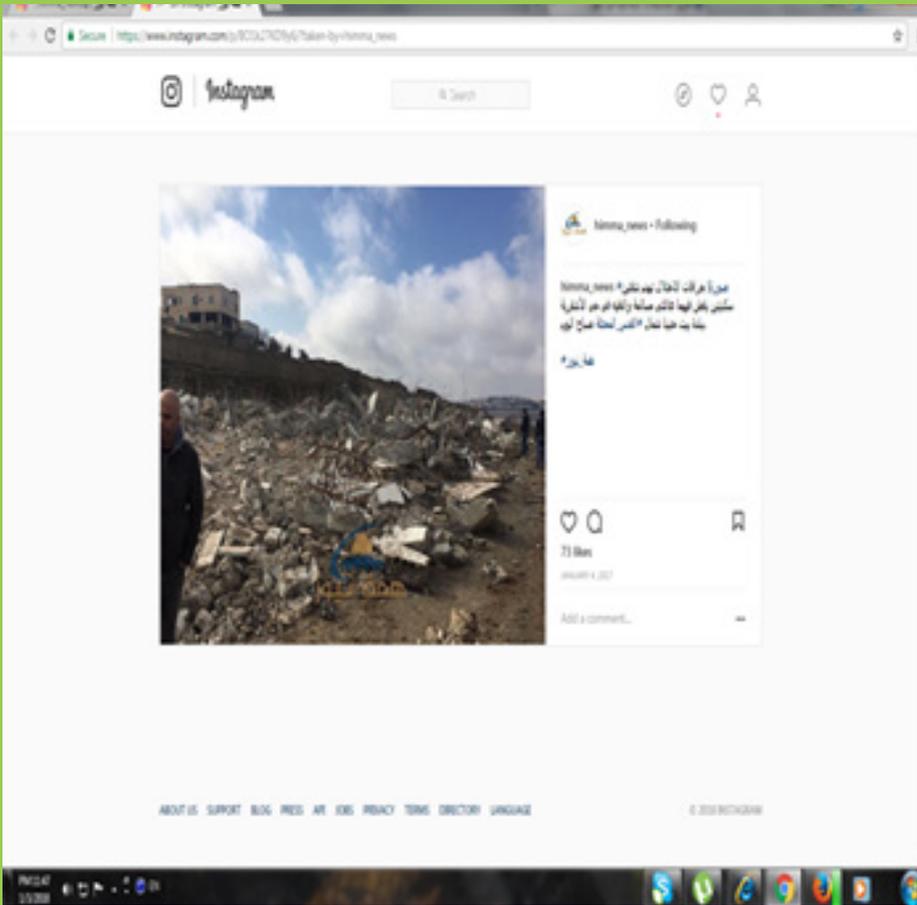
من أبرزها:

نظرية المعرفة

ترى نظرية المعرفة ،أن

القابلية للتغيير: وهو أن تكون الأجسام الاعلامية في حالة تنوع. الترميز الثقافي: وهو قدرة هذه الوسائل علي التأثير الثقافي . المبحث الثاني: الدراسة السيمائية للصورة الإعلامية الفلسطينية في موقع إنستغرام

أولاً تحليل عينة الصور في شهر يناير عام 2017 تحليل الصورة رقم 1



الصورة رقم (1)

القراءة التعيينية

تظهر الصورة آثار هدم قوات الاحتلال لشقتين سكنيتين في بلدة بيت حنينا شمال مدينة القدس المحتلة.

2.العلامات التشكيلية

الحامل

كل الظواهر تحمل معنى أو مجموعة معانٍ، وأنه يمكن البحث عن المعنى من خلال فك شفرة النص من خلال الفهم والتأويل الذي يعنى التفسير الموضوعي من خلال الشخصية التي تفهم ، .

نظرية الحتمية التكنولوجية وفقا لهذه النظرية فإن ، المواصفات الأساسية لوسيلة الاتصال المسيطرة في مدة زمنية هي التي تؤثر في التفكير وكيفية تنظيم المجتمعات أكثر من مضمون الوسيلة الاتصالية ، .

مدخل مانوفيتش للإعلام الجديد

يرى مانوفيتش أنّ الحالات الرئيسة للإعلام الجديد هي:

التمثيل العددي: وتعني

الطبيعة الرقمية لأجهزة الإعلام.

حالة الانتقال: وتعني بإمكانية

اندماج الأجسام الإعلامية مع

بعضها للحفاظ علي صفاتها

المنفردة او الخاصة.

حالة الاتمة: وتعني خضوع

جميع وسائل الإعلام الجديد

للمعالجة الحاسوبية بواسطة

الكمبيوتر.

يغلب اللون الأبيض على الصورة إضافةً إلى لون الغيوم، تُظهر حجارة المنازل المهدمة والكتل الإسمنتية بلون أبيض وهنا اللون الأبيض لا يشير إلى الأمل والصفاء والنقاء بل يشير في هذه الصورة إلى الشحوب والحزن الذي تسبب به هدم المنازل، كما أن ظهور حجارة المنازل المهدمة باللون الأبيض جعلها تبدو كأنها لبست كفنًا أبيض في إشارة إلى موتها وفنائها. كما يظهر الشخص الموجود في الصورة مرتديًا لباسًا أسود اللون وهو اللون المعتاد لباسه في حالة الحداد على الموتى، وهو ما يشير إلى أن الألوان في هذه الصورة ذات دلالة على الحزن. الإضاءة

الإضاءة في هذه الصورة جانبية إذ إنها جسمت آثار المنزل المهدم بشكل عميق. الأشكال والخطوط الخطوط في هذه الصورة أفقية وهو ما يعطي دلالة من هذه الصورة على الصمت الحزين على آثار المنزل المهدم.

العلامات الأيقونية

الموضوعات: تتمثل الموضوعات المصورة من الكتل الإسمنتية المتناثرة جراء عملية هدم شقتين سكنيتين في بلدة بيت حنينا شمال القدس، كما يظهر في الصورة قضبان الحديد البارزة من تلك الكتل الإسمنتية وهو ما يعطي دلالة على الصلابة والتجذر في الأرض، إضافة إلى بناء آخر على تلة مشرفة على البناء المهدم.

حامل الصورة هو صفحة وكالة همة نيوز Him-ma Nwes على موقع انستغرام بتاريخ 4 يناير عام 2017، وقد حازت الصورة 73 إعجابًا. الإطار لا يوجد للصورة إطار ويظهر ذلك في كونها مبتورة من الجهة اليسرى وهو ما يحفز على بناء تخييلي تكميلي. التأطير

العدسة ذات تبثير قصير أقل من 35 ملم وذلك بغية التقاط مجال بصري أوسع لهدم الشقتين، كما يستخدم المصور الوضعية الجانبية وهو ما يعطي دلالة على المدى الأوسع لآثار الهدم. زاوية التقاط العدسة

التصوير تم بالزاوية الاعتيادية التي تعطي دلالة حقيقية وتقريرية عن المنازل المهدومة. التأليف وإعداد الصفحة يمكن قراءة الصورة على شكل حرف □ وذلك كي يتمكن المتلقي من التعرف إلى كل تفاصيل آثار الهدم التي تشكل ثلثي الصورة.

كما يمكن القول إن الصورة ذات محور أفقي وهو المحور الذي يفرق بين الأرض والسماء أو المنطقة المادية والمعنوية وهو ما يعطي هذه الصورة دلالة بالغة التأثير إذ تتمثل المنطقة المادية في الكتل الإسمنتية وحجارة المنزل المهدم معلنة موتها وفنائها فيما تتمثل المنطقة المعنوية في السماء وما تمثله من اتساع وتأمل وإيمان بالله والغيب.

الألوان والإضاءة

نمذجة الموضوعات: تغطي الكتل الإسمنتية بالكلام. معظم أجزاء الصورة وفي ذلك دلالة على تجسيد لعمق الهدم ومواجهته كما أن عدم ابراز ملامح الشخص الموجود في الصورة يشارك في زيادة إبراز الجانب المادي لآثار هدم المنازل.

تحليل الصورة رقم 2



الصورة رقم (2)

القراءة التعيينية

تمثل الصورة موكب الاحتفال بعيد الميلاد المجيد في مدينة بيت لحم بفلسطين وذلك بحسب التقويم الشرقي للطوائف المسيحية وهم يحملون الشموع والرايات.

العلامات التشكيلية

الحامل

وردت هذه الصورة على صفحة وكالة - Pa- lestine.quds على موقع انستغرام بتاريخ 6 يناير عام 2017 م ، وقد حصلت الصورة على 403

العلامات اللغوية تتمثل العلامات اللغوية في وجود شعار حساب همة نيوز على موقع انستغرام متوسطا الصورة. وهو ما يعني أن وكالة همة نيوز هي من قامت بالتقاط الصورة .

التحليل التضميني

من خلال التحليل السابق يمكننا القول إن الصورة تعبير حزين عن حالة المنازل في مدينة القدس وضواحيها التي شهدت في عام 2017م ارتفاعا في عدد المنازل والمنشآت التي هدمتها سلطات الاحتلال وذلك بهدف تهجيرهم من المدينة وضواحيها إذ وصل عدد المنازل المهدامة إلى 154، منزلاً ومنشأةً سكنيةً وتجاريةً وزراعيةً بمختلف قرى وبلدات القدس المحتلة بالهدم، إضافة إلى 555 إخطارا ، وسجل شهر يناير من عام 2017 م - وهو الشهر الذي التقطت الصورة فيه- أعلى رقم في عمليات الهدم إذ وصل عدد المنازل المهدامة في ذلك الشهر 32 منزلا .

فالصورة موضع التحليل جسدت واقع المنازل المهدامة أو تلك المهدامة بالهدم من خلال تصويرها لآثار الهدم بشكل معمق من خلال الكتل الإسمنتية المتناثرة التي كانت يوما تؤلف وتكوّن منزلا متماسكا وهى بذلك مشهدية حزينة لمكونات جامدة لا تستطيع التعبير عن حزنها بالبكاء أو الصراخ أو

إعجابات.

الصورة بلا اطار لأنها تظهر مقطوعة من الجانب الأيمن والأيسر وهو ما يشارك بحسب مارتن جولي في تحفيز المتلقي في بناء تخيلي تكميلي .

التأطير

التقطت الصورة بعدسة ذات تبثير طويل (65 ملم) إذ تبدو الموضوعات مضخمة وقريبة وذلك لأن المصور أراد أن يظهر الرموز الدينية التي يحملها رجال الكنيسة وهي (الصلبان والشموع والرايات الكنسية).

زاوية التقاط الصورة

الزاوية المستخدمة في التقاط الصورة هي الزاوية المنخفضة التي تستخدم لتضخيم الشخصية وإعطائها الهيبة والوقار والعظمة وهو ما يعطي دلالة على الاحترام والمكانة التي يتمتع بها رجال الدين من جهة أخرى.

التأليف وإعداد الصفحة

قراءة الصور تتم من خلال محورين الأفقي الذي يفرق بين الأرض والسماء، وتتمثل الأرض باحتفالية الموكب والسماء متمثلة بالسماء الزرقاء التي

تعلو الموكب، أما المحور الآخر الذي يمكن من خلاله قراءة الصورة فهو المحور العمودي ويتمثل بالأساقفة وما يحملونه من صلبان .

الخطوط

تتميز الصورة بوجود الخطوط الرأسية العمودية التي تعطي دلالة تسامي الروح والشموخ وهو يتلاءم مع المناسبة الدينية موضوع الصورة.

الإضاءة والألوان

الإضاءة المستخدمة في التقاط الصورة هي الإضاءة الجانبية التي تسقط ضوء على أحد جانبي الموضوع.

الألوان

يغلب على الصورة اللون الأحمر ويتمثل في معاطف الأساقفة والرايات الكنسية وهنا اللون الأحمر ذو دلالة دينية إذ إن اللون الأحمر هو اللون الأول لعيد الميلاد.

كذلك يبرز اللون الذهبي ويتمثل في لون الصليب ولون التطريز الموجود على معاطف الأساقفة والرايات الكنسية وهو أيضا لون ذو دلالة دينية إذ

يشير إلى المجد والنور بحسب المعتقدات المسيحية.

اللون الأزرق في السماء يشير إلى الأجواء المستقرة التي تزين عيد الميلاد، كما يشير اللون الأبيض الخاص بالمبنى إلى أجواء العيد التي تتسم غالبا بالصفاء والنقاء والتسامح.

ويمكن القول إن النص ذا اللون الأبيض داخل الشريط الأسود - الموجود داخل الصورة- يحقق تظافرا مع بقية الالوان في الصورة إذ إن الأسود يرمز للألم والمعاناة الناجمة عن الاحتلال فيما يحقق اللون الأبيض تباينا مع الأسود من جهة ويعطي دلالة على الأمل بالسلام والصفاء المنبثق من طبيعة المناسبة، إضافة الى ذلك يشير اللون الأبيض إلى الحقيقة التي يوردها الخبر من جهة أخرى.

دلالة الظلال في الصورة

تبدو الظلال قوية في الصورة بفعل الإضاءة الجانبية وهو ما يعطي تجسيما وعمقا للموضوع.

الأشكال

تتمثل الأشكال في هذه الصورة في الرموز الدينية الخاصة

تمنح المتلقي دلالات تجسيد الوجود المسيحي في فلسطين وأنه وجود ثابت وراسخ في ظل الحديث عن تنامي ظاهرة هجرة المسيحيين من فلسطين ويحمل مكان الاحتفال دلالات سياسية ودينية في آن واحد، وذلك من خلال المعطيات الآتية:

مدينة بيت لحم هي المكان الذي شهد ولادة السيد عيسى عليه السلام، وهذا متفق عليه لدى جميع الطوائف المسيحية في العالم.

تمثل مدينة بيت لحم أنموذجا للتعايش الإسلامي والمسيحي في فلسطين ولعل اللافت خلال الاحتفالية في يوم التقاط الصورة أنه تزامن دخول الموكب بطريق الروم الارثوذكس للمدينة قادما من القدس مع رفع أذان صلاة الجمعة ليقابله قرع الأجراس في كنيسة المهد، تلك الكنيسة التي شهدت ميلاد السيد المسيح عيسى عليه السلام .

شهدت مدينة بيت لحم وكنيسة المهد تحديدا لجوء عدد من المقاتلين والمقاومين

العملية وهي تعطي إحساسا للآخرين بجديتهم وحفاظهم على السيطرة في أثناء التفاعل مع الحدث.

كما أن طريقة إمساك الأساقفة للرموز الدينية المتمثلة في الصليب والشموع والشعارات الكنيسية تحمل دلالات عميقة إذ تم استخدام طريقة اليد المهيمنة وهي التي يتم فيها ارتفاع اليد بشكل عمودي على اليد الأخرى وفي ذلك دلالة واضحة التأكيد في التمسك وقداسة الاحتفالية وأهمية تلك الرموز.

العلامات اللغوية

النص الموجود في الصورة ذو وظيفة ترسيخية وذلك من خلال الكلمات التي حملها ذلك النص، الطائفة المسيحية تحتفل صباح اليوم بعيد الميلاد المجيد في بيت لحم، إذ أكدت نوع الاحتفالية الدينية ومكانها وزمانها.

التحليل التضميني

تتظافر العلامات التشكيلية والأيقونية واللسانية في الصورة لتعطي المعاني العميقة في الصورة والتي

بالديانة المسيحية والمرتبطة بالمناسبة الدينية وهي عيد الميلاد المجيد، وهذه الأشكال هي:

الصليب الذي يرمز ليسوع المسيح .

الشموع التي ترمز للنور الإلهي بحسب المعتقدات المسيحية .

الرايات الكنسية: وهي رايات ذات ألوان حُمر مطرزة بالشعارات الكنسية.

العلامات الأيقونية

مستوى الموضوعات المصورة هو موكب الاحتفال بعيد الميلاد في بيت لحم للطوائف المسيحية التي تتبع التقويم الشرقي ويظهر في الموكب الاحتفالي أساقفة الكنيسة وهم يحملون صلبانهم وشموعهم فيما يظهر جانب من مبنى بيت لحم على الجهة اليمنى، إضافة إلى بعض رجال الكشافة والجمهور على جانب الطريق الأيسر.

مستوى وضعية الأنموذج : تتسم وضعية النماذج بأنها مستوحاة من المناسبة الدينية إذ تتسم نظرة الأساقفة في الصورة بالنظرة المحدقة

الصورة تظهر مبتورة من الجانب الأيمن والأيسر إذ لا نستطيع رؤية باقي اليد اليمنى لأحد المشيعين في الصورة، أما في الجانب الأيسر للصورة فتظهر كتف أحد الأشخاص في الصورة غير مكتملة.

وهذا البتر في الصورة يساعد على تغذية الخيال البصري لإكمال ما لا يراه في الصورة.

التأطير

الصورة ذات تبثير طويل وهو ما يعطي فكرة تقريبية عن الموضوع وما يترتب عليه من إظهار للوجوه وملامحها بشكل تقريبي.

زاوية التقاط الصورة

الزاوية المستخدمة في هذه الصورة هي الزاوية الأفقية بمستوى النظر وهي التي تعطي المشاهد إحساسا بأنه يشاهد الأشياء برؤية مباشرة.

وقد استخدمت هنا لإظهار مشاعر الحزن والغضب بشكل حقيقي وواقعي إذ إن الموت هو الحقيقة الخالدة لنهاية رحلة الانسان في هذه الحياة .

التأليف وإعداد الصفحة.

يمكن قراءة الصفحة بشكل

الفلسطينيين عقب اجتياح القوات الإسرائيلية للمدينة عام 2002م وما يعرف بحصار المهد الذي استمر 40 يوما .

ومما سبق يمكننا القول إن المعنى التضميني في الصورة يتمثل في تأكيد ثبات ورسوخ واستمرار الوجود المسيحي في فلسطين على الرغم من التحديات والأخطار التي تهدد وجودهم فيها.

تحليل الصورة رقم 3



الصورة رقم (3)

1.القراءة التعيينية

تظهر الصورة جنازة الشهيد يعقوب ابو القيعان الذي استشهد بتاريخ 18 يناير عام 2017م .

2. العلامات التشكيلية

الحامل

حامل هذه الصورة هو حساب يافا نيوز 4800000000 على موقع انستغرام وقد التقطت بتاريخ 24 يناير عام 2017 ، وقد حازت الصورة 926 إعجابا. الصورة غير محددة المصدر، معظم التعليقات كانت عبارة عن دعوات بالترحم على الشهيد.

الإطار

الإضاءة:

الإضاءة المستخدمة في هذه الصورة هي الإضاءة من أعلى بزوايا جانبية وهي تمنح المتلقى شعورا بإضفاء الروحانية الممزوجة بالرقّة والصلابة.

الأشكال والخطوط

تبرز في الصورة الخطوط المستقيمة الرأسية ممثلة في المشيعين والأشجار وهي ترمز إلى الصلابة والقوة على الرغم من المحن.

العلامات الأيقونية

مستوى الموضوعات: تتمثل الموضوعات المصورة في الأشخاص الذين يشيعون الشهيد يعقوب أبو القيعان، ويتقدم المشيعين رجل يرتدي اللباس العربي للبدو في منطقة النقب ويشير ارتداء هذا اللباس إلى الطابع والامتداد العربي لهذه المنطقة إذ أكدت العديد من الدراسات وجود تشابه بين ازياء البادية في كل من فلسطين والعراق ونجد والأردن وسوريا .

مستوى وضعية النماذج: يتحدد وضعية النماذج في الصورة من خلال:

الوجوه في الصورة ذات تقطيب غاضب ويظهر ذلك من خلال تغير وضع الشفاه من الاستقامة إلى الالتفاف من وإلى الأسفل نوعا ما إضافة إلى الحاجبين اللذين ينخفضان إلى أسفل.

المسافة بين الأشخاص: الصورة تبين أن المسافة بين الأشخاص هي المنطقة الحميمة التي تتراوح بين 46-15 سم وفي ذلك دلالة على الترابط والتعاقد والموقف الواحد في أثناء تشييع الشهيد.

أفقي وعمودي معا، وتشير قراءة الصورة بشكل أفقي إلى المحور الأفقي الذي يمثل في الحياة المادية ممثلة في المشيعين الأحياء الذين يحملون الشهيد، أما المنطقة المعنوية فتمثل في السماء والشهيد.

ويمكن قراءة الصورة بشكل عمودي ويتمثل في الوضعية الرأسية للأشخاص الذين يحملون نعش الشهيد، إضافة إلى الأشجار الموجود في خلفيتهم.

الألوان

الألوان في هذه الصورة بالغة الدلالة إذ تجمع الصورة بين الألوان القاتمة والتمثلة في الأسود والرمادي والمعبرة عن الحزن الممزوج بالغضب وألوان البيئة شبه الصحراوية التي تتميز بها قرية أم الحيران لكونها تقع في الشمال الغربي من إقليم النقب جنوب فلسطين ممثلة في اللون البني، إضافة إلى اللون الأخضر الذي يتمثل في الأشجار الموجودة في خلفية الصورة، وهو ما يعني أن اللون الأخضر له دالتان هنا:

الأولى: مرتبطة بالبيئة شبه صحراوية التي تتميز المنطقة.

الثانية: تشير إلى تجدد الأمل واستمرار الحياة والتشبث بالأرض على الرغم من الموت.

كما يبرز اللون الأبيض في هذه الصورة وهو ما يشير إلى طهارة الشهيد ونقائه وعلو مكانته، إذ أكدت العديد من الآيات الكريمة في القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة المكانة المميزة التي يختص بها الشهداء.

حركة اليدين إلى الأعلى: تظهر الصورة المشيعين وهم يرفعون أيديهم إلى الأعلى وذلك في أثناء حملهم لجثمان الشهيد هي دلالة على المكانة الروحية التي يتبوأها الشهيد ، إضافة إلى أنها تعبر عن مدى القوة والعزم لدى جمهور المشيعين.

التحليل التضميني

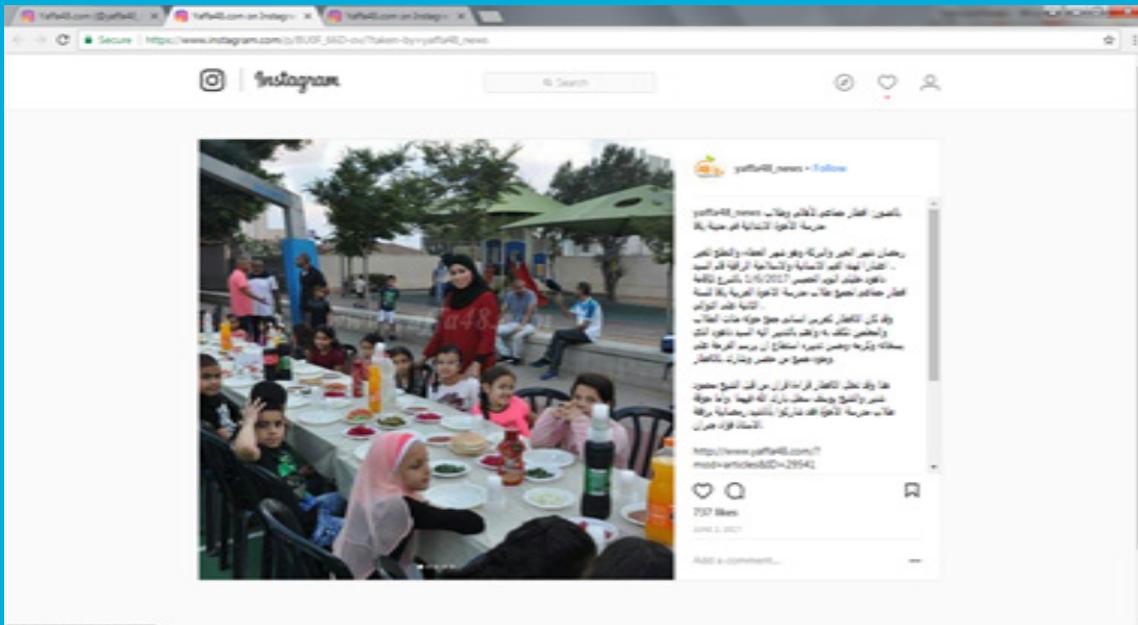
من خلال التحليل السابق يتضح لنا أن هذه الصورة تمثل أنموذجا لحياة الإنسان الفلسطيني في الأرض المحتلة عام 1948م إذ تقاطعت في الصورة مجموعة من التضادات ممثلة في الشهادة والحياة والغضب الممزوج بالحزن والأمل في الاستمرار في الحياة. كما تضمنت الصورة مجموعة الرموز التي تؤكد التمسك بالأرض على الرغم من تهديدات الاقتلاع التي بدأت من عام 1948م واستمرت بعد ذلك من خلال القرارات التي أصدرتها المحاكم الإسرائيلية والتي توجب على السكان العرب في التجمعات البدوية أو القرى غير المعترف بها إخلاءها بالقوة وهدم منازلها التي تفتقر أصلا إلى المقومات الأساسية للحياة الكريمة وهو ما حدا ببعض المواقع الإعلامية الإلكترونية على إطلاق لقب شهيد المكان والمنزل على الشهيد ابو القيعان .

كما تتضمن الصورة تأكيد عروبة فلسطين في الأراضي المحتلة عام 1948م وتمسكهم بامتدادهم وهويتهم العربية التي لم تطمسها كل محاولات التهويد.

وتجسد الصورة أيضا الغضب الفلسطيني الذي يتميز بجمعه بين غضب المشاعر الإنسانية التي يشعر بها كل إنسان عند فقدان الأحبة من جهة والإصرار والصمود والتشبث بالأرض عبر أشكال متعددة ومتنوعة من جهة أخرى .

ثانيا - تحليل عينة الصور في شهر يونيو عام 2017

تحليل الصورة رقم 4



التأليف وإعداد الصفحة

قراءة هذه الصورة يكون بشكل أفقي وهو ما يعكس التنوع والانتساع الذي تظهره المائدة الرمضانية وتجمع الاطفال حولها وهو موضوع الصورة.

الأشكال والخطوط

نلاحظ في الصورة حضور الخطوط الأفقية وهو ما تمثله المائدة الرمضانية وهي ترمز إلى تسامي الروح والحياة والهدوء وهو ما يتلاءم مع الأجواء الرمضانية التي تنسم بالروحانيات المتصلة بالعبادة والتقرب إلى الله سبحانه وتعالى. كما يبرز في الصورة الخطوط العمودية وهو ما تمثله السيدة التي تقف في خلف المائدة والأشجار التي تظهر في خلفية الصورة، وفي ذلك دلالة على الصمود والشموخ والتمسك بالأرض. كما تظهر في الصورة الخطوط المنحنية متمثلة في المقاعد التي يجلس عليها الأطفال وهو ما يشير إلى روحهم التي تجمع بين المرونة والبراءة كما أن اجتماع الخطوط الأفقية والعمودية والمنحنية في الصورة يدل على معاني الحياة والحركة والتنوع وهو ما يبدو واضحاً في الصورة إذ يمثل الأطفال الحياة والحركة وتمثل المائدة وما تحتويه من أطباق ومشروبات التنوع.

الإضاءة والألوان

الإضاءة: نوع الإضاءة في هذه الصورة هي الإضاءة من الأمام، وهذا النوع من الإضاءة يقلل من ظهور العيوب ويضفي طاقة وجمالا على التشكيل الموجود وهو ملائم لإظهار جمال وبراءة الأطفال في الصورة.

القراءة التعيينية

تظهر الصورة مجموعة من الأطفال بمدينة يافا حول مائدة طعام الإفطار الموافق للأول من شهر يونيو 2017 م من شهر رمضان المبارك من العام م 2017 وذلك خلال الإفطار الجماعي لجميع طلاب مدرسة الأخوة العربية بمدينة يافا.

العلامات التشكيلية

الحامل

ظهرت الصورة على حساب يافا نيوز- Yaffa48_news على موقع انستغرام بتاريخ 2 يونيو عام 2017 م، وقد حازت الصورة 737 إعجابا. ويظهر في الصورة اسم حساب Yaffa48_news وهو ما يؤكد أنّ هذا الحساب هو مصدر الصورة ، ولا توجد تعليقات على الصورة بل شرح لماهية الخبر.

الإطار

الصورة لا تتضمن إطارا إذ تظهر بعض أجزاء الطاولة غير مكتملة من الجهة اليمنى واليسرى، إضافة إلى الأشجار التي تبدو مبتورة وهو ما يجعل المتلقى يتخيل باقي أجزاء الصورة خارج مجال إطار الرؤية.

التأطير

الصورة ذات تبتير اعتيادي يمنح المنظور وضعه الطبيعي وهنا يمكن القول إن المصور أراد التقاط صورة واقعية للأطفال وهم يستعدون لتناول طعام الإفطار وهو ما يتناسب مع عالم الأطفال البعيد من التصنع وإظهار الأشياء على غير حقيقتها.

زاوية التصوير

زاوية التصوير في هذه الصورة هي الزاوية الاعتيادية التي تعطي صورة تقريرية عن الموضوع المصور.

الألوان: الألوان في هذه الصورة ذات دلالة بالغة إذ

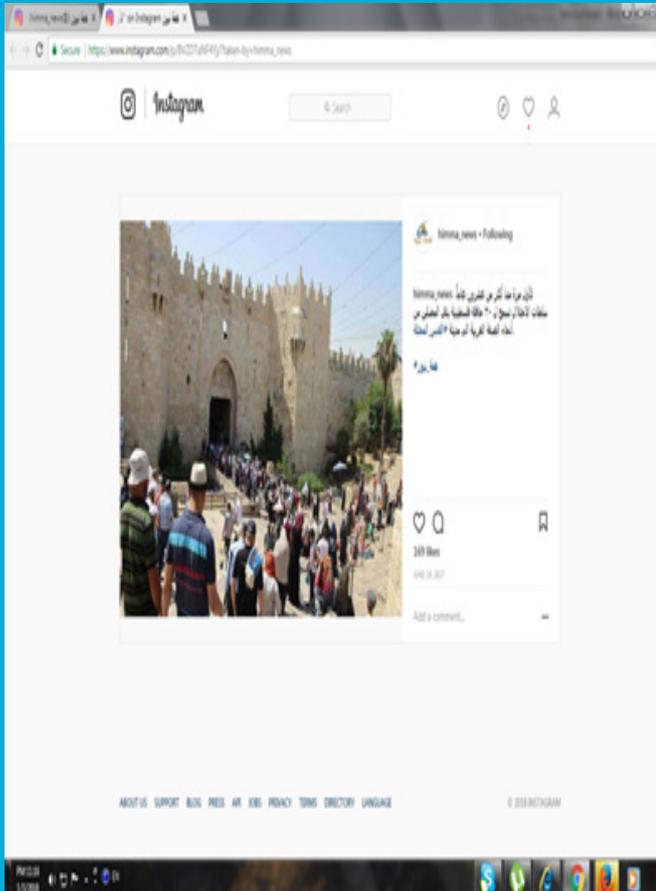
العلامات اللغوية

تتمثل الرسالة اللغوية في اسم حساب الوكالة على انستغرام موجود في مركز الصورة.

التحليل التضميني

تتضمن العناصر التشكيلية والأيقونية في الصورة كي تجسد معاني الأمل والتكافل والتمسك بالأرض والمحافظه على هويتها الإسلامية والفلسطينية، إضافة إلى الهدوء والسكينة الروحية المستمرة من أجواء شهر رمضان وهو ما تجسده العلامات التشكيلية ، فيما تشير العلامات الأيقونية الى روح التعاون والألفة بين الأطفال من جهة والمكان من جهة أخرى.

تحليل الصورة رقم 5



يسيطر اللون الأبيض على مركز الصورة وهو اللون الذي يشير إلى براءة الأطفال ونقائهم، إضافة إلى وجود اللون الأخضر متمثلا في الأشجار مما يشير إلى الطبيعة والازدهار والانطلاق وهو يميز الأطفال من غيرهم. كما يبرز اللون الأحمر متمثلا في ثوب السيدة التي تقف خلف المائدة الرمضانية وهو ما يشير إلى العاطفة و الدفء الملازم لحياة الأطفال وترى الباحثة أن اجتماع اللون الأحمر، الأخضر، الأبيض والأسود في الصورة أمر ذو دلالة بالغة لأنها تؤلف ألوان العلم الفلسطيني وهو ما يدل على تمسك الفلسطينيين في مدينة يافا والمدن الفلسطينية داخل الأراضي المحتلة عام 1948م بهويتهم الفلسطينية وتجذرهم بها.

العلامات الأيقونية

تتمثل الموضوعات في هذه الصورة في الأطفال المجتمعين حول المائدة الرمضانية وما تحويه من مأكولات ومشروبات في أجواء الاستعداد للإفطار، ومما يلفت النظر في هذه الصورة هو اجتماع الاطفال دون ذويهم وفي ذلك تكريس لعالم الطفولة المفعم بالبراءة والعفوية غير البعيد من إشراف ذوي الاختصاص. مستوى وضعية النماذج: يظهر الأطفال في الصورة بوجوه مبتسمة أو ما يعرف بالابتسامة الاجتماعية والتي تجعل المتلقي يتفاعل مع المعارف المحيطة به . كما أن وضعية جلوس الأطفال بعضهم مع بعض وبما يتخطى منطقة الحيز الشخصي يدل على الروح الأخوية بين الأطفال وهي أجواء يتميز بها

القراءة التعيينية

المتمثلة في توافد المصلين إلى ساحات المسجد الأقصى في شهر رمضان فيما تتمثل المنطقة المادية في باب العامود الذي يرمز إلى تاريخ القدس وصمودها .

تظهر الصورة آلاف الفلسطينيين، وهم متوجهون نحو القدس لأداء صلاة الجمعة، والتقطت بتاريخ 12 يونيو 2017م.

الأشكال والخطوط

يمكن حصر الخطوط في الصورة في الخطوط المنحنية لحركة المصلين المتوافدين إلى المسجد الأقصى وهو ما يشير إلى الحيوية والنشاط في حركتهم، والخطوط العمودية في باب العامود وجذع النخلة وهو ما يشير إلى الصمود والقوة.

الإضاءة والألوان

الإضاءة في هذه الصورة هي الإضاءة الجانبية وهي تتميز بأنها تكوّن مناطق متقاربة من الضوء والظلال وهو ما يساعد على تجسيد تأثير وعمق لحركة المتوافدين على البلدة القديمة، إضافة إلى منحه تجسيماً لباب العامود في الصورة.

الألوان: تتقاسم ألوان حجارة باب العامود الصورة وهو ما يشير إلى عمارة باب العامود وإتقان بنائه وأهميته التاريخية والحالية، أما الألوان الأخرى في الصورة فهي تشكيلة واسعة من ألوان أزياء الوافدين لبلدة القدس ويشير تعدد الألوان في هذه الصورة إلى مدى الإقبال الكثيف للفلسطينيين على البلدة القديمة في القدس والصلاة في المسجد الأقصى.

العلامات الأيقونية

مستوى الموضوعات: تتمثل الموضوعات المصورة في توافد آلاف الفلسطينيين من خلال باب العامود وذلك لأداء صلاة الجمعة، ويكتسب هذا التوافد أهمية بعد سماح الاحتلال لعشرات

العلامات التشكيلية

الحامل

الصورة موجودة في حساب همة نيوز Him- ma_news على موقع انستغرام بتاريخ 16 يونيو 2017م ، وقد حازت الصورة 169 إعجاباً. الصورة غير محددة المصدر، كما لا يوجد تعليقات على الصورة بل عرض موجز للخبر.

الإطار

الصورة لا إطار لها، إذ تظهر مقطوعة عند جانبها الأيمن والأيسر، وهو ما يساعد المتلقي على بناء تخيلي لباقي مكونات الصورة.

التأطير

عدسة الصورة ذات تبتير قصير وهو ما أعطى الصورة مجالاً بصرياً أوسع بغية إعطاء منظر أعم وأشمل لحركة توافد المصلين ودخولهم لمدينة القدس وإبراز عددهم الكبير.

زاوية التقاط الصورة واختيار العدسة

زاوية التقاط الصورة هي زاوية فوق مستوى النظر وتم استخدامها هنا لإظهار أكبر عدد من الحشود الذين يتوافدون إلى مدينة القدس، كما تم اختيار الوضعية الخلفية للوافدين وذلك لإظهار حركتهم.

التأليف وإعداد الصفحة

تتم قراءة الصورة بشكل أفقي وهو المحور الذي يفرّق بين المنطقة المادية والمعنوية وهو ما يتلاءم مع الصورة التي تجمع بين الأجواء الروحية

الحافلات التي تقل مصليين من الضفة الغربية بالوصول إلى المسجد الأقصى وذلك لأول مرة منذ عشرين عاماً .

كما أن اختيار صورة توافد الفلسطينيين عبر هذا الباب له عدة دلالات مرتبطة بالمكان والزمان.

أولاً: دلالات المكان

باب العامود هو أكبر أبواب البلدة القديمة في القدس وهو ذو تصميم معماري متميز ويعد المدخل الرئيس للولوج إلى المسجد الأقصى وكنيسة القيامة وحائط البراق والحى التجاري للمدينة . كما تمثل ساحة باب العامود المصورة مركزاً تجارياً صغيراً للباعة من الضفة الغربية وضواحي مدينة القدس، وقد اكتسبت ساحة باب العامود أهمية متزايدة في السنوات الأخيرة إذ شهدت ارتفاع عدد من الشهداء في أثناء مواجهتهم للاحتلال .

الدلالة الزمانية

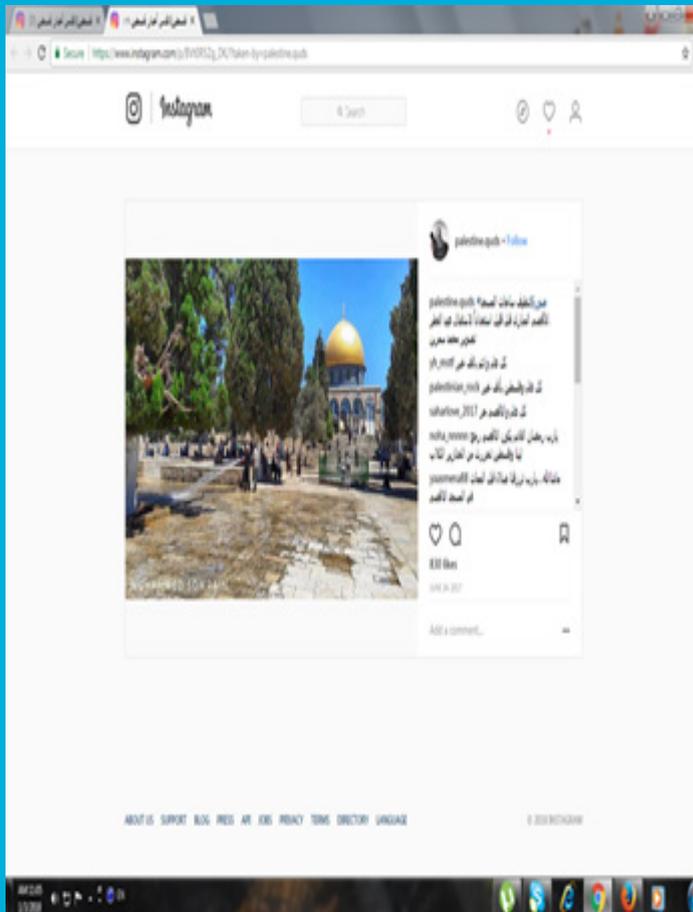
ثم التقاط الصورة في شهر رمضان المبارك الذي يحظى بأهمية خاصة عند المسلمين إذ يعد شهراً للتعبد وزيادة التقرب لله. كما تبرز الصورة النخلة وهو ما يشير إلى الأصالة التي يتمتع بها الوجود العربي والإسلامي في المدينة.

مستوى وضعية النماذج: تبدو الجموع متقاربة في المسافة التي تفصل بعضها عن بعض، كما تظهر كأن حركتها متسارعة للدخول من باب العامود وهو ما يشير إلى وحدة الهدف والإصرار على بلوغ المسجد الأقصى، كما يلاحظ في الصورة غياب الملامح الشخصية للمصليين الوافدين إذ تم تصويرهم من خلف وهو ما يشير

المستوى التضميني

بناءً على ما تم ذكره، يمكن القول إن الصورة موضع التحليل تشير إلى مدى الإصرار والتحمي الذي يبديه الفلسطينيون للوصول إلى المسجد الأقصى والصلاة فيه على الرغم من العوائق التي يضعها الاحتلال ويتمثل ذلك الإصرار في حركة التوافد الكثيف عبر باب العامود الباب الرئيس للمسجد الأقصى وهو الباب الذي يحمل دلالة تاريخية وسياسية واقتصادية تعبر عن تجذر الوجود العربي والإسلامي في القدس.

تحليل الصورة رقم 6



القراءة التعيينية

تظهر الصورة اعمال التنظيف التي يقوم الفلسطينيون بها في ساحات المسجد الأقصى في اطار استعداداتهم للاحتفال بعيد الفطر.

العلامات التشكيلية

الحامل

الصورة جاءت على حساب فلسطين - القدس **Palestine.quds** على موقع انستغرام بتاريخ 24 يونيو 2017، وقد حازت الصورة 830 أعجابا. الصورة موضح عليها اسم ملتقطها وهو سمرين ، وتضمنت التعليقات المصاحبة للصورة التهئة بحلول عيد الفطر السعيد والأمنيات بزيارة المسجد الأقصى والصلاة فيه.

الإطار

الصورة لا إطار لها إذ تظهر بعض أغصان الأشجار مقطوعة وغير متكاملة وهو ما يؤسس بحسب مارتن جولي لقيام صور منزاحة عن المركز ومحفة على بناء تكميلي.

التأطير

عدسة هذه الصورة ذات تبثير قصير تقل من 35 ملم وذلك بهدف التقاط مجال بصري أوسع لأعمال النظافة في المسجد الأقصى.

زاوية التقاط الصورة

اللقطه المستخدمة في هذه الصورة هي اللقطه العريضة ذات الزاوية الجانبية، ويستخدم المصور هذا النوع من اللقطات لتقديم رؤية أوسع لمعالم المكان بحيث يكون إبراز المكان أهم من إبراز الأشخاص.

الأشكال والخطوط

الأشكال الموجودة في هذه الصورة ذات دلالة رمزية دينية ونفسية، وتتمثل هذه الأشكال فيما يلي: قبة الصخرة التي تتشكل من مثنى داخلي ومثنى خارجي فالمثنى الواقع بين المربع الذي يمتاز بالسكينة والاستقرار والدائرة بحركتها وفاعليتها ذو دلالة تاريخية وروحية إذ كان الشكل الهندسي الرئيس لدى الكنعانيين كما تم اختياره ليجسد قبة الصخرة وهو ما يشير إلى صدى العلاقة الكونية بين المركز والمحيط وهى أعلى درجات الارتقاء الروحي ، ويأتي هذا التصميم لقبة الصخرة منسجما مع المكانة الدينية لتلك القبة عند المسلمين إذ أقيمت على الصخرة التي عرج إليها الرسول صلى الله عليه وسلم في الإسراء والمعراج والتي ورد ذكرها في القرآن الكريم في الآية رقم 1 من سورة الإسراء ، ، سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ لَيْلًا مِّنَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ إِلَى الْمَسْجِدِ الْأَقْصَى الَّذِي بَارَكْنَا حَوْلَهُ لِنُرِيَهُ مِنْ آيَاتِنَا إِنَّهُ هُوَ السَّمِيعُ الْبَصِيرُ .

كما تتزين قبة الصخرة عند العنق بعدة نقوش مكونه من أشرطة زخرفية، إضافة إلى شريط من

الكتابة القرآنية ممثلة في سورة (يس) .

الأقواس: تظهر الصورة أربعة أقواس ويطلق عليها اسم بأكّة وهي واحدة من اربع بوائك بنيت مقابل أبواب قبة الصخرة لهذه البوائك دلالة جمالية وتاريخية إذ تم إنشاؤها بهدف إظهار روعة قبة الصخرة، كما أن طريقة بناء تلك البوائك شبيهة بأقواس النصر وهو ما يشير إلى الطابع العربي والإسلامي لمدينة القدس.

الخطوط

الخطوط في الصورة موضح التحليل هي الخطوط الرأسية وتتمثل في أعمدة الأشجار وأعمدة الأقواس المحيطة بقبة الصخرة وتشير هذه الخطوط الى الثبات والاستقرار في مواجهة حملات التهويد.

التأليف وإعداد الصفحة

يمكن قراءة الصفحة بشكل أفقي وهو ما يبرز الحركة الدائرية في المكان وتفصيله. ويدل على اجتماع الماضي والحاضر.

الإضاءة والألوان

الإضاءة: الإضاءة المستخدمة في هذه الصورة هي الإضاءة الآتية من الأمام وهي تعمل على إضاءة أحجام وخطوط معينة في الصورة بقصد إعطائها قيمة وجمالا وهو ما يبدو واضحا في الصورة إذ تظهر خطوط أرضيات مسجد قبة الصخرة بوضوح وهي نظيفة.

الألوان: تكتسب الألوان بعدا دلاليا في هذه الصورة وذلك من خلال وجود اللون الذهبي لقبة الصخرة والذي يشير إلى الإشراق والجلال، ولون الأشجار الأخضر المنبثق من الفكر الإسلامي إذ يرمز للجنة والبهجة كما ورد في القرآن الكريم إضافة إلى اللون الأزرق الذي تزدان به جدران قبة الصخرة والذي يعطي دلالة على العمق الإيماني والفكري والهدوء الذي تتميز به دور العبادة.

العلامات الأيقونية

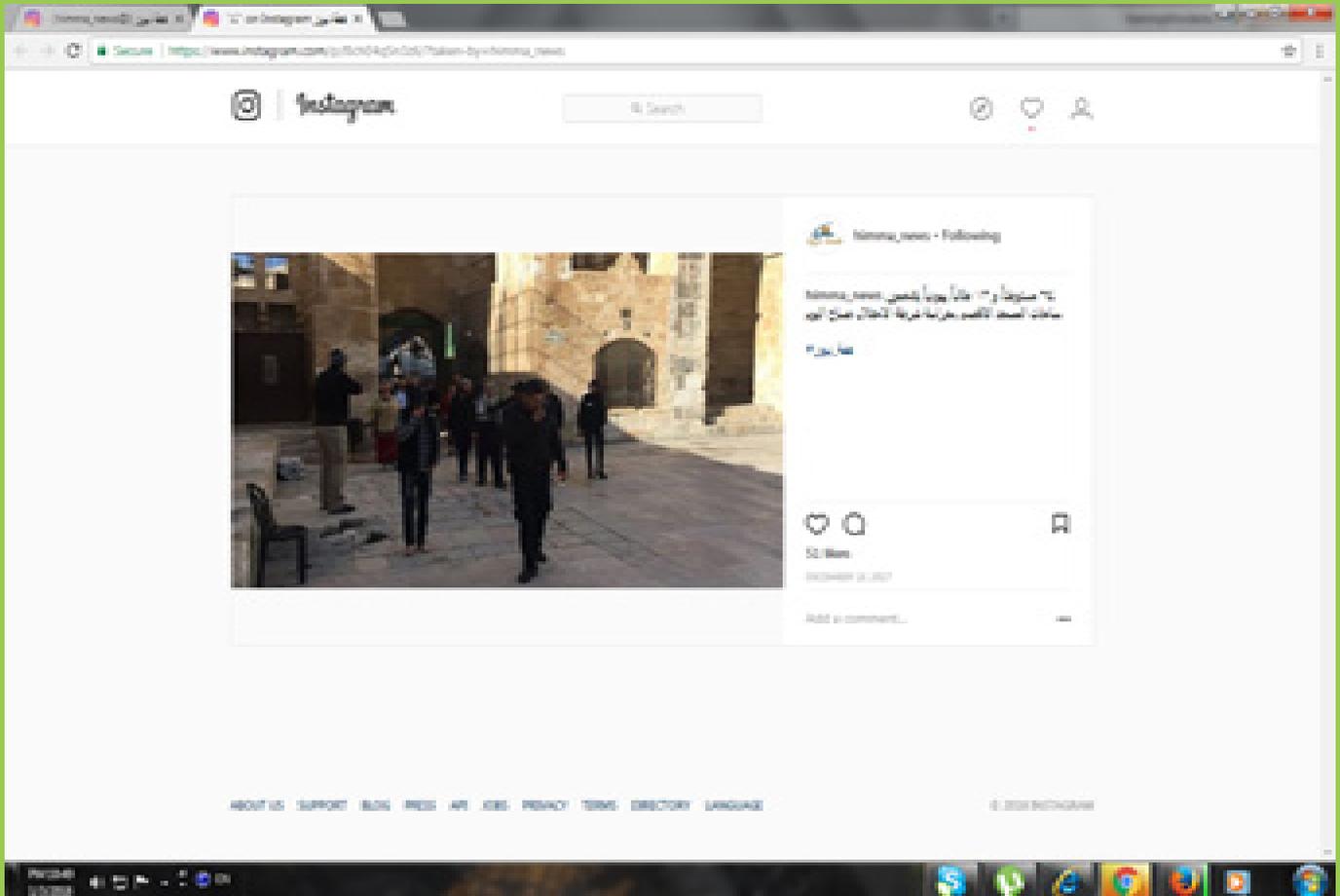
مستوى الموضوعات: تتمثل الموضوعات المصورة بأعمال التنظيف التي يشهدها مسجد قبة الصخرة استعدادا لعيد الفطر السعيد، وتبدو في الصورة الأقواس المحيطة بالمسجد إضافة إلى بعض الأشجار، وصورة المياه على أرضية الساحات المواجهة للمسجد.

مستوى وضعية النماذج: يظهر الأشخاص في الصورة وهم يستخدمون المياه في تنظيف مساحات المسجد. ملامح الأشخاص في الصورة غير واضحة بدقة إذ تتمحور وضعيتهم حول أفعالهم لا شخصياتهم، وفي ذلك دلالة واضحة إذ تشير المياه إلى الحياة واستمرارها في تلك البقعة المباركة ، وقد ورد ذكر الماء في القرآن الكريم بأنها الأساس لكل شيء حي حيث قال الله في محكم كتابه (وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ أَفَلَا يُؤْمِنُونَ).

التحليل التضميني

يمكننا القول إن الصورة تعطي دلالة واضحة على الطابع العربي والإسلامي للمقدسات الإسلامية في القدس من خلال مدى العناية والاهتمام التي يوليها سكان القدس للمسجد الأقصى وساحاته وذلك من منطلق إيمانهم الراسخ بقدسيته ومكانته لديهم، ويبدو ذلك من خلال التركيز في الأفعال التي يقومون بها من أجل ظهوره بأبهى حلة استعدادا لاستقبال العيد الذي يرتبط بمعاني الفرح والعبادة لدى المسلمين.

ثالثا تحليل العينة المسحوبة خلال شهر ديسمبر 2017م تحليل الصورة رقم 7



الصورة رقم (7)

القراءة التعيينية

تظهر الصورة مجموعة من المستوطنين يقومون باقتحام المسجد الأقصى.

العلامات التشكيلية

الحامل

الصورة موجودة على حساب همة همة علي موقع انستغرام بتاريخ 10 ديسمبر 2017، وقد حازت الصورة 51 إعجابا . الصورة غير محددة المصدر كما لا توجد تعليقات على الخبر المصاحب للصورة .

الإطار

الصورة لا إطار لها وهو ما يحفز المتلقي على بناء تخييلي تكميلي.

التأطير

الصورة ذات تأطير اعتيادي وهو ما يشير إلى أن المصور أراد إعطاءها دلالة واقعية عن الاقتحامات التي يقوم بها المستوطنون للمسجد الأقصى.

زاوية التقاط الصورة

الزاوية المستخدمة في الصورة هي الزاوية الأفقية بمستوي النظر، ويتم استخدام هذا النوع من الزوايا في التصوير لإعطاء المشاهد إحساسا بأنه يشاهد برؤية مباشرة.

التأليف وإعداد الصفحة

يمكن قراءة الصورة بشكل عمودي وهو ما يشير بحسب هذه الصورة إلى الفرق بين الماضي والأصالة والذي يمثله المسجد الأقصى وساحته والحاضر المتمثل باعتداءات واقتحامات المستوطنين.

الإضاءة والألوان

الإضاءة المستخدمة في هذه الصورة هي الإضاءة الجانبية التي تكون فيها الظلال قوية وهنا تبرز دالتان للضوء والظلال:

أولاً- دلالة الضوء: تشكل المساحة المضاءة في الصورة الجزء الأصغر من الصورة ممثلة في ساحات المسجد الأقصى التي لا يحضر فيها المستوطنون وفي ذلك دلالة علي ضآلة الجزء المتبقي من المقدسات الذي يقاوم الاحتلال، إضافة إلى أن المساحة المضاءة غالبا ما ترتبط بالمعاني الإيجابية وهو ما ينسجم مع هذه المساحة على الرغم من ضآلتها إذ إنها لم يمسه المستوطنون.

ثانيا - دلالة سطح الظل (الظلال)

تشكل منطقة سطح الظل المساحة الأكبر من الصورة ولذلك عدة دلالات متمثلة فيما يأتي: هيمنة الاحتلال وسيطرته علي فلسطين عامة والقدس خاصة.

ترتبط منطقة سطح الظل في الصورة الملتقطة في الأعمال التلفزيونية والسينمائية بالمعاني السلبية وارتكاب الجرائم وأجواء الترقب والحذر وهو ما ينسجم مع وجود المستوطنين في الصورة في منطقة سطح الظل إذ إن اقتحامهم للمسجد الأقصى هو جريمة تمس المسلمين ومعتقداتهم، إضافة إلى أن هذه الاقتحامات غالبا ما تقابل بمواجهات من الفلسطينيين الذين يقومون بالتصدي لهم.

يلاحظ في الصورة وجود الظل مع انعدام وجود البناء الذي يتسبب في إحداثه وهو ما يشير إلى علاقة مفارقة بين البناء والتمثل في المسجد الأقصى والمستوطنين الموجودين في منطقة الظل (سطح الظل).

الألوان

لا تبدو الألوان واضحة في الصورة بسبب وجودها في منطقة الظل وإن كان يغلب عليها الغموض والقمامة وهو يشير إلى دلالات سلبية مرتبطة بإجرام المستوطنين وممارسات الاحتلال القمعية العلامات الأيقونية.

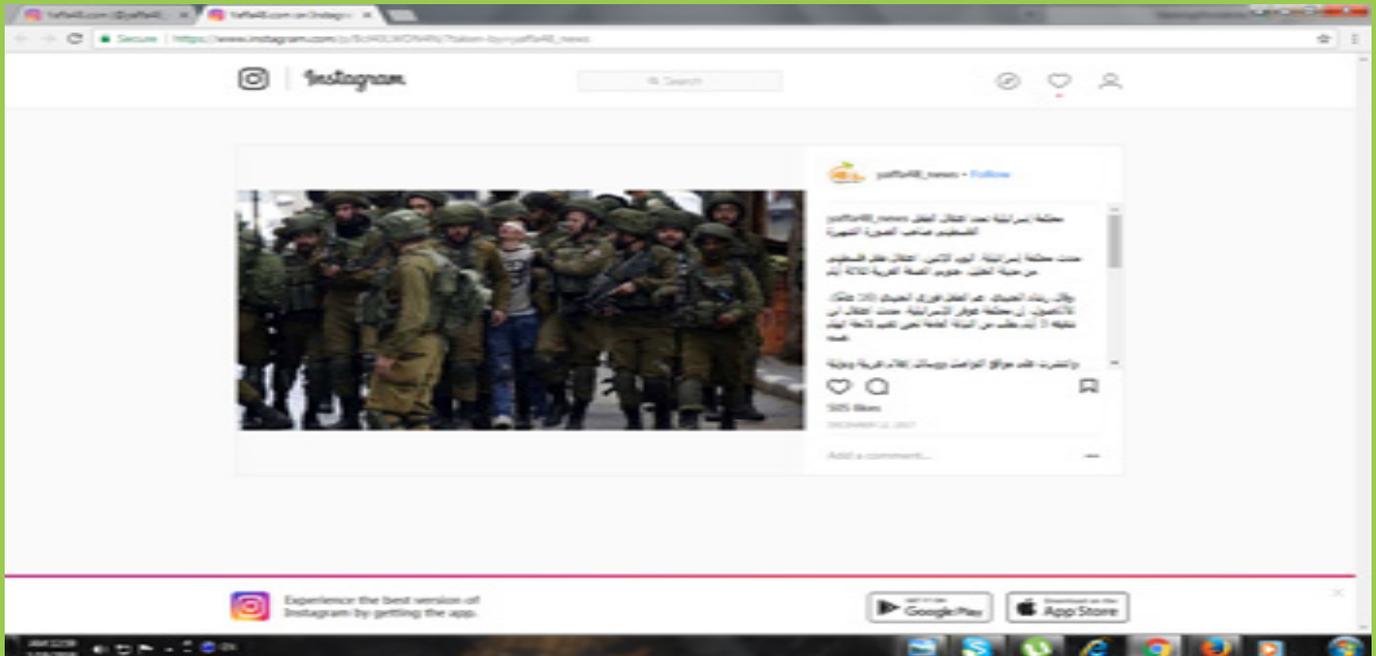
مستوى الموضوعات: تتمثل الموضوعات المصورة باقتحامات مجموعة من المستوطنين وطلبة المعاهد الدينية اليهودية للمسجد الأقصى في حراسة جنود الاحتلال.

مستوى نمذجة الموضوعات: يظهر المستوطنون في الصورة وهم يؤدون جانبا من صلواتهم اليهودية وذلك في محاولة منهم لفرض سيطرتهم الدينية على المسجد الأقصى وثبات روايتهم عن وجود الهيكل في مكان المسجد الأقصى.

التحليل التضميني

تجسد الصورة من خلال ثنائية النور والظل وباقي العلامات التشكيلية والأيقونية واقع المسجد الأقصى تحت الاحتلال، كما أنها تحاول أن تدق ناقوسا للخطر الذي يتهدهه جراء اقتحامات واعتداءات المستوطنين المتكررة والتي يعود تاريخها إلى 1967 م والتي شهدت ارتفاعا في عام 2017 م مقارنة بالسنوات الأخيرة ، وقد تم التعبير عن ذلك في الصورة بمساحة الظل التي تغطي الجزء الأكبر من الصورة ، إلا أن الأمل يظهر في هذه الصورة من خلال سطح الإضاءة حتي لو كان صغيرا.

