الاتصال والتنمية

Communication & Development

مجلّة بحثيّة محكّمة تعنى بشؤون الاتصال والتنمية في المجال العربي

رئيسة التحرير: د. مي العبدالله **مدير التحرير:** د. عدنان خوجة

الهيئة الاستشارية العلميّة

د. أحمد حيداس- كلية الاعلام - جامعة الرباط- المغرب
د.الصادق رابح - كلية الآداب والعلوم، قسم الاتصال- الجامعة الكندية في دبي
د. برتران كابدوش – جامعة غرونوبل٣- فرنسا
د. جورج غريغوري – كلية الآداب- جامعة رومانيا
د. جمال مجاهد- كلية الآداب- قسم الاعلام- جامعة بيروت العربية
د. رفيق كركوزوز- كلية الحقوق- جامعة اسطنبول وجامعة القرن الجديد – تركيا
د. صالح أبو أصبع – كلية الآداب- جامعة فلدلفيا- عمان- الأردن
د. عبد الرزاق محمد الدليمي- جامعة اليرموك-عمان- الأردن
د. عماد بشير- كلية الاعلام والتوثيق- الجامعة اللبنانية
د.محبوب هاشم- الجامعة الأميركية في الشارقة- الامارات العربية المتحدة
د. محمد شطاح – كلية الاعلام- جامعة الشارقة- دولة الامارات العربية المتحدة
د. مسعود ضاهر- كلية الآداب- قسم التاريخ- الجامعة اللبنانية
د. مصباح رجب – كليّة الفنون الجميلة- الجامعة اللبنانية
د.نصير بو علي- كلية الاتصال في جامعة الشارقة- الامارات العربية المتحدة
د.هدى عدره – كليّة الآداب – الجامعة اللبنانية
د.هيثم قطب- كلية التربية-الجامعة اللبنانية
رئيسة التحرير: د. مي العبدالله – كليّة الاعلام والتوثيق- الجامعة اللبنانيّة
مدير التحرير: د. عدنان خوجة – كليّة الفنون الجميلة- الجامعة اللبنانية
لجنة تحكيم العدد١٧: د.مي العبدالله- د.محمد عمر جبيل- د.محمد شطاح- د.مسعود ظاهر- د.هيثم قطب- د.الصادق رابح- د.احمد بندريس- د.عبدالرحمن الشامي- د.ماجد تربان -

تصدر عن

الرابطة العربية لعلوم الإتصال (AACS)
e-mail: ittisaltanmia@gmail.com
Tel/Fax: 01807245

دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع
بيروت- لبنان
Tel:00 961 1 854161
e-mail: darnahda@gmail.com

جميع المراسلات بإسم رئيس التحرير على العنوان الإلكتروني

الإشتراكات السنوية: لبنان والدول العربية ٨٠ دولار أميركي
بقية دول العالم ١٠٠ دولار أميركي

تصميم الغلاف: أحمد عثمان

العدد السابع عشر / أيلول ٢٠١٧

تمثّل مجلة "الاتصال والتنمية" فضاء بحثيا لنشر البحوث والدراسات الأصيلة والمبتكرة والملتزمة بشروط الكتابة العلمية. وتهدف المجلة الى تجاوز ندرة الفضاءات المخصّصة للنشر الأكاديمي، وفرص اللقاء والحوار بين الباحثين العرب، وتطوير حقل الدراسات التي تتمحور حول الاتصال والتنمية، وذلك من خلال تيسير عملية تبادل المعارف والتجارب البحثية. كما تسعى المجلة الى تشجيع آليات النشر، مما يسمح بخلق فضاءات نشر جديدة بالنسبة للباحثين العرب، والتعريف ببحوثهم وإسهاماتهم في مجال الدراسات الاتصالية والتنموية لدى الأوساط الأكاديمية في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، والأوساط المهتمة بإشكاليات الاتصال والتنمية.

ترحب المجلة بمساهمات السادة الباحثين وتقبل نشر الدراسات والبحوث وفقا للقواعد التالية:

١. أن يكون البحث أصيلا غير منشور سابقاً
٢. أن يتّبع البحث الأصول العلمية والمنهجية
٣. تخضع البحوث المعدة للنشر للتحكيم. ويمكن أن يُطلب من الباحث إجراء التعديلات على ضوء ملاحظات المحكمين
٤. يرفق البحث بسيرة علمية موجزة عن كاتبه
٥. يطبع البحث على الحاسوب بخط ١٤ (Simplified arabic)، على أن يكون عدد الكلمات بين ٤٠٠٠ و٦٠٠٠ كلمة، بما في ذلك الحواشي والملاحق وقائمة المراجع والمصادر
٦. تأتي المصادر مع الهوامش في آخر البحث.
٧. يرفق مع البحث باللغة العربية ملخص باللّغة الثانية(الفرنسية أو الانجليزية)، على أن لا تزيد كلمات الملخص عن ٣٠٠ كلمة.
٨. يتم اعتماد التوثيق باستخدام أسلوب APA . يمكن الاسترشاد بالرابط التالي:

http://www.apastyle.org/index.aspx

٩. تقبل الأبحاث باللغات الثلاث: العربية، والفرنسية والانجليزية.
١٠. يسدد الباحث رسما رمزيا قيمته ١٠٠$ مئة دولار أميركي مقابل نشر البحث.
١١. ترسل البحوث الى رئاسة التحرير على العنوان:

ittisaltanmia@gmail.com أو mayabdallah@hotmail.com

عنوان المحور القادم: الاتصال وحاجات التنمية المستدامة

أزمة الاتصال الانساني

رئيسة التحرير

د.مي العبدالله

أزمات عديدة عاشتها الشعوب خلال العقود الأخيرة، من الحروب إلى الفيضانات إلى الإحتباس الحراري إلى التغير المناخي إلى الكوارث الطبيعية المختلفة، إلى العمليات الإرهابية، إلى الأمراض والأوبئة الفتاكة، والقائمة قد تطول... فكيف تتعامل وسائل الإعلام والاتصال مع الأزمات المختلفة وهل أداؤها في هذه الظروف يختلف عن أدائها في الأوقات العادية؟ هل تكتفي وسائل الإعلام بتغطية الأزمة، أم تحاول أن تقدم حلولا لها، أم أنها تسيّسها وفق مصالح جهات معينة قد تكون السلطة، أو المعارضة، أو جهات سياسية ومالية...إلخ.

تطرح معادلة الإتصال والسلطة مشكلة الوطنية وحق الفرد في المعرفة من جهة، وابتزاز واستغلال هل السلطة لوسائل الإعلام والاتصال للحصول على منبر يحقق لهم العلنية والحضور الإعلامي، والوصول إلى الرأي العام محليا ودوليا. وهناك صعوبة في تحديد الإطار المنهجي والنظري والقيمي الضابط للعمل الإعلامي، وخصوصا التغطيات الإخبارية والإعلامية اليومية لأنشطة ومطالب الجماعات الإرهابية المحلية والعالمية.

لقد وفّر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصوّرها خبراء الاتصال.

إن الخبرة والتسهيلات الجديدة التي وفرها الإنترنت في مجال التنظيم والاتصال والإعلام غيرت المعادلة القديمة التي كانت تضطر قوى التغيير إلى الاعتماد على دعم دول أخرى في نضالها السياسي، كما كان الحال في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين.

لذا فإن حركات الإصلاح والتغيير في عالمنا العربي والإسلامي مدعوة اليوم إلى الاستفادة من ثورة الإنترنت إلى أقصى الحدود، في مجالات التنظيم والإدارة والاتصال والإعلام والنضال السياسي وغير ذلك من جوانب معترك الحياة، وأن تستوعب المدلول التاريخي لثورة الإنترنت...

تقوم وسائل الإعلام والاتصال في أوقات الازمات وَفْق نظرية التسويق الاجتماعي بإثارة وعي الجمهور عن طريق الحملات الإعلامية التي تستهدف تكثيف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات المرسلة، للتأثير على القطاعات المستهدَفة من الجمهور، وتدعم الرسائلَ الإعلامية بالاتصالات الشخصية، كذلك الاستمرار في عرض الرسائل في وسائل الاتصال، عندها يصبح الجمهور مهتماً بتكوين صورة ذهنية عن طريق المعلومات والأفكار، وهنا تسعى الجهة القائمة بالاتصال إلى تكوين صورة ذهنية لربط الموضوع بمصالح الجمهور وتطلعاته. وفي خطوة لاحقة تبدأ الجهة المنظمة بتصميم رسائل جديدة للوصول إلى نتائج سلوكية أكثر تحديداً كاتخاذ قرار، ثم تأتي مرحلة صناعة أحداث معيَّنة لضمان استمرار الاهتمام بالموضوع وتغطيتها إعلامياً وجماهيرياً، ثم حثّ الجمهور على اتخاذ فعل محدد معبِّر عن الفكرة، عن طريق الدعوة لتبنِّي الأفكار التي تركز عليها الرسائل الاتصالية.

من هنا تواجهنا عدة تساؤلات وإشكاليات منهجية يصعب تحديد إطارها والإجابة عنها بشكل دقيق، وذلك نظرا لطبيعة العمل ودور المراقبة الذي يجب أن تلعبه وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية في خدمة المجتمع، وكذلك طبيعة التشريعات والقوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي المعمول بها:

في عشرينية الاتصال، في "زمن التواصل" بامتياز، نتوقف لنا لنتساءل، نحن الباحثون في هذا المجال العلمي الواسع القديم الجديد وحامل شعار التغيير بامتياز، هل بتنا نتواصل اكثر من قبل، أم تراجع الاتصال والتواصل بين البشر؟؟

ورغم كل التطورات التقنية والتكنولوجية التي شاهدناها في السنوات الأخيرة في مجال الإعلام ومجالات الاتصال المختلفة، لماذا نسمع كثيرا عن أطروحة تراجع الاتصال، أو فرضية سقوط مفهوم الاتصال العالمي ؟؟

ونتساءل عن ماهية المجتمعات الإنسانية المعاصرة، وعن أشكالها وخصائصها والمتغيرات الطارئة على بنائها، حتى بات السؤال الأساسي هل أن أزمة المجتمعات هي أزمة اتصال وتواصل بالدرجة الأولى ؟؟

الثورة الرقمية
ومسوغات الفكر الاتصالي الحديث

د.فائزة يخلف -
جامعة الجزائر ٣

مقدمة:

غالبا ما تميل المقاربات التقنوية التي تتناول تيمة التكنولوجيات الشبكية الحديثة إلى تركيز مساءلاتها على الرهانات الثقافية والاجتماعية والسياسية لهذه الوسائط، مزيحة بذلك كل التساؤلات ذات الصلة بتأثيراتها وانعكاساتها على التأصيل النظري و المسلك الإبستيمي لعلوم الإعلام والاتصال، وعلى المستوى المهني الإعلامي، الذي تأثر بظهور تقاليد احترافية جديدة كصحافة المواطنة، ودور المواطن المراسل في صناعة ثقافة التأثير وفي بناء حدود الحقيقة من خلال الصور المنقولة عبر الهواتف الذكية.

لقد أسست هذه الوسائل بإمكاناتها الخارقة، القادرة على القفز على الجغرافيا، لمرحلة خرق الحصار المفروض على الحقيقة، وغيرت الكثير من المفاهيم في عالم الإعلام خاصة، حيث ذهب البعض إلى وسم ما حدث من استخدام مدروس لهذه الوسائط في التبادل والتواصل بـ "الانقلاب الإعلامي"، بل ودفع الكثير من وسائل الإعلام التقليدية إلى الاعتماد على خدمات هذه المواقع لغرض اللحاق بالأحداث المتسارعة والجارية في مختلف المناطق من العالم وتقديمها لمتابعيها، وتنازلت هذه الوسائل أيضا عن الكثير من القواعد الإعلامية المتعارف عليها في التغطيات الخبرية من حيث صياغة الخبر والتأكد منه عبر مراسليها.

وهكذا، وفر ظهور الوسائط الجديدة في زمن ميقاتي وجيز "فتحا تاريخيًا"، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، غيرت من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة وأوقفت احتكار صناعة الرسالة الإعلامية من خلال الانتقال بها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يكن يتصورها محللو وخبراء الإعلام والاتصال، وبات من الضروري حيال هذا التطور المتسارع إبراز الدور الذي تلعبه هذه الوسائط و "الميديا الاجتماعية" تحديدا في قلب النقاش العام وفي رسم أبعاد التغير الإنساني.

١- الاعلام الجديد والاعلام الرقمي ... الأطر المفاهيمية:

مهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الاعلام، إلا أنها تلتقي في نقطة واحدة، وهي أنه لا يمكن تحديد مفهوم دقيق للإعلام دون ربطه بطبيعة المجتمع الذي يتوجه إليه بجميع مقوماته السياسية والاجتماعية والاقتصادية[١] وقد يعرف بأنه "الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عمّا يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة الأنواع والتعليم والترفيه، إشباعا لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر[٢] وهو كذلك "العلم الذي يدرس اتصال الانسان اتصالا واسعا بأبناء جنسه وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر وردود فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك"[٣].

والاعلام هو بشكل آخر عبارة عن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الاعلام الحديثة[٤]. ولعل الضجة الاعلامية التي أثيرت حول شبكة الأنترنت لم تأت من فراغ، حيث تشكل الأنترنت إحدى انجازات الثورة التكنولوجية.

وقد ساد الاعلام ووسائله الالكترونية الحديثة ساحة الثقافة، يؤكد على محورية الاعلام في حياتنا المعاصرة ذلك الاهتمام الشديد التي تحظى به قضايا الفكر والتنظير الثقافي المعاصر حتى جاز للبعض أن يطلق عليها "ثقافة التكنولوجيا أو ثقافة الميديا La culture media[٥].

وما يميز هذا الاعلام عن الاعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الاعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وتتيح الأنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث، المطابع ، هذه الطريقة تجمع بين النص والصورة والصوت، وترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل وتمكنه من أن يناقش المضامين الاعلامية التي يستقبلها إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين[٦]

أما الإعلام الجديد New media أو الاعلام الرقمي digital media، فيشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر واستهلاك المحتوى الاعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالأنترنت.

كما تتيح وسائط الاعلام الجديد امكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الأنترنت مثل Facebook. وعلى الرغم من أن الأنترنت ليست المثال الوحيد على وسائط الاعلام الجديد إلا أنها كانت ومازالت السبب الرئيسي لوصف هذا النمط من الاعلام بالجديد(٧).

ويرى ليستر M. Lister أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية، فإن ذلك سيمنحه "منطقا أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام، وعلاقة أكثر استقلالا مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي، وخيار أكبر للمستخدم، وعندما تكون الطريقة التي يتعامل بها الجمهور مع المصادر الإخبارية على الإنترنت مباشرة، ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيلا لمعرفة تأثير الإنترنت على البنية السياسية للمجتمع"(٨).

لقد ارتبط الإعلام الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الإنترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحها WEB ٢,٠ وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والتجارب والخبرات(٩).

ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة، فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الإنترنت، والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال الجماهيرية معولمة وهنا يقول برودي A. Brody Douglas "بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت"(١٠).

وغني عن البيان أن الإعلام الرقمي ثري بأشكاله، متنوع بطروحاته ومن ضمن الأشكال المعروفة التي يتضمنها هذا الضرب من الإعلام نذكر على سبيل المثال لا الحصر:

- المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، و"حزم النشر الصحفي".
- الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتلفزيوني" والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
- خدمات الأرشيف الإلكتروني.
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.

- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة: تواصلية ومعرفية وترفيهية.
- المدونات (Blogs).
- خدمات البث عبر الهاتف النقال وتشمل:
- البث الحي على الهاتف النقال.
- بث الرسالة الإعلامية عبر خدمة الـ SMS أو الـ MMS، و غيرهما.
- بث خدمات الأخبار العاجلة.

وبناء على ما تقدم، يمكن القول أن الإعلام الإلكتروني – الرقمي قد فرض واقعا إعلاميا جديدا بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز وفوارق.

ولا نبالغ بالقول أن مواقع الوسائط الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي هي أهم جزء من التقدم الرقمي الجديد، ومن انجازات الثورة العلمية في القرن الحادي والعشرين، فهي أدوات جديدة تجاوزت ما سبقها، ووفرت في زمن ميقاتي "فتحا تاريخيا" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرص كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود. الأمر الذي جعل الخبراء والمختصين يركزون على مسألة:

٢- إمكانيات شبكات التواصل الاجتماعي:

يمكن تعريف هذا الإعلام، بأنه مجموعة " الأنشطة والممارسات والسلوكيات التي يقوم بها الملايين من مستخدمي الإنترنت حول العالم لتبادل المعلومات والمعارف والخبرات والآراء"[١١].

ويمكن القول أيضا أن الإعلام الاجتماعي عبارة عن شبكات "اجتماعية بها أعضاء من مختلف دول العالم، تهدف إلى ربطهم والتعارف بينهم حسب التخصص، والمكان والأهداف المتوخاة"[١٢]. وهناك من يرغب بتعريفها على أنها "تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم "العقدة" -node- بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما، أو حمل جنسية لبلد ما، في هذا

العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص"[١٣].

وجاء تعريف مريل و لونستين Merill & Lowenstein للاتصال الاجتماعي الجماهيري بأنه: "العملية التي يقوم فيها القائم بالاتصال ببث رسائل مستمرة ومتعددة من خلال الوسائل الآلية والإلكترونية إلى عدد كبير من المتلقين في محاولة للتأثير عليهم بطرق متعددة"[١٤].

هذا ويتضح من منطق الأحداث التي تمر بها المنطقة العربية وغيرها العديد من الدول، أن الإعلام الاجتماعي المتمثل في قنوات الإعلام الجديد مثل فيسبوك، تويتر، يوتيوب والمدونات هو العامل الحاسم في إدارة الأزمات الاجتماعية.

فشبكات التواصل الاجتماعي كجزء من الإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، كان في بداياته مجتمعا إنترنتيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن تطور مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية عبر الكتابة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات واستجابات المتأثرين بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد (السمعي، البصري والحسي)، باعتبار أن المتأثر وأنماطه محور مهم في عملية التأثير، مستغلة (أي القوة المؤثرة) أن السمعي: سريع في قراراته لأن طاقته عالية، والبصري حذر في قراراته لأنها مبنية على التحليل الدقيق للأوضاع، والحسي يبني قراراته على مشاعره وعواطفه المستنبطة من التجارب التي مر بها، في محاولة من أولئك المؤثرين لتغيير الآراء، المفاهيم، المشاعر، الموقف، والسلوك.

وبالنظر للتعريفات العربية والغربية لمصطلح "التواصل" فإن خلاصة تلك التعريفات هو أنه (أي التواصل) عملية نقل واستقبال المعلومات بين طرفين أو أكثر عبر عدة قنوات مباشرة وغير مباشرة، من ضمنها شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، حيث يتفاعل داخل محيطها المرسل والمستقبل في إطار رسالة معينة عبر قناة تجمع بين الطرفين، فيظهر أثر التفاعل الدلالي بينهما من تبادل وتبليغ وتأثير [١٥]، و يظهر أيضا الأثر السلوكي المؤثر على الملتقى إما إيجابيا أو سلبيا.

من ذلك كله يتأكد ما اعتبره علماء الحياة و الاجتماع والنفس في أن التواصل الاجتماعي غير مهدد بالزوال، لأن التواصل ظاهرة اجتماعية تقوم على علاقات تفاعلية وتحديدا بين أعضاء الثقافة الواحدة كما يشعر المشارك فيها أنه فاعل ومتفاعل اجتماعيا و ليس كما كان يظن في نفسه أنه هامشي لا دور له[١٦]، لذلك نجحت مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في التأثير على ملايين المتفاعلين مع الأحداث.

ويصنف الخبراء الشبكات الاجتماعية[١٧] صمن نوعين: الأول اساسي يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك Facebook وماي سبيس my space وورد برس word press ...الخ ، والثاني مرتبط بالعمل: وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين، سيرتهم الذاتية، مسارهم الدراسي والمهني، ومعلومات عن شركائهم في العمل [١٨].

إن الشبكات الاجتماعية وتطبيقات الإعلام الجديد، بهذا المعنى، توفر لمستخدمي الأنترنت الأدوات التي تساعدهم على مشاركة بعضهم البعض والعمل معا بتسهيلها أحد أو كل العمليات التالية:

- التواصل و امكانية التعارف بواسطة البريد الإلكتروني، الرسائل القصيرة والفورية والدردشة ...الخ

- العمل التشاركي من خلال أدوات المشاركة الأخرى (sharing) .

- التعليم بواسطة أدوات التعليم والتدريب الإلكتروني ومشاركة المحتوى .

- التسلية والترفيه من خلال ثراء وتنوع المحتوى المنشور والذي يلبي كل الأذواق.

- بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري من خلال خاصية "الصفحات" page التي تتوفر في معظم الشبكات، وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر للمستخدم فرصة الانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة والتي عادة ما تكون واسعة الانتشار.

- تعد الشبكات منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم التي عادة ما تجد الكثير من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه.

ولا شك أن دور الشبكات الاجتماعية في نحت الوعي المعاصر بديل معقول عن التواصل الإنساني المباشر، وقد أثبتت الكثير من الوقائع والدراسات مدى تأثير هذه الشبكات في وعي الإنسان وتصرفاته، ولعل السبب الأول في ذلك يعود إلى التفاعل مع الآخرين، والاطلاع السريع على الأحداث العالمية[١٩]. وتعتبر هذه الشبكات سيفا ذا حدين، ففي الوقت الذي جعلت فيه الإعلام و الإعلان بحاجة ماسة إلى صناعات ابداعية جديدة يواجهان بها التحديات ويجذبان

المستهلك، خلقت سبل تواصل جديدة بين الناشرين والمعلنين من جهة و الجمهور من جهة أخرى. وقد زاد من هذا بمقدار أكبر دخول المدونات الإلكترونية فضاء الإعلام الرقمي الاجتماعي.

٣- المدونات الإلكترونية ومفهوم الصحافة البديلة

تعددت واختلفت تعاريف ومفاهيم ظاهرة المدونات، هناك من عرفها حسب اختصاصه، وآخر حسب مفهومه العام واطلاعاته.. وحسب ما تفق عليه العديد من المهتمين والباحثين والخبراء المتخصصين فإن المدونات عبارة عم موقع إلكتروني للكتابة، يتألف من رزنامة من الأحداث والسير الذاتية والرأي بأشكاله المختلفة[٢٠]، وقد ظهر هذا الفضاء الحرفي التسعينات من القرن الماضي كإعلام بديل [٢١] يحمل في طياته بوادر منافسة الإعلام التقليدي المهيمن.

هذه الخدمة التي شكلت في السنوات الأخيرة ظاهرة قوية وفاعلة سواء على المستويين الإعلامي أو السياسي و ذلك للأثر الذي أحدثته المدنون، لتكون هذه الظاهرة محل جدل حول الأثر الذي يمكن أن يلعبه التدوين الحر [٢٢] .

وللمدونات أشكال و أنواع و صيغ مختلفة و عديدة، فمن ناحية المضمون نجد فيها السياسية و الإقتصادية و الإخبارية و الرياضية و الدينية و الترفيهية و المحلية و التقنية، وأشهر نوعين منها هما: السياسية و الرياضية، و تأتي في المرتبة الثالثة التقنية [٢٣]، أما من ناحية الشكل فيحصي الخبراء أنواع مختلفة من المدونات الإلكترونية، كتلك التي تحتوي على الروابط والموصلات التشعبية link blogs ، و هناك المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية blogs on diary ، وتلك التي تحتوي على مقالات article blogs ، أو الصور photo blogs ، ومقاطع البث الإذاعي و المرئي بالإضافة إلى المدونات الإلكترونية المنوعة [٢٤].

وثمة عوامل أدت إلى نشأة المدونات الإلكترونية، منها عولمة الإعلام و تراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية و بروز اقطاب اعلامية دولية كبرى تديرها مجمعات اعلامية اخطبوطية عملاقة، وتحكمها رهانات مالية وسياسية. و في الأصل تعتبر المدونات رد فعل قد يكون في نفس الوقت عفويا وواعيا عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، و تأكيدا لحالة من التشكيك في مصداقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفا حرجا عن عدم الثقة بين وسائل الاعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الأنترنت والإعلام الإلكتروني، ويمكن القول – حسب خبراء الاتصال- أن المدونات قد استطاعت بالفعل منافسة المعلومة الرسمية التقليدية التي تبثها الصحف و الإذاعات و المحطات الفضائية[٢٥] .

و عند الحديث عن المدونات لابد من استذكار "ويكيليكس" wikileaks[٢٦] ومهمتها

الأساسية المتمثلة في فضح الأنظمة القمعية في آسيا و الكتلة السوفياتية السابقة، و دول جنوب الصحراء و الشرق الأوسط، بالإضافة إلى تقديم مساعدات لمن يرغبون في الكشف عن سلوكيات غير أخلاقية في الحكومات والشركات [٢٧] و قد أصبح الموقع الإلكتروني، أحد أهم المواقع التي يزورها أولئك الباحثون عن طرق جديدو لعرض المعلومات السرية أمام العالم، عوضا عن الأسلوب التقليدي.

وقد حضي الموقع باهتمام العالم بعد ان قام بتسريب البرقيات الديبلوماسية للولايات المتحدة الأمريكية، و هي معلومات سرية لمراسلات بين وزارة الخارجية الأمريكية وبعثاتها الديبلوماسية حول العالم بدءا من ٢٨ نوفمبر ٢٠١٠ على صفحات الموقع و في خمس صحف عالمية رئيسية أخرى، و قد ولد هذا التسريب اهتماما شديدا من الجمهور و الصحفيين و محللي وسائل الإعلام.

أن هذه الرؤية الجديدة إلى مثل هذا التدوين الحر قد ضاعفت من ايجابيات هذه الوسائط وارتقت بها إلى منزلة الوسيلة الأمثل للنشر الحر والعام فهي :

-وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التقوقع و الرقابة في نشر المعلومة، و بالتالي فهي ضرب من دمقرطة و عولمة المعلومة.

-أداة فعالة في التعبير عن الهموم الشخصية و العامة، ووسيلة تعمل على كشف المسكوت عنه.

-وسيلة بسيطة و مجانية فيها الكثير من الإبداع و التميز و التفرد

٤- مظاهر وسمات الثورة الاعلامية الجديدة:

لا يختلف إثنان من المهتمين بمتابعة التقنيات المعلوماتية على أن شبكات التواصل الاجتماعي قد شكلت سمة العصر الحالي الذي شهد ارتفاعا غير مسبوق بشعبية هذه المواقع : تويتر، وفيس بوك واليوتيوب على وجه الخصوص.

ومما لاشك فيه أن ظهور هذا الاتصال الشبكي الحديث قد كان له تأثير واضح على مسوغات الفكر الاتصالي الراهن، بدءا بالمستوى التنظيري وانتهاء بالشق المهني :

أ- معالم التغيير في البناء النظري لعلوم الإعلام والاتصال:

تستهدف عملية الاتصال بما تنطوي عليه من أوجه نشاط متنوعة تحقيق العمومية أو الشيوع، وهو ما لم يتم إلا إذا تحقق حد أدنى من التداخل بين مجال خبرة المرسل والمستقبلين،

الأمر الذي يؤدي إلى إيجاد الفهم المشترك الموحد لمعنى الرسالة الاتصالية بين المرسل والمتلقي وإلى إحداث الاتصال الحقيقي المبني على المعرفة المتبادلة المشتركة للرسالة بين طرفي عملية الاتصال. [٢٨]

وإذا كانت الرسالة الإعلامية في كنف الوسائط التقليدية، تتخذ منحنى أحادي، فإنها في ظل الإعلام الإلكتروني، قد أصبحت أكثر تحررا، وأكثر اتجاها نحو تحقيق التفاعل.[٢٩]

وقد بينت نظرية "المحيط الواسع والمحيط الضيق" الإعلامية أن الثقافات الشبكية الحديثة تعمل على توسيع المحيط الاجتماعي في المجتمعات المتميزة بقلة التفاعل بينها، فبواسطتها يستطيع المرء الاطلاع على وجهات النظر المتعددة ويدرك ما يتميز به من خصوصيات، ويميل إلى تقبل الآخرين على ما هم عليه من تمايز، فالفرد يعرف بوعي ذاته ومجتمعه من الآخر والآخرون [٣٠].

وهكذا ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تمكين الفرد من تجربة عوالم قد لا تكون جاهزة في واقع الفرد المتعامل مع الوسيلة الإعلامية فهي تنقل الفرد إلى عدة عوالم إفتراضية تجعل هذا الأخير يجد التعويض في هذه المنظومة الافتراضية.

وقد أدى هذا الوضع الاتصالي المتفتح إلى إدخال الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي، ويؤكد خبراء الاتصال في هذا الصدد أن أحد أهم الفوارق التي تميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي هي ميزة التفاعل، وعادة ما يكون هذا التفاعل مباشرا، يتيح إمكانية عرض الرأي، ومشاركة المستخدم في منتديات الحوار، ومثل هذه الوسائل التي تؤدي إلى تحرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر عليه، هي وسائل تعيد النظر في عناصر العملية الاتصالية وفي تراتبية مقومات نجاح الاتصال.

لقد انتقل الفعل الاتصالي بفضل هذه الوسائط الحديثة من نموذج البحث عن المعلومة Information Seeking Paradigm إلى نموذج وضع وبناء المعلومة Information Making and Building Paradigm[٣١]، وهو ما جعل الاتصال ينتقل من مجرد نقل للمعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في بناء الحقائق، في ابعادها السياسية والثقافية والاجتماعية، وكان أن بدأ إعلان ولادة ما يسمى في علم الاجتماع الإعلامي "الرأي العام الإلكتروني" الذي أصبح عنصرا فعالا يتجاوز استعمال الأساليب الفردية العفوية إلى استعمال الأسلوب الواعي المنظم، الذي يتم فيه يوميا استخدام ملايين أدوات التواصل في الإنترنت، ليستطيع تدريجيا أن يشكل رأيا عاما رديفا يمثل معظم الشرائح الاجتماعية، وليجعل من هذا الرأي الحكم الاجتماعي، ويجعله يعبر عن مصالح كل فئات المجتمع المضطهدة [٣٢].

وعند الحديث عن رواج الإعلام الرقمي الاجتماعي لا بد من التأكيد على المنحنى الإبستيمولوجي المغاير في دراسات الجمهور، هذا المنحنى الذي تحول من طبيعته العددية الكمية إلى بعده الافتراضي اللامحدود، ومن شكله المخصوص سوسيولوجيا إلى جماعات افتراضية وكتل اجتماعية عابرة للحدود [٣٣]، الأمر الذي فرض ضرورة تحديد المقاربات وتطويع المناهج العلمية لمواكبة هذا الجديد الأكاديمي.

لقد أدخلت تكنولوجيات الاتصال والإعلام الجديدة المتجددة، تغييرات جذرية عميقة على المفاهيم السائدة التي قوبلت عموما كبديهيات في جميع فروع العلم والمعرفة، حيث أصبحت أنماط التفكير والتصورات التقليدية وأساليب التحليل العامة والممارسات اليومية غير قادرة على استيعاب هذه التغيرات وإحتواء مدلولاتها السيميولوجية وانعكاساتها الميدانية.

لقد أرتبط مفهوم الجمهور في مدلولاته السيميولوجية بعملية الاتصال في جميع أنواعها التي تتطلب على الأقل مرسلا، رسالة، ومستقبلا، أو متلقٍ هو السبب والغاية، مهما كانت طبيعة الرسالة المستقبلة، في تنقلها صوت، صورة أو لغة، مباشرة أو غير مباشرة، فردية أو جماعية.

وقد ظهر ونما الشكل الجماعي لوسائل الاتصال بظهور ونمو التجمعات البشرية التي أقامت حضارات متنوعة لعب الاتصال دورا حيويا في نشر قيمها ونقلها عبر الأجيال المتلاحقة، إلى أن أصبح الاتصال الجمعي جماهيريا بعد انتشار الصحافة في القرن الثامن عشر، وظهور وسائل الإعلام الإلكترونية والأقمار الصناعية والإنترنت.

إن الاهتمام بالأبحاث المتعلقة بجمهور مستعملي الشبكة العنكبوتية العالمية الإنترنت، بمختلف تقنياتها الاتصالية المتجددة، هو اهتمام حديث العهد نسبيا، ولكنه يتزايد باضطراد مواكبا التطورات المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة [٣٤].

لقد بدأت هذه الأبحاث تحتل مكانة معتبرة ضمن الدراسات الإعلامية الشاملة التي تنجزها مؤسسات أكاديمية وإعلامية ومراكز متخصصة، والتي ما فتئت تنتشر مع ظاهرة العولمة المتسارعة والمتزايدة التعقيد، مفضية إلى تعميم العولمة [٣٥]، التي هي في واقع الأمر، ليست سوى ثقافة القوى المهيمنة على الاقتصاد والسياسة والإعلام والمعرفة والتكنولوجيا ومختلف المجالات الصناعية وبخاصة الصناعة الإستراتيجية التكنولوجية والعسكرية، وحتى الدراسات الإعلامية عامة، ودراسات الجمهور خاصة، وأيضا حسب درجة تطور المجتمعات التي تجري فيها هذه الدراسات.

وهكذا أدخلت تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة أبعاد تقنية واقتصادية وثقافية واجتماعية مغايرة على الفضاء الاتصالي عامة وعلى الفضاء الاتصالي داخل العائلة، كوحدة قاعدة للتحليل السوسيولوجيا الجزئي [٣٦] حيث أصبح هذا الفضاء الاتصالي العائلي يتميز بنمط جديد من التفاعل بين أفراد الأسرة من جهة، ومن جهة ثانية فيما بينهم، وبين التكنولوجيات المنزلية التي أضحت ديكورا أساسيا في أغلبية المنازل، وخاصة الحواسب المرتبطة بالشبكة العنكبوتية العالمية، وتلفزيونات الإنترنت التي يُتَوقع أن تحل محل تلفزيونات الكابل [٣٧].

وعليه، فإن مجموع العناصر النظرية لمساهمة مقاربة التلقي يمكن أن تساعد على رسم معالم منهجية تمكن من دراسة النسق التفاعلي للجمهور العريض في المنزل وحصر مختلف الإجراءات الشرطية لقبول تكنولوجيات اتصال منزلية، ومحاولة تصور نموذج اتصال بديل للنماذج التقليدية التي أصبحت مجتمعة غير قادرة على احتواء الأبعاد الجديدة التي أسفرت عنها التكنولوجيات المتجددة [٣٨]

ومن جهة النظر هذه، فان الاتجاهات الحديثة في مقاربة جمهور وسائل الإعلام تهدف إلى إبراز محاور تفرضها البيئة العلمية والتقنية الجديدة على الحياة في مجتمعات ما بعد الحداثة والتي بدأت توصف بأنها إلكترونية من جهة وتؤطرها المعارف الإنسانية التي توصلت إليها العلوم الإنسانية والاجتماعية من جهة ثانية وتتمثل هذه المحاور في:

- إدخال مفهوم السياق المنزلي (domestic context) في التنظير لعملية التلقي.