تحليل الصورة رقم 8



الصورة رقم (8)

القراءة التعيينية

تبين الصورة اعتقال جنود الاحتلال لفتى فلسطيني في مدينة الخليل.

2.العلامات التشكيلية

الحامل

الصورة موجودة على حساب Yaffa48- news علي موقع انستغرام بتاريخ 12 ديسمبر 2017، وقد حازت الصورة 505 إعجابات . الصورة غير محددة المصدر، كما لا يوجد تعليقات على الخبر المصاحب للصورة والذي أضاف تفاصيل جديدة لتطورات قضية الفتى الأسير.

الإطار :

الصورة مبتورة من الجانبين الأيمن والأيسر وهو ما يجعل المتلقي يتخيل باقي مكونات الصورة.

التأطير

الصورة ذات تأطير اعتيادي وهو ما يعطي دلالة على أن الصورة ذات بعد واقعي لا يوجد فيها أي مبالغة أو تضخيم.

زاوية التصوير هي الزاوية الاعتيادية التي تكون بمستوى النظر وهي مقابلة للموضوع لأنها تريد إبراز وضعية الاعتقال بصورة مباشرة.

التأليف وإعداد الصفحة

يمكن قراءة الصورة بشكل عمودي وهو ما يشير إلى الواقع الحالي الذي يمثله الاحتلال والمستقبل ويمثله الفتى الفلسطيني.

الأشكال والخطوط

الخطوط في هذه الصورة هي الخطوط الرأسية العمودية التي تشير الى التسلط والظلم والجبروت في اعتقال الفتى الفلسطيني .

الإضاءة والألوان

الإضاءة المستخدمة في هذه الصورة هي الإضاءة الأمامية التي تكون فيها كمية الظلال قليلة وهو ما ينسجم مع موضوع الصورة إذ أراد المصور إبراز وضعية الاعتقال بصورة مباشرة .

الألوان

يغلب على الصورة اللون الأخضر وهنا لا يعكس أي دلالة إيجابية كما هو متعارف عليه إذ يشير هذا اللون إلى الاحتلال إذ إنه لون لباس أحد الوحدات العسكرية المناط بها قمع المواطنين الفلسطينيين، أما لباس الطفل فيبرز من كنزته التي تجمع بين اللون الرصاصي والأسود الذي يشير إلى الغموض السلبي لمصير هذا الطفل بعد اعتقاله. أما السروال (الجينز) فيشير إلى صغر سن الفتى وأنه يماثل

أقرانه في اللباس الخاص بهم.

العلامات الأيقونية

الموضوعات المصورة : تتمثل الموضوعات المصورة في توسط الفتى الفلسطيني (فوزي الجنيدي) 16 عاما مجموعة كبيرة من جنود الاحتلال يبلغ عددهم 23 جنديا مدججين بالسلاح في أثناء اعتقاله في منطقة باب الزاوية وسط مدينة الخليل.

نمذجة الموضوعات: يظهر الفتى معصوب العينين في دلالة واضحة على مدى القمع الذي يمارسه الاحتلال فيما يبدو الجنود مدججين بأحدث الأسلحة وهم في حالة التجمع والتأهب وكأنهم ينفذون عملية عسكرية خاصة ، غير أن اللافت في الصورة أن الفتى يظهر مرفوع الرأس في دلالة واضحة علي الصمود الذي يبديه الشعب الفلسطيني على الرغم من اشتداد الألم .

التحليل التضميني

تعد الصورة أنموذجا لمعاناة الطفل الفلسطيني التي تجمع بين قسوة الظروف المعيشية من جهة وبطش الاحتلال من جهة أخرى إذ اضطر الفتى المعتقل إلى ترك الدراسة من أجل إعالة أسرته المكونة من 7 أفراد بعد مرض والديه ، أما بطش الاحتلال فيتمثل في حشد عدد كبير من أجل اعتقال فتى يبلغ من العمر 16 عاما كما تكتسب الصورة دلالات مهمة متمثلة في:

دلالة المكان : تمثل مدينة الخليل هدفا دائما للاعتداءات المزدوجة التي يقوم بها الاحتلال والمستوطنون على حد سواء طول العام إذ يقوم المستوطنون باعتداءات منهجية ضد السكان الفلسطينيين ومدارسهم ومسكنهم ومحالهم التجارية ، وقد بلغت هذه الاعتداءات ذروتها في قيام المستوطن باروخ غولدشتاين بإطلاق النار على المصلين في الحرم الإبراهيمي في عام 1994 م والتي أسفرت عن استشهاد 29 مصليا .

دلالة الزمان:

الصورة التقطت في أثناء المواجهات التي شهدتها مدينة الخليل احتجاجا علي قرار الرئيس الأمريكي ترامب إعلان مدينة القدس عاصمة للدولة اليهودية ونقل السفارة الأمريكية إليها . كما تلقي الصورة الضوء على قضية الأسرى الفلسطينيين ومعاناتهم الذين بلغ عددهم حتى نهاية عام 2017 م 7161 معتقلا منهم 351 طفلا .

وتجسد الصورة عدم التكافؤ لدى الشعب الفلسطيني الذي يفتقر للإمكانيات ويواجه بقمع ووحشية من قبل محتل مدجج بأحدث الأسلحة المتطورة ، وهي بذلك تدل على حال الشعب الفلسطيني القوي -الضعيف في مقابل المحتل الضعيف القوي وما تحمله هذه الدلالة من جمعها لتلك التناقضات.

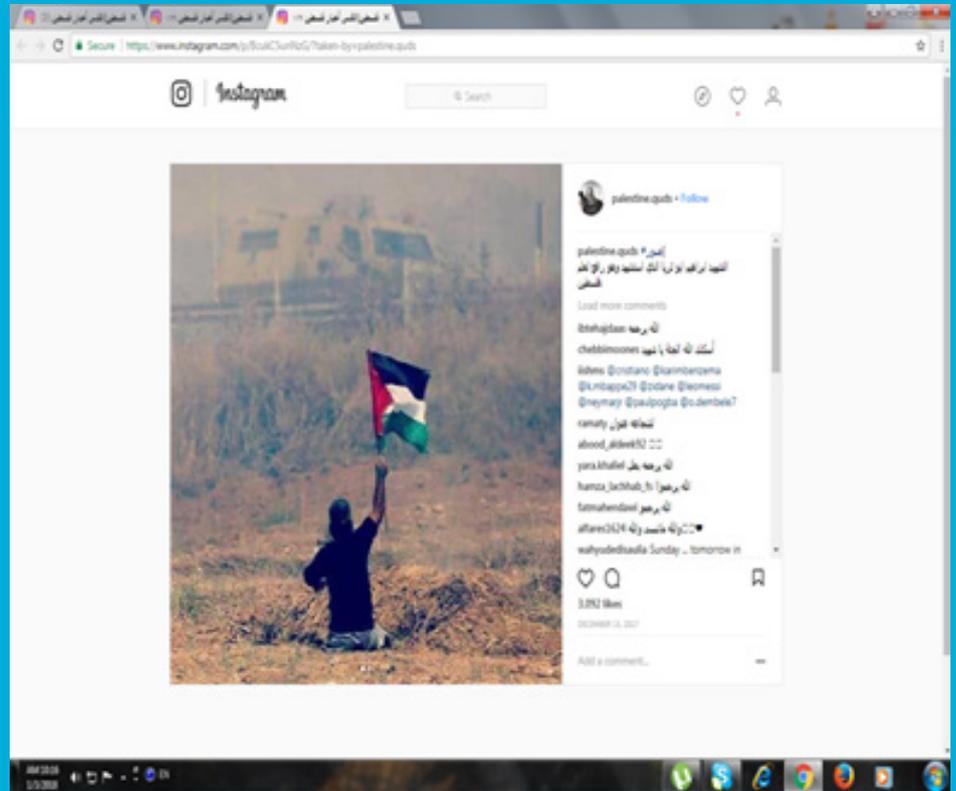
تحليل الصورة رقم 9

الصورة رقم (9) القراءة التعيينية

في هذه الصورة يظهر رجل مبتور القدمين يقوم بالزحف وهو حامل بيده العلم الفلسطيني في مواجهة آلية الاحتلال عند الحدود الشرقية لمدينة غزة .

العلامات التشكيلية الحامل

وردت هذه الصورة في حساب [palestinm-qude](#) علي موقع انستغرام بتاريخ 15 ديسمبر عام 2017 م. وقد



حازت الصورة 3092 إعجابا. الصورة غير محددة المصدر ، وتضمنت التعليقات المصاحبة للصورة دعوات الرحمة والإشادة بالشهيد.

الإطار

الصورة لا إطار لها وهو ما يحفز المتلقي علي بناء إطار تخيلي تكميلي.

التأطير

التأطير في هذه الصورة اعتيادي إذ إنها تكتسب صفة الواقعية البعيدة من المبالغة.

زاوية التقاط الصورة

الزاوية المستخدمة هنا بمستوي النظر وهو ما ينسجم مع واقعيتها وابتعادها من المبالغة ونلاحظ في هذه الصورة أن الشخصية تم تصويرها من خلف وذلك لأن المصور هنا لا يعبأ بالملامح الشخصية للشهيد بقدر ما يركز في فعله المقاوم في رفع العلم الفلسطيني ومواجهة آلية الاحتلال أمامه وذلك على الرغم من أنه مبتور القدمين كما أن هذه الصورة هي واحدة من عدة صور تم التقاطها للشهيد في موقع المواجهات إلا أن ما يميز هذه الصورة أنها تمثل عمله المقاوم والأخير قبل استشهاده بلحظات .

التأليف وإعداد الصفحة

يمكن قراءة الصورة بشكل أفقي وهو ما يشير الي المفارقة بين القوة الغاشمة وإرادة التحدي لدي الانسان الفلسطيني على الرغم من إعاقته.

الخطوط والأشكال

الخطوط في هذه الصورة أفقية وهو ما يدل على سلمية الإنسان المقعد الذي لا يحمل سوى علم.

الأشكال

يوجد نوعان من الأشكال في هذه الصورة:

أشكال طبيعية : وهي تتمثل في المساحة الفارغة من الطبيعة والمملوءة بالأحراش.

إن وجود هذه المساحة الفارغة من الأحراش يشير الي البطولة وقوة الإرادة لدى الإنسان الفلسطيني في تحدي الصعاب حتي لو كان مقعداً وهو ما تمثله الصورة .

أشكال مادية: ممثلة في العلم الفلسطيني ويشير العلم هنا الي الوطن فلسطين والذي يجمع كل الفلسطينيين على الرغم من اختلاف انتمائهم وتوجهاتهم السياسية ، ووجود العلم في هذه الصورة إذ لم يحمل ابراهيم ابو ثريا علما فصائليا أو حزيبا بل العلم الجامع لكل الفلسطينيين ليكون بذلك أنموذجا للشعب الفلسطيني المناضل غير المرتبط بأجندات سياسية أو حزبية.

الإضاءة والألوان

الإضاءة في هذه الصورة هي الإضاءة الأمامية وذلك بغية التركيز في الإصرار الذي تملكه شخصية إبراهيم ابو ثريا وإرادته في تحقيق هدفه وهو رفع العلم الفلسطيني وما يرمز له من دلالات قبالة الموقع الاحتلالي على الرغم من إعاقته.

الألوان

يغلب اللون الأصفر علي الصورة وهو اللون المميز للأحراش كما تظهر آلية الاحتلال باللون نفسه وذلك في محاولة منها للتمويه، ويرتبط هنا اللون الأصفر بمعاني الجذب والمرض الناجم عن وجود الاحتلال ، كما يبرز اللون الأسود وهو لون لباس إبراهيم أبو ثريا ويشير هنا اللون الأسود إلى القتامة واليبؤس والموت الذي يزرعه الاحتلال أينما حل.

ألوان العلم الفلسطيني : وهي الأحمر والأسود والأبيض والأخضر وهي الألوان التي ترمز للوطن الفلسطيني الواحد.

العلامات الأيقونية

تظهر الصورة ابراهيم أبو ثريا- المبتور القدمين- وقبل استشهاده بلحظات في مواجهة آلية الاحتلال عند حدود غزة الشرقية وهو يحمل العلم الفلسطيني زحفا في جمعة الغصب الثانية التي شهدتها غزة احتجاجا علي قرار ترامب بشأن إعلان القدس عاصمة للدولة اليهودية ونقل السفارة الأمريكية

إليها.

نمذجة الموضوعات : يظهر أبو ثريا في الصورة حاملا العلم الفلسطيني الموحد بين جميع الفلسطينيين في مواجهة آية الاحتلال بيده اليمني وفي استخدام تلك اليد لرفع العلم دلالة خاصة إذ إنها اليد الرئيسة للفعل والعمل لدي العرب والمسلمين خاصة وهو أراد بذلك أن يدلل ومن خلال اليد اليمنى التي ترفع العلم على أهمية العلم الذي يجسد الوطن ومدى تمسكه به.

التحليل التضميني

من خلال التحليل السابق يتبين لنا أن هذه الصورة تعبر عن مدى الإرادة الفلسطينية وقوة التحدي التي يمثلها إبراهيم أبو ثريا إذ لم تمنعه إعاقته في قدميه الناجمة من قصف مروحي عام 2008 م من الزحف وسط الأحرار للتلويح أمام الآلية العسكرية التي تمثل الاحتلال بالعلم الفلسطيني الذي يمثل الوطن ليسقط بذلك بلحظات شهيدا.

كما يمثل إبراهيم أبو ثريا الشعب الفلسطيني غير المؤطر في أحزاب أو تنظيمات سياسية والذي شكل ولا يزال الشرارة والوقود لنضال الشعب الفلسطيني منذ عام 1936م وإن اختلفت وتنوعت أشكال ذلك النضال .

أخيرا تجسد صورة إبراهيم أبو ثريا الإصرار الفلسطيني علي مواصلة النضال حينما قال قبل استشهاد بلحظات ،، هذه الأرض أرضنا ومش رح نستسلم،، هذه الكلمات البسيطة من ابن مخيم الشاطئ في غزة تختصر مسيرة هذا الشعب الذي مازال مستمرا في عطائه الذي لا ينضب والذي يتحدى كل العوائق التي قد تقف في طريقه.

المبحث الثالث: نتائج وتوصيات الدراسة

النتائج

تعكس الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام تجليات القضايا الفلسطينية الوطنية الجامعة والتي تشمل : القدس ، الأسرى، الشهداء ، هدم المنازل ، اعتداءات المستوطنين ، إرادة التحدي والإصرار.

تحتل الرموز الدينية بشقيها المسيحي والإسلامي مكانة بارزة في الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام .

لا تمنح الصورة الإعلامية الفلسطينية في موقع انستغرام اهتماما كافيا للبعد الإنساني في تكوينها أو موضوعاتها .

تعنى الصورة الإعلامية الفلسطينية في موقع انستغرام بالأحداث المستجدة على الأرض وهو ما يعني أنها ظرفية ولا يوجد خطة مدروسة لتوظيف الصورة في إبراز الواقع الذي يعيش فيه

الفلسطينيون.

تتباين الصور التي تم تحميلها في حسابات موقع انستغرام عينة الدراسة في ذكر مصادرها .
التوصيات

الاهتمام بإبراز الجانب الإنساني في الصورة الإخبارية الفلسطينية.
وضع خطة مدروسة لتوظيف الصورة الإخبارية الفلسطينية في موقع انستغرام بما يخدم أهداف
القضية الفلسطينية .

التنوع في بث الصور الإخبارية الفلسطينية الخاصة والتي تمنح سبقا وتميزا من وسائل الاتصال الأخرى.
الاهتمام بأخلاقيات الصورة الإعلامية والتي توجب ذكر مصدر الصورة.

المراجع والمصادر

أولا - الأبحاث العلمية غير المنشورة

رباب بن عياش ، رمزية الفضاء العمومي الافتراضي الجزائري: دراسة تحليلية سمولوجية لعينة من
المدونات وصفحات التواصل الاجتماعي فيسبوك ، رسالة ماجستير، غير منشورة (الجزائر: كلية علوم
الإعلام والاتصال -جامعة الجزائر3، 2015).

ثانيا -الكتب

القرآن الكريم

أحمد عبد الصادق- -2008لغة الجسد -العالمية للكتب والنشر- - ط1-القاهرة.

بسام المشاقبة، -2011نظريات الاتصال- دار أسامة للنشر و التوزيع -ط-1عمان .

تونيا ريمان- 2009 - قوة لغة الجسد ، ترجمة رفيف حداد - الدار العربية للعلوم ناشرون - ط-1بيروت .

حسام إلهامي (محرر) -بدون سنة نشر -، مناهج البحث في الإعلام الجديد - دون طبعة - القاهرة
:الوابل الصيب للإنتاج والتوزيع والنشر.

سوزان القليني- -2014 النقد الإعلامي -دار النهضة العربية- دون مكان نشر- دون طبعة.

رضا أمين -2015- الإعلام الجديد- دار الفجر للنشر و التوزيع- ط-1القاهرة .

قدور عبد الله ثاني - دون سنة نشر -، سيمائية الصورة : قراءة في أشهر الإرساليات البصرية في
العالم - دار الغرب للنشر والتوزيع- بدون طبعة - دون مكان نشر.

فايزة يخلف،2012- - سيمائيات الخطاب والصورة دار النهضة العربية -ط-1بيروت.

مصطفى حميد الطائي- ميلاد خير أبو بكر - -2007 مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام
والعلوم السياسية -دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر- ط-1الاسكندرية .

مروان العلان-2015- ، فلسفة الجمال في الزخارف العربية: قبة الصخرة نموذجا -وزارة الثقافة -ط-1

عمان .

ياسين البياتي-2015- الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة - دار البداية - ط-1 عمان.

ثالثا -الأبحاث والمقالات المنشورة في الصحف والمجلات الورقية

عبد العالي بوطيب ،،آليات الخطاب الإشهاري،،، مجلة علامات ،العدد 18 ، 2002 .
وكالة وفا ،،باب العامود .إصرار على الحياة ،، صحيفة الحياة الجديدة ، العدد 7514 ، 20 أكتوبر 2015.

رابعا - التقارير

على إبراهيم (محرر)، عين على الأقصى : تقرير توثيقي يرصد الاعتداءات على المسجد لأقصى والتفاعل معه (مؤسسة القدس الدولية :2017).

رنين أدكيك - منتصر أدكيك ، أبواب القدس :الماضي والحاضر،ط2 (القدس : الاتحاد الأوروبي -مؤسسة التعاون،2015).

منظمة هيومن رايتس واتنش ، خارج حدود المنطقة : انتهاك حقوق الإنسان الأرض والإسكان في قرى البدو الإسرائيلية غير المعترف بها (،المجلد 20 رقم 5:2008).

وسام محمد -علاء عبد الرؤوف -عبد الكريم يعقوب ، تقرير حصاد القدس السنوي لعام 2017،(مؤسسة القدس الدولية :2017).

خامسا- الإنترنت

إبراهيم قنن ، ، ، كنيسة المهد الشاهد الحي على الابعاد، ، وكالة معا ، 10 مايو 2015، موقع الوكالة على الإنترنت ،
<http://www.maannews.net/Content.asp?ID=776687>

بدون اسم ، ، ، استشهاد يعقوب أبو القيعان شهيد الأرض والمسكن في أم الحيران،،، موقع العرب ، 18 يناير 2017 ،
<http://www.alarab.com/Article/789085>

بدون اسم ، ، ، عشرات الآلاف يؤدون صلاة الجمعة ،، قبل الأخيرة،، في رمضان في رحاب الأقصى رغم الحواجز الإسرائيلية: حافلات فلسطينية أقلت المصلين للمدينة للمرة الأولى منذ 20 عاما،،، صحيفة القدس العربي، 17 يونيو

2017 ، موقع الصحيفة على الإنترنت ، <http://www.alquds.co.uk/?p=738740>

زينب حاوي، ،، فوزي الجندي ايقونة القدس وملهم المبدعين!،، ، صحيفة الأخبار، العدد3349، 15 ديسمبر 2017 ،
<http://al-akhbar.com/node/288012> ، موقع الصحيفة على الإنترنت ،

جهاد حرب - علاء لعلوح،، اعتداءات المستوطنين علي المواطنين الفلسطينيين في منطقة اتنش2 في منطقة الخليل نموذجا،، المركز الفلسطيني للدراسات السياسية (سبتمبر 2017) ، موقع المركز على الإنترنت

<http://www.pcpsr.org/sites/default/files/Ala%27a%20%D8%A7%D8%B9%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D8%A1%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D9%86.pdf> <http://palestine.as-safir.com/Article.asp?ArticleID=2130>

فراس خليفة ،، إبراهيم أبو ثريّا: صورة ستستوطن الذاكرة،، صحيفة الأخبار ، العدد3350، 16 ديسمبر 2017، موقع الصحيفة على الإنترنت ، www.al-akhbar.com/node/288085

كونسبتس ، تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين عام 2016 ، <http://socialstudio.me/smrp2016/SMRP2016-AR.pdf>

مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات ،، ماذا بعد إعلان ترامب القدس عاصمة لإسرائيل؟ ،، 22 ديسمبر 2017، موقع المركز على الإنترنت ، <http://fikercenter.com/position-papers/%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%86-%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A-F%D8%B3-%D8%B9%D8%A7%D8%B5%D9%85%D8%A9-%D9%84%D8%A5%D8%B3%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D9%84>

مركز المعلومات الفلسطيني ، ، أبرز الاعتداءات الإسرائيلية على المسجد الأقصى 1967-2000 ،، بدون تاريخ ، موقع المركز على الإنترنت ، <http://info.wafa.ps/atemplate.asp?id=9551> ، مؤسسة الضمير لرعاية الأسرى وحقوق الإنسان، احصائيات ، موقع المؤسسة على الإنترنت ، <http://www.ad-dameer.org/ar/statistics/20171231>

وكالة معا ، ، أبو ثريّا.. زحف بنصف جسد للقدس فعاد شهيدا،، 16 ديسمبر 2017، موقع وكالة معا على الإنترنت ، <https://www.maannews.net/Content.asp?id=933297> <https://www.alaraby.co.uk/society/2016/10/16/%D9%84%D9%87%D9%86-%D8%AD%D9%83%D8%A7%D9%8A%D8%A9-%D8%B5%D9%88%D8%B1-%D8%AA%D8%AC%D8%B3%D8%AF-%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%8>

5%D8%B1%D8%A3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%B3%D8
%B7%D9%8A%D9%86%D9%8A%D8%A9

وكالة وفا،، الطوائف المسيحية الشرقية تبدأ احتفالاتها بعيد الميلاد،، وكالة وفا للانباء الفلسطينية، 6 يناير 2017، موقع الوكالة

على الإنترنت ، F1 ،، F1a731189952768a13e،، ?id=13e،، http://www.wafa.ps/ar_page.asp،،

سادسا - المؤتمرات والندوات العلمية

تهاني العجاجي، الأزياء التقليدية للرجال في بادية نجد من المملكة العربية السعودية، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي

لبحوث العلوم الاجتماعية، ماليزيا، في الفترة 4-5 يونيو 2013



فاعلية العلاقات العامة في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي ودورها في دعم الوعي التأميني. اعداد الباحث : د. طه عبد الله محمود آدم

العامة أدواراً مهمة وأساسية في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي إن تم توظيفها بصورة صحيحة، وأظهرت نتائج البحث وجود قصور في استخدام الأساليب المثلى في ممارسة العلاقات العامة وبخاصة أسلوب الدمج بين الأسلوبين الإدارية الداخلية المتخصصة والاستعانة بالاستشارات الخارجية نسبة لنوعية الجمهور المستهدف والعلاقات الإقليمية والدولية في مجال التعاون المطلوب من مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي، وأوصى البحث بضرورة تعزيز الاساليب والوسائل العملية للوصول إلى خدمة إعلامية مهنية متطورة وفاعلة في نفس الوقت تدعم جهود الوطن العربي في مجال مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي.

المستخلص:

يهدف هذا البحث للوقوف على مدى فاعلية العلاقات العامة في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي ودورها في دعم الوعي التأميني، لأن كثيراً من العاملين والمهتمين بأمر الضمان الاجتماعي يتحدثون عن قصور في إداء الإعلام عموماً، ويقولون: إنه الحلقة الأضعف الأمر الذي يتطلب بذل جهود في هذا المجال، والذي بالطبع منوط به إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات أي كمنشأها، إذ استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث، وقد تم الاستعانة ببعض البحوث والدراسات التي أنجزت في مجال دور الإعلام من خلال مراكز متخصصة مثل المركز العربي للتأمينات الاجتماعية بالخرطوم، وجمعيات متخصصة مثل جمعية الضمان الاجتماعي العربي ببيروت ومخرجات بعض المؤتمرات المعنية برفع دور الإعلام وفاعليته في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي، إذ تم استنباط مجموعة من النتائج والتوصيات الداعمة لأداء العلاقات العامة ودورها في دعم الوعي التأميني، واستخدم الباحث أداة الاستبانة لمعرفة آراء القائمين على أمر العلاقات العامة في عدد من مؤسسات الضمان الاجتماعي السودانية فيما تعذر الحصول على نماذج أخرى بسبب عدم رد بعض الجهات للإستبانة التي أرسلت إليها، إذ أيدت نتائج البحث أن أغلب الأبحاث في هذا المجال أكدوا أن للعلاقات

Abstract:

This research aims to determine the effectiveness of public relations in the Arab social security institutions and their role in supporting the insurance awareness, because many workers and those interested in social security talk about the lack of performance of the media in general and say that it is the weakest link which requires efforts in this field, The researcher used the analytical descriptive approach in this research. Some research and studies have been carried out in the field of the role of the media through specialized centers such as the Arab Center for Social Insurance in Khartoum, Such as the Arab Social Security Association in Beirut and the outcomes of some conferences concerned with raising the role of the media and its effectiveness in Arab social security institutions. A set of conclusions and supporting recommendations for the performance of public relations and its role in supporting insurance awareness were developed. A number of Sudanese social security institutions, while other forms could not be obtained because some respondents did not respond to the inquiries sent to them. The results of the research confirmed that most researches in this field confirmed that public relations have important roles The results of the research showed that there is a lack of use of the best methods in the practice of public relations, especially the method of combining the internal management methods specialized and the use of external consultations in relation to the quality of the target audience and the regional and international relations in the field of cooperation required of Arab social security institutions, The research recommended the need to strengthen the practical methods and means to access a professional and sophisticated information service at the same time to support the efforts of the Arab world in the field of Arab social security institutions.

المقدمة:

تعد العلاقات العامة قديمة قدم المجتمعات الإنسانية، وكانت في الماضي تعتمد على الممارسات التقليدية القائمة على اجتهادات القيادات المجتمعية، واستخدمت في المجتمعات الحديثة اساليب ووسائل جديدة وحديثة على وفق مناهج وأسس علمية تقوم على البحث العلمي ونتائجه، وتؤدي العلاقات العامة دوراً مهماً وأساسياً، فهي تمثل أداة قوية يمكنها أن تساعد بشكل إيجابي وحيوي على نجاح المؤسسات عموماً، ومؤسسات الضمان الاجتماعي العربي على وجه الخصوص، إذ حققت المؤسسات التي وظفت العلاقات العامة على وفق اسس علمية العديد من الفوائد التي تخدم بها أنشطتها بصورة فاعلة في تحقيق الاهداف الكلية المرجوة.

تنبع أهمية العلاقات العامة من دورها المميز والكبير في تحقيق التفاهم والتقارب وإزالة اشكال تضارب المصالح بين المؤسسات وجماهيرها الداخلية والخارجية كافة والسعي للوصول إلى الاهداف والغايات التي تتمثل في إقامة جسور من الصلات الايجابية والتعريف بنشاطها بغرض تحقيق صورة ذهنية حسنة، والعمل لإيجاد اسباب الألفة والانسجام والتكيف والمودة بين الافراد داخل مجتمع المؤسسات من جهة وبين الإدارة والعاملين من جهة أخرى، وبين المؤسسة والبيئة الاجتماعية فيما يُعرف بالمسؤولية الاجتماعية، وتحقيق الغاية القصوى لنشاط العلاقات العامة وهو خلق وإيجاد سمعة جيّدة وصورة ذهنية إيجابية تجاه المؤسسات حتى تجد القبول والرضا من المجتمع المحيط بها داخلياً وخارجياً.

وقد تسعى العلاقات العامة من خلال وظائفها المتمثلة في البحوث، والتخطيط، والاتصال، والتقويم لبلوغ الأهداف المنشودة والمرجوة للمؤسسات، وتمثل موضوعاً جديراً بالبحث والدراسة، وذلك لأهميتها في مختلف المجتمعات والتنظيمات الحديثة من خلال الدور التآثيري الفاعل الذي ازداد تطوراً و مهنية مع ثورة الاتصال والتكنولوجيا الحديثة، مما مكن من توظيف مهاراتها لصالح إعلاء شأن المؤسسات، والسعي الجاد لتوظيف جهودها الاتصالية، وخصوصاً في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي لحاجتها للوظيفة الاتصالية الفاعلة في سبيل نشر الوعي التاميني.

مشكلة البحث:

يشكو الكثير من القائمين والمهتمين بأمر مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي من أن محور الإعلام ما زال يمثل الحلقة الأضعف وأداؤه غير مرضٍ وخصوصاً في مجال التواصل مع الجمهورين الداخلي والخارجي، وذلك يعد شكلا من أشكال القصور المهني للعلاقات العامة بين و عائقاً من عوائق فاعلية اداء العلاقات العامة في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي في دعم دورها في الوعي التأميني إذ يسعى هذا البحث لمعرفة مدى فاعلية العلاقات العامة في هذه المؤسسات من خلال قياس أساليب ووسائل ممارسة العلاقات العامة فيها، وذلك بتوظيف الأساليب والوسائل العلمية بصورة علمية منهجية، وكل ذلك من خلال محاولة الإجابة عن السؤال المحوري في أدناه والأسئلة المتفرعة عنه.

السؤال المحوري هو :

2. محاولة الكشف عن العوامل المؤثرة إيجاباً و سلباً في دور وظيفة العلاقات العامة بمؤسسات الضمان الاجتماعي العربي.

3. الرغبة في الخروج بنتائج، ومن ثم بناء مقترحات تشارك في تطوير فاعلية العلاقات العامة بمؤسسات الضمان الاجتماعي العربي لدفع الجهود الرامية لنشر رسالة الضمان ودعم الوعي التأميني وسط الجماهير المستهدفة.

نوع البحث ومنهجه وأدواته:

يُعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستخدم منهج مسح أساليب الممارسة الذي يُعرف بأنه (الأساليب الإدارية والتنظيمية والمهنية التي تتبناها المؤسسات الإعلامية في مهامها كافة، وبين أهم مهام الوسائل الإعلامية في تطوير واقع الحياة المعاصر) .

مفهوم العلاقات العامة :

أصبحت العلاقات العامة في الوقت الحاضر سلاحاً من أقوى الأسلحة في المجتمع الحديث . وذلك من خلال الأدوار المهمة والأساسية التي تقوم بها في مختلف المجالات، والمؤسسات في سبيل تحقيق أسباب التفاهم والانسجام والتوافق والوئام والتواصل بين مكونات المجتمع داخل المؤسسات، وربطها بالمجتمع الخارجي لتحقيق الأهداف الكلية للمؤسسات حاضراً ومستقبلاً.

يقول إبراهيم إمام في تعريفه للعلاقات العامة: بأنها هي العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بقية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي .

العلاقات العامة أهميتها وأهدافها:

تتبع أهمية هذا البحث في أنه يشكل أساساً وجديداً للمزيد من البحوث العلمية في مجال العلاقات العامة في خدمة مؤسسات الضمان الاجتماعي في الوطن العربي، وذلك بمحاولة توظيف مهارات العلاقات العامة وتقنيات الاتصال بوصفها وظائف أساسية من وظائفها، وتفعيل دور استراتيجيات واستمالات الاقناع بهدف الوصول إلى الاتصال الاقناعي . وكل ذلك دعماً لما يمكن أن يخرج به البحث من نتائج وتوصيات تشارك في تطوير أداء العلاقات العامة بمؤسسات الضمان الاجتماعي وفعاليتها في دعم الوعي التأميني .

أهداف البحث: يهدف البحث لتحقيق الأهداف الآتية:

1. مسح أساليب ووسائل ممارسة العلاقات العامة بمؤسسات الضمان الاجتماعي العربي بهدف تقويم أدائها على وفق رؤية علمية منهجية، وذلك من خلال الوقوف على فاعلية أدائها.

لقد أصبحت العلاقات العامة ضرورة اجتماعية مصاحبة للتغيرات التي حدثت في المجتمعات المختلفة التي تهدف إلي التكيف والتوافق في المصالح المشتركة بين هذه المؤسسات و جماهيرها، من خلال وسائل وأساليب الاتصال المختلفة بحيث يتحقق التوازن بين التغيرات المادية والمعنوية في هذه المجتمعات، ويسود الاتجاه إلى تقدير أداء الآخرين، وتفهم ظروفهم والقدرة على التكيف والتوازن معهم في سبيل المصلحة المشتركة .

أهمية العلاقات العامة:

ظهرت أهمية العلاقات العامة لشرح وتفسير شكل العلاقات الاجتماعية بين المؤسسات ومختلف شرائح الجماهير ذات الصلة، وذلك لحاجة المؤسسات إلى جهود العلاقات العامة كوسيلة لإتمام التكيف والانسجام بينها وبين البيئة الاجتماعية المحيطة بها، في سبيل تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، ولذلك من الأهمية دراسة أسباب ودواعي الاهتمام بالعلاقات العامة والمتمثلة في الإنتاج الكبير، والتطور الهائل في المؤسسات الصناعية، وكذلك انتشار التعليم وتزايد الوعي الجماهيري، والزيادة في التعداد السكاني، وأيضاً التطور المتسارع لتكنولوجيا وسائل الاتصال ، و ظهور ما يُعرف بالثورات الاجتماعية. أهداف العلاقات العامة: هنالك عدة أهداف تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها ويمكن إجمال أبرزها في الآتي:

1. شرح أهداف وسياسات وأسلوب عمل ونوع نشاط المنظمة للجماهير.
2. تفسير اتجاهات الجمهور وآرائهم للإدارة.
3. القيام بالأعمال المتنوعة التي لا تتلاءم

وأنشطة الإدارات الأخرى .
4. تحقيق رضا عملاء المنشأة عن منتجاتها أو خدماتها.
5. نصح الإدارة وإرشادها باتخاذ التصرفات الأنسب والأفضل للشركة أو المنظمة.
أساليب ممارسة العلاقات العامة ووسائلها:
تعريف الأسلوب لغةً: الأساليب هي جمع أسلوب، وهو في اللغة الطريق، ويقال سلكت أسلوب فلان في كذا، أي طريقته ومذهبه، وأسلوب الكاتب طريقته في الكتابة. ويقال أخذ فلان في أساليب القول أي أفانين منه

أما الأسلوب اصطلاحاً: فيقصد به الباحث الطرائق المستخدمة في ممارسة نشاط العلاقات العامة، سواء كانت إدارة داخلية متخصصة للعلاقات العامة، أو الاستعانة بمستشار خارجي، أو الجمع بين الأسلوبين معاً.

الإدارة الداخلية المتخصصة للعلاقات العامة: يعني إنشاء إدارة متكاملة للعلاقات العامة، لها وضعها وكيانها في الهيكل التنظيمي للمنظمة، بها من المتخصصين الممارسين للعلاقات العامة، ولها مسؤول وأنشطة تؤدي طبقاً لطبيعة الوظيفة والمسؤوليات التي تقع على عاتقها، والهدف الذي ترغب في تحقيقه من وراء إنشاء هذه الوظيفة .

هنالك مجموعة مسوغات تؤيد ضرورة تأسيس جهاز للعلاقات العامة في المؤسسة للأسباب الآتية :

1. وجود فريق متخصص يعمل بكل انسجام لأداء عمل العلاقات العامة، كما أن الرابطة الدائمة بين هذا الجهاز والإدارة العليا ينمي ولاءهم للمؤسسة، ويساعد في تحقيق العديد من الفوائد لصالحها .

2. إن تأسيس جهاز للعلاقات العامة في المؤسسة يوفر لها معرفة عميقة بمشكلاتها، وظروفها، وسياساتها، ومناخها مما يعينها على تحقيق علاقات مستمرة مع جمهورها الداخلي والخارجي.
3. إن تأسيس قسم للعلاقات العامة فيه الكثير من الاقتصاد، إذ إن نفقات القسم تشكل جزءاً قليلاً من النفقات الثابتة..
4. وأهم من ذلك كله تنشأ رابطة قوية بين المؤسسة، وجهاز إدارة العلاقات العامة والوحدات الإدارية الأخرى كافة، فتسود روح التعاون والألفة مما يحقق الولاء لها، ويمثل إنشاء إدارة داخلية متخصصة للعلاقات العامة في المؤسسات .
- شركات العلاقات العامة ووكالاتها: ظهرت في بداية القرن العشرين وظيفه مستشار العلاقات العامة بمفهومها الحديث، وسعت منظمات عديدة إلى الاستفادة من جهوده وموضوعيته كخبرة استشارية خارجية، مع وجود جهاز علاقات عامة بها، كما لجأت المنظمات التي يوجد بها جهاز للعلاقات إلى الاستعانة بمستشار خارجي سواء كان ذلك بصفة دائمة أو كلما دعت الضرورة إلى ذلك .
- مزايا المستشار الخارجي:
- يرى محمد ناجي الجوهر أن مزايا الاستعانة بالمستشار الخارجي تتمثل في الآتي :**
1. النظر إلى الأمور بموضوعية دون التأثير بالخلافات الداخلية التي تحدث عادة بين مكونات المنظمات، لأن الإدارة الداخلية تُحسب طرفاً بعض الأحيان في هذه الخلافات والصراعات، وليست بمنأى عما يدور بداخل المنظمات. الأمر الذي يقدرح - بعض
- الأحيان - في تأسيس جهاز للعلاقات العامة في المؤسسة يوفر لها معرفة عميقة بمشكلاتها، وظروفها، وسياساتها، ومناخها مما يعينها على تحقيق علاقات مستمرة مع جمهورها الداخلي والخارجي.
2. خبرة المستشار الواسعة لاتصاله بوسائل الإعلام المختلفة، وتعامله مع قضايا ومشكلات متنوعة ومختلفة، بالإضافة إلى تخصص بعض العاملين لديه في قطاعات معينة. مما قد لا يتوفر لإدارة العلاقات العامة في منظمة الأعمال، وفي الغالب تكون إمكانيته عالمية من حيث التأهيل والممارسة.
3. علاقاته الواسعة بوسائل الإعلام، والجهات والهيئات التشريعية والسياسية في المجتمع يجعله أكثر قدرة في حشد التأييد اللازم للمؤسسات .
4. ارتفاع درجة مصداقيته لدى الإدارة العليا لمنظمة الأعمال، ولذلك يجب الاهتمام والدعم لللازمين اللذين تفتقر إليهما الكثير من الإدارات الداخلية .
- وواضح من خلال مزايا المستشار التي تؤكد المهنية والتخصص التي تخدم المنظمات، وخصوصاً في مجال الحاجة إلى جهود عالية التخصص قد لا تُفلح فيها الإدارة الداخلية، وبخاصة عندما تكون هناك دواعٍ للاتصال والتواصل مع جهات عالمية ومنظمات دولية، مع العلم أن مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي يمكن أن تكون من أكثر المؤسسات حاجةً للاستفادة من خدمات المستشار الخارجي ومزاياه ووكالات العلاقات العامة المتخصصة، وذلك من أجل دعم الوعي التأميني.
- عيوب المستشار الخارجي :**
1. عدم الإرتياح له من قبل إدارة العلاقات العامة والعاملين فيها، لما يمثله من وجهة نظرهم عنصراً

في ظل وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة، وذلك لتحقيق الأهداف الكلية للمنظمة بالتنسيق والدمج بين الأسلوبين للقيام بنشاطها بكفاية عالية، ونستطيع القول إن الكثير من المؤسسات أدركت أهمية العلاقات العامة وما تقدمه من خدمات على مستوى الإدارة الداخلية أو الاستعانة بما تقدمه الاستشارات، والتي أصبحت موضع اهتمام حتى من قبل الدول فما بال المؤسسات التي تسعى إلى التواصل مع جمهور واسع مثل مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي سواء كانت فيما بينها من دول وبين المؤسسات الدولية العاملة في هذا المجال مثل المنظمة الدولية للضمان الاجتماعي (ISSA) .

وسائل ممارسة العلاقات العامة:

الوسائل لغة: هي: مفردتها وسيلة، والوسيلة هي الوصلة، والاتصال، وهي في الأصل ما يتوصل به الشيء ويتقرب به ويقال وسل إليه وتوسل .

الوسائل اصطلاحاً: المقصود بها الوسائل التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة من أجل إيصال رسائلها؛ سواء كانت عامة - وسائل الاتصال الجماهيري - أو خاصة - وسائل الاتصال الداخلية للمؤسسة - أو الاتصال المباشر بأدواته وأنواعه المختلفة.

أصبحت الوسائل المتاحة أمام مخطط برامج العلاقات العامة متعددة ما بين وسائل اتصال جماهيرية، ووسائل خاصة بالمؤسسة، وإذا كان هذا التعدد والتنوع في وسائل الاتصال يمثل ميزة لمخطط العلاقات العامة ليختار منها ما يناسب برامجه الاتصالية .

تمارس العلاقات العامة نشاطها من خلال توظيف الوسائل المتاحة كافة لتحقيق أهدافها، وهناك نوعان من الوسائل هي العامة وتشمل جميع وسائل الاتصال الجماهيري، والثانية هي الخاصة وتحتوي على مجموعة من الوسائل التي تنتج في المؤسسة.

وسائل الاتصال العامة: يقصد بها الوسائل التي تستهدف قطاعاً عريضاً من الجماهير، والمعروفة بوسائل الاتصال الجماهيري، والمتمثلة في الصحف، والإذاعة، والتلفزيون، والمعارض، والتي تبث رسائلها لقطاعات واسعة من الجماهير وفي أماكن متفرقة جغرافياً.

يعد اختيار الوسيلة المناسبة لنقل الرسائل من المصدر إلى المتلقي من أكثر الأمور تعقيداً في مجال العلاقات العامة، ويعود ذلك لأسباب ذات صلة تجزئة الجمهور وتشتته وعدم تجانسه في مجال العلاقات العامة، وعند اختيار الوسائل لنقل رسائل معينة يحذر من تحيز العاملين في هذا المجال، واختيارهم هذه الوسائل بناءً على عاداتهم الاتصالية أو تقييمهم الشخصي لهذه الوسائل .

ومن المهم عند اختيار الوسائل المناسبة سواء كانت صحافة، أو إذاعة، أو قنوات فضائية، أو الانترنت، مراعاة مجموعة عوامل أولها اختيار الوسيلة الأنسب في إيصال الرسائل المختارة للجمهور المستهدف، ومراعاة الفئات المختلفة للجمهور وتحديد أهدافها بدقة علمياً أنه في حالة مخاطبة فئات متعددة من الجمهور في وقت واحد يفضل استخدام مزيج من الوسائل لضمان وصول الرسالة إلى أفراد الجمهور كافة المستهدف،

مع الاهتمام بأمر التكلفة عند اختيار الوسائل المناسبة لنقل الرسائل، ويعد الاتصال المواجهي من أكثر أنواع الاتصال قوة وتأثيراً، وأقل تكلفة في بعض الحالات، وذلك كلما قل عدد أفراد الجمهور المستهدفين، وبخاصة وسط الجمهور الداخلي لمؤسسات الضمان الاجتماعي العربي.

وسائل الاتصال الخاصة: يقصد بها الوسائل الخاصة بالمؤسسة، والتي يقوم المسؤولون بإعدادها وتنظيمها وتوجيهها إلى الجماهير الداخلية بصفة أساسية والخارجية بصفة عامة، وتشمل مجلة المؤسسة، ولوحة الإعلانات الداخلية، والمطبقات، وينبغي أن يتم توظيفها بشكل صحيح وفاعل كل واحدة من هذه الوسائل في المكانة التي تصلح فيها ويجب أن تكون مجلة المنظمة أو المؤسسة دورية وتصدر بغرض التفسير أو التثقيف، أو الدعاية والإعلان ومن مميزات أنها تخاطب جمهوراً واسعاً، ويمكن الاحتفاظ بها .

أهم الموضوعات التي تتناولها مجلة المؤسسة الداخلية هي:

- أ. شرح سياسة المشروع وأهدافه سواء كان اقتصادياً أو سياسياً أو تأمينياً.
 - ب. توضيح مركز المؤسسة في المجتمع وبين المؤسسات المنافسة .
 - ج. نشر معلومات متعلقة بإنتاج الشركة، ورغبات المستهلكين ليحمل الأفراد بالمؤسسة المسؤولية الأدبية في الشعور بالمشكلات، والعمل على إصلاحها .
 - د. استعراض أخبار الموظفين والعمل وتتبع الجديد في أخبارهم من أجل ربط مكونات مجتمع المؤسسة ببعضها مع بعض.
 - هـ. إقناع الأفراد بأهمية رفع مستواهم الإنتاجي عن طريق التدريب.
 - و. شرح القوانين العمالية والعقود، والمشاركة في نشر الوعي للتقليل من الحوادث الصناعية والأمراض وتحسين الصحة .
 - ز. مراعاة وضع باب لأخبار الرياضة، والاهتمام بالموضوعات التي تهم المرأة، ونشر أخبار المجتمع الإقليمي ومدى مشاركة المؤسسة في رفع مستوياته الاقتصادية في إطار ما يُعرف بالمسؤولية الاجتماعية.
- لوحة الإعلانات الداخلية: وهي أحسن وسيلة يمكن بواسطتها أن يتبادل الموظفون والعمال بالأقسام المختلفة التعليمات والبيانات الخاصة بكل قسم بالمؤسسة، لذلك يجب أن توضع في الأماكن التي يكون ضغط الجمهور فيها شديداً ... وأن تكون في أماكن مضاءة جيداً، وعلى ارتفاع مناسب حتى يستطيع الإنسان قراءتها بسهولة . وأيضاً من فوائد لوحة الإعلانات أنها تقلل الكثير من الشائعات التي يتم تداولها في ظل غياب المعلومات بشكل ميسر، ويتم علاج كل ذلك من خلال الأوامر والتوجيهات التي تضعها إدارة المؤسسة في لوحة الإعلانات، ويمكن وضع المشاركات الاجتماعية من أفراح وأتراح فيها، وهي أداة جاذبة لاهتمام الجماهير إن تمت مراعاة تجديدها والمحافظة عليها بشكل دوري .
- الوسائل الالكترونية: بعد التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال أصبح الهاتف المحمول(الموبايل) متاحاً لدى مختلف الجماهير، والذي يمكن توظيفه والاستفادة منه في إرسال رسائل قصيرة، وإنشاء قروبات واتساب،

والفيس بوك لكل العاملين للتشارك حول اخبار المؤسسة والافراد، وهو وسيلة داعمة للوحة الإعلانات بالنسبة للجمهور الداخلي، وتمتاز هذه الرسائل بالسرعة وقلة التكلفة وهي أكثر حميمية، وترسل للشخص في أي وقت بحسب الحاجة وفي أي زمان واي مكان كما تقول شركات الاتصال.

المطبقات: وهي عبارة عن نشرات تتناول موضوعاً واحداً أو مجموعة من الموضوعات ذات الخلفية الواحدة في صفحات قليلة مطوية بطريقة معينة تسلم للأفراد باليد أو ترسل بالبريد، ويصلح هذا النوع من الوسائل للمؤسسات التجارية والصناعية والخدمية، سواء كان ذلك لإبراز خدمة أو سلعة بشكل مختصر وجذاب، ولاسيما لعرض مراحل العملية الإنتاجية، أو مراحل تقديم الخدمة مثلما هو متبع في الخدمات التي تقدمها مؤسسات الضمان الاجتماعي من معاشات وتعويضات، وتمتاز المطبقات بانخفاض تكلفتها مقارنة بالوسائل الأخرى وإمكانية إنتاجها بشكل سريع نسبياً.

إذ يخضع نوع الورق والطباعة اللازمة لإنتاج هذه المطبوعات لاعتبارات تتعلق بالميزانية وطبيعة الموضوع، وما إذا كانت هنالك حاجة إلى رسوم توضيحية، أو صور تحتاج إلى عناية خاصة في الطبع بالإضافة إلى عدد الصفحات التي يتكون منها كما أن الهدف من إنتاج هذا المطبوع أو ذلك الجمهور المستهدف يشكلان إلى- حد كبير - عاملاً أساسياً في تحديد ما يتفق عليه تبعاً لأهمية الدور الذي يمكن أن تحققه هذه الوسيلة بالقياس إلى غيرها من الوسائل .

الوسائل المباشرة: هي مجموعة من وسائل الاتصال المباشرة وتهدف لتوظيف الاتصال المواجهي خدمة لأهداف العلاقات العامة، ويشمل نوعين أساسيين هما الاتصال الشخصي Interpersonal Com، والاتصال الجمعي Group com ..

الاتصال الشخصي Interpersonal Com: يُعرف الاتصال الشخصي: بأنه يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأفراد، والطريقة المباشرة وجهاً لوجه وفي اتجاهين، ودون قنوات وسيطة إذ يصبح المرسل والمستقبل على اتصال ببعضهما وجهاً لوجه وفي مكان محدد. . ينظر إلى الاتصال الشخصي أو اتصال الوجه لوجه - عموماً - بوصفه واحداً من أكثر أنواع الاتصال فعالية، وأكثرها إقناعاً وتأثيراً لما يتميز به من السمات والخصائص المباشرة، والمرونة، وعرض فوري للاستجابة قبولاً ورفضاً، بالإضافة إلى الخصائص الأخرى النابعة من العلاقة الشخصية المتضمنة في الاتصال الشخصي التي يتسم بها هذا النوع من الاتصال.

الاتصال الجمعي Group Comm: يُعرف الاتصال الجمعي بأنه: هو الذي يتم بين فرد وآخرين، أو مجموعة من الأفراد، قد لا يعرفون بعضهم، أو تجمع بينهم خصائص أو سمات مشتركة، ولكنهم يشتركون معاً في الموقف الاتصالي، ويلتقون مباشرة مع القائم بالاتصال، وهذا الشكل نجده في الندوات والمؤتمرات أو المحاضرات العامة وفي الفصل الدراسي والمناقشات على سبيل المثال لا الحصر .

ويسمى هذا النوع بالاتصال الوسطي لأنه يقع بين نوعين من أنواع الاتصال، وهما الاتصال الشخصي، والاتصال

الجماهيري، ويصلح في مجال العلاقات العامة لإقامة الندوات، والمحاضرات، وحلقات النقاش، واجتماعات صنع القرارات، وبرامج التدريب، واجتماعات الأقسام، والمؤتمرات، ولوقوف على الجهود المبذولة من قبل القائمين على أمر مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي سأتناول مجموعة من الأدبيات التي أنجزت في مجال الإعلام .

دور الإعلام في ترسيخ ونشر الوعي التأميني:

هذا العنوان هو حلقة قومية أقيمت في المركز العربي للتأمينات الاجتماعية بالخرطوم التابع لمنظمة العمل العربية في المدة من 3 الى 5 سمبتمبر من العام 2007م، والتي تم جمعها لاحقاً في كتاب بالعنوان في أعلاه .

مفهوم الإعلام الاجتماعي ومضمون الرسالة الإعلامية:

إن نشر وتعميم ثقافة التأمين لا بد وأن ينظر إليه في ظل الظاهرة الكونية التي تحكم العالم اليوم وهي العولمة، والتي يعيننا فيها الجانب الاتصالي المتمثل في الوسائل التقليدية والحديثة لتداول المعلومات والمعرفة بالرغم من أن الجوانب الأخرى كالسياسة والتجارة والاقتصاد تعيننا في هذا السياق ولكن بدرجة أقل، والمقصود من هذه الإشارة هي التحسب أن من نستهدفهم بالرسائل الإعلامية بقصد نشر ثقافة التأمين .بينهم أيضاً عرضة للتأثير بما يشاهدون عبر الفضائيات من برامج وما يحصلون عليه من معلومات تتعلق بالتأمين في شكل إعلانات.

مفهوم الضمان الاجتماعي ووسائله في بناء الثقافة التأمينية والصعوبات التي تواجهه:

1. مفهوم الضمان الاجتماعي.
2. وسائل وأدوات الإعلام التأميني ودوره في بناء الثقافة التأمينية.
3. الصعوبات والمشكلات التي تواجه نشر ثقافة التأمين الاجتماعي.

يعد الإعلامي عالم وفنان يحتاج إلى قدرة عالية النفاذ إلى القلوب وهددهتها، وإلى النفس البشرية وخلق التجاذبات معها فضلاً عن تحريك العقول في آن واحد، ثم المعرفة بالسيكولوجية الفردية والاجتماعية ضرورة لأداء مهمته وصياغة رسالته ونقلها ونشرها وايصال مفاهيمها للآخرين بسهولة ويسر، وإذا توفرت هذه الخصائص والسمات بصورة علمية في القائمين بالاتصال بمؤسسات الضمان الاجتماعي يمكنهم بالتأكيد القيام بأدوار أكثر إيجابية وفاعلية في كسب عقول وقلوب واتجاهات وعواطف الجماهير بمختلف مكوناتها وخصوصاً الجمهور المستهدف، ومن ثم نشر المعرفة الخاصة بماهية وأهمية الضمان الاجتماعي وتلك رسالة نبيلة للغاية، وتحمل في طياتها قيم التكافل والتراحم والتضامن بين مختلف مكونات المؤسسات وبخاصة المؤمن عليهم، وأصحاب العمل، والمعاشيين وأسرهم.

النموذج المقترح لتفعيل دور الإعلام الاجتماعي في نشر الوعي التأميني:

يتطلب هذا النموذج لتنفيذه مجموعة من المطلوبات وهي: توفير ميزانية كافية في يد الإعلاميين

المسؤولين بتنفيذ الانموذج، والتنوع في استغلال الوسائل الإعلامية في توصيل المعلومة للجمهور المستهدف، وتوظيف الوسائل الحديثة واستغلال التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال ووسائله، وإنشاء موقع للمؤسسة وتوظيف

شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، وتحليل مضمون ومحتوى الصحافة ودراسة ما تقوله وما ترمي إليه من رسائل ورفعها للإدارة العليا للإحاطة بها، وضرورة قراءة اتجاهاتها وذلك لمعرفة ما تود أن تقوله.

دور منظمة العمل العربية في ترسيخ ونشر ثقافة التأمين الاجتماعي:

مفهوم الإعلام التأميني: يهدف الإعلام التأميني بالدرجة الأولى لتزويد الجماهير المستهدفة برسالة التأمينات الاجتماعية بصفة راتبة ومستمرة وبأساليب فيها شيء من الابتكار والمهنية وتوظيف مختلف الوسائل الإعلامية التقليدي منها والحديث، وذلك بتوفير كل المعلومات والبيانات والحقائق التي يرغب فيها شركاء الحماية الاجتماعية، والمتمثلة في المزايا التي يوفرها نظام الحماية ومقدارها واوقات استحقاقها، والاجراءات المتبعة في سبيل الحصول على المعاشات والتعويضات والإسناد الاجتماعي والمستندات المطلوبة فيها.

توصيات الندوة القومية لدور الإعلام في ترسيخ ونشر الوعي التأميني:

1. الاستفادة من وسائل الاتصال وإنتاج المعلومات والمعرفة لتبليغ الرسائل التي تخص ثقافة التأمين وتوسيع رقعة الممارسة في الجانب الاجتماعي.

2. التنوع في أساليب الرسائل واختيار الوسائل المناسبة للجمهور المعني وإلا يكتفي بالرسائل العامة فالناس بالطبع يتفاوتون في القدرة على التلقي والتفهم للرسالة ومعرفة لغة التخاطب بالكتابة والوسائل الأخرى.

3. أن تقوم أجهزة التأمينات الاجتماعية العربية بتخصيص ميزانيات كافية لنشر وترسيخ الوعي التأميني.

4. بناء وتطوير إدارة العلاقات العامة والإعلام في كل مؤسسة تأمينية وأن تتبع مباشرة للمسؤول الإداري الأول بغية تسهيل نشاطها الإعلامي لزيادة فاعليتها وتوفير أسباب النجاح لأداء رسالتها

بناء علاقات متميزة مع مختلف أجهزة الإعلام الرسمية والخاصة لتسهيل نقل الرسالة الإعلامية التأمينية للمواطنين عامة والقوى العاملة خاصة.

6. تبادل الخبرات بين أجهزة الإعلام العربية في مجال التأمينات الاجتماعية والاستفادة من الخبرات الوطنية في مجال الإعلام.

7. لا بد أن تواصل منظمة العمل العربية دورها المنوط بها في مجال التأمين الاجتماعي ونشر ثقافته عبر أجهزة الإعلام العربية المختلفة وصولاً للضمان الشامل في الدول العربية.

دور الإعلام في تفعيل وتطوير نظم الحماية الاجتماعية:

يُعرف الإعلام في الأدبيات العلمية كوظيفة اجتماعية، وهناك من يلخص الإعلام على أنه العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز في الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير،

وعواطفهم السامية، والارتقاء بهم من خلال تنويرهم وثقيفهم الى مصاف المعرفة.

اتجاهات الصحف السودانية في دعم الصورة الذهنية لأنظمة الضمان الاجتماعي :

تهدف هذه الورقة البحثية الوقوف على اتجاهات الصحف السودانية في دعم الصورة الذهنية لأنظمة الضمان الاجتماعي إيجاباً وسلباً بالتطبيق على الصندوق القومي للتأمين الاجتماعي أنموذجاً.

أبرز النتائج والتوصيات التي توصلت إليها الدراسة هي: استخدمت في التناول الصفحات الأكثر مقروئية والتي تقع يمين القارئ مما يؤكد عمق الاهتمام بقضايا التأمين الاجتماعي في الصحافة السودانية، وتم توظيف الوسائل المنطقية والعاطفية والوجدانية كافة بنسب كبيرة مما يدل على أن ما يكتب يستهدف التأثير حتى يجد الاستجابة المطلوبة، واحتل الخبر المقام الأول بنسبة %51، و مجموع مواد

الرأي من مقال وعمود وتقارير بلغت نسبتها %49، وبلغت العناوين وهي من ابرز وسائل الابرار المستخدمة وذلك بنسبة %100 من خلال اعتماد الاثارة والجاذبية بالدرجة الاولى في أغلب الاحوال، وتحيز بعض الكتاب سلباً ضد قضايا التأمين الاجتماعي بصورة لا مواربة فيها ودون مسوغات منطقية معقولة، والعديد من الكُتاب يكتبون دائماً عن قضايا تخص التأمين الاجتماعي بصورة شبه راتبه الا أنهم مازالوا يخلطون في المفاهيم بين الأنواع المختلفة من مؤسسات الضمان الاجتماعي.

التوصيات: توصي الدراسة بضرورة السعي الجاد من قبل القائمين على أمر الصندوق بتمليك الصحف الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة والسليمة عن التأمين الاجتماعي، والرد أولاً بأول للذين يتناولون قضية تخص

التأمين الاجتماعي بشكل مبسط وواضح بعيداً من التعقيدات التخصصية والأرقام والمعادلات التي قد لا تكون بالوضوح الكافي لكل المستهدفين، ومحاولة إيجاد صلات وتواصل بين الكُتاب المهتمين الذين هم دائماً يتناولون قضايا التأمين الاجتماعي والقائمين على أمر إدارة العلاقات العامة للتعاون المشترك وتصحيح بعض المفاهيم، وأهمية إيجاد معالجات كافية لأشكال التحيز البين ضد التأمين الاجتماعي حتى لا تخلق صورة ذهنية سالبة للتأمين الاجتماعي وتضعف دوره في المجتمع ويكون كل ذلك خصماً على أدائه مستقبلاً، وعلى الصحافة توخي الدقة والموضوعية والمسؤولية الاجتماعية والتحليل المنطقي بعيداً من التحيزات الجاهزة في قضايا التأمين الاجتماعي مع ضرورة تغليب المصالح العليا للبلاد والعباد.

المشكلات المهنية في العلاقات العامة:

تتمثل المشكلات المهنية في العلاقات العامة في مجموعة من المشكلات هي خلط في المفاهيم المستخدمة، ومشكلة الإعداد العلمي للممارسين واختيارهم، ومشكلة أخلاقيات المهنة، وأيضاً مشكلة العلاقة السلبية مع الإدارة العليا. والعلاقات العامة كوظيفة إدارية أو كوظيفة استشارية مورست كمهنة تنصح وتوجه الى الكيفية التي يمكن بها أن تتوافق اتجاهات المنظمات وسلوكها مع اتجاهات الجماعات العاملة فيها والمتعاملة معها من خارجها والتي تقوم عليها حياتها، وان مهنة المحاماة تقدم النصح والتوجيه فيما يتعلق بالعلاقات القانونية، فإن مهنة العلاقات العامة تنصح وتوجه فيما يتعلق بالعلاقات

للأساليب مع نشاطها حتى تتمكن من تحقيق وظائفها على الوجه المطلوب والصحيح. أُجريت في الآونة الأخيرة ببيروت ندوة عن دور الإعلام في توسعة الشمول في الضمان الاجتماعي لأن التغطية هي واحدة من الهموم الكبيرة في مجال الضمان الاجتماعي وإدراكاً من منظمة العمل العربية بالتعاون مع الجمعية العربية للضمان الاجتماعي أُقيمت الندوة في نوفمبر من عام 2017م، وتناولت الندوة دور الإعلام والتواصل في توسعة الشمول في التغطية بالضمان الاجتماعي.

دائرة التقاعد والضمان الاجتماعي لعمال العراق: وهي واحدة من تشكيلات وزارة العمل والشؤون الاجتماعية وتتولى تطبيق قانون رقم 39 لسنة 1971م بالإضافة إلى مجموعة قوانين أخرى .

الجانب الإعلامي:

1. تم عقد العديد من الندوات الإعلامية التي تناولت التعريف بأهمية الضمان الاجتماعي والحماية الاجتماعية بالتنسيق مع الشركاء الاجتماعيين وبيان مزاياه بغرض توعية العمال بحقوقهم وبيان الالتزامات المترتبة على أصحاب العمل تجاه عمالهم.
2. نجحت الدائرة في الوصول الى اصحاب القرار السياسي إذ صدر قرار مجلس الوزراء رقم 164 لسنة 2015م (والذي ألزم جميع الوزارات والمؤسسات الحكومية كافة بعدم منح إجازة جديدة أو تجديد إجازة سابقة بما فيها الإجازات الصحية إلا بعد تقديم براءة صادرة عن دائرة التقاعد والضمان الاجتماعي، يؤيد شمول العاملين لديها بالضمان الاجتماعي)، وقد أدى هذا القرار الى توسيع رقعة الشمول.
4. قامت الدائرة بإعداد مجموعة من الأفلام الوثائقية

الجمهيرية، وأن مهنة المحاماة تعتمد على العلوم القانونية، فإن مهنة العلاقات العامة تعتمد على العلوم الاجتماعية. .

أساليب ممارسة العلاقات العامة بين المهنية ومشكلات الواقع:

مازال هنالك تخبط واضح في الكيفية المثلى في استخدام الأساليب المناسبة والصحيحة في مجال ممارسة العلاقات العامة، لدى العديد من القائمين على أمرها في الكثير من المؤسسات والعديد من الإدارات العليا، مما يعيق أداءها في الوصول إلى الأهداف الكلية التي تسعى لتحقيقها أنشطة العلاقات العامة ، إذ نجد أن أغلبها تُمارس في إطار أسلوب الإدارة الداخلية ، بينما نجد بعض أوجه الأنشطة تحتاج إلى الاستعانة بخدمات المستشار الخارجي، وخصوصاً المؤسسات ذات العلاقات الواسعة والمصالح والارتباطات الدولية مثل مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي.

أبرز نتائج وتوصيات الدراسة كانت:1. أكدت نتائج الدراسة أن الاستخدام الامثل والصحيح للأساليب العلمية لممارسة العلاقات العامة يشارك بشكل واضح وكبير في فاعلية أدائها، وأثبتت نتائج الدراسة أن الإدارة الداخلية المتخصصة للعلاقات العامة أقل تكلفة من غيرها من أساليب ممارسة العلاقات العامة، فيما أيدت نتائج الدراسة ان أسلوب الدمج بين الأسلوبين يحقق أنشطة قد تعجز عن القيام بها الإدارة الداخلية وحدها، وتوصي الدراسة بضرورة التعرف إلى الأسلوب الأنسب مع المؤسسة والاهتمام به، والذي يلبي حاجة المؤسسات ويحقق ما تصبو إليه من فاعلية، والعمل على دعم وإحداث تناغم

والتسجيلية التي تتضمن توعية العمال بحقوقهم في الحالات المختلفة. 5.إنشاء منصة على موقع التواصل الاجتماعي باسم أخي العامل (أعرف حقلك) لاستقبال الاستفسارات والشكاوى الواردة من المواطنين حول اجراءات الشمول بقانون الضمان الاجتماعي إضافة الى فتح خطوط ساخنة للإجابة بشكل مباشر.

لقانون المعاشات ويبلغ تعددهم نحو (195) ألفاً، والجهات ذات الصلة: كالوزارات والبنوك والمؤسساتالخ، واتحاد معاشي الخدمة المدنية. محور الإعلام التواصلي: نشأة إدارة العلاقات العامة والإعلام في عام 1974م مع البدايات الاولى لنشأة نظام المعاشات في السودان الأمر الذي أصبحت له انعكاسات إيجابية للعلاقات العامة.

الدعم السياسي في التوعية والإعلام، وتوحيد مرئيات ومسموعات الصندوق في المنابر المختلفة ، وهيئة منافذ تقديم الخدمة كمنابر لإيصال الرسالة الإعلامية، الشراكات مع مقدمي الخدمة في توعية المشتركين، وإيجاد آليات تواصل مستمر مع المواطنين والمشاركين والاستفادة من التقنيات الحديثة، وتصميم وتفعيل منهجية لقياس مستوى الوعي بين المواطنين والمشاركين.

الصندوق الوطني للمعاشات والتأمينات الاجتماعية، السودان القطاع الحكومي. تجربة القطاع الحكومي في مجال الإعلام التأميني ودوره في توسعة الشمول في الضمان الاجتماعي والقائمين على رأس العمل والعاملين في الوحدات الحكومية والمؤسسات والشركات التي تشارك وزارة المالية الاتحادية والولاية في كامل اشتراكهم بواقع 18% وتقدر القوى العاملة بنحو 720 ألفاً من العاملين، الجمهور الداخلي: ويقصد بهم العاملون بالقطاع الحكومي، الجمهور الخارجي: وهم المتقاعدون والعاملون بالقطاع العام الذين يخضعون

مبادرات شاركت في تحقيق أهداف الإعلام والتواصل: الربط الشبكي لعموم فروع القطاع للتواصل بين المركز والولايات الأمر الذي سهل من تقديم الخدمة وانسيابها بسهولة ويسر، وتهيئة مراكز خدمة المعاشيين لجعل الخدمة سهلة وميسرة ، والتوسع في خدمات التمويل الأصغر للمعاشيين عبر المشاريع التمويلية منذ تأسيس مؤسسة التنمية الاجتماعية للمعاشيين في عام 2000م.

المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية دولة الكويت: الدور الإعلامي في نشر الثقافة التأمينية: تنقسم الجماهير المستهدفة على: جماهير داخلية: وهم العاملون لدى المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية، والجماهير الخارجية: وهم أصحاب المعاشات وأصحاب الأعمال والموظفين الكويتيين والموظفين العاملين في الكويت. الوسائل المستخدمة لإعلام الجمهور الخارجي:

الصندوق القومي للتأمين الصحي تجربة السودان:

أنشطة العلاقات العامة بالتأمين الصحي القومي: تصميم وتنفيذ مبادرات إعلامية، والاستفادة من

الوسائل المستخدمة في الإعلام التقليدي	الوسائل المستخدمة في الإعلام الحديثة
1.التلفزيون 2.الإذاعة 3.الصحف	1.الموقع الإلكتروني للمؤسسة. 2.التويتر 3.الانستغرام

الدور الإعلامي في التلفزيون: فلاشات تلفزيونية لتوعية الجمهور بقوانين التأمينات الاجتماعية. المقابلات التلفزيونية للتحديث عن آخر القوانين والتوعية التأمينية. الرد على استفسارات الجمهور من خلال المداخلات التلفزيونية. الدور الإعلامي في الإذاعة: الفلاشات الإذاعية لتوعية الجمهور بقوانين التأمينات الاجتماعية. المقابلات الإذاعية للتحديث عن آخر القوانين. الرد على استفسارات الجمهور من خلال المقابلات والمداخلات الإذاعية. الدور الإعلامي في الصحف: الدراسة القبلية لحملة الصحفية. اختيار أعلى 5 صحف قراءةً من قبل الجمهور المستهدفة. نشر اعلان في أفضل 3 صفحات (الصفحة الاولى،الصفحة الثانية،الصفحة الثالثة)، ونشر إعلانات تأمينية والخدمات التي تقدمها المؤسسة، ولقاءات صحفية مع المسؤولين في المؤسسة للتحديث عن المستجدات ، وتحرير الأخبار التأمينية وتوزيعها على الصحف اليومية، ومتابعة جميع الصحف اليومية والأسبوعية من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام، واستقبال مقترحات وشكاوى الجمهور ومتابعتها.

الدور الإعلامي في الموقع الإلكتروني: تحرير ونشر آخر أخبار المؤسسة ، ودليل التأمينات الاجتماعية (المختصر) باللغتين العربية والإنجليزية، وشاشة الرد على الاسئلة التأمينية ، فلاشات تأمينية، والرسائل التوعوية (مثل: معلومات تهمك) ، إعلانات تأمينية.

الدور الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي: نشر الرسائل التوعوية، والرد على استفسارات الجمهور، واستقبال مقترحات وشكاوى الجمهور ومتابعتها، والإعلانات التأمينية، وحملات إعلامية لحساب المؤسسة في التويتر.

المطبوعات الإعلامية: طباعة دليل التأمينات الاجتماعية سنوياً بعد إضافة التعديلات والقوانين الجديدة (عربي — إنجليزي)، وطباعة مطبقات مختصرة خاصة بدليل التأمينات الاجتماعية. طباعة مطبقات توعوية عن (التأمين ضد البطالة — الخدمة الإلكترونية — خطوات الدفع الإلكتروني وغيرها).

الحضور في المعارض خارج الكويت وداخلها والمجمعات التجارية: نشر الوعي التأميني. توزيع المطبقات والمطبوعات، والرد على استفسارات الجمهور.

التنسيق والإعداد للمحاضرات التأمينية داخل وخارج المؤسسة: محاضرات تأمينية في مسرح المؤسسة، وندوات ومحاضرات خارجية في الجهات الحكومية وجمعيات النفع العام

لدى الجمهور، والتلفاز والقنوات الفضائية تعد من الوسائل المؤثرة والفاعلة لما يتميز به من خصائص قد لا تتوفر لغيره من وسائل الإعلام الأخرى ، بما في ذلك السينما والتي هي وسيلة مرئية كذلك، ويعرض التلفزيون الكثير من أنواع الإنتاج الإعلامي والتي اختلف تأثيرها وتخصصها بحسب نوع الجمهور وطريقة حملها للرسالة.

الدراما: ونقصد بها المسلسلات الطويلة والمسهرات التلفزيونية ذات الإنتاج العام والخاص ، وهي تعرض في القنوات والمحطات العربية الأخرى، متعددة وشاركت بشكل مؤثر في تشكيل الصورة الذهنية السالبة عن قضايا العمل إذ عرضت المسلسلات.

الإعلانات: بقيت الإعلانات تعتمد بشكل أساسي على تسويق المواد باستخدام قيم سلبية في الحصول على أكبر فائدة بأقل جهد في الإعلانات الخاصة بالمسابقات والاتصالات والمواد الغذائية ، وتلاحظ الغياب عن معظم قنوات الإعلام العربي الإعلانات الاجتماعية حول كيفية التأمين الاجتماعي وأنظمة الضمان المختلفة.

البرامج الإذاعية: اهتمت الإذاعات الرسمية بتقديم البرامج الهادفة ضمن الخطط التنموية للإعلام التنموي ، ولكن الثقافة الإعلامية التي سادت في الإذاعات الخاصة طغت على الرؤية التنموية، ولم تظهر نسبة مقبولة للبرامج التي تتعلق بتطوير أنظمة الضمان الاجتماعي، أما البرامج التفاعلية: وهي البرامج التي يتصل المستمعون بالإذاعة ويبدون آراءهم من خلالها، أو يتواصلون مع حكوميين مسؤولين أو فنانيين أو كتاب، فهناك بعض الإذاعات نادراً ما تهتم بقضايا الضمان

والمدارس، وحلقات نقاشية داخل المؤسسة خاصة بأصحاب العمل.

مشروعات تحت الدراسة: إنشاء تطبيق للأجهزة الذكية: إنجاز المعاملات إلكترونياً، ومتابعة سير المعاملة عبر التطبيق، وتقديم التوعية التامينية عبر (فلاشات الفيديو، رسائل توعوية، ومحاضرات تأمينية وغيرها).

وسائل وسبل شمول نظم التأمينات الاجتماعية لجميع قطاعات القوى العاملة:

لقد أفادت منظمة العمل الدولية في تقريرها سنة 2014م أن 70% من سكان العالم لا يتمتعون بأية حماية اجتماعية على الرغم من أن الإعلان عن هذا الحق يعود الى سنة 1948م بمناسبة صدور الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

دور الإعلام في تعزيز قدرات اطراف الإنتاج في مجال تطوير أنظمة الضمان الاجتماعي:

الإعلام الثورة المعلوماتية: من المؤكد أنه في ظل الثورة المعلوماتية أصبح للإعلام دور أساسي في نهوض الأمم وتقدم الشعوب نحو تحقيق أهدافها في البناء والتطوير في مختلف مواقع الحياة والمجتمع ووصل الأمر بالإعلام الحديث الى مستوى دقيق وخطير بحيث أصبح الفاعل والمؤثر الأقوى في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والإنسانية على وجه العموم.

القوالب الإعلامية وعلاقتها بتقديم أنظمة الضمان الاجتماعي:

التلفزيون والقنوات الفضائية: أثبتت العديد من الدراسات أن برامج الدراما من مسلسلات وأفلام تأتي في مقدمة البرامج الإعلامية المفضلة

الاجتماعي، والانترنت ومواقع التواصل: توصف المواقع الخاصة بقضايا الضمان الاجتماعي بالندرة في تقديم قضاياها ضمن إنتاجها الإعلامي إلا مجموعة من الصفحات التقليدية نمطية تناول في بعض الهيئات والوزارات.

تناول وسائل الإعلام العربية للوعي بأنظمة الضمان الاجتماعي: يأتي التساؤل حول دور الإعلام في المشاركة في الترويج لثقافة الوعي بأنظمة الضمان الاجتماعي وتحديد الطرائق والاليات التي تؤدي للحصول على فرصة عمل لا تعتمد على الوساطة والفلمولة وإنما على الاختبارات الحقيقية، ولا يلتزم الخطاب الإعلامي للقضايا العمالية في الترسخ لتعميق الوعي بأنظمة الضمان الاجتماعي، وغياب التعريف بالقوانين في الخطاب الإعلامي مما أدى إلى انتشار السلبية وغياب المحاسبة، وحشد أدور للمجتمع لأنظمة الضمان بأساليب كافة مثل: الدين ، التنشئة الاجتماعية ، والتعليم، والأسرة، والإعلام، والثقافة. دور وسائل الإعلام والتواصل في بناء صورة مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي: دور حاسم لوسائل الإعلام: باتت الوسائل الإعلامية في جزء من أساس ثقافة المجتمعات وأنماط حياتها، ولذلك لم يعد السؤال عن السلطة وسائل الإعلام ومدى تأثيرها بل عن كيفية استخدام هذه السلطة ، وكيفية تطويعها لخدمة المجتمع، فالوسائل الإعلامية لم تعد السلطة الرابعة بل أصبحت السلطة الموازية للسلطات كافة، أن معارف الجمهور ومعلوماته عن محيطه والعالم إنما مصدرها الأول هو هذه الوسائل من هنا ضرورة وعيها لمسؤوليتها، أي أكثر من 85% من المعرفة عبر وسائل الإعلام . من قادر على تحفيز الإعلام: لا بد من رسل في الميدان يحملون المشعل كي ينيروا الطريق، وأنه دور المنظمات الحكومية والأهلية الواعية لهذا الموضوع كما هو دور الإعلاميين المثقفين، والمهمة تبدو شاقة في إقناع أصحاب المؤسسات

الإعلامية بأن الاهتمام بقضايا كالضمان الاجتماعي له مردود وطني وإنساني يفوق المردود المالي الذي يبحثون عنه. لا خبر من دون مادة إخبارية: سؤال جوهري ينبغي أن يجد الإجابة من القائمين على أمر الضمان الاجتماعي والمهتمين بقضاياه الكلية وهذا السؤال هو كما يطرحه الدكتور رامي نجم: كيف يواكب الصحفي قضايا الضمان الاجتماعي في بلده والتعرف إليها، وهذه واحدة من الإشكاليات الأساسية: وهي كيف تتمكن وسائل الإعلام من أداء أدوار إيجابية وهي تفتقر وتحتاج الى معلومات وبيانات عن واقع الضمان الاجتماعي ومؤسساته والحاجة لمعرفة مكان الخلل وطرحها. وأيضاً هناك العديد من التساؤلات التي ينبغي أن تجد الإجابات الشافية والنظرة الموضوعية وتبدأ هذه الأسئلة بمن يراقب الصعوبات والتحديات التي يتعرض لها الضمان الاجتماعي، وهل القائمون على أمر أنظمة الضمان الاجتماعي وبخاصة إدارات العلاقات العامة تواكب

والعناصر المنسية في البيئة الاتصالية):
يعد نشاط الاتصال المؤسساتي جوهرياً في حياة مؤسسات القطاع وتحديدًا تلك التي تُعنى بالهاجس الصحي وعلى رأسها مراكز الضمان الاجتماعي، ويعد النشاط الاتصالي من أبرز عوامل كفاية هذه المراكز وفعاليتها لاسيما وأن الإطار ومجموع الخدمات التي تقدمها والأنشطة والفعاليات التي تمارسها هي واسعة وتصاعدية. ولأهمية الاتصال المؤسساتي الكثير من المؤسسات الآن استحدثت إدارة مشابهة بهذا الاسم وتقوم بنشاط واسع من الاتصال لصالح المؤسسة مما يحقق العديد من عناصر التفاعل ويزيل الكثير من الاختناقات والتوترات أولاً بأول، وقد أدى هذا التوسع في المهام الى تعدد الهواجس والمتطلبات المرجوة من مؤسسات الضمان الاجتماعي إذ يقصد بالتواصل هنا أكثر من إقامة الصلات الطيبة بين الضمان وجمهوره الداخلي والخارجي، والى إدامة هذه الصلات بما يضمن تحقيق الرضا والتفاهم والثقة المتبادلة بينهما.

الأخطاء الاتصالية:

1- الربط بين الخدمة والصورة الذهنية، وتهمل المؤسسة جانب الصورة وتصبح عرضة للتشويه التصاعدي، لذا يجد المسؤولون أنفسهم مضطرين للدفاع عن نوعية الخدمة أمام الرأي العام ووسائل الإعلام عوضاً من تحسين صورة الخدمة، وإهمال الخدمة وسوء إدارة الكثير من أشكال التواصل مع الجماهير المستهدفة اوجد انطباع سيئ لدى العديد من طالبي الخدمة الأمر الذي ترتب عليه صورة سيئة أفقدت المؤسسات عدداً من المزايا

حراك الإعلاميين وتحفزهم بشكل دوري ودائم على الموضوعات التي تخدم قضايا الضمان الاجتماعي وتشجعهم للتناول الموضوعي في سبيل الارتقاء . مواقع التواصل تفرض نفسها: لا بد من الإشارة الى دور مواقع التواصل الاجتماعي، إن لهذه المواقع خلقت معطيات جديدة في دور الوسائط الجديدة، فهي فسحت المجال في أن يكون لكل مواطن إعلامي وكسرت احتكار الإعلاميين للتغطية الإخبارية، ولقد هيأت مواقع التواصل للجمعيات والمؤسسات والأفراد منابر موازية لوسائل الإعلام بل بعض الأحيان تفوقها .

مخاطر توجهات بعض الإعلام: أدوار وسائل الإعلام ليست دوماً راقية كالمهام الايدولوجية والتسويقية التي تسعى إلى فرض الهيمنة الفكرية والثقافية والكسب المادي الرخيص في ظل غياب الأخلاقيات وعوامل الضبط وفقاً لقيم المجتمع.

عوامل النجاح في دور الإعلام في بناء وتحسين الصورة الذهنية يفترض القيام بالآتي: دور مواكب لإنجازات المؤسسة في الحياة اليومية، ودور الرائد والمراقب والمتابع للمجتمع، ودور المربي من خلال نشر القيم والتوعية، ودور الوقاية من خلال حماية المؤسسة والمستفيد .

كيف تساعد وسائل الإعلام للقيام بهذه الأدوار: التفاعل الدائم بين المؤسسة والصحافيين، وقيام مرصد إعلامية تراقب وسائل الإعلام وتقيمها، والتوجه نحو الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، وتزويد وسائل الإعلام بالمعلومات كي تقوم بنشرها.

مؤسسات الضمان الاجتماعي(الأخطاء الاتصالية

التي يمكن كسبها بسبب الصورة الإيجابية التي تحرص عليها المؤسسات المدركة لمكان النجاح الذي تحققه الصورة الذهنية الجيدة.

2- الاعتماد على الخطط الإعلامية الجاهزة والمستوردة عوضاً من التعامل مع السياق المحلي للجمهور الذي يجري معه التعامل. ولن تتأتى وضع خطط تلبي الحاجة الفعلية الحقيقية للجمهور المستهدف أن لم يتم تفعيل وظيفة البحوث، والتي تمثل الوظيفة الأولى من وظائف العلاقات العامة والتي تسمى بنك المعلومات لأنها توفر للقائمين على أمر العلاقات العامة معلومات وبيانات حديثة عن واقع المؤسسة و جماهيرها النوعية ومختلف التحديات والصعوبات التي تواجهها حتى تتمكن من التخطيط وهو الوظيفة الثانية في مجال وظائف العلاقات العامة تستطيع وضع الخطط اللازمة والتي بالفعل تلبي مطلوبات الجمهور المحلي في سياقه .

وصراحة، لذلك يجب أن يحرص القائمون على أمر العلاقات العامة الموائمة بين الجودة ومعاييرها الدولية والإقليمية وحاجة المجتمعات المحلية من نصيب في خطط الارتقاء والتطوير. 4- هو أن الاستراتيجيات الاتصالية المعتمدة في مؤسسات الضمان لا تأخذ بعين الاعتبار الفوارق المناطقية والثقافية بين المراكز. . ينبغي للعلاقات العامة في مؤسسات الضمان الاجتماعي أن تحرص كل الحرص على تمثيل المراكز كافة وأن تجد حظها في إطار الخطط الاتصالية واستراتيجياته، لأن وظيفة الاتصال هي الوظيفة الأكثر فاعلية وتفاعلاً مع مختلف القطاعات الجغرافية والبشرية، لأنها هي الوظيفة الثالثة والمهمة والوظيفة التنفيذية التي تنزل بها المخرجات للجمهور وتوظف في سبيل ذلك كل أنواع الوسائل والرسائل.

بناء صورة الضمان لدي الجمهور: العناصر المنسية في بيئة الاتصال:

3- هو أن مؤسسات الضمان الاجتماعي بسبب ارتباطها بعدد من المنظمات العالمية والإقليمية تسعى في خططها البعيدة الأمد إلى تطبيق معايير الجودة دولياً، عوضاً من دمج المقاربات الدولية بالاحتياجات المحلية ولغة المستخدم المحلي، وأي تجاهل لإصلاح الواقع واستصحاب المشكلات المحلية والحرص على إيجاد الحلول المبتكرة لها مع عدم إغفال الدور العالمي وما يتطلبه من معايير لأن العلاقات العامة واحد من أبرز وأهم تعريفاته هي إصلاح الواقع أولاً ثم إخبار الناس بما حدث فعلاً بأمانة.

فمؤسسات الضمان الاجتماعي قد تسعى إلى معالجة المعوقات الإعلامية والاتصالية المرتبطة بالأبعاد التالية: معوقات الاتصال على مستوى المؤسسة نفسها من اداريين وعاملين ومقدمي الخدمات على مستوى أجهزة الضمان الاجتماعي، ومعوقات على مستوى نوعية الخدمة الصحية أو الإدارية التي تقدمها، ومعوقات على مستوى الوسائل الإعلامية المعتمدة في عملية التواصل بين الضمان وجمهوره، ومعوقات على مستوى جمهور المؤسسة التي يتلقى الخدمات المؤسساتية.

الخاتمة:

تعد العلاقات العامة إدارة فاعلة في نشاط إعلامي فاعل ومؤثر في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي، وذلك إذا تم توظيف أساليب ووسائل ممارسة العلاقات العامة على وفق معايير علمية منهجية، لأن مؤسسات الضمان ذات خصوصية عالية وتتعامل مع جمهور ضخم من المؤمن عليهم والمعاشيين وأسرههم وأصحاب العمل، ومنظمات إقليمية ودولية تتطلب جهوداً فاعلة للعلاقات العامة في دعم الوعي التأميني، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج والتوصيات أهمها أنها أكدت أن أغلب المبحوثين أيدوا بأن للعلاقات العامة أدواراً مهمة وأساسية في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي إن تم توظيفها بصورة صحيحة، وأظهرت نتائج البحث اساليب ممارسة العلاقات العامة تحتاج إلى مراجعة وتطوير في مؤسسات الضمان الاجتماعي العربي بخاصة أسلوب الدمج بين الإدارة الداخلية المتخصصة والاستعانة بالاستشارات الخارجية وذلك نسبةً إلى نوعية وخصوصية الجمهور المستهدف والعلاقات الإقليمية والدولية في مجال الضمان الاجتماعي، وأوصت الدراسة بضرورة إن تجد العلاقات العامة الاهتمام من قبل الإدارات العليا حتى تستطيع أن تؤدي أدوارها على النحو الصحيح وتصل إلى الأداء الفاعل والداعم للوعي التأميني، وكذلك ضرورة تعزيز الأساليب المستخدمة في مجال ممارسة العلاقات العامة بمؤسسات الضمان الاجتماعي العربي والاستفادة مما يحققه أسلوب الدمج بين الإدارة الداخلية والاستشارات الخارجية في الوصول إلى خدمة إعلامية مهنية فاعلة.

المصادر والمراجع:

1. القرآن الكريم
2. المعجمات
3. إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة والإعلام، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1968م.
4. راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005م.
5. سعادة راغب الخطيب، المدخل الي العلاقات العامة، دار الميسرة للنشر والتوزيع ،عمان، 2000م.
6. عبدالرازق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع ، عمان، 2005م.
7. عبداللطيف محمد سعيد ،العلاقات العامة نشأتها وتطورها في السودان، د. ن، الخرطوم، 2010م.
8. عادل حسن ، العلاقات العامة ، دار النهضة العربية ، د. م القاهرة ، 1984م.
9. علي عجوة ،الأسس العلمية للعلاقات العامة ،مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ، د.ت.
10. لبنان هاتف الشامي، العلاقات العامة المبادئ والأسس ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2002م.
11. فؤادة البكري ، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، دار نهضة الشرق للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001م.
12. محمد عبدالله عبد الرحيم، العلاقات العامة، د.ن، د.م، 1989م.
13. محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009م.
14. محمد محمد البادي، المشكلات المهنية في العلاقات العامة، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1991م.
15. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003م.
16. محمد ناجي الجوهري، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق (رؤية معاصرة)، دار القلم، دبي، 2004م.
17. محمد نجيب الصدايرة ، العلاقات العامة الأسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية، الاردن، 2001م.
18. مصطفى حميد الطائي ، وخير ميلاد أبو بكر ، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء لنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2007م.
19. منصور عثمان محمد ،المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة، شركة مطابع السودان للعملة ،الخرطوم، 2008م.
20. هدى لطيف ،العلاقات العامة، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997م.

المرجع الأجنبية:

Scattm.CutlipHallen H, Center/cleenM.Boom, Effective Public Relations, NY, .1.
.Prentice, Hall, 1995

البحوث العلمية:

1. أحمد الشيخ خضر، دور الإعلام والتواصل في توسعة الشمول في الضمان الاجتماعي (التأمين الصحي) السودان، بيروت، 2017م.
2. العراق دائرة التقاعد والضمان الاجتماعي لعمال العراق، دور الإعلام والتواصل في توسعة الشمول في الضمان الاجتماعي، بيروت، 2017م.
3. الطيب احمد كنونة ،دور الإعلام والتواصل في توسعة الشمول في الضمان الاجتماعي، السودان القطاع الحكومي، منظمة العمل العربية، بيروت، 2017م.
4. بدر الساوي، وسائل وسبل شمولية نُظِم التأمينات الاجتماعية لجميع قطاعات القوى العاملة ، الندوة القومية، منظمة العمل العربية، بيروت، 2017م.
5. حنان يوسف ،دور الإعلام في تعزيز قدرة أطراف الإنتاج في مجال تطوير أنظمة الضمان الاجتماعي، منظمة العمل العربية، بيروت ، 2017م.
6. رامي نجم ،دور وسائل الإعلام والتواصل في بناء صورة مؤسسة الصندوق الوطني الاجتماعي، بيروت ، 2017م.
7. على الطقش، مؤسسات الضمان الاجتماعي(الاطفاء الاتصالية والعناصر المنسية في البيئة الاتصالية، بيروت ، 2017م.
8. الكويت، ورقة المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية عن: دور الإعلام والتواصل في توسعة الشمول في الضمان الاجتماعي ، بيروت، 2017م.
9. ليلي الضو سليمان، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات الحضارية للشباب المسلم، مجلة ركائز معرفية، مركز ركائز المعرفة للدراسات والبحوث، العدد(1)، الخرطوم، 2016م.
10. علي محمد شمو، مفهوم الإعلام الاجتماعي ومضمون الرسالة الإعلامية، المركز العربي للتأمينات الاجتماعية، الخرطوم، 2009م.
11. علي عيسى، مفهوم الضمان الاجتماعي ووسائله والصعوبات التي تواجهه، المركز العربي للتأمينات الاجتماعية، الخرطوم، 2009م.
12. الشريف عبود الشريف، الأنموذج المقترح لتفعيل دور الإعلام الاجتماعي في نشر الوعي التأميني، المركز العربي للتأمينات الاجتماعية، الخرطوم، 2009م.
13. خالد محمد يسن، دور منظمة العمل العربية في ترسيخ ونشر ثقافة التأمين الاجتماعي، المركز العربي للتأمينات الاجتماعية، الخرطوم، 2009م.
14. فايز عبدالله الشهري، دور الإعلام في تفعيل وتطوير نُظِم الحماية الاجتماعية ،مجلة الرسالة، العدد (2)، الخرطوم ، 2014م.
15. طه عبدالله محمود ، اتجاهات الصحف السودانية في دعم الصورة الذهنية لأنظمة الضمان الاجتماعي، مجلة الرسالة، العدد(2)، الخرطوم ، 2014م.
16. أساليب ممارسة العلاقات العامة بين المهنية ومشكلات الواقع، مجلة المدير، مركز تطوير الإدارة، العدد(11)، الخرطوم.



إنزياحات الصورة وسياقتها الدلالية
بين مقاربات السيميولوجيا والميديولوجيا والسوسولوجيا
د. مراد بوشحيط - أستاذ محاضر / جامعة البليدة 2

الملخص:

يحتل مفهوم الصورة مكانة مميزة في الدراسات الأكاديمية ذات الطابع الإعلامي والفني والسياسي والاجتماعي اليوم لما تشكله الصورة من دلالات رمزية في حياتنا المعاصرة لذلك تنطلق هذه المقالة من المفهوم الأساسي للصورة إلى تبيان دوائرها وعلاقتها وذلك لمحاولة الكشف عن مجمع العلاقات بين مكوناتها والعالم المحيط بها مما يشارك في تحديد أنواعها في الأخير وهذا يسهل كثيرا عملية تفكيكها، ومن ثم تصنيف أنواع الصورة وتحديد مجالاتها وهو العنصر الثالث الذي تسعى هذه الدراسة لتبينه.

إن دراسة الصورة ومقاربات تحليلها هي غايتنا من هذه المقالة، ولذلك حرصنا على الإحاطة بجميع المقاربات العلمية التي تناولت الصورة من حيث أنواعها ومجالاتها، كما تطرقنا إلى مجمل الأدبيات العلمية والأكاديمية التي تناولت الصورة بدءا من الأدبيات ذات الطابع السيميولوجي والتي تميل إلى تحليل رموز الصورة واكتشاف المعاني المخزونة داخلها إلى الدراسات ذات الطابع الإعلامي الميديولوجي التي تحاول دراسة الصورة ضمن سياقات إعلامية معينة يعيشها الإنسان المعاصر إلى الدراسات ذات الطابع السوسولوجي والتي اهتمت بتفاعلات الصورة والمجتمع أو العكس.

إن هذه المقالة في النهاية هي أرضية تفكير حول الصورة من منطلقات فكرية وإعلامية واجتماعية تهدف إلى البحث عن مختلف هذه المناهج ومدى تقاربها في مهمة واحدة وهي تحليل هذه المادة التي تعبر عن العصر الحديث الذي نعيش فيه.

ABSTRACT:

The concept of the image occupies a prominent position in academic studies of the media, artistic, and even political and social aspects today, because the image is symbolic in our contemporary life. This article starts from the basic concept of the picture to the definition of its circles and their relations, in order to try to uncover the complex of relations between its components and the surrounding world, In the identification of types in the latter and this makes it much easier to decompose, and thus categorize the types of image and identify the type of areas.

This article is platforms of reflection about image for intellectual, media and social, aimed at searching for these different approaches and their convergence in one task is an analysis of this article, which reflects the modern era in which we live.

المبحث الأول: تحديد مفهوم الصورة وعلاقتها:

يشتمل هذا المبحث على ثلاثة مطالب ذات أهمية كبيرة وهي: مفهوم الصورة، دوائر الصورة، وعلاقات الصورة، وسوف يلاحظ قراء هذه الدراسة مدى التداخل الحاصل بين المطالب الثلاثة وهذا راجع إلى وفرة التعاريف وتداخل المجالات ذات العلاقة بالموضوع الرئيس. من البديهي القول في البداية أن الصورة لم تكف يوما ما عن تأويل معناها سواء كانت صامتة أو ناطقة، ثابتة أو متحركة، حقيقية أو متخيلة، فهي دائما كانت تنطوي على قدر كبير من التعبير عن موضوعاتها، إلا أنه، ومع ثورة الصورة في المجتمع المعاصر، صارت للصورة أبعاد كثيرة أهمها البعد الاقتصادي والسياسي والمعرفي، فدلالات الصورة لا تتعلق بقياساتها التقنية وأبعادها الضوئية فحسب بل تنبع أساسا من المشاهد الدرامية المولدة للمعاني التي تعبر عنها، ومن الآثار السياسية التي تتركها ومن الثمن الاقتصادي الذي صارت تولده في سبيل صناعتها وبيعها واستهلاكها.

المطلب الأول: مفهوم الصورة:

يتفق كثير من الباحثين على أن تبلور معنى الصورة قد بدأ بالفعل مع تطور الأديان، إذ كانت الصور في المعابد تأخذ معنى الآلهة حتى اجتمعت لها معاني القداسة، مثل صور الآلهة المصرية في العهد الفرعوني والتي عادة ما كانت تجيء دالة على عظمة الآلهة وقداستها، كما أخذت الصورة دورا آخر في المسيحية لما اتخذت لها معاني،،الإيقونة،، كصورة الصليب مثلا، أما في الإسلام فقد تبلور مفهوم الصورة بشكل خاص من خلال الجدل الذي أثارته نصوص تحريمها تجسيديا وتصويرا بحسب عدد كبير من الفقهاء، على الرغم مما قدمه في ذلك القرآن الكريم من أسلوب فريد في التصوير الفني يعتمد على تشبيه العناصر المعنوية بالحسية، وفي ذلك بحوث مستفيضة ليس هذا هو مجال ذكرها.

1- الصورة في الدراسات اللغوية والفلسفية :

يسجل عدد من الباحثين غموضا في مصطلح الصورة ويرجعون سبب ذلك إلى حيويته وقابلية توظيفه ومرونة معانيه، ولا سيما أن مناهج التفسير متعددة ومتداخلة. والصورة لغة هي: الشكل والصفة والنوع، والصور جمع صورة، وصوّره تصويرا فتصور الشيء أي توهمه، وصوّرته فتصور لي، والتصاوير هي الرسوم والتماثيل بلغة العرب، والصورة ما قابل المادة. وقد عنى ،أرسطو،، بهذا التقابل وبنى عليه فلسفته كلها وطبقه في الطبيعة وعلم النفس والمنطق، فصورة التمثال عنده هي الشكل الذي أعطاه النحات إياه، ومادته هي ما صنع منه من مرمر أو برونز، والإله عنده صورة بحت ولا جسد له والنفس صورة الجسم.

وقد أخذ الباحثون بهذا التقابل وتوسعوا فيه كما يلي:

□ فالصورة عند «غورغي غاتشيف»، هي « كل عمل فني متكامل قائم على أساس العلاقة بين جانبيها الحسي والعقلي وهي تعكس على نحو دقيق ومباشر نمط العلاقات بين الفرد والمجتمع في كل عصر..»

□ والصورة عند الفيلسوفة الأمريكية «سوزان لانجر»، هي « جوهر كل الفنون وهي شيء ما يوجد فقط لإدراكنا، مجرد من نظامها الفيزيائي والسببي ..»

□ والصورة عند رائد الفكر البراجماتي الأمريكي «جون ديوي»، هي « العنصر العقلي القابل للفهم في موضوعات العالم وأحداثه ..»

أما عند فيلسوف الوجودية الفرنسي «جان بول سارتر»، فالصورة هي «المحتوى النفسي الذي يسند التفكير والذي له قوانينه الخاصة، ونمط معين من الوعي بشيء ما وهي فعل وليست شيئاً..»

□ والصورة عند المفكر «فرانكلين روجر»، هي « الإبداع المحض للذهن وهي لا يمكن أن تنشأ من تشابه ما، بل من جمع واقعين بعيدين إلى حد ما عن بعضهما، ، وقد عَدَّ الصورة الفنية « صياغة بصرية مكانية لقالب الحركة الذي يميز صيغة بديعية متصورة..»

ويمكن انطلاقاً من هذه التعاريف استخلاص المخطط الآتي:



مخطط رقم 01 : رسم توضيحي يجمع التعاريف الواردة بشأن الصورة عند كبار المفكرين
- المصدر الباحث

2- الصورة في الدراسات المتخصصة :

تقر «مارتين جولي»، صاحبة نظرية تحليل الصورة أن تعريف الصورة في الوقت الحاضر: «صار شيئاً صعباً، لأنه لا يمكن إيجاد تعريف شامل لكل استعمالاتها مثل: رسومات الأطفال، الأفلام، الرسومات الجدارية أو الانطباعية، المعلقات، الصورة الفكرية، صورة العلامة التجارية ..»

لكننا لو رجعنا إلى الدراسات المتخصصة في الكلمة فإننا نجد فيها بعض الدلالات المهمة في المعنى الذي نريد الوصول إليه في هذه الدراسة:

1- الصورة في الدراسات المتخصصة في الأصول الاشتقاقية :

تشتق كلمة صورة في اللغة اللاتينية من الجذر **imago, imaginis** وتعني «أخذ مكان شيء ما، حيث كان القدماء يستعملون مرادفات عديدة لها مثل **effigie** أو **simulacre**.

وهذا ما تشير له الدراسات اللغوية المتخصصة التي عرّفها بأنها: «إعادة إنتاج طبق الأصل أو تمثيل مشابه لكائن أو شيء..» وهنا يحيل أصل المصطلح الاشتقاقي على فكرة النسخ والمشابهة والتمثيل.

2- الصورة في الدراسات المتخصصة في السيميوطيقا :

وفي الاصطلاح السيميوطيقي فإنّ الصورة تنضوي تحت نوع أعم، وهو يشمل العلامات التي تكون فيها العلاقة بين (الأيقونة والمرجع) قائمة على المشابهة والتماثل.

ولعل أول من قدم تعريفا مرضيا لهذا المفهوم هو العالم الأمريكي «شارل ساندرس بورس»، وذلك عبر مقارنته بمفهومين آخرين هما الرمز والقرينة (**Symbole-indice**)، فإذا كانت العلاقة بين العلامة والمرجع اعتبارية في الرمز ومعلقة بواسطة المجاورة أو السببية في القرينة، فإن ما يخص العلامة الأيقونية هو شبهها النشؤي بالموضوع المحال عليه .

المطلب الثاني: دوائر الصورة

يمكن التمييز بين دوائر ثلاث للصورة هي:

□ الدائرة الفنية

□ الدائرة النفسية والعقلية

□ الدائرة الاتصالية

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الدوائر الثلاث هي دوائر متشابكة فيما بينها، كما أنها متطورة مع تطورات مجالات الفن والاتصال والممارسة السياسية في حياة الإنسان.

1- الدائرة الفنية للصورة :

أما عن الدائرة الأولى وهي الدائرة الفنية فقد تناول الباحثون موضوعها منذ القديم بوصفها مرادفا

للفنون المختلفة، كما أنها ترتبط اليوم بالأبعاد الفنية التي تحملها الصورة الفوتوغرافية والتلفزيونية والسينمائية والفنية على وجه عام، لكنها ترتبط أيضا بالفنون اللغوية التعبيرية غير التصويرية التي تقوم على أساس التعبير اللغوي كالشعر والرواية والقصة...إلخ ويمكن الوقوف على عدد من الأنماط الفنية للصورة على وفق الجدول الآتي:

بحسب الفنون اللغوية التعبيرية	بحسب الفنون البصرية	الصورة الفنية
الصورة الشعرية	الرسم (الصورة التشكيلية)	
الصورة السردية	التمثال	
الصورة البلاغية	الصورة الفتوغرافية	
التصوير الفني التعبيري	الصورة الكاريكاتيرية	
الصورة الإيمائية (الإشارات)	الصورة المتحركة (تلفزيون- سينما)	

جدول رقم 01: جدول يوضح الأنماط الفنية للصورة بين الفنون البصرية واللغوية التعبيرية

- المصدر الباحث

ليس هذا المطلب هو مجال تفصيل كل هذه الأنماط غير أننا يمكن أن نقف عندها بنوع من التوضيح المجلل لما تشكله من تعبير له علاقة بالصورة موضوع دراستنا.

** الشق الأول : الفنون البصرية للصورة :

تقع الفنون البصرية في الشق الأول من الجدول التوضيحي لأنها ترتبط في مخيلة الكثيرين بالصورة وهي تكاد تكون المرادف الموضوعي لها، فالرسم الذي ينتمي إلى الفنون التشكيلية هو أقدم أشكال الصورة بينما يمثل المنحوت أو التمثال أو الصنم بالتعبير الديني تمثيلا أقرب إلى ،، الأيقونة ،، ومع التطور الحاصل في مجال التقنية صار ،،حبس الظل،، واستخراج الصورة الفتوغرافية أو الصورة الثابتة أنموذجا حقيقيا للشبه الموجود بين الأصل و،، الفوتوغرام ،،.

بينما انتقلت الصورة من حالتها الثابتة إلى حالتها المتحركة مع السينما ثم مع التلفزيون لمحاولة تجسيد الحركة وهي المعاني التي تكتنفها لفظة ،، كينما ،، ذات الأصل الإغريقي الذي اشتقت منه ،،السينما،،.

** الشق الثاني: الفنون التعبيرية للصورة:

لقد حظي مصطلح الصورة التعبيرية مثلا، إلى جانب المصطلحات النقدية الحديثة والمعاصرة، باهتمام الدارسين والنقاد المعاصرين، ذلك أن الصورة التعبيرية ركن أساسي من أركان العمل الأدبي،

ووسيلة الأديب الأولى التي يستعين بها في صياغة تجربته الإبداعية، وأداة الناقد المثلى التي يتوسل بها في الحكم على أصالة الأعمال الأدبية وصدق التجربة الشعرية.

فالصورة الشعرية مثلا، وهي واحدة من الصور التعبيرية، هي لبّ العمل الشعري الذي يميّز به، وجوهره الدائم والثابت، بل إن ذات الشاعر تتحقّق موضوعيا في الصورة أكثر ممّا تتحقّق في أيّ عنصر آخر من عناصر البناء الشعري، إلا أن هذا، لا يعني أنّها نالت نصيبها من الدراسة واستوفت حقها من التحليل، بل إنّ المصطلح لا يزال غائما عند الكثيرين، ومرد هذا إلى طبيعة المصطلح نفسه وارتباطاته، بل وتداخله مع مصطلحات أخرى، مثل الصورة الأدبية، والصورة الفنية، والصورة البلاغية، والصورة البيانية، والصورة المجازية، ناهيك عن تشعب مفاهيمه، وتعدّد مقاصده المنبثقة عن المذاهب الأدبية، والمناهج النقدية المتعددة، وتطوّر الحقول المعرفية التي يتكئ عليها النقد الحديث في تقييمها. إنّ الذي عليه أكثر الدارسين، أنّ الصورة الشعرية، بوصفها مصطلحا نقديا حديثا، قد ظهرت في ظلّ المذهب الرومانسي، ومع نظرية (كولردج) في الخيال الإنساني والخيال الشعري.

وقد حصر النقاد الغربيون الصورة في ثلاث دلالات فنية هي:

1. الصورة الذهنية أو الصورة بوصفها نتاجا لعمل الذهن الإنساني: وهذه الدلالة منبثقة من أطروحات الدراسات السيكلولوجية التي فتح أبوابها،،سيجموند فرويد،، بمباحثه عن العقل الباطن.

2. الصورة الرامزة أو الصورة بوصفها نمطا يجسّد رؤية رمزية:

وتتشترك هذه الدلالة مع الدلالة السابقة في كونها نتاج مباحث الدراسات النفسية، وهي تهتم بوظيفة الصورة الفنية، والصورة في رحابها تدرس من زاوية كونها تعبيرا رمزيا، فيركز في الأنماط المتكررة التي تدعى بعناقيد الصورة، وقد توسعت الباحثة،،كارولين سبريجن،، بدراستها حول صور شكسبير في هذا المجال، وقيمة الصورة في هذه الدراسات تكمن في كونها تساعد على الكشف على المعاني العميقة التي يوحى إليها العمل الإبداعي.

3. الصورة المجازية أو الصورة بوصفها مجازا:

وتنطوي تحت هذه الدلالة جميع التعابير والأساليب غير الحقيقية من استعارة ومجاز وكناية. إنّ ارتباط الصورة الفنية بالجانب الحسي الذي تقدّمه الرؤية البصرية - كما سبق الإشارة إليه - هو أبسط هذه الدلالات، وأقربها إلى الذهن، ويعدّ تعريف الناقد والشاعر الإنجليزي،،سيسل دي لويس،، للصورة الفنية على أنها،،رسم قوامه الكلمات،، التعريف الأقرب إلى الدلالة الحرفية لمصطلح الصورة التي تهتمّ بالنمط البصري.

2- الدائرة النفسية والعقلية للصورة :

يقصد بهذه الدائرة تلك التأثيرات النفسية والتشكلات العقلية التي تنشأ من معاينة الصور والتعرض

لها بشكل أو بآخر، وقد حظيت هذه الدائرة بنسب كبيرة من الدراسات العلمية المتباينة بحسب الحاجة العلمية والزاوية التي تناولت الموضوع.

ويحتل موضوع التصورات العقلية مكانا واسعا في الأبحاث المعرفية الحديثة، وساعد التطور الذي شهده علم نفس النمو على توسيع الدراسات في هذا النشاط المعرفي، وتتخذ الدراسات النفسية المهمة بدراسة الصورة منحنيات مهمة عند دراسة مصطلح «التصور»، وهو مهم جدا في سياق هذا البحث.

تصوّر الشيء في اللغة العربية: «أي توهم صورته وتخيّله، وتصور له الشيء: صارت له عنده صورة وشكل».

وفي اللغة الفرنسية يقابل التصور كلمة **représentation** وهي: «عملية استحضار شيء ما أمام الأعين أو العقل، وهو جعل موضوع غائب أو مفهوم ما، محسوسا بفضل صورة أو شكل أو رمز».

أخذ هذا المصطلح عدّة تسميات في المؤلفات الأجنبية أهمها «**la représentation**»، و«**la conception**»، كما أن التصور في بعض المعجمات يكون إما ترجمة لهذين المصطلحين، أو يعبر عن مفهوم تكوين الصور الذهنية، وهو عملية يتم من خلالها إعادة صورة إلى الحواس / الإدراك، وهو تصور شيء بواسطة انطباع ما، .

وتتفق تعريفات التصوّر في عدد من النقاط التي تلتقي في مجال تكوين الصورة من بينها:

- 1- التصور هو عملية ذهنية.
- 2- التصور هو ناتج لتفاعل الفرد بالمحيط.
- 3- التصور يقود إلى تكوين نماذج داخلية لمواضيع العالم الخارجي.
- 4- يقوم التصور على استحضار ذهني لموضوع غائب.

3- الدائرة الاتصالية للصورة :

من سمات عصرنا الراهن أنه «عصر الصورة»، مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون إحدى أهم أدوات عالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية، والصورة ليست أمراً مستجداً في التاريخ الإنساني الاتصالي، وإنما تحولت من الهامش إلى المركز، ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية والإعلامية، وذلك لاعتبارات عديدة أهمها :

1. البصر هو أهم وأكثر حواس الإنسان استخداماً في اكتساب المعلومات.
2. قوة الصورة تنطلق من مفهوم التصديق والتكذيب، لأن الرؤية البصرية هي أساس التصديق.
3. مخاطبة الصورة لكل البشر بمختلف مستوياتهم التعليمية والعمرية واللغوية.
4. تختلف الصورة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة لأنها ترتبط بشيء ملموس ومحسوس ومحدد،

- والكلمة مرتبطة بشيء تجريدي، غير ملموس، ويتصف بالتعميم.
5. تختلف الصورة عن الكلمة المكتوبة في سهولة التلقي، لأن القراءة تتطلب التأمل وإشغال الذهن، أما الصورة فلا تحتاج إلى جهد ذهني كبير لتلقيها.
6. الصورة تختلف عن النص المكتوب، الذي يتطلب تفكيك العلاقات القائمة بين الكلمات، بجهد وتركيز وبطء، بينما الصورة تعطي الرسالة دفعة واحدة.
- ومن أهم الدراسات المتعلقة بالصورة تلك الدراسات التي ربطت الصورة بالرسالة التي تريد إيصالها بحسب الاعتبارات الآتية:
1. الصورة رسالة بين مرسل ومستقبل، وهي رسالة ذات مضمون، إما أن تكون ذات مضمون سطحي للاستهلاك، أو مضمون عميق له شفرة وألغاز يجب حلها، أو مضمون يستقر في العقل الباطن للمتلقي دون أن يشعر.
 2. الصورة تعكس هدف من قام بإنتاجها وعرضها.
 3. إن الصورة المعروضة أو اللقطة المشاهدة هي خيار منتجها وعارضها، فهي واحدة من بين عشرات أو مئات الصور الأخرى المرتبطة بالشيء نفسه، أو الحدث (المصور) نفسه لكن قد تم استبعادها واختيرت الصورة المعروضة.
 4. عملية اختيار الصورة تهدف إلى إرسال رسالة بعينها، أو بث معنى محدد، وقد تكون الرسالة محاولة لتشويه الحقيقة أو مواربتها، فزاوية اللقطة وحدودها، وعملية المونتاج التي تتعرض لها، والسياق الذي تبث فيه، والتعليق الصوتي أو المكتوب الذي يصاحبها، ووقت البث ومناسباته، كلها عوامل تشارك في إحداث أثر معين (مخطط له) ومقصود بذاته في ذهن المتلقي.
 5. إن الصورة ليست محايدة، بل هي متحيزة أحياناً، وقادرة على إخفاء ذلك التحيز.
 6. إن قراءة الصورة عند الأمي تختلف عن قراءتها لدى المتعلم والمثقف، لأن المثقف يحاول الوصول إلى المعنى الكامن في ما وراء الصورة، وليس الاكتفاء بالمتعة البصرية.

المطلب الثالث: علاقات الصورة:

إن أهم ما يميز تداخل الصورة مع غيرها من الوسائط هو تلك العلاقات المنسوجة على مدار التاريخ الاتصالي الإنساني مع اللغة والرسالة سواء كان هذا التداخل تداخلاً معرفياً من حيث الدراسة أو تداخلاً واقعياً من حيث الممارسة.

1- علاقة الصورة باللغة :

تطلق اللغة (**Langage**) -في العرف اللساني السوسيري- على القدرة التي يختص بها النوع الإنساني، والتي تمكنه من التواصل بواسطة نسق من العلامات الصوتية، وهي تتحدد انطلاقاً من علاقتها

بمفهومين لسانيين آخرين هما اللسان والكلام:

- فأما اللسان فهو الوجه الاجتماعي للغة، فهو تلك المؤسسة الاجتماعية التي يخضع لها الفرد المتكلم ليتمكن من التواصل مع أفراد مجموعته اللسانية، كما يعد اللسان-من الوجهة البنائية- نسقا من العلاقات ومجموعة من الأنساق المترابطة فيما بينها، بحيث أنه لا قيمة لنسق منها خارج العلاقات التي تربطه بالمجموعة.

- وأما الكلام فهو الواجهة الفردية للغة، أي أنه الإنجاز الفردي للسان.

والحقيقة أن العلامات اللسانية ليست هي الوحيدة المتداولة في التواصل الإنساني، بل هناك عدد هائل من العلامات الأخرى مثل ، الكتابة وأبجدية الصم البكم والطقوس الرمزية وأشكال وصيغ الاحترام والإشارات العسكرية..

وإذا كانت اللسانيات هي التي تتكفل بدراسة أنساق اللسان، فإن العلامات الأخرى يتكفل بدراستها علم جديد أطلق عليه ،فارديناند دوسوسير، مصطلح السيميولوجيا الذي يقول فيه: ، يمكن أن نؤسس علما يدرس حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية، فيشكل هذا العلم جزءا من علم النفس الاجتماعي، ومن ثم جزءاً من علم النفس العام. وسنطلق عليه اسم علم العلامات أو السيميولوجيا (**Semiologie**) وسيمكننا علم العلامات من معرفة ماهية العلامات والقوانين المسيرة لها..

ولعل ما يعيننا هنا بعد معرفة هذه الوضعية المركزية التي حظيت بها اللغة في الفكر السوسيري، هو العلاقة بين الصورة موضوع دراستنا واللغة التي غدت الأنموذج الذي ينبغي أن تدرس على منواله أنساق العلامات الأخرى، بل إن بعضا من الدارسين من عدها الوسيط الوحيد والضروري بين الإدراك الإنساني والعالم.