- اختيار الأسرة ((household كوحدة للتحليل ومفهوم الديناميكية الأسرية والتحليل الاجتماعي الجزئي (micro – social – analysis).

- توجيه منهجيات البحث نحو دراسة متغيرات الاستخدام والإشباعات ودرجة التفاعل مع الوسائط الرقمية الجديدة [٣٩]

وانطلاقا من هنا شكلت هذه الرؤى العلمية الجديدة منعرجات مفصلية في طريق تطور منهجيات البحث في علوم الإعلام والاتصال.

ب- على المستوى المهني:

إن الثورة الهائلة التي نعيشها اليوم والتي تقوم على تزاوج وسائل الاتصال عن بعد مع شبكات المعلومات والحواسيب بخاصة، قد كان لها آثار امتدت لتطال الميدان الإعلامي المهني، الذي أصبح يشهد أعراف وتقاليد جديدة.

لقد غيرت الثقافات الشبكية الجديدة الطريقة التي نحصل بها على المعلومات، سواء

كصحفيين، أو كمتلقين للأخبار، فأحدثت ثورة في مفهوم حرية التعبير بطرق عديدة، وبفضل شبكة الإنترنت، يمكن لأي شخص أن يكون ناشرا أو مذيعا ويكون وصوله إلى جمهور عالمي محتملا [٤٠]. فالحكومات التي كانت تهيمن في الماضي على تدفق المعلومات من خلال سيطرتها على وسائل الإعلام الإخبارية أو ممارسة الرقابة عليها، لم تتمكن في اغلب الحالات من حجب الوصول إلى شبكة الإنترنت، وكل هذه القدرة الهائلة للإنترنت تعني أن المزيد من المعلومات أصبح الآن متاحا بحرية أكثر من أي وقت مضى في التاريخ البشري.

في فترات ماضية كان الصحفي لا يكلف نفسه حتى تعلم طباعة الحروف بل كان يكتبها بقلمه ويسلمها للتحرير للطباعة المتخصصة... أما الآن فقد أصبح كل مستخدم للإنترنت في أي مكان في العالم ماهرا في التعبير عن نفسه وكتابة ما يريد طباعته حتى أن بعضهم نسي شكل الورق من كثرة التعامل من خلال الشبكة العنكبوتية حديثا وكتابة.

لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثور في عالم الاتصال والتواصل بين الأفراد وتغيرت الكثير من المفاهيم في عالم الإعلام خاصة، حيث ذهب البعض إلى تسمية ما حدث من استخدام مدروس لهذه المواقع في التبادل والتواصل بـ "الثورة الإعلامية". بل ودفع الكثير من وسائل الإعلام التقليدية إلى الاعتماد على خدمات هذه المواقع لغرض اللحاق بالأحداث المتسارعة والجارية في مختلف المناطق وتقديمها لمتابعيها، وتنازلت هذه الوسائل أيضا عن الكثير من القواعد الإعلامية المتعارف عليها في التغطيات الخبرية من حيث صياغة الخبر والتأكد منه غبر مراسليها وانتظار إثبات مصداقية الخبر قبل نقله، فأصبح نقل الخبر وتكذيبه لا يستغرق سوى أجزاء الدقيقة الواحدة وأصبحت اللقطات المنقولة عبر كاميرات الهواتف النقالة وأجهزة الـ "أي باد" لقطات أساسية في نشرات الأخبار.

وحين نتأمل حجم التغطية الإخبارية للأحداث التي شهدتها المنطقة العربية في السنوات الأخيرة، فإننا نجد نسبة كبيرة منها، قد تمت بفضل جهود المواطنين الذين واكبوا الحدث بعدسات كاميرات هواتفهم النقالة، وهو ما أدى إلى ظهور مفهوم "صحافة المواطنة" [٤١]، وهو المفهوم الذي يجسد سعي المواطن الحاضر في عين المكان إلى نقل الأخبار والأحداث بعيدا عن القوالب الصحفية والإعلامية المعروفة.

ويرى الخبراء أن سر نجاح المواقع الاجتماعية في إحداث التغيير هو القدرة على ربط الحدث بالصوت والصورة معا (باستخدام المحمول في التصوير والتسجيل) ونقله على شكل مقطوعات فيديو.

على هذا المنوال عزز الإعلام الاجتماعي الروابط الضعيفة وجمع الأشخاص ذوي الاهتمامات المختلفة والخلفيات المتنوعة والآمال والطموحات المشتركة، وهو ما جعلها وسائل قادرة على

تجاوز التجزئة والهموم المتفرقة [٤٢].

وهكذا ساهمت مواقع مثل "تويتر" و"فيس بوك" و"يوتيوب" وغيرها في إحداث تغيرات هائلة، وكانت حاضرة في مواقف حاسمة، وبإقرار الخبراء المتخصصين، فإن هذه المواقع لها دورها الفاعل في دعم التواصل في إحداث التغيرات السياسية الأخيرة على الخارطة العربية.

وأهم ما إتسمت به إنتفاضات الشعوب العربية في عام ٢٠١١ هي دون شك الميزات التالية :

- أنها ثورة اعتمدت على اختراعات الإعلام الاجتماعي، الفيس بوك، تويتر، يوتيوب، المدونات، وسائل الهاتف الخلوي، البريد الإلكتروني، الشبكات الاجتماعية الافتراضية... إلخ.
- تتكون من أشخاص او مجموعات تترابط عبر الشبكة (Networked Population) وهذا يوفر لهم مداخل مجانية إلى المعلومات ومعها فرص أكبر للتعبير عن النفس، كما توفر فرصة تبادل المعلومات ومناقشتها بحرية تامة.
- أتاحت هذه الثورات قدرا أكبر بما لا يقاس من العمل المشترك، وتعوض من سلبيات ونقائض المجموعات غير المنتظمة حزبيا، من خلال تقليل تكاليف التنسيق بينها إلى درجة الصفر، وهذا ما جعل الإعلام الاجتماعي أداة التنسيق الأساسية لكل الحركات السياسية في العالم.
- سمح موقع "تويتر" TWITTER لمستخدميه بإرسال رسائل قصيرة لا يتعدى طولها ١٤٠ حرفا يقرأها كل المشتركين، وترسل هذه الرسائل سواء من خلال الموقع أو باستخدام الهواتف الجوالة (SMS)، كما يعد هذا الموقع من ابرز مواقع التواصل الاجتماعي الذي مر بمرحلة مفصلية وبروز قوي، حيث بلغ عدد المنضمين الجدد ١٠٠ مليون مستخدم، انضموا في عام ٢٠١٠ فقط [٤٣].
- أضحى موقع "اليوتيوب" YOUTUBE من أهم الوسائل لنقل صور الاحتجاجات إلى الخارج ومحاربة الدعاية الحكومية، والرد عليها، وهو ما جعله بحق تلفزيونا رسميا لمحركي ومنسقي الثورات.
- موقع "الفيس بوك" الذي تؤكد التقارير أن عدد مستخدميه من العرب تنامى بنسبة ٧٨٪ من ١١,٩ مليون مستخدم في يناير/ كانون الثاني ٢٠١٠، إلى ٢١,٣ مليون مستخدم في ديسمبر / كانون الأول من العام نفسه.

وقد نجح هذا الموقع في تحويل الغضب الافتراضي إلى غضب واقعي من خلال الدعوات التي تبادلها الشباب لتلبية نداء التظاهر والتجمع للغضب ضد الفقر والبطالة والفساد، كما

نجح في تجميع آلاف الشباب من خلال مئات الصفحات تحت مظلة واحدة ومطالب عادلة [٤٤].

لقد انتهى النقاش حول ما إذا كانت هذه الوسائل الجديدة تؤدي إلى التغيير الاجتماعي وفُتِحَ سجال آخر حول الدور الإعلامي لهذه التقانات، وتأثيراتها المباشرة على ميدان الاتصال بعد أن تأكد أن منصات الإعلام الاجتماعي التي سهلت التنظيم كانت تغذي في الوقت نفسه البث الإعلامي الذي غطى أخبار التغيير في المنطقة العربية وباقي العالم، ما الذي حصل حين تجمع الشباب في ساحة التحرير ورفعوا لافتات حملت أسماء غرف الحوارات على موقع تويتر؟ قامت الفضائيات العربية بالتقاط هذه الصور وبثها في العالم كله للفت النظر إلى الأصوات الحقيقية في الشوارع.

خاتمة:

نخلص من هذه الرحلة البحثية أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت وكأنها "صفارة التنفس" والصاروخ العابر للحدود العربية والعالمية، وسائل لعبت دور الحمام الزاجل في نقل الأخبار والآراء والمواقف وفي إعادة تشكيل وبناء مسار الفكر الاتصالي الحديث.

كما ان المتابع لما جرى من حراك شعبي في بعض البلدان العربية في ٢٠١١ يدرك حجم الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت عليها مجموعات إخبارية كثيرة، وفرت كما هائلا من الأخبار والمعلومات من الميدان، أعضاء هذه المجموعات هم مواطنون عاديون، ليسوا متخصصين في تقنيات الصحافة، لكنهم تحولوا إلى صحافيين متطوعين، يستعينون بما تبثه الفضائيات وبمصادر مختلفة من صلب الحدث، تختلف تجاربهم وأسبابها، بين مقتنع بفعالية الإعلام البديل ومن هو مستعد لاستخدام كل شيء يمكن الشعوب الثائرة من تحقيق هدفها : التغيير، فكانت لا تكاد تمر دقيقة من دون أن يمرر أحد أعضاء هذه المجموعات خبرا عن مجريات الثورة من ميادين الاحتجاجات، لكن اللافت في هذه المجموعات أمران أساسيان: الأول : تحول المواطن إلى صحافي ميداني ينقل الخبر ربما أسرع من المواقع الإلكترونية المتخصصة في نقل الأخبار، أما الأمر الثاني، فهو تنوع المصادر إلى حد لا يمكن حصره، تدل على ذلك مصطلحات كثيرة تسبق الخبر، منها ما هو متعارف عليه كمفردة "عاجل"، ومنها ما استحدثه المواطنون الصحافيون كعبارات: "صديق على النت من خلال هاتف دولي"، و "متظاهر" و "عاجل جدا ومؤكد"، و "يرجى نشره بأسرع وقت"، و"إتصال من ميدان التحرير" وغيرها من العبارات التي يجتهد أعضاء المجموعات ليؤكدوا بها صدقية خبرهم، حتى لا يتهموا باختلاق الأخبار.

لقد أطاحت الثورة الرقمية – بوسائطها الجديدة – أشياء تقليدية كانت من المسلمات في الماضي وخلقت "سوق واحدة مشتركة" أدت إلى "كسر حواجز اللهجات التي تفصل بين مجتمعات المنطقة العربية" وإلى "توحيد جهودهم لبلوغ الهدف المنشود وهو التغيير".

ولا شك أن عبقريات الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، غدت عدسة ثالثة لا ترحم المقصر

أو المخطئ، ولا يحتاج من يتتبع تلك الشبكات إلى جهد كثير من أجل أن يكون في حالة تواصل مع ما يهمه من موضوعات وأحداث. وأصبحت هذه الشبكات بالنسبة للسواد الأعظم من مجتمعاتنا العربية تمثل مصدر المعلومة أيا كانت ومنبر الحقيقة حيثما وجدت.

ليس هذا فحسب، بل أن اللافت للنظر أن هذه الوسائط أحدثت ثورة في المفاهيم الإعلامية وغيرت من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، وأوقفت احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لتنتقل بها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها محللو وخبراء الإعلام والاتصال.

هوامش البحث

(١) عبد الرحمان عري: "الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمية" مجلة المستقبل العربي، العدد ٢٩، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٤، ص٤١.

(٢) حسن أبو شنب: "الاعلام الفلسطيني"، دار الجيل للنشر والدراسات الفلسطينية والأبحاث، الطبعة الأولى، عمان، ١٩٨٨، ص١٤٨

(٣) Jean Charron: une introduction à la communication, Presses de l'université de Québec, Coll Communication et société, télé university, Québec 1999, p23

(٤) Ibid., p24

(٥) Ibid., P25

(٦) Terry Flew : New media, An introduction, New york, Oxford University Press, 2004, p16

(٧) إن أقوى ما في وسائل الاعلام الجديد، أنها خارج سيطرة السلطات. فكل أسلوب لحجب الواقع كان يجابه بأسلوب عصري يلتف على هذا المنع، وحتى أسلوب "الكي" أي قطع الأنترنت بالمطلق، تم التغلب عليه عن طريق وسائل اتصال حديثة.

(٨) Lister.M – Dovey.J : New Media : A critical introduction, London, Routledge, 2005, P 7.

(٩) الإعلام الإلكتروني، مجلات وصحف على شبكة الإنترنت تقدم محتوى خاصا نفترض أن يكون له هيئة تحرير تعرف بنفسها، ويتحمل من يرأسها مسؤولية ما ينشر ويلتزم بآداب وتشريعات ومهنية المحتوى الصحفي... بذلك يفترض أن تلتزم الصحافة الإلكترونية، وفي مقابله تستحق أن نمنحها أدنى حقوقها المتمثلة في حمايتها والاعتراف بها. أما الإعلام التفاعلي، فهو عبارة عن خصائص أو وسائط أو خدمة ملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يشارك برأيه، والإعلام التفاعلي هو أيضا صفحة القراء في كل مطبوعة وهو تعقيبهم على موادها في مواقعها الإلكترونية... وهو مشاركات الجمهور في البرامج المرئية والإذاعية ومداخلاته في قاعات المحاضرات والندوات... وأخيرا منتديات إلكترونية ملحقة بمواقع النشر الإلكتروني أو مستقلة بذاتها.

(١٠) A. Brody Douglas: New media: New Perspective in communication, New York, Longman, 2008, p13

(١١) Ray Eldon & Sheila Gibbon: Social networks, Ny, Us Cambridge University Press, 2009, p11.

(١٢) Ibid., p12

(١٣) David wolton: les réseaux sociaux, Paris, Edition Flammarion, 2010, P 3

(١٤) Meril & Louenstein: Media message and men new perspective in communication,

..Longman, New York, 2000, P 23

(١٥) David Wolton: les réseaux sociaux, op, cit, p5

(١٦) Ray Eldon & Sheila Gibbon: Social networks, op, cit, p13

(١٧) لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، ومثال الأشهر على ذلك موقع "ليكند إن" والذي جمع أكثر من ٢٠ مليون مستخدم وأكثر من ١٥٠ حرفة مختلفة، ومن خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه وعمله ويمكن أن يدعو أصدقاءه لتزكيته لدى أشخاص آخرين لبدء مجالات عمل جديدة في ما بينهم، لذلك فتلك الشبكات تعتبر من المجالات التي تتسم بمستقبل كبير بعيدا عن صراع الشبكات الاجتماعية الكبرى.

(١٨) إبراهيم اسماعيل عبيد: العلاقات الاجتماعية عبر الأنترنت، مركز أسبار ديسمبر/كانون الأول، ٢٠٠٩، ص٢

(١٩) David Wolton, les réseaux sociaux, op, cit, p9

(٢٠) Charles Levy: Blogs and emergency of a free press, Oxford University press, New York, 2010, p30

(٢١) Ibid., p31

(٢٢) Ibid., p32

(٢٣) John Pavlic : The future of online journalism, Longman New york, 2009, p25

(٢٤) Ibid., p26

(٢٥) Ibid., p27

(٢٦) هي منظمة دولية غير ربحية تنشر تقارير وسائل الاعلام الخاصة وللسرية من مصادر صحفية وتسريبات إخبارية مجهولة

(٢٧) Terry Flew : New media, op, cit, p37

(٢٨) Jean Gonnet : Les enjeux de la communication, Paris, Edition Dunod, 2006, P 7.

(٢٩) David Held : Communication and Models of democracy, Policy Press, Cambridge,Encyclopedia Britannica, 2005, P 11.

(٣٠) Ibid, P 12.

(٣١) Ibid, P 15.

(٣٢) Charles Finn : Information Order in changing societies, New York: New York, University Press, 2006, P 21.

(٣٣) Ibid, P 22.

(٣٤) Richard Hoggart : Mass communication research and digital media, London, Penguin Book, 2007, P 13.

(٣٥) Ibid, P 14.

(٣٦) Jeppe Nicoloisen : The epistemological life-boot : Diffusion researches and reception studies, April 2005, P 9.

(٣٧) Ibid, P 10.

(٣٨) Daniel Miller & Don Sloter : The internet, an ethnography approach, London, Oxford Berg, 2001, P 33.

(٣٩) Ibid., P 34.

(٤٠) محمد فتحي عبد الهادي: المعلومات وتكنولوجيا المعلومات على أعقاب قرن جديد. القاهرة : مكتبة الدار العربية. ص ٧.

(٤١) Bernard Miege : Le printemps des réseaux, Paris : Edition Gallimard, 2010, P 17.

(٤٢) Ibid., P 18.

(٤٣) Richard Lenoir : La parole est aux réseaux sociaux, Paris : Edition Payot, 2010, P 52.

(٤٤) Ibid., P 54.

الفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية

إعداد: سيرين التيماني

Abstract

Numerous studies conducted in various countries around the world have documented the presence of an Internet digital divide. And we ask if a similar gap exists in Lebanon, and does it affect the use of Lebanese online news.

This study aimed to investigate whether a digital divide existed, the factors of the digital divide, and its influence on the use of Lebanese online news.

This is a descriptive analytical study that adopts the survey methodology. In order to collect data, the researcher used a questionnaire. The field study addressed a systematic random sample of ٤٠٠ individuals, residing within Beirut region.

Major study results are the following:

- The calculated chi-square value (12.117) and the P-value (0.000) is less than the significance level (0.05), so there is a connection between the gender and the use of Lebanese online news.
- The calculated chi-square value (108.666) and the P-value (0.000) is less than the significance level (0.05), so there is a connection between the age and the use of Lebanese online news.
- The calculated chi-square value (100.726) and the P-value (0.000) is less than the significance level (0.05), so there is a connection between the educational level and the of Lebanese online news.

- The calculated chi-square value (122.228) and the P-value (0.000) is less than the significance level (0.05), so there is a connection between the income level and the use of Lebanese online news.

الملخص

تدل الدراسات والأبحاث بمختلف دول العالم عن وجود فجوة رقمية في الإتصال بشبكة الإنترنت وإستخدامها. ونحن بدورنا نسأل ما إذا كانت الفجوة المماثلة موجودة في إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية. تهدف الدراسة الحالية إلى الإستدلال على الفجوة الرقمية ومعرفة أسبابها من خلال إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية ومعرفة إنعكاساتها على هذا الإستخدام، كما تهدف إلى معرفة الدور الذي تلعبه التركيبة الإجتماعية والثقافية والإقتصادية في المجتمع في كل هذا. وقد تكونت عينة الدراسة من ٤٠٠ مفردة تم إختيارها عن طريق العينة العشوائية المنتظمة وزعت ضمن نطاق محافظة بيروت. تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية، وتعتمد على منهج المسح بالعينة لمعرفة مدى إستخدام الأفراد للصحافة الإلكترونية اللبنانية والإستدلال من خلال هذا الإستخدام والإختلاف في الإستخدام على الفجوة بين الأفراد والأسباب التي تؤدي إلى حدوث هذه الفجوة. ولتحقيق أهداف الدراسة إستخدمت إستمارة إستبيان مكونة من ١٥ سؤال وزعت مباشرة، أي باليد من قبلنا بحيث تم تعبئتها مباشرة من قبل المبحوثين. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أبرزها ما يلي:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وإستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة ١٢,١١٧ ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من ٠,٠٥.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العمر وإستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة ١٠٨,٦٦٦ ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من ٠,٠٥.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي وإستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة ١٠٠,٧٢٦ ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من ٠,٠٥.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الدخل وإستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة ١٢٢,٢٢٨ ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من ٠,٠٥.

مقدمة

وفقاً للتقرير الصادر عن الإتحاد الدولي للإتصالات في جنيف في عام ٢٠١٢ تمكن لبنان من إحراز تطورا ملموسا في قطاع الإتصالات، كما تمكن من تحسين معدلات الإختراق على شبكات الإنترنت الثابتة إذ إزداد عدد مشتركي خدمات الإنترنت الثابتة ٣ أضعاف أو ٢٤١٪، وإزداد عدد مستخدمي الإنترنت على الخليوي ٣ أضعاف أو ١٩٦٪، وإزداد عدد أجهزة الكمبيوتر الشخصي ضعفين أو ١٢٢٪ في عام ٢٠١٢ (الأمم المتحدة، ٢٠١٢، ص.٣٢). فضلاً عن ذلك وإستناداً إلى إحصاءات موقع Alexa العالمي حول المواقع الأكثر إستخداماً في لبنان تبين سعة إنتشار الصحافة الإلكترونية بمختلف أنواعها أي التابعة لمؤسسات إعلامية أو حزبية أو إلكترونية النشأة بين أفراد المجتمع اللبناني. ورغم الدور الإيجابي لثورة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في إزدهار الصحافة الإلكترونية، إلا أنها خلقت هوة أو مسافة بين الجهات التي تملك الحواسيب ومتصلة بشبكة الإنترنت بالتالي تستطيع إستخدام الصحافة الإلكترونية وبين من لا يملكها وغير متصل بشبكة الإنترنت بالتالي يعجز عن متابعتها. وما نتحدث عنه يعرف "بالفجوة الرقمية" التي صاحبت إنتشار الصحافة الإلكترونية والتي تعد من بين أبرز التحديات التي تواجهها لتزيد الأمور سوءا. إذ أن الصحافة الإلكترونية تنتشر بسرعة مذهلة ويعجز المجتمع اللبناني بكل أطيافه وفئاته عن مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة ما يشكل عائقاً يحول دون متابعتهم لها. وإنطلاقا مما سبق تكمن الإشكالية في محاولة الإجابة على التساؤل التالي: ما هي إنعكاسات الفجوة الرقمية على إستخدام المجتمع اللبناني للصحافة الإلكترونية؟

في هذا السياق ينبثق عن إشكالية الدراسة العديد من التساؤلات، وهي:

١ - ما هو حجم إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية من قبل أفراد العينة؟

٢ - هل توجد علاقة بين الإستخدام أو عدمه وبين الجنس؟

٣ - هل توجد علاقة بين الإستخدام أو عدمه وبين العمر؟

٤ - هل توجد علاقة بين الإستخدام أو عدمه وبين المستوى التعليمي؟

٥ - هل توجد علاقة بين الإستخدام أو عدمه وبين مستوى الدخل؟

أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة بما يلي:

- الإستدلال على الفجوة الرقمية من خلال إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية

- معرفة الدور الذي تلعبه التركيبة الإجتماعية والثقافية والإقتصادية في المجتمع في حدوث الفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية.

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجتمع معين، أو موقف معين، أو جماعة، أو فرد، كما تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف من مجموعة من الأحداث، للحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة عنه.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة للإستدلال على الفجوة الرقمية من خلال إستخدامات الصحافة الإلكترونية اللبنانية، ويعد هذا المنهج من أنسب المناهج لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي، بدراسة أكبر قدر ممكن من المتغيرات في وقت واحد.

أدات جمع البيانات:

إنطلاقاً من إشكالية الدراسة وموضوعها تم إستخدام إستمارة إستبيان كأداة لجمع البيانات من مستخدمي الصحافة الإكترونية اللبنانية. وصممت بما يتناسب وهدف الدراسة، وتضمنت مجموعة من الأسئلة تسهم في الوصول إلى هذا الهدف والإجابة عن إشكاليتها وتساؤلاتها.

مجتمع الدراسة:

تم إختيار عينة عشوائية منتظمة قوامها ٤٠٠ مفردة وزعت ضمن نطاق منطقة بيروت. ونرجع إختيارنا لمدينة بيروت للأسباب التالية: أن مدينة بيروت تغطيها خدمات الإنترنت بالكامل، ورغم وفرة شبكة الإنترنت ووسائل الإتصال مقارنة بالأرياف والقرى لاحظنا إختلال قائم بين أفراد المدينة يهدد في صورة وجوده بإحداث فجوة رقمية داخلية.

أسلوب جمع البيانات

بعد المراجعة الدقيقة لكافة الإستمارات التي تم تعبئتها، تم إدخال البيانات على برنامج التحليل الإحصائي Spss.

الدراسات السابقة:

قام Nguyen & Western (٢٠٠٧) بإجراء دراسة بعنوان Socio-structural correlates of online news and information adoption/use implications for the digital divide تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل أنماط تعرض الأستراليين للأخبار على شبكة الإنترنت، ومعرفة الدور الذي تلعبه التركيبة السوسيو إقتصادية في هذا الإستخدام والإستدلال من خلالها على الفجوة الرقمية بين الفئات العلمية والعمرية والاقتصادية المختلفة. وتم إستخدام الإستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين، وقد إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وذلك بإستخدام منهج المسح بالعينة وتطبيقه على عينة قوامها ٤٢٧٠ فردا من الأستراليين. وتعتمد هذه الدراسة على نظرية نشر المبتكرات. وتوصلت الدراسة أن الافراد ذوي المستوى التعليمي والدخل المرتفع يعتمدون على الأخبار على شبكة الإنترنت بشكل أكبر.

أجرى Goldfarb & Prine (٢٠٠٨) دراسة بعنوان Internet Adoption and Usage Patterns are Different: Implications for the Digital Divide هدفت الدراسة إلى إظهار مدى إختلاف إستخدام الإنترنت وفقاً للخصائص الديمغرافية لأفراد العينة. وتوصلت الدراسة أن أنماط إستخدام الإنترنت تختلف بإختلاف الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة. كما بينت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين الدخل والتعليم وإستخدام الإنترنت، بالمقابل إتضح وجود علاقة سلبية بين الدخل والتعليم والساعات التي يقضيها أفراد العينة في إستخدام الإنترنت. ويمكن تفسير هذه النتيجة أن الأفراد ذوي الدخل المنخفض يقضون المزيد من الوقت على الإنترنت نظراً لإنخفاض تكلفتها مقارنة بنشاطات أخرى يمكنهم القيام بها من أجل قضاء وقت الفراغ. كما أكدت الدراسة وجود فجوة رقمية، وهذه الفجوة في أنماط إستخدام الإنترنت يرجعها الباحثين إلى كلفة إشتراك الإنترنت.

قام علي (٢٠١٤) بدراسة في سوريا بعنوان "مجتمع المعلومات والفجوة الرقمية في الدول العربية". تتلخص أهدافها بالتعرف على مستويات التطور في مؤشرات مجتمع المعلومات في البلدان العربية، والتعرف على حجم الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والدول النامي، كذلك معرفة حجم الفجوة الرقمية بين الدول العربية والدول المتقدمة. تعتمد الدراسة أسلوب العمل المكتبي في الوصول إلى البيانات والمنهج الوصفي التحليلي في قياس الفجوة الرقمية، وأسلوب التحليل الإحصائي الكمي للبيانات من المصادر الإحصائية العربية والدولية، واستخدام تقنيات القياس باستخدام منحنى لورانس وعامل جيني في قياس الفجوة الرقمية. وتوصلت الدراسة إلى أن عدداً من الدول العربية قد تمكنت من تحقيق تطور كبير في تنمية تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بين عامي ٢٠٠٢ و ٢٠٠٨ ومؤشرات الأرقام القياسية الفرعية (النفاذ- الاستخدام- المهارات) وفي مقدمة الدول العربية كانت

الإمارات والبحرين ضمن التصنيف العالمي الأول (العالي) وباقي دول مجلس التعاون الخليجي في التصنيف الثاني (المرتفع). أما غالبية الدول العربية الأخرى فقد تخلفت في الترتيب إلى التصنيف (الثالث(المتوسط) والرابع) المنخفض. وهكذا فإن الفجوة الرقمية في هذه المؤشرات بين غالبية الدول العربية والدول المتقدمة ما تزال كبيرة.

مصطلحات الدراسة:

١ - الفجوة الرقمية

بحسب برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (٢٠١٢) الفجوة الرقمية تعني الهوة بين الأشخاص الذين لديهم وصول فعال للتكنولوجيا الرقمية وتكنولوجيا المعلومات وبين أولئك الذين يتوفر لهم وصول محدود أو لا يتوفر على الإطلاق. وتشمل عدم التوازن فيما يتعلق بكل من الوصول المادي إلى التكنولوجيا والموارد والمهارات اللازمة للمشاركة بفعالية كمواطنين يستعملون التكنولوجيا الرقمية، ولهذا السبب لا يملكون نفس الفرص للتنمية الاجتماعية والإقتصادية.

وقد عرف الإتحاد الدولي للإتصالات هذا المفهوم بالقول: الفجوة الرقمية هي الإختلاف بين من يملك ومن لا يملك فرص النفاذ أو الوصول إلى المعلومات عبر وسائل وتقنيات الإتصال الهاتف الثابت والمحمول والحاسوب والإنترنت وخدمة الحزمة العريضة) وقد تكون الفجوة الرقمية بين البلدان المتقدمة والنامية، أو بين البلدان ضمن المجموعة الجغرافية الواحدة، أو في البلد الواحد بين الريف والمدينة، أو بين السكان بحسب خصائص (العمر، والجنس، والدخل، والعرق) (ITU,2010, p.40).

٢ - الصحافة الإلكترونية

يرى الحمامي (٢٠١٢) أن الصحافة الإلكترونية "تشمل مواقع الوب التي تديرها المؤسسات الإعلامية سواء أكانت تلك المواقع امتدادا لمضامين إعلامية تقليدية (كمواقع الصحف المكتوبة والإذاعات والتلفزيونات ووكالات الأنباء) أو نتاجا لصحافة الكترونية محض. كما تخضع مضامين المواقع الإعلامية لمقاييس ومعايير وضوابط العمل الإعلامي المتعارف عليها مهنيا، سواء في مستوى الكتابة أو في مستوى الإخراج أو في مستوى الأخلاقيات المهنية. ويمثل الصحفيون الفاعل الرئيسي في المنظومة الإعلامية، بالرغم من أن التطبيقات التفاعلية تفتح المجال للأفراد للمساهمة في إنتاج المضمون إلا أن الصحفي يبقى الفاعل الأساسي في مستوى إنتاج المضامين الصحفية"(ص.ص.٣-٤).

٣ - الإستخدام

تعرف إجرائيا بأنها مجموعة الأسباب التي تدفع الأفراد للتعرض للصحافة الإلكترونية (الرحباني، ٢٠٠٩، ص.٦). ونعني بها بهذه الدراسة إستعمال هذه الصحافة لغاية ما والإنتفاع منها، أما عدم الإستخدام فهو عدم إستعمالها والإنتفاع منها لمجموعة من الأسباب.

المدخل النظري للدراسة)مدخل نشر الأفكار المستحدثة (Innovations diffusion

تتبنى الدراسة مدخل نشر الأفكار المستحدثة، بإعتباره يهتم بكيفية نشر التكنولوجيا والأفكار الجديدة، ويركز على مراحل تبني هذه الوسائل الجديدة. حيث يرىRogers صاحب هذه النظرية أن نظرية إنتشار المستحدثات تعتمد على أسس إتصالية، فإنتشار المستحدثات من الأفكار والتكنولوجيا بين الأفراد يتم من خلال الحملات الإعلامية إضافة إلى الإتصال الشخصى الذى يساهم فى نشر هذه الأفكار والمستحدثات، وصحيح أن تطبيق هذه النظرية فى بدايته ارتبط بالمجتمعات الريفية لا سيما فى مجال الزراعة بهدف تقييم وتطوير الخدمات الزراعية وتطوير سبل الاتصال بالمزارعين فى الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أن هذه النظرية حظيت بإهتمام العديد من الدراسات الإعلامية فى أمريكا. وتعتبر نظرية إنتشار المستحدثات تبني الأفراد للجديد من الأفكار والتكنولوجيا فى ضوء مجموعة من العوامل أهمها العوامل الإجتماعية وتشمل نوع المجتمع، تأثير الأسرة، وتأثير جماعات الأصدقاء والعضوية فى إحدى الهيئات أو المنظمات، والعوامل الديموغرافية وتشمل تأثير السن والتعليم والنوع والمستوى الإقتصادي، والعوامل الثقافية وتشمل تأثير القيم والإتجاهات على عملية التبني، وعوامل أخرى تتصل بخصائص الفكرة أو المستحدث وتشمل التكلفة الإقتصادية للمستحدث، وسماته من حيث البساطة والتعقيد، وقابلية المستحدث للتجريب (التربان، ٢٠٠٧).

نتائج الدراسة ومناقشتها:

- متابعة الصحافة الإلكترونية اللبنانية

جدول رقم (١)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية

	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٣٠٤	٧٦,٠ ٪
لا	٩٦	٢٤,٠ ٪
المجموع	٤٠٠	١٠٠ ٪

تظهر نتائج الجدول رقم (١) أن ٣٠٤ فرداً بنسبة مئوية مقدارها ٧٦,٠٪ من أفراد العينة يتابعون الصحافة الإلكترونية اللبنانية، بالمقابل نجد أن ٩٦ فرداً بنسبة ٢٤,٠٪ من أفراد العينة لا يتابعونها. وتؤكد تلك النتيجة عن أهمية شبكة الإنترنت كوسيلة إعلامية لها دوراً هاما في حياة الأفراد في مجال متابعة الأخبار.

- الأسباب الإجتماعية للفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية

- الجنس

جدول رقم (٢)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية وفقاً للجنس

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية وفقاً للجنس				
		نعم	لا	المجموع
ذكر	ك	١٨٨	٤٠	٢٢٨
	٪	٨٢,٥٪	١٧,٥٪	١٠٠٪
أنثى	ك	١١٦	٥٦	١٧٢
	٪	٦٧,٤٪	٣٢,٦٪	١٠٠٪
المجموع	ك	٣٠٤	٩٦	٤٠٠
	٪	٧٦,٠٪	٢٤,٠٪	١٠٠٪

يتبين من الجدول (٢) أن النسبة الأعلى من الجنسين يتابعون الصحافة الإلكترونية اللبنانية إذ بلغت ٨٢,٥٪ للذكور، مقابل ٦٧,٤٪ للإناث. وبحساب قيمة Chi2 لإيجاد العلاقة بين الجنس وإستخدام الصحافة الإلكترونية تبين من الجدول (٣) ما يلي:

جدول رقم (٣)

إختبار Chi^2 للعلاقة بين الجنس وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية			
الإختبار	قيمة الإختبار المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
مربع كاي	١٢,١١٧	١	٠,٠٠٠*
معامل التوافق	١١,٣٠٨	١	٠,٠٠٠*
*دالة احصائيا عند مستوى دلالة 0.05			

وجود علاقة بين الجنس وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، حيث تبين أن قيمة مربع كاي المحسوبة تساوي ١٢,١١٧ ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من ٠,٠٥.