وتبرز هنا أطروحة ،إيريك بيوزنس، وملخص هذه الأطروحة يتمثل في هذه العبارة: ،الصورة نسق دلالي قائم بذاته، إذ يعترف ،إيريك بيوزنس، بوجود أنسقة علامتية غير لسانية مستقلة وتامة حين يقول: ، الأنساق السيميوطيقية الأكثر شهرة هي الألسنة بطبيعة الحال، وينبغي أن نذكر إلى جانبها :

- الرموز العلمية والمنطقية والإشارات الطرقية.
 - الإيماءات والإشارات التي تتداولها القبائل التي ليس لها نفس اللسان.
 - دقات أجراس الكنائس والأبواق العسكرية.
 - لوائح القطارات والدلائل السياحية والخرائط.
 - أجهزة الراديو مثلا تحمل علامات توضح كيفية تشغيلها، واللائحة طويلة... .
- يتضح من هذا العرض أن ،،بيوزنس،، يقر بوجود أنسقة سيميائية غير لسانية، وهو لا ينفي أن هذه الأنسقة يرتبط إدراكها باللغة، ولكن في حدود معينة، وهو أمر لا غرابة فيه من الناحية الإستمولوجية، وبذلك فلا طائل من المبالغة في الاعتداد بأولوية هذا النظام العلاماتي وشموليته، وسيكون من الأجدى البحث في سر هذه الأولوية وهذا الشيوخ.
- يذهب ،،بيوزنس،، في مقام آخر إلى أن الأنظمة التواصلية السمعية أكثر فعالية في التواصل من الأنساق البصرية، ذلك أن هذه الأخيرة تقتضي عدم وجود حاجز بين المرسل والمتلقي، فالنظام اللساني يملك حسبه مزية تتصل بتركيبنا السيكوفيزيولوجي والاجتماعي.
- كما يميز ،،بيوزنس،، أيضا بين ،،الأنظمة المباشرة،، و،،الأنظمة البديلة،،، فالخطاب اللفظي مثلا نظام مباشر، لأن دواله تحيل على مدلولاته بكيفية مباشرة، أما الكتابة فنظام بديل.
- نخلص مما سلف إلى أن السبيل الذي سلكه ،،بيوزنس،، أخصب من ذلك الذي سلكه ،،بارث،، ذلك أن ،،بيوزنس،، لا يفرط في التحوط المنهجي الذي يقضي بإيلاء الأولوية للغة، لكن دون أن يجعل الأنساق السيميوطيقية الأخرى تابعة لها.

2- علاقة الصورة بالشفيرة :

طرح العديد من الباحثين المهتمين بعالم الرموز الإشكالية التالية: ما الفرق بين اللسان والشفيرة ؟ إذا كانت دوال اللسان تتخذ في الرسالة طابعا خطيا بحيث تدرك بحسب نظام تحده بنية الجملة، فإن دوال الشفرة الأيقونية تنتشر في فضاء الصورة، بحيث أن إدراك عنصر من عناصرها لا يتم قبل العناصر الأخرى ضرورة، فالبدء بهذا العنصر عوض ذاك مسألة متروكة لاختيار المتلقي.

ومن ثمة فإن الرسائل اللفظية تظل سجيئة قواعد النحو والتداول خلافا للخطاب البصري الذي لا يخضع لقواعد تركيبية صارمة، إضافة إلى أن عناصره تدرك بشكل متزامن.

ثم إن الخطاب اللفظي يقبل التفكيك إلى عناصر يقوم المتلقي بإعادة تركيبها ليحصل له معناها، في حين أن خطاب الصورة تركيبى، لا يقبل التقطيع إلى عناصر صغرى مستقلة، بحيث تبدو الصورة ككتلة تختزن في بنياتها دلالات لا تتجزأ، وهو ما يكسبها طاقة إبلاغية لا تضاهى.

يضاف إلى هذا أن علامات اللسان تقوم على الاعتباط والمواضعة (أي العلاقة بين الدال والمرجع

فيها غير معللة) في حين أن الصورة تقوم على التعليل والمشابهة، ولعل هذا ما يجعل الرسائل اللسانية شديدة التشفير على حين تبدو الصورة كأنها نقل للواقع بكامل العضوية والطبيعية، إلى حد أن بعض الباحثين اعتقد أنها «رسالة دون شفرة».

ولعل أبرز مثال على ذلك هو «شيفرة دافنشي»، الرواية التي طرحها «دان براون»، وأحدثت موجة عارمة من الاستنكار المسيحي وتحولت إلى فيلم سينمائي نال حظا عارما من النجاح والنقد والمنع. تتناول الرواية محاولات «روبرت لانغدون»، أستاذ الرموز الدينية بجامعة هارفارد، حل لغز مقتل أمين متحف اللوفر المعروف «جاك سونيير»، في باريس، والذي وجد جثة هادمة في المتحف عاريا ومتخذًا وضع إحدى لوحات «ليوناردو دافينشي»، الشهيرة وهي «الرجل الفيتروفي»، وبجانبه كتبت رسالة غامضة ورسمت نجمة خماسية الزوايا على بطنه بدمه، وتفسير الرسائل المستترة أو الشيفرات داخل أشهر أعمال «ليوناردو دافينشي»، العشاء الأخير هو الذي يقود لحل اللغز الكامن في الصورة وهو مفهوم الأنثى المقدسة، التي وضعها الرسام الشهير كمجرد شيفرة في لوحة شاهدها الناس لقرون طويلة دون أن يعلموا بحقيقة إنتمائه لأخوية سرية تعتقد أن المسيح ترك نسلا مقدسا من «مريم المجدلية».

3- العلاقة البنيوية بين اللغة والصورة :

إن التعايش بين الصورة واللغة قديم وضارب بجذوره في عمق التاريخ، فمنذ ظهور الكتابة وقع تلازم بين الصورة والنص، وقد تعززت هذه العلاقة مع تطور أشكال التواصل الجماهيري حتى أصبح من النادر مصادفة صورة ثابتة أو متحركة غير مصحوبة بتعليقات لغوية سواء كانت مكتوبة أو شفوية .

فما العلاقة البنيوية التي تقوم بين الخطابين؟ وهل يكتفي الخطاب اللفظي بتكرار ما في الصورة أو أنه يضيف إليها معلومات جديدة؟ يذهب «بارث»، إلى أن النص اللغوي الذي يحضر إلى جوار الصورة يؤدي إحدى الوظيفتين الآتيتين:

1. وظيفة الترسيخ:

ذلك أن الصورة تتسم بالتعدد الدلالي، أي أنها تقدم للمشاهد عددا كبيرا من المدلولات لا ينتقي إلا بعضها ويهمل بعضها الآخر، ومن ثمة فإن النص اللفظي يوجه إدراك المتلقي ويقود قراءته للصورة بحيث لا يتجاوز حدودا معينة في التأويل.



2. وظيفة التدعيم:

تكون هذه الوظيفة حين يقوم النص اللغوي بإضافة دلالات جديدة للصورة، بحيث إن مدلولاتها تتكامل وتنصهر في إطار وحدة أكبر (قد تكون هي الحكاية في الشريط السينمائي مثلا)، وتندر هذه الوظيفة في الصور الثابتة، لكنها شائعة في الصور المتحركة كالفيلم السينمائي والتلفزيوني والرسوم المتحركة... الخ.

وقد تتجاوز الوظيفتان وتتعايشان في الملفوظ الواحد، عدا أن هيمنة إحدهما على الأخرى لا تعدم الدلالة، فطغيان التدعيم على الترسيخ معناه أن المتلقي ملزم بمعرفة اللسان لإدراك فحوى الرسالة، في حين أن طغيان الترسيخ على التدعيم معناه أن الملفوظ قائم على الحشو، وأن جهل المتلقي باللغة قد لا يحرمه من استيعاب دلالة الصورة.

المبحث الثاني: تصنيف الصورة وتحديد مجالاتها:

يشمل هذا المبحث الثاني على ثلاثة مطالب تبحث في أصناف الصورة ومجالاتها: المطلب الأول في الصورة الشخصية المتعلقة بالفرد، والمطلب الثاني في صورة المؤسسة المتعلقة بهيئتها وحضورها لدى الجماهير، والمطلب الثالث في صورة الدولة بوصفها صورة عليا لنظام قائم بذاته. المطلب الأول: الصورة الشخصية:

نقصد بالصورة الشخصية الصورة المتعلقة بالفرد بوصفه المعنوي والمادي أي الصورة التي تعبر عن وجوده ككائن بشري باسمه وبذاته، وهي بهذا المعنى تنقسم على قسمين كبيرين وجب التمييز بينهما سواء في المصطلح اللغوي أو في الاستعمال الأكاديمي وهما كالتالي: (الصورة / الشخصية)، (الصورة - الشخصية).

- القسم الأول: الصورة / الشخصية:

وهي ما يمكن تسميته ، بالانطباع العام عن الشخصية،، وهي الصورة الأعم والأشمل في مجال الصور، وهي أيضا تلك الصورة الذهنية التي تترسخ في أذهان الناس عن شخصية معينة، أو تحاول تلك الشخصية تقديمها عن نفسها للجماهير.

وتشكل (الصورة / الشخصية) المجال الأوسع في دراستنا هذه، لأنها المجال الذي تتداخل فيه النظريات النفسية ونظريات الشخصية والاختبارات والمقاييس الأخلاقية.

هناك العديد من العلماء الذين عرفوا الشخصية على وفق رؤاهم وتصوراتهم النظرية وسنعرض لبعض تعريفات علماء النفس هؤلاء:

□ عرف (البورت Alport) الشخصية بأنها: ، التنظيم الدينامي في الفرد لتلك الأجهزة الجسمية النفسية التي تحدد مطابقة الفرد في التوافق مع بيئته ...

- وعرف (ايزنك **Eysenck**) الشخصية بأنها: ، التنظيم الثابت المستمر نسبياً لخلق الشخص ومزاجه وعقله وجسده، وهذا التنظيم هو الذي يحدد تكيّفه الفريد مع محيطه..
- كما عرف (برت **BERT**) الشخصية بأنها: ، ذلك النظام الكامل من الميول والاستعدادات الجسمية والعقلية الثابتة نسبياً، والتي تعدّ مميزاً خاصاً للفرد ويتحدد بمقتضاها أسلوبه الخاص في التكيف مع البيئة المادية والاجتماعية ، .
- أما فرج عبد القادر طه فيورد تعريف الشخصية كما هو متفق عليه في الاصطلاحات العلمية للعلوم الإنسانية كالتالي: «هي التنظيم الدينامي لسمات وخصائص ودوافع الفرد النفسية والفسولوجية والجسمية، ذلك التنظيم الذي يكفل للفرد توافقه وحياته في المجتمع ، .
- ويعرف عباس محمود عوض الشخصية: ، بأنها وحدة متكاملة من الصفات تميز الفرد من غيره، والوحدة المتكاملة كاللحن الموسيقي هي مجموعة من وحدات صغيرة متفاعلة..
- أما «سيجموند فرويد»، مؤسس نظرية التحليل النفسي فله نظريته الخاصة في الشخصية، فقد كان يعتقد أنها تتكون من ثلاث طبقات: هو **Ego** و **الأنا الأعلى Super Ego** . وفي الحقيقة تعج كتب علم النفس وكتب التنمية البشرية بتعريفات شتى للشخصية يمكن إجمال أهمها هنا:

تعريف الشخصية بحسب المكونات	تعريف الشخصية بحسب التأثيرات	تعريف الشخصية بحسب الصفات
هي كل الاستعدادات والنزعات والميول والفرائز البيولوجية الفطرية والموروثة	الشخصية هي مجموعة تأثيرات الفرد في المجتمع	مجموعة الصفات الجسمية والعقلية والانفعالية والاجتماعية التي تظهر في العلاقات الاجتماعية لفرد بعينه وتميزه من غيره.
هي كل الاستعدادات والميول المكتسبة من الخبرة.	مجموعة التفاعلات الداخلية في الانسان، تظهر على سلوكه الخارجي وتنعكس على تصرفاته في مواجهة الاحداث	هي مجموعة من الصفات الموروثة والمكتسبة والعادات والتقاليد والقيم والعواطف المتفاعلة كما يراها الآخرون من خلال التعامل في الحياة الاجتماعية.
تتكون الشخصية من ثلاثة أقانيم الوراثة والبيئة والتكوين	الشخصية هي الأعمال التي تؤثر في الآخريين.	هي تلك الميول الثابتة عند الفرد التي تنظم عملية التكيف بينه وبين بيئته.

جدول رقم 02: تعريف الشخصية بحسب الموضوع- المصدر تلخيص الباحث

القسم الثاني: الصورة - الشخصية:

(الصورة - الشخصية) وهي ما يمكن أن يطلق عليه عرضا اسم (صورة الوجه) وهي التي تستعمل عادة في الوثائق الرسمية للفرد أو في الإعلانات الخاصة بالترشيحات السياسية للانتخابات مثلا، وتلك التي تعلق في القاعات الرسمية وتسمى الصور الرسمية للرؤساء، وهي أنواع كثيرة :

- البورتريه الفني (مثل الرسم ، التمثال، الكاريكاتير).
- صورة الهوية (مثل الصورة البيومترية).
- الصورة الفتوغرافية.
- البورتريه الصحفي (المقال الواصف للشخصية).
- البورتريه التلفزيوني (التقرير المعرف بالشخصية).
- الفيلم الوثائقي.
- الفيلم البيوغرافي (فيلم السيرة الذاتية).

1- الصورة الشخصية عبر التاريخ :

تطرح الموسوعة العربية وهي واحدة من الموسوعات الإلكترونية الشاملة على شبكة الإنترنت عرضا موجزا ومهما بتطور الصورة الشخصية عبر حقب تاريخية مختلفة مع ما حصل لها أيضا من تطورات في المفهوم والشكل والبناء.

،، الصورة الشخصية بحسب الدراسات النفسية هي ،،المَعْبَر والجسر والوسيلة الأنجع للوصول إلى دواخل الناس والوقوف على ما يموج فيها من هموم وآمال، والوجه أشبه ما يكون بكتاب مفتوح، يمكن أن تُقرأ فيه حالة صاحبه الآنية، وتُستشف تركيبته النفسية ككل،،.

وبمراجعة بسيطة لكل ما حققه الفن التشكيلي من صور شخصية: رسماً وتصويراً ونحتاً وحفرأ وإعلاناً، ثم التصوير الضوئي من بعده، يتبين أن الوجه، كان محط اهتمام الرسام والمصور والنحات والمصور الضوئي، لما له من قدرة على التعبير عما يكتنز في داخل الإنسان من عواطف وأحاسيس وحالات. وعلى هذا الأساس، فإن فن الصورة الشخصية، أو فن الصورة، أو فن الوجه، هو الفن الذي يتناول الوجه الإنساني مفرداً أو مع الصدر أو الجذع، للتعبير عن خصائص هذه الشخصية، أو التوثيق لها، والتعريف بها وغير ذلك، لأن الغرض منها إظهار حالة تعبيرية إنسانية خاصة، كالحزن أو الفرح، السمو أو الوضاعة، الفقر أو الغنى، الانطلاق أو الانطواء، الحب أو الكره، الطيبة أو اللؤم، الحنان أو الحزم ،،.

وفي ما يلي عرض موجز لتطور هذا الفن عبر التاريخ الإنساني:

العصر	مميزات الصورة الشخصية	الطابع والدوافع
عصر مصر القديمة	تناولت الأعمال الفنية الشخصية الإنسانية بمقومات وخصائص تشكيلية وتعبيرية سليمة	طابع عقائدي (العودة إلى الحياة).
عصر الإغريق	ظهرت الأعمال الفنية فى الشوارع والحدائق والساحات والقصور والأبنية	طابع سياسى (فضاءات عمومية)
عصر بلاد ما بين النهرين	كانت الأعمال الفنية توثيقاً وتاريخاً للحدث	طابع موضوعى
عصر الهيلنستيين	النزعة التلقائية هى الصفة المميزة لفن الصورة	قبول جميع المؤثرات
عصر الرومانيين واليونانيين	تخلص الفن الرومانى من مثله العليا الكلاسيكية لمصلحة نزعة شعبية إقليمية، بينما كان ذا طابع قومى فى اليونان.	اتجاهات أشد تقدمية
عصر البيزنطيين	تعبير عن سلطة مطلقة هى سلطة الكنيسة	تقديم صورة رائعة للشخصيات التى كانت تطالب باحترام الناس وتبجيلهم
عصر النهضة	انتشار فن الصورة الشخصية الاعتيادية	اتخذ من الإنسان مادته الرئيسة

جدول رقم 03 : جدول تلخيصي لعصور الصورة الشخصية و ميزاتها و دوافعها

- المصدر تلخيص الباحث

2-تحولات في فن الصورة الشخصية:

يرى بعض الباحثين أن الفن بوجه عام، احتاج إلى زمن طويل حتى تمكن من الاستقلال عن المعبد والأسطورة والكنيسة وصور القديسين، وتوجّه من ثم نحو موضوعات الطبيعة والإنسان، وكانت بداية هذا التحول في عصر النهضة الأوروبية ومركزها إيطاليا، وكان ذلك في بداية القرن الخامس عشر، إذ استعاد الفن الجديد روحية الحضارة اليونانية القديمة، واتخذ من الإنسان مادته الرئيسة، مما مهد لانتشار فن الصورة الشخصية الاعتيادية، ولاسيما بعد التطور العلمي والتقني، وظهور البرجوازية الكبيرة والوسطى التي تبنت الفنون وشجعتها.

لقد وفر عصر النهضة الجو المناسب للعمل الإبداعي كالاتي:

1- الحرية الفنية: وذلك بدفع الفنان لرصد الحياة، والبحث عن جمالياتها، واعتماد العقل في التفكير والتأمل، بعيداً من تأثير رجال الدين والأساطير والأفكار الغيبية.

2- التحل من الضغوط الخارجية: ومن ثم تحققت للفنان حريته الكاملة في التعبير عن المشاعر الإنسانية في أعماله، كما تحل من الموضوعات التي كانت مفروضة عليه.

3- انتعاش فن الصورة الشخصية: صار بإمكان الفنان رسم وجه أمه أو أبيه أو أخته أو حبيبته ورسم صورته أيضاً، وبدأت ظاهرة (الوجه الشخصي للفنان **self- portrait**) تنتشر وتسد في نتاجات الفنانين التشكيليين.

وقد مارس فن الصورة أو الشخصية عدد كبير من الفنانين التشكيليين المنتمين إلى الواقعية والانطباعية والتعبيرية والسريالية، ومنهم :

□ الفنان ،ليوناردو دافنشي،: الذي اتسمت وجوهه بروحية خاصة مستلهمة من أحداث الكتاب المقدس ومن أشهرها (الجوكندا)،

□ الفنان ،ميكائيل انجلو،: الذي صور قصة الخلق من منظوره الخاص غير التقليدي، وتقمص القوة الروحية المتفجرة في تمثاله (موسى)

□ الفنان ،رافايلو،: الذي وضع عشرات اللوحات الشخصية ومن بينها لوحة (مادونا) و(ابنة الخباز).
2- الصورة الشخصية المعاصرة :

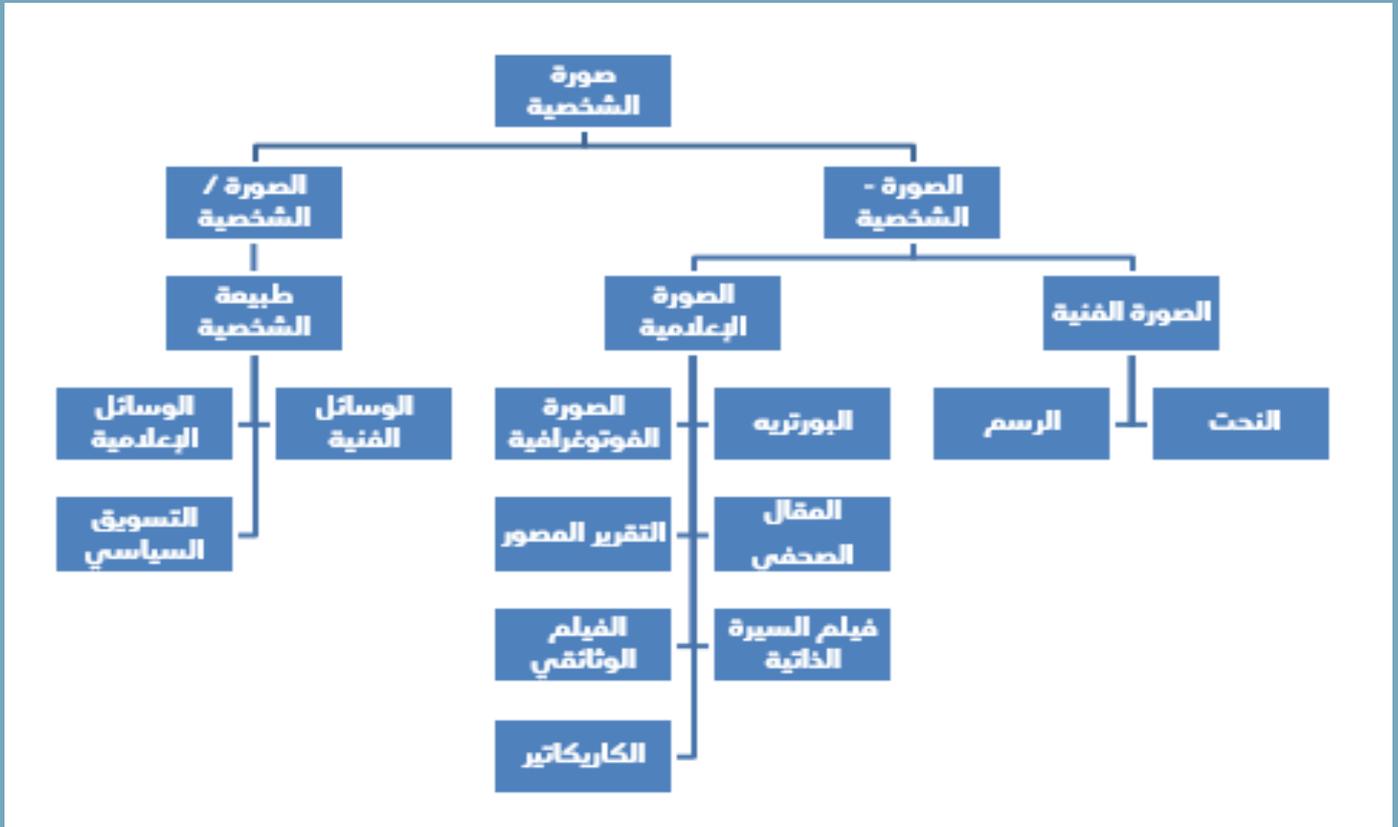
لم تقتصر الصورة الشخصية على وسائل التعبير التقليدية، كالرسم والتصوير والنحت والحفر، بل تعدتها لتصبح الموضوع الأثير للتصوير الضوئي والتصوير المتحرك والثابت، كما صارت الصورة المادة الرئيسية لعدد كبير من رسامي الكاريكاتير الساخرين، وتحتل الصورة الشخصية اليوم مكانة مهمة ضمن التسويق السياسي لرجال الحكم والمرشحين للانتخابات كما سنرى في الفصول القادمة .

وقد عد الخبراء المعاصرون عددا من الأنواع المتداخلة في الشكل للصورة والمسماة (بورتريه)، وفيما يلي جرد لهذه الأنواع :

النوع	السمات
01 البورتريه الجمالي	تظهر فيه جماليات الشخص المصور (صورة عارضي النزياء والفنانين).
02 البورتريه الإشعاعي	استخدامه لإظهار نوعية المنتج مثل مستحضرات التجميل والعطور.
03 البورتريه العائلي	موجه للأسرة الكبيرة الممتدة أو الأسرة الصغيرة.
04 البورتريه الجماعي	تصوير مجموعة من الموظفين (صورة طاقم حكومي).
05 البورتريه الرومانسي	يجمع زوجين أو خطيبين أو عاشقين.
06 بورتريه الأطفال	تصوير المواليد والأطفال الرضع.
07 بورتريه الأمومة والنبوة	يجمع الأم بطفلها في لحظات حنونة ولمسات عطف.
08 البورتريه التراثي والسياحي	يتم فيه التركيز في تفاصيل المكان من الناحية السياحية
09 البورتريه المعني	تصوير الوظائف والمعن كتصوير طبيب، مهندس، راع.. إلخ
10 البورتريه الرياضي	تصوير لأنواع الرياضات والرياضيين كافة بملابس وأحوات الرياضة.
11 البورتريه الفانتازي	وهو استخدام مؤثرات مبالغ فيها أو إكسسوارات غير تقليدية.
12 البورتريه السياسي	موجه لكبار الشخصيات لإظهار الصفات السياسية التي يريدون إيصالها لغراض سياسية كالعيبه والقوة والسيطرة ورسائل الرحمة والإنسانية أو التسلط والعدوانية.

جدول رقم 04 :
جدول جرد لأهم أنواع البورتريه المعاصر المصدر تلخيص الباحث من كتاب أنرولد هاوازر، الفن والمجتمع عبر التاريخ

جدول رقم 04 : جدول جرد لأهم أنواع البورتريه المعاصر - المصدر تلخيص الباحث من كتاب أرنولد هاوازر، الفن والمجتمع عبر التاريخ



مخطط رقم 02: مخطط توضيحي لأقسام الصورة الشخصية- مصدر إعداد الباحث

المطلب الثاني: صورة المؤسسة

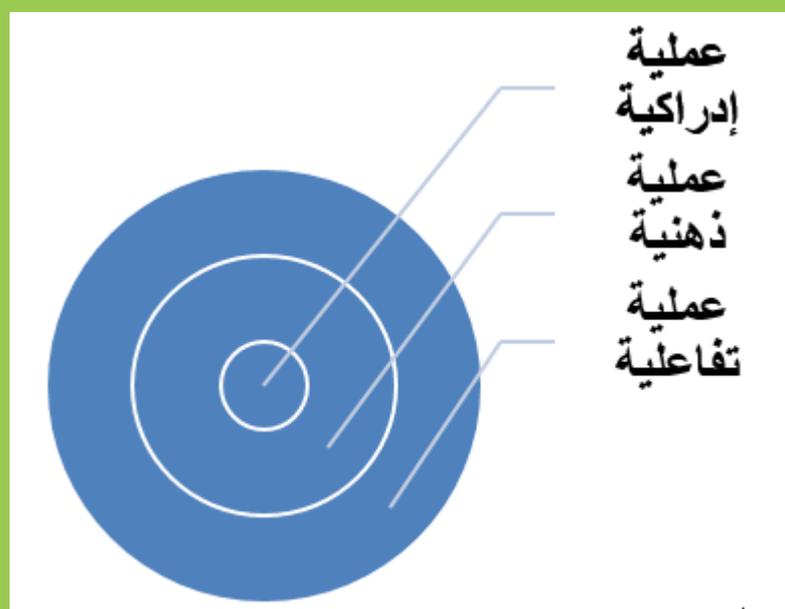
تحتل دراسة صورة المؤسسة مكانا هاما ضمن سياق هذا البحث لأنها ستكشف لنا عن الوجه الثاني من الصورة التي عرفنا وجهها الأول وهو الفرد أو الشخصية، لذلك سنحاول ضمن هذا المطلب توضيح المقصود بصورة المؤسسة من خلال تعريفها وتحديد خصائصها وعلاقتها بشهرة المؤسسة وأهمية دراستها، فدراسة صورة المؤسسة مهمة جدا لاعتبارات كثيرة نذكر منها ما يلي:

- 1- الأهمية المرجعية: صورة المؤسسة هي مرجع للاختيار بالنسبة للمتعرضين لصورتها.
 - 2- الأهمية التمييزية: من خلال إنشاء قيمة خاصة بها تميزها في سوق التنافس.
 - 3- الأهمية الاستهلاكية: من خلال معالجة المعلومات المشكلة لدى المستهلك.
- وسنبدأ في التفصيل مع التنويه إلى أننا قد أفردنا فصلا كاملا عن صناعة الصورة الذهنية التي تتقاطع مع هذا المطلب في كثير من المحددات كما سنرى لاحقا.

1- تعريف صورة المؤسسة وتبيان خصائصها ومكوناتها :
تحفل كتب العلاقات العامة بتعاريف كثيرة ومتنوعة لصورة المؤسسة، لكننا هنا يمكن أن نجتمع مجموعة من التعاريف المهمة والمشهورة في الجدول التقني الآتي:

صاحب التعريف	التعريف
KORTLER DUBOIS	الصورة عبارة عن جميع الجوانب التي أدركها الفرد عن شيء معين.
LENDREVIE LINDON	الصورة مجموعة من التمثيلات الذهنية التي تتميز بأنها شخصية ومنحازة ومستقرة وانتقائية ومبسطة .
JJ COMBIN	الصورة عبارة عن مجموعة من التشكيلات الذهنية الإدراكية الحسية لفرد أو مجموعة من الأفراد تجاه مؤسسة معينة .
CATHRINE PARIS	الصورة حوصلة لمجموعة من الصور المختلفة فيما بينها كل واحدة منها خاصة بجمهور معين وجانب من جوانب المؤسسة وهي تتفاعل فيما بينها لتعطي في النهاية صورة واحدة.
معهد البحث والدراسات الإعلانية I.R.E.P	صورة المؤسسة لدى جمهور معين تتمثل في جميع التمثيلات المادية وغير المادية التي تتكون عند الأفراد الذين ينتمون إلى هذا الجمهور.

جدول رقم 05 : يجمع تعاريف صورة المؤسسة - المصدر الباحث
من خلال هذه التعاريف يمكن القول إن الصورة المؤسسة ترتبط بعمليات ثلاث :
- عملية متعلقة بإدراك الفرد / عملية إدراكية.
- عبارة عن خلاصة ذهنية / عملية ذهنية.
- هي عملية تفاعلية بين مجموعة الصور / عملية تفاعلية.



مخطط رقم 03: رسم توضيحي للعمليات
الثلاث المتعلقة بصورة المؤسسة-
المصدر الباحث

فصورة المؤسسة هي في المقام الأول متعلقة بعملية إدراك ذاتي للفرد عن مؤسسة معينة، ومن ثم هي صورة متعلقة بعملية ذهنية تحدث داخل مخ الفرد وأخيرا هي عملية تفاعلية لأن الفرد يستدعي مجموعة الصور المشكلة لتلك المؤسسة ويتفاعل معها سلبا أو إيجابا .

فصل كل من «ليندون»، و «لوندروفي»، في خصائص الصورة، ومن خلال الجدول السابق يتبين لنا أن صورة المؤسسة بحسب تعريفهما تتميز بمجموعة من الخصائص نذكر منها ما يلي :

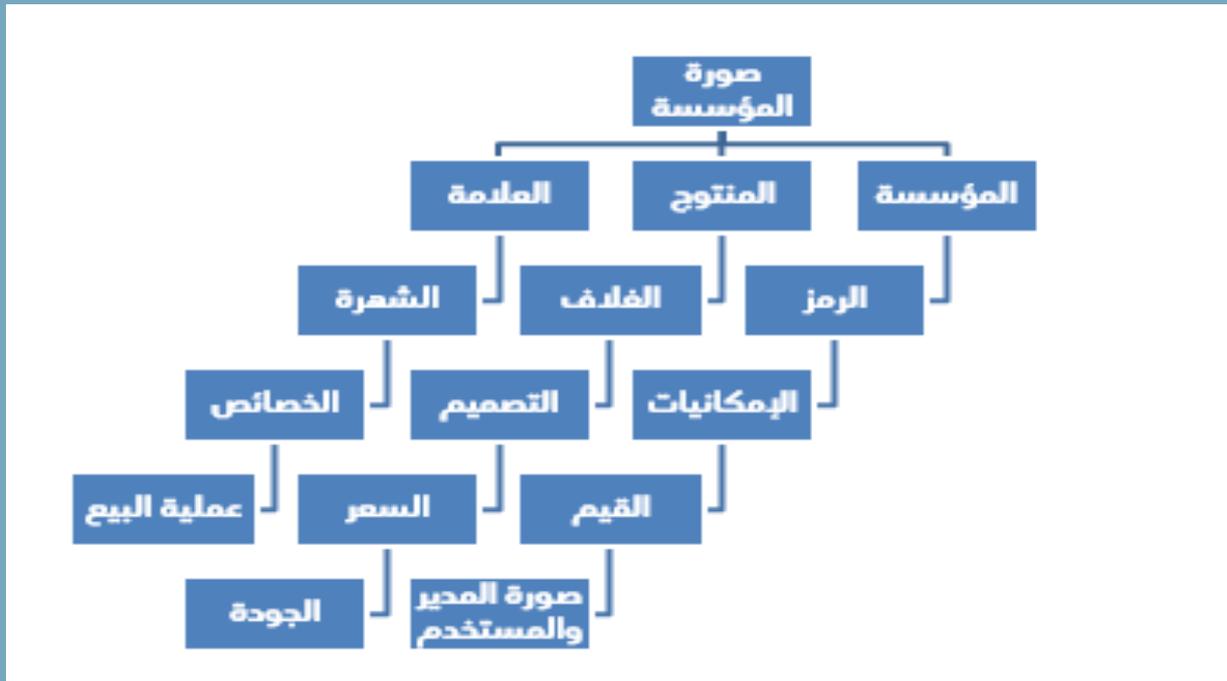
1- الصورة عبارة عن تمثلات ذهنية

2- الصورة شخصية ومنحازة

3- الصورة مستقرة نسبيا

4- الصورة انتقائية ومبسطة

أما عن مكونات الصورة فيمكن جمعها في الشكل التعريفي الآتي:

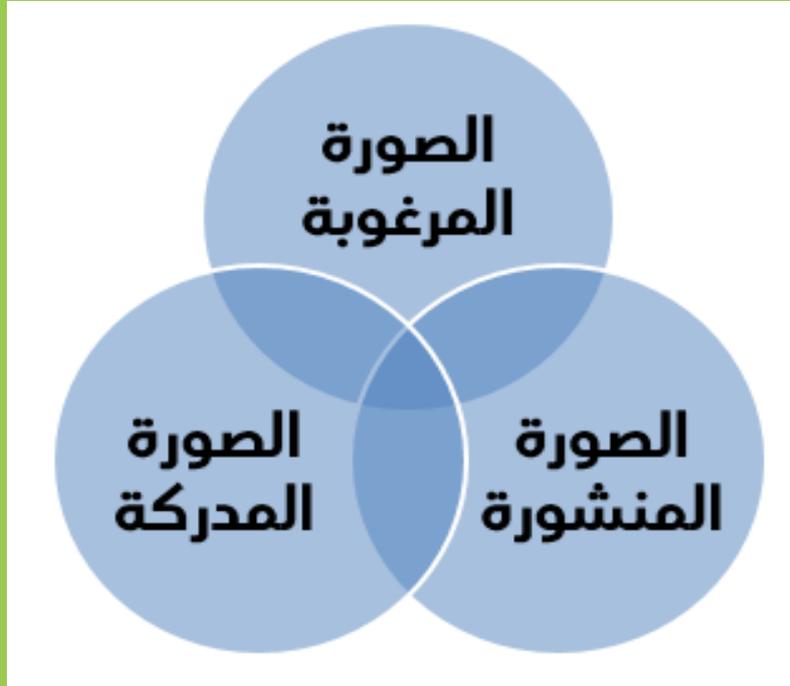


مخطط رقم 04: شكل توضيحي لمكونات صورة المؤسسة- المصدر: من إعداد الباحث

وبشكل مختصر فإن مكونات صورة المؤسسة تتشكل من أعمدها الثلاثة المتكونة من المؤسسة بحد ذاتها والمنتوج والعلامة الإشهارية، كما أن هذه المكونات تتكامل فيما بينها لتشكل في النهاية الصورة الجامعة للمؤسسة.

2- أنواع صورة المؤسسة :

لاحظ المهتمون بصورة المؤسسة وجود ثلاثة أنواع وهي موضحة في الشكل الآتي:



مخطط رقم 04: أنواع صورة المؤسسة الثلاثة- المصدر الباحث

يبين هذا المخطط الأنواع الثلاثة للصورة وكيفية التفاعل فيما بينها، إذ إن مجال التقاطع فيما بين الصورة المرغوبة والمنشورة والمدركة هو الذي يسمح بتصميم مخطط موجه للصورة بمعنى القاعدة التي على أساسها يتم تحديد الهوية الظاهرة ومختلف التعبيرات الأخرى الصادرة عن المؤسسة. فالصورة المرغوبة هي تعبر عن إرادة الإدارة المسؤولة الأولى عن هوية المؤسسة وهي تحدد من خلال الرغبة المعلنة لتلك الإدارة أو من يمثلها. أما الصورة المنشورة وتتكون من جميع الرسائل الصادرة من وحول المؤسسة وهي تمثل جميع التعبيرات الإرادية وغير الإرادية لهذه الأخيرة خاصة ما تنشره وسائل الإعلام حولها. وأما الصورة المدركة وهي المقصودة بصورة المؤسسة فتتشكل من جميع آراء الأفراد الذين ينتمون إلى الجماهير الداخلية و الخارجية. المطلوب الثالث: صورة الدولة

- تمكننا الدراسات التراكمية عن الصورة من الانتقال بالحديث عنها من المستويين الفردي (الصورة- الشخصية)، والجماعي (صورة-المؤسسة) إلى المستوى الدولي بالحديث عن (الصورة-الدولة)، ونقصد (بالصورة الدولة) تلك الصورة التي ترسمها مختلف الدول عن نفسها من أجل الحفاظ على الهيبة والوجود الدوليين في خارطة العالم الجيوسياسي، ويمكن تقسيم محددات هذه الصورة على ثلاثة أقسام ذات أهمية بالغة وهي:
 - صورة الدولة من خلال صورة نظامها السياسي.
 - صورة الدولة من خلال صورة نظامها الاجتماعي.
 - صورة الدولة من خلال علاقاتها الدولية.
- صورة الحاكم (صورة السلطة الحاكمة).
- صورة الحريات العامة والحقوق السياسية (الشخصية)، والجماعي (صورة-المؤسسة) إلى في الدولة.
- صورة المؤسسات الدستورية.
- وإذا كان النظام السياسي أحد أنظمة المجتمع، فإن صورته تتميز بخصائص أهمها:
 - صورة السلطوية: فهو يملك السلطة العليا في المجتمع، وبذلك تلزم قراراته كل المجتمع.
 - صورة الاستقلالية: فهو يتمتع باستقلال ذاتي نسبي بقواعد قانونية وسياسية.
 - صورة التأثير: فتأثيره في المجتمع كله أكثر فاعلية من تأثير أي نظام آخر
 - صورة التفاعلية: فالنظام السياسي يتفاعل والأنظمة الأخرى في المجتمع.

1- صورة الدولة من خلال نظامها السياسي:

- تتفق الكثير من الدراسات السياسية على أن النظام السياسي هو: ، مجموعة عناصر مهمتها الإبقاء على المجتمع من حيث هو كائن حي قائم بذاته تديره سلطة سياسية، وأنه مجموعة أنماط متداخلة ومتشابكة متعلقة بعمليات صنع القرارات التي تترجم أهداف وخلافات ومنازعات المجتمع من خلال الجسم العقائدي الذي أضفى صفة الشرعية على تلك القوة السياسية، فحولها إلى سلطات مقبولة من الجماعات السياسية فتمثلت في المؤسسات الدستورية... وبالمحصلة فإن صورة النظام السياسي تتألف من العناصر الآتية:
- 2- صورة الدولة من خلال صورة نظامها الاجتماعي :
- تسعى الدولة إلى تصدير صورتها من خلال تصدير صورة النظام الاجتماعي الذي تتبناه، هذا ما أكدته كثير من النظريات الاجتماعية التي تناولت بالدراسة والتمحيص صورة النظم الاجتماعية.
- والنظام الاجتماعي بحسب التعريف الكلاسيكية: ، مصطلح يشير إلى مجموعة من البنى والمؤسسات والممارسات الاجتماعية المترابطة، والتي تحمي وتحافظ وتقوي الطرق، المعتادة، للتصرف والفعل داخل المجتمع،

عن الوظيفية دون الإشارة إلى كتابات ،،تالكوت بارسونز، رائد الوظيفية المعاصرة.

ولقد كانت محاولة بارسونز في هذا الإطار تستهدف صوغ نظرية عامة في الوقت الذي سيطر فيه الاتجاه التجريبي على البحوث الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وبخاصة عندما أصر على أن النظرية الشاملة هي أهم الدعامات التي يحتاج إليها علم الاجتماع.

ولقد حاول قراءة تاريخ الفكر في علم الاجتماع برؤية جديدة حتى يتمكن من إيجاد نظرية واحدة بدلا مما هو قائم من نظريات متعددة ومتناقضة، وقد حدد خطة عامة تتألف من الخطوات الآتية:

- 1- وضع إطار مرجعي
 - 2- وصف العالم الواقعي في ضوء هذا الإطار المرجعي
 - 3- تنسيق مجموعة من القضايا التي تلخص العلاقات القائمة بين الظواهر كما هي.
 - 4- ربط هذه القضايا بعضها مع بعض في إطار نسق نظري مغلق من الناحية المنطقية.
- وقد وضع ،،بارسونز، إطارا مرجعيا لنظرية الفعل الاجتماعي، واستخدم هذا الإطار المرجعي في وصف الصور الأساسية التي يتشكل فيها الفعل الاجتماعي في شكل أنساق:

- 1- النسق الثقافي
- 2- النسق الاجتماعي
- 3- نسق الشخصية
- 4- النسق السلوكي

ثم حاول أن يفسر هذه الأنساق وبعضها أو تلك العلاقات التي تقوم بين العناصر التي يتألف منها

كما أن النظام الاجتماعي هو منظومة مستقرة نسبيا مكونة من مؤسسات ومن أنماط للتفاعلات والعادات، بحيث أنها قادرة باستمرار على إعادة إنتاج الشروط الضرورية لوجودها..

وتعد النظرية الوظيفية من أهم النظريات التي تناولت مفهوم النظام الاجتماعي، وهي تحتل مكانا مرموقا داخل النظريات السوسولوجية المعاصرة، إذ لا نكاد نجد باحثا في علم الاجتماع إلا وظهرت في أعماله وتفسيراته ومنهجه خصائص المدرسة الوظيفية، بل إنها من أوسع الاتجاهات انتشارا في دراسة الظواهر والنظم الاجتماعية، باعتمادها على دراسة الوظائف.

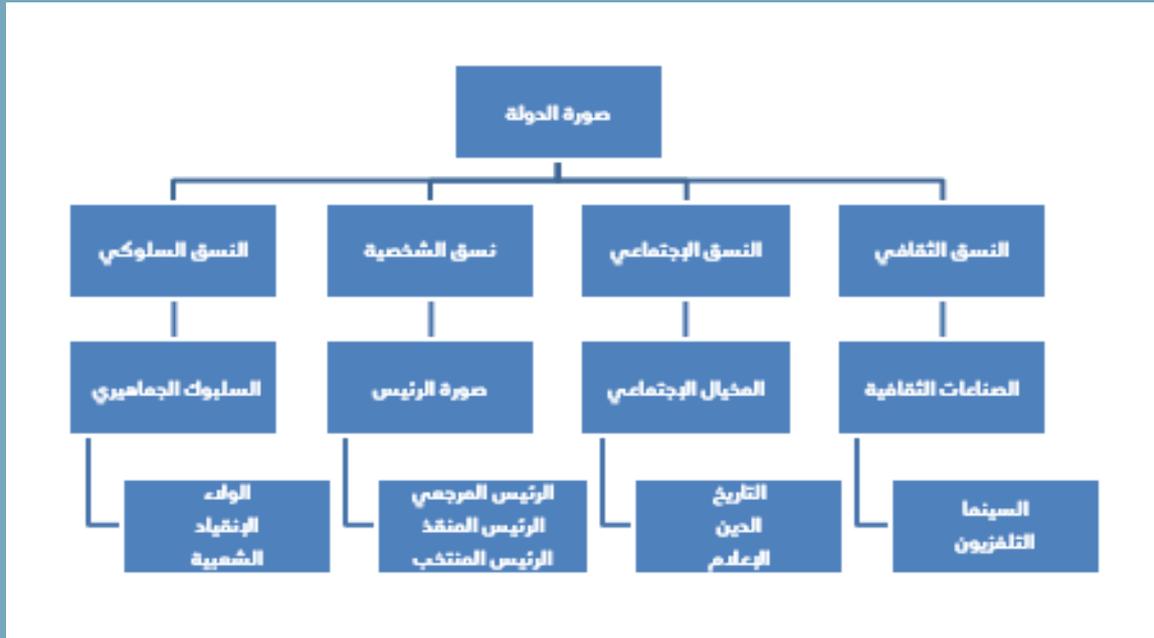
وكمثال على ذلك فعند دراستنا لطائفة السود مثلا في الولايات المتحدة الأمريكية، فإننا سنقوم بالتركيز في ثلاثة أنواع من الوظائف:

- 1- وظيفة زعيم الطائفة السوداء بالنسبة للمجتمع.
- 2- وظيفة الأنساق الفرعية المترابطة داخل الطائفة.
- 3- وظيفة زعيم الطائفة بالنسبة لأفرادها.

ومع كل تلك الانتقادات التي وجهت له، يمكن القول إن الاتجاه الوظيفي ساد في أواخر القرن التاسع عشر وبدايات العشرين بشكل أصبحت معه الوظيفية منهجا لمعظم الاتجاهات النظرية في علم الاجتماع، وأصبحت لها سمة مميزة وعلى هذا الأساس تم تحليل المجتمع وفهم ظواهره.

ومع أن رواد الوظيفية متعددون ،،كدوركاييم، و،باريتو، و،ميرتون،، إلا أنه لا يمكن الحديث

كل نسق، مؤكدا ضرورة وأهمية تحقيق التوازن بين صور الإطار المرجعي، أو بين العناصر التي يتألف منها، وكل اختلال في أحد هذه العناصر سيؤدي إلى خلل في المجتمع ككل والذي سيفقد بالضرورة توازنه، وهو ما يعني انهيار المجتمع، ولقد كان بارسونز يعد الوظيفية هي منهج لفهم وتفسير الظواهر الاجتماعية، تماما كما هو الشأن بالنسبة لعلوم الطبيعة. وبناء عليه فإنه يمكن صياغة الإطار الخاص بدراستنا هذه على وفق العناصر التالية الموضحة في المخطط:



مخطط رقم 06 : تطبيق منهجية بارسونز في تحليل النظام ضمن الدراسة- المصدر الباحث

3- صورة الدولة من خلال صورتها في الساحة الدولية:
 نقصد بالساحة الدولية المساحة التي تنسج فيها العلاقات الناجمة عن التفاعلات التي تكون أطرافها أو وحداتها السلوكية هي وحدات دولية أو أطراف أخرى تتشابه وتتفاعل في محيط عالمي. يلخص الخبراء في مجال العلوم السياسية العلاقات الدولية في كونها تفاعلات ذات نمطين:
 - النمط الأول: نمط تعاوني / النمط الثاني: نمط صراعي
 ويرى كثيرون أن النمط الصراعي هو النمط الذي يغلب على التفاعلات الدولية، حتى أن النمط التعاوني هو نمط موجه لخدمة صراع أو نمط صراعي آخر تديره الدولة مع دولة أو مجموعة أخرى. شهدت حقبة الأربعينيات في القرن العشرين تحولات عديدة، أبرزها ظهور الاتجاه الواقعي في دراسة العلاقات الدولية، فالنظرية الواقعية ترى أن الرأي العام يتغير بشكل سريع لذلك لا بد لصانع القرار عدم الأخذ به، وترى أن الدولة القومية هي وحدة التحليل الأساسية في العلاقات الدولية، ويأتي على رأس

الاتجاه الواقعي الأمريكي عالم العلاقات الدولية الأشهر ،، هانز مورجانتو، مؤسس النظرية الواقعية في العلاقات الدولية، والذي يؤكد فكرة الصورة في العلاقات الدولية. فعالم السياسة الدولي المكون من (السياسة الدولية - العلاقات الدولية)، بحسب ،، مورجانتو،، مثل عالم السياسة الداخلي، فهو عالم من الصراع على القوة التي تعد هدفه المباشر والملح والدائم. ويتضمن العرض الشامل الذي قدمه ،، مورجانتو،، لمفهوم الصورة في السياسة الدولية، تصورا محددا للأشكال المختلفة لصراعات على القوة في المجتمع الدولي، فالدول طبقا لهذا التصور تتصارع من أجل تحقيق الأهداف الآتية:

- سياسات الحفاظ على الوضع القائم .
- سياسات التوسع الاستعماري.
- دعم الصورة الدولية في المجتمع العالمي .

فحسب نظرية ،، مورجانتو ،، يهدف هذا النوع من السياسات الخارجية للحفاظ على التوزيع القائم للقوة في لحظة معينة من لحظات التاريخ، أي عندما تبرز توزيعات جديدة لعلاقات القوة كنتيجة لانتصار بعض الأطراف وهزيمة لأطراف أخرى .

وبالتحليل الواقعي يكتشف ،، مورجانتو،، أن الولايات المتحدة أضحت تتربع قمة الهرم الدولي لما تملكه من مقومات مثلث القوة (القوة العسكرية، القوة الاقتصادية، والقوة التكنولوجية) وهي أقطاب تمثل القوة السياسية التي هي أبرز مخرجات القوة المؤثرة في الوحدات الدولية.

وهذا التحليل هو ما أكده أيضا المستشار السياسي ،، زيبغنيو بريجنسكي،، إذ عدّ أنه : ،، مع بداية القرن الحادي والعشرين، نجد أنه لا مثيل لقوة أمريكا من حيث مداها العسكري على الصعيد العالمي، ومحورية نشاطها الاقتصادي بالنسبة إلى صحة الاقتصاد العالمي، والتأثير الإبداعي للدينامية التكنولوجية الأميركية، ومن حيث الجاذبية العالمية للثقافة الأمريكية المحض المتعدد الأوجه، إذ وفرت هذه العناصر كلها لأمريكا نفوذا سياسيا عالميا لا نظير له، وأصبحت أمريكا في الأحوال كافة ضابط الإيقاع العالمي وما من منافس لها على المدى المنظور،،.

ومن بين أهم وأبرز الآليات المتبعة للولايات المتحدة الأمريكية للحفاظ على صورة الوضع القائم والتي فرضت نفسها على الوحدات الدولية التي كانت خارج دائرة القبول للسياسات الأميركية السياسات الثلاث الآتية:

- سياسات القوة الخشنة : **Hard Power**
- سياسات القوة الناعمة : **Soft Power**
- سياسات القوة الذكية : **Smart Power**

وتحليل الشواهد التاريخية للتوجه الذي اختارته الولايات المتحدة الأميركية في التعامل يعطينا (إمبراطورية الرموز، 1973).
سمات هذه الصورة من خلال إبراز سياسات الحفاظ على الوضع الراهن وفرضها على الوحدات الدولية، فعلى سبيل المثال لا الحصر، أقدمت الولايات المتحدة الأميركية بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 بالإعلان عن الحرب من خلال إعلان الرئيس الأمريكي ،جورج بوش الابن ،، بالقول المشهور: ، من ليس معي فهو ضدي،، وتقسيمه العالم ،، على معسكرين ،،معسكر للخير ومعسكر للشر، تحت عنوان مكافحة الإرهاب، وتم استخدام القوة الخشنة كنتيجة لمنطق القوة والهيمنة في التفاعلات الدولية وذلك من خلال احتلالين غير مسوغين لكل من العراق وأفغانستان.

المبحث الثالث : دراسة الصورة ومناهج تحليلها
أثارت الصورة اهتمام كثير من المذاهب الدينية والاتجاهات الجمالية والفلسفية والسوسولوجية والسميولوجية، غير أن الدراسات المعاصرة وعلى كثرتها لا تكاد تخلو من ورود ثلاثة أسماء بارزة شكلت أبحاثها زخما كبيرا في مسار مفهوم الصورة ومجالات دراستها وهي التي ستكون محل المطالب الثلاثة في هذا المبحث: الأول عن ،رولان بارث،، والثاني عن ،رجيس دوبري،، والثالث عن ،جان بورديريار،،

المطلب الأول : مقارنة ،رولان بارث، :
يعد ،رولان بارث، من بين أهم المفكرين الذين خصوا الكثير من أعمالهم لدراسة الصورة، بدءا من كتابه (محاولات في النقد، 1955) إلى كتابه

إن هذه الأفكار ،،البارثية،، لا تنطبق على الكتابة والقراءة والفنون التشكيلية والمشهدية فقط، بل أيضاً على الصورة الفوتوغرافية التي كرس لها جهدا خاصا، وكان قمة جهده كتابه ،،العلبة النيرة،، الأخير قبل وفاته، وهو يشكل مرجعا أساسيا في مجال تحليل الصورة.

يعود ،رولان بارث، في هذا الكتاب إلى إشكالية العلاقة بين الماضي والحاضر، بين الإنسان الذي يقف أمام عدسة المصورّ والوقت العابر، فالصورة تلتقط اللحظة التي ضاعت بشكل نهائي فور التقاطها، وتؤكد حقيقة بديهية أن الزمن لا يعود إلى الوراء.

يقوم عليها المجتمع، وعمل على تفكيك

على موقفه هذا قام بتفسير علامات المرور مثلا (الأحمر، البرتقالي، الأخضر) والتي لا يمكن فهم معناها دون ترجمتها إلى كلام (أي تأويلها إلى معانٍ)، فحصل على هذه الخلاصة (الأحمر = الأمر بالتوقف، البرتقالي = الأمر بالاستعداد، الأخضر = الأمر بالمرور).

لقد حاول هذا المفكر الاشتغال على الصورة بدءا من الإشهار وذلك من خلال مكونين اثنين يتداخلان بينهما وهما:

1. المستوى التقريري

2. المستوى الإيحائي

يجب التذكير أن الرسالة، على المستوى الأول، تكون مباشرة ويكون الفهم فيها تلقائيا، فالمتلقي لا يجهد نفسه في التعرف إلى المكونات الظاهرة للصورة، أما على المستوى الثاني فالمعنى يكون فيها خافيا أو مضرا و يكون المشاهد مجبرا على كشف ما هو خفي.

و سنضرب أمثلة لهذه المقاربة عبر ثلاثة أنواع من الصور قام، رولان بارث، بتحليلها:

(1) الصورة الإشهارية: في دراسته للملصق الإشهاري الشهير عجائن، بانزاني، (ملصق سلة بها فلفل أخضر وطماطم حمراء)، خلص بارث إلى فكرة مفادها أن الملصق لا يخبرنا فقط عن طراوة الخضر المتواجدة بالسوق التجاري التي تشكل نوعا من الإقناع قصد الاقتناء (وهذا هو المستوى التقريري)، ولكنه أيضا يقدم لنا خصوصية إيطالية عبر اللونين الأحمر والأخضر (وهذا هو المستوى الإيحائي).

(2) الصورة الفوتوغرافية: نشرت المجلة

دلالاتها ضمن رؤية متعدّدة الأبعاد تتقاطع فيها اللسانيات والسيمياثيات والبنويات وصولاً إلى ما بعد البنيويات والتحليلات النفسي، وتتعارض مع النقد الأكاديمي والنقد الإيديولوجي.

إن المقاربة،، البارثية،، للصورة مرت بثلاثة مراحل تميزت بثلاثة مرجعيات مختلفة وهي السوسولوجيا والسيمولوجيا والفينومولوجيا:

1- مرحلة السوسولوجيا :

تميزت هذه المرحلة بالتأثير القوي،، لماركس،، و،، بريخت،، فقد عدّ،، بارث،، الصورة هي شكل من الأشكال التعبيرية للبورجوازية الصغيرة في الغرب التي حاولت من خلالها أن تقزم دور المكون التاريخي فيها، وذلك من خلال تقديم الصورة كشكل طبيعي وبريء.

فلقد حاولت هذه البورجوازية الصغيرة أن تتعامل مع الصورة في بعدها التقريري والمباشر دون البوح بالأبعاد الخلفية الأيديولوجية لمجموعة الصور التي كانت تغزو المجتمع الغربي آنذاك، ومن ثمة، كانت السميولوجيا عبارة عن ضرورة للتمكن من تفكيك الصورة الإشهارية والصورة الشمسية والصورة السينمائية.

2- مرحلة السيميولوجيا :

لعب،، فرديناند دو سوسير،، دورا مهما في بلورة هذا العلم الجديد، كما كان تأثير،، يمسليف،، واضحا في هذه المرحلة، وخلافا للمرحلة الأولى، فإن،، بارث،، كان يلح على أن السيميولوجيا جزء من علم شامل يسمى اللسانيات وليس العكس، وهي دراسة الدلائل داخل منظومة معينة أي داخل سياق مجتمعي يحدد معناها. وللبرهنة

الفرنسية (باري ماتش) صورة يظهر فيها طفل زنجي يرتدي بذلة عسكرية يحيي فيها العلم الفرنسي (وهذا هو المستوى التقريري)، لكن بارث بين أن هذا الزنجي يحيل ضمنا إلى جزء من إفريقيا التي ترزخ لهيمنة فرنسا والتي يشير إليها العلم الفرنسي داخل هذا السياق (وهذا هو المستوى الإيحائي).

من جهة أخرى ومع تطور الفكر البارثي، سيتخذ هذان المكونان تسميات أخرى وهما (الستوديوم) و(البونكتوم)، وقد وردت هذه المصطلحات في كتاب بارت الشهير (العلبة النيرة، 1980) بهذا الشكل:

- الستوديوم: هو ما يدركه المتلقي بألفة كافية على وفق معرفته وثقافته، أي ما يذهب إليه ويبحث عنه داخل الحقل.

-البونكتوم: هو ما ينفذ في بصيرة المتلقي ويحقق له صدمة التلقي والإدراك، وهي من أهم المسائل البصرية التي خلص لها بارث؛ إذ يقول: (البونكتوم هو الذي ينطلق من المشهد كسهم ويأتي ليخترقني)، ويحيل هذا التعريف المجازي إلى نوع من الجرح أو الوخزة والندبة التي يتركها السهم في صدر الضحية (وهو هنا بمعنى المتعرض للصورة)

ويضرب ،،بارث،، على ذلك مثالا شهيرا جدا في عالم الصور وهو صورة العائلة الزنجية الأمريكية التي صورها المصور ذو الأصول الإفريقية ،،فان درزي،، سنة 1923م، حيث الستوديوم فيها واضح وهو التعبير عن الاحترام والقيم العائلية المحافظة والمستوى الاجتماعي الذي وصلت

إليه العائلات ذات البشرة السوداء في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال (التزيي بزي الأحد والأعياد). لكن البنكوتوم هو ما عبر عنه بارث بهذا الوصف الآتي: ،، تهمني الفرجة ولا تحزنني، ما يحزنني هو الحزام العريض للأخت، ساعدها المتشابكان خلف ظهرها كتلميذة، ولا سيما حذاءها ذا السيور، لماذا يؤثر في زي عتيق عفى عليه الزمن؟ أعني: إلى أي تاريخ يعيدني؟ هذا السنان يحرك فيّ تعاطفا شديدا يكاد يكون حنانا ،، . ومعنى ذلك أن الصورة في مستواها الأول أحالت على جملة من المعاني الإيجابية (المساواة الاجتماعية للسود مع البيض) ولكنها في المستوى الثاني كشفت عن المعاني السلبية التي لا تظهر إلا بعد تعميق النظر أو التحليل السيميولوجي للعناصر البصرية الواردة في الصورة (الأغلال والقيود التي لا تزال طائفة السود تعاني منا جراء التمييز العنصري على أساس اللون).

3) الصورة السينمائية: درس رولان بارث باهتمام بالغ السينما وميز داخل الصورة السينمائية بين ثلاثة مستويات وهي :

□ المستوى الإخباري: يتضمن جميع المعلومات التي تمنحها لنا العناصر الآتية: الديكور، الملابس، الشخصيات، ويعرف هذا المستوى أيضا بمستوى التواصل الذي يدخل ضمن إطار السميوطيقا.

□ المستوى الرمزي: هو مجموع الإحالات الرمزية للعناصر البصرية

□ المستوى الدلالي: ويعدُّ من أصعب المستويات البارثية لكونه معنًى مضمرًا ويشكل اللبنة الأساسية لبلورة مفهوم البونكتوم احد المفاهيم الأساسية في تحليل بارث.

الفكرية سترتبط عنده الأيقونة بمفاهيم نفسية كاللذة والمتعة، وبهذا يكون بارث قد شارك في منهجية علمية تمكن المتلقي من تفكيك الصورة وهو ما سنعمل على وفقه في كثير من تفاصيل هذه الدراسة .

الملطب الثاني : مقارنة «ريجيس دوبري» :

يعد المفكر الفرنسي «ريجيس دوبري»، أحد فلاسفة «الصورة»، الكبار، وأحد واضعي علم «الميديولوجيا»، وهو علم دراسة الرموز وتحليلها وتداولها، فلقد هجر دوبري عالم الخطابات الكلامية والمواقف الإيديولوجية، واتجه في مرحلته الفكرية الثانية إلى عالم العين والنظر والصور، محللاً راصداً ومتابعاً، لتجليات تلك المفاهيم في الفن والدين والأساطير. لم يكن «ريجيس دوبري»، مشغولاً بكيفية تكوين الصورة بل بمحاولة الكشف عن القانون غير المرئي للمرئي أي البحث عن التمثلات الذهنية والرموز والأساليب التي استخدمت في قراءة الصورة.

وكان لحادثة شخصية دورها المؤثر في تفكير هذا الكاتب، حين أدرك قيمة الصورة التي أنقذت حياته ومن ثم أدرك أهمية الأيقونة وسلطة الكلام الصامت كأداة للتحكم وفرض السيطرة على الشعوب إلى جانب سلطة المال وسلطة الجيش. من أهم مؤلفات «ريجيس دوبري»، في هذا المجال: (دروس في الميديولوجيا العامة، حياة الصورة وموتها، الدولة الفاتنة، والعين الساذجة...إلخ)، وتشكل كل هذه الدراسات مشروع «دوبري»، الفكري الذي يركز على محورين:

3- المرحلة الفينومينولوجية :

في هذه المرحلة ميز بارث بين الصورة في الواقع والصورة والإطار على وفق ما يلي:

□ الصورة بين الظاهر والواقع :

تطرح الصورة عند «بارث»، مفارقات غريبة، فقد أدرك أن الصورة لا تدخل في إطار مطابقتها للموضوع ولكنها تحيل إلى مستوى الزمن الماضي أو الفأنت والحاضر أو الراهن، كما هو الشأن بالنسبة إلى صورة التقطها أحد المصورين لمدينة الخليل المقدسة التي تشير إلى زمن المسيح وزمن المصور وزمن المشاهد إلى درجة الخلط بينهما.

□ الصورة بين الإطار وخارج الإطار :

يؤكد بارث أن الإطار يدخل في علاقة وطيدة مع ما يسمى «خارج الإطار»، وهي الفكرة نفسها التي طرحها المفكر «جان رونوار»، فبالنسبة إلى السينما يمكن للصورة أن تحيل المشاهد إلى ما يقع خارج الإطار إما على مستوى الفضاء أو على مستوى الزمن

من خلال هذا العرض لمجمل أفكار رولان بارث حول الصورة يتبين لنا مدى أهمية ما طرحه من رؤى خصوصاً أنه في المرحلة الأخيرة من حياته

□ إبراز العلاقات بين الصورة وتاريخ كل من الفن والدين.

□ متابعة تاريخ الصورة وعلاقتها بتاريخ التقنية وتطورها.

ويرى «دوبري»، أن الإنسانية عرفت ثلاث مراحل ميديولوجية هي الكتابة، الطباعة، والسمعي البصري، وهي مراحل مثل ثلاث قارات متباينة في تاريخ الصورة أو ثلاثة عصور كبرى نقدمها في النقاط الثلاث الآتية.

1-عصر اللوغوسفير: وفي هذا العصر يتابع دوبري علاقة الصورة بالصنم والأبدية والموت والتعالى، فالصنم «يطلعنا على اللاتناهي»، ومقاومة التناهي والموت، ففي الديانة المصرية القديمة كان العيش رهيناً بالخلود المادي للجسد أو الخلود الرمزي عن طريق الصورة.

ولقد عكس مفهوم الصورة في ذلك الوقت تطور العقل الإنساني الساعي لتواصل مميز، فكان هناك ثلاثة مفاهيم متدرجة:

(1) مفهوم الشبح لدى الوثنيين: الذي يطلق على الصنم بوصفه تمثيلاً للميت.

(2) مفهوم النظرة لدى الإغريق: فأن تحيا بالنسبة لهم هي أن ترى، والموت يعني أن تفقد النظر، فهم لا يقولون نفسه الأخير بل نظره الأخير.

(3) مفهوم الأيقونة لدى المسيحيين: وهي تعيد إحياء ذاكرة شخص قديس، وقد ظهر هذا المصطلح مقابلاً لمصطلح التجسيد أو التمثيل représentation الذي يعني إعطاء صورة

ذهنية لكل ما نراه حتى نتمثله على الوجه اللائق.

2- عصر الغرافوسفير :

وفي هذا العصر يدرس دوبري علاقة الصورة بالتمثل والفن والتقنية، فبداية يرى أن عصر الصنمية تتقاسم ملكيته مجموعة من الحضارات، أما عصر الفن فهو خاص بالغرب، وقد تولد الفن ذو النزعة الإنسانية نتيجة الخوف من السلطة ومن الكنيسة، موضحاً أن المرور من الصنمي إلى الفني يتوازى مع المرور من اليدوي إلى المطبوع على مستوى التقنية.

وقد بدأت التشكلات الفعلية لهذا العصر في القرن الخامس عشر مع اختراع جوتنبرغ للمطبعة، فصورة عصر النهضة غيرت إدراكنا عن الفضاء وأنزلت تصور الإنسان عن الصورة من السماء إلى الأرض، ولم تعد وظيفة الفن التعبير عن غرض ديني أو أخلاقي وإنما التعبير عن تجربة ذاتية محض.

3- عصر الفيديو سفير :

وهو ما يمكن ترجمته بالمصطلح الإعلامي «عصر الشاشة»، فمرة أخرى يؤكد دوبري دور التقنية في الانتقال بين العصور الثلاثة، بوصفها العلامة المميزة لإثبات وجودنا الإنساني وإثبات الجرأة والحرية في تأسيس حضارة جديدة قائمة على الصورة.

ويميز دوبري بين ثلاثة أنماط للصورة في هذا العصر وهي :

- الصورة السينمائية: بدأ عصر الفيديو سفير في رأي دوبري عام 1968م غداة تغيير البنيات الاجتماعية للمجتمع الفرنسي، موازاة مع التغيير التقني بظهور التلفزة الملونة، وظهور دلالات

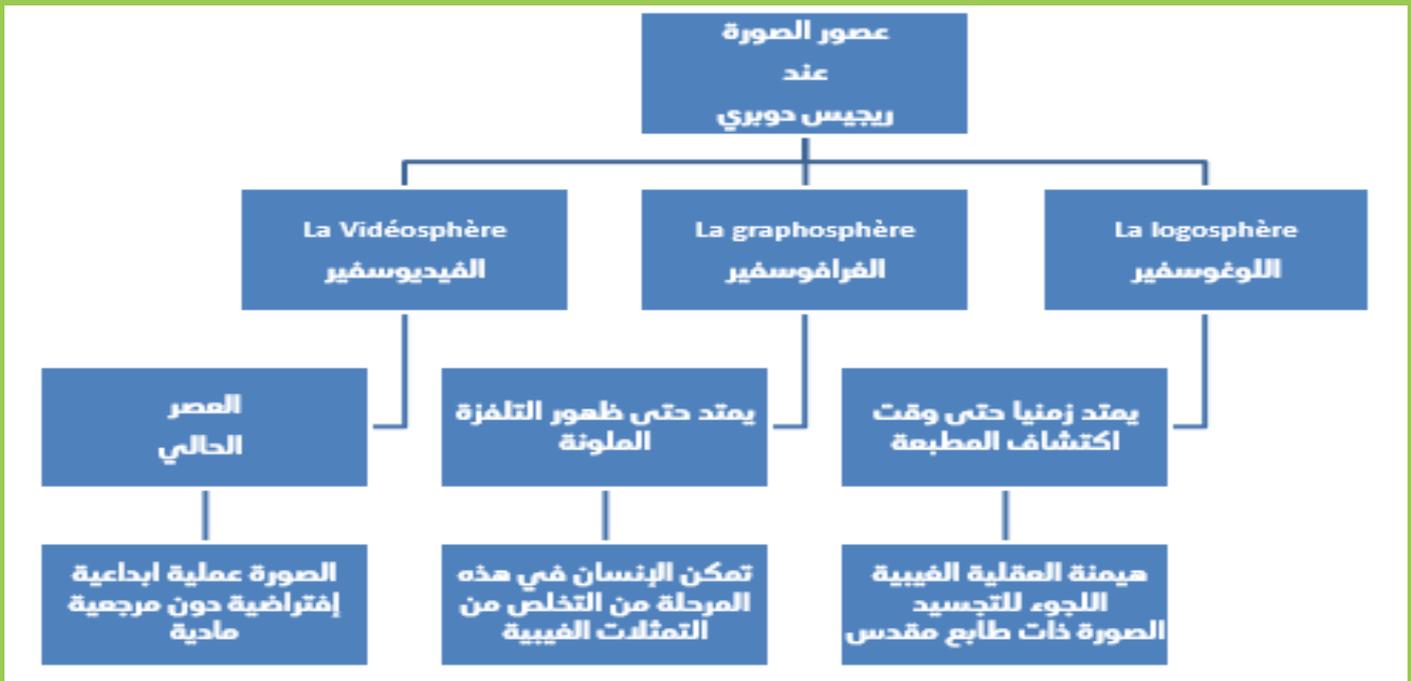
أخرى يذوب معها الواقع بفعل تقنية الحاسوب، لذا فإن السينما تنتمي زمنياً إلى عصر الغرافوسفير ،عصر الفن،، لكنه تحدث عنها في عصر الفيديويسفير، لأنه مع الصورة السينمائية الحالية يمكننا أيضاً الحديث عن موت الواقع بشكل فعلي.

- الصورة التلفزيونية:

تتشابه التلفزة مع السينما عند دوبري في كونهما وسيلتين للاتصال والإبداع، لكن التلفزة ليست سينما مصغرة كما يعتقد بعضهم، فإذا كانت السينما باستطاعتها صناعة التاريخ فإن التلفزة ليس لها ذلك لأنها لحظية مثل الجريدة.

- الصورة المفاهيمية: يطرح دوبري في النهاية مسألة فلسفية غاية في الأهمية وهي الصورة المفاهيمية، ويتطلب الارتقاء من مفهوم الصورة الحسية إلى الذهنية وصولاً للصورة المفاهيمية، قطع المسافة بين المرجع والمثال العقلي وهذا يتطلب إدراك قبلي لمفهوم الصورة كبنية حسية لها حضور واقعي والارتقاء نحو الصورة الذهنية التي تتفاعل ذهنياً وعقلياً ضمن آليات التفكير الإبداعي وصولاً نحو التحقق الفذ والفريد للصورة الفنية من خلال قدرة المبدع على توظيف الوسيط المناسب ضمن آلية مناسبة ليعيد إنتاج العالم فكرياً من خلال أنموذج فني يقابل الأنموذج الطبيعي ضمن منظار جدلي يتقابل فيه العقل ونقيضه (الخيال) لصنع الواقع العجيب من خلال آليات تحليل وتركيب متصلة ومتسلسلة تسعى للوصول نحو المثال العلوي.

مخطط رقم 07: مخطط توضيحي لعصور الصورة عند دوبري- المصدر الباحث



المطلب الثالث : مقارنة ،،جان بودريار ،، :
تعتمد دراستنا على صناعة الصورة بوصفها فعلا ذا طبيعة ثلاثية، الأولى سياسية والثانية إعلامية والثالثة فنية، ويعد ،،جان بودريار، (1929-2007) من أهم الباحثين الذين استطاعوا الجمع بين مدخلات الصورة الثلاثة في جميع أبحاثه.

ويندرج ،،بودريار،، في مصاف أكثر مفكري ما بعد الحداثة تأثيرا في القرن العشرين بنظرياته السوسيوولوجية والدلالية، ويعد من أهم المفكرين المؤولين في العصر الحاضر للظاهرة البشرية من خلال تعقيدها التكويني والتصويري والتفاعلي في آن واحد، إذ يتداخل في دراساته عنها البعد الحقيقي بالمحاكاة، كما يخرج التشبيه عنده من حدوده النصية والبلاغية إلى الفعل اليومي والسياسي والوجودي، فيبدو في صيرورة الظاهرة الحقيقية نفسها، وكأنه بذرة داخلية فاعلة من خلاله وليست خارجة عنه.

2- نظرية اختفاء الواقع لدى بودريار أو ظهور الواقع الفائق:

وتعد أطروحته المسماة ،،نظام الأشياء،، التي وضعها عام 1968م، من أكثر الأطروحات نقدا للنظام الاستهلاكي الذي ظهر بعد الحرب العالمية الثانية، كما تعد نظريته عن صورة الواقع الفائق (الواقعية المفرطة) من أهم ما يدرس اليوم في مجال الصورة، ويمكن جمع مقارنة بودريار في دراسة الصورة وتحليلها من خلال العناصر الآتية:

1- العالم اليوم نمط استهلاكي قائم على تدفق الصور وتنوعية العلامات :
ملخص هذا البحث المهم لبودريار أن موضوعات

الاستهلاك صارت اليوم أكثر تعقيدا من سلوك الناس، بخاصة مع تحليله لدور الإعلام من خلال موجة الإشهار والإعلانات، فالإعلان في رأيه ليس ظاهرة إضافية في نمط الاستهلاك بل يدخل فيه وبنسبة مرتفعة بوصفه بعدا لا عودة عنه ، بحيث يقول بودريار ،، أصبح الإعلان نفسه سلعة وموضوعا استهلاكيا ،، .

ويرى بودريار أن المجتمع الاستهلاكي يهتم بالوظيفة التضمينية للأشياء أو السلع أكثر من وظائفها الدلالية، ويضرب مثلا على ذلك بالأجهزة الكهرومنزلية في البيوت والتي عادة ما تختار وفقا لعلاماتها التجارية التي تدل على القيمة الاجتماعية للمستهلك وتفرقه عن غيره من بقية المستهلكين، ومن ثم يفرق بودريار بين القيمة الاستهلاكية للأشياء والقيمة التبادلية للعلامة.

يعد مفهوم ،، اختفاء الواقع،، من أهم مفاهيم بودريار السوسيوولوجية المرتبطة بالصورة والظاهرة الإعلامية والاتصال التقني وأثر كل ذلك في الواقع الذي يصفه بما فوق-الواقع أو الواقع الفائق ،،hyperréel،، .

وتشكل هذه النظرية واحدة من أهم المقاربات الفلسفية حول الصورة في العالم المعاصر، وهي خلاصة احتكاك بودريار مع فلاسفة جيله ممن تخصصوا في البنيوية الجديدة ومجالات السيميولوجيا أمثال (ميشال فوكو، رولان بارت، جيل ديلوز)، وخلاصة هذه النظرية أن الواقع تحول

في ظل سيطرة الإعلام على الحياة الاجتماعية إلى صورة من صناعة الإعلام في حد ذاته. ومتماهٍ معه، ومن ثمّ تصبح جميع الأحلام متحقّقة على أرضه، .

وهذه الصورة عن الواقع والتي يقدمها الإعلام، بحسب هذه النظرية، ليست صورة الواقع الحقيقية، ولا حتى صورة عن الواقع، ولكنها صورة من صناعة خاصة ولدها هذا الإعلام من صورة أخرى مولدة منه.

وعليه يعد بودريار أن العالم أصبح مجرد صورة نقلا عن صورة أخرى منقولة من صورة ثالثة وهكذا...، وأصبح العالم أيضا مجموعة من عمليات الاصطناع، إذ لا تكون للصور أية صلة أو علاقة مرجعية مع أصل محدد في الواقع، بل تكون هذه المصطنعات المشكلة من الصور هي المهيمنة، ويكون الواقع معها محجوبا أو مختفيا.

يصل بودريار إلى قمة نظريته هذه من خلال مفهوم توليد الصور إعلاميا والذي يخلق بدوره مفهوم الأشياء القادرة على غواية الناس بفعل هذا التوليد للمعاني المنبثق من متتالية الصور أو ما يعرف باسم ، الماتركيس أو المصفوفة...

تستند نظرية بودريار عن الواقع الفائق إلى أساسين: الأول فلسفي صرف، والثاني يتعلّق بنتائج التقدم العلمي خصوصا في مجالات التطبيقات:

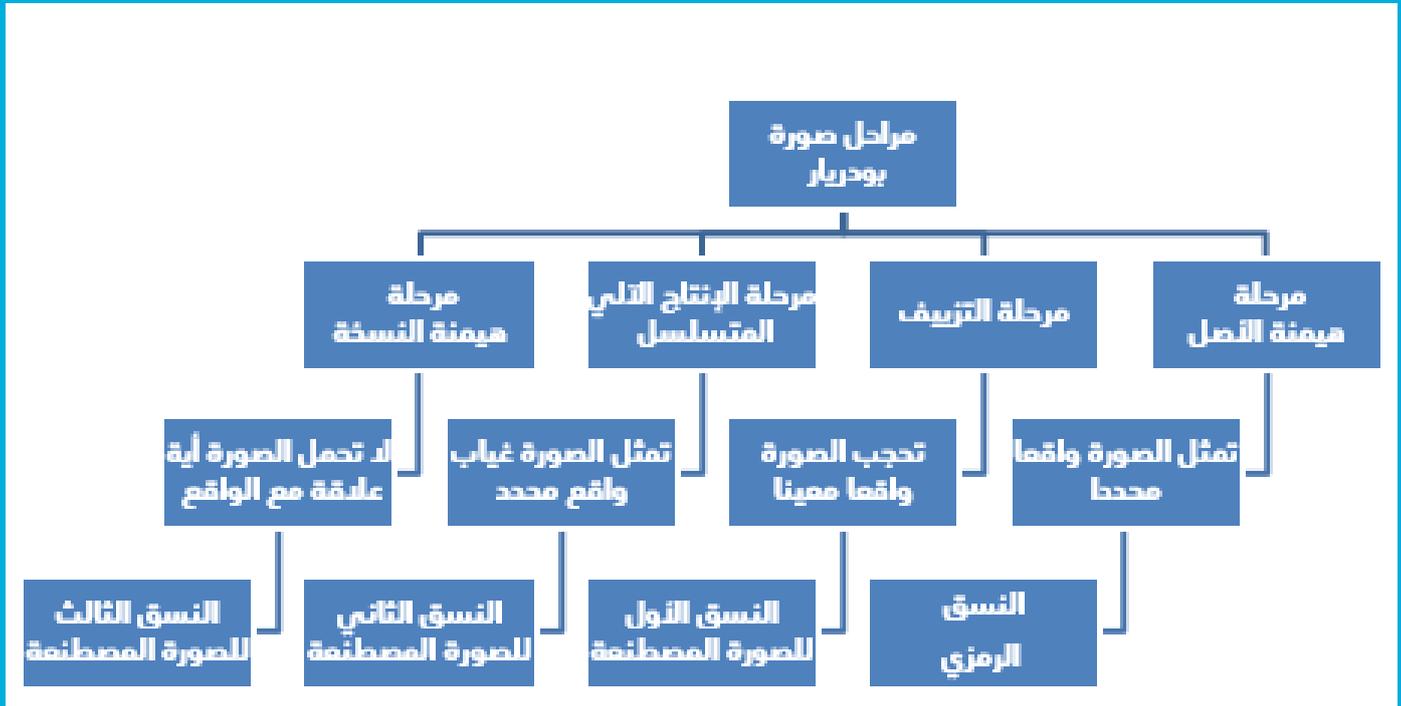
1- **الأساس الفلسفي:** وهو مرتبط بالسيرورة النظرية لتطور إشكالية الواقع كما هي عند هيغل ونيتشه:

- حيث استطاع بودريار أن يستثمر في مفهوم الواقع أو مفهوم ما وراء النهاية عند هيغل، والذي يعني أن الواقع ،مطابق للمطلق

2- **الأساس التقني والإعلامي:** هذا الأساس الثاني مثّله نتائج التقدم العلمي وبالخصوص الثورة التكنولوجية والتقنية، إذ أصبحت الحياة البشرية تُنتج في العالم الافتراضي، ومُتخَم فيها من طرف الصورة عبر وسائل الميديا، وهذا الحل الجديد (الناسوت في الملكوت الافتراضي) والذي يتسم بالحلول المطلق للإنسان في العالم الافتراضي، دفع بودريار إلى طرح السؤال: ، هل هي فعلا نهاية الانسان ككائن واقعي؟ ، ليجيب: ، إننا أصبحنا واقعيين أكثر فأكثر، بل إننا نعاني من قدر زائل ومبالغ فيه من الواقع ،، وبهذا المعنى نفهم بأن القول بموت الواقع ليس إلغاء له، بل هو توسيع لدلالته لتشمل الوهم والزيغ والافتراضي والمصطنع، وهذا ما أدى إلى انهيار مبدأ الواقعية المبني على فصل هذه العناصر وعزلها عن الواقع.

3- **الصورة عند بودريار :**

يتحدث ،بودريار، عن الصور الزائفة والتي يسميها الصورة - الاصطناع ، وهي في نظره صورة لا تتعلق فقط بالتقليد أو النسخ أو المحاكاة وإنما هي صور الواقع ذاته، ويحدد ،بودريار، أربع مراحل لصعود الصورة العلامة، تقابلها أربعة أنساق اجتماعية وتاريخية، وهذه المراحل هي موضحة في الشكل



مخطط رقم 10 : مخطط توضيحي يبين مراحل صعود الصورة العلامة وعلاقتها بالأنساق بحسب «بودريار»، - المصدر الباحث

يفصل بودريار تلك المراحل الأربع ويضع لها مميزات ذات أهمية بالغة في سياق دراستنا هذه، وهي كالآتي:

المرحلة الأولى: مرحلة هيمنة الصورة:

ويسمي بودريار نسقها التاريخي والاجتماعي بالنسق الرمزي، وهي مرحلة سابقة للحدث، تتميز بظاهرة الاحتشاد حول الرموز والعلامات ذات المنشأ الميتافيزيقي أو المقدس ويشكل الحضور الديني والملكي المرتبط بها علامة دالة على هذه المرحلة، وفيها تكون الصور المختارة أيقونات مقدسة لا سبيل للحياة عنها وهي التي تعبر عن حالة المجتمع، ويعطي بودريار مثالا على ذلك بظاهرة اللباس في العصر الإقطاعي والتي كانت صورا تميز طبقة من أخرى.

المرحلة الثانية: مرحلة التزييف:

ويسميها بودريار النسق الأول للصورة المصطنعة وتبدأ من عصر النهضة لتنتهي مع الثورة الصناعية، وتتميز بظهور صناعة الصور المنمقة بهدف القضاء على الموروث الرمزي الذي خلفته الحقبة الإقطاعية، وكمثال على ذلك بروز أنماط غير مألوفة في الصور كالصور الفتوغرافية وصور الموضة

والتصوير الباروكي الذي يركز في التنميق، ومع ظهور هذا الكم الكبير من الصور المزيفة إلا أن الأصل ظل يحتفظ في هذه المرحلة بمرجعيتها.

المرحلة الثالثة: مرحلة الإنتاج الآلي المتسلسل:

ويسمىها بودريار النسق الثاني للصورة المصطنعة وتبدأ مع الثورة الصناعية وتنتهي في حدود القرن العشرين، وتتميز بالاعتماد على أنموذج أصلي وحيد في عملية صناعة النماذج المشابهة في العملية الاصطناعية للصورة، ويضرب بودريار مثالا على ذلك بالصناعة الآلية المتسلسلة للسيارات والمركبات والطائرات والعلامات التجارية الكبرى للملابس والكتب بحيث أنها أصبحت عملية كثيفة يصعب فيها التمييز حقا بين الواقع والأنموذج المزيف.

المرحلة الرابعة: مرحلة هيمنة النسخة:

ويسمىها بودريار النسق الثالث للصورة المصطنعة وتبدأ من القرن العشرين حتى وقتنا الراهن، وأهم مميزاتها سيطرة الواقع الافتراضي الذي تميز مع انفجار المعلوماتية وظهور الشبكات السيبرنطيقية التي جعلت العالم الموازي في الشبكة العنكبوتية أنموذجا يحاكي الواقع الحقيقي وينافسه. يمكن تلخيص المعلومات السابقة في هذا الجدول :

المرحلة	النسق	المصطلح التطلي للنسق	المميزات	أمثلة
مرحلة هيمنة الصورة	النسق الرمزي	Symbolic order	1- هي مرحلة سابقة للحداثة 2- هي مرحلة تتميز باحتشاد المجتمع حول علامات معينة 3- تثبيت العلامات بطرائق مقدسة وخرقة (الحضور الجيني).	اللباس في النظام الإقطاعي
مرحلة التزييف	النسق التول للصورة المصطنعة	First order simulacrum	1- تبدأ من عصر النهضة 2- تنتمي مع الثورة الصناعية 3- صناعة الصورة المنمقة بهدف القضاء على الموروث الرمزي 4- النصل لا يزال يحتفظ بتميزه.	الصور الفوتوغرافية المسرح الموضحة
مرحلة الإنتاج التالي المتسلسل	النسق الثاني للصورة المصطنعة	second order simulacrum	1- تبدأ من الثورة الصناعية 2- تنتمي مع القرن 20 3- صناعة الصورة بنسخ كثيرة عن أصل واحد.	السيارة
مرحلة هيمنة النسخة	النسق الثالث للصورة المصطنعة	Third order simulacrum	1- هي مرحلة الوقت الراهن 2- هي مرحلة تتميز بهيمنة المصطنع 3- ظهور الواقع الافتراضي.	الانترنت

جدول رقم 12 : جدول تلخيصي لمميزات مراحل الصورة المصطنعة عند بودريار / المصدر الباحث

كما لبودريار آراء أساسية جدت التعامل مع مسألتي الصورة والفن وعلاقتها بالاقتصاد الفن السياسة والأمن يمكننا تلمسها في أربعة نقاط مهمة وهي :

1- **التشبيه والعلامة** : يرى بودريار أن المحاكيات (الصور الشبيهة بالواقع) في عالمنا المعاصر تحاول أن تجعل الشيء يتزامن بنماذج محاكاته الأصلية، ومن ثم فإن الشيء الحقيقي يختفي وفقا لهذه العملية، ويرى كذلك أن عمليات المحاكاة يتم فيها إنتاج الشيء الحقيقي من الوحدات الصغيرة وبنوك الذاكرة (ويسمىها محاكاة نووية)، كما يعاد إنتاجه وفقا للتضاعف في عدد غير محدد من المرات (ويسمىها محاكاة وراثية)، وفي هذا التضاعف ردع للحقيقي بمضاعفاته.

2- **الفن والحرفية التمثيلية** : يؤكد بودريار أن الفن تحول جذري باتجاه الحرفية التمثيلية، وهو ما يطلق عليه ، فقدان الفن لموقعه التقليدي كطلب رمزي للثقافة ..

3- **فوتوغرافيا الاختفاء**: تحدث بودريار عن بعض ممارساته للفوتوغرافيا في ترجمتها المادية للغياب الكامن في موضوع الصورة، فقال عن لقطة الكرسي الفارغ إنها تعبر عن الشكل الافتراضي للجسم الذي لم يعد هناك .

4- **شكلية العنف العالمي وذاتيته** : يرى بودريار أن حضارة التعميم الإنساني المعاصرة قد استولدت عدوا من داخلها، لأنها لا تملك عدوا مناظرا، و من ثم كان العنف العالمي يعمل لإقامة عالم متحرر من كل نظام طبيعي، وهو عنف جرثومي يعمل بالعدوى، برد فعل متسلسل، ويتخذ مظاهر مزاجية، وعصابية، ولا عقلانية مقارنة بعصر التنوير، كما يتخذ صورا جماعية أثنية، ولغوية.

نتائج الدراسة :

في ختام هذه الدراسة وجب تلخيص مجموعة من النتائج المهمة :
1. التعايش بين مفردات الصورة وارتباطاتها باللغة والرمز:

إن التعايش بين الصورة واللغة والرمز والشيفرة قديم وضارب في عمق التاريخ، حيث وقع تلازم بين الصورة والنص، وتعد بين الصورة والرمز، وتكامل بين الصورة والشيفرة، وقد تعززت هذه العلاقات مع تطور أشكال التواصل الجماهيري حتى أصبح من النادر مصادفة صورة ثابتة أو متحركة غير مصحوبة بتعليقات لغوية مكتوبة أو شفوية أو بتفسيرات أو تحليلات تبحث في المدلولات والرموز.

2. أهم انزياحات للصورة أنها تبدأ من البعد الشخصي وتنتهي عند صورة المؤسسات والبعد الدولي:

إذ تعد صورة المؤسسات والدول من أهم ما يمكن أن ينتبه له بعيدا من تسطيح الصورة وتقزيمها في الفردانية والشخصانية، فهي في المقام الأول متعلقة بعملية إدراك ذاتي للفرد عن مؤسسة معنية أو دولة بحد ذاتها، ومن ثم هي صورة متعلقة بعملية ذهنية تحدث داخل مخ الفرد وأخيرا هي عملية تفاعلية لأن الفرد يقوم باستدعاء مجموعة الصور المشكلة لتلك المؤسسة ويتفاعل معها سلبا أو إيجابا .

3. الصورة ذات سياق اجتماعي :

إن دراسة الصور لا ينبغي أن يكون بمعزل عن تحديد إطار مرجعي ينطلق من وصف العالم الواقعي في ضوء هذا الإطار المرجعي مع تنسيق مجموعة من القضايا التي تلخص العلاقات القائمة بين الظواهر وفقا لنظرية الفعل الاجتماعي، واستخدام هذا الإطار المرجعي في وصف الصور الأساسية التي يتشكل فيها الفعل الاجتماعي في شكل أنساق ثم تفسير هذه الأنساق أو تلك العلاقات التي تقوم بين العناصر التي يتألف منها كل نسق، مع ضرورة وأهمية تحقيق التوازن بين صور الإطار المرجعي، أو بين العناصر التي يتألف منها.

قائمة المراجع :

أولا : المراجع باللغة الأجنبية:

1. JEAN BAUDRILLARD, Simulacra and Simulation, Stanford University Press : 1988
2. JEAN BAUDRILLARD, Between Difference and Singularity, Paris : 1995
3. Baudrillard, jean, le système des objets, les essais, Paris : éditions Gallimard : 1968
4. J.LENDREVIE, D.LINDON, Mercator : Théorie et pratique du marketing, Paris : Broché ,2006 ,7ed
5. LE PETIT ROBERT, relié édition, France : 2014
6. MARTINE JOLY, introduction à l'analyse de l'image, Paris : Armand Colin, 2009

ثانيا : المراجع باللغة العربية :

1. جان بودريار ، روح الإرهاب ، ترجمة بدر الدين عرودكي، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة ، 2005 ،
2. جان بودريار ، المصطنع والإصطناع ، ترجمة جوزيف عبد الله، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى بيروت 2008 .
3. ريجيس دوبري ، حياة الصورة وموتها، ترجمة فريد زاهي، دار المأمون العراق ، بدون سنة نشر.
4. رولان بارت، العلبة النيرة ، ترجمة إدريس قري ومحمد بكري ، مراكش : مطبعة دار وليلي للنشر ، 1988 ،
5. رولان بارت، درس السيميولوجيا ، ترجمة عبد السلام بن عبد العالي، الدار البيضاء: دار توبقال للطباعة والنشر، ط1، 1986.
6. ربيغينيو بريجينسكي، الإختيار السيطرة على العالم أم قيادة العالم ، ترجمة عمر الأيوبي ، بيروت: دار الكتاب العربي، 2004.
7. محمد الشافعي أبوراس، نظم الحكم المعاصرة دراسة مقارنة في النظم السياسية، القاهرة : عالم الكتب، 2002
8. أرنولد هاوازر، الفن والمجتمع عبر التاريخ، ترجمة فؤاد زكريا، بيروت: المؤسسة العربية لدراسات والنشر، 1981
9. د أسعد الأمارة، سيكولوجية الشخصية، عمان: دار الصفاء، 2013

10. دان براون، شيفرة دافنشي، ترجمة سمة محمد عبد ربه ، بيروت:الدار العربية للعلوم، 2004 م.
11. محمد خليل الباشا، الكافي معجم عربي حديث، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة 4، 1999.
12. فرديناند دوسوسير، فصول من دروس في علم اللغة العام، ترجمة عبد الرحمن أيوب، بيروت: منشورات عيون، بدون سنة نشر .

ثالثا : مقالات مطبوعة و إلكترونية :

1. مروان عبد المولى، القانون الدولي والعلاقات العامة ، الحوار المتمدن، العدد: 2132 ، تاريخ النشر الإلكتروني 07/10/2011 على الساعة 12.00 ، الموقع الإلكتروني: <http://www.ahewar.org/> ،
2. سمير عبد الله حسن ، النظام الاجتماعي من منظور بنائي وظيفي ، مجلة جامعة دمشق، المجلد 19، العدد الأول، 2003، ص 243
3. إكرام عدناني، النظرية الوظيفية ومفهوم النسق الاجتماعي ، موقع منبر الحرية على الرابط التالي : minbaralhurriyya.org/index.php/archives/3937
4. الموسوعة العربية على الرابط التالي : http://www.arab-ency.com/_/details.php?full=1&nid=160711 :
5. ملخصات من بحث للباحث مراد بوشحيط، الصورة والبعد الإتصالي، ملتقى فنون الصورة، جامعة يحيى بن فارس المدينة، مارس 2012.
6. عبد الحميد قاوي، الصورة الشعرية قديما وحديثا، ديوان العرب، تاريخ النشر 29 أوت 2008، على الرابط التالي : www.diwanalarab.com
7. فلاح شركجي، مفهوم الصورة الأنماط والوظيفة، مقال بمجلة صوت الآخر، العراق، العدد 333 - 6/4/2011 م.
8. سيف نصرت توفيق الهرمزي، القوة في العلاقات الدولية لهانز مورجانشو، الحوار المتمدن، العدد: 3696
9. محمد العماري، الصورة و اللّغة ، موقع فكر ونقد على الرابط التالي : www.fikrwanakd.aljabriabed.com
10. سامي الغريني، دراسة لسعاد عالمي حول فلسفة ريجيه دوبري مفهوم الصورة من الدين إلى الفن، مجلة الكويت العدد 274.

اتجاهات طلبة جامعة البترا نحو الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة دراسة ميدانية إعداد دكتور/ أحمد حسين محمدين



ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على اتجاهات الطلاب نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة، والبحث في أسباب عزوف الكثير منهم عن المشاركة في حضور تلك الأنشطة، والتعرف على الأنشطة التي تنظمها الجامعة وعلاقتها في إكتساب وتنمية الوعي الثقافي لدى طلبة الجامعة، ومعرفة العوامل المؤثرة في عدم حضور الطلبة لتلك الأنشطة، ومحاولة التوصل إلى مؤشرات تخطيطية تدعم إقبال الطلبة على المشاركة، والاستفادة منها بشكل جيد وفعال. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على استخدام أحد أساليب المنهج الوصفي، والمتمثل في مسح الجمهور، بالتطبيق على مجتمع طلاب جامعة البترا، حيث تم اختيار عينة عشوائية ممثلة لكل طلاب الجامعة من جميع الكليات، بلغت 400 طالب وطالبة، مستخدماً أداة الاستبانة.

وأسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج من أهمها: أن هذه الأنشطة حققت الأشباعات والاحتياجات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية للطلبة الذين حرصوا على حضور الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة، وأن أهم أسباب عدم حرص بعض الطلبة وعزوفهم عن حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة تمثلت في: عدم الاستفادة منها، وأن موضوعاتها مكررة، وانها غير متوافقة مع اتجاهات الطلبة ولا تشبع احتياجاتهم ولا تلبي رغباتهم، الى جانب عدم معرفتهم بمواعيد انعقادها، وسوء تنظيمها، وأن اتجاهات الطلاب تميل نحو التنوع في الشخصيات، والموضوعات حتي يكتسبوا معلومات متنوعة تثري تفكيرهم وتنير عقولهم، وأن اتجاهات نسبة كبيرة منهم تميل إلى استمرار تنظيم هذه الأنشطة.

وأوصت الدراسة بالاهتمام بهذه الأنشطة، وتوفير الإمكانيات اللازمة لنجاحها ، والاهتمام بها وتنظيمها والعناية باختيار موضوعاتها، والمتحدثين والمحاضرين فيها بحيث تلبي احتياجات الطلبة، وتشبع

رغباتهم، كما أوصت باستطلاع رأي الطلبة للوقوف على الموضوعات التي تشكل اهتماماتهم واحتياجاتهم قبل الاعداد لعقدتها حتى تحقق هذه الأنشطة الهدف من عقدتها.

Abstract

The study aims at identifying the students' attitudes towards the cultural communication activities organized by the university, and to investigate the reasons for the reluctance of many of them to participate in the presence of these activities and to identify the activities organized by the university and its relationship to the acquisition and development of cultural awareness among university students, Attendance of students to these activities. Also, to try to reach the indicators of planning support the students' desire to participate, and to take advantage of them well and effectively

This study is one of the descriptive studies that rely on the use of one of the methods of the descriptive method, which is the survey of the public, applied to the student community of University of Petra. A random sample of 400 students was selected using all the tools of the questionnaire

The study concluded numbers of results, the most important of which are: These activities achieved the knowledge, emotional, and behavioral needs of the students who were keen on to attend the communication activities organized by the university, and that the most important reasons for the lack of concern of some students and their reluctance to attend the activities of communication activities organized by the university They are not consistent with students' attitudes, their needs are not met, their lack of knowledge of their timing, poor organization, and student attitudes tend to diversify in personalities, subjects, and even information enrich their thinking and enlighten their minds, and that a large proportion of them continued trends tend to regulate these activities

The study recommended being aware of the importance of these activities, providing the necessary resources for their success, organizing them and taking care of choosing their subjects, speakers and lecturers so as to meet the needs of students and achieving the aims

مقدمة

إن الجامعة ليست للدراسة فقط ولكن أيضا لتفتح المواهب والتعبير عن الطاقات الكامنة عند الطلاب في مختلف المجالات الثقافية والاجتماعية و الفنية والرياضية والجوالة من أجل تنمية شخصية الطلاب وإثراء شخصيتهم و تبصيرهم بطبيعة المجتمع ودور الثقافة في عملية التنمية سواء تنمية الوطن أو تنمية الذات والقدرات الشخصية فضلا عن نشر الوعي الثقافي والأدبي والفني .. ومن أجل هذا تحرص الجامعة على عقد الأنشطة الاتصالية المتمثلة في عقد الندوات والمؤتمرات وورش العمل، والمحاضرات التثقيفية، وعلى الرغم من أهميتها الا ان هناك اختلافا في وجهات نظر الطلاب نحو أهميتها ، فمنهم من يراها ذات فائدة، ومنهم من يرى أنها ليست ذات فائدة. ومنهم من يرى أنها مضيعة للوقت.

وعلي هذا فان الدراسة تبحث:، في اتجاهات الطلاب نحو أهمية الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة.. بهدف الوقوف على اتجاهاتهم نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة. والبحث في أسباب عزوف الكثير منهم على المشاركة، بالإضافة إلى البحث عن الحلول والمقترحات التي تحفزهم وتحثهم على المشاركة في تلك الأنشطة.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على استخدام أحد أساليب المنهج الوصفي، والمتمثل في مسح الجمهور، بالتطبيق على مجتمع طلاب جامعة البترا، حيث تم اختيار عينة عشوائية ممثلة لكل طلاب الجامعة من جميع الكليات، بلغت 400 طالب وطالبة، مستخدما أداة الاستبانة.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من حرص الجامعة على زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي لدي طلبة الجامعة من خلال عقد الأنشطة الاتصالية الثقافية المتمثلة في عقد الندوات والمؤتمرات وورش العمل، والمحاضرات التثقيفية، إلا أن هناك اختلافا في وجهات نظر الطلاب نحو أهميتها، فمنهم من يراها ذات فائدة، ومنهم من يري أنها ليست ذات فائدة، ومنهم من يري أنها مضيعة للوقت، وبناء على ما تقدم فان مشكلة الدراسة تتبلور:، في اختلاف اتجاهات الطلاب نحو أهمية الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة، والتي نتج عنها عزوف الكثير من الطلاب عن المشاركة في تلك الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة.

أهمية الدراسة:

يمكن النظر إلى أهمية الدراسة من زاويتين، الاولى: أهمية الدراسة من الناحية العلمية، والثانية: من الناحية المهنية، وفيما يلي عرضهما على النحو الآتي:

أولاً: الأهمية العلمية:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من طبيعة مجتمع الدراسة المتمثل في فئة طلبة الجامعة ، فهذه الفئة تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها، ومستقل المجتمع، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة تبحث في الوقوف على الاساليب التي تشارك في تشكيل الوعي الثقافي لدى طلبة الجامعة.

بجانب أنها تلقي الضوء على دور الأنشطة الاتصالية الثقافية، وورش العمل، والندوات والمحاضرات، والملتقيات، في زيادة الوعي الثقافي، والمعرفي لدى طلبة الجامعة.

كما تتضح أهمية الدراسة أيضا من خلال محاولتها الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في عملية إعداد البرامج، والأنشطة، وعلاقتها بتنمية وزيادة الوعي الثقافي لدى طلبة الجامعة.

بجانب أنها تبحث في موضوع من الموضوعات التي أغفلتها كثير من الدراسات الاعلامية، وتحاول توجيه الباحثين إلى الاهتمام بإجراء الدراسات والبحوث في هذا المجال بصورة علمية وشاملة، بما يساعد على تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.

ثانياً: الأهمية العملية:

هذه الدراسة توفر للقائمين على الأنشطة الثقافية في الجامعات الاردنية عامة، وجامعة البترا بصفة خاصة رؤية واضحة عن هذه الأنشطة يمكن أن تأخذها ادارة الجامعة في الحسبان عند وضع خطة هذه الانشطة، وتلافي أوجه القصور فيها، وتحقيق الأهداف التي تسعى اليها الجامعة من إقامة مثل هذه الانشطة.

كما تتضح أهمية الدراسة من كونها تحاول إلقاء الضوء على هذه البرامج والأنشطة، وتوضيح دورها في صقل شخصية الطلبة وإعدادهم ليكونوا أعضاء فاعلين في المجتمع، وتنمية وعيهم المعرفي بقضايا مجتمعهم، وتنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم تجاه انفسهم ومجتمعهم.

أهداف الدراسة:

يتبلور الهدف الرئيس لهذه الدراسة في الوقوف على اتجاهات الطلاب نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة، والبحث في أسباب عزوف الكثير منهم عن المشاركة في حضور تلك الانشطة، ويمكن تقسيم هذا الهدف على مجموعة الأهداف الفرعية الآتية:

1- التعرف إلى الأنشطة التي تنظمها الجامعة وعلاقتها في اكتساب وتنمية الوعي الثقافي لدى طلبة الجامعة.

2- معرفة مدى إقبال الطلبة على حضور الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة.

3- معرفة العوامل المؤثرة في عدم حضور الطلبة لتلك الانشطة.

- 4- التعرف إلى أهم الموضوعات التي يرغب الطلبة في طرحها في تلك الأنشطة الثقافية.
- 5- محاولة التوصل إلى مؤشرات تخطيطية تدعم إقبال الطلبة على المشاركة في الأنشطة الثقافية التي تنظمها الجامعة، والاستفادة منها بشكل جيد، وتحفز الطلبة، وتحثهم على المشاركة في تلك الأنشطة.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى الفائدة التي يحققها الطلبة من حضور الأنشطة الثقافية الاتصالية ؟
- 2- ما مدى توافق موضوعات الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة مع اتجاهات الطلبة؟
- 3- إلى أي مدى تتوافق مواعيد انعقاد الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تقيمها الجامعة مع البرامج الدراسية للطلبة ؟
- 4- ما مدى تأثير المراكز الاجتماعية للشخصيات التي تستضيفها الجامعة خلال أنشطتها الاتصالية الثقافية في إقبال الطلبة على حضور هذه الأنشطة ؟
- 5- إلى أي مدى استطاعت الأنشطة الاتصالية الثقافية، أن تزيد من وعي الطلبة في ادراك قضايا مجتمعهم؟.
- 6- ما مدى تأثير الأنشطة الاتصالية الثقافية في سلوك طلبة الجامعة .
- 7- ما هي الاشباكات المتحققة من حضور الطلبة لهذه الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة؟

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

- الاتجاه: (جابر-د س ن 335) يعرفه البورت على أنه، حالة من الاستعداد العقلي العصبي التي نظمت عن طريق التجارب الشخصية السابقة وتعمل على توجيه استجابة الفرد لكل الأشياء والمواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد. (1)
- الاتجاه -إجرائيا-: هو بناء افتراض له مضمون سلبي، أو ايجابي، إزاء موقف معين، أو أشياء، أو أشخاص، أو موضوعات، أو رموز، ويعد الاتجاه حُكما يبنى لدى الفرد نتيجة تعرضه للتأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية.

الأنشطة الاتصالية:

- هي مجموعة من النشاطات المقصودة تنظمها الجامعة للتأثير في وعي، ومعتقدات واتجاهات، وسلوك الطلبة، تحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المتصلة والمترابطة التي تظهر في وسائل الاتصال المواجهي، كالدوات ، والمحاضرات، والمؤتمرات ، وورش العمل، في مدة زمنية محددة خلال العام الدراسي) وذلك بهدف زيادة وعي الطلبة وتعديل سلوكياتهم ومعتقداتهم

واتجاهاتهم، وربطهم بقضايا المجتمع.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات بوصفها إحدى النظريات الإعلامية، التي تبحث في العلاقة بين وسائل الإعلام، واستخدامات الجمهور لهذه الوسائل. إذ تقوم هذه النظرية على أساس أن الجمهور نشط وفعال ويختار ما يحتاج إليه بوسائل مختلفة، فالأفراد يختارون بانتقائية، وطبقا لاهتماماتهم، وأذواقهم الخاصة، والجمهور ليس سلبيا يتلقى ما يقوله الإعلام فقط، بل هو مشارك فعال ونشيط وعنيد، ولديه القدرة على الفعل ولديه (مناعة) ضد تأثير الإعلام أحيانا. كما أن الفكرة الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات تدور حول «الدوافع الذي تجذب الجمهور ليستخدم إحدى وسائل الاتصال، والإشباع المتوقع حدوثها بعد التعرض لإحدى وسائل الاتصال. هذا الي جانب أن هذه النظرية تهدف إلى «شرح تفاعل السلوك الاتصالي بين الجمهور والرسالة الاتصالية، حيث يتم النظر إلى أفراد الجمهور على أنهم مشاركون إيجابيون في عملية الاتصال الجماهيري، ويتعرض الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لتلبية احتياجاته، ولتحقيق بعض الإشباعات لديه»، (مكاوي، 1992، ص99)(2).

وهنا تكمن فروض وتساؤلات نظرية الاستخدامات والإشباعات حول: لماذا نتعرض لوسائل الاتصال وما نتائج هذا التعرض؟ هل التسلية أو البحث عن المعلومة، أو نسج محيط اجتماعي يتعايش الفرد من خلاله، ويحاكيه في حياته اليومية؟ ويرجع اختيار الباحث لهذه النظرية لأن الدراسة تبحث في الدوافع التي تجعل بعض الطلاب يقبلون على حضور الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة، وعزوف بعضهم عن الحضور، وان الدراسة مرتبطة بفروض النظرية المتمثلة في :

1. تميز الجمهور بالمشاركة الايجابية، أي أن أعضاء الجمهور هم مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري.
2. تأكيد أن الجمهور هو الذي يستخدم وسائل الإعلام والاتصال ويختار الرسائل التي تشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الإعلام والاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
3. يرتكز الافتراض الثالث لمنظور الاستخدام والإشباع على العلاقة التنافسية بين وسائل الإعلام والاتصال ومصادر أخرى لإشباع الحاجات.
4. استخدام وسائل الإعلام والاتصال، يعبر عن الحاجات التي يدركها الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
5. يقوم الافتراض الخامس على أساس أنه يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في

المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط. كما اعتمدت الدراسة على أنموذجي إبراهيم ماسلو للحاجات، وأنموذج التوقع لفروم، وفيما يلي عرض لهذين الأنموذجين:

أنموذج ابراهام ماسلو للحاجات: في عام 1940 حدد ابراهام ماسلو هرماً للحاجات الإنسانية، يتكون من خمسة مستويات، وهم (الاحتياجات الفسيولوجية- للأمن- الاحتياجات الاجتماعية من علاقات اجتماعية وقبول انتماء لجماعة ما- والاحتياج للتقدير، واحترام الذات، والثقة، والسلطة، والاحترام من الآخرين، والاحتياج لإدراك الذات والحاجة للإنجاز) (4)، واعتقد أنه عند إشباع أي مستوى من الحاجات، لا يعود هذا المستوى محفزاً للفرد، إذ لا بد من إشباع الحاجات التي في المستوى الأعلى حتى الوصول للمستوى الأخير،، إدراك الذات،، لذا حتي يتمكن المديرون من تحفيز

موظفيهم، عليهم أن يحددوا المستوى الذي يحتاج إليه الفرد، ومن ثم إشباعه، ثم الارتقاء حتى الوصول إلى آخر مستوى(5).

أنموذج التوقع لفروم The Expectancy theory Vroom (1964): يري فروم أن الرضا عن العمل أو عدمه، ينتج عن موازنة الفرد بين ما يتوقع الحصول عليه من فائدة نتيجة قيامه بعمل ما، وبين ما يحصل عليه من مكاسب تمكنه من إشباع حاجاته المتعددة. ويختلف الأفراد في كيفية تقييم وظائفهم، اعتماداً على نقاط مرجعية مثل ما يعدونه مستويات مناسبة من الراتب أو الحكم الذاتي، وبالتطبيق علي الدراسة الحالية، نجد أن طلبة الجامعة يختلفون في تقدير احتياجاتهم، وأهدافهم، من حيث المناخ الذي يمكنهم تحصيل المعلومات التي تشبع احتياجاتهم، وتلبي رغباتهم الخاصة

بيئته المحيطة به، أي أن التوقعات تقوم على الأصول النفسية، والاجتماعية، والبيئية للأفراد(7) حيث يختلف الناس في حاجاتهم وأهدافهم، ومن ثم فهم يختلفون فيما يريدون من المؤسسات التي يعملون بها، بل يصل الاختلاف في تحديد ما إذا كانوا يعملون بأجر أو العمل الحر، ويتوقف تحديد نوع العمل على عوامل متعلقة بالفرد ذاته، منها الحكم الذاتي ومستوي التحصيل العلمي، وسنوات خبرة العمل، ومستوي الدخل المتوقع، وغيره.(8)

ب- وأن قوة الدفع عند الفرد تعتمد على مدى توقعه في النجاح للوصول إلى ذلك الإنجاز، وهذا التوقع الأول، وإذا ما حقق الإنسان إنجازاً فهل سيكافأ وهذا التوقع الثاني.

ويكمن جوهر أنموذج التوقع، في أنه سلب الضوء على أهمية فهم الأحداث الفردية للعاملين، وارتباط الأداء الوظيفي مع المكافأة التي لا بد أن تكون قادرة علي إشباع رغبات الأفراد العاملين وتحقق أهدافهم، كما أن الأنموذج أشار إلى أهمية

أ- أن سلوك الفرد تحدده قوى من ذاته الشخصية، ومن

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعة البترا، إذ تم سحب عينة عشوائية حصرية بواقع 60 طالبا وطالبة من كل كلية بمختلف السنوات الدراسية، وبناء على هذا بلغت عينة الدراسة 420 طالبا وطالبة بنسبة %14.2.

وقد قام الباحث بتوزيع 420 صحيفة استبانة على الطلبة، وبعد فحصها تم استبعاد 20 صحيفة لم يقيم الطلاب باستكمال بياناتها، وبذلك يصبح حجم العينة 400 طالب وطالبة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة علي صحيفة الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات، بوصفها أكثر الوسائل استخداماً في مثل هذه البحوث، وقد تم تقسيم الاستبانة على مجموعة من المحاور، استناداً إلى أهداف وتساؤلات الدراسة، وتمثلت هذه المحاور فيما يلي:

-المحور الأول: الدوافع والاشباعات المعرفية المتحققة عند طلبة الجامعة خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية .

-المحور الثاني: الدوافع والاشباعات السلوكية المتحققة للطلبة خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية .

-المحور الثالث: الدوافع والاشباعات الوجدانية المتحققة خلال حضور الطلبة للأنشطة الاتصالية الثقافية .

-المحور الرابع: مدى إدراك الطلبة للموضوعات والقضايا التي تتناولها الأنشطة الاتصالية الثقافية في الجامعة .

وعبي العامل لما هو متوقع منه، وأن يكون قادراً على تقييم الموقف وما يترتب عليه من نتائج، أي يمكنه المفاضلة بين عدة بدائل (أعمال) مختلفة لاختبار نشاط معين يحقق العائد المتوقع بحيث تتطابق مع المنفعة التي يجنيها بالفعل، والجدير بالذكر أن المنفعة التي يتحصل عليها الفرد وفقاً لهذا الأنموذج تكون مادية ومعنوية معاً.(9)

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Des- criptive Study التي تقدم معلومات عن مواقف أو سلوكيات أو اتجاهات خصائص مجموعة معينة مرتبطة بظاهرة من الظواهر المجتمعية، إذ إنها تمكن الباحث من الحصول على بيانات ومعلومات واقعية ميدانية خاصة بالأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعية من أجل تقويمها، والوقوف على أثارها في زيادة الوعي الثقافي لدى الطلبة، الي جانب رصد ووصف مواقف، أو سلوكيات، أو اتجاهات طلبة الجامعة نحو تلك الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وفي إطاره تقوم الدراسة بشكل رئيس على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للإجابة عن أهداف البحث وأسئلته، ومن ثم يساعد هذا المنهج الدراسة الحالية في التعرف إلى آراء واتجاهات الطلبة نحو الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة، ومدى قدرة هذه الأنشطة على زيادة الوعي الثقافي لديهم.

هذا بالإضافة إلى أن الاستمارة تضمنت عبارات تشكل مقاييس تعكس مدى قدرة هذه الأنشطة على زيادة الوعي الثقافي لدى الطلبة، وتكشف عن أسباب عزوف بعض الطلبة عن حضور الأنشطة التي تنظمها ادارة الجامعة.

صدق الأداة وثباتها

حرص الباحثان على التأكد من صدق الاستبانة، وذلك بعرضها على عدد من المحكمين الذين يعملون في المجال الأكاديمي في حقول الصحافة والإعلام، والإحصاء، والقياس والتقويم، وقد أبدوا عدداً من الملاحظات التي تم الأخذ بمعظمها من قبل الباحثين، لتصبح الاستبانة بعد ذلك قابلة للتطبيق على المبحوثين، وفيما يتعلق باختبار الثبات، فقد أجرى الباحث دراسة قبلية (pre-test) على ما نسبته (5%)، من عينة الدراسة للتأكد من مدى صلاحية الأداة للتطبيق، ومدى قياسها لما وضعت لقياسه، وقد استفاد الباحث من ملاحظات المبحوثين على الاستبانة، وتم تعديلها قبل توزيعها على المبحوثين بصورتها النهائية.

- المعالجة الإحصائية

تمّ تفريغ الإجابات وإدخالها إلى ذاكرة الحاسوب، باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وبعد تحليل البيانات باستخدام الرزمة الإحصائية المذكورة، استخدم الباحث التكرارات والنسب المئوية، وفقاً لأسئلة الدراسة. وفيما يلي عرض لإجابات الأسئلة ومناقشتها بحسب ترتيبها.

العرض الجدولي لصحيفة الاستبانة ونتائجها

جدول رقم (1)

يوضح مدى حرص عينة الدراسة

على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
29.2	117	نعم احرص
32.2	129	لا احرص
38.5	154	احيانا
100.0	400	المجموع

نلاحظ من الجدول السابق أن نسبة أفراد العينة الذين كانوا يحرصون على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة كانت 29.2% وأن نسبة أفراد العينة الذين لا يحرصون على حضور الأنشطة الاتصالية (الندوات، والمحاضرات، وورش العمل)، التي تقيمها الجامعة كانت 32.2%. وان نسبة افراد العينة الذين كانوا يحرصون أحيانا على حضور الندوات والمحاضرات وورش العمل التي تنظمها الجامعة كانت 38.5% .