جدول رقم (٤)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية وفقاً للعمر						
	نعم		لا		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
[١٨-٢٠]	٤	٪٢٠,٠	16	٪٨٠,٠	٢٠	٪١٠٠
[٢٠-٢٥]	٤٧	٪٨٥,٥	٨	٪١٤,٥	٥٥	٪١٠٠
[٢٥-٣٠]	٦٠	٪٨٣,٣	١٢	٪١٦,٧	٧٢	٪١٠٠
[٣٠-٣٥]	٦٠	٪٨٣,٣	١٢	٪١٦,٧	٧٢	٪١٠٠
[٣٥-٤٠]	٤٠	٪٩٠,٩	٤	٪٩,١	٤٤	٪١٠٠
[٤٠-٤٥]	٤٥	٪١٠٠,٠	٠	٪٠	٤٥	٪١٠٠
[٤٥-٥٠]	١٢	٪٥٠,٠	١٢	٪٥٠,٠	٢٤	٪١٠٠
[٥٠-٥٥]	٢٤	٪٧٥,٠	٨	٪٢٥,٠	٣٢	٪١٠٠
[٥٥- ٦٠]	٨	٪٤٠,٠	١٢	٪٦٠,٠	٢٠	٪١٠٠
[٦٠-٦٥]	٤	٪٣٣,٣	٨	٪٦٦,٧	١٢	٪١٠٠
أفراد لم يختاروا متغير العمر	٠	٪٠	٤	٪١٠٠	٤	٪١٠٠
المجموع	٣٠٤	٪٧٦,٠	٩٦	٪٢٤,٠	٤٠٠	٪١٠٠

- **العمر**

يشكل العمر عائقاً أمام إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، فالفجوة الرقمية تنشأ أكثر ما تنشأ في المراحل العمرية الأولى والمتأخرة من الحياة (علي، د.ت)، ويمكن تأكيد هذا القول بنتائج الجدول رقم (٤) الذي يبين أن النسبة الأعلى من الذين لا يستخدمون الصحافة الإلكترونية اللبنانية تتراوح أعمارهم ما بين]١٨-٢٠] اذ بلغت ١٠٠٪، وما بين خمسون عاماً وما فوق إذ بلغت ٥٠,٠٪ للفئة العمرية التي تتراوح ما بين]٥٠-٥٥]، ٦٠,٠٪ للفئة العمرية التي تتراوح ما بين]٥٥-٦٠]، ٦٦,٧٪ للذين تتجاوز أعمارهم الستين. يمكن تفسير هذه النتيجة أن الفئات العمرية الأصغر سنا ٢٠ عاماً وما دون يميلون لإستخدام الإنترنت لمجالات أخرى، بالمقابل الفئات العمرية الأكبر سنا لا يجيدون إستخدام الإنترنت بالتالي يعجزون عن متابعة الأخبار. كما تؤكد هذه النتيجة عن وجود إنقسام رقمي بين جيلين، الجيل الأصغر سنًا من المولعين بالتكنولوجيا الجديدة والخدمات المصاحبة لها، يستوعبونها جيدًا وهم من السباقين في إستخدامها، والجيل الأكبر سنًا الذين لم يواكبوا التكنولوجيا الجديدة والخدمات المصاحبة لها، ولم يستوعبونها جيدًا وهم متأخرين في إستخدامها ويشاهدون بفتور العالم الرقمي يدور من حولهم وهذه الفجوة الرقمية بين الأجيال هي واقع ملموس في البلدان المتقدمة

والبلدان النامية على حد سواء.

وتتفق هذه النتيجة مع نظرية نشر الأفكار المستحدثة حيث تبين أن غالبية الأفراد الذين يستخدمون الصحافة الإلكترونية هم من فئة الشباب ومستواهم التعليمي جامعي ما يتفق مع النزعة للتغير وقبول تبني الابتكارات والمستحدثات. وبحساب قيمة Chi٢ لإيجاد العلاقة بين العمر وإستخدام الصحافة الإلكترونية تبين من الجدول (٥) ما يلي:

جدول رقم (٥)

إختبار Chi^2 للعلاقة بين العمر وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية			
الإختبار	قيمة الإختبار المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
مربع كاي	١٠٨,٦٦٦	١٠	٠,٠٠٠*
معامل التوافق	١٠٧,١٩٩	١٠	٠,٠٠٠*
*دالة احصائيا عند مستوى دلالة 0.05			

وجود علاقة بين العمر وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية. حيث تبين أن قيمة مربع كاي المحسوبة تساوي ١٠٨,٦٦٦ ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من ٠,٠٥.

- الأسباب الثقافية للفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية

جدول رقم (٦)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية وفقا للمستوى التعليمي				
		نعم	لا	المجموع
أمي	ك	٠	٤	٤
	%	٪٠	٪١٠٠	٪١٠٠
يقرأ ويكتب	ك	٤	١٢	١٦
	%	٪٢٥,٠	٪٧٥,٠	٪١٠٠
ابتدائي	ك	٤	١٦	٢٠
	%	٪٢٠,٠	٪٨٠,٠	٪١٠٠
متوسط	ك	١	٢٣	٢٤
	%	٪٤,٢	٪٩٥,٨	٪١٠٠
ثانوي	ك	١٥	١٦	٣١
	%	٪٤٨,٤	٪٥١,٦	٪١٠٠
جامعي	ك	١٦٠	٣٢	١٩٢
	%	٪٨٣,٣	٪١٦,٧	٪١٠٠
دراسات عليا	ك	٩٦	١٦	١١٢
	%	٪٨٥,٧	٪١٤,٣	٪١٠٠
المجموع	ك	٣٠٤	٩٦	٤٠٠
	%	٪٧٦,٠	٪٢٤,٠	٪١٠٠

تشكل الجوانب الثقافية عائقاً أمام إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، وبحسب نتائج الجدول رقم (٦) يتبين أن النسبة الأعلى من الذين يتابعون الصحافة الإلكترونية مستواهم التعليمي جامعي وما فوق، بالمقابل النسبة الأعلى من الذين لا يتابعونها مستواهم التعليمي ثانوي وما دون. إذاً كلما كان هناك حظ وافر في التعليم، كان هناك خط مماثل في إدراك المعلومات وأهميتها وفي إستخدام الإنترنت من أجل الحصول على الأخبار (علي، د.ت)، فبيئة التعليم خير حافز لأصحابها لتوجيههم لاكتساب المعلومات من خلال الصحافة الإلكترونية، ومن الطبيعي أن تنشأ الفجوة الرقمية في بيئة غير ذلك، حيث تنتشر الأمية وعدم إدراك الأفراد لأهمية المعلومات، وعدم استيعاب التكنولوجيا الحديثة والتعامل مع معطياتها وفهم معالمها. ولم تعد الأمية في عصرنا الراهن منحصرة في عدم القدرة على القراءة والكتابة فقط وإنما أيضاً عدم القدرة على تشغيل الكمبيوتر والبحث عن المعلومات على شبكة الإنترنت وعدم إستيعاب التكنولوجيا الحديثة والتعامل مع معطياتها وفهم معالمها وهو ما يعرف بالأمية المعلوماتية. وبحساب قيمة Chi2 لإيجاد العلاقة بين المستوى التعليمي وإستخدام الصحافة الإلكترونية تبين من الجدول (٧) ما يلي:

جدول رقم (٧)

إختبار Chi^2 للعلاقة بين المستوى التعليمي وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية			
الإختبار	قيمة الإختبار المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
مربع كاي	١٠٠,٧٦٢	٦	٠,٠٠٠*
معامل التوافق	٩٣,٦١٠	٦	٠,٠٠٠*
*دالة احصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٥			

وجود علاقة بين المستوى التعليمي وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، حيث تبين أن قيمة مربع كاي المحسوبة تساوي ١٠٠,٧٢٦ ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من ٠,٠٥.

-الأسباب الإقتصادية للفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية

جدول رقم (٨)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية وفقا للدخل الشهري						
	نعم		لا		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
٦٧٥,٠٠٠ ل.ل و ما دون	٢٠	٪٦٢,٥	١٢	٪٣٧,٥	٣٢	٪١٠٠
[٦٧٥,٠٠٠-١,٠٠٠,٠٠٠]	٢٧	٪٦٢,٨	١٦	٪٣٧,٢	٤٣	٪١٠٠
[١,٠٠٠,٠٠٠-١,٥٠٠,٠٠٠]	٢٠	٪٨٣,٣	٤	٪١٦,٧	٢٤	٪١٠٠
[١,٥٠٠,٠٠٠-٢,٠٠٠,٠٠٠]	٢٨	٪٨٧,٥	٤	٪١٢,٥	٣٢	٪١٠٠
[٢,٠٠٠,٠٠٠-٢,٥٠٠,٠٠٠]	٤٨	٪٨٥,٧	٨	٪١٤,٣	٥٦	٪١٠٠
[٢,٥٠٠,٠٠٠-٣,٠٠٠,٠٠٠]	٤٤	٪١٠٠	٠	٪.	٤٤	٪١٠٠
[٣,٠٠٠,٠٠٠-٣,٥٠٠,٠٠٠]	١٦	٪١٠٠	٠	٪.	١٦	٪١٠٠
[٣,٥٠٠,٠٠٠-٤,٠٠٠,٠٠٠]	٢٥	٪١٠٠	٠	٪.	٢٥	٪١٠٠
[٤,٠٠٠,٠٠٠-٤,٥٠٠,٠٠٠]	٢٨	٪١٠٠	٠	٪.	٢٨	٪١٠٠
[٤,٥٠٠,٠٠٠-٥,٠٠٠,٠٠٠]	٨	٪١٠٠	٠	٪.	٨	٪١٠٠
٥,٠٠٠,٠٠٠ وما فوق	٢٤	٪٦٦,٧	١٢	٪٣٣,٣	٣٦	٪١٠٠
أفراد لم يجيبوا / أو لا يعملون	١٦	٪٢٨,٦	٤٠	٪٧١,٤	٥٦	٪١٠٠

كما يبين الجدول رقم (٨)، يلعب الدخل الشهري للأفراد دوراً هاما في العالم الرقمي فالنسبة الأعلى من الذين لا يستخدمون الصحافة الإلكترونية اللبنانية يبلغ دخلهم الشهري ٦٧٥،٠٠٠ ل.ل وما دون. فالتدهور الإقتصادي وتدني الأجور يحد من قدرة الأفراد على إقتناء الوسائل اللازمة للإشتراك بالإنترنت، أو تسديد إشتراك الإنترنت ما ينعكس سلباً علة متابعة الصحافة الإلكترونية. وفي لبنان، الحد الأدنى للأجور، لا يزال على حاله (٦٧٥٠٠٠) منذ العام ٢٠١٢، فضلاً عن ذلك يعاني المجتمع اللبناني من آفات الفقر والحرمان وإنعدام خطط التنمية الواقعية. وتظهر دراسة للأمم المتحدة أرقاماً مخيفة عن "السكان الضعفاء" بما يقارب مليون ونصف مليون لبناني "ضعيف"، يتواجدون في ٢٤٢ منطقة عقارية موزعة على كل لبنان من أقصى الشمال الى أقصى الجنوب مروراً بسهل البقاع والعاصمة بيروت والضواحي الجنوبية والشرقية، ويعيشون جميعاً وسط تدهور خطير وسريع على صعيد التوترات الاجتماعية والفقر بما يفوق قدرة الدولة والمؤسسات والبنى التحتية على تلبية الحاجات المتعاظمة (عطاالله، ٢٠١٥). وبحساب قيمة Chi2 لإيجاد العلاقة بين مستوى الدخل الشهري وإستخدام الصحافة الإلكترونية تبين من الجدول (٩) ما يلي:

جدول رقم (٩)

إختبار Chi^2 للعلاقة بين مستوى الدخل الشهري وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية			
الإختبار	قيمة الإختبار المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
مربع كاي	١٢٢,٢٢٨	١١	٠,٠٠٠*
معامل التوافق	١٣٧٢٥٠	١١	٠,٠٠٠*
*دالة احصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٥			

وجود علاقة بين مستوى الدخل وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، حيث تبين أن قيمة مربع كاي المحسوبة تساوي ١٢٢,٢٢٨ ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من ٠,٠٥.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع ما توصل له Nguyen & Western (٢٠٠٧) في هذا الشأن، إذ تبين أن الافراد ذوي المستوى التعليمي والدخل المرتفع يعتمدون على الأخبار على شبكة الإنترنت بشكل أكبر. كذلك تتفق نتيجة هذه الدراسة مع ما توصل له Goldfarb & Prine (٢٠٠٨)، إذ أشارت نتائج الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين الدخل والتعليم وإستخدام الإنترنت، بالمقابل إتضح وجود علاقة سلبية بين الدخل والتعليم والساعات التي يقضيها أفراد العينة في إستخدام الإنترنت. ويمكن تفسير هذه النتيجة أن الأفراد ذوي الدخل المنخفض يقضون المزيد من الوقت على الإنترنت نظراً لإنخفاض تكلفتها مقارنة بنشاطات أخرى يمكنهم القيام بها من أجل قضاء وقت الفراغ. كما أكدت الدراسة وجود فجوة رقمية، وهذه الفجوة في أنماط إستخدام الإنترنت يرجعها الباحثين إلى كلفة إشتراك الإنترنت.

بشكل عام يمكن القول أن إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية من قبل أفراد العينة يرتبط بعدة عوامل أبرزها: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مستوى الدخل. ويتفق هذا مع نظرية نشر الأفكار المستحدثة التي تشير أن تبني الأفراد للجديد من الأفكار والتكنولوجيا إنما يحدث في ضوء مجموعة من العوامل أهمها العوامل الإجتماعية وتشمل نوع المجتمع، تأثير الأسرة، وتأثير جماعات الأصدقاء والعضوية فى إحدى الهيئات أو المنظمات، والعوامل الديموغرافية وتشمل تأثير السن والتعليم والنوع والمستوى الإقتصادي، والعوامل الثقافية وتشمل تأثير القيم والإتجاهات على عملية التبني، وعوامل أخرى تتصل بخصائص الفكرة أو المستحدث وتشمل التكلفة الإقتصادية للمستحدث، وسماته من حيث البساطة والتعقيد، وقابلية المستحدث للتجريب (التربان، ٢٠٠٧).

خلاصة

على الرغم من إحراز لبنان تطورا ملموسا في قطاع الإتصالات وتحسين معدلات الإختراق على شبكة الإنترنت (الثابتة والخليوي) من جهة وشيوع إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية من جهة أخرى، لكن لا يزال هناك عدد كبير من الأفراد ليس لديهم إمكانية الحصول على الأخبار عبر الصحافة الإلكترونية حتى ضمن نطاق مدينة بيروت التي تغطيها شبكة الإنترنت بالكامل ما يعكس وجود فجوة رقمية بين الأفراد. ولهذه الفجوة أسباب عدة إقتصادية وثقافية وإجتماعية إنعكست سلباً على إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية. فضلاً عن الأسباب السياسية ومن أبرزها صعوبة وضع سياسات التنمية المعلوماتية حيث تتسم هذه العملية بالتعقد، والأسباب التكنولوجية حيث أن سرعة التطورات التكنولوجية تزيد من صعوبة اللحاق بها من قبل الأفراد. لذا أمام هذا الواقع، وإنتشار الأمية والفقر وضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع تعجز الصحافة الإلكترونية اللبنانية عن لعب دورها في المجتمع ومد الجمهور المتلقي بالأخبار والمعلومات مما يزيد من إدراكه وبالتالي تفاعله مع المجتمع الذي من حوله. ونظراً للأهمية التي تضطلع بها الصحافة الإلكترونية علينا في لبنان أن نبدأ بمجموعة من الإستراتيجيات الكبرى المتكاملة في آن واحد ومن أبرزها مواجهة حالة الأمية المعلوماتية. وتفعيل ما تبذله وزارة الإتصالات من جهود في هذا الصدد إذ أطلقت في أول تموز الفائت من العام الحالي خطة الإتصالات في لبنان بعنوان رؤية الرقمية - لبنان ٢٠٢٠، وهي خطة خمسية لتغطية لبنان بكامله بخدمة الألياف الضوئية في حلول الـ ٢٠٢٠، وهذه الخطة الإستراتيجية سيتيح لقطاع الإتصالات في لبنان تقليص الفجوة الرقمية من خلال تمكين المواطنين من الإستفادة من العالم الرقمي أينما كانوا في المدن والقرى والأرياف. والعمل بهذا الإتجاه من شأنه أن ينعكس إيجابا على إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية وتعزيز دورها ومكانتها في المجتمع (الوكالة الوطنية للإعلام، ٢٠١٥).

قائمة المراجع

- الأمم المتحدة (٢٠١٢). توظيف قدرات وإمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية المحلية: دليل توجيهي عملي في خدمة صانعي القرار للسياسات المحلية عبر حوض البحر الأبيض المتوسط. جنيف.
- التربان، ماجد (٢٠٠٧). الصحافة الالكترونية الفلسطينية. أطروحة دكتوراه. القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية.
- الحمامي، صادق (٢٠١٢، حزيران ١٥). الصحافة الإلكترونية سياقات الإبتكار والتجديد. ورقة بحثية عرضت في النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين ومؤسسة بانوس باريس، تونس.
- الرحباني، عبير شفيق جورج (٢٠٠٩). إستخدامات الصحافة الإلكترونية وإنعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الاداب، قسم الإعلام، الأردن.
- الوكالة الوطنية للإعلام (تشرين الأول ١٥، ٢٠١٥). حرب تقدم ب٣ توصيات إلى مؤتمر الإتصالات في بودابست: حيادية الشبكة والتعاطي العادل مع المستخدمين واحترام الخصوصية. إسترجاعه في ٢٠١٥/١١/١٩ منnna-leb.gov.lb/ar/show-news/http://nna-leb.gov.lb/ar/١٨٥٠٩٠
- عطاالله، بيار (نيسان ٤، ٢٠١٥). ستة ملايين نسمة في لبنان نصفهم "محتاجون" ٦١ في المئة نسبة ارتفاع أعداد الفقراء... و"الخير لقدام". موقع صحيفة النهار، تم إسترجاعه في ٢٠١٥/١١/١٩ من http://newspaper.annahar.com/article/226733%D8%B3%D8%AA%D8%A9%D9%85%D9%84%D8%A7%D9%8A%D9%8A%D9%86%D9%86%D8%B3%D9%85%D8%A9%D9%81%D9%8A%D9%84%D8%A8%D9%86%D8%A7%D9%86%D9%86%D8%B5%D9%81%D9%87%D9%85%D9%85%D8%AD%D8%AA%D8%A7%D8%AC%D9%88%D9%866%D9%88%D9%8661%D9%81%D9%8A%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A6%D8%A9%D9%86%D8%B3%D8%A8%D8%A9%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D8%A3%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1
- علي، حسين السمير (د.ت). العرب والفجوة الرقمية. تم إسترجاعه في ٢٠١٥/١١/١٩. http://acrslis.weebly.com/uploads/1/6/0/7/16070576/arab_and_digital_divide.pdf
- علي، سمير الشيخ (٢٠١٤). مجتمع المعلومات والفجوة الرقمية في الدول العربية. تم إسترجاعه في ٢٠١٥/١١/١٩ من

http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/human/images/stories/1-2-2014/a/349-391.pdf

- Goldfarb, A., Prince, J. (2007). Internet Adoption and Usage Patterns are Different: Implications for the Digital Divide. Retrived 19/11/2015 from http://www.researchgate.net/profile/Avi_Goldfarb/publication/222523499_Internet_adoption_and_usage_patterns_are_different_Implications_for_the_digital_divide/links/540efff80cf2d8daaad04b9b.pdf
- ITU (2010). Measuring the Information Society, the ICT Development Index, Geneva.
- Nguyen, A., and Western,M. "Socio-structural correlates of online news and information adoption/use implications for the digital divide." Journal of Sociology 43.2 (2007): 167-185.

مصادر معلومات الشباب الجامعي اليمني أثناء الأزمات

دراسة حالة "الحراك الجنوبي"

أ.د/ عبدالرحمن محمد الشامي*[١]

ملخص

حاولت الدراسة تقصي مصادر المعلومات المختلفة التي يعتمد عليها الشباب الجامعي اليمني لمتابعة أحداث ما يعرف بـ"الحراك الجنوبي"، والتأثيرات: المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد، وذلك بالتطبيق عينة عشوائية طبقية بلغت ١٥٢ مبحوثا من طلاب الجامعات اليمنية. وكشفت الدراسة أن أهم مصادر معلومات المبحوثين أثناء الأزمات هي: القنوات الفضائية العربية، والقنوات التليفزيونية اليمنية غير الحكومية، ثم القنوات التليفزيونية اليمنية الحكومية، أما أهم مصادر المعلومات التي يتابعون من خلالها أخبار الحراك الجنوبي، فقد جاءت في مقدمتها القنوات الفضائية العربية، فالحديث مع الأهل والزملاء والأصدقاء، ثم الصحف اليمنية. وتمثلت أهم الأهداف التي يسعى المبحوثون لتحقيقها من خلال اعتمادهم على وسائل الإعلام في: معرفة حقيقة الحراك الجنوبي، وفهم النتائج المترتبة على الأعمال التي يقوم بها هذا الحراك، بالإضافة إلى تحليل وتفسير الأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي. وأكدت الدراسة على وجود تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية تترتب على مصادر المعلومات التي يتعرض إليها الشباب الجامعي اليمني لمتابعة قضية الحراك الجنوبي.

الكلمات الدالة

الحراك الجنوبي- الإعلام والأزمات- مصادر المعلومات- الاعتماد على وسائل الإعلام.

Abstract

This study aims to investigate information sources for Yemeni universities' students during crises times, case study on Southern Movement. One hundred and fifty two of students were surveyed. The findings show that the most important information sources for respondents were Arabic satellite channels, none-governmental Yemeni television channels and Yemeni governmental television channels. Arabic satellite channels, conversation with families, colleagues and

١ -* قسم الإعلام- كلية الآداب والعلوم- جامعة قطر- عنوان مراسلة الباحث: aalshami@qu.edu.qa

friends represent the most important sources for respondents to follow the news of Southern Movement. The most important goals that respondents seek to achieve through dependence on those sources are: understanding the reality of the Southern Movement, understand the consequences of their actions as well as analyzing and interpretation works carried out by this Movement. The study confirms that there are cognitive, emotional and behavioral effects resulted from dependency on those sources.

***Keywords**: Southern Movement, media and crises, information sources, media dependency.*

مقدمة

تستأثر وسائل الإعلام والاتصال بأهمية خاصة لدى الجمهور في أوقات الأزمات، فعادة ما يتعرض الجمهور لهذه الوسائل للتعرف على طبيعة الأزمة وأطرافها الفاعلة، والأسباب التي أدت إلى حدوثها، ومتابعة تطوراتها المختلفة، والنتائج التي يمكن أن تترتب عليها، مما يؤدي إلى ارتفاع معدل تعرض الجمهور لوسائل لإعلام وكثافته. وفي المقابل؛ تحظى أماكن الأزمات باهتمام وسائل الإعلام، لأنها تمثل فرصة للحصول على الأخبار وتقلها للجمهور، وقد تذهب هذه الوسائل إلى ما هو أبعد من ذلك أحيانا، فتبرز كأحد الأطراف الفاعلة في الأزمة، والمحركة لها. وفي ظل العلاقة المتداخلة بين دور وسائل الإعلام أثناء الأزمات، وعلاقة هذه الوسائل بصناعة الأزمة، تحدث تأثيرات: معرفية ووجدانية وسلوكية تلحق بالفرد جراء التعرض لهذه الوسائل في تلك الفترات.

ويعتبر "الحراك الجنوبي" من أبرز الأزمات السياسية التي مرت بها اليمن منذ تحقيق الوحدة اليمنية العام ١٩٩٠ وحتى اليوم، فقد بدأ هذا الحراك في هيئة حركة حقوقية مطلبية العام ١٩٩٧، جراء المظالم التي لحقت بعدد من المواطنين في المحافظات اليمنية الجنوبية بعد حرب صيف ١٩٩٤، ثم تطورت بعد ذلك إلى مواجهات مسلحة مع قوات الجيش والأمن مما أدى إلى سقوط عدد من الضحايا من الطرفين.

وقد حظي الحراك الجنوبي باهتمام عدد من وسائل الإعلام البين عربية خاصة Pan-Arab Media والعالمية عامة، مما يوفر فرصا إضافية للجمهور اليمني، للتعرض لمصادر معلومات مختلفة، للحصول على الأخبار والتحليلات والمعلومات عن الأزمات الجارية، ومعرفة أبعادها المختلفة. ومن ثم؛ فإن هذه الدراسة تحاول تقصى علاقة هذا الجمهور بوسائل الإعلام والاتصال في أوقات الأزمات، بالتطبيق على واحدة من أبرز الأزمات التي مرت بها اليمن –و لا تزال- وأطولها، وهي حالة "الحراك الجنوبي".

مشكلة الدراسة

يشير عدد من الدراسات العلمية إلى الدور الحيوي الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال أثناء الأزمات، بدءا من التعريف بالموضوعات والقضايا التي أفضت إلى حدوث أزمة معينة، وتحليل جوانبها المختلفة، ومرورا بمتابعة تطوراتها المختلفة، والعواقب التي يمكن أن تترتب عليها، وعادة ما يتعرف الجمهور لأول مرة على وجود أزمة من خلال وسائل الإعلام، فضلا عن متابعة تطوراتها. وفي ضوء الأدوار الهامة التي تضطلع بها وسائل الإعلام والاتصال أثناء الأزمات، وارتفاع نسبة اعتماد الجمهور عليها في هذه الأوقات والتأثيرات التي يمكن أن تترتب على هذا الاعتماد، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في محاولتها تقصي مصادر المعلومات المختلفة التي يعتمد عليها الشباب الجامعي اليمني، لمتابعة أحداث ما يعرف بـ"الحراك الجنوبي"، والتأثيرات: المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من خلال الآتي:

١. أهمية الحراك الجنوبي بوصفه أزمة داخلية حادة، وحدثا يثير العديد من الإشكاليات الوطنية، ويستدعي ردود الأفعال المختلفة، على الصعيد: المحلي والعربي والدولي، ومن ثم يحتاج الشباب اليمني إلى مصادر معلومات موثوق فيها للحصول على معلومات حول هذه الأزمة.
٢. على الرغم من طبيعة الحراك كأزمة يمنية داخلية، إلا أنه اكتسب بعدا عربيا ودوليا، نال اهتمام مختلف وسائل الإعلام والاتصال: المحلية والعربية والدولية، سواء في ذلك الوسائل التقليدية أو الجديدة، ومن ثم تبرز أهمية قياس موقع كل مصدر من هذه المصادر من حيث اعتماد الشباب الجامعي اليمني عليه لمتابعة تطورات هذا الحراك.
٣. محاولتها التحقق من أهمية وسائل الإعلام والاتصال في أوقات الأزمات، والموقع التي تستأثر به الوسائل اليمنية في هذا المجال.
٤. لفت الأنظار إلى ضرورة دراسة أداء وسائل الإعلام والاتصال إزاء قضية الحراك الجنوبي وتقيم هذا الأداء.

الدراسات السابقة Literature Review

يحفل حقل البحوث الإعلامية الخاص بالأزمات بكم يعتد به من الدراسات العلمية، وبخاصة في السنوات الأخيرة، نظرا لتعدد الأزمات وتتاليها في البلدان العربية خاصة والعالم بوجه

عام، فما أن تنتهي أزمة حتى تحل مكانها أخرى. ومن الدراسات السابقة التي تناولت هذه القضية دراسة "الشقصي" (٢٠١٥)[١] التي هدفت التعرف على مدى اعتماد الشباب في المجتمعات الخليجية على وسائل الاتصال المختلفة أثناء الأزمات، ودوافع اعتمادهم عليها، والتأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد، وذلك بالتطبيق على عينة متاحة بلغت ٧٩٣، وانتهت الدراسة إلى اعتماد الشباب الخليجي في أوقات الأزمات على القنوات الفضائية أكثر من الوسائل الأخرى، كما برز «الوتس آب» WhatsApp كأحد أكثر تطبيقات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب في أوقات الأزمات. وأوضحت الدراسة أن أكثر الأزمات التي تشكل تهديدا للفرد والمجتمع هي أزمات الصراع والحروب، والأزمات الصحية وأزمات الفساد المالي والإداري، وتصدرت دوافع الفهم والتوجيه بقية الدوافع الأخرى، كما ارتبطت القنوات الفضائية بالسرعة في تقديم المعلومات والتفاعلية، وليس بالموضوعية والمهنية.

في حين هدفت دراسة "المصري" (٢٠١٥)[٢] إلى معرفة مدى حرص الجمهور الفلسطيني على متابعة العدوان الإسرائيلي على مدينة «غزة» وتداعياته، ومصادر المعلومات ووسائل الإعلام التي اعتمد عليها الجمهور في متابعة أحداث ذلك العدوان وتطوراته، ودرجة اعتمادهم على الفضائيات الإخبارية وتقييمهم لمواقفها من أحداث العدوان وتداعياته، بالإضافة إلى مستوى أدائها المهني، وذلك بالتطبيق على عينة بلغت ٥٦٢ مبحوثا. وانتهت الدراسة أن مجيء قناة الجزيرة في المرتبة الأولى بالنسبة لدرجة اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الإخبارية لمتابعة أحداث العدوان الإسرائيلي وتداعياته، تلتها قناة الميادين، بسبب تغطيتهما الفورية، كما أن مستوى أداء إعلاميي الجزيرة اتسم بإيجابية أكثر من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت ٦٨,٨٪ تلاها قناة الميادين بنسبة بلغت ٦٣٪.

أما دراسة «رضوان» (٢٠١٢)[٣] فقد حاولت تقصي مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير، والتعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة إبان أحداث ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، بالإضافة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل، وطبيعة التفاعل

١- عبيد بن سعيد الشقصي (٢٠١٥)، مدى اعتماد الشباب الخليجي على وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في أوقات الأزمات- دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الخليجية، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتليفزيونية، العدد ٣٠.

٢- نعيم فيصل المصري (٢٠١٥)، دور القنوات الفضائية في تغطية أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة وتداعياته، المجلة العربية للأبحاث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، جامعة الجفلة، ص-ص ٤٣٩ – ٤٥٨.

٣- أحمد فاروق رضوان (٢٠١٢)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٩، يناير - مارس، ص- ص ١٢٧ – ١٨٦.

معها، والتعرف على مدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المرتبطة بالاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال أثناء الثورة، وأجريت الدراسة على عينة بلغت ٣٠٠ مبحوث من مستخدمي المواقع الإلكترونية الإخبارية خلال شهري أبريل ومايو ٢٠١١.

واثبتت الدراسة تحقق العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام أثناء الثورة، فعلى مستوى التأثيرات المعرفية استطاعت وسائل الإعلام أن تقدم معلومات وتفسيرات للعديد من أحداث الثورة والأحداث التي سبقتها وأدت إلى حدوثها، كما استطاعت أن تعرض آراء متنوعة، أما على مستوى التأثيرات الوجدانية فقد استطاعت وسائل الإعلام أن تشعر أفراد العينة أنهم يساهمون في الحوارات والنقاشات الخاصة بمستقبل الدولة، ورفع شعور الأفراد بالانتماء وتأييد الثورة، وشعورهم بالاطمئنان على مستقبل الدولة. وعلى مستوى التأثيرات السلوكية ذكر أفراد العينة أن وسائل الإعلام دفعتهم للمشاركة في نقاشات وحوارات حول الثورة واتخاذ قرار المشاركة في التصويت سواء في الاستفتاء على التعديلات الدستورية، أو الاقتناع بالمشاركة في الانتخابات التشريعية والرئاسية.

وجاءت القنوات الإخبارية العربية كالجزيرة والعربية في مقدمة الوسائل التي تعرض لها أفراد العينة أثناء الثورة، تلاها الصحف المصرية الخاصة مثل: المصري اليوم، واليوم السابع، والشروق سواء نسخها المطبوعة أو مواقعها الالكترونية، وفي الترتيب الثالث جاءت القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية مثل: BBC والعربية، والحرة، تلاها مواقع الإنترنت الإخبارية مثل: مصراوي، ثم القنوات المصرية الخاصة مثل: الحياة ودريم، واون تي في On TV. أما قنوات التليفزيون المصري الرسمي فقد جاءت في الترتيب السادس، تلاها الجرائد الحزبية المصرية، ثم القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة الإنجليزية مثل: CNN، BBC . وجاءت الصحف القومية المصرية في الترتيب الأخير. وفيما يتعلق بالإنترنت جاءت شبكات التواصل الاجتماعي مثل: Twitter، و Facebook في مقدمة المصادر التي تم الاعتماد عليها لمتابعة أحداث الثورة تلاها موقع YouTube ثم المنتديات والمدونات.

وحاولت دراسة "الشقصي" (٢٠١٣)[١] تقصي اتجاهات الجمهور نحو تعامل الإعلام العماني مع أزمة إعصار «جونو» عام ٢٠٠٧، واختبار العلاقة بين المواقف الاتصالية للإعلام العماني اثناء ذلك الإعصار، والاستجابات السلوكية التي تبناها الجمهور، بالإضافة إلى اتجاهاتهم نحو أداء الإعلام العماني في تلك الأزمة، وذلك بالتطبيق على عينة متاحة بلغت ١٤٠ مبحوثا، وانتهت الدراسة إلى متابعة ٩٦٪ من المبحوثين لتلك الأزمة من خلال الإعلام العماني، وبروز

١- عبيد بن سعيد الشقصي (٢٠١٣) اتجاهات الجمهور نحو تعامل الإعلام العماني مع أزمة إعصار «جونو»، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، ص-ص ١-١٧.

التليفزيون والراديو كوسيلتين أساسيتين لدى المبحوثين، بالإضافة إلى رضا المبحوثين عن أداء الإعلام العماني خلال تلك الأزمة.

في حين هدفت دراسة «مطهر» (٢٠١١)[١] معرفة التماس الشباب الإعلامي الجامعي لمصادر المعلومات أثناء الأزمات بالتطبيق على حادثة تفجير مدرسة ٧يوليو للبنات بالعاصمة صنعاء، من خلال استقصاء عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مبحوث من الشباب الجامعي بكلية الإعلام جامعة صنعاء، ومن أهم ما انتهت إليه الدراسة ارتفاع نسبة المبحوثين الذين تعرضوا وتابعوا بصفة منتظمة معظم تفاصيل الحادثة عبر التليفزيون اليمني، وتعدد مصادر التماس الشباب للمعلومات حول الحادثة، وجاءت القنوات الفضائية العربية في المرتبة الأولى بين مصادر المعلومات المختلفة التي اعتمد عليه الشباب الإعلامي الجامعي اليمني في استقاء المعلومات عن حادثة تفجير المدرسة، كما ارتفعت نسبة المبحوثين الذين قاموا بالبحث عن مصادر المعلومات التي تؤيد وجهة نظرهم نحو حادثة التفجير، وتصدرت صحيفة الثورة أهم الصحف الرسمية التي تابع المبحوثون من خلالها حادثة التفجير الإرهابية.