وتعليقاً على النتائج السابقة، نلاحظ أن أعلى نسبة من افراد عينة الدراسة كانت من الافراد الذين يحرصون احيانا على حضور الندوات والمحاضرات،

ويتبين أيضاً أن ثلث مشاركات عينة الدراسة لا تحرص على حضور الفعاليات التي تنظمها الجامعة، وهذه الفئة ليست قليلة، ويجب على من يقوم بتنظيم هذه الفعاليات أن يبحث في الأسباب التي أدت إلى عزوف هؤلاء الطلبة عن حضور الفعاليات، خاصة وان أكثر من ثلث أفراد عينة الدراسة في حالة تردد في حضور تلك الفعاليات.

أما عن مدى مناسبة مواعيد عقد فعاليات الأنشطة ، فتتضح من خلال نتائج الجدول الآتي:

جدول (2)

مدى مناسبة مواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية

مع مواعيد المحاضرات

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
15.0	60	مناسبة
54.7	219	غير مناسبة
30.3	121	مناسبة إلى حد ما
100%	400	المجموع

من الجدول السابق رقم (2) يتضح أن أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة 54.7% أجمعوا على أن مواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية غير مناسبة. وان نسبة 30.3% منهم يرون أن المواعيد مناسبة إلى حد ما. ونسبة 15.0% فقط يرون انها مناسبة.

وهذه النتيجة قد تفسر لنا نتائج الجدول السابق وخاصة النتيجة الكبيرة المتعلقة بعزوف الطلبة عن حضورهم فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية. وهذه النتائج ايضا تلزم القائمين على تنظيم فعاليات الأنشطة الاتصالية باستطلاع آراء الطلاب للوقوف على وجهات نظرهم في المواعيد المناسبة لعقد هذه الفعاليات.

أما عن مدى مناسبة المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية توضحه نتائج الجدول الآتي:

جدول (3)

مدى مناسبة المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
23.0	92	مناسبة
40.75	163	غير مناسبة
36.52	145	مناسبة إلى حد ما
100.0	400	المجموع

بالنظر في بيانات الجدول السابق رقم (3) نلاحظ ان نسبة 40.75% من افراد عينة الدراسة يرون أن المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية غير مناسب، وان نسبة 36.52% منهم يرون أن المكان مناسب إلى حد ما ، وان نسبة 23.00% منهم يرون أن المكان الذي تعقد فيه الندوات مناسب. وأن ثلث أفراد العينة لا يحرصون علي حضور الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة بنسبة 32.2% في مقابل 29.2% يحرصون علي الحضور. وأن أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة 54.7% أجمعوا على أن مواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية غير مناسبة. وان نسبة 40.75% من افراد عينة الدراسة يرون أن المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية غير مناسب.

وتعليقاً على تلك النتائج السابقة نلاحظ أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة، يرون أن المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية غير مناسب، وأن هذه النتائج تعزز النتائج التي وردت في الجدول رقم (1) وأن أكثر من ثلثي عينة الدراسة يعزفون وينصرفون عن حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة، ومن ثم توجب هذه النتيجة على منظمي هذه الفعاليات عقد هذه الندوات في أماكن مناسبة تتفق واتجاهات الطلبة.

والجدول التالي يوضح لنا أسباب حرص بعض أفراد عينة الدراسة من الطلبة على حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة:

جدول رقم (4)

يوضح أسباب حرص بعض أفراد عينة الدراسة
حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة

الرقم	أسباب الحضور	التكرارات	النسبة المئوية %
1	حياتي في تفيديني معلومات على للحصول بشأنها المناسبة القرارات اتخاذ وفي العملية	132	16.35
2	المجالات كافة في المعرفي الرصيد لزيادة	94	11.64
3	المحلية الأحداث لمتابعة	69	8.55
4	الاجتماعية والقضايا المواضيع لمتابعة	65	8.05
5	الفراغ وقت وتمضية والترفيه للتسلية	67	8.30
6	في المثارة والقضايا بالموضوعات الوعي المجتمع وتكوين رأي حولها	73	9.04
7	لأنها تزودني بمعلومات عن بعض القضايا التي تحدث في المجتمع	80	9.91
8	بعض هذه الندوات تعبر عن اتجاهاتي	66	8.17
9	الشخصيات التي تحاضر أحب أن أستمع لفكارها	78	9.66
10	للتعرف إلى اصدقاء جدد من الحضور	45	5.57
11	بعض أصدقائي حريصين على حضور هذه الندوات	38	4.70
	المجموع	807	%100

بالاطلاع علي بيانات الجدول السابق رقم (4) نجد أن أهم الأسباب التي جعلت افراد عينة الدراسة الذين حرصوا على حضور الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة هو، للحصول على معلومات تفيدهم في حياتهم العملية وفي اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها،، وقد مثل هذا السبب نسبة %16.35،، يليه السبب ،، لزيادة الرصيد المعرفي في المجالات كافة ،، بنسبة %11.64 من جملة إجابات أفراد عينة الدراسة الذين يحضرون فعاليات الأنشطة الاتصالية، ثم جاء في المرتبة الثالثة السبب الخاص ،،لأنها تزودني بمعلومات عن بعض القضايا التي تحدث في المجتمع بنسبة %9.91، وفي المرتبة الرابعة كان سبب الحضور هو: ،،الحب للشخصيات التي تستضيفها الجامعة للتحدث في هذه الفعاليات، وقد مثل هذا السبب نسبة %9.66، وللحصول على معلومات تفيديني في حياتي العملي، وفي اتخاذ القرارات المناسبة بشأنه، وفي الترتيب الخامس كان بسبب ،،الوعي بالموضوعات والقضايا المثارة في المجتمع وتكوين رأي حولها إذ احتل هذا السبب نسبة %9.04 ، وفي الترتيب السادس كان السبب ،، لمتابعة الأحداث المحلية ،، بنسبة %8.55،،وللتسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ ،، بنسبة %8.30،، ولأن بعض موضوعات هذه الأنشطة تعبر عن اتجاهاتي،، بنسبة %8.17،،،، ولمتابعة الموضوعات والقضايا الاجتماعية ،، بنسبة %8.05،،، وللتعرف إلى اصدقاء جدد من الحضور ،، بنسبة

5.57% ، ، ولأن بعض أصدقائي حريصون على حضور هذه الندوات ، ، بنسبة 4.70% .
 - وتعليقاً على تلك النتائج السابقة يمكن القول أن هذه النتائج تتوافق مع نظرية الاستخدامات والإشباع التي تنطلق منها دراستنا الحالية: فكلها تصب في اطار الدوافع المتمثلة في الدوافع والاشباع المعرفية والسلوكية، والوجدانية، وإدراك الطلاب للموضوعات والقضايا التي تتناولها الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة .
 أما عن أسباب عدم حرص بعض الطلبة على حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة فتتضح من خلال الجدول التالي رقم (5)

جدول رقم (5)

يوضح أسباب عدم حرص بعض الطلبة على حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة

الرقم	المباراة	التكرارات	النسبة%
1	غير مفيدة	50	12.29
2	توقيت غير مناسب	83	21.50
3	موضوعاتها لا تنسجم مع اتجاهاتي ولا تشبع احتياجاتي ولا تلبى رغباتي	76	19.68
4	تنظيمها سيئ	45	11.65
5	لأنني لم أعرف شيئاً عن هذه الأنشطة	55	14.24
6	موضوعاتها مكررة	77	19.94
	المجموع	386	%100

نلاحظ من الجدول السابق رقم (5) ان أهم الأسباب التي يعزى إليها بعض أفراد عينة الدراسة الذين لا يحرصون على حضور فعاليات الأنشطة التي تنظمها الجامعة ، ، أنها غير مفيدة، إذ احتل هذا السبب نسبة 21.50% من جملة الاجابات، يليه السبب أن موضوعاتها مكررة بنسبة 19.94%، ثم لأن موضوعاتها لا تنسجم مع اتجاهاتي ولا تشبع احتياجاتي ولا تلبى رغباتي بنسبة 19.68%، ولأنني لم أعرف شيئاً عن هذه الأنشطة بنسبة 14.24%، ولأنها غير مفيدة بنسبة 12.29%، وجاء السبب أن تنظيمها سيئ بنسبة 11.65% في المرتبة الأخيرة.

وبقراءة متعمقة لهذه النتائج نجد أنها تقول: إن هناك اعتبارات يجب مراعاتها من خلالها يتم جذب الطلبة وتجعلهم يحرصون على حضور تلك الفعاليات التي تنظمها الجامعة، تتمثل في: اختيار التوقيت المناسب لعقد هذه الندوات، والابتعاد من الموضوعات التي سبق تناولها حتى لا تكون مكررة، وأن تكون موضوعات هذه الأنشطة تخاطب اهتمامات الطلبة وتلبي احتياجاتهم، وتشبع رغباتهم، واعلام الطلاب بموضوعات، ومواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية، والاهتمام بعملية التنظيم الجيد.

جدول رقم (6)

رؤية الطلبة في مدى أهمية الموضوعات التي تتناولها الأنشطة الاتصالية التي تنظمها

مسلسل	الفئة	التكرار	النسبة
1	نعم	152	38.0
2	لا	248	62.0
	المجموع	400	%100

الجامعة

يلحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن ثلثي عينة الدراسة أفادوا: بأن الموضوعات التي تتناولها الأنشطة الاتصالية لا تهم طلبة الجامعة، في مقابل ان نسبة 38% منهم يرون أنها تهم الطلبة. وتعليقا على هذه النتيجة يمكن القول إن هذه النتائج تؤكد نتائج الجدول رقم (1) وخاصة النتائج الخاصة بعدم حرصهم على حضور الأنشطة، والذين يحضرون بصورة غير دائمة. وهذه النتيجة تهمس في أذن القائمين على إعداد وتنظيم فعاليات الأنشطة الاتصالية، بأن يقوموا بالتواصل مع الطلبة في اختيار الموضوعات التي تشكل اهتمامات واحتياجات الطلبة قبل الاعداد لعقدتها حتى تحقق هذه الأنشطة الهدف من عقدها.

جدول رقم (7)

يوضح اتجاهات الطلبة نحو مدى قدرة الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة في تغيير بعض السلوكيات السلبية لديهم

مسلسل	الاتجاهات	التكرار	النسبة
1	بدرجة ضعيفة	257	51.7
2	بدرجة متوسطة	179	44.8
3	بدرجة كبيرة	14	3.5
	المجموع	400	%100

نلاحظ من الجدول السابق رقم (7) أن نسبة 44.8% من افراد عينة الدراسة أفادوا: بأن الأنشطة الاتصالية الثقافية التي عقدتها الجامعة غيرت سلوكياتهم السلبية بدرجة ضعيفة، وأن نسبة 51.7% من أفراد عينة الدراسة أفادوا: بأن الأنشطة الاتصالية الثقافية التي عقدتها الجامعة غيرت في بعض سلوكياتهم السلبية بدرجة متوسطة، وأن نسبة 3.5% من أفراد عينة الدراسة غيرت الأنشطة الاتصالية الثقافية التي عقدتها الجامعة في بعض سلوكياتهم السلبية بدرجة كبيرة، ومما سبق نلاحظ ان تأثيرات هذه الأنشطة في تغيير بعض السلوكيات السلبية لدى الطلبة ضعيف ومتوسط، وهذا يدل على أن هذه الأنشطة لم تؤثر كثيرا في تغيير السلوكيات السلبية لدى الطلبة، وهذا يلزم القائمين علي أمر هذه الأنشطة النظر في موضوعاتها، وأساليب عرضها، ومواعيد وأماكن انعقادها.

جدول رقم (8)

يوضح مدى الفائدة التي تعود علي الطلبة من خلال حضورهم للأنشطة الاتصالية

النسبة	التكرار	الاتجاهات	مسلسل
34.0	136	مفيدة	1
62.2	249	مفيدة إلى حد ما	2
3.8	10	غير مفيدة	3
%100	400	المجموع	

نلاحظ من الجدول السابق رقم (8) ان نسبة %34.0 من افراد عينة الدراسة كانت وجهة نظرهم في الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية مفيدة، وان نسبة %62.2 من افراد عينة الدراسة كانت وجهة نظرهم في الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية مفيدة إلى حد ما، وان نسبة %3.8 من افراد عينة الدراسة كانت وجهة نظرهم في الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية غير مفيدة، ومما سبق نلاحظ ان اعلى نسبة من افراد عينة الدراسة الذين كانت وجهة نظرهم في الموضوعات التي تقدم من خلال الأنشطة الاتصالية الثقافية مفيدة إلى حد ما.

وهذه النتائج تأتي في صالح الأنشطة الاتصالية، ولذا يجب الاهتمام بها وتنظيمها والعناية باختيار موضوعاتها، والمتحدثين والمحاضرين فيها بحيث تلبي احتياجات الطلبة، وتشبع رغباتهم.

جدول(9)

يوضح اتجاهات عينة الدراسة نحو مدى زيادة المعلومات لدى الطلبة بعد حضورهم الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة

النسبة	التكرار	الاتجاهات	مسلسل
37.5	150	زادت بدرجة كبيرة	1
53.7	215	زادت بدرجة متوسطة	2
8.8	35	لم أستفد	3
%100	400	المجموع	

من الجدول السابق رقم (9) نلاحظ ان نسبة %37.5 من افراد عينة الدراسة يرون أن معلوماتهم بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية زادت بدرجة كبيرة، وان نسبة %53.7 من أفراد عينة الدراسة أن معلوماتهم بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية زادت بدرجة متوسطة، وأن نسبة %8.8 من افراد عينة الدراسة يرون أن معلوماتهم بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية لم يستفيدوا منها شيئاً، ومما سبق نلاحظ أن أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة الذين زادت معلوماتهم بعد حضورهم للأنشطة الاتصالية الثقافية بدرجة متوسطة.

وهذه النتائج تؤكد النتائج التي جاءت في الجدول السابق رقم (8) مما يلزم ادارة الجامعة الاهتمام

بهذه الأنشطة، وتوفير الإمكانيات اللازمة لنجاح مثل هذه الأنشطة.

جدول رقم (10)

يوضح الشخصيات التي يرغب الطلبة في أن تشارك في الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة

مسلسل	الشخصيات	التكرارات	النسبة %
1	شخصيات رياضية	95	15.57
2	وزراء في الحكومة	99	16.22
3	أعضاء في مجلس الأمة	85	13.93
4	أطباء	79	12.95
5	علماء ومفكرين	69	11.31
8	فنانين مشهورين	108	17.70
9	شخصيات معارضة سياسية .	75	12.29
	المجموع	610	%100

بقراءة بيانات الجدول السابق نلاحظ أن أهم الشخصيات التي يريد الطلبة في فعاليات الجامعة، تمثلت في: الفنانين والمشهورين، حيث جاءت هذه الشخصيات في الترتيب الأول بنسبة 17.70% من جملة اجابات عينة الدراسة، يليها شخصيات الوزراء في الحكومة، حيث جاءت في الترتيب الثاني بنسبة 16.22%، ثم الشخصيات الرياضية بنسبة 15.57%، والأعضاء في مجلس الأمة بنسبة 13.93%، والاطباء بنسبة 12.95%، وشخصيات مجلس الامة المعارضة بنسبة 12.29%، وجاء في الترتيب الأخير شخصيات العلماء والمفكرين بنسبة 12.29% من جملة اجابات عينة الدراسة.

وتعليقا على هذه النتائج يمكن القول إن اتجاهات الطلاب تميل نحو التنوع في الشخصيات حتى يكتسبوا معلومات متنوعة تثري تفكيرهم وتنير عقولهم، وهذه النتائج هي دعوة للمنظمين في تنوع الشخصيات التي يتم استضافتها، كي يقبل الطلاب علي تلك الفعاليات التي تنظمها فتعم الاستفادة لدي الطلبة، وتحقق الجامعة أهدافها من واء تنظيم هذه الأنشطة والفعاليات التي تعقدها.

جدول رقم (11)

يوضح الأنشطة الاتصالية الثقافية التي حرص الطلبة على حضورها

مسلسل	أنشطة الاتصالية	التكرارات	النسبة %
1	ندوات ومحاضرات عن قضايا المجتمع	96	17.58
2	ندوات ادبية (قصة ، شعر، رواية ، نقد ادبي)	73	13.36
3	ندوات ومحاضرات صحية	61	11.17
4	ندوات ومحاضرات سياسية	72	13.18
5	ندوات ومحاضرات بيئية	60	10.98
6	ندوات ومحاضرات اجتماعية (العنف المجتمعي، العادات التقاليد ، القيم).	99	18.13
7	ندوات ونشاطات فنية	85	15.56
	مجموع التكرارات	546	%100

بالنظر في بيانات الجدول السابق يمكن القول إن أهم الندوات التي يحرص الطلاب على حضورها بالترتيب هي تلك الأنشطة المتمثلة في أنشطة الندوات والمحاضرات الاجتماعية (العنف المجتمعي، العادات التقاليد ، القيم) إذ احتل هذا النشاط نسبة %18.13 من جملة إجابات عينة الدراسة، يليه النشاط الخاص بالندوات والمحاضرات المتعلقة بقضايا المجتمع بنسبة %17.58، ثم الأنشطة الفنية بنسبة %15.56، والأنشطة الصحية بنسبة %13.36، والأنشطة السياسية بنسبة %13.18، والأنشطة المتعلقة بالصحة بنسبة %11.17، وفي الترتيب الأخير الأنشطة المتعلقة بالبيئة بنسبة %10.98 وبناء على هذه النتائج وجب على منظمي الأنشطة التي تعقدها الجامعة أخذ هذه النتائج في الحسبان حتى تستطيع جذب الطلاب لحضور هذه الندوات.

جدول رقم (12)

يوضح وسائل الاتصال التي عرف الطلبة من خلالها الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة

مسلسل	الوسائل	التكرارات	النسبة %
1	الملصقات	85	12.80
2	رسائل البريد الالكتروني	69	10.39
3	رسائل MS	55	0.82
4	اعلانات الجائط	84	12.65
5	اللافتات	61	0.91
6	البوابة الالكترونية للجامعة	56	0.84
8	خلال الزملاء والأصدقاء	70	10.54
9	خلال اعضاء هيئة التدريس في المحاضرات	68	10.24
11	خلال الصحيفة الالكترونية للجامعة	50	0.75
12	خلال شبكات التواصل الاجتماعي	66	0.99
	المجموع	664	%100

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول السابق أن أهم المصادر التي عرف منها الطلبة فعاليات الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة بالترتيب تمثلت في الملصقات بنسبة %12.80 من جملة إجابات عينة الدراسة، يليها اعلانات الجدران بنسبة %12.65، ثم الزملاء والأصدقاء بنسبة %10.54، ورسائل البريد الالكتروني بنسبة %10.39، واعضاء هيئة التدريس في المحاضرات بنسبة %10.54، وشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة %0.99، واللافتات بنسبة %0.91، والبوابة الالكترونية للجامعة بنسبة %0.84، ورسائل MS بنسبة %0.82، واخيرا من خلال الصحيفة الالكترونية للجامعة بنسبة %0.75. وهذه النتائج تقول على الادارة التركيز في أهم الوسائل التي حظيت بنسبة كبيرة من جملة اجابات عينة الدراسة من الطلبة ولعل أهمها الملصقات، واعلانات الجدران.

جدول رقم (13)

اتجاهات الطلبة نحو الغاء الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة

مسلسل ل	الفئة	التكرار	النسبة
1	نعم	111	27.7
2	لا	289	72.3
	المجموع	400	%100

من الجدول السابق رقم (13) نجد أن نسبة 72.3% من اتجاهات الطلبة نحو الغاء الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة، تميل إلى استمرارها، في مقابل نسبة 27.7% من جملة اجاباتهم تميل الى الغائها.

وهذه النتائج تدل علي اهتمام الطلبة بهذه الأنشطة، وأنها ذات قيمة لديهم، ودليل على نجاح الجامعة وسياستها في تنظيم تلك الأنشطة.

نتائج الدراسة:

- 1- أن ثلث أفراد العينة لا يحرصون علي حضور الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة بنسبة 32.2% في مقابل 29.2% يحرصون علي الحضور.
- 2- أن أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة 54.7% أجمعوا على أن مواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية الثقافية غير مناسبة.
- 3- ان نسبة 40.75% من افراد عينة الدراسة يرون أن المكان الذي تعقد فيه فعاليات الأنشطة الاتصالية غير مناسب.
- 4- أن هذه الأنشطة حققت الأشباعات والاحتياجات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية للطلبة الذين حرصوا علي حضور الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة، حيث أشار الطلاب إلى أن أهم أسباب حرصهم تمثلت في: الاشباعات والاحتياجات المعرفية، والسلوكية المتمثلة في قولهم أن سبب الحرص على الحضور هو: للحصول على معلومات تفيدني في حياتي العملية وفي اتخاذ القرارات المناسبة بشأنه، ولزيادة الرصيد المعرفي في المجالات كافة، ولأنها تزودني بمعلومات عن بعض القضايا التي تحدث في المجتمع.ثم تحققت الاشباعات الوجدانية وذلك من خلال قولهم إن سبب الحضور هو: الحب للشخصيات التي تستضيفها الجامعة للتحديث في هذه فعاليات الأنشطة الاتصالية. وللتسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ ، ، ولأن بعض موضوعات هذه الأنشطة تعبر عن اتجاهاتي، وهذه النتيجة تحقق فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات التي انطلقت منها الدراسة.
- 5- أن أهم أسباب عدم حرص بعض الطلبة وعزوفهم عن حضور فعاليات الأنشطة الاتصالية التي

تنظمها الجامعة تمثلت في: عدم الاستفادة منها، وأن موضوعاتها مكررة، وانها غير متوافقة مع اتجاهات الطلبة ولا تشبع احتياجاتهم ولا تلبي رغباتهم، الى جانب عدم معرفتهم بمواعيد انعقادها، وسوء تنظيمها.

6- أن ثلثي عينة الدراسة أفادوا بأن الموضوعات التي تتناولها الأنشطة الاتصالية لا تهم طلبة الجامعة، في مقابل ان نسبة 38% منهم يرون انها تهم الطلبة. وأن تأثير هذه الأنشطة في تغيير السلوكيات السلبية بصورة ضعيفة.

7- أن أهم الشخصيات التي يريد الطلبة حضورها في فعاليات الجامعة، تمثلت في: الفنانين والمشهورين، يليها شخصيات الوزراء في الحكومة، والأعضاء مجلس الأمة، والاطباء، وشخصيات مجلس الامة المعارضة والعلماء والمفكرين.

8- ان اتجاهات الطلاب تميل نحو التنوع في الشخصيات، والموضوعات حتي يكتسبوا معلومات متنوعة تثري تفكيرهم وتثير عقولهم.

9- أن نسبة 72.3% من اتجاهات الطلبة نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها الجامعة، تميل إلى استمرارها، في مقابل نسبة 27.7% من جملة اجاباتهم تميل الي الغائها. توصيات الدراسة:

- على إدارة الجامعة الاهتمام بهذه الأنشطة، وتوفير الإمكانيات اللازمة لنجاح مثل هذه الأنشطة، والاهتمام بها وتنظيمها والعناية باختيار موضوعاتها، والمتحدثين والمحاضرين فيها بحيث تلبي احتياجات الطلبة، وتشبع رغباتهم.

- عقد هذه الأنشطة في أماكن وتوقيتات مناسبة تتفق واتجاهات الطلبة.

- الابتعاد من الموضوعات التي سبق تناولها، وأن تكون موضوعات هذه الأنشطة تخاطب اهتمامات الطلبة وتلبي احتياجاتهم وتشبع رغباتهم، واعلام الطلاب بموضوعات ومواعيد عقد فعاليات الأنشطة الاتصالية، والاهتمام بعملية التنظيم الجيد.

- على إدارة الجامعة أن تقوم بعمل استطلاعات رأي الطلبة للوقوف على الموضوعات التي تشكل اهتمامات واحتياجات الطلبة قبل الاعداد لعقدتها حتى تحقق هذه الأنشطة الهدف من عقدها.

- تنويع الشخصيات التي يتم استضافتها، كي يقبل الطلاب علي تلك الفعاليات التي تنظمها فتعم الاستفادة لدي الطلبة، وتحقق الجامعة أهدافها من وراء تنظيم هذه الأنشطة والفعاليات التي تعقدتها.

- التركيز في الملصقات، واعلانات الجدران في إعلام الطلبة بأماكن ومواعيد عقد هذه الأنشطة .

الهوامش

- (1) سامية محمد جابر: منهجيات البحث الاجتماعي و الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د س ن ، ص 335.
- (2) حسن عماد مكاوي و ليلي حسن: الاتصال و نظرياته المعاصرة ، (القاهرة: الدار اللبنانية 2002)
- (3) Communication Theories Werner J. Sevenrin , James W. Tankard , JR Copy-right 2010 P:p 293:302
- (4) <http://businesscasestudies.co.uk/tesco/motivational-theory-in-practice-at-tesco/.maslow-and-herzberg.html>
- (5) [/http://www.the-happy-manager.com/tips/maslow-motivation-theory](http://www.the-happy-manager.com/tips/maslow-motivation-theory)
- (6) GILAD CHEN, ROBERT E. PLOYHART, HELENA COOPER THOMAS, NEIL ANDERSON, PAUL D. BLIESE, THE POWER OF MOMENTUM: A NEW MODEL OF DYNAMIC ELATIONSHIPS BETWEEN JOB SATISFACTION CHANGE AND TURNOVER INTENTIONS, Academy of Management Journal, 2011, Vol. 54, No. 1,PP 159-181
- (7) Conway, Joseph C. & Rubin, Alan, ,,Psychological predictors of T.V. viewing motivation.,, Communication Research, vol.18, No.4, 1991, pp.343-344
- (8) حسن عماد مكاوي و ليلي حسن: الاتصال و نظرياته المعاصرة ، (القاهرة:الدار اللبنانية 2002)
- (9) Francis Green, Well-being, job satisfaction and labour mobility, Labour Economics, vol 17,2010, pp 897-903, on line: www.elsevier.com/locate/labeco

**إدارة عملية تشكيل الصورة الذهنية لحركة فتح
إعداد الباحث: الدكتور توفيق عبد العزيز محمد ابو جراد
محاضر بجامعة غزة
القاهرة 2019**



ملخص البحث

تعدُّ حركات التحرر من القوى الرئيسة التي تعتمد عليها الدول المحتلة لنيل حقوقها واستقلالها، فتستطيع من خلال مقاومة الاحتلال ان تحافظ على مكانتها بين جماهيرها وكذلك تشكيل صورتها الجيدة محليا ودوليا، لذا تهدف هذه الورقة البحثية الى القاء الضوء على الدور الذي تقوم به الدوائر الإعلامية في حركة التحرير الوطني الفلسطيني فتح في تشكيل صورتها الذهنية الإيجابية لدى الشعب الفلسطيني والشعوب الأخرى، ورصد الجهود التي تبذلها في مواجهة جهود الدعاية الإسرائيلية لتشويه صورة حركات التحرر الفلسطينية، كما تعالج الورقة دور وسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية لحركة فتح وأهمية الصورة الذهنية لحركة فتح التي تقود الجهود السياسية من اجل نيل حقوق الشعب الفلسطيني وقد استخدم الباحث عينة من القائمين بالاتصال ممثلين بالقيادات الاعلامية التي تحدد السياسات الاعلامية وتدير مؤسسات الاعلام في حركة فتح، وبعد المقابلة المقننة مع الشخصيات توصلت الدراسة إلى أن ادارة ملف الاعلام في حركة فتح بحاجة الى تنظيم اكثر وترابط وتنسيق بين هيئاتها، كما ان وسائل الاعلام التابعة للحركة بحاجة الى تمويل من قبل الحركة حتى تستطيع الايفاء بالتزاماتها تجاه الجمهور التابع للحركة، كما اكدت نتائج الدراسة بان وسائل الاتصال لحركة فتح لا تقوم بواجباتها في تغطية الفعاليات والانشطة التي تقوم بها الحركة وخصوصا في قطاع غزة بسبب قلة الدعم المالي وكذلك الوضع الامني في غزة، وتوصلت الدراسة إلى ان حركة فتح لديها كفايات علمية في مجال الاعلام ولكن لا يتم توظيفهم بالشكل الجيد للعمل في مؤسسات الاعلام التابعة للحركة.

Abstract

The liberation movements are considered as one of the major forces that occupied countries depend on to proclaim their basic rights and independence. It is through resistance to occupation that it maintains its status and forming positive image domestically and internationally. However, it is the intention of this research paper to highlight the potential role played by media services in the Palestinian national liberation movement of Fatah, also in shaping a positive upsetting of the Palestinian population as well as other peoples, and in monitoring its efforts against Israel's propaganda. The research also examines the role of media in framing a mental upsetting of Fatah movement, as well as its significant role which is leading efforts to achieve Palestinian's rights. The researcher used a sample of The Communicators as representatives media leaders who determine the policies and manage the media organisations in Fatah movement. The study after concluded that the media file management in Fatah movement needs more organization, coherence and coordination between its facilities. Besides that it needs funding from the movement to meet its commitments to its public. The results of the studies also confirmed the movement's means of communication are with Fatah do not fulfill its duty in covering the activities it carries out for the movement, especially in Gaza strip owing to a lack of financial support as well as the security situation in Gaza. It also found that Fatah has scientific qualifications in the field of media, but they are not explained to work in the media organisations of the movement.

مقدمة

تعدُّ إقامة علاقات ودية بين حركة فتح والجمهور الداخلي والخارجي المستهدف والمتوقع من اهم ما تحرص عليه الحركة لبناء صور ذهنية إيجابية نحوها وكفاية أدائهم واهمية دورها وجدواها وابرز دليل على أهمية هذا التأثير اهتمام حركة فتح بتشكيل لجان خاصة بالإعلام والاتصال في مختلف حياتها القيادية وكذلك إقامة محطات الراديو وانشاء مواقع على الانترنت واطلاق فضائية وتطبيقات الهاتف المحمول للتفاعل مع الرأي العام وحرصها على الظهور بصورة طيبة في جميع الأنشطة الاتصالية المتعلقة بها وتحسين صورتها باستمرار بوصفها حركة تحرر وطني تمثل الشعب الفلسطيني من خلال قيادتها لمنظمة التحرير الفلسطينية الممثل الشرعي للشعب الفلسطيني.

وتكتسب وسائل الاتصال لحركة فتح أهمية كبرى في تكوين الصورة الذهنية في حياة الشعب الفلسطيني بسبب انتشارها الواسع وقدرتها البالغة على الابهار والاستقطاب إذ تمُدُّ هذه الوسائل الفرد بالمعلومات المختلفة عن مناحي الحياة كافة وتعد مصدراً مهماً للمعلومات والمعرفة إذ يقف المواطن يومياً أمام طوفان من الأخبار ووجهات النظر والصور والعناوين والتحليلات التي من شأنها أن تؤدي الى خلق وتدعيم صور ذهنية وتساعد المواطن في تكوين تصور للعالم المحيط. فهذه الوسائل تقدم المعلومات والمواقف في القضايا المعيشة كافة وتوجيه الجمهور بالطريقة التي تتوافق مع سياستها الإعلامية والايديولوجيات التي تحكمها.

أهداف الورقة:

1. القاء الضوء على دور الناطقين الإعلاميين في تحسين صورة حركة فتح.
2. التعرف إلى الخطة الإعلامية لحركة فتح من اجل الحفاظ على صورتها الإيجابية.
3. تحديد الأنشطة الاتصالية لبناء صورة حركة فتح.
4. التعرف إلى دور وسائل الاعلام في تشكيل صورة حركة فتح.
5. توضيح مصادر تكوين الصورة الذهنية لحركة فتح.

أهمية الورقة:

1. تنبع أهمية الورقة البحثية من أهمية حركة التحرير الوطني الفلسطيني فتح التي تقود النضال الفلسطيني من خلال قيادتها لمنظمة التحرير الفلسطينية وكذلك السلطة الوطنية الفلسطينية.
2. مساعدة قيادة حركة فتح في تقييم الأداء الإعلامي الراهن من خلال معرفة الطرائق والأساليب الحديثة في تكوين الصورة الذهنية للأحزاب السياسية.
3. تعدُّ اللجان الإعلامية إحدى ركائز العمل التنظيمي لحركة فتح التي شكلت لجانا إعلامية في مؤسسات الحركة كافة من الخلية وهي اصغر تجمع حتى اللجنة المركزية وهي اعلى اطار قيادي في الحركة.

4. وجود مكاتب إعلامية لحركة فتح في العديد من الدول يعطي أهمية للعمل على تشكيل صورة ذهنية ايجابية للحركة في هذه الدول.

5. اهتمام الباحث بتطوير الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها اللجان الإعلامية في الحركة، إذ إن الباحث يعمل في مجال الاعلام الحركي داخل الحركة.

المشكلة البحثية:

تحدث المشكلة البحثية في / أهمية الدور التي تقوم به حركة التحرير الوطن الفلسطيني كحركة تحرر على المستوى المحلي والدولي والذي يتطلب التفاف جماهيرا حولها وتعزيز الصورة الإيجابية التي تتمتع بها، إذ ولدت حركة فتح انطلاقا من حاجات الواقع الفلسطيني وتطور برنامجها ليجسد الوطنية الفلسطينية، وإرادة الشعب الفلسطيني في رده على التحدي واللجوء وضياع الهوية، ومحاولة البعض من تشوية الصورة الإيجابية التي تتمتع بها محليا وإقليميا ودوليا، واصبح استمرار فتح مرهونا بمدى استمرارها في التجاوب مع ضروريات تلبية حاجات الواقع الفلسطيني وهذا يتطلب عملا كبيرا من قيادة الحركة من اجل الحفاظ على صورتها التي تكفل لها الدعم الداخلي والخارجي، ولذلك تتمحور المشكلة البحثية في مدى الدور الذي تقوم به الدوائر الإعلامية لحركة فتح في تحسين صورتها والحفاظ على الصورة الإيجابية لدى الجمهور.

نوع الدراسة:

تعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة، وهذا البحث يستهدف جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ثم تجميعها وتفسيرها.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الميداني، وهو المسح بالعينة لقيادة حركة فتح المسؤولة عن ملف الاعلام، ويستخدم الباحث من خلال هذا المنهج على مسح عينة من مسؤولي الاعلام لمعرفة مدى اهمية الاعلام وما المشكلات التي تواجهها الحركة في تنفيذ برامجها وما البرامج التي تستخدمها في التأثير في الرأي العام من خلال وسائل الاتصال لحركة فتح .

أدوات جمع البيانات:

سيعتمد الباحث على المقابلة المقننة مع مسؤولي ملف الاعلام في الحركة وهم اعضاء اللجان العليا في المجلس الثوري لحركة فتح ومفوضي الاعلام في الاقاليم.

العينة:

قابل الباحث عددا من مسؤولي الاعلام في حركة فتح وكان عددهم 10 وكذلك أرسل الاسئلة إلى بعض المسؤولين الموجودين في الضفة الغربية وفي الخارج لعدم القدرة على الوصول اليهم وعددهم 5.

الإسرائيلي معتمدة على الكفاح المسلح من خلال حرب الشعب طويلة الأمد لإنشاء واقع جديد يعيد القضية الى صورتها الحقيقية وقد حرصت حركة فتح منذ انطلاقتها على ان تكون اطارا جامعاً لكل أبناء الشعب الفلسطيني بكل توجهاته السياسية بعيداً من اللون السياسي والتوجه الأيديولوجي الواحد().

الصورة الذهنية لحركة فتح:

اهتمت الدراسات الإعلامية بصورة الأحزاب والقيادات السياسية في بعض الشعوب وتأثيرها في صورة الشعب الذي ينتمون اليه من ناحية، وتأثيرها على السلوك الجماهيري إزاء هذه القيادات والأحزاب السياسية داخل شعوبهم من ناحية ثانية().

ويشير هذا المصطلح إلى الارتباط الوثيق بين الإتصال والصورة الذهنية، حيث يعرف قاموس ويبستر كلمة (Image) بأنها تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة، ويشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شيء معين().

تجمع أفكارهم وأهدافهم، حيث اجتمع عدة أشخاص منهم في العاشر من تشرين الأول عام 1959 في الكويت، حيث جرى التأسيس الأول لحركة فتح، واتفق على النظام الداخلي واستراتيجية فتح ووسائل عملها وتمويلها، إذ اتفق مسبقاً على البرنامج السياسي في مطلع 1958 من خلال اتصالات شخصية أو بواسطة مراسلات . وقد صاغ المؤسسون وثيقتين تأسيسيتين هما هيكل البناء الثوري وبيان الحركة، واتفقوا على الاسم فتح، وعلى جذور بنيتها التنظيمية. وتوالت الاجتماعات لقيادة الحركة وتركزت على تاريخ الإعلان عن الانطلاقة وكان الاقتراح ان يكون الانطلاق عسكرياً ضد الاحتلال الإسرائيلي وقد كانت عملية عيلبون التي فجر فيها خزان المياه القطري في الأراضي المحتلة هي إعلان انطلاق حركة فتح، حيث أعلنت قوات العاصفة في 1/1/1965 انطلاق حركة فتح().

ان انطلاق حركة فتح كانت بداية جديدة من الصراع العربي

تعريف حركة فتح: يعرفها عثمان أبو غربية أحد مؤسسيها، بأن حركة التحرير الوطني الفلسطيني ، فتح، هي حركة سياسية وطنية ثورية طليعية جماهيرية مستقلة الإرادة.

نشأة حركة فتح

إن البداية الفعلية لتأسيس نواة حركة فتح بدأت في حقبة الخمسينات عندما بدأ عدد من الطلاب الفلسطينيين الذين كانوا يدرسون في مصر بالتجمع في إطار ما سمي اتحاد طلبة فلسطين في القاهرة، حيث يعملون على إنشاء تجمع فلسطيني يكون ناطقاً باسم الفلسطينيين، ولأما لشملهم، فقد وُجد هؤلاء الطلبة في الاتحاد ملجأً ومدخلاً لتنفيذ ما كانوا يتطلعون إليه، وقد كان لهذا التجمع الشبابي الطلابي أثر ملموس وواضح في تجمع الطلبة ضمن إطار موحد ناطق باسمهم، معبراً عن نظرتهم وآرائهم().

وكانت المرحلة الثانية من مرحلة التكوين هي انتقال هؤلاء الطلبة الذين نجحوا في

يعرفها علي عجوة بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام معين، أو شعب، أو جنس بعينه، أو مؤسسة، أو منظمة محلية أو دولية، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير في حياة الإنسان، وتتكون الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه، أو يقدرونه على أساسها)

ويعرفها (Timothy) على انها بيئة متكاملة من المعاني والسمات التي تحضر الى عقل الفرد عند ذكر شيء معين، وهذه السمات ليست صادقة بالضرورة، كما انه من الخطأ الاعتقاد أن الصورة الذهنية تجمع سمات مشتتة لا يمكن الجمع بينها في ذهن الفرد، حيث تتمتع

هذه السمات بدرجة من الثبات وتعتمد على الخبرة. ().

أهمية الصورة الذهنية لحركة فتح

تكتسب الصورة الذهنية تجاه الأحزاب السياسية أهمية خاصة من خلال تأثيرها في الرأي العام السائد نحو مختلف الجوانب ذات العلاقة بالحياة السياسية، حيث تقوم الصورة من خلال تأديتها لوظائفها النفسية والاجتماعية بدور رئيس في تكوين الرأي العام وتوجيهه بوصفها مصدراً لآراء الناس واتجاهاتهم وسلوكهم، وانطلاقاً من العلاقة بين الصورة الذهنية وتكوين الرأي العام للمجتمع فإنه يفرض على الأحزاب السياسية أن تهتم بدراسة الصورة السائدة عنها في مختلف طبقات المجتمع من أجل التمهيد لوضع الاستراتيجيات الكفيلة بتشكيل صور إيجابية عن هذه الأحزاب () ومنها حركة فتح لتكفل وجود رأي عام مناصر لقضاياها ومواقفها ودعمها

بشأن أنواع الدعم في الظروف المختلفة لترتبط أهمية صورة حركة فتح لدى الجمهور الفلسطيني في كافة أماكن وجوده بأهمية أصل وجود الحركة وأهدافها وغاياتها ونظراً لأن إدراك الفرد لما حوله يبقى منوطاً بمدركاته وقدراته الحسية والذهنية فإن في الأغلب لا يستطيع ان يحيط بحقيقة الأشياء من حوله بشكل كامل إلا بحدود معارفه وتصورات ومدرجاته ليشكل صورة ما عن تلك الأشياء () وقد أدركت حركة فتح منذ تأسيسها أهمية صورتها في أذهان الجماهير التي تشكل الداعم الرئيس لها في مواجهة التحديات فعملت على اتباع السياسات ورسم الخطط الكفيلة بتكوين صورة إيجابية على النحو الذي تتمناه، كما برزت أهمية صورة حركة فتح على المستوى العربي والدولي كحركة تحرر وطني تدافع عن قضايا شعبها، وعملت على تهيئة المناخ النفسي الملائم لتحقيق الأهداف الوطنية الفلسطينية ()

وتكمن أهمية الصورة الذهنية للأحزاب الفلسطينية في

أنها تؤدي دوراً مهماً في حياة الشعب، إذ يفترض أن يكون لدى الجماهير صور عديدة عن أحزابهم، هذه الصور ليست بالضرورة إيجابية فقد تكون ايجابية أو سلبية تبعاً لسياسة الحزب ومدى توافق برنامجه السياسي مع تطلعات الشعب وتوفير متطلبات المواطنين لذلك فإن الصورة الذهنية الإيجابية مهمة جداً لحركة فتح وذلك نحتاج إلى استراتيجية اتصالية لبناء صورتها كما نحتاج إلى زيادة قدرة القيادات والناطقين الاعلاميين في ارسال وسائل إيجابية تشكل صورة فتح لدى الجمهور ()

وعلى مستوى دولة كفلسطين في إطار سعيها لنيل حريتها وتحقيق استقلالها فإن الصورة الذهنية تزداد أهميتها بأهمية صورة القيادات السياسية الفلسطينية وتأثيرها في صورة الشعب الفلسطيني من ناحية وتأثيرها في السلوك الجماهيري إزاء هذه القيادات داخل الشعب وتمثل الصورة الذهنية للقيادة الفلسطينية أهمية كبرى لأنها تنقسم بين صورة القيادة

الحاكمة لدى شعبها ودول العالم الأخرى وتأثير صورة القيادة في صورة الدولة التي تحكمها بالإضافة إلى أهمية صورة القيادة لدى أعضاء حركة فتح التي تسعى الى تكوين صورة طيبة متميزة في أذهان أبناء الحركة وكذلك الجمهور الخارجي ()

أي أن الصورة الذهنية للقيادة تعد غاية في الأهمية على المستوى الداخلي لتكوين رأي عام مساند لحركته وكذلك قيادته للشعب الفلسطيني وعلى المستوى الخارجي لتكوين علاقات دولية جيدة ، إذ تؤثر الشخصيات القيادية بالأنظمة السياسية فقد كانت لشخصية الزعيم الراحل ياسر عرفات اثر واضح في تكوين صورة حركة فتح بالنسبة للدول المناصرة للقضية الفلسطينية وكذلك دول الغرب من ناحية أخرى فنجاح حركة فتح في بناء صورتها الإيجابية يحتم عليها بذل جهد كبير في المحافظة على تلك الصور ، وعملية المحافظة يستلزم تواصل دائم مع الجمهور، كما ينبغي لحركة

مصادر تكوين الصورة الذهنية
لحركة فتح

الخبرات المباشرة: يعدُّ احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والمؤسسات مصدراً مباشراً لتكوين الانطباعات الذاتية عن

شخص أو حزب سياسي أو دولة وهذه الخبرة المباشرة (Direct experience) أقوى في تأثيرها في عقلية الفرد وعواطفه إذا أحسن توظيفها وهذه مهمة أجهزة الاعلام في تعاملها المباشر ()

ان المكاتب الإعلامية لحركة فتح المنتشرة في الدول العربية والغربية ومن خلال الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها بوسعها رسم الصورة الذهنية عن حركة فتح وعن فلسطين لدى الدول التي توجد فيها هذه المكاتب إذا أدركوا أن جهودهم وأنشطتهم مؤدية بالنهاية أعلى انطباع لدى الجمهور الذي يتعامل مع أنشطة هذه المكاتب. ()

ونظراً للوضع الفلسطيني وخصوصية حالته السياسية والاقتصادية نجد أن الوفود العربية والدولية تكثرت من خلال الجولات السياسية في قطاع غزة، وكذلك السياحة الدينية في الضفة الغربية والقدس لذلك نجد أن أجهزة الاعلام التابعة لحركة فتح عليها مسؤولية كبيرة في التواصل

معهم وتكوين انطباعات جيدة عن فلسطين وحركة فتح وأعضائها وبرامجها بشكل كامل. الخبرات غير المباشرة: ان ما يتعرض له الفرد من رسائل شخصية يسمعها من الأصدقاء ووسائل الاعلام المختلفة عن أحزاب او اشخاص لم يرههم أو يسمع منهم مباشرة تعد هذه الخبرات منقولة وغير مباشرة (mediated experience) تساعد في تكوين الانطباعات التي تشكل الصور الذهنية النهائية وفي مثل هذا النوع من الخبرات تؤدي وسائل الاعلام دوراً أساسياً في تكوين الاتجاهات التي تشكل الناتج النهائي للصورة الذهنية ()

لذلك نجد أن وسائل الاتصال المحمولة من حركة فتح تعمل بشكل متواصل لرسم الصورة الإيجابية للحركة في اذهان الجماهير وتستفيد أيضاً من المكاتب الحركية المهنية كالمحامين والمعلمين والصحافيين الخ في إيصال رسالة الحركة للجماهير وتشكيل الصورة المرغوبة. تأثير الصورة الذهنية الإيجابية

لحركة فتح أصبحت الصورة الذهنية الإيجابية من أهم العوامل التي تساعد على تحقيق نجاح المنظمات إذ تعمل حركة فتح وغيرها من حركات التحرر الوطني على بناء صورة جيدة لها داخليا وخارجيا على المستوى الداخلي لحركة فتح , تسعى الحركة لتحقيق العديد من الآثار الإيجابية أهمها:

1. زيادة نشاط العاملين في الاطر الحركية داخل فتح وزيادة قدراتهم الانتاجية إذ ثبت أن هذه القدرات تتزايد كلما تزايد رضا الاعضاء عن الحركة وكلما كانت صورتها لديهم ايجابية تزايد اعتزازهم وفخرهم بها وبذلك يتطور العمل وتستطيع الحركة أن تنفذ برامجها.
2. تساعد الصورة الذهنية الإيجابية على انخفاض المشكلات التي تواجهها القيادات الميدانية كما تؤدي الى ارتفاع الروح المعنوية للأعضاء الأمر الذي يلقي بظلاله على زيادة النشاط والكفاية لدى الأعضاء ()
3. تساعد الصورة الإيجابية لحركة فتح على جذب

المستقلين واخراتهم في صفوف الحركة وكذلك رغبة المنظمات المحلية في العمل المشترك مع ملاكات واعضاء الحركة ()

4. تؤدي الصورة الايجابية للحركة الى ابراز الدور الايجابي لقيادة الحركة وسهولة التواصل والاتصال بين العاملين في هياكل الحركة ومؤسساتها مما سهل عملية اتخاذ القدرات الصحيحة ورسم الخطط الطموحة.

5. تشجيع القيادة والاعضاء على تحقيق المزيد من النتائج الجيدة من اجل تحقيق الاهداف الكبيرة ()

أما على المستوى الخارجي فان الصورة الذهنية الايجابية لحركة فتح من الممكن ان تحقق العديد من المزايا أهمها:

1. زيادة ثقة الجمهور فيما تقدمه حركة فتح من خدمات للشعب الفلسطيني وكذلك تعزيز الدور الذي تقوم به من قيادة الحركة في التعامل مع القضايا المحلية والدولية.

2. تؤدي الصورة الذهنية الايجابية لحركة فتح الى

زيادة تعرض الجماهير لخطابها وزيادة امكانيات تقبل الجمهور لهذا الخطاب والاقتناع بأهمية الدور السياسي والاجتماعي والاقتصادي التي تقوم به حركة

3. زيادة فرص الاتصال الحواري بين حركة فتح والجمهور مما يؤدي الى زيادة فرص تقييم الاداء وتطوير العمل داخل الحركة حتى تحقق الاهداف التي يرغب فيها الجمهور

4. الصورة الايجابية للحركة تؤدي دورا في تقليل تأثير الازمات التي يفتعلها اعداء حركة فتح ويتنامى استعداد الجماهير للتريث قبل اصدار الحكمة على الحركة في اوقات الازمات

5. صورة فتح الايجابية تعمل على زيادة المشاركة الجماهيرية في الانشطة والفعاليات التي تقوم بها الحركة مما يطور العلاقة الطيبة بين الحركة وجمهورها.

6. صورة فتح الايجابية تعمل على دعم جهود الحركة الدبلوماسية التي تدافع من خلالها عن القضية الفلسطينية وجلب الدعم لها.

7. تعمل الصورة الايجابية

لحركة فتح على اقناع المؤسسات الدولية بأهمية الدور السياسي الذي تلعبه فتح كرائدة للعمل السياسي الفلسطيني وقوة تمثيلها للشعب الفلسطيني. ()

العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية لحركة فتح

الصورة الذهنية تتشكل بفعل العديد من العوامل المهمة التي تؤثر فيها وفي كيفية وصولها لدى الجماهير ومن هذه العوامل

اولاً: عوامل شخصية

السمات الذاتية لمستقبل المعلومات مهمة جداً في كيفية استقبالها وكيفية التعامل معها فالتعليم، الثقافة، القيم والاتصالات الفردية، وقدرته على امتصاص وتفسير المعلومات لها الأثر الكبير في تكوين ملامح الصورة الذهنية ()

ويعد الانتماء الحزبي ودرجة دافعية الفرد واهتمامه بالمعلومات المقدمة عن الموضوعات والمواقف المسبقة تجاه حركة فتح تعد من العوامل الشخصية المهمة التي تؤثر في تشكيل صورة حركة فتح لدى الفرد المستهدف .

ثانياً// عوامل اجتماعية

تعد الجماعات الأولية كالأُسرة والأصدقاء من العوامل المؤثرة على الشخص المستقبل للمعلومات والتي بدورها تعمل على تشكيل الصورة عن الأحزاب والمنظمات كما تؤثر ثقافة المجتمع والقيم السائدة فيه بشكل كبير في الصورة الذهنية لدى افراد المجتمع ()

لذلك تحرص مؤسسات حركة فتح من خلال لجانها الاجتماعية والتعبئة الفكرية على التأثير بشكل مباشر في الأسرة من خلال الأنشطة والفعاليات وكذلك توجد بهيكلية الحركة لجان متخصصة للمرأة والاشبال والزهرات مما يؤثر جميعاً في صورة الحركة لدى الأسرة من أجل العمل على تربية وطنية على وفق الرؤية التي ترغب فيها حركة فتح.

ثالثاً://عوامل إعلامية

تعدُّ الوسائل الإعلامية من اكبر المؤثرات التي تستطيع أن تشكل الصورة وتعززها وكذلك تغييرها، لما لها من قدرة في التأثير على الرأي العام وعمليات التنشئة الاجتماعية والسياسية

وتكوين الاتجاهات لقدرتها على كل ما يتعلق بالفرد والجماعة. ومن هذا المنطق نرى أن الجهود الاتصالية التي تقوم بها حركة فتح تؤثر بشكل كبير في صورتها وكذلك الجهود الإعلامية للأحزاب المنافسة لحركة فتح لها الأهمية الكبيرة في التأثير على صورة فتح كما أن التغطية الإعلامية للأحداث والفعاليات والأنشطة التي تقوم بها حركة فتح ومدى سلبيتها أو إيجابيتها تؤثر بشكل كبير على صورة فتح لدى الجمهور ويؤثر حجم الاهتمام من قبل وسائل الاعلام لأخبار الحركة في مستوى التشكيل لصورة الحركة ومن العوامل الإعلامية التي تؤثر في تشكيل الصورة الذهنية لحركة فتح :

- (1) الاحداث والوقائع الحالية :** مثل الأحداث السياسية المتلاحقة التي تستهدفها الساحة الداخلية الفلسطينية أو الأحداث الدولية التي تؤثر على القضية الفلسطينية فهذه الأحداث وغيرها مهمة في تشكيل صورة حركة فتح ()
- (2) الاحداث المتراكمة :**

ويستغرق تأثير هذه الأحداث مدة طويلة من الوقت وتتكون من عدة مكونات وأحداث صغيرة يومية أو شبه اسبوعية، أولاً يظهر تأثيرها إلا عندما تكتمل أو تقترب من الإكتمال ، ومن هنا تظهر خطورة وسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية الذهبية للأحزاب والأفراد والمؤسسات وجعلها تشكل الإطار الدلالي لديهم عن طريق المعلومات والآراء التي تنشرها ().

رابعاً: عوامل تنظيمية :

وتشمل استراتيجية إدارة حركة فتح التي تعكس ثقافة الحركة والأنشطة الكلية التي تشمل الاتصالات الداخلية بين مؤسسات وأعضاء وقيادة الحركة وكذلك الاتصالات الخارجية بين الحركة والجمهور الخارجي ، كما أن للرسائل الاتصالية عن حركة فتح المنقولة عبر وسائل الاتصال الجماهيرية دور مهم في تشكيل انطباعات الجمهور عنها وهذا ينطبق إلى حد كبير على الاتصالات الشخصية المباشرة بين القيادات والأطر الحركية مع الجمهور الخارجي وتشارك الأعمال والخدمات الاجتماعية

التي تقوم بها الحركة لخدمة الشعب الفلسطيني في كسب ود الجماهير وصولاً لبناء الصورة المرغوبة عن حركة فتح ()

خامساً: قوة الصورة

تعدُّ قوة الصورة من العوامل المهمة في قدرة الصورة الذهنية للصمود أمام المتغيرات فكما كانت الصورة الذهنية حديثة التكوين وغير مكتملة الأجزاء والعناصر وغير مترابطة، كانت فرصة إحداث التغيير فيها أكثر احتمالاً وسهولة، كما ان طريقة استقبال الرسائل وتركيزها في توقيت واحد يزيد من احتمالات تغيير صورة القائمة ويجعلها أضعف في مواجهة المعلومات المغيرة، كما ان الرسائل التي تحمل تقيماً لصاحب الصورة تكون أسهل وصولاً وأكثر قدرة على التغيير ()

إدارة الأنشطة الاتصالية لبناء صورة حركة فتح

يمكن تقسيم برامج حركة فتح من اجل تشكيل صورتها لدى الجمهور في الأنشطة الاتصالية التالية ():

- المجالات الإعلامية: /

1. دعوة الإعلاميين والخارجي والصحفيين وقادة الرأي والشخصيات الاعتبارية لحضور الفعاليات والأنشطة التي تقيمها حركة فتح بهدف التعرف إلى أنشطة ومشروعات الحركة.

2. الحرص على اجراء المقابلات الإعلامية مع قادة الحركة لتوضيح موقف الحركة في القضايا المطوَّحة وكذلك ابراز الإنجازات التي تقوم بها حركة فتح على الصعيد السياسي والاقتصادية والاجتماعية والعلمية والرياضية كافة.

3. تفعيل دور لجان التصوير في الأقاليم من خلال تصوير المناسبات والفعاليات والأنشطة التي تقوم بها الحركة وتزويد وسائل الاعلام بها.

4. الإعداد لإجراء اللقاءات التلفزيونية والاذاعية وترتيب ظهور قادة حركة فتح في وسائل الاعلام المحلية والدولية كافة.

5. التنسيق مع القنوات الإعلامية لتغطية كل أنشطة الحركة على المستوى الداخلي

6. الحرص على تطوير وسائل الاعلام التابعة للحركة وكذلك الحرص على ان تستخدم حركة فتح كل الوسائل الاتصالية المتاحة.

النشر: متاحة للحركة

لاستغلالها لصالح الحركة.

(1) اعداد التقارير الإخبارية في الاحداث كافة.

(2) عمل ملفات صحفية عن حركة فتح تزود بها الجهات المعنية.

(3) اعداد الكتيبات والنشرات التي تخص الحركة ومتابعتها وطباعتها وتوزيعها على الجهات المعنية.

(4) اصدار مجلات بلغات اجنبية وتوزيعها على المسؤولين ورجال الاعلام وتفعيل دور المكاتب الإعلامية للحركة في العالم.

(5) اصدار نشرات دورية إخبارية تتضمن ما ينشر عن حركة فتح.