وسعت دراسة "الشبيري" (٢٠١١)[٢] إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات بالتطبيق على الحرب ضد الحوثيين كنموذج للأزمات الداخلية، وتم استقصاء عينة بلغت ٨٣١ مبحوثا، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد الجمهور اليمني على قناة اليمن الفضائية ووسائل إعلامية أخرى لمتابعة أخبار تلك الحرب، وعدم تأثير متغير النوع ولا الانتماء السياسي على درجة الاعتماد على هذه الوسائل.

أما دراسة "عبدالنبي" (٢٠١١)[٣] فقد سعدت إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات ومتابعة الأحداث الجارية في العراق، من خلال استقصاء آراء ٤٠٠ مفردة من الشباب بالمجتمع العراقي، ومن أهم ما انتهت إليه الدراسة مجيء الصحف والمجلات في المرتبة الأولى من حيث معدلات المتابعة من الشباب العراقي، تلتها القنوات الفضائية ثم شبكة الإنترنت، والتي –وفقا للدراسة- يزداد استخدامها أثناء الأزمات وعند تعذر الوصول إلى وسائل الإعلام الأخرى، كما جاءت المواقع الاجتماعية والإخبارية في طليعة المواقع التي يستخدمها الشباب الذين شملتهم الدراسة.

١- بشار عبدالرحمن مطهر (٢٠١١)، التماس الشباب الجامعي الإعلامي اليمني لمصادر المعلومات أثناء الأزمات : دراسة تطبيقية على حادثة تفجير مدرسة ٧ يوليو للبنات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ٧، ص-ص ١٤٥- ١٩٣.

٢- محمد صالح محمد الشبيري (٢٠١١)، اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات : حرب الحوثيين أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، جامعة الشرق الأوسط.

٣- جمعة محمد عبد النبى (٢٠١١)، اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية.

وهدفت دراسة «مصلح» (٢٠١١)[١] التعرف على دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية، من خلال استقصاء آراء ٤٠٠ مفردة من الشباب المصري ممن تراوحت أعمارهم ما بين ١٩ – ٣٥ سنة، وتوصلت الدراسة إلى مجيئ الفضائيات المصرية في المرتبة الأولى من حيث تفضيلات الشباب بنسبة بلغت ٩٠,٥٪.

وحاولت دراسة «سليم» (٢٠٠٨)[٢] التعرف على اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية، وذلك بالتطبيق على عينة من النخبة الألمانية في مدينتي: «برلين» و»هانوفر»، لتقييم الأطروحات التي توظفها القنوات الإخبارية الألمانية والأجنبية، وهي: NTV-N٢٤-CNN-BBC-Euro News فيما يتعلق بإدارتها لأزمتي «لبنان ما بعد الحرب» و «الحصار على غزة» بصفة خاصة، وكذلك إدارتها للأزمات العربية بصفة عامة. وأوضحت نتائج الدراسة قدرة القنوات الإخبارية الأجنبية على توفير المعلومات عن الأحداث والأزمات وتقديم خلفيات متعمقة حول كافة الموضوعات، بالإضافة إلى دورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام الألماني نحو العديد من الأزمات العربية، فضلاً عن توفر مكونات الأداء الإعلامي لتلك القنوات، مثل الفورية، والصدق، والموضوعية، والعمق، والمهنية، والتوازن، والتكامل، وعدم التحيز. كما أشارت الدراسة إلى أن القنوات الإخبارية الأجنبية الخمس قد طرحت أطرا إخبارية مغايرة للأطر الإخبارية المطروحة في القنوات الإخبارية العربية في إدارتها للأزمة اللبنانية، وكذلك أزمة الحصار على غزة حيث وظفت القنوات الإخبارية الأجنبية نمط الصراع الثانوي في إدارتها للأزمة اللبنانية، كما ركزت تلك القنوات على الأسباب الداخلية في لبنان مثل: الانقسامات الطائفية والاختلافات السياسية، وتعتقد النخبة الألمانية أن كل من قناة: CNN، BBC، Euro News والقنوات الأجنبية ركزت على الأسباب الداخلية أكثر من الأسباب الخارجية في إدارتها للأزمة اللبنانية.

كما سعت دراسة «الضبع» (٢٠٠٧)[٣] إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات عن أنفلونزا الطيور، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية منتظمة بلغت ٧٠٠، وتوصلت الدراسة إلى مجيئ جهاز التليفزيون والصحف في مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها أفراد العينة وقت الأزمات حيث يقدم المعلومات التي

١- مى عبد الرحمن مصلح (٢٠١١)، دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية"، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإعلام وعلوم الاتصال.

٢- حنان أحمد سليم (٢٠٠٨)، اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٠ إبريل/يونيه، ص-ص ١-٤٧.

٣- رفعت عارف الضبع (٢٠٠٧)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور، تم الوصول إليه في ٢٠١٦/٦/١٦ من: ٢٠١٤/٠٤/٩.html.http://dalya٦٨٤٨.blogspot.qa/

احتاجها أفراد العينة، وأوضحت النتائج أن وسائل الإعلام تعتبر المصدر المفضل للحصول على المعلومات عن الأزمات التي تحدث في المجتمع وخاصة نشرات الأخبار، حيث علم المبحوثون عن أزمة أنفلونزا الطيور لأول مرة من خلال قنوات التليفزيون الأرضية، كما اعتمد أغلب أفراد العينة على الصحف القومية في الحصول على معلومات عن تلك أزمة، وجاء البرنامج العام في مقدمة البرامج الإذاعية التي اعتمد عليها أغلب أفراد العينة للحصول على معلومات حول هذا المرض.

التعليق على الدراسات السابقة

على الرغم من تعدد الدراسات السابقة الخاصة بالاعتماد على وسائل الإعلام اثناء الأزمات وتنوعها، بما في ذلك الدراسات التي أنجزها بعض الباحثين اليمنيين، إلا أن دراسة قضية الحراك الجنوبي لم تستأثر باهتمام أي من هذه الدراسات، بالرغم من أهمية هذه القضية وثرائها، وتفاقم تأثيراتها على كافة المستويات السياسية والاجتماعية، والذي وصل مؤخرا حد النيل من النسيج الاجتماعي اليمني على نحو غير مسبوق، حيث شهدت السنوات الأخيرة، وبخاصة بعد استعادة مدينة "عدن" من قبضة الحوثيين مطلع العام ٢٠١٦ عددا من حوادث الاعتداء والقتل والتهجير القصري من هذه المدينة لعدد من المواطنين اليمنيين الذين ينتمون إلى المحافظات الشمالية، ومنهم كبار السن ممن ولدوا في مدينة "عدن"، وعاشوا فيها جل سنوات عمرهم.

ويمكن تفسير غياب هذه القضية عن أجندة الدراسات الإعلامية اليمنية لحساسيتها، حد اعتبارها –حتى وقت قريب- من المحظورات السياسية Taboo التي لا ينبغي الاقتراب منها، أو الخوض فيها، غير أن التجاهل لهذه القضية على مدى أكثر من عقد من السنوات، سواء على المستوى الحقوقي، أو على صعيد البحث العلمي أدى إلى تفاقم عواقبها سنة تلو الأخرى حتى أصبحت المهدد الأبرز لوحدة اليمن، ونسيجه الاجتماعي. ومن هنا جاء اهتمام الدراسة بهذه القضية لتسليط الضوء عليها، ووضعها على أجندة البحث الإعلامي في اليمن.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. التعرف على مصادر معلومات الشباب الجامعي اليمني بوجه عام؛ والمصادر التي يتابعون من خلالها أحداث الحراك الجنوبي بوجه خاص.
٢. معرفة مدى أهمية متابعة أحداث الحراك الجنوبي من وجهة نظر الشباب الجامعي اليمني، ومدى اهتمامهم بمتابعتها.

٣. تحديد أهم المصادر التي يعتمد عليها الشباب الجامعي اليمني في متابعة أحداث الحراك الجنوبي، والأهداف التي يسعون لتحقيقها من وراء هذه المتابعة.
٤. تحديد أهم أسباب تفضيل الشباب الجامعي اليمني الاعتماد متابعة أخبار الحراك الجنوبي، إما من خلال: القنوات الفضائية العربية، أو الصحف اليمنية، أو المواقع الإلكترونية.
٥. التعرف على مدى ثقة الشباب الجامعي اليمني في وسائل الإعلام والاتصال التي يتابعون من خلالها أخبار الحراك الجنوبي.
٦. الكشف عن الآثار: المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تترتب على اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الإعلام لمتابعة أحداث الحراك الجنوبي.

تساؤلات الدراسة

تحاول الدارسة الإجابة على الأسئلة التالية:

١. ما معدل تعرض الشباب الجامعي اليمني لمصادر المعلومات المختلفة؟
٢. ما مدى اهتمام الشباب الجامعي اليمني بمتابعة أخبار الحراك الجنوبي؟
٣. ما مدى أهمية متابعة أخبار الحراك الجنوبي من وجهة نظر الشباب الجامعي اليمني؟
٤. ما درجة اعتماد الشباب الجامعي اليمني على مصادر المعلومات المختلفة لمتابعة أحداث الحراك الجنوبي؟
٥. ما الأهداف التي يسعى الشباب الجامعي اليمني إلى تحقيقها من خلال الاعتماد على مصادر المعلومات المختلفة لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي؟
٦. ما وسائل الإعلام والاتصال: المحلية والعربية والدولية التي يعتمد عليها الشباب اليمني بدرجة كلية لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي؟
٧. ما أسباب تفضيل الشباب الجامعي اليمني الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال لمتابعة أحداث الحراك الجنوبي؟
٨. ما مدى ثقة الشباب الجامعي اليمني في الوسائل التي يعتمد عليها لمتابعة أحداث الحراك الجنوبي؟
٩. ما الآثار: المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تترتب على اعتماد الشباب الجامعي اليمني على مصادر المعلومات التي يتابع من خلالها أحداث الحراك الجنوبي؟

نوع الدراسة ومنهجها

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي لا تقف عند مجرد وصف الواقع كما هو عليه، والحصول على معلومات حوله، بل تسعى إلى النفاذ إلى ما خلف هذا الواقع، من خلال تحليل الأسباب التي تقف وراء قضية الحراك الجنوبي وعواقبها، بما يساعد على التعاطي مع الأزمات، وبخاصة منها تلك التي تتصل بواقع المجتمع اليمني، ويمكن أن تنال من وجوده وأمنه واستقراره على غرار القضية التي تتصدى لها الدراسة.

وقد استندت الدراسة إلى منهج المسح الإعلامي، الذي يعتبر جهدا علميا منظما، يمكن من الحصول على وصف دقيق للمشكلة، والتأكد من جمع البيانات الضرورية وتحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة، بهدف تصنيفها وتبويبها تبويبا شاملا، ومحاولة تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج وبناء التعميمات التي يمكن أن تبنى عليها[1].

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

مجتمع الدراسة وعينتها

يشمل مجتمع الدراسة الشباب الجامعي اليمني من مختلف الجامعات اليمنية: الحكومية والخاصة، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية طبقية قدرها ١٥٢ مبحوث من طلاب الجامعات اليمنية في العاصمة صنعاء، نظرا لأن هذه العاصمة تجمع مختلف فئات المجتمع اليمني من سائر المحافظات اليمنية، وشتى ألوان الطيف السياسي.

وتشمل الجداول رقم (١٠)، (١١)، (١٢) –الواردة في ملحق الدراسة- خصائص العينة، حيث بلغت نسبة الذكور ٨٢,٢٪ مقابل ١٧,٨٪ للإناث، موزعين على أربع جامعات يمنية، منها جامعة واحدة حكومية هي جامعة صنعاء واستأثرت بنسبة (٤٩,٣٪) من المبحوثين، وثلاث جامعات خاصة، هي: جامعة العلوم والتكنولوجيا بنسبة ٢٧٪، والجامعة الوطنية بنسبة ١٥,١٪، وجامعة سبأ بنسبة ٨,٦٪. كما غلبت نسبة المبحوثين المستقلين على نسبة المنتمين حزبيا بالنسبة لكل من الذكور على حد سواء، وبلغت (٥٨,٤٪) للذكور، مقابل (٦٦,٧٪) للإناث، في حين بلغت نسبة المنتمين حزبيا ٣٧,٦٪ للذكور، مقابل ٢٩,٦٪ للإناث.

أداة الدراسة

تم تطبيق الدراسة من خلال استقصاء questionnaire مكون من ثلاثة أجزاء؛ الأول: تألف من سبعة أسئلة حول: مدى استخدام وسائل الإعلام والاتصال، والاهتمام بمتابعة أخبار

١- سمير محمد حسين (١٩٩٩)، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط٣، القاهرة: عالم الكتب، ص ٩٩.

الحراك الجنوبي، وأهمية ذلك، بالإضافة إلى مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المبحوثون، والأهداف التي يسعون إلى تحقيقها، وأهم الوسائل التي يفضلون متابعة أخبار الحراك الجنوبي من خلالها، وأسباب التفضيل. اما الجزء الثاني من الاستبيان: فقد تمثل في مقياس مكون من ١٨ عبارة لمعرفة أهم الآثار التي يمكن أن تترتب على متابعة أخبار الحراك الجنوبي، وقد تم صياغتها ما بين عبارات: إيجابية وأخرى سلبية، وطلب من المبحوثين اختيار أحد بدائل ثلاثة، هي: موافق، محايد، معارض، واهتم الجزء الثالث من الاستبيان بمعرفة مدى ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام والاتصال التي يتابعون من خلالها أخبار الحراك الجنوبي، وقد طلب من المبحوثين التعبير عن ثقتهم باختيار أحد ثلاث بدائل؛ هي: "أثق فيها"، "أثق فيها إلى حد ما"، "لا أثق فيها".

المعالجات الإحصائية للبيانات

بعد جمع البيانات من الميدان بواسطة الاستبانة، تمت مراجعة الاستمارات مكتبيا، قبل إدخالها إلى الكمبيوتر بواسطة البرنامج الاحصائي SPSS للحصول على الجداول البسيطة والمركبة والتكرارات والنسب، بالإضافة إلى إجراء المعادلات الإحصائية بما يحقق أهداف الدراسة. وقد تم استخدام الوسط الحسابي الموزون Weighted Mean لترجيح قيمة المتوسطات الحسابية، واختبار مربع كاي Chi-Square Test لحسن المطابقة لمعرفة العلاقة بين متغيرين.

نتائج الدراسة الميدانية

١. معدل تعرض طلاب الجامعات اليمنية لمصادر المعلومات

جدول رقم (١)

يبين معدل تعرض طلاب الجامعات اليمنية لمصادر المعلومات المختلفة

(ن=١٥٢)

م	المصدر/المعدل	دائما «١»	*%	أحيانا «٢»	*%	لا «3»	*٪	المتوسط الحسابي الموزون
	القنوات الفضائية العربية	٧٢	1.74	٦٧	٤٣.٨	١٤	٩.٢	١,٦٢
	القنوات التليفزيونية اليمنية غيرالحكومية	٤٠	1.62	٦٨	٤٤.٤	٤٥	٢٩.٤	٢,٠٣
	القنوات التليفزيونية اليمنية الحكومية	٢٦	0.71	٨٢	٥٣.٦	٤٥	٢٩.٤	٢.١٢
	الإذاعة اليمنية	٢٨	3.81	٦٨	٤٤.٤	٥٧	٣٧.٣	٢,١٩
	الصحف اليمنية الحكومية	٢٤	7.51	٧٥	٤٩.٠	٥٤	٣٥.٣	٢,٢٠
	المواقع الإلكترونية العربية	٣١	3.02	٥٠	٣٢.٧	٧٢	٤٧.١	٢,٢٧
	حضور الأنشطة والفعاليات الثقافية المختلفة	١٩	4.21	٧٠	٤٥.٨	٦٤	٤١.٨	٢,٢٩
	الصحف اليمنية الأهلية	٢٢	4.41	٦٢	٤٠.٥	٦٩	45.1	٢.٣١
	القنوات الفضائية الأجنبية	٣٠	١٩.٦	٣٨	٢٤.٨	٨٥	٥٥.٦	٢.٣٦
	الصحف اليمنية الحزبية	٢١	١٣.٧	٥٤	٣٥.٣	٧٨	٥١.٠	٢,٣٧
	الفيس بوك facebook	٣٣	٢١.٦	٢٨	١٨.٣	٩٢	٦٠.١	٢.٣٩
	الإذاعات العربية	٢١	١٣.٧	٥٢	٣٤.٠	٨٠	٥٢.٣	٢,٣٩
	يوتيوب You Tube	٢٩	١٩.٠	٣٤	٢٢.٢	٩٠	٥٨.٨	٢,٤٠
	المواقع الإلكترونية الأجنبية	٢٤	١٥.٧	٣٥	٢٢.٩	٩٤	٦١.٤	٢,٤٦
	المنتديات ومواقع الدردشة (الشات) على الإنترنت	١٨	١١.٨	٣٩	٢٥.٥	٩٦	٦٢.٧	٢,٥١
	المواقع الإلكترونية اليمنية	١١	٧.٢	٤٨	٣١.٤	٩٤	٦١.٤	٢,٥٤
	الإذاعات الأجنبية (الناطقة بالعربية)	١٥	٩.٨	٣٨	٢٤.٨	١٠٠	٦٥.٤	٢,٥٦
	الإذاعات الأجنبية (الناطقة بالإنجليزية)	٦	٣.٩	٢٦	١٧.٠	١٢١	٧٩.١	٢,٧٥

النسبة المئوية من إجمالي (ن=١٥٢)

تضمن الجدول رقم (١) عددا من مصادر المعلومات التي يتعرض إليها طلاب الجامعات اليمنية الذين شملتهم الدراسة للحصول على المعلومات حول الأحداث المختلفة، ومعدل التعرض إلى هذه الوسائل. وقد جاءت القنوات الفضائية العربية في مقدمة هذه المصادر، بنسبة بلغت ٤٧,١٪، كما بلغت قيمة متوسطها الحسابي الموزون ١,٦٢، مما يرجح معدل التعرض غير المنتظم إليها. كما تصدرت -أيضا- نسب هذا النوع من معدلات التعرض خمسة مصادر أخرى من مصادر المعلومات، وهي: القنوات التليفزيونية اليمنية الحكومية، والصحف اليمنية الحكومية، وحضور الأنشطة والفعاليات الثقافية المختلفة، والقنوات التليفزيونية اليمنية غير الحكومية، بالإضافة إلى الإذاعة اليمنية، وتراوحت نسبها ما بين: ٥٣,٦٪ و ٤٤,٤٪، أما نسب متوسطاتها الحسابية الموزونة فقد تراوحت ما بين: ٢,٢٩ و ٢,٠٣، في حين تصدرت نسب معدل "عدم التعرض" بقية مصادر المعلومات الأخرى والبالغة ١٢ مصدرا.

ووفقا لقيم المتوسط الحسابي الموزون؛ فقد ترتبت مصادر المعلومات التي يتعرض إليها الشباب الجامعي على النحو التالي:

جاءت القنوات التليفزيونية اليمنية غير الحكومية في الترتيب الثاني، تلاها القنوات التليفزيونية اليمنية الحكومية، فالإذاعة اليمنية، ثم الصحف اليمنية الحكومية، وفي الترتيب السادس جاءت المواقع الإلكترونية العربية، تلاها حضور الأنشطة والفعاليات الثقافية المختلفة، ثم قراءة الصحف اليمنية الأهلية، فالتعرض للقنوات الفضائية الأجنبية، ثم قراءة الصحف اليمنية الحزبية، فاستخدام الفيس بوك facebook، فالاستماع للإذاعات العربية، ثم استخدام يو تيوب You Tube، فالمواقع الإلكترونية الأجنبية، حيث تراوحت قيم هذا الوسط ما بين ٢,٠٣ و ٢,٤٦، مما يرجح معدل التعرض غير المنتظم على معدل التعرض المنتظم. أما بالنسبة لبقية مصادر المعلومات الأخرى فقد حظيت بنسب تعرض محدودة، سواء بشكل منتظم أو غير منتظم وهذه المصادر هي: المنتديات ومواقع الدردشة (الشات) على الإنترنت، فالمواقع الإلكترونية اليمنية، ثم الإذاعات الأجنبية (الناطقة بالعربية)، فالإذاعات الأجنبية (الناطقة بالإنجليزية)، وتراوحت قيم وسطها الحسابي ما بين: ٢,٥١ و ٢,٧٥، مما يرجح معدل عدم التعرض إليها على معدلي التعرض الآخرين.

٢. مدى اهتمام الطلاب بمتابعة أخبار الحراك الجنوبي وفقا للنوع

جدول رقم (٢)

يوضح مدى اهتمام طلاب الجامعات اليمنية بمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

وفقا للنوع

(ن=١٥٣)

م	الاهتمام/النوع	ذكور	٪	إناث	%	الإجمالي	٪
	يهتمون بمتابعتها إلى حد ما	٧٣	٥٧.٩	١٥	٥٥.٦	٨٨	٥٧,٥
	يهتمون كثيرا بمتابعتها	٣٣	٢٦,٢	٤	١٤.٨	٣٧	٢٤.٢
	لا يهتمون بمتابعتها	٢٠	١٥,٩	٨	٢٩.٦	٢٨	١٨,٣
	الإجمالي	١٢٦	١٠٠,٠	٢٧	١٠٠,٠	١٥٣	١٠٠,٠

كا٢= ٣,٥١١ درجة الحرية في هذا الجدول= ٢ مستوى المعنوية= ٠٦٩.

بناء على البيانات الواردة في الجدول رقم (٢)؛ فقد أبدى طلاب الجامعات اليمنية اهتماما محدودا بمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، فأعلى من نصفهم (٥٧,٥٪) أفادوا أنهم "يهتمون بمتابعتها إلى حد ما"، تلاهم في الترتيب من قالوا أنهم "يهتمون كثيرا بمتابعتها" بنسبة بلغت ٢٤,٢٪، وفي الترتيب الأخير جاءت نسبة الطلاب الذين "لا يهتمون بمتابعتها" بنسبة بلغت ١٨,٣٪.

وفيما يتعلق بمدى اهتمام الطلاب بمتابعة أخبار الحراك الجنوبي وفقا للنوع؛ فقد تقاربت نسبة من "يهتمون بمتابعتها إلى حد ما" من كلا الجنسين، وبلغت ٥٧,٩٪ للذكور، و ٥٥,٦٪ للإناث، في حين تفوقت –قليلا- نسبة الطلاب الذين "يهتمون كثيرا بمتابعتها" على نسبة الطالبات، وبلغت ٢٦,٢٪ مقابل ١٤,٨٪، وبعكس ذلك؛ ارتفعت نسبة من "لا يهتمون بمتابعتها" من الطالبات بنسبة بلغت ٢٩,٦٪، مقابل ١٥,٢٪ للطلاب.

ولمعرفة مدى العلاقة بين النوع واهتمام طلاب الجامعات اليمنية بمتابعة أخبار الحراك الجنوبي وفقا للنوع، فقد تم استخدام اختبار مربع كا٢ وبلغت قيمته ٣,٥١، وقيمتها المعنوية ٠,٠٦٩، وهذه القيمة غير دالة بمستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، وبدرجة ثقة ٩٥٪، مما يشير إلى أن طلاب الجامعات اليمنية سواء كانوا ذكورا أم إناثا جميعهم يهتم بمتابعة أخبار الحراك الجنوبي إما على نحو منتظم أو غير منتظم.

أما أسباب عدم اهتمام بعض طلاب الجامعات اليمنية بمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، فأهمها؛ وفقا لما ورد في الجدول رقم (١٣) يتمثل في: عدم الثقة فيما تنشره وسائل الإعلام اليمنية من ناحية والفضائيات العربية من ناحية أخرى عن الحراك الجنوبي، بالإضافة إلى عدم الاهتمام بقضية الحراك الجنوبي.

كما أضاف عدد محدود من الطلاب بعض الأسباب التي تقف وراء عدم اهتمامهم بمتابعة أخبار هذا الحراك، وتمثلت في كل من: بسبب انشغالهم، وعدم وجود إعلام حر، كما أن القنوات العربية شبه محاصرة من نقل أخبار هذا الحراك، وعدم وجود كيان يسعى لتحقيق مطالب الجنوب العربي، والاعتقاد بأن الوحدة اليمنية ستنتصر في الأخير لا محالة.

٣. مدى أهمية متابعة أخبار الحراك الجنوبي من وجهة نظر طلاب الجامعة وفقا للنوع

جدول رقم (٣)

يبين مدى أهمية متابعة أخبار الحراك الجنوبي من وجهة نظر طلاب الجامعات اليمنية وفقا للنوع

(ن=١٣١)

م	الاهتمام/النوع	ذكور	٪	إناث	٪	الإجمالي	٪
	مهمة جدا	٥٠	٤٤,٦	١٠	٥٢,٦	٦٠	٤٥,٨
	مهمة إلى حد ما	٤٩	٤٣,٨	٨	٤٢,١	٥٧	٤٣,٥
	غير مهمة	١٣	١١,٦	١	٥.٣	١٤	١٠,٧
الإجمالي		١١٢	١٠٠,٠	١٩	١٠٠,٠	١٣١	١٠٠,٠

كا٢= ٨٤٨. درجة الحرية في هذا الجدول= ٢ مستوى المعنوية= ٣٨٧.

بناء على البيانات الواردة رقم (٣)؛ فقد رأي معظم طلاب الجامعات اليمنية الذين شملتهم هذه الدراسة أهمية متابعة أخبار الحراك الجنوبي، وتراوحت هذه الأهمية ما بين كونها "مهمة جدا" بنسبة بلغت ٤٥,٨٪، و "مهمة إلى حد ما" بنسبة بلغت ٤٣,٥٪، في حين بلغت نسبة الطلاب الذين رأوا أن متابعة هذه الأخبار "غير مهمة" ١٠,٧٪ فقط من إجمالي الطلاب الذين شملتهم هذه الدراسة.

أما على مستوى النوع؛ فقد ارتفعت –قليلا- نسبة الطالبات اللاتي أفدن بأن متابعة أخبار الحراك الجنوبي "مهمة جدا" وبلغت ٥٢,٦٪ مقابل ٤٤,٦٪ للطلاب، في حين تقاربت نسبة الطلاب والطالبات الذين رأوا أن متابعة هذه الأخبار "مهمة إلى حد ما" وبلغت ٤٣,٨٪ للطلاب مقابل ٤٢,١٪ للإناث.

وباستخدام مربع كا٢، أتضح عدم وجود علاقة بين مدى أهمية متابعة أخبار الحراك الجنوبي وفقا للنوع، حيث بلغت قيمة كا٢ ٨٤٨. ومستوى معنوية ٣٨٧. وهذه القيمة غير دالة بمستوى معنوية أقل من ٠٥. وبدرجة ثقة ٩٥٪.

٤. درجة اعتماد طلبة الجامعات اليمنية على مصادر المعلومات لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

جدول رقم (٤)

يوضح درجة اعتماد طلاب الجامعات اليمنية على مصادر المعلومات لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

(ن=١٢٥)

م	المصادر/درجة الاعتماد	يعتمد بدرجة عالية «١»	*%	يعتمد بدرجة متوسطة «٢»	*%	لا يعتمد «3»	*%	المتوسط الحسابي الموزون
	القنوات الفضائية العربية	٥١	٤٠.٨	٥٨	٤٦,٤	١٦	١٢.٨	١.٧٢
	الحديث مع الأهل والزملاء والأصدقاء حول «الحراك الجنوبي»	٥٣	٤٢.٤	٣٩	٣١,٢	٣٣	٢٦,٤	١.٨٤
	الصحف اليمنية	٣٤	٢٧.٢	٦٠	٤٨	٣١	٢٤,٨	١,٩٨
	القنوات التليفزيونية اليمنية	٢٧	٢١.٦	٥٤	٤٣,٢	٤٤	٣٥.٢	٢.١٤
	الصحف العربية	٢٤	١٩,٢	٤٣	٣٤,٤	٥٨	٤٦,٤	٢,٢٧
	الإذاعة اليمنية	٢٤	١٩,٢	٣٣	٢٦,٤	٦٨	٥٤,٤	٢,٣٥
	الإذاعات العربية	١٧	١٣,٦	٤٦	٣٦,٨	٦٢	٤٩,٦	٢,٣٦
	المواقع الإلكترونية العربية	١٨	١٤.٤	٤٣	٣٤,٤	٦٤	٥١.٢	٢,٣٧
	المواقع الإلكترونية اليمنية	١٦	١٢.٨	٣١	٢٤,٨	٧٨	٦٢,٤	٢.٥٠
	يوتيوب You Tube	١٦	١٢,٨	٢٣	١٨,٤	٨٦	٦٨,٨	٢,٥٦
	الإذاعات الأجنبية الناطقة بالعربية	١٢	٩.٦	٢٨	٢٢,٤	٨٥	٦٨	٢.٥٨
	المنتديات ومواقع الدردشة (الشات) على الإنترنت	١١	٨.٨	٢٤	١٩,٢	٩٠	٧٢	٢.٦٣
	الفيس بوك facebook	١٣	١٠.٤	١٩	١٥,٢	٩٣	٧٤.4	٢.٦٤

النسبة المئوية من إجمالي (ن=١٢٥)

أشارت البيانات الواردة في الجدول رقم (٤) انخفاض نسبة اعتماد طلاب الجامعات اليمنية «بدرجة عالية» على مصدر واحد من مصادر المعلومات لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، فأعلى نسبة لهذا النوع من الاعتماد بلغت ٤٢,٤٪، واستأثر بها الحديث مع الأهل والزملاء والأصدقاء حول «الحراك الجنوبي»، مما يؤكد أهمية الاتصال المباشر في الحصول على معلومات حول هكذا قضية، في حين انخفضت نسب الاعتماد العالي على وسائل التواصل الأخرى وبلغت ٢٧,٢٪ فأقل. أما أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها طلاب الجامعات اليمنية سواء «بدرجة عالية» أو «بدرجة متوسطة» -بالإضافة إلى الحديث مع الأهل..- فتمثل في: القنوات الفضائية العربية، والصحف اليمنية، والقنوات التليفزيونية اليمنية، حيث بلغت نسب الاعتماد على هذه المصادر «درجة عالية» -بالترتيب- ٤٠,٨٪، و٢٧,٢، و ٢١,٦، كما بلغت نسبة الاعتماد عليها «بدرجة متوسطة» -بالترتيب- ٤٦,٤٪، و ٤٨٪، و ٤٣,٢٪

ووفقا لقيم الوسط الحسابي المرجح؛ فقد ترجح اعتماد الطلاب "بدرجة متوسطة" على ثمانية مصدر من مصادر المعلومات لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، وجاء في مقدمة هذه المصادر القنوات الفضائية العربية، فالحديث مع الأهل والزملاء والأصدقاء حول "الحراك الجنوبي"، ثم الصحف اليمنية بمتوسطات تراوحت قيمها ما بين ١,٧٢ و ١,٩٨، وفي الترتيب الرابع جاء الاعتماد على القنوات التليفزيونية اليمنية، فالصحف العربية، ثم الإذاعة اليمنية، فالإذاعات العربية، وأخيرا: المواقع الإلكترونية العربية، وتراوحت قيم متوسطاتها الحسابية ما بين ٢,١٤ و ٢,٣٧، في حين ترجح عدم الاعتماد بالنسبة لبقية مصادر المعلومات الأخرى الخمس، وهي: المواقع الإلكترونية العربية، والمواقع الإلكترونية اليمنية، ويوتيوب You Tube، والإذاعات الأجنبية الناطقة بالعربية، بالإضافة إلى المنتديات ومواقع الدردشة (الشات) على الإنترنت، وأخيرا الفيس بوك Facebook، إذ تراوحت قيم وسطها الحسابي ما بين: ٢,٥٠ و ٢,٦٤.

وتتفق هذه النتائج مع ما انتهت دراسة «العبد» حيث جاءت القنوات الفضائية العربية في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الجمهور العربي للحصول على معلومات حول أزمة غزة، تلاها الصحف والمجلات ثم الانترنت[١]، ومع ما توصلت إليه دراسة "النمر" والتي جاءت فيها القنوات الفضائية العربية، في الترتيب الأول من حيث اعتماد المراهقين عليها كمصدر للمعلومات، بالإضافة إلى كونها أهم وسيلة يلجأ إليها المراهقون للحصول على معلومات عن الحدث المحلي[٢]، ومع ما انتهت إليه دراسة "الضبع" حيث جاءت وسائل الإعلام في الترتيب

١- نهى العبد (٢٠٠٩)، اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات بالتطبيق على العدوان الإسرائيلي على غزة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٣، ص-ص ٣٩٢-٣٩٣.

٢- أميرة محمد إبراهيم النمر (٢٠٠٧)، اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية العربية والدولية: دراسة مقارنة بني الوسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرة لبحوث الإعلام، المجلد الثامن، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر.

الأول بالنسبة للوسائل التي يفضلها الجمهور المصري للحصول على تفاصيل عن الأزمات التي تحدث في المجتمع، تلاها الجامعة، فالأصدقاء، ثم الأسرة[١].

٥. أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها طلاب الجامعات اليمنية كلية لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

جدول رقم (٥)

يوضح أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها طلاب الجامعات اليمنية كلية لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

(ن=١٢٢)

م	الوسائل		التكرار	*%
	القنوات الفضائية العربية	الجزيرة	٧٨	٦٣,٩
		العربية	٣٩	٣٢,٠
	الصحف اليمنية	الثورة	٣٨	٣١,١
		أخبار اليوم	١٧	١٣,٩
	الإذاعات اليمنية	راديو صنعاء	٣٢	٢٦,٢
	الإذاعات الأجنبية	هيئة الإذاعة البريطانية BBC	١٥	١٢,٣
	مواقع الصحافة الإلكترونية العربية	الجزيرة نت	١١	٩,٠
	المواقع الإلكترونية اليمنية	مارب برس	١٠	٨,٢

*. النسبة المئوية من إجمالي ن=١٢٢

حوى الجدول رقم (٥) على أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها طلاب الجامعات اليمنية اعتمادا كلية لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، حيث برزت ثمان وسائل، موزعة بالتساوي على الوسائل: المرئية والمقروءة والمسموعة والتفاعلية، وذلك على النحو التالي:

- تعتبر قناة الجزيرة أهم وسيلة إعلامية وقناة فضائية عربية يعتمد عليها طلاب الجامعات اليمنية كلية لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، فهي القناة الوحيدة التي يعتمد عليها أكثر من نصف الطلاب الذين أجابوا على هذا السؤال، وذلك بنسبة بلغت ٦٣,٩٪، مقابل ٣٢٪ لقناة العربية.
- نالت الوسائل الأخرى نسبة محدودة من اعتماد الطلاب عليها كلية لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، فأهم الصحف اليمنية تمثلت في صحيفتي: الثورة (الحكومية) وأخبار اليوم (الأهلية)، وذلك بنسبة بلغت ٣١,١٪ للأولى، و ١٣,٩٪ للثانية، أما أهم الإذاعات اليمنية فقد تمثلت في البرنامج وذلك بنسبة بلغت ٢٦,٢٪، في حين مثل راديو لندن أهم الإذاعات الأجنبية وذلك بنسبة ١٢,٣٪.

١- رفعت عارف الضبع، مرجع سابق، ص ١٧٣.

- بلغت نسب الاعتماد الكلي على مواقع الصحافة الإلكترونية: اليمنية والعربية أقل من ١٠٪ من المبحوثين، وتمثلت ذلك في موقعي: الجزيرة نت، و مارب برس (موقع يمني مستقل).

٦. أسباب اعتماد طلاب الجامعات اليمنية على وسائل الإعلام لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

جدول رقم (٦)

يوضح أسباب اعتماد طلاب الجامعات اليمنية على وسائل الإعلام لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

(ن=١٢٥)

م	الأسباب	الفضائيات العربية	*%	الصحف اليمنية	*%	المواقع الإلكترونية اليمنية	*%	الإجمالي	**%
	سرعتها في نقل أخبار الحراك الجنوبي	٨٨	٧٢,٧	٢٢	١٨,٢	١١	٩,١	١٢١	٩٦,٨
	تقديمها كافة التفاصيل المتصلة بقضية الحراك الجنوبي	٥٥	٥٧,٨	٢٩	٣٣,٣	١٤	٨,٨	١٠٢	٨١,٦
	تغطيتها لأحداث الحراك الجنوبي بشكل منتظم	٥٩	٦٥,٣	٣٤	٢٨,٧	٩	٥,٩	١٠١	٨٠,٨
	تقديمها مختلف وجهات النظر حول الحراك الجنوبي	٦١	٥٦,١	١٣	٢٩,٦	١١	١٤,٣	٩٨	٧٨.٤
	بحكم تعودي على متابعة الأخبار من خلال هذه الوسيلة	٥٨	٥٦,١	٢٦	٢٨,٦	١١	١٥,٣	٩٨	٧٨,٤
	تقديمها التحليلات المتصلة بأحداث لحراك الجنوبي	٦٠	٦١,١	٢٠	٢٧,٤	١١	١١,٦	٩٥	٧٦
	صحة المعلومات التي تقدمها عن أحداث الحراك الجنوبي ومصداقيتها	٥٥	٦٥,٩	٢٨	٢٢,٠	١٥	١٢,١	٩١	٧٢,٨

	متابعتها التطورات المتصلة بالحراك الجنوبي أولا بأول	٦٦	٧١,٨	٢٩	١٥,٣	٦	١٢,٩	٨٥	٦٨
	تقديمها الحقائق المتصلة بالحراك الجنوبي	٤٨	٥١,٨	١٩	٣٢,٥	١٢	١٥,٧	٨٣	٦٦,٤
	لتعرف على أساليب معالجتها لأحداث الحراك الجنوبي	٤٣	٦٠,٨	٢٧	٢٤,١	١٣	١٥,٢	٧٩	٦٣.٢

*. النسبة المئوية من إجمالي الصف

**. النسبة المئوية من إجمالي (ن=١٢٥)

تضمن الجدول رقم (٦) أسباب اعتماد طلاب الجامعات اليمنية على وسائل الإعلام لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، وقد جاء السبب الخاص بـ»سرعتها في نقل أخبار الحراك الجنوبي» في مقدمة هذه الأسباب بنسبة بلغت ٩٦,٨٪ من إجمالي نسبة الطلاب، تلاه «تقديمها كافة التفاصيل المتصلة بقضية الحراك الجنوبي»، فـ»تغطيتها أحداث الحراك الجنوبي بشكل منتظم» بنسبتين متقاربتين بلغتا ٨١,٦ للعبارة الأولى و ٨٠,٨٪ للثانية. وفي الترتيب الرابع جاء كل من: « تقديمها مختلف وجهات النظر حول الحراك الجنوبي « و»بحكم التعود على متابعة الأخبار من خلال هذه الوسيلة»، بنسبة متساوية بلغت ٧٨,٤٪ لكل منهما، وفي الترتيب الخامس جاء السبب الخاصة بـ»تقديمها التحليلات المتصلة بأحداث لحراك الجنوبي» بنسبة وصلت ٧٦٪، فـ»صحة المعلومات التي تقدمها عن أحداث الحراك الجنوبي ومصداقيتها» بنسبة ٧٢,٨٪، وفي الترتيب السابع «متابعتها التطورات المتصلة بالحراك الجنوبي أولا بأول» (٦٨٪)، تلاه «تقديمها الحقائق المتصلة بالحراك الجنوبي» (٦٦,٤٪)، وأخيرا: من أجل «التعرف على أساليب معالجتها لأحداث الحراك الجنوبي» (٦٣,٢٪).

أما ما يتعلق بأسباب الاعتماد على هذه الوسائل؛ وفقا لكل وسيلة؛ فقد استأثرت القنوات الفضائية بمعظم هذه النسب، وبلغت أعلاها ٧٢,٧٪ وذلك فيما يتعلق بالسرعة في نقل أخبار الحراك الجنوبي، أما أقل هذه النسب فقد بلغت ٥١,٨٪، وتمثلت في تقديمها الحقائق المتصلة بالحراك الجنوبي، في حين بلغت أعلى نسبة للصحف اليمنية ٣٣,٣٪، وذلك في السبب الخاص بتقديم كافة التفاصيل المتصلة بقضية الحراك الجنوبي»، أما أعلى نسبة استأثرت بها المواقع الإلكترونية اليمنية فقد بلغت ١٥,٧٪، وهي الخاصة بتقديمها الحقائق المتصلة بالحراك الجنوبي.

وتتفق هذه النتائج مع ما انتهت إليه بعض الدراسات السابقة في هذا الخصوص، منها: دراسة «رضوان»[١] التي أكدت على أن أكثر العوامل التي دفعت الجمهور لمتابعة وسيلة معينة أثناء ثورة ٢٥ يناير المصرية هي سرعة الوسيلة في نقل وتغطية الحدث، ووجود صور أو مشاهد فيديو مصورة مصاحبة للخبر، إلى جانب موضوعية الوسيلة وعدم تحيزها، والثقة فيما تقدمه، وقدرتها على عرض وجهات النظر المختلفة، ودراسة "العبد"[٢] التي أشارت إلى أن أهم أسباب اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية تعود إلى التغطية الفورية للحدث، مصداقية الأخبار، والانفراد بإذاعة بعض الأخبار، والجرأة والتوازن في عرض الأخبار، والبعد عن الطابع الرسمي، ودراسة "بركات"[٣] التي تمثلت فيها أسباب التفضيل تقديم القنوات الفضائية أحدث وآخر التطورات، ولكونها مصدرا موثوقا به.

وقد أضاف بعض الطلاب الأسباب التالية التي دفعتهم إلى الاعتماد على القنوات الفضائية العربية لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي:

- عدم مصداقية الإعلام المحلي
- قلة تغطية القنوات المحلية لأحداث الحراك الجنوبي.
- معرفة جميع جوانب قضية الحراك الجنوبي من طرف محايد.
- عرض الحقيقة كاملة ونقل الواقع من الشارع.

٧. الأهداف التي يسعى طلاب الجامعات اليمنية لتحقيقها من خلال اعتمادهم على وسائل الإعلام

جدول رقم (٧)

يوضح الأهداف التي يسعى طلاب الجامعات اليمنية لتحقيقها من خلال اعتمادهم على وسائل الإعلام

(ن=١٢٥)

م	الأهداف	التكرار	٪*
	فهم حقيقة الحراك الجنوبي	٩٢	٧٣,٦
	فهم النتائج المترتبة على الأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي	٧٤	٥٩,٢
	تحليل وتفسير الأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي	٦٧	٥٣,٦
	توجيهي للسلوك المناسب للتعامل مع أحداث الحراك الجنوبي	٥٦	٤٤,٨

١- أحمد فاروق رضوان، مرجع سابق، ص ١٤٥.

٢- نهى العبد، مرجع سابق، ص-ص ٣٩٦-٣٩٧.

٣- وليد فتح الله بركات (٢٠٠٣)، تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التليفزيونية العربية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، ديسمبر، ص ١١٨.

	التخفيف من التوتر الناشئ عن الأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي	٥٣	٤٢,٤
	الحصول على معلومات كافية عن الحراك الجنوبي تفيدني شخصا	٤٥	36
	التخلص من الملل وتمضية وقت الفراغ	١٨	١٤,٤

النسبة المئوية من إجمالي (ن=١٢٥)

وفقا للبيانات الواردة في الجدول رقم (٧) فقد جاء «فهم حقيقة الحراك الجنوبي» في الترتيب الأول بالنسبة للأهداف التي يسعى طلاب الجامعات اليمنية لتحقيقها من خلال اعتمادهم على وسائل الإعلام بنسبة بلغت ٧٣,٦٪، تلاه «فهم النتائج المترتبة على الأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي» بنسبة بلغت ٥٩,٢٪، وفي الترتيب الثالث جاء الهدف الخاص بـ»تحليل وتفسير الأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي» وذلك بنسبة بلغت ٥٣,٦٪، في حين نالت بقية الأهداف نسبة أقل من نصف المبحوثين، حيث جاء الهدف الخاص بـ»توجيهي للسلوك المناسب للتعامل مع أحداث الحراك الجنوبي» في الترتيب الرابع بنسبة ٤٤,٨٪، تلاه من أجل «التخفيف من التوتر الناشئ عن الأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي» بنسبة ٤٢,٤٪، وفي الترتيب السادس جاء الهدف الخاص بـ»الحصول على معلومات كافية عن الحراك الجنوبي تفيدني شخصا» بنسبة ٣٦٪، في حين جاء «التخلص من الملل وتمضية وقت الفراغ» في الترتيب الأخير وبنسبة ١٤,٤٪ فقط من إجمالي الطلاب الذين شملتهم الدراسة.

وقد أضاف بعض الطلاب أهدافا أخرى، يسعون إلى تحقيقها من خلال الاعتماد على مصادر المعلومات، وهذه الأهداف هي:

- متابعة ما آلت إليه الأوضاع السياسية في اليمن، والوضع الذي يمكن أن تؤول إليه البلاد في السنوات القادمة.
- معرفة أساليب تعامل الحكومة اليمنية مع الحراك الجنوبي، وطرق معالجتها لهذه القضية، وهل هناك تحسن في هذا المجال أم لا؟
- معرفة العواقب التي يمكن أن تترتب على عدم الاستجابة لمطالب الحراك الجنوبي، ومدى تأثير ذلك على الأمن والاستقرار في اليمن.
- فهم أسلوب تفكير من يقومون بالحراك الجنوبي، ومن يدير الحراك ويقف وراءه.
- الوصول إلى بعض الحقائق من خلال التعرض لمصادر معلومات مختلفة ومقارنتها بالواقع من خلال الحديث مع من يزورون المناطق الجنوبية.
- البحث عن حلول جذرية للقضية الجنوبية وسبل ترسيخ الوحدة اليمنية.

٨. مدى ثقة طلاب الجامعات اليمنية في مصادر المعلومات المختلفة لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

جدول رقم (٨)

يوضح مدى ثقة طلاب الجامعات اليمنية في مصادر المعلومات المختلفة لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

(ن=١٢٥)

م	المصدر/الثقة	يثق «1»	%	يثق إلى حد ما «2»	%	لا يثق «3»	%	الإجمالي	المتوسط الحسابي الموزون
	القنوات الفضائية العربية	٤٩	٣٩,٥	٦٣	٥٠,٨	١٢	٩,٧	١٢٤	١.٧٠
	الحديث مع الأهل والزملاء والأصدقاء	٤٤	٣٧,٠	٤٥	٣٧,٨	٣٠	٢٥,٢	١١٩	١,٨٨
	الصحف اليمنية	٢٧	٢٢,٠	٦٤	٥٢,٠	٣٢	٢٦,٠	١٢٣	٢,٠٤
	الصحف العربية	٢٥	٢٠,٥	٦٢	٥٠.٨	٣٥	٢٨,٧	١٢٢	٢,٠٨
	القنوات التليفزيونية اليمنية	٣٠	٢٤,٠	٤٨	٣٨,٤	٤٧	٣٧,٦	١٢٥	٢,١٤
	الإذاعة اليمنية	٢٨	٢٢,٨	٤٥	٣٦,٦	٥٠	٤٠,٧	١٢٣	٢,١٨
	المواقع الإلكترونية العربية	١٨	١٥,٣	٥١	٤٣,٢	٤٩	٤١,٥	١١٨	٢,٢٦
	الإذاعات العربية	١٦	١٣,٣	٥٧	٤٧,٥	٤٧	٣٩,٢	١٢٠	٢,٢٦
	المواقع الإلكترونية اليمنية	١٧	١٤,٣	٤٩	٤١,٢	٥٣	٤٤,٥	١١٩	٢,٣٠
	الإذاعات الأجنبية الناطقة باللغة العربية	١٧	١٤,٢	٣١	٢٥.٨	٧٢	٦٠.٠	١٢٠	٢,٤٦

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٨) إلى ضعف ثقة طلاب الجامعات اليمنية بوجه عام في مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، فأعلى نسبة ثقة في هذه المصادر بلغت ٣٩,٥٪، واستأثرت بها القنوات الفضائية العربية، في حين تصدرت نسبة من «يثق إلى حد ما» في سبع وسائل من إجمالي عشر وسائل، وهي: الصحف اليمنية، القنوات الفضائية العربية، والصحف العربية، والإذاعات العربية، ومواقع الصحافة الإلكترونية العربية، ثم القنوات التليفزيونية اليمنية، وأخيرا: الحديث مع الأهل والأصدقاء. كما تصدرت نسبة من «لا يثق» في ثلاث من هذه المصادر، وهي: المواقع الإلكترونية اليمنية، والإذاعة اليمنية، وأخيرا: الإذاعات الأجنبية الناطقة باللغة الإنجليزية.

ووفقا لقيم الوسط الحسابي المرجح؛ فقد ترجحت نسب من "يثق إلى حد ما" على من

"يثق" أو "لا يثق" في جميع مصادر المعلومات، حيث تراوحت قيم هذا الوسط ما بين ١,٧٠ و ٢,٤٦، وقد ترتبت مستويات الثقة في هذه المصادر على النحو التالي:

جاءت القنوات الفضائية العربية في الترتيب الأول، تلاها الحديث مع الأهل والزملاء والأصدقاء، وهذان المصدران هما أكثر مصادر المعلومات موثوقية من طلاب الجامعات اليمنية، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي الموزون ١,٧٠ للمصدر الأول، و ١,٨٨ للثانية (أقل من درجتين). ويلاحظ تقارب قيم المتوسطات الحسابية الخاصة بمصادر المعلومات الأخرى، ففي الترتيب الثالث جاءت «الصحف اليمنية»، فـ»الصحف العربية»، وبلغت قيمتا متوسطهما الحسابي ٢,٠٤ للأولى و ٢,٠٨ للثانية، وفي الترتيب الخامس جاءت «القنوات التليفزيونية اليمنية»، فـ»الإذاعة اليمنية»، وبلغت ٢,١٤ للأولى و ٢,١٨ للثانية، وفي الترتيب السابع جاءت كل من: «المواقع الإلكترونية العربية» و «الإذاعات العربية» وبلغت قيمة وسطهما الحسابي ٢,٢٦، أما «المواقع الإلكترونية اليمنية» فقد جاءت في الترتيب التاسع (٢,٣٠)، وأخيرا «الإذاعات الأجنبية الناطقة باللغة العربية» (٢,٤٦).

٩. التأثيرات المحتملة لاعتماد طلاب الجامعات اليمنية على وسائل الإعلام لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

جدول رقم (٩)

يوضح التأثيرات المحتملة لاعتماد طلاب الجامعات اليمنية على وسائل الإعلام لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

(ن=١٢٥)

م		نوع التأثير	موافق «1»	%	لا رأي لي «2»	%	معارض «3»	%	الإجمالي	المتوسط الحسابي الموزون
	التأثيرات المعرفية	معرفة الحراك الجنوبي لأول مرة من خلال وسائل الإعلام	٧٥	٦١,٠	٢٧	٢٢,٠	٢١	١٧.١	١٢٣	١,٥٦
		تفسير الأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي.	٦٦	٥٣,٢	٤١	٣٣,١	١٧	١٣,٧	١٢٤	٦..1
		فهم مطالب الحراك الجنوبي.	٦٧	٥٣,٦	٤٠	٣٢,٠	١٨	١٤,٤	١٢٥	1.61
		معرفة أبعاد القضية الجنوبية	٦٢	٥٠,٨	٤١	٣٣.٦	١٩	١٥,٦	١٢٢	1.64
		معرفة التطورات المتصلة بالحراك الجنوبي.	٦٢	٤٩,٦	٤٥	٣٦,٠	١٨	١٤.٤	١٢٥	1.65
		معرفة الأسباب التي أدت إلى حدوث الحراك الجنوبي.	٦٨	3.٥٥	٢٦	1,٢١	٢٩	٢٣,٦	١٢٣	1.68

	التأثيرات الوجدانية	القلق على مستقبل اليمن للأضرار التي تلحق به بسبب الأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي.	٨٦	٦٨,٨	٢٨	٢٢.٤	١١	٨,٨	١٢٥	1.40
		الخوف على الوحدة اليمنية بسبب دعوة الحراك الجنوبي للانفصال.	٨٢	٦٦,١	٢١	16,٩	٢١	١٦.٩	١٢٤	1.51
		تأييد جهود الحكومة لمواجهة الأعمال التخريبية التي يقوم بها الحراك الجنوبي.	٧٥	٦١,٥	٣٠	٢٤,٦	١٧	١٣.٩	١٢٢	1.52
		التعاطف مع الضحايا وأسرهم جراء أعمال العنف التي يقوم بها الحراك الجنوبي.	٧٣	٥٨,٩	٣٢	٢٥,٨	١٩	١٥.٣	١٢٤	١,٥٦
		كراهية أعضاء الحراك الجنوبي الذين يقومون بأعمال العنف	٦٩	٥٥,٦	٣٦	٢٩,٠	١٩	١٥.٣	١٢٤	١,٦٠
		مساندة جهود الحكومة لمواجهة أعمال العنف التي يقوم بها الحراك الجنوبي.	٦٠	٤٨,٨	٤٠	٣٢,٥	٢٣	١٨.٧	١٢٣	١.٧٠
	التأثيرات السلوكية	التوعية بخطورة الانفصال والدعوة إلى ضرورة التمسك بالوحدة اليمنية.	١٠٠	٨٠.٠	17	13.6	8	6.4	125	1.26
		المشاركة في الأنشطة والفعاليات التي تهدف إلى تعزيز الوحدة اليمنية بين اليمنيين.	٨٦	٦٨.٨	32	25.6	7	5.6	125	1.37
		الحرص على متابعة الأخبار المتصلة بتطورات أحداث الحراك الجنوبي.	٧٠	٥٦,٥	45	36.3	9	7.3	124	1.51
		استخدام المعلومات التي يتم الحصول عليها من وسائل الإعلام في النقاش مع الآخرين حول الحراك الجنوبي.	٦٦	٥٣,٢	46	37.1	12	9.7	124	1.56
		البحث عن مزيد من الأخبار والمعلومات عن هذا الحراك.	٦٣	4,٥٠	47	37.6	15	12.0	125	1.62
		عدم المشاركة فيما يدور حول الحراك الجنوبي.	٣٥	28.5	42	34.1	46	37.4	123	2.09

أكدت البيانات الواردة في الجدول رقم (٩) على عدد من التأثيرات: المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد طلاب الجامعات اليمنية على وسائل الإعلام لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي، حيث ارتفعت نسب موافقة الطلاب الذين شملتهم الدراسة على وجود هذه التأثيرات، وحظيت ١٥ عبارة من عبارات مقياس التأثيرات البالغة ١٨ عبارة على موافقة أكثر من نصف الطلاب، وتراوحت نسبها ما بين: ٨٠٪ و٥٠,٤٪، وذلك على النحو التالي:

١. **التأثيرات المعرفية: ارتفعت إلى حد ما نسبة الطلاب الذين وافقوا على هذا النوع من التأثير، وتراوحت هذه النسب ما بين ٦١٪ و ٤٩,٦٪، كما تقاربت قيم المتوسط الحسابي الموزون للعبارات الخاصة بالتأثيرات المعرفية، وتراوحت ما بين ١,٥٦ و ١,٦٨، ووفقا لهذا المعامل فقد ترتبت هذه التأثيرات كما يلي:**

- **معرفة المبحوثين لما يسمى "الحراك الجنوبي" تمت لأول مرة من خلال وسائل الإعلام.**
- **التغطية الإعلامية لأحداث الحراك الجنوبي قدمت للمبحوثين تفسيرا للأعمال التي يقوم بها هذا الحراك.**

- التغطية الإعلامية لأحداث الحراك الجنوبي ساعدت المبحوثين على فهم مطالب هذا الحراك.
- تعرف المبحوثون من خلال وسائل الإعلام على الجوانب والأبعاد المختلفة للحراك الجنوبي
- تغطية وسائل الإعلام لأحداث الحراك الجنوبي مكنت المبحوثين من معرفة التطورات المتصلة بهذا الحراك.
- تعرف المبحوثون على الأسباب التي أدت إلى حدوث الحراك الجنوبي من خلال تغطية وسائل الإعلام لأحداثه.

٢. **التأثيرات الوجدانية:** ارتفعت نسب الموافقة على هذا النوع من التأثيرات، حيث نالت خمس عبارات من العبارات الست الخاصة بهذا المحور موافقة أكثر من نصف الطلاب، وتراوحت نسبها ما بين: ٦٨,٨ و ٥٥,٦، ووفقا لقيم الوسط الحسابي المرجح؛ فقد ترتبت التأثيرات الوجدانية كما يلي:

برز التأثير المتعلق بكون "التغطية الإعلامية للأعمال التي يقوم بها الحراك الجنوبي تشعرني بالقلق على مستقبل اليمن للأضرار التي تلحق به بسبب هذه الأعمال" حيث رجحت قيمة الوسط الحسابي الخاص بهذه العبارة والبالغة ١,٤٠ اتجاه "موافق" على الاتجاهين الآخرين، تلاه في الترتيب -بقيم وسط حسابية متقاربة- "الدعوة إلى الانفصال التي تنقلها وسائل الإعلام عن بعض عناصر الحراك الجنوبي تشعرني بالقلق على مستقبل الوحدة اليمنية"، فـ"التغطية الإعلامية لأعمال العنف التي يقوم بها الحراك الجنوبي تدفعني إلى تأييد جهود الدولة لمواجهة الأعمال التي يقوم بها هذا الحراك"، ثم "التغطية الإعلامية لأعمال العنف التي يقوم بها الحراك الجنوبي تشعرني بالتعاطف مع ضحايا هذه الأعمال وأسرهم"، حيث بلغت هذه القيم –بالترتيب- ١,٥١، و ١,٥٢، و ١,٥٦، وفي الترتيب الخامس جاء التأثير المتعلق بكون "التغطية الإعلامية لأعمال العنف التي يقوم بها الحراك الجنوبي تشعرني بالكراهية لمن يقومون بهذه الأعمال" (١,٦٠)، وأخيرا: "التغطية الإعلامية لأعمال العنف التي يقوم بها الحراك الجنوبي تشعرني بالتعاطف مع جهود الحكومة لمواجهة هذه الأعمال التخريبية" (١,٧٠).

٣. **التأثيرات السلوكية:** حظيت التأثيرات السلوكية بنسب موافقة أعلى من التأثيرين السابقين، فقد تراوحت نسب الموافقة على خمس عبارات من عبارات هذا المحور ما بين ٨٠٪ و ٥٠,٤٪، ورجحت قيمتا الوسط الحسابي الموزون اتجاه "موافق" في كون "التغطية الإعلامية لأحداث الحراك الجنوبي تدفعني إلى التوعية بخطورة الانفصال والدعوة إلى ضرورة التمسك بالوحدة اليمنية" من ناحية؛ و "تدفعني التغطية الإعلامية لأحداث الحراك الجنوبي على المشاركة في الأنشطة والفعاليات التي تهدف إلى تعزيز الوحدة

اليمنية بين اليمنيين" من ناحية أخرى، فقد بلغت قيمة هذا المتوسط ١,٢٦ للعبارة الأولى، و ١,٣٧ للثانية. وفي الترتيب الثالث جاء التأثير المتعلق بكون "التغطية الإعلامية لأحداث الحراك الجنوبي تدفعني على الحرص على متابعة الأخبار المتصلة بتطورات هذه الأحداث" تلاه "استخدم المعلومات التي أحصل عليها من وسائل الإعلام عن الحراك الجنوبي في النقاش مع الآخرين حول هذه القضية"، وبلغت قيم متوسطهما الحسابي ١,٥١ و ١,٥٦، وفي الترتيب الخامس جاءت "التغطية الإعلامية لأحداث الحراك الجنوبي تدفعني إلى البحث عن مزيد من الأخبار والمعلومات عن هذا الحراك (١,٦٢)، في حين ترجح اتجاه "معارض" في العبارة الخاصة بكون "التغطية الإعلامية لأحداث الحراك الجنوبي ولدت لدي عدم الاهتمام بهذا الحدث أو المشاركة فيما يدور حوله" حيث بلغت قيمة وسطها الحسابي ٢,٠٩.

وتتفق هذه النتائج إجمالا –وإن تفاوتت في الترتيب- مع ما توصلت إليه بعض الدراسات في هذا المجال، مثل: دراسة "العبد"[١]، ودراسة "القليني"[٢].

مناقشة نتائج الدراسة

على الرغم من تعدد مصادر معلومات الشباب الجامعي اليمني، والتي بلغت في هذه الدراسة ١٨ مصدرا شملت مختلف وسائل الإعلام الجماهيري التقليدية والجديدة، فضلا عن الاتصال المباشر؛ إلا أن التعرض المنتظم إليها جاء محدودا، فقد بلغت أعلى نسبة لذلك ٤٧٪ واستأثرت بها القنوات الفضائية العربية، وأقل من هذه النسبة حصلت عليها المصادر الأخرى التي تلت هذه القنوات (٢٦,١٪ فاقل)، بالإضافة إلى تصدر معدل التعرض غير المنتظم في خمس مصادر من مصادر المعلومات، كما سبق ذكره.

وتجدر الإشارة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي قد سجلت حضورا لا بأس به بالنسبة لاستخدام طلاب الجامعات اليمنية لها على نحو منتظم، ففي الترتيب الثالث جاء «الفيس بوك» بنسبة بلغت ٢١,٦٪، كما جاء اليوتيوب في الترتيب السادس (١٩,٦٪)، متقدمين على كل من: المنتديات، ومواقع الصحافة الإلكترونية: اليمنية والأجنبية، بالإضافة إلى الإذاعات العربية والأجنبية.

كما تشير استجابات المبحوثين الخاصة بأسباب اعتماد طلاب الجامعات اليمنية على وسائل الإعلام لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي إلى ضعف مستوى أداء وسائل الإعلام والاتصال اليمنية

١- نهى العبد، مرجع سابق، ص ص ٤٢٠- ٤٢١.

٢- سوزان القليني (١٩٩٨)، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون في وقت الأزمات دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ١٩٩٨، ص ٥٧.

في تناول قضية محلية وهي «الحراك الجنوبي» مما دفع المبحوثين إلى الاعتماد على القنوات الفضائية العربية لمتابعة هذه القضية، مما يعني أن وسائل الإعلام اليمنية قد ضيعت على نفسها فرصة الاحتفاظ بالجمهور اليمني، وبخاصة منه فئة الشباب، من خلال تغطية هذه القضية من جوانبها المختلفة، وعواقبها المحتملة.

وتؤكد الاستجابات الخاصة بالأهداف التي يسعى طلاب الجامعات اليمنية لتحقيقها من خلال اعتمادهم على وسائل الإعلام على وجود أهداف محددة يسعون إلى تحقيقها من خلال اعتمادهم على مصادر المعلومات، فأكثر من نصف المبحوثين (٧٣,٦٪ إلى ٥٣,٦٪) عبروا عن دوافع منفعية؛ مثل: معرفة أبعاد قضية الحراك الجنوبي، وتطوراتها وأبعادها المختلفة، فضلا عن الأسباب التي أدت إلى حدوثها، في حين جاء التخلص من الملل وتمضية وقت الفراغ في الترتيب الأخير بالنسبة لتلك الأهداف.

مراجع الدراسة

١. **بركات، وليد فتح الله (٢٠٠٣)، تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التليفزيونية العربية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، ديسمبر، ص ١١٨.**

٢. **حسين، سمير محمد (١٩٩٩)، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط٣، القاهرة: عالم الكتب، ص ٩٩.**

٣. **رضوان، أحمد فاروق (٢٠١٢)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٩، يناير - مارس، ص- ص ١٢٧ – ١٨٦.**

٤. سليم، حنان أحمد (٢٠٠٨)، اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٣٠ إبريل/يونيه، ص-ص ١-٤٧.

٥. **الشبيري، محمد صالح محمد (٢٠١١)، اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات : حرب الحوثيين أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، جامعة الشرق الأوسط.**

٦. الشقصي، عبيد بن سعيد (٢٠١٣) اتجاهات الجمهور نحو تعامل الإعلام العماني مع أزمة إعصار «جونو»، **مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية**، جامعة السلطان قابوس، ص-ص ١-١٧.

٧. ،، ،، ،، (٢٠١٥)، مدى اعتماد الشباب الخليجي على وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في أوقات الأزمات- دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الخليجية، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، **سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتليفزيونية**، العدد ٣٠.

٨. ،، ،، ،، (٢٠١٥)، مدى اعتماد الشباب الخليجي على وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في أوقات الأزمات- دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الخليجية، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، **سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتليفزيونية**، العدد ٣٠.

٩. الضبع، رفعت عارف (٢٠٠٧)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور، تم الوصول إليه في ٢٠١٦/٦/١٦ من: http://dalya6848.blogspot.qa/2014/04/9.html

١٠. **العبد، نهى عاطف (٢٠٠٩)، اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات بالتطبيق على العدوان الإسرائيلي على غزة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٣، ص-ص ٣٩٢-٣٩٣.**

١١. **عبدالنبي، جمعة محمد (٢٠١١)، اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة الدول**

العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية.

١٢. **القليني، سوزان (١٩٩٨)، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون في وقت الأزمات دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ١٩٩٨، ص ٥٧.**

١٣. المصري، نعيم فيصل (٢٠١٥)، دور القنوات الفضائية في تغطية أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة وتداعياته، **المجلة العربية للأبحاث في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، الجزائر، جامعة الجفلة، ص-ص ٤٣٩ – ٤٥٨.

١٤. **مصلح، مى عبد الرحمن (٢٠١١)، دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية»، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإعلام وعلوم الاتصال.**

١٥. مطهر، بشار عبدالرحمن (٢٠١١)، التماس الشباب الجامعي الإعلامي اليمني لمصادر المعلومات أثناء الأزمات : دراسة تطبيقية على حادثة تفجير مدرسة ٧ يوليو للبنات، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد ٧، ص-ص ١٤٥- ١٩٣.

١٦. **النمر، أميرة محمد إبراهيم (٢٠٠٧)، اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية العربية والدولية: دراسة مقارنة بني الوسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرة لبحوث الإعلام، المجلد الثامن، العدد الرابع. أكتوبر- ديسمبر.**

ملاحق الدراسة

جداول الدراسة

جدول رقم (١٠)

يوضح توزيع المستجوبين وفقا للنوع

(ن=١٥٢)

م	النوع/التكرار	ك	%
١	ذكور	١٢٥	٨٢,٢
٢	إناث	٢٧	١٧,٨
الإجمالي		١٥٢	١٠٠

جدول رقم (١١)

يبين توزيع المستجوبين وفقا للجامعة

(ن=١٥٢)

م	الجامعة	ك	%
	جامعة صنعاء	٧٥	49.3
	جامعة العلوم والتكنولوجيا	41	27.0
	الجامعة الوطنية	23	15.1
	جامعة سبأ	13	8.6
	الإجمالي	153	100.0

جدول رقم (١٢)

يوضح توزيع المستجوبين وفقا للنوع والانتماء الحزبي

م	النوع/ الانتماء الحزبي	منتمي	%	مستقل	٪	غير محدد	٪	الإجمالي	٪
	ذكور	٤٧	٣٧,٦	٧٣	٥٨,٤	٥	٤.٠	١٢٥	٨٢,٢
	إناث	٨	٢٩,٦	١٨	٦٦,٧	١	٣,٧	٢٧	١٧,٨
الإجمالي		٥٥	٣٦,٢	٩١	٥٩,٩		٣.٩	١٥٢	١٠٠

جدول رقم (١٣)

يبين أسباب عدم متابعة المستجوبين لمتابعة أخبار الحراك الجنوبي

م	الأسباب	التكرار	%
	لعدم ثقتي فيما تنشره وسائل الإعلام اليمنية غير الحكومية عن «الحراك الجنوبي»	٩	٢٩,٠
	لعدم اهتمامي بقضية الحراك الجنوبي	٦	١٩,٤
	لعدم ثقتي بما تنشره الفضائيات العربية عن «الحراك الجنوبي»	٥	١٦,١
	لعدم ثقتي بما تنشره وسائل الإعلام اليمنية الحكومية عن «الحراك الجنوبي»	٥	١٦,١
	اكتفي بالاعتماد على الصحف العربية	٣	٩,٧
	لعدم اقتناعي بشرعية مطالب «الحراك الجنوبي»	٣	٩,٧
	الإجمالي	٣١	١٠٠,٠

التنمية المستدامة في الأجندة اللبنانية :
بين التنمية المغيّبة والإعلام المسيّس

د. وفاء أبو شقرا
أستاذة في كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية .

Lebanese agenda for Sustainable Development : between development absenteeism and media politicization

The implementation of sustainable development schemes in developing countries, including Arab countries, has represented the twenty first century agenda (Agenda ٢١) released by the Earth Summit organized by the United Nations Conference on Environment and Development in Rio de Janeiro, Brazil, in ٢٠٠٠. The great interest in sustainable development has linked between achieving goals such as economic growth, social justice, and environmental balance and between rehabilitating, refining, and preserving human capabilities, and investing (or utilizing) these capabilities in economic, political and social development in a way that would enhance social welfare.