الرصد والتحليل:

1. متابعة اخبار حركة فتح وإبراز الإنجازات التي تتحقق بصورة مستمرة وتنشرها في

- وسائل اعلام الحركة والوسائل الأخرى.
2. توثيق الأنشطة التي تنظمها الحركة أو التي تشارك فيها في وسائل الاعلام كافة وتكوين مكتبة سمعية وبصرية متكاملة.
3. تحليل ما ينشر عن الحركة وتصحيح ما يرد خطأ عنها في وسائل الاعلام العالمية.
4. تجميع وتحليل المعلومات المتصلة بالحركة وتزويد مختلف الوكالات وكذلك مساعدة الباحثين الذين يحتاجون اليها في اختصاصات تتصل بالبحث عن قضايا تخص الحركة.
- المجالات التعليمية والأكاديمية:
- (1) تطوير العلاقة بين الحركة والمؤسسات العلمية كالجامعات ومراكز البحث العالمي وتفعيل دور المكاتب الحركية التابعة للحركة في الجامعات كافة للعمل على تحسين صورة الحركة
- (2) اجراء بحوث تقويمية لصورة حركة فتح وتحديد مدى الرضا عن أداء حركة فتح في مختلف قطاعاتها.
- 3) عقد دورات تدريبية للعاملين في هياكل الحركة وتطوير قدراتهم في المجالات كافة.
- 4) اجراء بحوث تقويمية منظمة لمعرفة مدى تأثير الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الحركة وتطويرها.
- إدارة الصورة الذهنية لحركة فتح لأهمية صورة حركة كحركة تحرر وطني، وما تحققه هذه الصورة من أهداف وطنية والتفاف جماهيري حولها، تعمل الحركة بالاتصال بجمهورها لبناء صورة مرغوبة ومواجهة الصورة غير المرغوب فيها وتقوم إدارة الصورة الذهنية على:
1. خلق الصورة
- تبدأ هذا المرحلة عندما تكون المنظمة قيد التأسيس، حيث تعمل على تشكيل صورتها الإيجابية، وتعد هذه المرحلة من أصعب المراحل التي واجهت حركة فتح لتطلع الجمهور الفلسطيني والعربي لما ستقوم به حركة فتح وماهية أهدافها واستراتيجيتها الوطنية وعلاقتها بالأمة العربية ونظرتها للصراع العربي الإسرائيلي. ولهذا الغرض قامت حركة فتح بإنشاء وسائل اعلام كالإذاعة والصحف والمجلات واستغلال المنابر الإعلامية العربية الصديقة مثل صوت العرب والإذاعات العربية التي ناصرت القضية الفلسطينية لتوضيح أهدافها ورسم صورتها الإيجابية لدى الجماهير ().
2. المحافظة على الصورة اذا ما نجح الحزب أو الحركة الوطنية في خلق صورة إيجابية له، يتوجب عليه ان يحافظ عليها وهذه العملية تحتاج الي عملية اتصال مستمر مع الجمهور ()، فبعد نجاح حركة فتح في خلق صورة ذهنية إيجابية لها بعد التأسيس جراء عملها المقاوم ضد الاحتلال الإسرائيلي فإن عليها ان تحافظ على هذه الصورة؛ إذ تحتاج هذه المرحلة إلى اتصال مباشر ومستمر مع الجمهور، حيث عملت على تعزيز دور لجانها الإعلامية في المناطق الفلسطينية وفتح كافة وكانت إعلامية في غالبية الدول من أجل المحافظة على الصورة الإيجابية ويتطلب أيضاً من الحركة ان تحصل

على معلومات عن ردود فعل الجماهير ومدى رضاهم عن أداء الحركة ()

3. استعادة الصورة:

وهي تحدث عندما تعاني المؤسسة او الحزب السياسي أزمات داخلية أو خارجية تعمل على زعزعة صورتها لدى الجماهير()فقد عانت حركة فتح أزمات عديدة على مر تاريخها النضالي مثل انشقاق مسؤول حركة فتح العراق جبريل البنا أبو نضال عام 1974 كما واجهت الحركة الكثير من الأحداث خلال تمثيلها للشعب الفلسطيني، فقد عمل الخصوم السياسيين على تشويه صورة حركة فتح من خلال بث الرسائل المعادية للحركة نظراً لمواقفها من بعض الأنظمة العربية وكذلك قراراتها المتعلقة بالصراع العربي الإسرائيلي، فاستغل الخصوم المنابر الإعلامية للتقليل من دور حركة فتح النضالي واستمر ذلك من خلال استغلال بعض المؤسسات الإعلامية الفلسطينية والعربية المناهضة لحركة فتح ومن تحالف معهم عربياً ودولياً لذلك يجب ان

تحرص حركة فتح على صياغة استراتيجية اتصالية لاستعادة صورة حركة فتح وقت الأزمات والمحافظة عليها.

مراحل إدارة الصورة الذهنية لحركة فتح

الأساليب والتكتيكات لإحداث التأثير المطلوب في تلك الجماهير.

وقد حددت ٥٥٥٥ عشر مراحل

() لتحديد استراتيجيات إدارة الصورة الذهنية وهي

1. تحديد فلسفة وأهداف ورؤية حركة فتح To define philosophy goals vision for future ويتطلب ذلك البحث والتفكير الدقيق لكي تتلاءم استراتيجية وفلسفة واهداف ورؤية حركة فتح مع متطلبات المرحلة والتغيرات في القضية الفلسطينية، تلك العمليات يجب ان تتضمن قرارات قيادة الحركة ممثلة باللجنة المركزية والمجلس الثوري والحصيلة النهائية توجه للجمهور المستهدف. ()

2. الإعلان عن رسالة ورؤية

حركة فتح () Develop Mis-

sion vision statement for

Fatah movement

يجب تحديد فلسفة حركة فتح وقيمها ومبادئها وأهدافها الأساسية والاعلان عنها بشكل علني للجمهور والاعلان عن أي

تشكيل صورة ذهنية قوية لحركة فتح يقع على عاتق قادة الحركة واللجان الإعلامية في مؤسساتها التي تتمثل استراتيجيتهم في توضيح أهدافها وتطوير القيم المشتركة بينها وبين الجمهور وتنفيذ البرامج بشكل متكامل لإنجاز تلك الأهداف التي يتطلب نجاحها في مد جسور التعاون بين القيادة في مختلف مواقعها ومع الجمهور والمؤسسات والدول والمنظمات كافة التي تجمعها علاقات مشتركة () وذلك بالاستعانة بالاتصالات التسويقية المتكاملة من خلال مسؤولي ملف الاعلام في حركة فتح والتسويق المباشر لإيصال رسالة الحركة للجماهير الفاعلة، ولتحقيق هذا التفاعل لا بد من صياغة مجموعة من الاستراتيجيات التي بدورها تدعم الخطوط العريضة لتنفيذ

تعديل في الأهداف فور تغييرها الحالية والصورة الذهنية المرغوبة وكيفية تعديلها في الأطر الرسمية للحركة المرغوبة، فمن الضروري تحديد 3. مراجعة الاستراتيجيات بشكل واضح الصورة الذهنية الاتصالية لحركة فتح وتقييم السابقة التي توجد بالفعل في اذهان مجموعات معينة او مجتمع معين اذا اردنا إضافة , Review , Evaluate Cor- , porate communication , strategies , materials تعديلات جديدة عليها().

يتطلب البحث بدقة لمراجعة تحليل الصورة الذهنية وتقييم الاستراتيجيات للمنافسين: من المهم أن تعرف والأساليب الاتصالية التي تعكس الحركة صورة المنافسين لها من رسالة حركة فتح وأهدافها الأحزاب الفلسطينية وكذلك خلال مدة طويلة، وتقييم أي الثغرات التي تحاول اخفائها او تغييرات ممكن ان تؤثر في التخلص منها وتحليل مواطن الوسائل الاتصالية، وجمع ردود القوة والضعف لديهم. وتؤدي أفعال الجماهير المستهدفة وسائل الاتصال الخاصة بحركة لقياس مدركاتهم وتفسيرها فتح دورا مهما في تشكيل صورة وقد يتطلب إعادة تعديل في الأحزاب والمنظمات والدول، إذ استراتيجية الحركة لاستخدامها لتطرح (A strategic Action Plan) ويتم تقييم الصورة الذهنية ان التخطيط الجيد يؤدي الى للحركة باستخدام التحليل نجاح برامج الصورة الذهنية من المقارن Comparative ana- لتثبيت تصوراتها النابعة من خلال دراسة خصائص الجمهور الفلسطيني وكذلك الجمهور المستهدف بشكل عام حيث لysis لتحليل نقاط القوة والضعف على النحو الآتي :

تحديد ملامح الصورة الذهنية والأحزاب والدول. تحليل مواطن الضعف والقوة المرغوبة: على دوائر صنع القرار في الحركة تحديد نسبة الذهنية لا بد من تحليل مواطن الضعف والقوة لحرارة التي تعمل كإنذار مبكر. في الماضي والحاضر وتوصيف وتستخدم نتائج التحليل الاختلافات بين الصورة الذهنية كمدخلات للتخطيط للصورة

المرغوبة وكيفية تعديلها وتحديد الوقت التي تستغرقها في تعديل الصورة الذهنية، ومراجعة الصورة الذهنية نظام معقد، فالتقييم لا يشمل فقط استخدام أساليب القياس والتقييم، ولكن أيضاً القيام بمراجعة سمات الممارسات التنظيمية، ومراجعة التكتيكات والاستراتيجيات الاتصالية، وتحليل عناصرها الأساسية من أجل تصحيح أفعال الحركة، وتعديل أو تدعيم صورتها الذهنية وصولاً إلى تحقيق الصورة الذهنية المرغوبة.

4. وضع خطة عمل استراتيجية تنفيذية Develop (A strategic Action Plan) ان التخطيط الجيد يؤدي الى نجاح برامج الصورة الذهنية من خلال دراسة خصائص الجمهور الفلسطيني وكذلك الجمهور المستهدف بشكل عام حيث تعدد الفئات التي يجب دراستها كل فئة على حده وتكون الأولوية للجماهير التي تحتاج الى معرفة واختبار معظم الوسائل المناسبة التي تحمل معاني سهلة. فالصورة المثالية للحركة لا تكتسب مصادفة، ولكنها

معهم وسهولة إقناعهم () كما تضخمت مهمة القيادة المركزية لحركة فتح ، فلم تعد الرسالة الإعلامية موجهة للمجتمع المحلي إذ اتجهت الوظيفة القيادية للاطر العليا في الحركة نحو المجتمع الإقليمي والدولي، إذ مكن التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال الجماهيري القيادة من الوصول الى المواطنين كافة داخل فلسطين وخارجها () .

8. استمرارية العمليات- going process صناعة الصورة الذهنية التي ترغب فيها حركة فتح لن تتوقف مع الوقت داخلياً وخارجياً، ويجب مراجعتها في أوقات منظمة وذلك عند إعادة تقييم الاستراتيجية والتكتيكات ومقارنتها مع النتائج التي أنجزت لذلك على حركة فتح مراعاة نتائج التقييم ومدى توافقها مع التوقعات أو حاجتها للتعديل.

9. الحفاظ على الصورة الذهنية وقت الأزمات () من الضروري الحفاظ على الصورة الذهنية لحركة فتح من التأثيرات السلبية لأي أزمات قد تتعرض لها، عن طريق التخطيط لإدارة الأزمات المحتملة قبل حدوثها، وهذا التخطيط يكلف حركة فتح الوقت والجهد وكثيراً من النفقات كما أنها تستغرق وقتاً طويلاً لمعرفة النتائج إلا انها عامل مساعد للحفاظ على الصورة الذهنية لحركة فتح.

10. المتابعة المستمرة للعمليات اليومية Ongoin Daily Tas () تشكيل صورة ذهنية إيجابية لحركة فتح لا يعني نهاية العمل، بل يجب العمل على الحفاظ عليها ومراقبة الرسائل الإعلامية التي تُرسل للجماهير ومتابعة ما يقال عن الحركة في وسائل الاعلام وتحليل أثر هذه المعلومات في الصورة. نحو خطة اعلامية هادفة لحركة فتح فتح بحاجة لوجود خطة إعلامية واضحة المعالم بسياساتها واستراتيجياتها تأخذ بالاعتبار المواطن كمستقبل وأداة فعل وطني، وخطة تدعم هذا الجهد على ساحة العمل الوطني والسياسي فالمواطن هو الرصيد الأساسى للوطن فلا يجب ان يشعر بالفراغ المعلوماتي حتى لا يتقبل المعلومات من مصادر غير معروفة أو موجهة فيكون عرضة للإشاعة وتأثير اعلام الآخر وينطبق ذلك أيضا على الرأي العام الدولي فيجب ان لا تتركه عرضة لتأثير الاعلام الإسرائيلي او حتى الاعلام المسيطر عليه من قبل أعداء القضية الفلسطينية فيجب ان تبذل حركة فتح جهوداً مضاعفة للتأثير في الرأي العام الإقليمي والدولي لأنه المؤثر والقادر على ان يدعم حقنا، وهو قوة لها تأثيراتها في حكوماتها. وان أي رسالة او خطة يجب ان تأخذ بعين الاعتبار مجموعة من الاتجاهات ومجالات العمل ونوردها كآلاتي: البعد المحلي، البعد الوطني الشامل (الشتات والداخل الفلسطيني)، البعد العربي، البعد الإسرائيلي، البعد الدولي

أولاً : البعد المحلي: وهو الشعب الفلسطيني صاحب القضية وبصفته الأداة الأهم في تحقيق الهدف، () فهناك حاجة لتحسين المواطن الفلسطيني

بصياغة اعلام محلي عبر وسائل الاتصال المتاحة، يحتاج ذلك الى تفعيل دور المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تستهدف نشر القضايا الداخلية ووضع حلول لها من خلال رؤية الحركة وأهدافها، كذلك يجب تفعيل دور إذاعة موطني التابعة لحركة فتح كي تصل الى المحافظات الفلسطينية كافة ليكون المواطن الفلسطيني متاحاً للرسالة الإعلامية لحركة فتح كذلك اصدار مجلة او جريدة خاصة بحركة فتح قادرة على تغطية الفعاليات والأنشطة الحركية كافة ومعالجة القضايا برؤية فتاوية كما تحتاج الى تطوير الأداء المهني في فضائية عودة وزيادة الملاك الإعلامي فيها ليستطيع تغطية الفعاليات كافة وتوسيع الخطة البرمجية كما تحتاج حركة فتح الى فصل الأداء الإعلامي لها عن الاعلام الرسمي للسلطة الفلسطينية لاختلاف الخطاب السياسي والمحلي بين فتح والسلطة

الاعتبار المواطن الفلسطيني في الشتات القسري وداخل الأراضي المحتلة عام 1948 فلا ينبغي ان تكون الجغرافيا حاجزاً أمامهم في معرفة وتواصل الفلسطيني مع وطنه ولدى تجمعات شعبنا إكمانيات التحرك وسط المجتمعات التي تعيش فيها ومثل هذا التحرك امر ضروري يساند الخطة على الصعيد المختلفة وهذا يحتاج الى تفعيل دور مكاتب الاعلام في الخارج إذ أغلقت العديد من المكاتب التي كانت عاملة قبل انشاء السلطة الوطنية الفلسطينية وانقطع التواصل الإعلامي الإداري بين الشتات والداخل، كذلك يجب على المواقع الإلكترونية الفتاوية الاهتمام بقضايا فلسطيني الخارج وان تجعل جسرا للتواصل بينهم وبين الداخل().

مؤيد للحق الفلسطيني وداعم لتطلعاته في التحرير وإقامة دولته، لذلك يجب النظر بشكل جدي لجماهير امتنا العربية بصفاتها العمق الاستراتيجي للقضية الفلسطينية، () ومن دون ثقلها ووزنها يكون التأثير محدودا للغاية، إذ تعدُّ فلسطين قضية العرب الأولى، فنحن جزء من هذه الامة لنا ما لها وعلينا ما عليها تجمعنا القيم والثقافة والدين والعادات، وقضية فلسطين ما تزال مركز الحدث القومي بالنسبة إلينا وإليها و تفعيل هذا البعد من خلال الرسالة الإعلامية الموجة للجماهير العربية والعمل على التأثير فيهم من اجل الضغط على حكوماتهم لمواصلة دعم القضية الفلسطينية().

رابعا: البعد الإسرائيلي:

ويعد من الابعاد المهمة في الصراع الفلسطيني الإسرائيلي فوسائل الاتصال أكبر حركة فلسطينية يجب ان يهتم بالتأثير في المجتمع الإسرائيلي ومحاولة زعزعة الثقة في حكوماتهم والضغط عليهم من اجل السلام كذلك مواجهة

ثالثاً: البعد العربي:

ان المهام الموكلة على الاعلام الفتاوي على المستوى العربي هي اضخم من تلك المهام على الصعيد الوطني، ولكن ما يجعل المهمة ممكنة هو وجود تيار جماهيري عربي

ثانيا: البعد الوطني الشامل:

حيث يجب ان يؤخذ بعين

ويرى الباحث أن الاعلام الإسرائيلي والامريكي مسؤولاً عن تشكيل صورة غير مرغوبة عن الأحزاب والحركات الفلسطينية لدى الرأي العام الدولي والترويج لسلبياتها وتدعيم الرافضين لوجودها الى حد كبير.

على الرغم من ان الاعلام يساعد على التقريب بين الشعوب وتحقيق السلم والأمن بينها إلا انه يستخدم أيضاً أداة لشن حروب نفسية ومشكلات لا حصر لها ويكفي ان تنظر الى مكانة بعض الكتاب في العالم واقترابهم من صانعي القرارات بكتابتاتهم العنصرية ضد القضية الفلسطينية وتزداد أهمية الاعلام وتتضاعف مكانته في ظل انفراد قوة واحدة مهيمنة على مقدرات العالم وتكيل الاتهامات جزافاً لأي قوة تعارضها سواء المنظمات الدولية أو الأحزاب التي تتوافق مع سياساتها وأن البديل هو ازاحتها واستبدالها بأحزاب مطيعة، بما يؤثر في مستقبل الأحزاب السياسية بازدياد التغطية السلبية لها ()

ان وسائل الاعلام في ظل خصائصها الراهنة وخصائص المجتمع تؤدي دوراً كبيراً في تكوين الصور لدى الأفراد وفي نقلها إليهم، وهي تتبع في ذلك أساليب مختلفة وطرقاً متعددة، فالرأي العام يتفاعل بوسائل الاعلام ويتأثر بها وتزداد مساحة الدور الذي تقوم به في حياته في مختلف المجالات خاصة في مجال تشكيل الاتجاهات والصورة التي يصدر من خلالها الرأي العام احكامه حول الأفراد والشعوب والدول

ينبغي الا نتجاهل القوة الهائلة التي تتمتع بها وسائل الإعلام الأمريكية والإسرائيلية في تشكيل رؤية وإدراك الأفراد للشعوب المنتمة

الدعاية التي تقدمها المؤسسة الإسرائيلية من بيانات ومعلومات مغلوبة وكاذبة تختفي فيها الحقائق وتشوه النضال الفلسطيني وهذه الدعاية التي يتم توجيهها داخليا وخارجيا من اجل كسب الرأي العام الدولي لذلك على حركة فتح ان تواجهه هذا التأثير. ()

خامسا: البعد الدولي:

نظرا لأهمية إيجاد رأي عام دولي مساند وداعم لنضالنا، يستوجب تحرك اعلامي فاعل على هذا الصعيد آخذين بعين الاعتبار خصائص المجتمعات المختلفة التي نخاطبها ويتطلب ذلك تفعيل دور المفوضين الإعلاميين في الأقاليم الخارجية في كل دولة وكذلك إعادة اصدار النشرات الإعلامية في الخارج التي كانت تصدرها مكاتب الحركة مواجهة الاعلام المضاد لحركة فتح

يمكننا القول إن العملية الإعلامية الفلسطينية تشتد صعوبتها مع تعدد اطراف معسكر الأعداء لشعبنا وقضيتنا، وهذا يعني تعدد الجبهات التي يجب ان تتم عليها العملية الإعلامية الفلسطينية، فهي مضطرة لمواجهة عدد من الأطراف التي تتمتع بالقوة الإعلامية الكبيرة وادواتها الفاعلة على المستوى الداخلي والخارجي.

وان التشويه والتزييف المعلوماتي من بين أهم آليات الاعلام لبناء الصورة الذهنية، فتستهدف إجراء تعديلات على عناصر الصورة في اتجاهات معينة تحقيقاً لأهداف محددة كما قد تقوم وسائل الاعلام بصنع صفات إيجابية أو سلبية والصاقها بأحزاب أو دول ويتم التعامل معها جماهيرياً بوصفها صفات ثابتة وغير قابلة للمراجعة ()

يعدُّ الوقت الذي يقضيه الفرد في القراءة والمشاهدة والاستماع أو تصفح الأنترنت مهماً في كسب المعلومات والخبرات الحياتية فوسائل الاعلام تضعهم في قلب الاحداث وتجعلهم يعايشون القضايا والموضوعات المختلفة , لذلك فإن الصورة الذهنية لدى حزب سياسي تتأثر بالمعلومات والمضامين التي تثبتها وسائل الاعلام الجماهيرية ()

وتثق الجماهير في وسائل الاعلام للحصول على المعلومات والاخبار والتعلم والترفيه حيث تلجأ إليها لمعرفة الحقائق وأحدث المستجدات وما يمكن ان يكون مهماً وما ينبغي الاهتمام به () لذلك نجد تأثير وسائل الاعلام كبيراً في الافراد وسلوكياتهم وتساعدهم على تكوين تصور للعالم الذي يعيشون فيه () حيث تعد وسائل الاعلام بالنسبة إلى الكثير من الجمهور النافذة السحرية التي يطلون منها على العالم وتخلق صوراً في أذهانهم عن الواقع وهذا الواقع يشكل تفكير الجمهور وسلوكهم تجاه الاحداث الخارجية وتكاد تجمع الدراسات الاعلامية على أهمية دور الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجماهير في شتى المجالات من خلال ما تتسم به وسائل الاعلام من خصائص تشمل الانتشار السريع والواسع والاستيلاء على وقت الافراد وهذه الخصائص من شأنها أن تجعل وسائل الاعلام مصدراً للشعور بالمشاركة وعدم العزلة وتعد وسائل الاعلام من عوامل الادراك المعرفي لدى الجمهور لأنها تقدم المعلومات وتوجهها بالطريقة التي ترغب فيها كما أنها تقوم

الى اتفاقات مختلفة ومنها فلسطين، اذ ان وعي ومعرفة الأفراد بالشعوب الأخرى يعتمد بشكل كبير على الصور التي تقدمها وسائل الاعلام بغض النظر عن مدى دقة هذه الصور وحجم التبسيط او التحريف الذي تقوم به وفي مواجهة عمليات التضليل والتشويه التي كان يمارسها الاعلام المعادي لشعبنا وقضيتنا من انكار لحقوق الشعب الفلسطيني ومحاولة تصوير المواطن الفلسطيني ومن ثم العربي على انه ذلك الهمجي المتخلف غير المتحضر، وفي مواجهة هذا التضليل ومع تمكن حركة فتح والمنظمات الفلسطينية من مقارعة الاحتلال بأشكال النضال كافة ومنها المقاومة المسلحة والجهد الدبلوماسي الذي اسفر على انضمام فلسطين في العديد من المؤسسات الدولية، وقد ترافق هذا النهوض السياسي الفلسطيني بجهد اعلامي متواصل بحيث اصبح اسم فلسطين معروفاً على الصعيد العالمي ومرتبلاً بقضية شعب طرد من ارضه، ويعترف المجتمع الدولي بان هناك شعباً فلسطينياً يمتلك حقوقاً ويأتي في مقدمتها حقه في تقرير مصيره بنفسه.

الا ان تطورات هذه الصورة التي رسمت عن فلسطين التي استندت الى نضالات وتضحيات الجماهير الفلسطينية والعربية في مواجهة الاحتلال الإسرائيلي، ونشاطاته الإعلامية أصبحت بحاجة الى تغيير نوعي مترافق مع جهد نوعي متميز لتطوير نشاطها الإعلامي ()

دور الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية لحركة فتح

بتنشيط المعارف الجديدة وتقديمها للجمهور في جرعات سهلة لعدم قدرة أي فرد على ملاحظة سبيل المعلومات الجاري تقديمه وسائل الاعلام بصفة مستمرة ()

فوسائل الاتصال لحركة فتح تقوم بدور مهم وجوهري في نقل المعلومات المختلفة لجميع القطاعات الجماهيرية التي تستهدفها ولم يعد دورها يقتصر على ثقل المعلومات فقط بل أصبحت تؤدي دورا لا يستهان به في رسم الصور وتشكيلها لحركة فتح وكذلك للأحزاب الفلسطينية الاخرى والدول والمنظمات على سواء.

فقد أصبحت وسائل الاعلام ومن ضمنها وسائل الاعلام التابعة لحركة فتح والسلطة الفلسطينية جزءا من حياة الشعب الفلسطيني بأطيافه كافة , وأصبحت سلاحا وسلطة تحمل دلالات الى المتلقي حيث تنقل له مجموعة من المعاني بهدف التأثير فيه وتحريك مواقف وإزاء القضايا التي تتبناها تشكيل صورة ذهنية مرغوبة حيث تعمل الصور على تشكيل معارف ومعلومات وادراك الفرد نحو الموضوعات المختلفة ()

ودور وسائل الاتصال لحركة فتح لا يقف عند صنع الصورة لدى جمهور الحركة بل تقوم بتنظيم هذه الصورة وطبعها في أذهان جماهير الشعب الفلسطيني والخارجي أيضا وساعدت ثورة المعلومات التي نعيش فيها اليوم إلى زيادة هائلة في كم ونوع المعلومات مما يساعد الفرد في تغيير وتجديد الصور المختزلة في ضوء المستوى المعرفي المتاح في المجتمع ()

وتؤدي وسائل الاتصال لحركة فتح دورا مهما في

تدعيم الصورة الذهنية الموجودة مسبقا لدى أذهان الجمهور فنضفي عليها بعدا أوسع نطاقا وثقة اضافية ويكون دور وسائل الاتصال لحركة فتح في تدعيم صورتها اكثر من دورها في تغيير أو تعديل هذه الصورة حيث تشكلت صورتها منذ تأسيسها وطراً تغيرات عليها بين الايجابية والسلبية ولكن تثبت في كثير من الأذهان صورة الحركة من خلال مواقفها الوطنية وقيادتها للشعب الفلسطيني لذلك تعمل هذه الوسائل على تدعيم هذه الصورة مع الاخذ بالاعتبار محاولتها لتعديل الصورة في حالة الازمات أو ما تعرضه وسائل الاعلام التابعة للأحزاب المنافسة أو وسائل اعلام تتعارض مع الاهداف الوطنية فيحتاج ذلك الى تعديل الصورة .

كما تؤدي وسائل الاتصال لحركة فتح في خلق صور ذهنية عن الموضوعات الجديدة التي لا يمتلك الفرد عنها أي معلومات.

ان الصورة التي تقدمها وسائل الاعلام تؤثر في عملية صناعة القرارات لدى الافراد فالسلوك السياسي يعتمد على الصورة الذهنية والعملية السياسية هي عملية اتخاذ قرار وتأني استجابة للصورة الذهنية التي تكونها وسائل الاتصال في المجتمع وهناك ارتباط وثيق بين الصورة الذهنية والقرار , فبمقدار دقة الصورة لدى صانع القرار تكون آراؤه وتصرفاته ناجحة وبقدر عدم صدق الصورة لديه يكون الاخفاق في التواصل الى الاختبارات الصحيحة والملائمة بين البدائل المختلفة ()

وتشكل الصورة الذهنية لحركة فتح من تأثير تعرض الجمهور للرسائل الاتصالية المنقولة عبر وسائل الاعلام المختلفة سواء في شكل حملات اعلامية منظمة من الحركة أو من الاخرين وهي في

اجمالها اتصالات إقناعية تحقق وسائل الاعلام تتسم بالتحيز والتأثير فيهم. ومخاطبة الجمهور الخارجي التغذية الاعلامية للجمهور بكل ما يتعلق بالحركة () وعدم الثقة وتزداد خطورة ذلك اذا ما علمنا ان الصورة الذهنية ومع دخول وسائل الاتصال الحديثة التي استخدمتها حركة فتح لمواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الاخبارية الالكترونية وتطبيقات الهاتف المحمول بالإضافة الى التلفزيون والاذاعة والصحف اصبحت هذه الوسائل عاملا مهما في تكوين اتجاهات الجمهور بناء على الملاحظة والمشاهدة والتقليد لما يراه الجمهور عبر هذه الوسائل فتعمل حركة فتح على تشكيل صورتها وصورة الاحزاب الاخرى وكذلك الدول على اختلاف نوعية العلاقة التي تجمعها بالحركة ويتضح مما سبق ان قدرة وسائل الاتصال الجماهيرية تزداد في تكوين الصورة الذهنية إزاء الموضوعات التي تتسم بندرة المعلومات المتوفرة لدى الافراد حولها خاصة اذا كانت المعلومات تلقى المصادقية والثقة لدى الافراد مما يزن تأثيرها ولكن هذا لا ينفي ان تلك الصورة التي تم تشكيلها في ضوء المعلومات التي توفرها

وسائل الاعلام تتسم بالتحيز وعدم الثقة وتزداد خطورة ذلك اذا ما علمنا ان الصورة الذهنية تعد الاطار النفسي العام لاتخاذ القرارات ()

نتائج الدراسة /

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج المهمة ومنها

1. اكد القائمون بالاتصال في قيادة ملف الاعلام بجرعة فتح بان ميزانية ملف الاعلام غير كاف لتلبية احتياجات هذا الملف المهم.
2. ان وسائل الاتصال لحركة فتح لا تقوم بتغطية الانشطة والفعاليات كافة التي تقوم بها الحركة في الاماكن كافة.
3. ان الاتصال المباشر بين قيادات الحركة والجمهور الداخلي والخارجي لا يرتقي لمكانة الحركة وان الحركة بحاجة الى تفعيل دور الاتصال المباشر من اجل شرح الموقف الحركي للجمهور.
4. هناك عجز واضح في استغلال الكفايات العلمية والاعلامية التي تتمتع بها الحركة وخلل في توظيفهم بشكل جيد لخدمة الحركة.
5. لا وجود لقنوات اتصالية باللغات المختلفة من اجل

مخاطبة الجمهور الخارجي والتأثير فيهم. وجود مكاتب اعلامية في الدول الخارجية له اهمية كبيرة ولكنه لم يستطع الوصول الى الجماهير كافة ولم يرتق عمله لمرحلة التأثير في صنع القرار في الدول الموجودة فيها هذه المكاتب.

7. حركة فتح بحاجة الى تفعيل دور الاتصال المباشر الافقي بين المناطق والاقاليم لزيادة النقاش والتحليل والعمل على ايجاد حلول للمشكلات التي تواجه الحركة.

8. الانقسام الفلسطيني اثر بشكل كبير في اداء اعلاميي الحركة في غزة وهو السبب الاكبر لاجلاق مؤسسات الحركة الاعلامية.

الخاتمة والتوصيات

اهتمت الورقة البحثية بتقديم رؤية عن اهم العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية لحركة فتح والجهود المبذولة من قبل قادة الحركة لتحسين الصورة في ظل الكم الكبير من التحديات التي تواجه القضية الفلسطينية وحجم المؤامرات الدولية التي تهدف للنيل من

- صمود الشعب الفلسطيني والتي توجهها الاعلام الإسرائيلي والامريكي بتشويه صورة حركة فتح كرائدة للنضال الفلسطيني وقائدة المشروع الوطني، وحرصت الورقة البحثية على تقديم رؤية لإدارة الصورة الذهنية وخطة إعلامية متكاملة من اجل بناء الصورة الذهنية لحركة فتح، كما قدمت الورقة شرحا لاهم الوسائل التي يستخدمها الناطقون الاعلاميون لحركة فتح في إيصال رسالتهم للمجتمعات التي تستهدفها الرسالة الإعلامية لفتح وهم المواطنون الفلسطينيون في داخل فلسطين وأيضا الذين يعيشون في الشتات وداخل الأراضي المحتلة عام 1948 والمجتمعات العربية والدولية لما لها من أهمية كبيرة في ان تكون لديهم صورة إيجابية عن حركة فتح والتي بدورها تفتح نطاق الدعم الشعبي للقضية الفلسطينية، كما اكدت الورقة أهمية تعزيز الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في تشكيل صورة حركة فتح من خلال تغطيتها الإعلامية وكيف اثر ذلك في جهود حركة فتح في الحفاظ على صورتها.
- التوصيات**
- من خلال الورقة البحثية وملاحظة الباحث يرى الباحث عددا من التوصيات التي من شأنها تحسين صورة فتح لدى الجمهور وهي
1. تفعيل دور الاعلام الدولي لحركة فتح بما يضمن تطوير الأداء الإعلامي لمكاتب الاعلام في الدول العربية والعالمية.
 2. إعادة هيكلة الدوائر الإعلامية في المناطق التنظيمية ليتولى متخصصون في مجال الاعلام
3. تفعيل دور الاتصال المباشر بين القيادة والجمهور مما يجعل صورة فتح إيجابية بين الجمهور.
4. توظيف الاتصال التنظيمي بين القيادة وأعضاء الحركة مما يعزز دورهم ويزيد من ثقتهم بالقيادة وهذا يؤدي الى تحسين صورة فتح والقيادة ومن ثم زيادة فعالية الأداء.
5. العمل على تطوير وسائل اعلام الحركة وتفعيل المؤسسات الإعلامية التي تمولها حركة فتح لتواكب التطورات المتلاحقة والعمل على مواجهة الاعلام المحلي المضاد لحركة فتح.
6. إطلاق المواقع الالكترونية او الفضائيات الناطقة باللغة الإنجليزية حتى نستطيع ان نخاطب العالم او استغلال القنوات الصديقة الناطقة باللغة الإنجليزية لتوضيح وجهة النظر العربية في الصراع مع الاحتلال الإسرائيلي.
7. تدريب الملاكات الإعلامية المكلفين بملف الاعلام في المناطق والاقاليم حتى يستطيعوا مواكبة الاحداث والتطورات والعمل على تحسين الصورة.

شخصية العدد

رائد الصحافة الليبية محمود البوسيفي



رائد الصحافة الليبية محمود البوسيفي بقلم الدكتور ابراهيم النجار- رئيس التحرير

محمود البوسيفي صحفي وكاتب وقاص وشاعر ليبي، من مواليد 1955 في غريان، ويعرف باسم قيصر الصحافة الليبية، تولى العديد من المهام الإعلامية في ليبيا، منها أمين الإعلام الخارجي، ومدير وكالة الجماهيرية للأنباء، ومدير المركز الثقافي الليبي بتركيا. وسبق أن عمل مراسلا صحفيا في القاهرة ودمشق وأبو ظبي والكويت، ثم انتقل ليتولى إدارة المركز الثقافي الليبي بتركيا، ثم مستشار إعلامي للسفارة الليبية في لبنان.

شغل أيضا مهمة أول نقيب للصحفيين الليبيين، في المدة من 1991 حتى 2006، والأمين العام المساعد لاتحاد الصحفيين العرب (1996 - 2008)، وعضو اللجنة التنفيذية لاتحاد الصحفيين الأفارقة (1996 - 2000)، وعضو اللجنة التنفيذية للمنظمة العالمية للصحفيين (1994 - 1997)، كما تولى منصب رئيس اتحاد الصحفيين المستقلين.

صدر للبوسيفي، كتاب «الخلايا النائمة»، عام 2015، ضمن إصدارات مجلة «المستقل»، الليبية في عددها الخامس، وهي مجلة أسبوعية سياسية شاملة تصدر عن جمعية «ليبيا الحرة الخيرية»، بالقاهرة. يقع الكتاب، الذي يضم 31 مقالا، في 195 صفحة من الحجم الصغير.

كما صدر له في عام 2007، كتابان هما «أمريكا التي نحب»، و«أبجدية الرمل»، وتناول من خلالها العديد من القضايا المحلية والإقليمية والدولية، التي كتبت بحرفية راقية، هي في الواقع نتاج لمسيرة صحفية وإعلامية وارفة تمتد لأكثر من ربع قرن. و صدر في

2017 ديوانه الشعري الأول تحت عنوان «لعلها شجرة بعيدة»، عن دار الرواد للنشر والتوزيع، وهو يعد باكورة أعمال البوسيفي الشعرية، ويضم مختارات من قصائد كتبها على مدى أزمنة متباعدة. في رحلته المثيرة مع الكتابة والنشر.

تولى البوسيفي، رئاسة تحرير صحيفة «أويا»، التابعة لمشروع ليبيا الغد، بقيادة الدكتور سيف الإسلام القذافي، واستقال من هذا المنصب في مارس 2010. تولى بعدها رئاسة اتحاد الصحفيين الليبيين المستقلين بالخارج، والذي يتخذ من القاهرة مقرا له، ودعا إلى إطلاق سراح الصحفيين والإعلاميين الليبيين المعتقلين، ووقف ملاحقتهم وقال إن الاتحاد أسس استجابة للظروف التي تشهدها ليبيا، وأسفرت عن هجرة قسرية لكثير من الصحفيين والإعلاميين الليبيين. ولغت البوسيفي، إلي أنه «جرى العمل على إنشاء هذا الكيان، إلى أن جاءت اللحظة، وتم التوافق على ضرورة وجود جسم يجمع كل الصحفيين المقيمين خارج ليبيا، سواء من هم في الدول العربية أو الأجنبية، وإعادة الاعتبار لتصنيف كلمة الصحفي أو الإعلامي التي بدأ يطلقها الكثيرون على أنفسهم، وهم ليسوا كذلك... في نوفمبر 2016، كرم اتحاد المنتجين العرب واتحاد المنتجين الليبيين، الصحفي الليبي محمود البوسيفي، تقديراً لمسيرته الإعلامية، وعمله المثابر وما قدمه من خدمات وكتابات رائعة، أثرت الصحافة الليبية والعربية، وذلك في ختام مونديال القاهرة للإذاعة والتلفزيون في الدورة الخامسة، والذي أقيم برعاية جامعة الدول العربية، تحت شعار «رؤية عربية واحدة.. نحو إعلام وفن عربي مهني»، في المدة من 30 أكتوبر حتى 3 نوفمبر عام 2016.



الأمريكية ميجان ماركل.

وكانت التغريدة، التي انتشرت في وسائل التواصل الاجتماعي، والتي أزيلت لاحقاً، قد أظهرت صورة لزوجين يُمسك أحدهما بالآخر مع «قرد»، مرتديا ملابس، وقد كُتب تحت الصورة عبارة «الطفل الملكي يغادر المستشفى».

وقد صرح المذيع بيكر عقب تعرضه لانتقادات لاذعة في وسائل التواصل الاجتماعي، واتهامه بالتهكم من أصول دوقة ساسيكس قائلاً: «آسف لأن الصورة الساخرة التي نشرتها للطفل الوليد قد أثارت غضب بعضهم، ولم يخطر ببالي أن تلك الصورة ستسبب كل هذا الغضب، لأن مخي ليس مريضاً»، وأضاف «ولحظة أن أشار لي بعضهم بمضامينها، حذفتها وهذا ما حدث».

والحقيقة أن المسألة تحتاج إلى التوقف والتأمل في الطريقة التي يتعامل بها الإعلام بشكل عام، والإعلام الغربي بشكل خاص مع الأفراد المختلفين



الإعلام الغربي.. ونماذج العنصرية وخطاب الكراهية بقلم الدكتور أحمد محمود:

قرأت خبراً على موقع هيئة الإذاعة البريطانية عن قيامها «بترد»، المذيع ومقدم البرامج داني بيكر، بعد أن نشر «نكتة»، على موقع «تويتر»، وصفها البي بي سي بأنها «غبية ساذجة»، عن المولود الملكي البريطاني الجديد الذي رزق به دوق ساسيكس الأمير هاري وزوجته النجمة

الإسلاموفوبيا وانتشارها في معظم دول الغرب، لكن هذه الواقعة تشير إلى أن الأمر يتخطى ذلك بكثير، فالضحية المُساء إليها هنا ليست مسلمة ولا هو طفل اعتيادي، إذ إنه المولود الملكي البريطاني الجديد أرتشي هاريسون ماونت باتن وندسور، حفيد الملكة إليزابيث الثانية المسيحية، حاکمة الإمبراطورية البريطانية الاستعمارية الكبرى التي لا تغيب عنها الشمس، وأمه هي ميجان ماركل وهي نجمة أمريكية عالمية مسيحية أيضًا تحولت من المذهب البروتستانتي إلى الكاثوليكية.

هذه الحادثة تظهر أيضا بوضوح رسوخ الأفكار العنصرية لدى قطاع كبير من الغربيين ومن المثقفين، فصاحب الواقعة ليس مجرد شخص سطحي جاهل، متأثر بخطابات عنصرية ركيكة عن خطر المهاجرين على الغرب، لكنه مذيع ومعد برامج عتيده ولامع، يعرف تماما ما يمكن أن يقال، وما لا يجب أن يقال، وهو ما يدفع لضرورة بحث تفشي خطاب الكراهية في الإعلام، في الغرب والشرق على حد سواء وقبل فوات الأوان.

سياسيا أو مذهبيا أو عرقيا معهم، ونظرتهم لبعض شعوب العالم الأخرى أحيانا، وكيف أنه رغم أن دوقة ساسيكس مواطنة أمريكية في الأصل، إلا أن أصلها العرقي الذي ترجع جذوره لقارة إفريقيا السوداء، لم يشفع لها لدى بيكر، «الإنجليزي»، الأبيض، الذي لم ير عيبا في تشبيه مولودها بالقرء، بل وافترض في نفسه حسن النية، بما أن عقله ليس مريضا ليفكر مثل هذا التفكير المريض، وهو أمر يطرح تساؤلات عن مدى استمرار أو انتهاء نظرات العنصرية لدى المواطن الغربي حتى يومنا هذا، بل وإدراكه لذلك.

يطرح هذا الأمر تساؤلات أخرى حول ماذا لو كان هذا المولود لأشخاص اعتياديين؟ فهل كانت هيئة الإذاعة البريطانية لتقوم بنفس رد الفعل؟ وهل يمكن اعتبار سخرية شخص من آخر، أو أن يصفه بوصف قد يعد من أوصاف الإساءة أمرا يتعلق بحرية التعبير؟ وهل غابت المعايير الأخلاقية داخل وسائل الإعلام الغربية؟ تلك التي تنشر يوميا أخبارا عن تجاوزات الإعلام في الشرق الأوسط؟ بل وتتهم الكثير من دول الشرق بالسماح باستخدام عبارات أو تعليقات أو إيماءات مسيئة، سواء للعرق أو الدين أو حتى الأفكار؟ وماذا كان رد فعل المواطن الأوروبي الاعتيادي؟ إذ يبدو أنه لم تكن هناك ردود أفعال قوية خارج بريطانيا.

أعتقد أن العالم قد أصبح يزرع الآن تحت موجة واسعة من العنصرية وخطاب الكراهية، وهي موجة تتجاوز حتى معايير الدين، فعلى الرغم من أن مواقع الإنترنت تمتلئ بكتابات وتحليلات عن

دور القنوات الفضائية في طمس الهوية العربية بقلم الدكتور سامي المجبري



إن الحضارة والتطور أمران لا غنى لنا عنهما، فلكل منهما قواعد وأسس، وكلاهما مرتبط بالآخر، وقد أصبح يجمعنا بهما رباط وثيق، لأنهما قد صارتا لغتي العصر، ومن ثم يتعين علينا أن نتفحص مفاهيمهما، حتى يتسنى لنا مخاطبة العالم من خلالهما، وتوضيح وجهة نظرنا، وإعطاء صورة صحيحة وواضحة عن حضارتنا، وديننا، ومبادئنا، وسلوكنا، وثقافتنا، وطبعاً لا يتأتى لنا ذلك إلا من خلال وسيلتين ألا وهما:

(1) شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).

(2) الفضائيات العربية.

فيما يخص الأولى، فأني لا أعتقد أنه لم تعد هناك دولة عربية لا تتعامل إدارتها أو مؤسساتها أو مواطنيها مع شبكة المعلومات، لما يتيح للجميع التعرف إلى مفاهيم العصر الحديث، وبذات الوقت يمكنها من:

(1) مخاطبة العالم.

(2) نشر حضارتها وثقافتها من خلاله. أما الثانية فهي الفضائيات العربية وهي صلب حديثنا، إذ أصبحت جميعها تتسابق وتتصارع على احتكار المشاهد، وسلب لبه، مستخدمة في ذلك كل الوسائل المشروعة وغير المشروعة لاجتذابه والهيمنة على فكره وعقله، متناسية بذلك ديننا، وعاداتنا وتقاليدنا، وحضارتنا، فقد باتت تصدر لنا ثقافة هشّة، خالية من المضمون وغريبة أيضاً عن مفاهيمنا وثقافتنا. مصدرنا لنا ثقافة ربما يراها بعضهم انفتاحاً على العالم المتحضر، ذلك العالم بكل ما فيه من مزايا وعيوب، ذلك العالم الذي بني على تاريخ وحضارة وثقافة ومعرفة العرب في شتى أنواع العلوم، والتي جاء من خلالها هذا التطور العلمي والتكنولوجي الهائل، والتي أوصلت الغرب إلى القمر.

ونحن بدورنا تركنا هذا التطور وتمسكنا بتقليدهم في أخلاقهم وأسلوبهم في الحياة من مأكّل وملبس وحتى عاداتهم في الاحتفال بالزواج، وبالسنة الميلادية المسيحية، والاحتفال بأعياد الميلاد والحب وغيرها.

معتبرين أن سلوك حياتهم هذه جميلة ورائعة، تاركين بذلك حقنا في استرداد ما سلبه منا من حضارة وعلم، فقد أصبح ما يهمننا من هذا العالم هو شكله ومظهره الخارجي، دون أن نلتفت إلى مضمونه الداخلي، ولكن هل سألنا أنفسنا عن مفهوم «العالم المتحضر؟»، وعن أشكاله وصوره، وهل هناك جدوى حقيقة من معرفتنا له؟ تساؤلات تدور في أذهان بعض منا دون أن نجد إجابة شافية لها.

فمن وجهة نظري التي ربما لا تروق بعضهم، والتي أراها قد تشارك في تفسير جزئي لمفهوم (العالم المتحضر) بشكل تقريبي ومختصر، وهي كما يلي:

(هو تطور علمي وتقني وثورة كبرى في المعلومات الرقمية حدثت في عصرنا نتجت عنها حضارة تفرض معاييرها الجديدة على واقعنا المعيش بشكل يخدم مصالح الكبار).

ولا بد لنا أن نتعامل معها، ولكن على وفق عاداتنا وتقاليدنا وديننا، فثقافة الفضائيات العربية الهشة، تنقسم على قسمين:

أولاً:-المسلسلات الأجنبية المدبجة إلى العربية تارة، والعامية تارة أخرى، والتي تحمل في طيها ثقافة المنشأ، وعاداته وأسلوب حياته.

والتي أثرت بشكل كبير في أسرنا العربية، وبالأخص شبابنا وفتياتنا، فهي باختصار أورثتهم ثلاثة مفاهيم:

(1) إباحية الصداقة والحب بين الشباب والبنات.
(2) الملابس.

(3) أسلوب المحادثة بين الكل بشكل عام. ولكن دعونا نتساءل:- (هل تلك الدول التي نقوم نحن بدبجة مسلسلاتها وعرضها على شعوبنا من مبدأ حوار الحضارات والتعرف إلى ثقافة الغير.

قامت هي الأخرى بالمثل؟، بمعنى قامت بدبجة مسلسلاتنا إلى لغتهم؟ أشك في ذلك؟.

ثانياً:-البرامج الإذاعية المرئية، التي يمكننا تصنيفها إلى صنفين:

(1) استنساخ برامج عربية على غرار تلك البرامج الأجنبية، بمعنى آخر، يتم إنتاج برامج صورة

طبق الأصل عن برامج أجنبية تبث في قنوات أجنبية، مع العلم أنها أحيانا لا تتوافق مع عاداتنا وتقاليدنا وثقافتنا وديننا، والتي لها أشكال عدة فمنها مثلا تلك التي تجعل المواطن يلهث وراء الملايين التي تقدم كجوائز، والتي على استعداد أن تزك ذهباً!!؟.

(2) برامج تعد نفسها مسلية للمواطن وتدعي أيضا مسؤوليتها الوطنية والثورية والقانونية على ما تقدمه لهذا المواطن.

عموما كل ما تقوم بتقديمه هذه الإذاعات الفضائية على وجه الخصوص سواء المسلسلات أو البرامج أغلبها يهدف إلى :

(1) محو الهوية العربية والإسلامية.
(2) إعطاء جرعة (فليوم) للمواطن العربي.

فهي بذلك تعمل على مؤازرة إسرائيل في تنفيذ وإنجاح خطتها الجهنمية للقضاء على العرب والإسلام من خلال هذه البرامج، وكذلك حتى ينسى أو يتناسى هذا المواطن كل قضاياها المصرية وخصوصا قضية تحرير الأراضي المحتلة.

وينقسم المشاهد العربي على خمسة أقسام: القسم الأول: مشاهد يلهث وراء المال والذهب والشهرة، وهو القسم الأكبر.

القسم الثاني: مشاهد تناسى أنه عربي الأصل أو مسلم الديانة باشتراكه في برامج يحرّمها الدين، أو عادات وتقاليد المجتمع العربي. ومنها على سبيل المثال (الغناء والرقص).

القسم الثالث: مشاهد مخدر بذلك النوع الذي يجعله يضحك طوال الوقت لكي يبقى ذلك البركان الذي في صدره مُخدماً إلى الأبد، فما

أيها المواطن العربي المسلم فأنت الهدف.

يبدأ أن يتقد ويشتعل حتى يُخمد بانجرافه وراء الضحك, وهو لا يدري بأنه بات أضحوكة هذا العصر. القسم الرابع: مشاهد يقف وقفة الأبله المتفرج الذي لا يعي خطورة الوضع الراهن للأمة العربية والإسلامية.

القسم الخامس والأخير: مشاهد يطالب وما زال بأن يستفيق العرب وأن يخلعوا من على أعينهم تلك النظارة السوداء حتى يروا حقيقة الوضع الذي نعيش فيه, وهم قلة.

وهذا كله يحدث في زمن التكتلات والفضاءات الكبرى, وزمن العملة الواحدة, زمن لا يعترف إلا بالأقوياء, يحدث في عالم مملوء بالحروب والنزاعات.....والخلافات.....عالم يسيطر فيه القوي على مقدرات الضعيف, يحدث دون رقيب أو حسيب.

فهذه الإذاعات تقوم بترويج برامجها دون رقابة من أحد, وأعتقد أنه قد أصبح لزاما علينا أن نطرح هذه القضية وأن نناقش أبعادها وأن ننص لها قانونا يكون لها بالمرصاد, وأعتقد أن هذا الموضوع لا بد أن يحسم قبل أن يستفحل أمره, وبعدها نجد أنفسنا عاجزين أمام هذه الإذاعات, لأنها ستصبح إمبراطوريات لا يمكن ردعها, وأظن أن الوقت أصبح مناسباً لدق ناقوس الخطر, قبل أن يفوت الأوان ونجد أنفسنا عبيداً لهذه الفضائيات, نتحكم بمصائرنا وتسير عقولنا لخدمة أغراضها وخدمة أغراض العدو الذي يتربص بنا ولن يتركنا حتى نصبح موالين له بكل ما فينا من عقول, وثقافات, وديانات, وثروات, وسيادة.

فأنهضي يا أمة فالخطر بات وشيكاً....وتنبه يا

حين يبدع إعلام المحنة بقلم الدكتور هشام الهلالي:



متن الطائرة كان يوجد صحفي أمريكي ومصور كندی من التايم ورويتير ، وصلنا الى مطار سراييفو وسط اجراءات امنية مشددة في، دخلنا الى سراييفو حيث كانت توجد مناطق محررة ومناطق محتلة وبخاصة أعالي الجبال كانت معظمها يحتلها الصرب، اصوات القذائف والمدافع لا تتوقف ليل نهار، والمدافعين عن سراييفو يتقدمون كل يوم خطوة وربما خطوات لتحرير العاصمة سراييفو ، كثير من المباني والمنازل تهدمت لكن لم يستطيعوا ان يهدموا او يزعجوا صمود اهالي سراييفو ، الناس يبدو عليهم الجوع ولكن تكسو وجوههم العزة ، يأكلون وجبة واحدة بالكاد وربما لا يأكلون كنت اقوم بإجراء حوار مع نائب رئيس الجمهورية د ايوب جانيتش وجدته يأكل ملعقتين من الحساء وكسرة خبز متيبسة، الوضع في سراييفو كان يدعو للفخر ولكن الاعلام العربي والمسلم كان غائبا نوعا ما، مع عدم توفر الامكانيات مثل وكالات الانباء العالمية التي كانت تمتلك سيارات مصفحة في سراييفو تمكنها من الدخول في مكان وبخاصة اذا علمت ان السائقين كانوا يمشون في بعض الاماكن بسرعة مذهلة وينبهك قبلها لذلك حتى لا نتعرض للقنص .

كل شيء مختلف في واقع سراييفو ملاحم بطولية رأيتها بعيني وقصص عجيبة لا تنتهي، ولكن اكثر شيء لفت نظري انه تم انشاء محطة تليفزيون واذاعة لاهالي سراييفو تبث اخبارها طوال اليوم ، أسست في اثناء حصار سراييفو ، طبعا ذهبت الى مقر القناة البسيط جدا وقابلت المشرفين على القناة والاذاعة اربعة او خمسة افراد من بينهم امرأة

حينما كنت مراسلا صحفيا لعدة صحف ومجلات في اثناء حرب البلقان ، تسنت لي زيارة سراييفو المحاصرة في عام 1993 وتحديدا في الخامس عشر من يوليو ، كانت الرحلة مدتها اسبوع تسبقها اجراءات مشددة منها على سبيل المثال انه تحصل على تصريح صحفي من المكتب الاعلامي للأمم المتحدة بزغرب الى جانب حجز الطيران من سبليت الى سراييفو المحاصرة وان تأخذ دورك على متن طائرة النقل السى 130 العملاقة وغالبا يسافر على متن الطائرة من اثنين الى ثلاثة صحفيين، ويشترط ان ترتدى واقيا من الرصاص وخوذة والا لن تستطع ان تركب الطائرة .

الرحلة شاقة ولكنها جميلة وممتعة وعلى

تفاوضه مع الغرب كانت تسعد اهالي سراييفو وتعوضهم من الطعام والشراب وانقطاع النور في احيان كثيرة .

ربما كانت هي من تتولى الادارة، يقومون ببث الاخبار والاحداث للأهالي عبر التلفاز ، ومعرفة ما يدور من احداث بشكل مستمر ، الى جانب توجيه نداءات وكلمات وخطب لتشجيع الاهالي المحاصرين على تقبل الاوضاع المتردية على جميع الاصعدة ، من قلة الطعام والماء والعلاج وقطع النور على المستشفيات وتعرضها الدائم للقصف من قبل القوات الصربية ، في واقع الامر لم يكن اهالي سراييفو في حاجة لمن يرفع معنوياتهم العالية اصلا ، بل على العكس تماما ، نحن من ارتفعت معنوياتنا حينما وجدنا وشاهدنا ما يحدث من صمود منقطع النظير .

الغريب في الامر ان اهالي سراييفو كانوا يستمعون الى كلام العلماء على انها اوامر يجب تنفيذها ، فمثلا قام الشيخ مصطفى سيرتش شيخ الاسلام في البوسنة والهرسك آنذاك ببث حديث عبر الاذاعة الى اهالي سراييفو يحفزهم وطلب إليهم ان ينووا صيام يوم غد ، وحينما زرت الاهالي في اليوم التالي وجدتهم جميعهم صائمين بحسب تعليمات الشيخ مصطفى سيرتش ، الشيخ مصطفى سيرتش يعلم جيدا انه لا يوجد طعام في بيوت سراييفو لذلك كان بين الحين والآخر يطلب من اهالي سراييفو الصيام والدعاء للرئيس بيجوفيتش والمدافعين عن سراييفو والبوسنة والهرسك ، فكانت الناس تصوم جوعا وتطوعا وهم سعداء وفى غاية السعادة ، بث الروح المعنوية واخبار المدافعين عن سراييفو ونجاحات الرئيس على عزت بيجوفيتش عبر اذاعة وتلفزيون الحياة في

دور الإعلام في إسقاط أنظمة الحكم !! السيد خلاف باحث ومفكر سياسي مصري



مداراتها السياسية ، و خلق سوقاً رائجة لمصانع السلاح فيها !
كما أن لهذا الإعلام العميل أجنادات أخرى في دعم وتنفيذ حروب الجيل الرابع والتنظيمات الإرهابية لإطالة أمد المعارك والحرب الأهلية بين فصائل وتيارات المعارضة إنطلاقاً من شقين أحدهما سياسي ، والآخر إقتصادي .

أما السياسي فيتمثل في حقوق هذه التيارات في منظومة الحكم الوليدة ، ومطالب الثوار في مسميات ومسببات إشعال الثورات أو الصراعات السياسية والحرب الأهلية التي رفعها الثوار في وجه النظام الحاكم كالعيش والحرية والعدالة الاجتماعية ، فضلاً عن خدمة كل فصيل سياسي لدول خارجية لها مصالح سياسية في الدولة المستهدفة إسقاطها حال ميلاد نظام جديد للحكم فيها ، بمعنى آخر حروب بالوكالة .

وأما الإقتصادي منها فهو الاستيلاء على موارد المناطق التي تخضع لسيطرة الفصائل المقاتلة مع الدولة أو الجيش النظامي فيها لتمويل الجماعات الإرهابية بمساعدة دول أخرى ، تنظيم داعش نموذجاً ، والدول التي كانت تمدّه بالسلاح ، وتشتري منه إنتاج حقول النفط والغاز ، التي كانت تحت سيطرته ، بالإضافة إلى تشغيل مصانع السلاح ، وبيع ما تنتجه إلي طرفي النزاع ممثلاً في الدولة وجيشها النظامي والتنظيمات الإرهابية ومعها فصائل المعارضة .

ولم يعد خافياً أن الإعلام العميل لعب الدور الأكبر في الإطاحة بـ 6 رؤساء دول عربية حتى الآن ، أخذاً في الاعتبار أنها لم تسقط بمعزل عن شعوب

هل ثمة دور للإعلام في تنفيذ خطط الإستخبارات المركزية لدول معنية بإسقاط دول أخرى؟! ..أو بمعنى آخر هل نجحت أجهزة مخابرات غربية أو أمريكية في توظيف أو تجنيد أجهزة إعلام في إسقاط أنظمة الحكم عن كرسي العرش في 6 دول عربية ، حتى الآن؟!..وهل لهذا الإعلام دور في حروب الجيل الرابع التي تخوضها الجيوش العربية في المنطقة؟!..

بداية أرى أن الإعلام العميل هو أحد أذرع أجهزة المخابرات الغربية التي تعمل على تأجيج الحروب والصراعات بالمنطقة ، وأن هذا الإعلام لعب دوراً كبيراً في تأليب الشعوب العربية على حكامها ، وإشعال الثورات فيها حتى سقطت أنظمتها ، ودخلت في أنون صراعات واقتتال داخلي تخدم خطط استخباراتية، وتستنزف اقتصادياتها لحساب دول وتحقيق أهداف سياسية وتطويع أنظمة الحكم الجديدة وارجامها على السير في

حياة كريمة وإعطاء مزيد من الحرية والديمقراطية لها، فضلاً عن تأثرها بما تروج له الأجهزة الإعلامية العميلة ، وضعف التعاطي الإعلامي الموالي للأنظمة مع قضايا هذه الجماهير، وغض طرف الأنظمة عن مطالبها وحقوقها .