Since ٢٠١٥, international plans and efforts have been launched to find solutions that would primarily alleviate abject poverty for ٨٠٠ million humans living in severe poverty (less that ١,٢٥$ daily), and explore ways to increase the standard of living for all people, minding the increase of two billion people in population projected within the next thirty years. All of this requires a huge increase in production and development in order to achieve these goals, and keep up with this change by finding long term effective solutions, and committing to implementing those solutions through a balanced partnership. Arab countries showed big interest in sustainable development goals during which international officials emphasized on the utmost importance of the role of the media in their achievement by

explaining these goals to the masses, promoting them, and setting practical plans and strategies to push for their achievement by end of ٢٠٣٠ (the date agreed on by ١٨٩ countries).

In the case of Lebanon, multifaceted development obstacles exist while the seventeen sustainable development goals haven't even been discussed yet on any level. The presidential vacuum for two and a half years, the paralyzed work of the government resulting from the various political and sectarian tensions, the weakness of governance and decision making mechanisms and the unstable security and political circumstances in Lebanon and in the neighboring countries impeded official consultations (at the least). In the Lebanese media, the topic is willingly or forcibly absent, whereas development plans, projects and strategies, be it in sustainable or other forms of development, disregarded any role by the media.

The aim of this research is to investigate the reasons behind the absence of the topic of development in the media in Lebanon. It aims to sketch the characteristics of this role within the theoretical appropriate framework, and evaluate the contribution of journalists in implementing the sustainable development agenda, and identifying the type of relationship that links, firstly, between the media and development in its various forms and levels, and secondly between the media and the United Nations sustainable development goals.

تمهيد

دخل مصطلح «التنمية المستدامة» في التداول أواخر القرن الماضي، إلاّ أنّ التعريفات التي صدرت بشأنه، ولا سيما من قبل المنظمات الدوليّة، تعدّدت وتباينت، وإن كانت كلّها تدور حول معانٍ متقاربة تلتقي عند هدفٍ رئيسي : تحسين نوعية الحياة لفقراء العالم من خلال تقديم حياة آمنة ومستديمة، مع الحدّ من تلاشي الموارد الطبيعية وتدهور البيئة، من دون أن تصل إلى الحديث عن التنمية بمعناها الحقيقي والفعلي، والمتمثّل في إحداث تغيير في البنى الإجتماعيّة والإقتصاديّة، المسبّب الرئيسي لتعويق مسيرة التنمية في الدول النامية.

وإذا كان مفهوم التنمية الذي روّجت له الأمم المتحدة، قد اكتسب إهتماماً خاصاً ومتزايداً في

الخطاب العالمي منذ العام ١٩٩٠(بعدما قام البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة بتكوين فريق من الخبراء للبحث في مفهوم التنمية البشرية وتقديم تقرير سنوي عنه)، فإنّ التنمية المستدامة تُعتبر من الإتجاهات الحديثة والمكمّلة لمفهوم التنمية البشرية الشاملة، وضعت لها أهدافاً مرحلية جديدة. وبات مفهوم التنمية المستدامة يحتل الصدارة والشغل الشاغل للمحافل والمنظمات الدوليّة، ولا سيما، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) وبرنامج الأمم المتحدة البيئي(UNEP) ومنظمة التعاون الإقتصاديّ (OECD)، إضافة إلى الهيئات المختصة بالموارد الطبيعية ومصادر الطاقة، بإعتبارها من أولويات الإستراتيجية العالمية "لنجاة العالم من الخراب".

في الواقع، أخذ هذا الخطاب مداه في التقارير والمؤتمرات الدوليّة، إلاّ أنّه بقي محدوداً في الإعلام، ممّا دفع مجلس البرنامج الحكومي الدوليّ لتنمية الإتصال التابع لليونسكو، إلى إصدار قرار في تشرين الثاني (نوفمبر) عام ٢٠١٤، يُلزم جميع الدول بإدراج حرية التعبير وحرية الصحافة ضمن أهداف التنمية المستدامة. وأكد على ما كانت قد أفضت إليه "القمة العالمية حول مجتمع المعلومات والوثائق العشر لتنفيذ نتائج القمة عام ٢٠١٤"، من أنّ استفادة الإعلام من توسيع دور تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، هي مسألة حتمية تستطيع، بالتالي، أن تعزّز مساهمة الصحافيّين، على اختلاف وظائفهم، في تحقيق أجندة التنمية المستدامة (لما بعد ٢٠١٥). وإعتبر فرانك لارو المدير العام المساعد لشؤون الإتصالات والإعلام في اليونسكو، في هذا السياق، أنّ "حماية الصحافيّين وضمان حرية الإعلام، هما الأساس في تنمية المجتمعات، وفي دفع عجلة التنمية الأكثر إستدامة"[1]، موضحاً، بالأرقام، مدى تعرّض الصحافيّين، في بعض دول العالم وبقاعه، إلى مضايقات وإعتداءات جسدية وأعمال عنف تهدّد سلامتهم، وبالتالي تشكّل معوّقاً لعملهم ونتاجهم.

وإذا كان الإعلام شريكاً أساسيّاً للمساعدة في تحقيق الأهداف التنمويّة في العالم، بتقدير الأمم المتحدة[2]، فإنّ الجامعة العربية، المعنيّة دُولها بشكلٍ كبير بأهداف التنمية المستدامة، لم تلحظ أيّ دور للإعلام والإعلاميّين في ورقة تصوّر الآلية التي وضعتها، لدعم تنفيذ أجندة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ في الدول العربية. أمّا لبنان، حيث المعوّقات الكثيرة فيه أمام قضايا التنمية، فلم تُطرح هذه الأجندة الدوليّة، حتى الآن، على النقاش والتشاور إلاّ في إطار برنامج

---

١ - من كلمة فرانك لارو المدير العام المساعد لشؤون الإتصالات والإعلام في اليونسكو، في رسالة اليونسكو عشية ذكرى اليوم الدوليّ لإنهاء «الإفلات من العقاب على الجرائم المرتكبة ضد الصحافيين» في ٢٠١٦/١٠/٣١.

٢- في رسالته بمناسبة اليوم العالمي لحرية الصحافة في٣/٥/٢٠١٦ . أكد الأمين العام للأمم المتحدة "بان كي مون" على أنّ حقوق الإنسان، والمجتمعات الديمقراطية والتنمية المستدامة في العالم تعتمد بشكلٍ أساسيّ على التدفّق والتداول الحرّ للمعلومات وبالتالي على حرية الصحافة.

الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، على أن تدخل في "دهاليز" مؤسّسات الدولة الرسمية في الفترة المقبلة، كما هو منتظر. لكن، أين إعلام لبنان وإعلاميّوه من أهداف التنمية المطروحة ومن القضايا التنمويّة عموماً؟

لقد سبق لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي أن أطلق في العام ٢٠١٢ مشروع "الإعلام من اجل التنمية"، برعاية وزير الإعلام آنذاك طارق متري، حيث تمّ تنظيم ورش عمل لتدريب الإعلاميّين على تبني المقاربة التنمويّة، وأن يكون الإعلام عنصراً مساهماً في تحقيق أهداف الألفية الإنمائية؛ وإنتهى المشروع بإنتهاء التدريب، واقتصار مساهمة الصحافيّين على مادة وحيدة كانت جزءاً من التدريب التقني. يدلّل هذا الواقع، في الحقيقة، إلى أنّ غياب الإعلام التنمويّ في لبنان، ليس فقط مجرّد نقص في الخبرات، وإنّما هناك مشكلة بنيويّة- سياسيّة- وظيفيّة، تؤثر على أداء الإعلاميّين في مؤسّساتهم، بشكلٍ عام.

هذا ما سنحاول استكشافه في هذا البحث، مُلقين بالضوء على الدور الإعلاميّ في تحقيق الخطط والمشاريع التنمويّة، وتقييم مستوى إسهام الصحافيّين فيها، وأين يجب أن تكون هذه المساهمة داعمة ومسهِّلة للجهود التي تُبذل في مجالات التنمية، وأين يجب أن تكون "سلطة رابعة" تراقب وتقيّم وتنتقد هذه الجهود، إذا تطلب الأمر ذلك. ونطرح التساؤلات التالية، لرصد ما يقوم به الإعلام اللبناني حيال الأهداف المستدامة :

- هل تزوّد الوسائل الإعلاميّة اللبنانية جمهورها بمضامين ذات صلة بالمواضيع التي تتناولها الأهداف السبعة عشر للتنمية المستدامة، ليصبح هذا الجمهور قادراً على المشاركة في عملية التنمية، والمشاركة في عائداتها (دور وسائل الإعلام في التأهيل وإكتساب المعارف)؟
- هل ينتظم الإعلام اللبناني بصورة معينة تسمح لمتتبعيه بالتفاعل في ما بينهم وبتوفير قاعدة مشتركة وآليات تساهم في تدعيم تماسك النسيج الإجتماعيّ (دور القطاع الإعلاميّ في تعزيز الإندماج الإجتماعيّ)؟
- هل يروّج الإعلام حالياً لإجراءات متخذة من قبل مؤسّسات الدولة أو إجراءات منشودة في موضوع التنمية المستدامة، تفتح الباب أمام مساهمة أوسع في بناء المستقبل (المسؤولية الإجتماعيّة للإعلام في رسم السياسة الإعلاميّة)؟

أولاً : الأهداف التنمويّة.. من الألفية إلى الإستدامة

في العام ٢٠١٥ تنادى ممثلو ١٨٩ بلداً في العالم للإجتماع لإستكمال البحث في ما آلت إليه "أهداف الألفية الإنمائية الثمانية MDGs"، التي كانوا قد إلتزموا بالعمل عليها في العام ٢٠٠٠ وحتى العام ٢٠١٥، للقضاء على أبرز المشاكل المزمنة المنتشرة بين سكان الأرض :

الجاعات، الجفاف، الحروب، الأمراض والفقر. عاد هؤلاء المسؤولون الدوليّون واجتمعوا في الموعد الذي حدّدوه، وأطلقوا، هذه المرة، سبعة عشر هدفاً جديداً لأجندة عملهم، أسموها "الأهداف الإنمائية المستدامة SDGs"، وترمي، من وجهة نظرهم، إلى القضاء على الفقر والجوع، في الحدّ الأدنى، بحلول عام ٢٠٣٠. وقبل إطلاقهم أجندة الأهداف الجديدة، قيّم المجتمعون، بكثيرٍ من «الإيجابية»، حصيلة ما تحقّق من نتائج لأهدافهم الثمانية، واعتبروا أنّه يجب الإستفادة من «النجاحات» التي أُنجزت في السنوات الـ ١٥ الماضية. وكان برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)قد كُلّف العمل على تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية، والتي اعتُبرت خطة طموحة لتحقيق الأهداف التالية :

* **الهدف الأول** : القضاء على الفقر المدقع والجوع
* **الهدف الثاني** : تحقيق تعميم التعليم الإبتدائي
* **الهدف الثالث** : تعزيز المساواة بين الجنسيْن وتمكين المرأة
* **الهدف الرابع** : تخفيض معدل وفيات الأطفال
* **الهدف الخامس** : تحسين الصحة النفاسية (صحة الأمومة)
* **الهدف السادس** : مكافحة فيروس نقص المناعة البشرية/الإيدز والملاريا وغيرهما من الأمراض
* **الهدف السابع** : كفالة الإستدامة البيئية
* **الهدف الثامن** : إقامة شراكة عالمية من أجل التنمية.

رأى المسؤولون الدوليّون، أنّ المستقبل يجب أن يكون واحداً للجميع، وأن يكون لدى جميع سكان العالم ما يكفي من الغذاء، وأنّه يجب أن يتم العمل من اجل تحقيق هذه الغاية، بحيث يصبح واقع الأشخاص الذين يعيشون بأقل من ١,٢٥ $ يومياً، شيئاً من الماضي. فلقد «إعتبر واضعو أهداف التنمية المستدامة ٢٠١٥-٢٠٣٠ أنّ الأمور يجب ألاّ تكون على النحو المأساوي الذي تعيشه البشرية. وأنّه لدى هذه البشرية ما يكفي من الغذاء لإطعام العالم، وأنّ هناك أدوية لفيروس نقص المناعة والأمراض الأخرى، ولكنّ كلفتها مرتفعة جداً»[١]. ويشير هذا المنطلق، إلى أنّ التركيز الفعلي لدى واضعي الأهداف التنمويّة المستدامة، هو معالجة المشكلات التي تعاني منها الفئات الأكثر ضعفاً وتهميشاً، أكثر ممّا هو تحقيقٌ للتنمية في المجتمعات النامية. وتضمنت «أجندة التنمية المستدامة ٢٠٣٠»، التي أطلقتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في دورتها الـ ٧٠، سبعة عشر هدفاً تنمويّاً ومئة وتسعاً وستين غاية،

١- من مقدمة إعلان أهداف التنمية المستدامة التي أُطلقت في العام ٢٠١٥.

تشمل كلّ المناحي والمجالات الإجتماعيّة والإقتصاديّة والبيئية المطلوب تحقيقها. ومنح القيّمون على هذه الأجندة التنمويّة، الدول المعنيّة بها، كما فعلوا مع الأهداف الثمانية السابقة في العام ٢٠٠٠، فترة سماح جديدة للتطبيق هي خمسة عشر عاماً. على ماذا نصّت الأهداف الجديدة؟

* **الهدف الأول** : لا للفقر (القضاء على الفقر بمختلف أشكاله في كلّ مكان)
* **الهدف الثاني** : صفر جوع (القضاء على الجوع، وتحقيق الأمن الغذائي وتحسين التغذية وتعزيز الزراعة المستدامة)
* **الهدف الثالث** : الرفاهية والصحة للجميع (ضمان الحياة الصحية وتعزيز الرفاه للجميع في مختلف الأعمار)
* **الهدف الرابع** : المساواة في التعليم (من خلال ضمان جودة التعليم وتعزيز فرص التعلم للجميع)
* **الهدف الخامس** : المساواة بين الجنسيْن (إقرار المساواة بين الجنسيْن وتمكين جميع الفتيات والنساء)
* **الهدف السادس** : مياة نظيفة وصرف صحي (ضمان توفر وإستدامة إدارة المياه والصرف الصحي للجميع)
* **الهدف السابع** : الحصول على الطاقة (ضمان الحصول على الطاقة بأسعار معقولة، موثوق بها ومستدامة)
* **الهدف الثامن** : العمل اللائق والنموّ الإقتصاديّ (ترويج النموّ الإقتصاديّ الشامل والمستدام، والعمالة المنتجة الكاملة والعمل اللائق للجميع)
* **الهدف التاسع** : التصنيع المبتكر (بناء بنية تحتية مرنة، ترويج للتصنيع الشامل والمستدام والمبتكر)
* **الهدف العاشر** : الحدّ من عدم المساواة (الحدّ من عدم المساواة داخل الدول وبينها)
* **الهدف الحادي عشر** : المدن والمجتمعات المستدامة (جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة ومأمونة، مرنة ومستدامة)
* **الهدف الثاني عشر** : إستهلاك وإنتاج مستدامان (ضمان الإستهلاك وأنماط الإنتاج المستدامين)
* **الهدف الثالث عشر** : مكافحة التغيّر المناخي (إتخاذ إجراءات عاجلة لمكافحة التغيّر المناخي وآثاره)
* **الهدف الرابع عشر** : الحياة تحت المياه (الحفظ والإستعمال المستدام للمحيطات والبحار

والموارد البحرية من أجل التنمية المستدامة)

* **الهدف الخامس عشر** : الحياة على الأرض (حماية وإستعادة وتعزيز الإستخدام المستدام للأرض، النظم الإيكولوجية، والإدارة المستدامة للغابات ومكافحة التصحّر، وقف وعكس تدهور الأراضي ووقف فقدان التنوع البيولوجي)
* **الهدف السادس عشر** : الحياة والأرض (إيجاد مجتمعات مسالمة وشاملة للتنمية المستدامة، وتوفير الوصول إلى العدالة للجميع، وبناء مؤسّسات فعالة ومسؤولة وجامعة على جميع المستويات)
* **الهدف السابع عشر** : الشراكة العالمية للأهداف (تعزيز وسائل تنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل التنمية المستدامة).

إنّ التدقيق في «الأهداف الإنمائية المستدامة» يُظهر، أنّ تحقيق إنجازات فيها لا يطال، بأيّ شكلٍ من الأشكال، البنى الإقتصاديّة والإجتماعيّة والسياسيّة للنظام الرأسمالي، على المستويَيْن الوطنيّ والدوليّ. جُلّ ما ترمي إليه هذه الأهداف، هو معالجة آثار السياسات الإقتصاديّة للنظام العالمي على المستويات الوطنيّة للدول النامية، وبالتالي التخفيف من آثار ازمة النظام الرأسمالي والسياسات التي اعتُمدت خلال حقبة التسعينيات، مثل الخصخصة والعولمة وسياسات الإصلاح الهيكلي.

ومن المهم الإشارة، إلى أنّ «أهداف التنمية المستدامة» قد صيغت إنطلاقاً من مصالح وأولويات النظام العالمي، المختلفة بدرجةٍ كبيرة، عن مصالح وأولويات المجتمعات النامية (المتخلفة)، التي سوف تكون الهدف الأساسيّ لأهداف التنمية المستدامة. هنا، يصبح التساؤل مشروعاً عن قابلية هذه الأهداف للتطبيق وفق حاجات وظروف بلدان العالم الثالث؟ وهل يهدف تحقيق التقدّم وإنجاز هذه «الأهداف» من المنظور الدوليّ، إلى تكييف الدول النامية مع المتغيّرات التي تحصل على المستوى الدوليّ؟ وهل إنّها بالفعل، ترمي إلى التخفيف من الآثار والنتائج الإقتصاديّة والإجتماعيّة السلبية على المجتمعات النامية والمتأتية من السياسات الإقتصاديّة المطبقة من قبل القوى المسيطرة على النظام العالمي؟

بغضّ النظر عن النقاش الذي يمكن أن ينطلق، حول مدى قدرة هذه الأهداف على تحقيق التنمية المستدامة، أو النقد الذي يمكن أن يوجَّه إليها، أو التشكيك بمدى مساهمتها الفعلية في تغيير الأوضاع المعيقة لقيام تنمية فعلية، فإنّ «أهداف التنمية المستدامة» ستشكّل الأجندة التي ستعمل، على أساسها، الدول والمؤسّسات الدوليّة والمنظمات غير الحكومية خلال السنوات الخمس عشرة القادمة، وكلّ الجهود ستنصبّ لتحقيق تقدّم في هذه الأهداف. لقد أظهرت الدول العربية، من ناحيتها، إهتماماً كبيراً بأهداف التنمية المستدامة، «وبدأت جامعة الدول العربية بالتنسيق مع دولها الأعضاء بالإعداد لهذه الأجندة الهامة منذ

عام ٢٠١٢، من خلال مجالسها الوزارية المتخصّصة، وبالتعاون مع وكالات ومنظمات الأمم المتحدة أعضاء مجموعة الأمم المتحدة للتنمية (UNDG)، وأعضاء آلية التنسيق الإقليمي (RCM). حرصت الأمانة العامة على تبني القمة العربية لهذه الأولويات وعرض الجهود المبذولة منذ عام ٢٠١٢، على قمة الرياض عام ٢٠١٣، وما تمّ من إجراءات أخرى على قمة الكويت ٢٠١٤، وصولاً إلى قمة شرم الشيخ ٢٠١٥، التي رحّبت بهذه الجهود وأكدت على مواصلة العمل لتنفيذ الأجندة بالتنسيق مع كافة الشركاء ومن خلال المجالس الوزارية والمنظمات العربية المتخصّصة، وبالتعاون مع منظمات المجتمع المدني"[1]. وإعتبرت "اللجنة العربية للتنمية المستدامة" في ورقة تصوّرها لتنفيذ الأهداف التنمويّة المستدامة، أنّ على كلّ بلد عربي، ووفقاً للفقرة (٤١) من إعلان أهداف التنمية المستدامة، أن يتحمّل المسؤولية الرئيسية عن تحقيق تنميته الإقتصاديّة والإجتماعيّة.

ولا شك، بأنّ حاجات ومتطلبات كلّ دولة عربية تختلف عن الأخرى في ما يتصل بهذا الهدف أو ذاك، وإن كان المعنيّون بالتنمية العربية يرون "أنّ هذه التنمية المستدامة لن تتحقّق إلاّ بالتكامل والتعاون بين الدول (العربية)" وبمساهمة قطاع يلعب الدور الأهمّ في أي تنمية ناجحة، وتحديداً، في تعبئة المواطنين وإقناعهم بالمشاركة الفعالة في كافة الأنشطة التنمويّة : هذا القطاع هو الإعلام.

ومن ناحيته، ركز الأمين العام للأمم المتحدة بان كي مون، على أنّ الدور الأساسيّ والمركزي للإعلام لا يكمن فقط في تبليغ المواطنين بأهداف التنمية المستدامة، بل أيضاً في تمكين هؤلاء من مساءلة قادتهم عن الوفاء بالتعهدات التي قطعوها؛ وبرأي بان كي مون، فإنّ وسائط الإعلام، على أنواعها، هي بمثابة "العيون التي نبصر بها والآذان التي نسمع بها". من هنا، تُطرح الأسئلة الإشكالية، عن الدور الذي يمكن للإعلام أن يقدّمه للمساهمة في تسهيل تحقيق وتقدّم وتفاعل المجتمع مع الجهود الدوليّة والوطنيّة لدفع عجلة التنمية؟ ولماذا يُرمى هذا الدور على كاهل الإعلام ؟ وما هي الوظائف التي حددتها علوم الإتصال للإعلام والإعلاميّن، كي يتمكن من لعب هذا الدور الفاعل؟

ثانياً : كيف أطّرت النظريات لدور الإعلام في التنمية؟

لم يكن مفهوم «التنمية المستدامة» قد دخل في التداول بعد، عندما وُضعت النظريات الخاصة بأشكال العلاقة بين الإعلام والتنمية بمعناها التقليدي السائد، منذ ما بعد الحرب العالمية الثانية، وحصول مجتمعات العالم الثالث على استقلالها السياسيّ. مذّاك، بدأت

١- الفقرة الخاصة بتنفيذ الأولويات العربية في أجندة التنمية المستدامة العالمية ٢٠٣٠ الواردة في ورقة «تصور آلية جامعة الدول العربية لدعم تنفيذ أجندة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ في الدول العربية - اللجنة العربية للتنمية المستدامة».

الدول الرأسمالية الكبرى تروّج للفكر التنمويّ التقليدي، الذي يؤكد على أنّ ما تعاني منه هذه الدول، من فقر وجهل وضعفٍ في كلّ بناها الإجتماعيّة والإقتصاديّة والسياسيّة، إنّما هو نتاج تخلّفها – وليس نتيجةً لإستعمارها لسنوات طويلة!–، فطُرح مفهوم التنمية، في هذا السياق، كأداة تستطيع من خلالها دول العالم الثالث، أن تتجاوز حالة التخلف وتلحق بالدول المتقدّمة.

تقاربت زمنياً إنطلاقة النظرية الغربية حول دور الإعلام في المجتمع بعد الحرب العالمية الثانية، مع إنطلاق آراء ونظريات في الغرب، تتناول الدور الذي يمكن للإعلام أن يقوم به في إطار الجهد المبذول لإعادة إعمار أوروبا، في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية، وليكون الإعلام عاملاً مساعداً في نجاح «مشروع مارشال» لمعالجة آثار الحرب النفسية والإجتماعيّة، ولتسهيل قبول التغييرات الإجتماعيّة التي طرأت على دور الدولة وفي المجتمع. كثيرة هي أدبيات الإعلام والتنمية المتطرّقة للنظريات والمفاهيم، التي أرست المبادئ التي يجب أن يلعب الإعلاميّون، على أساسها، دورهم ويصيغوا، على ضوئها، رسائلهم، كي يحفزوا ويرعوا جهود التنمية السياسيّة وينشروا وعياً جديداً بين المواطنين.

وفي المقابل، نُشِر بعض الأدبيات في سياقات إجتماعيّة أخرى، ولا سيما في الدول النامية ومنها أميركا اللاتينية، مع بروز نظريات التبعية المسبّبة للتأخر في التنمية، فتطرقت «إلى قضايا تنمية وسائل الإعلام ذاتها كشرط موضوعي لتعظيم دور الإعلام في التنمية»[١]. ما أفضى إلى إطلاق مجالٍ أساسيّ ومهمّ من مجالات النشاط الإعلاميّ هو «الإعلام التنمويّ»، الذي يعني وضع النشاطات المختلفة التي تقوم بها وسائل الإعلام في مجتمعٍ ما، في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة، أو، بمعنى آخر، هو العملية التي يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الإتصال الجماهيري داخل المجتمع، وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتّفق مع أهداف الحركة التنمويّة ومصلحة المجتمع العليا[٢].

لقد ربط العلماء والباحثون في العلوم الإجتماعيّة والسياسيّة والإتصال إذن، ومنذ خمسينيات وستينيات القرن الماضي، بين الإعلام والتنمية السياسيّة. فهم إعتقدوا وقدّروا بأنّ الإعلام، وإنْ كان غير معنيّ بصناعة التنمية في المجتمعات، لكنه قادر على التأثير فيها (أي في جمهوره)، بفضل جهودٍ إتصالية للإعلاميّن مخططٍ لها، تهدف إلى خلق مواقف وإتجاهات إيجابية وصديقة للتنمية، وتعمل، بالتالي، على تهيئة الظروف الإجتماعيّة والثقافيّة والنفسية

١ - فوزية حجاب الحربي، دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة، ورقة عمل، ٢٠١٦، ص٦.

٢- مجدي محمد عبد الجواد الداغر، دور وسائل الإعلام والإتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية، دراسة منشورة في مجلة حوليات الآداب والعلوم الإجتماعيّة، الحولية الثالثة والثلاثون، الكويت، ٢٠١٢، ص٢٣.

المؤاتية للأفراد والجماعات، لكي يستجيبوا للخطط والبرامج التنمويّة. فيعتقد لوسيان باي[١] (L. Pye)، مثلاً، أنّ عملية الإتصال هي نسجُ المجتمع الإنساني، وأنّ بناء نظامٍ إتصالي بقنواته المحدّدة هو هيكل التكوين الإجتماعيّ الذي يغلّفه، وأنّ مضمون الإتصال هو بالطبع خلاصة العلاقة الإنسانية، وأنّ سريان وسائل الإتصال يحدّد إتجاه ديناميكية التنمية السياسيّة وسرعتها؛ وبناءً على ذلك فمن الممكن، من وجهة نظره، تحليل كلّ عملية إجتماعيّة على أنّها : بناءٌ ومضمونٌ وسريانُ الإتصال[٢]. ويؤيد شياما شارن ديوب (S. C Dube) الرأي القائل، بأنّ الإتصال أصبح معترَفاً به كعامل رئيسي في عملية التغيير الموجّه، لكنه يعتقد، في الوقت نفسه، أنّه أثناء عملية التنمية، لا يكون الإتصال وحده الموكل إليه تحقيق أي تنمية إقتصاديّة أو تغيير فني. بل، هو أحد العوامل العديدة الأخرى المؤثرة، والذي يجب أن يكون مدعّماً بالخدمات والإمدادات، نظراً لدوره المتزايد أهميةً في برامج بناء الأمم[٣].

ويُعتبر هارولد لاسويل (H. Lasswell)، من أوائل العلماء الذين إهتموا بالوظائف المجتمعية للإعلام، ولا سيما في مراقبة البيئة وخلق رابطة مجتمعية من خلال ردود أفعال المجتمع تجاه البيئة، بالإضافة إلى نقل التراث الإجتماعيّ عبر الأجيال، عن طريق "تمرير" وسائل الإعلام ونقلها للقيم والتقاليد من جيلٍ إلى جيل[٤]. أمّا ولبر شرام (W. Schramm)، عالم الإتصال الشهير وأحد المؤسّسين لمفهوم الإعلام التنمويّ[٥]، فلقد قدّم ثلاث وظائف ضرورية وخاصة للإعلام (والإتصال عامةً) في مجال التنمية الشاملة : وظيفة الإعلام والإخبار لإستكشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار التي تواجه المجتمع، ووظيفة إتخاذ القرارات من خلال المعلومات المتاحة (قرارات متعلقة بالسياسة وإصدار التشريعات)، ووظيفة التعليم والتنشئة من خلال تمكين أفراد المجتمع من اكتساب المهارات والمعتقدات (سنتوقف عند هذه الوظائف في الصفحات المقبلة).

بدوره، تبنّى دانيال ليرنر (D. Lerner) إتجاهاً يفترض وجود علاقة بين وسائل الإعلام في

١- باحث في العلوم السياسية والإجتماعية، إهتم بالتنمية في دول العالم الثالث، توفي عام ٢٠٠٨ عن عمر ٨٦ سنة.

2- Lucien Pye, (ed.) Communication and Political Development, Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963, p4.

3- S.C. Dube, "ANote on Communication in Political Development", in Lerner and Schramm, 1972, pp 92-97.

4- *Philippe Breton & Serge Proulx, L'explosion de la communication, La Découverte, Paris, 2006, p138.*

٥- يُعتبر شرام المنظّر المستحدِث لما بات يُعرف بـ «الإعلام التنمويّ»، من خلال وضعه كتابه الشهير «وسائل الإعلام والتنمية» حيث تناول فيه دور الإعلام في إحداث التحوّل الإجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث.

المجتمع ومعدّل سرعة التنمية السياسيّة، التي لا تتحقّق، برأيه، إلاّ بزيادة إتساع المدن وإنتشار التعليم، ممّا يؤدي بالتالي، إلى زيادة إستخدام وسائل الإعلام وزيادة المشاركة السياسيّة للمواطنين. ويرى ليرنر، وهو أشهر من كتب ودرّس نظريات التحديث والتنمية السياسيّة وعلاقتها بوسائل الإعلام، أنّ فكر الأفراد ومعرفتهم وإستيعابهم للقضايا الكبرى وموضوعات الشأن العام، هو أحد مرتكزات التحديث التي تتطلبها التنمية السياسيّة. ويضيف بأنّ الشخصية العصرية في المجتمع (أي قدرة الإنسان على تخيّل دوره ودور الآخرين في المجتمع)، تنمو نتيجةً للتفاعل بين ثلاثة عوامل : التحضّر والتعليم والإعلام. وبرأي هذا البروفسور الأميركي، فإنّ العمليات الإتصالية، تُعدّ السبيل الأمثل لتوضيح الخطط التنمويّة للدولة، عبر حثّها الأفراد على الإنخراط في العملية التنمويّة، وذلك من خلال المشاركة السياسيّة، التي تتضاءل قدرة المواطن على تحقيقها من دون تدخل الوسائل الإعلاميّة. فهذه الأخيرة، بنظره، تؤهل الفرد على إدراك معنى التغييرات التي تحدث في المجتمع، وفهمه لمغزى التطورات أو أيّ تغييرات جديدة. ويطرح ليرنر، في هذا السياق، مفهوماً جديداً هو التقمّص الوجداني Empathy ليحكم من خلاله على مستوى التحديث الموجود في المجتمعات (في منطقة الشرق الأوسط)[1]. أمّا لاكشمانا راو (L. Rao)، فيؤكد من ناحيته الشيء نفسه، أي إنّ في وسائل الإعلام عاملاً ميسّراً للإنتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية. وأنّ الأفكار الإقتصادية والإجتماعيّة والسياسيّة التي تنقلها وسائل الإعلام، تزيد مجالات المعرفة عند الناس المتلقين لرسالتها، وبهذا، يزداد منطقياً، الفهم والإجماع اللازمان لمجتمع أكثر عصرية[2].

أمّا خلال العقديْن السادس والسابع من القرن الماضي، فلقد روّج الباحثون الإعلاميّون لما أسموه "نظرية إنتشار المبتكرات"، التي تركّز على إمكانية تصميم الرسائل الإتصالية لزيادة فرص تقبّل الأفراد لأنواع جديدة من الأفكار، ممّا يساعد، بنظرهم، على الإسراع بعمليات التغيير الإجتماعيّ والتنمية القومية. ويعتبر مروّجو هذه النظرية، أنّ قنوات الإتصال الشخصي،

١- قدِم البروفسور الأميركي دانيال ليرنر إلى منطقة الشرق الوسط في بداية الخمسينيات من القرن الماضي ليدرس التنمية في هذه المنطقة، حيث أجرى دراسته على تركيا تحديداً وبعض أقاليم منطقة الشام. ووضع ليرنر سؤالاً أساسيّاً سعى جاهداً لإيجاد إجابةٍ عليه : كيف نصنع التنمية، وما هي العوامل المهمة التي تضع التنمية على المسار الصحيح؟ وبحث، تحديداً، في فكرة تحديث مجتمعات الشرق الأوسط. هذا السؤال ما زال قائماً، بعد أكثر من ستين سنة، وتؤسَّس عليه سياسات واستراتيجيات محليّة ودوليّة.

2- Lakshmana Rao, The Role of Information in Economic and Social Change : Report of Field Study in Two Indian Villages-Minneapolis : University of Minnesota Press, 1963.

لديها تأثير كبير في تشكيل وتغيير المواقف نحو المبتكرات، بينما تكمن أهمية وسائل الإتصال الجماهيري في خلق ونشر المعرفة حول المبتكرات. ولكي تنتشر هذه الأخيرة، على نطاق واسع، يجب أن تحتوي على خمس خصائص أساسيّة "هي :

١- الميزة النسبية : وتشير إلى درجة تفوق الفكرة أو الممارسة المبتكرة على المبتكرات السابقة لها.

٢- الإنسجام : ويتعلق بالدرجة التي يمكن بها تصوير الإبتكار على أنّه متّسق مع قيم المجتمع.

٣- التعقيد أو التشابك : يتصل بالدرجة التي يكون عليها الإبتكار من حيث الصعوبة أو التعقيد في الإنسجام.

٤- التجريب : ويختص بدرجات إمكانية تجريب المبتكرات على نطاق ضيق.

٥- الملاحظة : وتشير إلى الدرجة التي تنجم عنها نتائج يمكن ملاحظتها بواسطة الأشخاص الآخرين.»[١]

لم تبلور علوم الإجتماع والإتصال نظريتهما الأهمّ، في ما خصّ العلاقة التي تربط الإعلام بالتنمية، إلاّ في بداية الثمانينيات من القرن الماضي. ففي تلك الحقبة، وضع باحث الإتصال الشهير دينيس ماكويل (D. McQuail) "النظرية التنمويّة "التي تقول، إنّ هناك تقارباً بين الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام (وفق النظرية الشيوعية) والدور الذي يقوم به الإعلام في الدول النامية، كون النظريتيْن، برأيه، تسعيان إلى تأكيد قيام الإعلام بواجبات سياسيّة وإجتماعيّة لخدمة المصلحة العليا في المجتمع. والنظرية التنمويّة، بخلاف النظرية الليبيرالية، تتوخى، من هذا المنطلق، مثلاً، المعالجة المتأنية للأخبار المثيرة، لأنّها تفترض أنّ نشرها وبثها قد يأتيان بنتائج سلبية على المجتمع، بشكلٍ عام، وعلى الأوضاع السياسيّة والإقتصاديّة، بشكلٍ خاص[٢].

مما تقدّم يمكننا الإستنتاج، أنّ النظريات الإعلاميّة التي برزت خلال القرن الماضي، لم تكن في اتساق واحد. فالنظريات التي ظهرت في الدول الرأسمالية المتطورة، ولا سيما في أوروبا

١- عاطف عدلي العبد & نهى عاطف العبد، الإعلام التنمويّ والتغيّر الإجتماعيّ، دار الفكر العربي، الطبعة الخامسة، ٢٠٠٧، ص ص ٣٨-٣٩.

٢- لا يؤمن الإعلام التنمويّ، للإشارة، بمقولة أنّ الأخبار السيئة هي أخبار جيدة من وجهة نظر الإعلام Bad News is Good News لأنه يستدعي عناوين كبيرة ومساحات وصفحات كثيرة من التغطية الإعلامية، وفي المقابل تتجه وسائل الإعلام التنمويّة إلى مفهوم التغطيات الإيجابية، أو ما يُسمّى بالأخبار الجيدة Good News نظراً لكونها تدعم الأوضاع الداخلية في تلك المجتمعات، وتعطي أولويات رئيسية للثقافات المحليّة (مجدي محمد عبد الجواد الداغر، دور وسائل الإعلام والإتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية، ٢٠١٢، ص٤٤).

وأميركا، ركزت بشكلٍ أساسيّ على مفهوم التنمية السياسيّة، ودفْع الناس للمشاركة في العملية السياسيّة التي تم إيلاؤها، في ذاك الوقت، أهمية رئيسية، واعتُبرت مؤشراً على التطوير والتحديث.

أما النظريات التي صدرت في دول العالم الثالث، ولا سيما في أميركا اللاتينية على يد اللجنة الإقتصاديّة لأميركا اللاتينية التابعة للامم المتحدة E.C.L.A، فهي بلورت نظرية التبعية، من خلال النقد الذي وجهته لنظرية التجارة الدوليّة التقليدية. إذْ إعتبرت هذه الأخيرة، عاجزة عن تفسير أسس التبادل الدوليّ بين الدول النامية (المنتجة للمواد الخام) والدول الصناعية، وغير صالحة كأساس نظري ملائم لصياغة سياسات التنمية في الدول النامية. وخلصت نظرية التبعية، إلى أنّ مسار التنمية لا يمكن أن يُكتب له النجاح، إلاّ من خلال فكّ علاقات التبعية بين الإقتصاد العالمي المسيطر والإقتصادات النامية التابعة. وضمن هذا السياق، تبلورت نظرية الإعلام التنمويّ، التي ترى نفسها جزءاً من هذه العملية الصراعية مع الدول المسيطرة، وأنّ دورها في الداخل، هو حشد التأييد للإجراءات والخطط التي تتخذها الدولة، سواء في كسر علاقات التبعية، أو في الإجراءات التي تتخذها لإحداث تنمية فعلية في الأوضاع الإقتصاديّة والإجتماعيّة، ورسم مسارات تنمويّة خاصة بها.

ومنذ بداية سبعينيات القرن الماضي، تمّ إيلاء وسائل الإتصال الجماهيري الإهتمام الملحوظ، حيث حُمّلت المسؤولية الكبيرة من منطلق قدرتها على تعبئة الموارد البشرية، وذلك من خلال إحلال قيم وإتجاهات تنمويّة وإيجابية وسلوكيات جديدة، عوضاً عن السلوكيات والمعتقدات السابقة المعيقة للتنمية، كما كان يُنظر إليها. بعد ذلك، "أقرّ" العديد من النظريات والمفاهيم الإعلاميّة التنمويّة لوسائل الإعلام، بدورٍ رئيسي في تنفيذ الخطط التنمويّة إلى جانب وسائل الإتصال الأخرى، مع إعطاء أهميةٍ للسلطة السياسيّة في تفعيل مهام الإعلام، إستناداً إلى قدرته على تركيز إنتباه الجمهور على مشاكل التنمية وأهدافها، وكذلك النهوض بالآمال الوطنيّة والشخصية، على حدٍ سواء، وأن يكون مؤشراً وأداةً للتغيير في نظام إجتماعيّ شامل، في حال توافُر الشروط الموضوعية لذلك.

ثالثاً : أيُّ دورٍ للإعلام في مسار التنمية؟

يكفي أن يرى المنظّرون والخبراء والمسؤولون التنمويّون إلى «الإعلام» كقوةٍ متمّمة للجهود التنمويّة الإقتصاديّة والإجتماعيّة، او لجهود التنمية السياسيّة والتحديث، لندرك مدى تعويلهم على دور هذا الإعلام، وعلى تأثيره المفترَض في «مزاج» الجماعات المعنيّة والمقصودة بالمشاريع والتدخلات التنمويّة. ولكن، كيف يتجلّى هذا الدور الإعلاميّ؟

من المؤكد أنّ وسائل الإعلام ليست القوة الوحيدة التي تفعّل التحوّل والتغيّر الإجتماعيّ

في المجتمعات، لكنها بالتأكيد، تُعتبر من العوامل المساعدة جداً في هاتيْن العمليتيْن، إلى جانب تأثير الإتصال الشخصي المباشر، الذي يكفل نجاح التنمية. إذْ إنّ الترابط بين كلٍّ من الإتصال الشخصي ووسائل الإعلام، يُعدّ أحد أسباب النجاح في تحقيق الإقناع والتأثير المطلوبيْن في أيّ عملية تغييرٍ مجتمعي، كما أنّ وجود وسائل الإعلام الكبرى (صحيفة – إذاعة – تلفزيون)، المحليّة والدوليّة، التي تصل إلى الجماهير الواسعة المشتّتة في العالم تُعدّ، أيضاً، دافعاً لتحقيق هذا الإرتباط وتدعيمه[١].

لكنّ المثبَت، أنّ تأثير الإعلام يعتمد، في كلّ وقت، على ظروف الطبقات المختلفة للمجتمع، وعلى حاجاتها وأهدافها. ولذلك، فإنّنا عندما ندرس دور وسائل الإعلام في التنمية الإجتماعيّة، فإنّنا لا نعني بذلك دراسة الأشياء التي تؤثر في المجتمع، وإنّما نعني دراسة المجتمع نفسه وهو يقوم بمباشرة أنشطته الأساسيّة[٢].

من المهمّ التوضيح، بادئ ذي بدء، أنّ دور الإعلاميّن لا يقتصر على نقل المعلومة، بل يتعداه إلى المساهمة في نشر أكبر قدْر من البيانات الدقيقة التي تمكّن المهتمين بمجالات التنمية، من التحقّق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبّت من مصدرها. فكلّما حقّق الإعلاميّون أشواطاً من التميُّز والمصداقية في تقديم حقائق ومعلومات دقيقة، كلّما إستطاع التنمويّون التقدّم أشواطاً في تحقيق أهداف التنمية.

ورأينا آنفاً، كم ركّزت النظريات على دور الإعلام في التنمية وتطوير المجتمعات (أو ما يُطلق عليها تسمية «الهندسة الإجتماعيّة للإعلام التنمويّ»)، وكم إهتمّ المعنيّون بمسارات التنمية، بالوظائف الإتصالية التي يمكن أن تساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. أبرز هذه الوظائف القادرة على التأثير في مجال التنمية هي :

- الوظيفة الإخبارية، وهي من أهمّ وظائف الإعلام على الإطلاق، وتحتل موقعاً أساسيّاً في النشاط الإعلاميّ لأيّ مجتمع. ويُجمع منظّرو علم الإجتماع والإتصال، على اعتبار الوظيفة الإخبارية قاعدة مركزية لا غنى عنها، إذْ إنّها : تصطفي المعلومات المحليّة والوطنيّة والدوليّة، وتصيغها وتعمّمها وتبثّها، وتضمن تجوالها في المجتمع بوسائل تجعل الفرد والجماعات قادراً على اكتشاف ذاتها بذاتها، وأيضاً على جعل الخيارات المتعلقة بالمصير الجماعي أكثر وضوحاً، وجعل الحلول للوصول إلى هذه الخيارات أكثر فعالية وأقل غموضاً.

١- فرج الشنّاوي، الإعلام في خدمة التنمية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٢٧، ١٩٨٢، ص٩٠.

٢- شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الإجتماعيّة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الثالثة، ١٩٩٥، ص١٣٥.

- وظيفة ترابُط المجتمع، وهي تحقّق الإنتماء الإجتماعيّ للأفراد والمجموعات، وتوازن وتنظّم ردود الأفعال للمتلقين، وتساعد على فتح حوار في ما بينهم وكسر عزلة الأفراد وجعلهم ملتحمين عضوياً بعناصر المعرفة التي تحتوي المعلومات القاعدية، وتشارك في انتشار الأفكار السياسيّة والتنمويّة، وفي تفعيل الحياة الإجتماعيّة، وفي خلق ضمير جماعي.
- وظيفة الرقابة والضبط الإجتماعيّ، وتعدّ إحدى أدقّ الوظائف المنوطة بالإعلام. إذْ يتمثّل دورها، بشكلٍ أساسيّ، بحماية المجتمع من المخالفات وصيانته من الفساد بفرضه المعايير الأخلاقية، وذلك من خلال إفشاء وتعميم الأفعال والسلوكيات المنحرفة التي يرتكبها المرتكبون، عبر وسائل الإعلام، ما يخلق شروطاً إجتماعيّة ونفسية تدفع غالبية أفراد المجتمع، إلى شعور بضرورة التعبير عن إدانتهم الصريحة لهذه الأفعال والسلوكيات، وحاجتهم لوجوب استتباب القواعد الأخلاقية العامة.
- وظيفة **تكوين الآراء والإتجاهات** لدى الجمهور، فهذا الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام هو، لا شك، من أكثر الوظائف إثارة للجدل، لأنّه قد يشكّل (شكّل في أحيانٍ عديدة) المبرّر الأمثل للسلطة السياسيّة، في النظام أو خارجه، للإمساك بناصية الإعلام وتثبيت عوامل قوتها واستمراريتها، على حساب المبادئ والأسس (المنادية بالموضوعية والحرية والديموقراطية) التي يرتكز إليها هذا الإعلام[1]. فإشكالية التأثير المحتمل لوسائل الإعلام على الأفراد، شكّل حقلاً معرفياً شغل الباحثين، ولا يزال، لفترة طويلة. بحيث رأى معظمهم، أنّ لوسائل الإعلام تأثيراً قوياً ومباشراً وفورياً على الجماهير (ليس بالضرورة تأثيراً إيجابياً دائماً)، إذْ بإستطاعتها، تشكيل «رأي عام»، وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، وخلق «واقع إفتراضي» (مشوّه أحياناً)، لها وحدها القدرة على إبقائه ماثلاً في أذهان الجماهير عبر توظيفها آليات مثل : التكرار والملاحقة والحشد والتعبئة وصناعة الخوف من خلال الترهيب والترغيب...إلخ[2].
- ما من خلافٍ بين الباحثين وعلماء الإجتماع والإتصال، حول وظيفة التسلية والترفيه التي يؤديها الإعلام أو حول وظيفة الإعلان والترويج والتسويق. فالأولى، كما يدلّل إسمها، تهدف إلى تحقيق بعض الإشباعات النفسية والإجتماعيّة وإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات، وتتضمن برامج التسلية والترفيه والإمتاع والألعاب المختلفة والمنوعات والبرامج الرياضية والموسيقية والدراما والمسلسلات والسهرات الإذاعية

1- *Emmanuel Pedler, Sociologie de la communication, NATHAN, Paris, 2000, p84.*

2- *Lucien Sfez, Critique de la communication, Éditions du Seuil, 1992, pp 44-45.*

والتلفزيونية... إلخ[1]. وتتوقف أهمّ نظريات التأثير الإعلاميّ عند أهمية الدور الترفيهي في العملية التنمويّة حيث يمكن من خلاله بث قيم تنمويّة ونماذج للإحتذاء بها تساعد على دعم العمل التنمويّ. **وأن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وحسناته بشكلٍ عام.**

يساهم الإعلام، إذن، ومن خلال الوظائف المشار إليها، في تزويد الناس بالمهارات والأساليب اللازمة التي تقتضيها عملية التنمية والتحديث والتطور، ولا سيما الجرأة وتحديد الخطأ وإنتقاد المسؤولين حين تدعو الحاجة والحث على خضوعهم للمساءلة. فالوسائل الإعلاميّة، هي أهمّ صرح لمساءلة المرتكبين والخارجين عن القانون والنظام، وذلك من خلال نشر أعمالهم للعامّة وأفعالهم المخالفة للنظام العام والأصول والمبادئ (السلطة الرابعة!). وبإمكان وسائل الإعلام، أن تكون مساهمة في الترويج لخطط التنمية، وتتبّع سيرها من خلال مختلف الأنشطة والأشكال الإعلاميّة، كونها تضع في أيدينا سلطة هائلة لنفعل بها ما نريد لمجتمعنا، كما يقول ولبر شرام. إذْ بإمكان الإعلاميّين، من وجهة نظره، أن يكونوا في خدمة التنمية الوطنيّة، بإعتبارهم «وكلاء للتغيير الإجتماعيّ»، وهذا النوع من التغيير الذي يُنتظر منهم أن يعاونوا على تحقيقه، يضيف، هو الإنتقال إلى عادات وممارسات جديدة وفي بعض الأحيان إلى علاقات إجتماعيّة مختلفة. فلا بدّ أن يكمن وراء مثل هذه التغييرات في السلوك، تغييراتٌ في المواقف والمعتقدات والمهارات والأوضاع الإجتماعيّة[2]. ويذهب شرام أبعد من ذلك ليجزم، بأنّ وسائل الإعلام قادرة «أن تساعدنا على تدمير المجتمع أو تحسينه، إلى أبعد الحدود، وفي إمكانها أن تساعدنا على رفع مستواه أو الخفض من شأنه، كما يمكنها أن تجعلنا نشارك في التعليم أو المعلومات المفيدة أو العزوف عن الإقبال عن مثل هذا التقدّم»[3]. فبإستطاعتها، إذن، أن «توسّع من آفاق الناس، ويمكنها أن تلعب دور الرقيب، ويمكنها أن تشد الإنتباه إلى قضايا محدّدة، وكذلك يمكن أن ترفع طموحات الناس، ويمكنها أن تصنع مناخاً ملائماً للتنمية"[4]. من هنا، يمكن تلخيص ما يمكن لوسائل الإتصال القيام به لدعم مشاريع التنمية بالآتي :

1- Francis Balle, Médias et Sociétés, 4ème édition, Montchrestien, Paris, 1988, p552.

٢- إنظر : ولبر شرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنيّة : دور الإعلام في البلدان النامية، ترجمة محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، القاهرة، ١٩٧٠.

3- Wilbur Schramm, "Mass Commumnication" in George Miller, (ed) Psychology and Communication, Princeton, New Jersey : Voice of America Forum Series, 1974, pp 247-258.

٤- صلاح أبو إصبع، دراسات في الإعلام والتنمية العربية، مؤسسة البيان، دبي، ١٩٨٩، ص ٤٠٨.

- نقل الرسائل وإعلام الجمهور بالأهداف
- تحفيز المواطنين على المشاركة الإقتصاديّة والإجتماعيّة والسياسيّة والثقافيّة
- بث الشعور بالمسؤولية الوطنيّة والإجتماعيّة لدى القراء والمستمعين والمشاهدين والمسؤولين
- تعزيز مكانة المال العام والمرافق العامة وتنمية شعور إيجابي لدى المواطنين نحوها ينعكس في سلوكهم وحياتهم اليومية
- تعريف الجمهور، وتحديداً الشباب، بالفرص الجديدة في مجالات الإستثمار والعمل والإنتاج
- نشر الوعي والثقافة المسؤولة والصديقة للتنمية وللتغيير الإيجابي في المجتمع (وتحديداً وسط الشباب)
- تنمية الشعور بالإلتزام بالقوانين والأنظمة، وتحفيز المواطنين على إتباعها
- نشر الوعي بحقوق الإنسان بإعتباره أساس المواطنة الصالحة، إضافة إلى حقوق الفئات الخاصة، مثل النساء والأطفال والمعاقين والفئات المهمّشة في المجتمع
- نشر ثقافة النجاح وتعميمها وسط المواطنين، من خلال التعريف بقصص نجاح التنمية وبنماذج القدوة
- حشد التأييد لفكرة التنمية في المجتمع وتحصينها
- خلق وعي تنمويّ جديد في المجتمع، والدفع إلى سلوكيات تنمويّة جديدة
- المساهمة في تغيير الإتجاهات بشكلٍ إيجابي ومحاربة الإتجاهات السلبية في السلوك العام للأفراد
- إقناع الجمهور بإستمالات منطقية للمساهمة في البرامج التنمويّة ضمن حملات مخطط لها جيداً وتتوفر فيها شروط عناصر النجاح
- تحريك قدرات الجمهور المتلقي نحو إنجاز أهداف محدّدة من خلال إستمالات عاطفية، هذه المرة، للإسهام في برامج التنمية، وذلك من خلال اختيار المعلومات بشكلٍ دقيق وجذاب ومشوّق كي تستطيع جذب كلّ شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلاميّة
- تحويل وتعديل مواقف الناس وتصرفاتهم إزاء مسائل ومواضيع التحديث والتطوير، ولا سيما في الإدارات الرسمية والقضاء
- توسيع الآفاق الفكرية عند الناس من خلال منظور جديد يتطلب منهم إعتماد وسائل جديدة أكثر عصرية، واعتماد أنماط سلوكية وأساليب عمل أكثر تطوراً، وإشعارهم بأنّ التحديث والتطوير وما يتضمّناه من أهداف ومبادئ، أمرٌ أساسيّ لتلبية حاجاتهم
- تقوية الأواصر بين المسؤولين والمواطنين من خلال توسيع الحوار بين جميع أفراد المجتمع وبين المجتمع والدولة

- القيام بوظيفة الرقابة على العمل التنمويّ، إذ بإمكان وسائل الإعلام أن تفتح الأعين على جوانب التوفيق أو التقصير في عمليات التنمية، وهذا الدور بإمكانه ألاّ يقتصر على كشف الجوانب السلبية لعمليات التنمية، من أجل تحاشيها، بل يتعداه إلى إبراز جوانبها الإيجابية حتى يتم تعزيزها.

من المفترض أن يكون الإعلاميّون على درايةٍ بكلّ ما تخوّلهم «سلطة الإعلام»، كما رأينا، القيام به، سواءٌ في مجال التنمية أو في سائر المجالات. لأنهم، ببساطة، الممسكون بزمام هذه السلطة، ومن البديهي أن يدركوا، ما لهم وما عليهم، أثناء ممارستهم سلطتهم. ينسحب هذا الأمر، بطبيعة الحال، على الإعلاميّين اللبنانيّين الذين تشير كلّ الدلائل إلى قصور فادح في «معرفتهم»، عندما يتعلق الأمر، تحديداً، بإعلام التنمية. فلماذا هذا القصور، وهذا التغييّب لـ «هموم التنمية» عن أجندة عملهم؟ لعلنا، في السطور المقبلة، نعرف الجواب.

رابعاً : «التنمية» في الإعلام اللبناني... تهميش أم معوقات؟

يختصر بعض الباحثين الإقتصاديّين اللبنانيّين علاقة لبنان بالتنمية «بالنموّ المشوّه والتنمية المفقودة»، ليبيّن كيف أنّ «النظام الحر إقتصاديّاً والطائفي سياسيّاً، كان ولا يزال، عاجزاً عن إطلاق عملية تنمية إقتصاديّة إجتماعيّة حقيقية، وأنّ ما يمكن أن يتولد في إطاره هو مجرّد نموّ إقتصاديّ مشوَّه ومشوِّه للبنية الإقتصاديّة الإجتماعيّة اللبنانية»[1]. فلبنان، البلد العربي الصغير والضعيف والنامي، يُعتبر بلداً مأزوماً منذ نشأته، عرف حروباً أهلية ومواجهات عسكرية من كلّ الأنواع والمستويات، ودخلته جيوش غريبة، ونزحت إليه شعوب مهجّرة، وتناحر مواطنوه وإقتتلوا، مراتٍ ومرات، على خلفية نزاعات طبقية وسياسيّة وطائفية ومذهبية، وتفتّت كيانه أفقياً وعمودياً إلى مناطق وغيتوات و...دويلات، تلاقت جميعها وإجتمعت تحت مظلة نظامٍ واحد، يحكم بشريعة المحاصصة الطائفية. يعاني لبنان اليوم، ظروفاً سياسيّة وإقتصاديّة وأمنية متقلّبة، وهو يتميز بإقتصاد ريعي يعتمد في المقام الأول على التحويلات المصرفية، ويلعب فيه القطاع الخاص دوراً فاعلاً، بحيث يُساهم بما يزيد عن ٨٠ ٪ من الناتج المحليّ الإجمالي. معدلات الفقر مرتفعة نسبياً (حوالى ٣٠ ٪ من السكان) وكذلك معدلات الديْن العام (يشكّل ١٤٣ ٪ من الناتج المحليّ الإجمالي)، وأيضاً نسبة البطالة والأجور المنخفضة. وهناك تفاوت واضح، جغرافي ومناطقي، في مستويات المعيشة (أي بين المناطق الطَرَفيّة والمركز بيروت وجبل لبنان)، ونصف القوى العاملة تتمركز في القطاع

١- نجيب عيسى، ورقة في مؤتمر عُقد تحت عنوان «المأزق الإقتصاديّ-الإجتماعيّ في لبنان والخيارات البديلة»، المركز الإستشاري للدراسات والتوثيق، بيروت، ٢٠٠٨، ص١١١.

غير النظامي. تُعتبر آليات الحماية الإجتماعيّة ضعيفة، أو غير متوفرة في لبنان، فلا يحصل نصف السكان تقريباً على أيّ نوع من أنواع الضمان الصحي، ولا يوجد كذلك نظام تقاعد أو صندوق للبطالة[١]. توصف الإدارة العامة في لبنان، بأنّها من بين أسوأ الإدارات في العالم، كونها تفتقر إلى أدنى المقوّمات لتقديم خدماتها بالشكل المطلوب، ومشكلاتها عديدة تبدأ بالمحاصصات الطائفية والتجاذبات السياسيّة في تركيبتها، مروراً بإنتشار الرشوة والفساد ونقصٍ في الكادر البشري العامل وتضخم البطالة المقنّعة، وصولاً إلى ضعف المعلوماتية والتكنولوجيا في الإدراة العامة. ما جعل من هذه الإدارة، مجرّد أداة بيروقراطية لا تقوم إلاّ بتنفيذ بعض الأمور الروتينية، التي لا يمكن وصفها بأعمال ترقى إلى علم الإدارة.

من القضايا القليلة التي يتّفق عليها معظم اللبنانيين، ربما، هو إقرارهم بأنّ كلّ مشاكلهم السياسيّة والإقتصاديّة والإجتماعيّة، والمصاعب التي تحول دون عيشهم برغدٍ وكرامة وأمان، والتحديات التي تقف حائلاً دون التطوير والتغيير والتحديث في مجتمعهم وحياتهم، سببه واحد : النظام السياسيّ والطائفي في البلد.

فالنظام اللبناني، الذي نظّر «مهندسوه» لفرادته لأكثر من سبعين عاماً، إنطلق، في الواقع، من بنية إقتصاديّة إجتماعيّة شديدة الإختلال موروثة من عهد الإنتداب الفرنسي، وما قبله. ويشكّل هذا النظام، أساس كلّ علة والمشكلة، الأكبر والأخطر، أمام أيّ إمكانية أو فرصة لبناء دولةٍ ومؤسّسات، خصوصاً إذا ما عرفنا عمق حاجة البلد إلى المقوّمات الأساسيّة والضرورية لقيام «الدولة». فضعف الإيمان بقدرات مؤسّسات هذه الدولة اللبنانية، هو ضعف موصوف. والتنمية، كما هو معروف، هي فِعْل إرادة تتولاه مؤسّسات الدولة، من خلال إهتمامها بالعمل على تحسين وتطوير أداء المجتمع بمختلف قطاعاته ومؤسّساته. فتُعنى بوضع التشريعات وإتخاذ الإجراءات وإقرار السياسات الكفيلة بضمان تقدّم المجتمع وزيادة فعاليته على المستويات كافة، بما يضمن توفير أفضل الظروف لحياة لائقة وكريمة لجميع المواطنين.

لم يشهد لبنان منذ نشأته سوى تجربة تنمويّة وحيدة، تمثّلت بالمحاولة الإصلاحية للرئيس الراحل فؤاد شهاب، وهَدَفت هذه التجربة إلى تحديث الدولة والإدارة وإنشاء المؤسّسات العامة، لتتمكّن من تحسين إدارة شؤون المجتمع، والبدء بخطط تنمويّة تهدف إلى التخفيف من التفاوت بين المناطق. من بين الإنجازات الإصلاحية في العهد الشهابي :

١- سوسن المصري (مستشارة تنمية إجتماعيّة)، إستراتيجية التنمية الإجتماعيّة الوطنيّة-تجربة لبنان، ورقة مقدّمة إلى مؤتمر الحرية الإقتصاديّة في عمان-الأردن، في تشرين الثاني (نوفمبر) ٢٠١٤.

- إنشاء مصلحة الإنعاش الإجتماعيّ
- إنشاء هيئة التفتيش المركزي
- إنشاء مجلس الخدمة المدنية
- إعادة تنظيم التفتيش المالي وديوان المحاسبة
- إنشاء مجلس التخطيط والإنماء الإقتصاديّ
- إنشاء مكتب الإنماء الإجتماعيّ
- تنظيم وزارة التصميم العام.

ومن جهة أخرى، كانت المشاريع الإجتماعيّة جزءاً من الإقتراحات التي تقدّمت بها بعثة "إيرفد"[1]، لمعالجة الإختلالات الإجتماعيّة من خلال :

- وضع أول خطة وطنيّة عامة للإنماء
- إنشاء الصندوق الوطنيّ للضمان الإجتماعيّ
- إنشاء تعاونية موظفي الدولة
- تنفيذ قسم من خطة التنمية الشاملة لكلّ المناطق بإيصال الماء والكهرباء والطرق المعبّدة إلى عدد كبير من القرى النائية في مختلف المناطق.

وبالرغم من أهمية هذه الخطة الإصلاحية-التنمويّة الشهابية، إلاّ أنّها واجهت معارضة شديدة من قِبَل أهل النظام الطائفي، الذين عارضوا إجراءاتها التي تضرّ بمصالحهم، وعملوا على محاصرة تجربة الرئيس شهاب، وإسقاطها قبل أن تحقّق أهدافها. إنتهت التجربة الشهابية بنجاحٍ محدود، تمثّل بخلق مؤسّسات وُضعَت أمامها، أيضاً، الكثير من العقبات أفضت إلى تعطيل قدرتها على القيام بعملية تنمية. إندلعت الحرب الأهلية عام ١٩٧٥ وإنتهت باتفاق الطائف الذي أتى برفيق الحريري إلى رئاسة الحكومة، حاملاً مشروعاً لإعادة الإعمار تركّز على الوسط التجاري للعاصمة بيروت، وعلى تطوير البنى التحتية التي تربط هذا الوسط بالمناطق الأخرى، مغفلاً التنمية الإجتماعيّة والمناطقية بمختلف أبعادها.

من المهمّ التأكيد على أنّ تعثر المحاولات التنمويّة في لبنان، إنّما يعود في جزء أساسيّ منه إلى عدد من المعوّقات في بنية نظامه السياسيّ – الطائفي. ويمكننا أن نتساءل هنا، أنّه إذا كان هذا هو واقع التنمية في لبنان، فكيف يمكن لأي إعلام أن يكون فعالاً في المجال التنمويّ؟ وإذا

١- قامت بعثة ايرفد بإعداد مسح إجتماعيّ وإقتصاديّ شامل في لبنان، ووضعت تقريراً إقترحت فيه تنفيذ سلسلة من الإصلاحات التي تطال دورالدولة، ومجموعة من الإجراءات الهادفة إلى التخفيف من حدّة التفاوتات الإجتماعيّة والمناطقيّة.

كانت سياسات وخطط واستراتيجيات التنمية في لبنان غائبة أو مغيّبة، فهل بإستطاعة الإعلام اللبناني أن يكون له قابلية، بالحدّ الأدنى، على التأثير الإيجابي في تعبئة المواطنين وإقناعهم في المشاركة الفعالة في الأنشطة التنمويّة؟ وإذا كان غياب الرؤية التنمويّة سِمَة طبعت تاريخ لبنان (بإستثناء المحاولة الشهابية)، فكيف هو واقع المؤسّسات الإعلاميّة اللبنانية؟ وما هي أبرز المعوّقات والثغرات أمام إنتاجها للمضامين التنمويّة؟

إنّ رصد وتتبع إنتاج الوسائل الإعلاميّة اللبنانية، بشتى أشكالها وفئاتها، ومن ثم التدقيق في المواد المبثوثة والمنشورة، يفيدنا بالآتي :

- لا وجود في لبنان لأي مؤسسة إعلاميّة متخصّصة بالتنمية تعالج الأخبار والموضوعات والشؤون والقضايا والملفات التنمويّة.
- لا وجود، أيضاً، لصفحات في الصحف أو لفقرات أو برامج إذاعية وتلفزيونية مخصّصة للمواضيع ذات الصلة بالتنمية.
- لا متابعة أو معالجة عميقة أو توثيق في الأخبار أو التقارير أو التحقيقات التي تتصدّى لقضايا ذات صلة بالتنمية. بل يكون المحتوى الإخباري، عادةً، آنياً ووليد الحدث وبعيداً عن التحليل والمعلومات الدقيقة، ولا يساعد كثيراً، بالتالي، في تعميم التوعية بقضايا التنمية.
- لا إهتمام لدى الصحافيّين بالقضايا التنمويّة ولا يندفعون، بالحدّ الأدنى، لتغطيتها أو لمعالجتها. والملاحظ أنّهم عندما يتصدّون لموضوع تنمويّ، فهُم ينزعون سريعاً إلى مقاربته من زاوية سياسيّة، وغالباً ما يسعون، كذلك، إلى توظيفه وفق معايير الأجندة السياسيّة (والطائفية) لكلّ وسيلة إعلاميّة. وهذا يُبعد «موادهم»، بديهياً، عن الموضوعية وشفافية المعلومات التي يعمّمونها.
- لا إهتمام على الإطلاق للمؤسّسات الإعلاميّة اللبنانية بهموم وتحديات ومشاكل التنمية، بل يبدو حتى، وكأنّها غير معنيّة بالأساس بهكذا مواضيع لا تلبي، بحسب معاييرها وتعبيرها، «دفتر شروط» المنافسة والسبق والإثارة. فقضايا الصحة والتعليم والعمل والفقر والبنية التحتية والحوكمة الإقتصاديّة...إلخ، مواضيع غير مشوقة وغير جذابة بالنسبة «للمتلقي»، كما يبرّر القائمون على هذه المؤسّسات عادةً، وبالنسبة «للمرسِل» فإنها تتطلب بحثاً متأنياً وتقصياً دقيقاً وأسلوباً رزيناً...لم يعُد، برأينا، ومنذ زمنٍ بعيد، في أولويات أجندة الوسائل الإعلاميّة اللبنانية.
- لا وجود لأي نوع من التخطيط الإعلاميّ أو لإستراتيجية إعلاميّة شاملة ومدروسة، كما يتبيّن، بدليل إهمال المؤسّسات الإعلاميّة لموضوعات التنمية على أنواعها. وفي حال

خروج الصحافيّن لتغطية مؤتمر يتناول موضوعاً أو مشكلة تنمويّة، مثلاً، فإنّ جهدهم لا يتعدى حدود تغطية الكلمات الإفتتاحية لمسؤولين رسميّين مشاركين في هذا النشاط.

- لا ترصد المؤسّسات الإعلاميّة في لبنان أيّ «ميزانية» تحفّز الصحافي وتسعفه للإهتمام بالمواضيع التنمويّة، عبر توفير إمكانيات مادية له. ولا ترصد، كذلك، الوقت المطلوب لإتمام موضوع تنمويّ متقن، ولا تفرد له المساحة الزمنية المطلوبة للمعالجة.
- ليس هناك من تخصّص لدى الصحافيّن الذين يعالجون الأخبار والمواضيع في مجال الإعلام التنمويّ، وليس في جعبتهم المعرفة الوافية أو الثقافة الكافية أو حتى الخبرة المطلوبة بمبادئ علم التنمية. لا زاد أكاديمياً في العلوم ذات الصلة بالقضايا التنمويّة، أيضاً، لدى الصحافي اللبناني، ولا تقوم المؤسسة التي يعمل فيها، بأي دوراتٍ تدريبية أو ندوات أو ورش عمل في المجال.

يواجه الإعلام اللبناني، كما نستنتج ممّا تقدّم، جملةً من المعوّقات الكابحة لإمكانية قيامه بدورٍ في المجال التنمويّ. يتصل بعض هذه المعوّقات بوضع البلد، وبعضها الآخر بوضع المؤسّسات الإعلاميّة، والبعض الآخر بوضع الإعلاميّين أنفسهم، ونوجزها بالآتي :

ضعف الشعور بالإنتماء الوطنيّ :

أفضت طبيعة النظام الذي حكم لبنان منذ قيامه، إلى مشكلة بنيويّة عميقة تتمثّل بغياب الشعور بالمواطنة لدى أفراد الشعب، وبالإنتماء لوطن واحد. تتعدّد الإنتماءات وتتنوع لدى المواطن اللبناني، وتنعدم، بالنسبة إليه، الثقة بكلّ الحوافز المادية والمعنوية المقدَّمة له، من قِبَل دولته والمؤسّسات الحامية والراعية لحقوقه وواجباته.

النزعة الفئوية :

بإستثناء «تلفزيون لبنان» و»الإذاعة اللبنانية» الرسميَيْن، فإنّ كلّ الوسائل الإعلامية الموجودة في المشهد الإعلاميّ اللبناني، المطبوعة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، هي مؤسّسات خاصة تابعة : إمّا لشخص وإمّا لعائلة وإمّا لطائفة وإمّا لحزب وإمّا لجماعة.

وبات بمجرّد أن يعرف الفرد اللبناني (وغير اللبناني حتى) هوية الجهة القيّمة على وسيلة إعلاميّة معينة، فإنّه يتوقع سلفاً طبيعة وأسلوب ونبرة الرسائل الإعلاميّة الصادرة عنها، وبالتالي نوع الثقافة الذي تراكمه عند متلقيها. فهي، حتماً، ثقافة فئوية ضيقة على حساب الولاء الوطنيّ، بوصفه القاسم المشترك الذي من شأنه الحفاظ على وحدة النسيج الإجتماعيّ وتحقيق تنمية على مستوى الوطن، وليس المنطقة أو الحي أو الطائفة أو الجماعة المعينة.