وتدفع هذه المسببات إلى الدخول في ثورات تجر إلى صراعات وحروب تدمر الحقوق واقتصاديات الدول وتهدم ركائزها في ظل غياب وعي رصين ، وصراع شديد التعقيد بفعل سيطرة هائلة للفضائيات المأجورة ، التي تعمل وفق أجندة الإسقاط والهدم لمقومات بناء الدولة الجيش والشرطة والقضاء والانتقادات الفجة لأنظمة الحكم .

يقول أحد المنظرين الصينيين في علم الاتصال: "الحرب الإعلامية هي فن النصر دون حرب"، وكان ذلك واضحاً في إسقاط بغداد قبيل بسط الغزو الأمريكي للعراق على كامل التراب العراقي ، رغم الحرب الإعلامية ليست سوى المقدمة الضرورية لتحقيق النصر، وإذا لم تنجح في تحقيق الهدف، على الإعلام أن يمهد المناخ المناسب لشن الحرب العسكرية أملاً في تحقيق النصر، وهو ما حدث في الحالة العراقية .

وتعتبر البلدان العربية أكثر الدول تعرضاً للحرب الإعلامية فقد تحالفت قوى عديدة تلوح متنافرة بينها على ضخ موجة كبيرة من المواد الإعلامية للتضليل على الواقع العربي واستحداث مصطلحات ومفاهيم عنه لا تنسجم وحقيقته.

وعادة ما تستخدم الدول الكبرى إعلام صناعة الأزمة والحرب النفسية كأسلوب لتنفيذ استراتيجياتها الكبرى في الهيمنة والسيطرة على العالم وتأكيد

هذه الدول ، وبمساندة جيوشها التي تنحاز في الغالب إلى مطالب الجماهير الثائرة.

ودوافع هذه الشعوب العربية المتأثرة بما تروج له أجهزة الإعلام العميلة، أو مطالب إجتماعية، هنا ذات شقين ، الأول وطني عفوي حركته وطنيته للمطالبة بالتغيير والحقوق الطبيعية في حياة كريمة لم يتلمس منها شيئاً في ظل حكم سلطوي أو استبدادي ، فسار مع الثائرين ضد النظام .

أما الثاني من هذه الشعوب الثائرة فهي التي تلقت دعماً خارجياً في مراكز أقامتها دول غربية ، ودعمتها أجهزة مخابراتية لتشكيل وإعادة صياغة تفكيرها نحو ماتريد تحقيقه وتنفيذه في دول حددتها سلفاً ، وقررت العمل على إسقاطها ، وعلى سبيل المثال لا الحصر مركز كارنجي لدراسات الديمقراطية في الشرق الأوسط بواشنطن ، ومنظمة هيومن رايتس ووتش لحقوق الإنسان .

لكن ما الذي جعل هذا الإعلام العميل أن ينجح في تنفيذ أجندته أو الأجندات

الخارجية في 6 عواصم عربية ، وما الذي جعل هذه المراكز المدعومة مخابراتياً ، أن تنجح في إقناع، أو إعادة صياغة عقول عربية ، لهدم دولها وأنظمة الحكم فيها ، ودخولها في حرب شرسة مع الدولة وجيشها النظامي ، في إطار ما يعرف بحروب بالوكالة !!

والإجابة ببساطة شديدة أن هذه الدول لاتزال في ثبات عميق ، ولم تحرك ساكناً باتجاه إحداث طفرة تغني المواطنين والجماهير من الحق في

قوتها وفرض إرادتها وبسط نفوذها وتحقيق أهدافها الخفية طويلة المدى التي لا تستطيع الإعلان عنها.

وهذا ما فعلته الولايات المتحدة في العراق ، كما أشرت ، و كانت رائدة بإنشاء العديد من المراكز والهيئات المتخصصة في بحوث صناعة الأزمات، وسبق إلى ذلك هتلر قبل نشوب الحرب العالمية الثانية عندما غزا بولندا، وقامت عدة دول في الخمسينيات والستينيات مثل فرنسا وألمانيا وبريطانيا واليابان بإنشاء مراكز مماثلة .

وتعتمد إدارة الأزمات السياسية المصنعة على تقنيات التضليل الإعلامي، وهو ما يطلق عليه الخبراء عمليات الدعاية السوداء، القائمة على ما يسمى ببناء القوام التراجيدي، أي جعل السرديات أكثر تماسكاً وغير قابلة للإفتضاح ،

دور الإعلام في مواجهة الفكر المتطرف



نادر محمد: صحفي مصري

عليها عبر وسائل الإعلام الديني في البلاد العربية والإسلامية .

وفى ظل تصاعد موجات الاسلاموفوبيا ينبغي أن تقوم المراكز الإسلامية في الخارج، عبر مواقعها الإعلامية بالرد على الأكاذيب والافتراءات وتصحيح الصورة الخاطئة التي يحاول اليمين المتطرف نشرها في الإعلام الغربي، بهدف ترسيخ العداء للإسلام وللمسلمين، لدرجة أن ما يبث في بعض الصحف والفضائيات بالخارج، جعل هناك ربطا بين الفتاة المحجبة التي تعيش في الغرب كمواطنة، والفتاة التي تقاتل في صفوف داعش، وكل ذلك يتطلب مواجهة إعلامية قوية عبر النشرات الإعلامية والمجلات التي تصدرها المراكز الإعلامية في الخارج. وفى سبيل تفعيل المواجهة الإعلامية للتشدد، تتحمل المؤسسات والمنظمات الدينية الكبرى مسؤولية أيضا، وذلك من خلال المراكز الإعلامية التابعة لهذه المؤسسات، كما أن جميع المؤسسات الدينية في العالم العربي والإسلامي لديها مواقع صحفية وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، وبعضها يصدر مطبوعات دينية متخصصة، الأمر الذي يتطلب أن تقوم هذه المراكز الإعلامية بمسؤولية تصحيح المفاهيم وتوعية الشباب في الداخل، وكذلك تصحيح صورة الإسلام في الخارج، وذلك عبر تطوير المواقع الإلكترونية والإصدارات الصحفية الخاصة بها، وأن تكون

تتحمل وسائل الإعلام المختلفة مسؤولية كبيرة في مواجهة التطرف، في ظل ما تقوم به الجماعات المتطرفة من محاولات للسيطرة على عقول الشباب، ونشر الأفكار المتشددة عبر وسائل التواصل الحديثة، الأمر الذي يتطلب مواجهة إعلامية لتلك الجماعات، بهدف تصحيح المفاهيم ونشر الوسطية والاعتدال، وبيان أن الإسلام هو دين التسامح والتعايش السلمي وقبول الآخر المخالف، كما تأتي أهمية المواجهة الإعلامية من خلال التواصل مع الغرب، وذلك عبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي أيضا، لأن اليمين المتطرف يسعى لتخويف الناس من الإسلام، وتبث وسائل الإعلام في الغرب العديد من المواد الإعلامية، التي تشوه صورة الإسلام، وهذا يتطلب رصد كل ما يبث في وسائل الإعلام بالخارج والرد

الْحَسَنَةُ.
وعلى الرغم من المؤتمرات التي تنظمها المنظمات والجامعات الإسلامية، إلا أن ضعف التداول الإعلامي لمثل هذه اللقاءات يقلل جهود المواجهة الإعلامية، وهذا يتطلب تفعيل الدور الإعلامي للجان المنظمة للمؤتمرات الإسلامية الكبرى، وضرورة ترجمة التوصيات التي تصدر من هذه المؤتمرات والعمل على نشرها في وسائل الإعلام الغربية، كما تتطلب مواجهة التطرف أن تقوم الجهات المسؤولة عن الانتاج الدرامي بتناول قضايا التشدد والتطرف، وبيان مخاطر الجماعات المتشددة التي تسعى للسيطرة على الشباب من خلال وسائل التواصل الحديثة، وذلك بهدف توعية الأسر والشباب في الوقت نفسه من خطورة الدخول على المواقع الإلكترونية أو صفحات الجماعات المتطرفة على وسائل التواصل الاجتماعي .

هناك مواقع صحفية إلكترونية باللغات الأجنبية المختلفة، بهدف مخاطبة الخارج وتصحيح المفاهيم.

وبالتزامن مع كل هذه السبل في مواجهة التشدد، ينبغي أن يركز الخطاب الديني في الواقع، وأن يتم استضافة العلماء المتخصصين في وسائل الإعلام كافة، لأن استضافة غير المتخصصين في البرامج الدينية، يؤدي إلى مزيد من التشذبات والحيرة لدى عامة الناس، لأن غير المتخصصين تصدر عنهم فتاوى وآراء متشددة، وتنتشر تلك الآراء بشكل كبير في ظل وسائل التواصل الحديثة، ومن ثم ينبغي للقائمين على أمر البرامج أن يختاروا العلماء المتخصصين في العلوم الشرعية والفقهية، وذلك لأن أمر الفتوى جليل، ودور الإعلام هناك يكمن في نقل الفتوى المنضبطة التي تتوافق مع المكان والزمان والأشخاص.

كذلك فإن مراعاة الواقع من ضمن الأدوار التي يجب أن يلعبها الإعلام الديني، لأن بعض البرامج قضايا بعيدة من الواقع واحتياجات الناس، والمواجهة الإعلامية الحقيقية للتطرف تتحقق من خلال برامج تناقش الآراء الفقهية المتعددة، وتستضيف علماء التاريخ والحضارة الإسلامية لبيان الوجه المشرق للإسلام، وكذلك تستضيف خبراء علم الاجتماع لبيان منهج الإسلام في المحافظة على الأسرة وحب الأوطان، وغيرها من القيم والمفاهيم النبيلة التي حملتها لنا الشريعة الإسلامية، بمعنى أن الإعلام الديني ينبغي أن يؤدي دورا في عودة منظومة القيم والأخلاق في المجتمع ويركز في الموعظة

الإعلام وترتيب الأجندة الوطنية والرؤية المستقبلية في دولة الإمارات العربية المتحدة الآن أمين:

أصبح الإعلام كمشكاة ضوء تسيطر بسطوعها على مناحي الحياة المرتبطة بالبيئة من حولنا كافة، فأصبحت وسائل الإعلام تتلاعب بحياة البشرية ومصايرها وتوجه أفكارهم ومعتقداتهم بل وصلت للتمرد على ما يجب أن يكونوا عليه، فهي تمتلك قوة خفية لإدارة الحركة الجماهيرية وتغيير المسار والفكر، أيضاً تتدخل وسائل الإعلام في قرارات وسياسات الدول وتغييرها وبنائها من جديد.

بات الإعلام الإماراتي يؤدي دورا كبيرا في أجندة الدولة وترتيب أولوياتها، وتم توظيفه بشكل أكبر لخدمة أهداف هذه الأجندة المرتبطة بالرؤية المستقبلية بحلول عام 2021 التي تهدف



إلى وضع الدولة على مسار تنموي يتطلع أن تغدو الإمارات عاصمة للاقتصاد والسياحة والتجارة. وعليه بنت القيادة السياسية في الإمارات إستراتيجية تنافسية في سبيل تحقيق نمو مستدام. وتقوم هذه الأجندة على عدة محاور تصب جميعها في مصلحة الدولة وخدمة أهدافها لتصبح أنموذجا يحتذى به، وترتبط هذه المحاور بجوانب متعددة في أنظمتها بداية من الحفاظ على الهوية الوطنية والتراثية تزامنا مع مواكبة العصر وتطوراتها من خلال الحفاظ على مجتمع متلاحم لكن قادر على الاندماج مع الشرائح الأخرى كافة في النسيج نفسه. كما تطمح أهداف هذه الأجندة إلى جعل دولة الإمارات البقعة الأكثر أماناً على المستوى العالمي من خلال تعزيز الشعور بالأمان للمواطن والمقيم وتحقيق العدالة بين الأفراد وضمان حقوقهم. وفي ظل الأوضاع الاقتصادية العالمية المتحولة التي تتخذ الطابع السريع تحرص الدولة على أن تشهد هذه التحولات العالمية وأن تكون في قلبها، فتواصل جهودها للانتقال إلى اقتصاد قائم على المعرفة عبر تشجيع البحث والابتكار والتطوير، ومن ثم لم تُعد الدولة تعتمد على النفط فقط كمصدر لقوة كيانها الاقتصادي.

وبالرجوع إلى تحقيق نظام اقتصادي صلب قائم على المعرفة فإن هذا بدوره يرمي إلى وضع النظام التعليمي نصب أعين أولويات الدولة من خلال الاستثمار في جيل المستقبل ومن ثم تطوير النظم التعليمية من مناهج واستراتيجيات وأنظمة ذكية، حتى تستطيع وضع طلبتها ضمن أفضل طلبة

في العالم، إذ تشهد السنوات الحالية وستشهد السنوات القادمة تحولا كاملا في نظام التعليم في جميع المؤسسات التعليمية وفقا لمعايير عالمية .

،إن الثروة الحقيقية هي ثروة الرجال وليس المال والنفط ، ولا فائدة من المال إذا لم يُسخر لخدمة الشعب،، هذا ما قاله المغفور له بإذن الله -الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان-رحمه الله، إذ عدَّ أن الإنسان هو الثروة الحقيقية وما زال هذا النهج متبعاً من قبل شيوخ الدولة وتماشيا مع هذا القول بأنه يجب الحفاظ على الثروة البشرية فلا بد من وجود نظام صحي ذي كفاية عالية، وهذا ما تسعى إليه الدولة بالتعاون مع الهيئات الصحية كافة، حكومية أو خاصة إلى تحسين جودة الخدمات الطبية والملاك الطبي، وترسيخ الجانب الوقائي وتخفيض معدل الأمراض المتعلقة بنمط الحياة، وتطوير جاهزية النظام الصحي للتعامل مع الأوبئة للوصول إلى نظام صحي بمعايير عالمية.

الآن لا أحد يستطيع إنكار مدى تأثير هذه الأجهزة الصغيرة التي نحملها في أيادينا والتي توجد حولنا كظلنا الملازم لنا، وتنقل كل دبة وهمسة وتتلاعب بمصائر الشعوب والدول ، وتبني حضارات وتهدم أمما وتطمسها فإن هذه الوسائل أصبحت ترتب أولويات دول وسياساتها وما تريدنا أن نصب تفكيرنا عليه وما نشيخ بسمعنا وبصرنا عنه دون إرادة منا.

ومن ثم سخرت دولة الإمارات وسائلها الإعلامية للتأثير في هذه النواحي المهمة التي تقوم عليها أي دولة من إنسان وتعليم وصحة واقتصاد، لتصبح أنموذجا عالميا في كيف يمكن أن يكون الإعلام إعلاماً إيجابياً

من أجل إعلام ينبذ اللون الأصفر خالد القاضي: كاتب صحفي مصر



شاع مصطلح «الصحافة الصفراء»، في أواخر القرن التاسع عشر عندما دارت رحى الحرب الإعلامية بين عمالقي الصحافة الأمريكيين جوزيف بوليتزر صاحب «نيويورك وورلد»، و ويليام راندولف هيرست ملك «نيويورك جورنال»، وأتهم النقاد جريديتهما بالإثارة الكاذبة بحثاً عن زيادة التوزيع وكانت الجريدتان قد اتفقتا بالمصادقة على طباعة رسوم مسلسلة بطلها «الفتى الأصفر»، مما جعل لقب الصحافة الصفراء تلتصق بمملكتي بوليتزر وهيرست ومن ثم تطلق لاحقاً على

كل جريدة لا تقدم سوى الأخبار غير المدروسة تحت عنوانات لافتة ومبالغات كاذبة ومشاحنات مفتعلة بطريقة مهنية بل ولا أخلاقية أحياناً .

وإذا كان ذلك الصراع الأصفر قد بلغ ذروته في عام 1898 م صحفياً فإن إعلام عصرنا في الألفية الثالثة وبوسائله الكثيرة يستحق أن يلقب بالإعلام الأصفر فلم تعد الصحف وحدها هي الصفراء بل أصبح لدينا قنوات صفراء و فرق صفراء من الإعلاميين الذين أهانوا المهنة من أجل حفنة من المكاسب الآنية . وكانت ضحية ذلك كله الثقافة الرصينة التي غابت عن أو كادت تختفي من قلب وسائلنا الإعلامية في العالم العربي .

شاهدت منذ أيام على إحدى القنوات الفضائية العربية لقاء مسجلاً لجمهور يسألون فيه عن معلومات أولية في الجغرافيا والتاريخ واللغة و الترجمة والفن والأدب. كان السؤال يمر على كل القطاعات العمرية وبخاصة الشباب فلا تجد لديهم إجابة صحيحة إلا في أمر وحيد : معرفة أغنيات مطربة صاعدة أو مغنٍ شهير ! لم يكن لدى هؤلاء من مصدر المعرفة سوى الإعلام العربي الذي كرس شاشات قنواته وصفحات جرائده وأثير إذاعته لإشاعة ذلك النوع الجديد من الغناء وسمح لتلك الوسائط الإعلامية بأن تستنسخ جيلاً لا يعرف عن وطنه شيئاً مهماً ولا تكاد ذاكرته تحتفظ بمحتوى ذي قيمة فأصبح جيلاً مشوه المعرفة يملأ أوانيه من بحر لا تستساغ مياهه .

ظاهرة تكريس النجوم

قد تختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة والإلكترونية إلا أنها تتفق على أمر واحد وهو تكريس النجوم الذين لا ينتمون إلا لعالمي الفن والرياضة هكذا أصبحت نماذج المطربين والمطربات

ولا العلماء الذين يشغلون مناصب مرموقة في مؤسسات دولية متخصصة ولا الأطباء الذين عمموا تجاربهم بين معامِل الأرض ومشافئها .

إن لدى العرب ثروة طائلة من أبنائه في المهجر يقدمون خيرة زادهم المعرفي إلى أوطان غير عربية جل أسباب هجرتهم نابع من عدم وجود مناخ يرحب بهم والنتيجة أن الخسائر التي منيت بها الدول العربية بسبب هجرات تلك العقول تضاعفت من 11 مليار دولار في السبعينيات إلى مائتي مليار دولار إذا افترضنا أن العالم العربي ينفق على تعليم كل واحد من علمائه ما متوسطه 10 آلاف دولار. إن الاستفادة العلمية من تجارب هؤلاء ربما تكون في تبنى مشاريعهم الوطنية لإحياء العلوم في الدول العربية ونقل مركز الثقل الإعلامي من أنموذج يركز في النجم الفني و الرياضي وحده إلى أنموذج آخر يقيم الجهد و يحبذ المعرفة ويدعو إلى إعمال العقل ويشجع البناء ويؤمن بالعمل و يتقبل النقد .

تأهون في الانترنت

أما الإنترنت التي هي اختصار شائع لشبكة المعلومات الدولية - فتقدم أنموذجا صارخا لسوء استخدام بوابات المعرفة وفقر وعى البحث في وسائل الإعلام لدى الجمهور العربي فعمليات البحث عن الكتب العربية تنصدرها أرقام الباحثين عن كتب الطبخ على الرغم من غنى المائدة المتاحة لجمهور الإنترنت بالكتب. وفي المسرح تنصدر عمليات البحث عن الأعمال الكوميدية إحصاءات الإنترنت .

كما يأتي معدل البحث على شبكة الإنترنت عن

الجدد جنبا إلى جنب مع لاعبي كرة القدم في الدوريات العربية والعالمية هي النماذج الوحيدة التي تستأثر بالخطاب الإعلامي في مساحته القصوى تفرد الصور وتنشر الأخبار وتذاع الإشاعات وتحاك القصص وهو عالم في معظمه مزيف لأنه قائم على جزء من الحقيقة ولا يقدم الصورة كاملة .

فمثلاً يشاع سعر اللاعب وثمان انتقاله من نادٍ لآخر وكم يتقاضى عن اليوم ولكن في مقابل ذلك لا يتم تأكيد عدد الساعات التدريبية اليومية الطويلة وقائمة الممنوعات التي يخضع لها ليحافظ على لياقته وحرمانه الاجتماعي الكبير خارج المستطيل الأخضر وعمره القصير في الملاعب وهي نواح يمكن أن تجعل الصورة متزنة لكي نعرف قيمة المقابل الجسدي والنفسي المعادلة للقيمة المادية التي تتوزع على سنوات اللعب وعمولات السماسرة وتكاليف نمط المعيشة . لقد شاعت برامج المسابقات التي تستخف بالمشاهد . بضعة أسئلة ساذجة تجعل من المشاركين أصحاب ملايين. مثلما شاعت برامج الاستخفاف بالآخرين باسم الكوميديا والسخرية وكل ذلك يتم برعاية هؤلاء النجوم الذين يحكمون و يُحكّمون .

كما غابت عن قاعدة النجوم العربية أية وجوه ثقافية تقدم مثلاً ناضجاً للنجاح خارج مجالات الغناء والسينما ورياضة كرة القدم فلم تتركس وسائل الإعلام المعماريين العرب الذين بنوا شواهد فذة في الشرق والغرب ولا الأدباء الذين ترجمت لهم أعمالهم إلى معظم لغات العالم

قيم التجهيل ؟ بم نقف في مواجهة عصر التقدم وطفرة العلوم ؟ ماذا أعدنا لمقاومة إحباط الشباب وانكسارات الكبار؟ كل ما لدينا مؤتمرات وتوصيات ورق على ورق .. ورق تطيره رياح السنوات التي عصف بها التغيير في العالم حين وقفنا نحن مكاننا !

ألوان أخرى للإعلام

يجب ألا نرضخ لسوق الإعلام الأصفر علينا أن نتوقف لنسأل عن جدوى كل فعل ثقافي تخطط له ونحرص عليه و ندعو إليه . علينا أن نضع خريطة لإعلام به كل الألوان وبشكل يمنح تربية العين على نبذ الرؤية الأحادية المنغلقة على نفسها . إن ديمقراطيتنا تبدأ قبل ديمقراطية الآخرين وحرية الآخرين جزء من حرياتنا .

إن معضلة إعلامنا تتمثل في تحوله إلى أن يكون إعلاناً أكثر من إعلاماً فهو إعلان للسلع الأكثر رواجاً حتى ولو لم تكن الأفضل جودة وإعلان للنجوم الأكثر انتشاراً حتى لو لم يكونوا الأفضل قيمة وإعلان للحكومات الأقوى سطوة حتى ولو تكن الأفضل ديمقراطية . بات إعلامنا العربي أسيراً للإثارة اللفظية الفجة في برامج التناطح التي غاب فيها الحوار العقلاني والأخلاقي . مثلما غابت قيم المعرفة وبات البحث عن أرقام حقيقية تؤكد المعلومات التي تنهمر كالسيل أمراً عسيراً لقد مثل الإعلام العربي الخيري والعلمي والتقني تابعا للغرب مما جعل الأمر ينسحب على باقي مناحي الحياة التي خلفت لنا جيلا من التابعين للإعلام الغربي . وسط سقوط آليات الإعلام

الثقافة الإسلامية قبل الثقافة العلمية والتعليم و الطبيعة والتربية والسياسة وبنسبة تقترب من مجموع تلك القطاعات معا .

إن الأرقام قد ترصد أحد وجوه الحقيقة لكن الحقيقة الكاملة تأتي حين تجتمع الوجوه كلها معا لتدق ناقوس الخطر على حقيقة تشبه وقوع الجمهور في ثقب كوني أسود يتيه فيه الجمهور عبر مجرات وسائل الإعلام المتناحرة على جذبه . هناك صراع لدى المتلقي بين القيمة والرواج بين المحتوى والكم بين تعرض وخضوع هذا المتلقي لسلطة السيل الإعلامي والبحث المنفرد عن حضوره الذاتي . هذه الجوانب جميعها تؤكد ضرورة إيجاد نسق إعلامي ناضج وتقديم منتج ثقافي راق والعمل على إشاعته وطرحه بديلاً للغث المتكاثر والهش المعمم.

ولا شك أن هذه التربية لا تبدأ فجأة ولا تقتصر على أداة واحدة ولا تقوم بها جهة بمفردها ومن هنا أطالب بأن نعيد قراءة مئات التوصيات التي قدمتها مؤتمرات الإعلام العربية خلال العقود الماضية إن إعادة قراءتها تكشف لنا أنها لا تزال حبيسة دفاترها سكينه أدرجنا فبعد أن أفنى الباحثون سنوات عمرهم لتقديم خلاصتها نفض الجميع أياديهم منها كأنهم أدوا دورهم وكتبوا وصاياهم و قرروا الخلود للراحة .

ماذا فعلنا للقضاء على النسب المخيفة من الأمية المتفشية في مجتمعاتنا الريفية والناحية ؟ ماذا قدمنا لمجابهة أفكار الخرافة ومناهج الشعوذة؟ كيف تصرفنا إزاء شيوع ثقافة الاستسلام و تبنى

العربي الأصفر لقد حسبنا منذ سنوات أن ينزلق إعلامنا إلى مستنقع الثقافة الرخيصة التي تضع نفسها ألعوبة في أيدي ثقافة الترفيه وحسب ولكننا اليوم نخشى □ وقد وقع فيها الإعلام بالفعل □ ألا نستطيع الخروج منها لكننا لن نقدم توصيات جديدة بل نؤكد ضرورة فض الأختام من على توصيات قديمة من أجل إعلام ينبذ اللون الأصفر المجانب للحقيقة والمستخف بالعقل من أجل إعلام يتيح لقوس قزح الإعلام الحضور والتأثير للمشاركة في بناء جديد للمتلقي العربي .

السابقة والحضارة الغربية الحالية فيما يسمى بحظر التكنولوجيا مثلا
ولعل أهم المراجع العربية فى هذا العطاء هو كتاب (فضل الحضارة الإسلامية) لأستاذنا عباس محمود العقاد ..

كما أن أهم المراجع الغربية فى هذا الباب هو كتاب المستشرقة الألمانية (زيجريد هونكه) الذى أصدرته بعنوان (شمس العرب تشرق على العالم)

ومن كوارثنا البحثية فى عالمنا المعاصر أن جامعاتنا ومعاهدنا العلمية – بالذات فيما يخص المجال الفكرى لا التقنى – أهملت تماما عطاء الأجداد في هذه الفنون لا سيما وأن معظم العطاء الفلسفي والفكرى فى مدارس ومعاهد الغرب يعتمد مراجعنا العربية فى تلك العلوم وتعتبر أحد مصادر الثراء المعرفي أكاديميا وبحثيا ..

فمن خلال دراسة بسيطة لفن العلاقات العامة وتاريخه المعاصر وجدنا أن التركيز في سائر الكتابات العربية إنما هو مجرد نسخ ونقل من المدارس الغربية فى هذا الفن !

ويندر جدا أن نجد مرجعا عربيا ألقى الضوء على العطاء العربي في هذا الباب لا سيما وأن فن العلاقات العامة كأحد أهم فنون الإعلام لم تكن نشأته فى الغرب هي السابقة تاريخيا ..

بل نشأت لدينا فنون العلاقات العامة بمسمى آخر ضمن أبواب علم (الإجتماع) الذى أسسه وابتكره العلامة المعروف ابن خلدون ..

المدرسة العربية فى فنون العلاقات العامة



د. محمد جاد الزغبى

تحفل المدارس الفكرية والعلمية والتقنية بمدى اتساع العطاء الإسلامى والعربي فى كافة ألوان العلوم والمعارف

وقد طالعنا في هذا الباب عشرات المراجع العربية والأجنبية التى احتوت مظاهر هذا العطاء الباذخ والنموذجى فى فترة تألق الحضارة العربية على امتداد تاريخها في العراق والشام ومصر والأندلس , وهو العطاء الذى أشرقت فيه شمس البحوث والمبتكرات لتغطى سائر العالم دون أن تمارس الحضارة العربية مرة واحدة أسلوب منع واحتكار العلم والتقدم !

هذا الأسلوب الذى اتبعته سائر الحضارات

الأمريكيين وأصبحت الحياة لديهم - حتى فى الجانب المعنوى - خاضعة لفكر الآلة والميكنة

حتى فى عوامل الإبداع الصرف ! لهذا لا يستوعب العقل الأمريكى الفارق بين الفن المهارى ذو الطابع البشرى وبين الفن المصنوع المقنن بصناعة الآلة ! أما المدرسة الثالثة وهى المدرسة الأم فهى المدرسة العربية التى وظفت العلاقات العامة توظيفها الصحيح وهى أنها فن صرف يستند إلى قواعد علم الإجتماع ..

تماما كالشعر , الذى يستند لعلم العروض واللغة ولكن هذه العلوم لا تُنشئ شاعرا منعده الموهبة وهذه المدرسة العربية هى مدرسة ابن خلدون والذى يتضمن عطاؤه فى علم الاجتماع مهارات العلاقات العامة , وابن خلدون هنا ليس المنشئ للعلم ولكن كان الفضل فى إبراز قوانينه , حيث اتسمت الحضارة الإسلامية بعطاء فكري باذخ فى الإجتماع جاء ابن خلدون فأبرزه تماما كما فعل أبو الأسود الدؤلي وسيبويه فى تقنين علم النحو , لكنه بالطبع كان موجودا فى كلام العرب منذ مئات السنين ..

ومما يدفعنا للأسف حقيقة أن المدرسة العربية وقواعدها فى فنون العلاقات العامة لا محل لها الآن لا من الناحية النظرية ولا من ناحية التطبيق رغم كونها المدرسة الجديرة بالإتباع ..

فالعلاقات العامة بمعناها المعاصر لم يكن لها وجود تاريخى بشكل منفصل ومن خلال أفكار ابن خلدون ظهرت المدرسة

وفى هذا المقال سنحاول أن نبسط الشرح فى تلك النقطة ..

مفهوم العلاقات العامة وهل هي (علم) أم (فكر) (فن) وأهمية تحديد مجالها هناك ثلاث مدارس غربية نشأت فى مطلع القرن السابق لتقسيم وتصنيف العلاقات العامة وهل هى فن أم فكر أو علم ..

فمدرسة الفن وهى المدرسة الأوربية وهى من تأسيس بلومفليد هوارد بونهايم رأت أن العلاقات العامة هي فن التأثير على الآخرين لسلوك الطريق نفسه الذى تتبعه تلك المؤسسات.

ويعيب هذا التعريف أنه أهمل دور علم الإجتماع فى تقنين قواعد العلاقات العامة وزيادة كفاءة الموهبة فيها

أما المدرسة الأمريكية فرأت العلاقات العامة علم وفن معا وهى من تأسيس ركس هارلو ودائرة المعارف الأمريكية لارتباط العلاقات العامة بعلم الإجتماع ولكن يعيب هذا التعريف أنه جعل علم الإجتماع شريكا رئيسيا فى فن العلاقات وبهذا المعنى أخرج العلاقات العامة من صفتها الرئيسية كفن إبداعي

وجاء هذا الاختلاف نتيجة الاختلاف الطبيعى بين النظرة الأمريكية للفكر الإنسانى وبين النظرة الأوربية حيث يختلف الأوربيون عن الأمريكيين جذريا فى أن أوربا هى مهد حضاري قديم أعلنت من شأن الفنون والإبتكار الفلسفي بينما نشأت أمريكا بشكل مختلف فهى تميل لعقلية (الآلة) لهذا تراجعت مساحة الإبداع العقلي الحر لدى

الأوربية التى أخذت قسما من علم الإجتماع الحضري وأطلقت عليه اسم (العلاقات العامة) كأحد التصنيفات الحديثة للعلوم والفنون وظهر بعد ذلك رواد أوريبيون فى هذا المجال منهم إيفلي وبيرنز

وقد أقام إيفلي مفاهيم العلاقات العامة على إنكار لجوء المؤسسات للسرية فى تعاملها مع الجمهور الخارجى وفى تعاملها مع منسوبيها من العاملين وذلك عن طريق ستة مبادئ وهى أولا : التصريح بكافة أعمال المؤسسة بدون سرية عدا الأسرار الصناعية

ثانيا : يجب أن تكون الدعاية إيجابية من ناحية الأفعال وعدم استخدام الدعاية القولية بلا سند من الواقع

ثالثا : مهمة العلاقات العامة عند إيفلي هي دراسة رغبات الجمهور المستهدف عن طريق دراسة الرأى العام دراسة ميدانية تتيح العمل فى ضوء هذه النتائج

رابعا : دعا المؤسسات إلى تبنى الإنسانية حيث مشي على نهج الملياردير الأمريكى جون روكفلر الذى قال قولة مشهورة فى هذا المجال أنه يحاول ترجمة الدولارات إلى أفعال إنسانية

خامسا : العلاقات العامة يجب أن تركز إهتمامها على صغار الموظفين والمستخدمين بالمعاملة الإنسانية والدعم

سادسا : الإبتعاد عن سياسة (الإعلان) واللجوء إلى سياسة (الإعلام) فى الترويج للسلع والمنتجات

أما مبادئ بيرنز فتلخصت في الآتى

وهو صاحب أول مؤلف فى العلاقات العامة بعنوان (بلورة الرأى العام) ولخص بيرنز وظيفة العلاقات العامة وأخطر أدوارها فى قيامها بتحويل المصلحة الخاصة لتلتقي مع المصلحة العامة داخل المؤسسة

وكما نلاحظ من خلال مبادئ إيفلي وبيرنز أن مبادئ مستقاة من قواعد التعامل المجتمعي النابع من فلسفة الشريعة الإسلامية فى تقنين التعامل التجارى والعملى والسياسي ومنع الغش والخداع والتحايل

وبالطبع نستطيع أن نقول بعدم وجود تطبيقات معاصرة فى عالمنا اليوم لهذه المبادئ بعد أن أصبحت الدعاية والإعلان النابعة من مدرسة العلاقات العامة الأمريكية قائمة على مبدأ واحد فقط وهو مبدأ البرجماتية المحضة أو النفعية وتحقيق المصلحة بغض النظر عن مشروعية الأسلوب ..

فشركات العلاقات العامة الأمريكية تمكنت من دحر مبادئ المدرسة الأوربية المستقاة من المدرسة العربية وأصبحت سياسة (الميكافيلية) هى التى تحكم سوق عمل العلاقات العامة بغض النظر عن مبادئ الشرف والأمانة فى التعامل ..

وكما استطاعت السياسة الأمريكية غزو العالم بمبادئ النفعية سياسيا واقتصاديا فقد نجحت فى غزوه إجتماعيا أيضا حيث غزت مبادئ العلاقات العامة الأمريكية سائر المدارس العالمية فى هذا الفن تقريبا ..

والمؤسف له أننا فى العالم العربي خاضعون تماما لهذه الهيمنة حيث يندر جدا وجود معهد علمى أو كلية لإعلام تحرص على تدريس العلاقات العامة بمبادئها الأصلية سواء المبادئ العربية أو حتى المبادئ الأوربية التى حملت شطرا كبيرا من مبادئ العلاقات العامة فى الحضارة العربية

لهذا ما نتمناه حقا أن تقوم الأكاديميات الإعلامية العربية بمحاولة كسر هذا الإحتكار حتى لو بشكل جزئي لعلنا نحظى بعد ذلك بجيل يدرك الفارق الذى صنعه مدرسته أجداده فى فنون الإعلام

الإعلام الموريتاني.. وامتحان المهنية



د. أيمن السيسي: كاتب وصحافي مصري

أثبتت صحراء موريتانيا أنها الفضاء الرملي الوحيد في العالم الذي يمكن أن نطلق عليه باطمئنان شديد أنها البادية العالمية نتيجة تراكمات فقهية وفكرية عبر قرون عززها التمسك بأصول الدين والإصرار على تعليمه وتعلمه منذ أن جذرت دولة المرابطين بقيادة ابوبكر بن عامر الاسلام وسط قبائل صنهاجه - سكان البلاد الأصليين- ونشرته في بلدان الغرب الافريقي. وظلت مشاعل الدين مرتفعة طوال هذه القرون بفضل المحاضر (كتاتيب وجامعات الصحراء) يغذيها رافدوا الفقه الإسلامي المالكي المصري الازهري والمغربي (الفاسي والتلمساني) فأخرجت عددا كبيرا من فقهاء (صحراء صنهاجه) موريتانيا الحالية المعتبرين والمعدودين بين فقهاء العالم الإسلامي مثل سيدي المختار الكنتي (1142هـ-1226هـ) وابنه سيدي محمد المختار

والشيخ محمد المامي (1286-1206 هـ) والشيخ سيدي الكبير (1190هـ) . وغيرهم مخلفين فأضا فقهيا وفكريا وعلميا جذر عالمية الصحراء (بكسر اللام). وفي ظل عزلة هذا المجتمع الصحراوي عن العالم ووجود تنوع عرقي ولساني وثقافي كبير بات من المحتم حدوث اختلالات في البنية النفسية و الاجتماعية والفقهية الفكرية على مستوي الفرد وأيضا الجماعة ، وان تمتزج طقوس العبادات الدينية وبعض طقوس الممارسات الدينية ببعض عادات الصحراء والممارسات المعنوية والاجتماعية لزواج جنوب النهر، مما توارثته مجتمعات هذه المناطق ،انتقده الشيخ المامي ودعا الي ضرورة فتح باب الاجتهاد ومعالجة رواسب الامتزاج المشوهة لصحيح الدين في مخطوطه الهام البادية وهذه قضية أخرى، اما التنوع العرقي فقد زلزلته حرب شريبه -بعد وفود العرب بني حسان وتغلبهم على قبائل صنهاجة سكان البلاد الأصليين-وأحدثت فيه أزمات بنيوية عميقة مع استمرار حركة أسلمه بعض الأعراق الأفريقية واستمرار تدفقات الرقيق وانصهار المجتمع الكلي من خلال قوة تغلبه وإرادة قسرية ادت الي إنتاج تراتبية طبقية اجتماعية ظلت محكمة ومحكومة بعوامل كثيرة منها و اهمها سيادة العنصر العربي خاصة والبيضان عموما -تعني كلمة البيضان أصحاب اللون الأبيض،عرب وصنهاجة، تمييزا عن البشرية الافريقية السمراء - وترسخت هذه الطبقة المكونة من السادة والحراطين -نسل العبيد- والمعلمين وهم اصحاب الحرف مثل الحدادة

والنجارة وغيرهما والزوايا اهل العلم والطلبة والايجاون -اهل الفن والغناء - وفي تقديري ورصي قان هذه الفئات وان كانت تعيش علي ارض واحدة وتشترك في كل شئ الا انها تعيش منعزلة عن بعضها اجتماعيا وثقافيا وانسانيا وتمايزت النظرات والمسؤوليات تجاه بعضها البعض وتجاه مجتمعها فقط، أويجمع بينهم الدين الاسلامي وهو نزوع فطري لدي الموريتانيين وينعدم بينهم التنوع العقائدي (كامل الشعب الموريتاني مسلمين

وكتب التراث القديمة -ولهذا تجد الموريتانيين عنصرا رئيسا في جماعات التكفير والإرهاب مثل القاعدة وداعش وأنصار الدين والتوحيد والجهاد وحتى ما يسمى ب ولاية



سنة-باستثناء مئات تشيعوا خلال العقود الماضية -ويتميزون بالطيبة و الاخلاق الحميدة والكرم ولكن العزلة وتوقف الزمن بهم عند التفاصيل الاولى

لمعيشة وطبيعة ومفردات ثقافة المسلمين الاول،يؤكد التشابه المحض ، نفس البيئة ونفس ممارسات بني حسان مما استجلبوه من صحرائهم الاول في الجزيرة العربية ، فضلا عن كونهم يمثلون -او كانوا- اطراف العالم الاسلامي في محيط وثني زنجي وقبائل غير مسلمة، دفعت الكثير منهم للنحو الى التشدد،خصوصا بعد تلقي وحمل بعض حجاجهم مثل الشيخ المجيدري بين حبيب الله اليعقوبي (1165/1204هـ) لتعاليم واسس

سيناء وأنصار الشريعة في ليبيا، وهذا المجتمع المتدين شديد التمسك بالدين وتعاليمه يرفض اي اقتراب تشكيكي من الدين او ما يتصور انه من الدين حتى ولو كانت كتب مؤلفة لفقهاء ولو ببسيط انتقاد وهو ما سبق ان حدث عندما اقدم ذات يوم من عام 2012 بيرام بن عبيد ولد الداه (عضو البرلمان الموريتاني الحالي والمرشح الرئاسي السابق)ورئيس جمعيه ايرا لمناهضه الرق ،علي حرق -مدونة خليل ابن إسحاق لشرح

موطا مالك - لانه رأي في هذا الكتاب ترسيخا للعبودية وشرعنة للرق وهو ما اعتبره اغلب المجتمع الموريتاني كفرا وقدموه الى محاكمة بل وطالب البعض بقتله اذ ان الطعن فى الدين او تراثه او التشكيك فى بعض كتبه او مدوناته القديمة وفروعه يعد من المكفرات وهو ما تجلى فى مواد قانون العقوبات الموريتاني والذي تنص المادة 306 منه على ان «كل من ارتد عن الإسلام صراحة او قال او فعل ما يقتضي ذلك او انكر ما علم من الدين بالضرورة او استهزأ بالله وملائكته وكتبه وأنبياؤه يحبس ثلاثة أيام يستتاب اثناءها فان لم يتب يحكم عليه بالقتل كفرا وان تاب قبل تنفيذ الحكم رفعت قضيته الي المحكمة العليا بواسطة النيابة العامة للتحقق من صدق التوبة. وفى ظل التشدد الديني المجتمعي وتلك الطبقية سادت العنصرية داخل العقول وفي بعض مؤسسات ومنظمات المجتمع والكيانات الصحافية والاعلامية وظهرت في قضية اخري عندما نشر الشاب محمد ولد امخيطر فى مدونته عام 2014 كتابا سردية عنونها ب «استغلال للدين لشرعنه التميز العرقى في موريتانيا » وهي القضية التي صارت الشغل الشاغل للمجتمع الموريتاني والاعلام والصحافة فيه ولم تنته الأزمة أو تخمد حتى بعد افراج الرئيس ولد الغزواني عن الشاب وهو ما تناوله رصدا لمعالجة الإعلام الموريتاني لهذه القضية، وان كان ما كتبه الشاب في بعضه صحيح وفى بعضه تجاوزا للحق وحقائق الاوضاع وهذا ليس مجاله الآن ولكن وجب اولا تذكيرا لنخب الفقهية والعلمية والاكاديميه

وصفوه الصحفيين المهنيين ان يتصدوا لأسباب التمييز وافكاره ووقائعه لان ما قامت به موريتانيا على صعيد مواجهتها الجادة والايجابية للإرهاب وتهريب المخدرات وتحقيق بعض اسس التنمية وماتزخر به من موارد طبيعيه هامه تضعها - فى تقديري-ضمن قائمه الدول المستهدفه بالتقسيم باستخدام مكوناتها العرقية وخلافاتها والنزوع للتشدد والطبقية التي أصبحت في نظر البعض غير مناسبة للعصر، وحتما ستستغل مثل هذه القضايا وهو ما يدعونا لتنبية النخب فيها كي تقوم بدور تاريخي لانقاذ بلادهم ومعالجة مسببات دفع الشاب المدون الى الصراخ في وجه مجتمعه ولكن بالإسقاط على احداث من السيرة النبوية المشرفة.

وهو ما نناقشه رصدا لتناول الإعلام لها، فقد كتب ابن امخيطير- وان أصاب هدف الكتابه وهو فضح التمييز الا انه اخطأ بالمثل لانه أراد إسقاط هذا التمييز على ما اسماه عصر وواقع التدين (وقت النبي صلي الله عليه وسلم { التمييز فى عصر وواقع التدين (الأخير او الحالي) أقصى، واريد فقط ان أصل معكم- وأخاطب المعلمين أساسا- ان محاولة التفريق بين روح الدين وواقع التدين هى محاولات طيبه لكنها لا تتنافي.. فالحقائق لا يمكن طمسها وهذا الشبل البيضانى (العرب) من ذاك الاسد . ليصل ولد امخيطير الي ان الدين او التدين من اسباب استمرار الرقمخاطبا الذين يعانون من هذه الفئات الدنيا (الحراطين -العبيد السابقين و المعلمين؟ ويجابون؟) ان الذى يعانى منكم

يجب ان يكون صريحا فى اعلان سبب معاناته مهما كان السبب ،واذا كان الدين يلعب دورا فلنقلها بأعلي صوت ..يلعب الدين ورجال الدين وكتب الدين ادوارهم في كل القضايا الاجتماعية من قضاياهم - هذه الفئات التي لازالت صامته رغم ان الدين يقر بأن مأكلم حرام ومشربهم حرام وعملهم حرام (؟) ...وفي ديسمبر -2014 حكم عليه بالإعدام ثم تداولت القضية في المحاكم وبعد عاميين خفضت محكمه استئناف انواذيبو الحكم الى السجن عاميين وغرامه 60 الف اوقيه (220 دولار تقريبا) وموريتانيا على قله عدد السكان- 4 مليون نسمة-تحظى بفضل الديمقراطية الحقيقية فيها بأكثر من 291 صحيفة وموقع الكتروني وورقي، 15 منهم باللغة الفرنسية. الملاحظات الأولية علي اقله هو وضوح الانفلات المهني والتسرع في الكتابة وعدم الدقه بل وكثرة الأخطاء اللغوية اما فى الصياغة فنلاحظ التسرع اللغوي وانعدام الادراك بوجود واقع حديث في الكتابة وطرقها وهي الطامة الكبرى فنلاحظ طريقه ولغة الكتابة والسرد باستخدام الكلمات الرنانة والجمل المقعرة وأساليب الخطابة الشفهية فضلا عن وضوح الكيد والتناحر والتشفي وتصفيه الحسابات سواء السياسية او الاجتماعية بل والشخصية فى كثير من الكتابات الا ان هناك بالطبع صحافه رصينه ذات لغة رشيقة وجمل منظمه وتناول مهني متزن لكنها للأسف قليلة وعلى هذا وذاك فان تناول الاعلام الموريتاني لقضية ولد امخيطير كشف عن الضعف المهني والتردي

فكل المواقع والصحف تقريبا فيما تابعنا اكتفت بنشر الاخبار سواء فى الهجوم علي المدون من بداية وقائع المحاكمه منذ تحقيقات النيابة من خلال مظاهرات الشارع الرافضة والمطالبة بإعدام الشاب المسئ وكذلك المؤتمرات التي حملت نفس المطالب.. كل هذه الاخبار تكاد تتطابق جمل كتابتها ومفرداتها وحتى النفس الكتابي (بفتح النون والفاء و تسكين السين) تشابهت الصحف والمواقع التي اخترناها كعيه عشوائيه في متابعه الاخبار ونمط النشر وتسابق عدد منها في اعادة نشر المقال (اكثر من 25 مره) وفى رايانا ان إعادة نشر المقال بهذا العدد يعبر عن العجز المهني ومحاولة ملء فراغ فضاء هذا الموقع او تلك الصحيفة ، كما انه محاولة بأئسة للترويج للصحفه او الموقع، لانه لم يناقشه او يجتزئه او ينشر فقرات منه خصوصا التي اثار مشاعر المسلمين ليخضعه للنقاش العلمى او الفقهي او التاريخي، وذلك يعد خطأ مهنيا. مثلا نشره موقع يناير فى 25 ديسمبر 2014 ومواقع و صحف اخرى تابعت جلسات المحاكمة وللأسف اقلها لم تنجح فى التعامل المهني مع الشاب باعتباره متهما فقط ، بل نعتته بالمسئ المخطئ مثل موقع الجواهر ، ومن المواقع والصحف ما نعتته بالمجرم المسئ مثل موقع تابرنكوت الاخبارى، فى حين ان الاصل ان تتعامل معه كمتهم بتهمة ما او اثبات اساءته وجرمه بنقاش هادئ من خلال الفقهاء واساتذة التاريخ، ولكن كل ما رصدته من الاعلام الموريتاني لم يناقش الكاتب فيما ذهب اليه من اساءة او جرم، وهنا نؤكد قاعدة مهنيه وهي

مثل هيومن رايتس ووتش وغيرها والدعوه بالتجريم ويعاقب متهما قبل المحكمة .او بمعنى اخر لا يجب على الصحافة ان تقطع طريقا او تدعو الى قطع الرقاب ،الصحافة مهمتها اعلام وتعريف واطاعة الموضوع بالنقل والمتابعة ، ولطبيعة المجتمع الموريتاني من الناحية الاجتماعية ووظيفة هذه التراتبية الاجتماعية ونتيجة الحرية السياسية والديمقراطية فقد استغلت القضية للتطاحن والتناحر السياسي ووصل الامر الى اتهام الحكومة سواء بالفساد او التقصير وأيضا لتأكيد سيادة عرق او لغه ومنتسبى هذا العرق - وايضا كتنفيس من بعض أصحاب الترتيب الأسفل فى هذه التراتبيه كما ظهر فى تناول البعض وردودهم ضد العرق العربي ، وإجمالا فقد انشغلت الصحف الموريتانية بالأمر وكأنه اخطر ما وقع فى موريتانيا خلال هذا العقد.رغم وجود إخطار اكبر وأعظم مثل مكافحه الإرهاب والفساد وإصلاح الخلل الإداري وتعظيم القدرات التنموية والاستفادة من الموارد الطبيعية الهائله للدولة الموريتانية من اسماك ورؤوس ماشيه وبتترول وحديد وذهب (ملحوظة : كومبى صالح كانت موطن الذهب فى مملكه غانه القديمه الذي جعل من منسى موسى ملك مالى] 1312-1337 م [اغني أغنياء العالم حتى الان ،نتيجه امتلاكه لكميات هائله منه ،كومبى صالح الان موقع مهجور فى صحراء الشرق الموريتاني} ولكن التهافت و التنافس فى مضمار تكفير لابن مخيطير صنع منه نجما تتسابق المنظمات الدوليه مثل هيومن رايتس ووتش وغيرها والدعوه لاطلاق سراحه فضلا عن ممارسة الضغط على الرئيس وحكومته وهو ما

مثل هيومن رايتس ووتش وغيرها والدعوه لاطلاق سراحه فضلا عن ممارسة الضغط على الرئيس وحكومته وهو ما

تعيش اسوأ من العبودية ». مع اعاده نشر المقال أيضا، وعلى العكس اتهمت عدد من المواقع الرئيس ولد عبد العزيز نفسه بأنه يقف ضد اطلاق سراح المدون وانه أعلن فى اوقات عديدة الحزم فى هذه القضية ، لانها تهدد استقرار البلاد، وقال معلقا على احتجازالشاب بعد حكم القضاء حكم بالإفراج عنه « يخضع لحراسه هدفها تأمينه الشخصي واستقرار البلد» وتابعت فى اغلب المواقع نشر الردود والتعليقات ففى « أصوات مغاربيه » قال الكاتب موسى ولد حامد بأن القضية حساسة والقوى المحافظة غاضبة، واعتبروا صاحبه زنديقا يستحق الإعدام.....

فقط موقع «نوافذ»قدم اشارة مهنية جديدة عندما تناول نص المادة 306من قانون العقوبات الموريتاني الذى حكم بها الشاب المدون بعد تخفيف الحكم مشيرا الى المفارقة العجيبة بأن نفس المادة هى التى تتيح للحكومة الاحتفاظ به سجيناً بعد انتهاء مدة حكومتيه ..المحكمة العليا وحدها هى التى تبت فى ثبوت تبوته وعليه فان القانون يمنحها حق الاحتفاظ به الى حين التثبت ، وأفاض الموقع فى مناقشة المادة ونصوصها ،وتساءل كيف انها «تمنح الحاكم الحق فى اعتبار من يظهر الاسلام ويبطن الكفر زنديقا يعاقب بالقتل متى عثر عليه دون استتابته ولا تقبل تبوته الا اذا أعلنها قبل الاطلاع على زندقته ؟؟ وهو تسأؤل منطقي ومهني ، غير ذلك لم يكن هناك إعمالاً لمهنية المتابعة فى تناول الموضوع .و نشرت اغلب المواقع ثناء الشيخ ولد صالح رئيس رابطة حفاظ موريتانيا على خطوة الحكومة بتغيير

2017 -للشيخ حمدا ولد التاه الامين العام لرابطة العلماء الموريتانيين اعلنها فى مهرجان خطابى نظم بعد صلاه الجمعة فى ساحه ابن عباس بالعاصمة نواكشوط وتنص على ضرورة قتل المسئ للنبى (صلى الله عليه وسلم) وتبارى فى هذا المهرجان عدد من الشيوخ فى التشديد ايضا على ضرورة قتل الكاتب ، وأعادت «موريتانيا الحدث»، مثل غيرها،نشر فتوى الشيخ حمدا ولد التاه .

وهكذا تورطت فئات المجتمع كلها برلمان وكتل اجتماعية وفقهية فى نقاش غير هادئ حول الموضوع والتحيز فيه وسقطت المواقع والصحف فى امتحان المهنية وأيضا فى فخ من أراد إشغال الجميع بولد امخيطير عن القضايا الرئيسية.

وبالتأكيد لم يسلم الرئيس ولا حزبه الحاكم ولا الدولة من استغلال القضية سواء بالهجوم عليهم لانهم..» لا يقتصون للرسول والدين او هجوما عليهم لأنهم يخضعون لسلطان الفقهاء مغازلة لهم ولمريديهم كما نشرت مدونة الرومي وعدد من المواقع اتهامات للرئيس وحزبه باستغلال وسائل الإعلام التابعة لسلطتهما لمهاجمة الكاتب وهو ما عده المدون استبدادا للسلطة الطبقية الحاكمة ومغازلة للأصوات الانتخابية او النفاق السياسي للشعب بما يتجاوز الحق.. كان يمكن الرد على الشاب ونقده بمقال مماثل بدلا من محاكمته ولكن السلطة تريد ان تشغل الراى العام عن فسادها واستبدادها بتسخير الفقهاء . بما يفضح تبعية هؤلاء الفقهاء لسلطتها القمعية متناولا حال طبقة «المعلمين» التى

المادة 306 من القانون مما اثار عليه موجة من الاحتجاجات والاعتراض الجماهيري كما نشرت اخبار اليوم فى 18 نوفمبر -2016 صورة لتجمع كبير للالاف الذين تجمعوا وسط العاصمة رافعين الشعارات ومرددين الهتافات مطالبين بتطبيق حكم الاعدام الصادر ضد المسئ فى حق الجناب النبوى الشريف. العجيب ان صحفا ومواقع اخري نشرت نفس الصورة تقريبا او التجمع من نفس زاوية التصوير كما نشرت «وكاله لكوارب» خبر استيقاف الأمن لثلاثة محتجين اعترضوا الرئيس محمد ولد عبد العزيز بعد صلاه العيد مطالبين بإعدامه ونشرت «القاسميه» 14- نوفمبر -2017 خبر تفريق الامن لمظاهره نسائيه تطالب بإعدام المسئ ..»وكاله المستقبل» نشرت مثل غيرها انتشار الشرطة امام (مبانى) المحكمة وفى الشوارع القريبة منها. الجانب النقدي للزمة فى تناول الصحف ومحاولة القول بغير الشائع كان قليلا .. وغالب هذا القليل تمثل فى المدونات مثل مدونة محمد ولد عبد العزيز ولد المامى الذى تناول فى صفحته الموضوع تحت عنوان «هذا النبى من ذال الاله » ..وجه انتقادا فيه لما وصفه ب فضيحة الحكم بالإعدام على المدون بسبب مقال، وانتقد «كفر الموريتانيين بتجربة التعبير فانهاالت عليه التكفيريات فى المواقع ووصفه بالملحد المرتد.وأیضا فى اغلب الصحف والمواقع. ومن الملاحظات الجديرة بالتوقف عندها ، هى الحرية الكاملة للإعلام فى متابعة هذه القضية كما فى غيرها ونشر كل تفاصيل القضية، وتصريحات المسؤولين حولها . وكذلك تصريحات محامى المتهم محمد ولد امين الذى قال لأصوات مغاربية، وتقريبا لكل المواقع- او انها نقلت عن بعضها- بان موكله تعرض للاختطاف التعسفي وبعد انتهاء مده محكومتيه وليس مسجوننا حاليا ولا احد يعرف مكانه. ان القضية أصبحت سياسيه ولهاذ فإن الرئيس-السابق - ولد عبد العزيز لا يريد إطلاق سراحه حتى لا يؤثر على حظوظ حزبه فى الانتخابات الرئاسية (فاز فيها مرشح الحزب الحاكم الرئيس الحالي الفريق محمد ولد الشيخ الغزوانى) ولكن رغم انتشار هذه المعلومة عن اختفائه القسرى الا ان موقعا واحدا او صحيفة لم تكلف محررا فيها بالبحث عن موقع الإخفاء ومحاولة التقاط معلومة او كلمه حتى من بعيد حول مكان الإخفاء ولو حتى توقع علي السنة أمنيين سابقين يطبقون فكرهم الامنى وخبرات تعاملهم مع حالات مشابهة او قريبة الشبه.



المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية Arab Center For Research And Media Studies

افتتاحية العدد : واقع الاعلام العربي الجديد د. ابراهيم النجار رئيس التحرير

آراء النخب الإعلامية الفلسطينية في التغطية الإعلامية للجهود الدبلوماسية للتعريف بالحوالة الفلسطينية

د.أحمد ظاهر

بين الدراسات النظرية الأكاديمية والممارسات الإعلامية... فجوة معرفية أم تكامل علمي ؟

د.فيروز لمطاعي

الصورة الإعلامية الفلسطينية في موقع إنستغرام دراسة سيمائية

د.مي عبد الفني

فاعلية العلاقات العامة في مؤسسات الضمان الإجتماعي العربي ودورها في دعم الوعي التأميني

د.طه ادم

إنزياحات الصورة وسياقتها الدلالية بين مقاربات السيميولوجيا والمديولوجيا والسوسولوجيا

د.مراد بوشحيط

اتجاهات طلبة جامعة البترا نحو الأنشطة الاتصالية التي تنظمها الجامعة دراسة ميدانية

د. احمد حسين

إدارة عملية تشكيل الصورة الذهنية لحركة فتح

د. توفيق ابو جراد