سيطرة رأس المال :

الأهداف التنمويّة ليست من بين الغايات التي تشكّلت، على أساسها، المؤسّسات الإعلاميّة في لبنان. فسيطرة رأس المال على الإعلام اللبناني، تُعتبر سبباً أساسيّاً في جعل توجهاته لا ترتقي إلى طموحات وإحتياجات ومتطلبات جمهوره. إذْ إنّ القائمين على الوسائل الإعلاميّة اللبنانية، يرتكزون إلى قاعدة الربح والخسارة، معياراً وحيداً لإنتقاء وإنتاج وبيع وعرض ونشر المضامين الإعلاميّة، ويفترضون أنّ المواضيع التنمويّة، تفتقد لمقوّماتٍ تجعلها قادرة على المنافسة وتحقيق السبق الصحفي، وهي لا تشدّ المتلقي لمتابعتها (بالمختصر). لذا، لا تغامر المؤسّسات الإعلاميّة بإنفكاك الجماهير عنها!!

غياب الضوابط :

لقد أثرت الحروب والنزاعات والخلافات والتناقضات التي شهدتها الساحة اللبنانية (ولا تزال)، على جعل الإعلام، بوسائله كافةً، أحد الأطراف المتأثرة والمشاركة والفاعلة في الصراعات والمواجهات. ولقد إستخدمت الأحزاب والجماعات السياسيّة والطائفية والثقافيّة المتنازعة في لبنان أنماطاً إتصالية مختلفة، إستثمرت، إلى حدٍ بعيد، أجواء الإنفلات الإعلاميّ الذي غابت عنه التشريعات الضابطة. ما جعل «الجماهير» اللبنانية أمام وسائل إعلاميّة تعمل على هواها، وتروّج لثقافات تتعارض، بعضُ مضامينها، مع كلّ ما يمتّ بصلة إلى المفاهيم والمبادئ والثوابت والأخلاقيات الإعلاميّة.

تراجع دور النخبة الإعلامية :

شكّلت النخبة الإعلاميّة في تاريخ لبنان إحدى المجموعات الأكثر حضوراً والأعمق ثقافةً، وتميّزت، على الدوام، بتأثيراتها في الواقع اللبناني، إجتماعيّاً وسياسيّاً وإقتصاديّاً وثقافيّاً. اليوم، تغيّر هذا الواقع، وباتت المنظومة الإعلاميّة اللبنانية تتّسم بالهشاشة، لأنّ الوسائل الإعلاميّة، وبإستثناء الصحافة المطبوعة ربما، باتت مجالاً مخترقاً، إنْ على مستوى القائمين على المؤسّسات الإعلاميّة، أو على مستوى العاملين فيها. فأصبح متاحاً لغير الإعلاميّين، العمل من دون فرض أي اشتراطات مهنية عليهم، وبخاصة ما يتعلق منها بالجوانب المعرفية والفنية والتقنية[1]. أمسى الطارئون على المهن الإعلاميّة، يشكّلون نسبةً كبيرة من العاملين، الذين لا تتوفر لديهم أدنى المقوّمات والمؤهلات المطلوبة لأداء دور إعلاميّ مناسب، يلبي معايير

١- أفضت الحاجة إلى صحافيّين لبنانيّين متخصّصين في الإعلام التنمويّ، إلى إطلاق كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية في العام ٢٠١٤ إختصاصاً في "الصحافة الإقتصاديّة والتنمويّة"، إلى جانب إختصاصيْن في "الصحافة البيئية والصحية" و"الإعلام الرقمي". تُدرَس هذه الإختصاصات، في إطار شهادة الماستر٢ في علوم الإعلام والإتصال – مهني.

ومبادئ وشروط وأخلاقيات المهنة. وهناك من يفتقد منهم، حتى، للأدوات التي لا يمكن للصحافي الإستغناء عنها أو القفز فوقها، كالإختصاص والثقافة واللغة والأسلوب ومعرفة صناعة رسائل إتصالية تستطيع أن تصل وتؤثر وتقنع المتلقي.

تدني المستوى المهني والثقافيّ :

لا يمكن للإعلام أن ينجح في حث جمهوره على تبنّي ثقافة التنمية والإصلاح، وتحويل هذا الجمهور إلى أداة فاعلة ومؤثرة في صناعة التغيير، ما لم يتمتع القائمون على الوسائل الإعلاميّة بثقافة واسعة ومعمّقة ومدرِكة ومؤمنة بأهمية التنمية والمشاريع المحقِّقة لها. فهكذا ثقافة، تتيح تشكيل إطار عامّ للإعلاميّ، يساعده على رؤية الأحداث والوقائع والقضايا من زوايا مختلفة، والتعرّف إلى أبعاد، قد تكون مغايرة لتلك التي يتوصل إليها آخرون، والقدرة على مقاربة جيدة للمواضيع التنمويّة وما يعترضها من عقبات ومعوّقات. هذا فضلاً، عن التمكن من كشف حالات التضليل التي يتعرّض لها، أحياناً، الجمهور المعنيّ بالتنمية، وتعزيز إمكانياته في توظيف الفنون الإعلاميّة بطاقتها القصوى، وإيجاد طرق وأساليب مناسِبة ومبتكرة لمعالجة مضامين رسائله وأشكالها. ما يحدث في الوسط الإعلاميّ اللبناني، يتنافى مع كلّ ما ذكرناه؛ فالثقافة، بشكلٍ عام، لم تعد معياراً «لإستقبال» الوافدين إلى مهن الإعلام، وتبدو جوانب القصور الثقافيّ والمعرفي والمعلوماتي، واضحة بجلاء في الرسائل والمضامين التي يصوغها الإعلاميّون. فهؤلاء باتوا، بمعظمهم، من ذوي الثقافات المتدنية، ولا تختلف ثقافتهم بشيء عن ثقافة الجمهور العام، وغير «مسلّحين»، بالمطلق، بمهارات إنتاج رسالة إعلاميّة بمواصفات تحمل الجمهور على التفاعل معها والتأثر بها. وفي الشأن التنمويّ يُعتبر هذا الأمر مرفوضاً بالكامل، ولا يمكن التهاون فيه، بالنظر إلى طبيعة القضايا التنمويّة التي تتطلب، أكثر من سائر المواضيع، معرفة ودراية بكلّ ما يؤثر عليها وفيها، سلباً أو إيجاباً، ولا تتّسع، بالتالي، لذوي الثقافة المتدنية أو المهارات المتواضعة.

تراجع مصداقية الرسالة الإعلامية :

من المؤكد أنّ هيمنة اللامبالاة على سلوك المؤسسة الإعلاميّة اللبنانية، عندما يتعلق الأمر بشؤون التنمية، له تداعيات كثيرة. قد يكون أهمّها، عدم إهتمام الصحافيّين أنفسهم بجودة مضمون المادة التنمويّة المُقدّمة وشكلها، ما ينعكس سلباً، بالتأكيد، على فاعليتها وقدرتها على تأدية وظائفها بالصورة المطلوبة، والأخطر على تراجع مصداقيتها بالنسبة للمتلقي. فالجمهور (المجتمع)، لن يتفاعل أو يتبنى المعلومات والأفكار التي تشيعها الوسيلة الإعلاميّة، ما لم تتمتع تلك الوسيلة بثقته، كما لا يمكن للصحافي أن ينال، بدوره، ثقة الجمهور، ما لم

يتمتع بقدْر عالٍ من المصداقية. فالعلاقة بين التأثير والمصداقية علاقة عضوية. وبالرغم من أنّ الوسائل الإعلاميّة اللبنانية ترغب، لا ريب، بأن تكون ذا مصداقية عالية لدى جمهورها، إلاّ أنّ شعوراً كبيراً يتملك هذا الجمهور بأنّها تفتقد إلى المصداقية. وإذا كانت هذه هي المعوّقات، فما هي الشروط الواجب توفّرها في الإعلام اللبناني لدعم التنمية المستدامة وتفعيلها؟

كي يتمكّن الإعلام في لبنان من القيام بمهامه، ورفع مستوى أدائه في دعم وتفعيل التنمية، لا بدّ من توافر بعض الشروط، برأينا، وعلى أكثر من صعيد : فمنها متطلبات تتصل بالواقع الإعلاميّ ومؤسّساته، ومنها ما يتصل بجملةٍ من العوامل الإجتماعيّة والإقتصاديّة والمعرفية والثقافيّة والسياسيّة التي تحدّد بنية المجتمع اللبناني ونظامه السياسيّ، ومنها ما يتصل بطبيعة الخطة التنمويّة وحجمها ونوعها. ولكن سنحصر اهتمامنا في هذا البحث بالدور المطلوب من الإعلام في لبنان والقيّمين على مؤسّساته، بالنقاط التالية :

- بلورة سياسات إعلاميّة في الصحف والإذاعات والتلفزيونات والمواقع الإلكترونية، لها أهداف عملية وواضحة لدعم التنمية الشاملة، ترسم خططاً قصيرة وطويلة الأمد تكون متكاملة وذات شمولية في الرؤية المستقبلية ودقة في المنهجية، وقابلية للمتابعة والتقييم الدائمين. إنّ غياب السياسات الإعلاميّة والخطط المرتبطة بها، يعني غياب الخط السياسيّ للمؤسسة الإعلاميّة وسياستها التحريرية المحدَّديْن والواضحيْن، عادةً، ويعني أنّ العمل الإعلاميّ لا يستجيب لمتطلبات الواقع، وبالتالي يفقد تأثيره وقدرته على التواصل والتفعيل.
- تطوير وسائل الإعلام لقدرات العاملين فيها، إنْ لجهة تطوير مهاراتهم المهنية وقدرتهم على التعامل مع المواضيع التنمويّة، أو لجهة استخدام تقنيات متطورة بما يسمح لهذه الوسائل تفعيل عملها ومواكبتها للتطور التكنولوجي في مجال الإتصالات.
- تفعيل التنسيق بين القيّمين على التنمية والقائمين بالإتصال، لتفعيل ودعم وتشجيع العمليات التنمويّة؛ أولاً، عبر وضع الخطط التنمويّة، وثانياً، عبر تغطية كافة الجوانب الإقتصاديّة والإجتماعيّة والثقافيّة والإعلاميّة والبيئية، وثالثاً، عبر إيجاد آليات تنفيذها، ورابعاً، عبر خلق أساليب دعمها والترويج لها. كلّ ذلك يستدعي التنسيق الشامل بين الإعلام ومختلف المؤسّسات المعنيّة بعملية التنمية، رسميةً كانت أم مدنيّة، لأنّ التنمية هي مسؤولية الجميع، سلطات ومواطنين، مؤسّسات الدولة ومؤسّسات المجتمع المدني، وليس فقط مؤسّسات الدولة.
- تعزيز الكفاءة المهنية للصحافيّن، عبر توفير منصّة لصحافة مستدامة ولكن أيضاً، لصحافة مهنية وذات مصداقية. وتظهر الكفاءة المهنية للصحافيّن، من خلال

مراعاتهم المعايير المتعارف عليها في ممارسة مهنتهم، مثل : التحقّق من المحتوى الإخباري، سرية المصادر، المصلحة العامة والنزاهة، التي بات التشكيك بها أكبر في وقتنا الراهن مع توسّع إطار البيئة الإعلاميّة، بحيث باتت تضم مزوِّدين بالمحتوى الإخباري لا علاقة لهم إطلاقاً بالمهنة وبالمهنية الصحفية. فعلى «الصحافي التنمويّ» أن يكون مؤهلاً وواعياً، كي يدرك عمق الحدث أو المشكلة التنمويّة التي يتعامل معها؛ فيجدر به، مثلاً، أن يتحلى بثقافة بيئية وعلمية وتراثية وتاريخية واسعة، وكذلك عليه أن يلمّ بالقوانين والتشريعات المحليّة والعالمية المتعلقة بالمشاريع التنمويّة، والجهات الرسمية والأهلية ذات العلاقة بها وكيفية الوصول إليهم والتواصل معهم. فحضور الإعلام التنمويّ يجب أن يبدأ، منذ لحظة ولادة الإستراتيجيات والقرارات السياسيّة والإقتصاديّة والتشريعات المختلفة، وما ينتج عنها من تأثيرات على مستوى ونوعية حياة البشر وحقوقهم.

- إنّ خلق ثقافة تنمويّة في المجتمع، يُعتبر مسألة أساسيّة في كلّ مسارات وتدخلات التنمية. فلا يمكن تصوّر تنمية في لبنان، من دون أن تُعمَّم هكذا ثقافة على كلّ المعنيّين بمشاريع وقضايا التنمية : بدءاً بأصحاب القرار، مروراً بمختلف الفعاليات الإجتماعيّة والإقتصاديّة، وصولاً إلى الأفراد والجماعات. فعملية التنمية باتت، أكثر فأكثر، ثقافة ومسؤولية عامتيْن، ولا تختص بفئة أو بشريحة معينة، ولا تقتصر، كما كانت في الماضي، على نخب إقتصاديّة وسياسيّة وإجتماعيّة بذاتها. بل أمسَت نوعاً من التشارك والإندفاع الجماعي في إتجاه خدمةِ عملية التنمية الهادفة إلى تطوير واقع الفرد والمجتمع، على حدٍ سواء. من الأهمية بمكان، نشر المعرفة الخاصة بقضايا التنمية وبخلفياتها وأسسها وتأثيرها وآثارها في حياة الناس، والتعريف بالآليات المؤسّساتية والبنيات المادية والمعنوية، التي يمكن أن تشارك في مسارات التنمية، ونشر الوعي بحقوق الإنسان، وتعزيز مكانة المال العام والمرافق العامة، وتنمية الشعور بالإلتزام بالقوانين والأنظمة، وبث الشعور بالمسؤولية وتحفيز المواطنين وتعريفهم بالفرص الجديدة...إلخ. وكلّ ما ذكرناه لا يمكن لأي جهة أن توفره أكثر من الإعلام.

خامساً : أهداف التنمية المستدامة في أجندة الإعلام اللبناني

لا بدّ من الإشارة بدايةً، إلى أنّ «الأهداف الإنمائية المستدامة SDGs" لا تشمل كلّها، بنفس المقدار، جميع الدول النامية في العالم، فبعض هذه الأهداف قد يكون أولوية لبعض الدول، وبعضها الآخر قد يكون أولوية لدول أخرى. والأمم المتحدة، لم تضع آلية محدّدة لتحقيق تقدّم في أهداف التنمية المستدامة على مستوى الدول، بل تركت لكلّ دولة أن تضع آليتها الخاصة، بالتنسيق مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، الذي كُلّف بمتابعة هذه الأهداف. لذا، تُرك لكلّ

دولة نامية أن ترى، ما هي الأهداف الملحة بالنسبة إليها أكثر من غيرها، أو ما هي الأهداف التي تعتقد أنّه من الضروري العمل على إنجاز تقدّمٍ فيها، كي تباشر العمل على تحقيقها، وهذا الأمر ينسحب على لبنان، بالطبع. إلاّ أنّ أيَّ ملمح لأيِّ آلية عمل، لم يكن قد رأى النور بعد، حتى لحظة نشر هذه الورقة. فالدولة اللبنانية، لم تحدّد، حتى الآن، الأهداف والمؤشرات التي يجب على لبنان أن يعمل عليها، بالتنسيق مع مؤسّسات الأمم المتحدة، بسبب إنشغال الطرفيْن (ربما) بالتحضير «لإطلاق خطة لبنان للإستجابة للأزمة السورية»[1]. ولكن قبل الدخول في الآلية الجديدة لتنفيذ «الأهداف الإنمائية المستدامة السبعة عشر»، لا بدّ لنا من تقييم الآلية التي اعتُمدت لتحقيق تقدّمٍ على مستوى «أهداف الألفية الإنمائية الثمانية»، قبل إطلاق الأهداف المستدامة.

فلقد قامت الحكومة اللبنانية بتشكيل اللجنة الفنية الوطنيّة، من الوزارات والمؤسّسات الحكومية ومنظمات الأمم المتحدة المعنيّة، التي بذلت جهوداً من أجل إحراز تقدّم. فبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، قام بإطلاق «مشروع إطار أهداف الألفية الإنمائية» الرامي لدعم جهود الدولة اللبنانية، وقد عَمِل هذا المشروع في إتجاهين :

الأول، تمثّل في العمل مع الإدارات المعنيّة، والثاني، تمثّل بالعمل مع الإعلاميّن تحت عنوان «الإعلام من أجل التنمية»[2]، بهدف تعزيز قدرات هؤلاء الإعلاميّن على مقاربة القضايا التنمويّة. وقد نظّم UNDP عدداً من الدورات التدريبية لإعلاميّن لبنانيّن في مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، كما نُظّمت لهم زيارات ميدانية إلى مناطق لبنانية فقيرة (مثل عكّار في شمال البلاد)، بغية إعداد تقارير عن مواضيع تقع ضمن أهداف الألفية الإنمائية. غير أنّ المتابعة لمسار العمل في إطار تحقيق إنجاز وتقدم في أهداف الألفية الإنمائية أظهر ما يلي :

١- أنّ الجهود التي بذلتها اللجنة الفنية الوطنيّة، بقيت في إطار العمل الإداري والمتابعة من الإدارات الرسمية وإتخاذ قرارات وإجراءات تساعد على تحقيق التقدّم.

٢- أنّ العمل مع الإعلاميّن إقتصر على التدريب وعلى إعداد بعض التقارير الميدانية خلال زياراتهم التي نظّمها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي.

٣- أنّ المجتمع اللبناني، الذي يُعتبر الهدف من هذه التدخلات، لم يكن جزءاً من هذه العملية.

٤- أنّ الإعلاميّن الذين شاركوا في التدريب، بتكليفٍ من إداراتهم، لم يستطيعوا أن يترجموا

١- تُطلَق هذه الخطة في منتصف شهر كانون الاول/ ديسمبر ٢٠١٦ في السرايا الكبير في بيروت.

٢- تمّ إطلاق المشروع (الذي تسنّى للباحثة حضوره)، برعاية وحضور وزير الإعلام اللبناني في حينه طارق متري. إحتضن فندق Crowne Plaza حفل الإطلاق في ١٢ نيسان ٢٠١١، وذلك بتمويلٍ من السفارة الفرنسية في بيروت، وبالتعاون مع "وكالة الصحافة الفرنسية" و"قناة فرنسا الدوليّة".

ما تدرّبوا عليه، بسبب عدم تبنّي المؤسّسات الإعلاميّة لسياساتٍ تساعد على وضع استراتيجية لدور "الإعلام التنمويّ".

إنّ الدور الأساسيّ الذي ينشده المنظّرون للتنمية المستدامة من الإعلام في المجتمعات النامية (واستناداً إلى موقف أكثر من مسؤول دوليّ)، هو، في الحقيقة، دورٌ متشعّب الأهداف نوجزه كالتالي : إحداث تغيير في إتجاهات الناس، المساعدة على إنشاء علاقات جديدة بينهم وبين الموارد الإقتصاديّة، الترويج لمفاهيم الثروة والدخل والإستهلاك ولأهمية إدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الإنتاج، إدخال مفاهيم علمية جديدة في السلوك والعادات والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسيّة والتعليم والإدارة والصحة وغيرها .كيف يمكن ترجمة ذلك في المشهد الإعلاميّ اللبناني؟

بإنتظار أن تقوم الدولة اللبنانية ومنظمات الأمم المتحدة بإعداد الآلية الجديدة لأهداف التنمية المستدامة، فإنّنا سنحاول عرض عددٍ من النقاط، التي يمكن لوسائل الإعلام اللبنانية أن تأخذها في الإعتبار، كي يمكن لها أن تساهم، بتقديرنا، في تثمير قدرة الدولة على تحقيق التقدّم المطلوب في مجالات التنمية في لبنان، ومن ضمنها بالطبع التنمية المستدامة. يمكن للإعلام اللبناني أن :

- يحوّل أي مشكلة تنمويّة إلى قضية رأي عام.
- يُشرِك أوسع فئات الشعب اللبناني بشكلٍ فعّال في هذه القضايا.
- يسلّط الضوء على مسائل معينة يمكن أن تسهّل تفاعل اللبنانيّين معها، أفراداً ومؤسّسات رسمية وإجتماعيّة ومدنية.
- يكون حاضراً على الدوام في مختلف الأنشطة التي تقوم بها المؤسّسات التنمويّة المحليّة وهيئات المجتمع المدني (الإستمرارية في التغطية والنشر شرطٌ أساسيّ في الإعلام التنمويّ).
- يكون طرفاً مهماً وفعّالاً في تلك الأنشطة، وألاّ يحضر فقط لتغطية الحدث، وإنّما لمساءلة الجهات المعنيّة، وتقديم الملاحظات الجادة.
- يحضر البُعد العلمي في أدائه، ما من شأنه أن ينظّم المعرفة الإعلاميّة، في المبنى والمعنى، وفي المضمون والأسلوب، فيجنّبه السقوط في الإسفاف والعشوائية.
- يبتعد في المواضيع التنمويّة عن الخطاب الإخباري أو الدعائي المرحلي أو الوعظي.
- يبتعد عن العاطفة والإنفعال والآراء التنميطية المسبقة، وعن لغة الإنطباعات.
- ينزل إلى الواقع ويوعّي العامة، أي أن يشعر ويكتوي بهموم الناس، قبل الكتابة عنها، ولا

يكتفي بوصف تلك الهموم فحسب، بل يبحث في أسبابها وعواملها الخفية.

- يبحث عن أسباب الخلل في الواقع. فمن وظائف الإعلام التنمويّ المهمّة جداً، البحثُ الحثيث عن مكامن الخلل الذي يعتري مجتمعاً ما، سواء في بُعده البيئي، أو التعليمي، أو الإجتماعيّ، أو الثقافيّ، أو التنظيمي...إلخ.
- يعبّئ المجتمع ويبث الأمل في نفوس المتلقين، ولا سيما فئة الشباب منهم، وإشعارهم بدورهم الطليعي وأهمية مشاركتهم في هندسة وتنفيذ المشاريع المتعلقة بالتنمية الشاملة (وبذلك يتم التخلّص تدريجياً من ظاهرة السلبية التي تسيطر على الكثير من اللبنانيين).
- يزوّد الجمهور اللبناني، هدف المشاريع التنمويّة، بأكبر قدْر من الحقائق والمعلومات الدقيقة، التي يمكن للمعنيّين بالتنمية التحقّق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبّت من مصدرها.

يتعذّر علينا، في الحقيقة، أن نقيس قياساً دقيقاً مدى مساهمة الإعلام اللبناني في تشجيع وإنجاح المشاريع والتدخلات التنمويّة في البلد. لكنّ عملنا (في السابق) في أكثر من وسيلة إعلاميّة، وعلاقتنا المباشرة بالعمل الإعلاميّ في لبنان، يتيحان لنا الملاحظة والإستنتاج والتأكيد، أنّ هذه المساهمة كانت، على الدوام، متواضعة جداً، إنْ لم نقلْ معدومة. فالعوائق الإعلاميّة أمام عمل التنمية في لبنان، والتي كنا قد ذكرناها آنفاً، كبيرةٌ وكثيرة، ما يجعل الإعلام اللبناني عاجزاً عن التمكين الفردي والجماعي الخاص بالتنمية للجمهور، وعن المساهمة في تفعيل ديناميات النسيج الإجتماعيّ المؤدية إلى تعزيز اللحمة الوطنيّة وتعزيز فرص التنمية البشرية المستدامة على مختلف المستويات. لذا، وفي محاولة إستشرافٍ موازية لإطلاقٍ منتظر لآلية العمل في أهداف التنمية المستدامة من قبل الدولة اللبنانية، سنقوم، في ما يلي، بإستخلاص المشكلات التنمويّة التي تعني المجتمع في لبنان، تحديداً، والتي يمكن أن تدرجها الوسائل الإعلاميّة في أجندة عملها، إذا ما أرادت ذلك، وإذا ما استطاعت إليها سبيلا. ما هي هذه المشكلات المستخلَصة من كلّ بندٍ من البنود السبعة عشر؟

الهدف الأول : لا للفقر (القضاء على الفقر بمختلف أشكاله في كلّ مكان)

المشكلات في لبنان هي :

- إتساع حجم الفئات التي تقع تحت عتبة الفقر
- تراجع حجم الطبقة الوسطى وتدهور أوضاعها
- عدم قدرة الفقراء في الوصول إلى الخدمات الأساسيّة (الصحية والتعليمية .. إلخ).

الهدف الثاني : صفر جوع (القضاء على الجوع، وتحقيق الأمن الغذائي وتحسين التغذية وتعزيز الزراعة المستدامة)

المشكلات في لبنان هي :

- غياب السياسات التي تساعد على تنمية القطاع الزراعي
- غياب الأمن الغذائي واللجوء إلى الإستيراد لتوفير الغلة الغذائية
- عدم توفّر الوعي لتوفير سلة غذائية متنوعة وصحية.

الهدف الثالث : الرفاهية والصحة للجميع (ضمان الحياة الصحية وتعزيز الرفاه للجميع في جميع الأعمار)

المشكلات في لبنان هي :

- عدم وجود نظام للرعاية الصحية الأولية
- ضعف التوعية الصحية لدى غالبية الأسر في لبنان
- عدم توفّر التغطية الصحية لما يقارب نصف اللبنانيين
- عدم توفّر نظام ضمان الشيخوخة
- سيادة مفهوم الربحية لدى أصحاب المؤسّسات الصحية.
-

الهدف الرابع : المساواة في التعليم (من خلال ضمان جودة التعليم وتعزيز فرص التعلّم للجميع)

المشكلات في لبنان هي :

- التسرّب المدرسي في مرحلة التعليم الأساسيّ
- عدم توفير نوعية تعليم جيدة في المدارس الرسمية وشبه المجانية
- عدم تحديث مناهج التعليم لكي تلائم متطلبات سوق العمل
- عدم وضع إلزامية التعليم موضع التنفيذ.

الهدف الخامس : المساواة بين الجنسين (إقرار المساواة بين الجنسين وتمكين جميع الفتيات والنساء)

المشكلات في لبنان هي :

- التفاوت في المساواة لدى النساء والفتيات
- عدم المساواة في التعليم
- التفاوت في الأجر

- إجحاف بحقّ النساء في قوانين الأحوال الشخصية
- التمييز في عملية صنع القرارات.

الهدف السادس : مياة نظيفة وصرف صحي (ضمان توفر وإستدامة إدارة المياه والصرف الصحي للجميع)

المشكلات في لبنان هي :

- عدم الحصول على مياه آمنة ونظيفة
- عدم توفّر خدمات الصرف الصحي لجميع المناطق
- ندرة المياه التي تصل للأفراد
- إرتفاع كلفة فاتورة المياه على الأسر.

الهدف السابع : الحصول على الطاقة (ضمان الحصول على الطاقة بأسعار معقولة، موثوق بها ومستدامة)

المشكلات في لبنان هي :

- عدم توفّر الطاقة اللازمة لحاجات المجتمع الأساسيّة
- عدم الإعتماد على الطاقة النظيفة والمتجدّدة
- إرتفاع كلفة الطاقة على الأسر
- التلوث البيئي الناتج عن اللجوء إلى طاقة غير نظيفة.

الهدف الثامن : العمل اللائق والنمو الإقتصاديّ (ترويج النمو الإقتصاديّ الشامل والمستدام، والعمالة المنتجة الكاملة والعمل اللائق للجميع)

المشكلات في لبنان هي :

- عدم توفّر فرص العمل المتناسقة وتزايد قوة العمل
- غياب السياسات التي تعزّز الإستثمار لخلق فرص العمل
- الإتجار بالبشر أو العمل غير اللائق تحت مسميّات وعناوين مختلفة.

الهدف التاسع : التصنيع المبتكر (بناء بنية تحتية مرنة، ترويج للتصنيع الشامل والمستدام والمبتكر)

المشكلات في لبنان هي :

- عدم قدرة فئات شعبية واسعة من الوصول إلى شبكة الإنترنت

- ضعف الإستثمار في البنية التحتية
- غياب الإستثمار في البحث العلمي التقني
- ضعف سياسات الإستثمار في الصناعات المستدامة.

الهدف العاشر : الحدّ من عدم المساواة (الحدّ من عدم المساواة داخل الدول وبينها)

المشكلات في لبنان هي :

- إزدياد الفجوة بين الأغنياء والفقراء
- تفاوت الفرص بين سكان الريف والمدينة
- تفاوت الفرص بين الشباب اللبناني في التعليم والدخول إلى سوق العمل.

الهدف الحادي عشر : المدن والمجتمعات المستدامة (جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة ومأمونة، مرنة ومستدامة)

المشكلات في لبنان هي :

- تضخم المدن وفراغ الأرياف
- إرتفاع نسبة الهجرة من الأرياف والتحوّل عن القطاع الزراعي
- عدم قدرة الأسر الشابة من الحصول على مسكن لائق ورخيص
- إتساع دائرة أحزمة البؤس
- عدم توفر المساحات العامة والخضراء
- غياب وسائل النقل العام
- عدم إشراك المواطنين في قرارات التخطيط الحضري.

الهدف الثاني عشر : إستهلاك وإنتاج مستدامان (ضمان الإستهلاك وأنماط الإنتاج المستدامين)

المشكلات في لبنان هي :

- الإفراط في الإستهلاك الجائر للموارد الطبيعية ولا سيما من قِبَل الأغنياء والميسورين
- الإفراط في الإستهلاك الذي يهدّد بحرمان الأجيال المقبلة من الموارد الطبيعية
- عدم المعالجة السليمة للنفايات بمختلف أشكالها وإعادة تدوير ما يمكن تدويره.

الهدف الثالث عشر : مكافحة التغير المناخي (إتخاذ إجراءات عاجلة لمكافحة التغير المناخي وآثاره)

المشكلات في لبنان هي :

- مكافحة عوامل التصحّر وتراجع المساحات الخضراء
- غياب سياسات تساعد على زيادة المساحة الخضراء والمنتجة في الوقت نفسه
- التخفيف من إنبعاث الغازات الدفينة.

الهدف الرابع عشر : الحياة تحت المياه (الحفظ والإستعمال المستدام للمحيطات والبحار والموارد البحرية من أجل التنمية المستدامة)

المشكلات في لبنان هي :

- الصيد البحري الجائر والذي يهدّد الثروة السمكية
- تهديد البيئة البحرية عبر مصادر التلوث ومنها الصرف الصحي والنفايات الصناعية
- الزحف العمراني على الشواطئ
- غياب السياسات المتكاملة لإدارة المناطق الساحلية.

الهدف الخامس عشر : الحياة على الأرض (حماية وإستعادة وتعزيز الإستخدام المستدام للأرض، النُظم الإيكولوجية، والإدارة المستدامة للغابات ومكافحة التصحّر، وقف وعكس تدهور الأراضي ووقف فقدان التنوع البيولوجي)

المشكلات في لبنان هي :

- إنتشار الصيد البري الجائر
- إجتياح كتل الإسمنت للمناطق الزراعية والخضراء
- هجرة الحيوانات البرية للكثير من المناطق وإنقراض بعضها
- إنتشار الحشرات الضارة بسبب الصيد الجائر للطيور
- تلوث الهواء بسبب السلوكيات غير البيئية لأصحاب الرساميل.

الهدف السادس عشر : الحياة والأرض (إيجاد مجتمعات مسالمة وشاملة للتنمية المستدامة، وتوفير الوصول إلى العدالة للجميع، وبناء مؤسّسات فعّالة ومسؤولة وجامعة على جميع المستويات)

المشكلات في لبنان هي :

- غياب العدالة في حقوق اللبنانيّين الموزّعة على أساس طائفي
- غياب سيادة القانون
- التنافس بين الجماعات الطائفية على الإستئثار بالموارد المالية والطبيعية
- عدم المساواة بين اللبنانيّين في تبوّء المناصب والوظائف العامة العليا.

الهدف السابع عشر: الشراكة العالمية للأهداف (تعزيز وسائل تنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل التنمية المستدامة)

المشكلتان في لبنان هما :

- تبعية الإقتصاد اللبناني لإقتصاديّات عالمية وإقليمية
- عدم قدرة الدولة على إستثمار مواردها الطبيعية.

خلاصة

لقد أبرزت هذه الورقة البحثية، العلاقة الوثيقة بين دور الاعلام التنمويّ، وبين نجاح الجهود التنمويّة، كما بيّنت الإهتمام الملحوظ الذي توليه المؤسّسات الناشطة في مجال التنمية، ومن بينها الأمم المتحدة، لوسائل الإعلام بإعتبارها شريكاً أساسيّاً ومساعداً في تحقيق «أهداف التنمية المستدامة SDGs". وتبرز أهمية دور هذا الاعلام في لبنان إرتباطاً بخصوصيته، فإضافة إلى دور الإعلاميّين في تسهيل تحقيق تقدّم في العملية التنمويّة، تقع على عاتقهم مهمة بلورة وعي تنمويّ وإجتماعيّ لبناني، خارج إطار الإصطفافات الطائفية والمذهبية. لم تُطرح، حتى الآن، أجندة أهداف التنمية المستدامة على البساط اللبناني، للبحث والنقاش والتشاور وإتخاذ الإجراءات الضرورية لتشكيل هيئة وطنيّة تعمل على الأهداف الجديدة. كما أنّ هذه الأجندة، لم تُطرح بعد على المستوى الإعلاميّ[1]، الغائب أصلاً، عن «جدول أعماله» الهمّ التنمويّ في البلد. فعلاقة الإعلام اللبناني مع التنمية، كما إستخلصنا، علاقة شائكة ومتباعدة، وقد بيّنت تجربة وسائل الإعلام اللبنانية مع أهداف الألفية الإنمائية، كيف أنّها لم تكن معنيّة أبداً بالمساهمة في تحقيق تقدّم وتزويد جمهورها بمضامين تنمويّة. السؤال يُطرح مجدداً مع "أهداف التنمية المستدامة": هل سيبقى الإعلام في لبنان، كما كان

١- بدأ المكتب الإعلامي للأمم المتحدة، في شهر تشرين الثاني (نوفمبر) ٢٠١٦، بحملةٍ إعلانية في الإذاعات اللبنانية، بهدف إعلام اللبنانيّين عن إطلاق الأمم المتحدة لأهداف التنمية المستدامة، وإستخدمت الحملة صوت الممثل الكوميدي اللبناني ميشال أبو سليمان.

في السابق، منكفئاً عن السماح لجمهوره بالتفاعل مع القضايا التنمويّة، ونائياً بصحفه وإذاعاته وتلفزيوناته ومواقعه، عن تلبية المعايير والشروط والمتطلبات الأساسيّة لولوج المجال التنمويّ، بطريقةٍ متخصّصة ومحترفة؟ أم إنّه سيجد في هذه الأهداف، فرصة لإلتقاط أنفاسه ولبلورة سياسة إعلاميّة جديدة تسمح له بلعب دور تاريخي في المجتمع، يساهم في تحقيق التنمية الوطنيّة، إلى جانب توفيره لقاعدة مشتركة وآليات تساعد في تدعيم تماسك النسيج الإجتماعيّ اللبناني. ويمكننا التأكيد، على أنّ مشكلة غياب "إعلام التنمية" في لبنان، بشكلٍ عام، مرتبطة مباشرة بمشكلة غياب الإعلام العلمي ككلّ في مجتمعنا، والذي لا يجد له مكانة واضحة، حتى الآن، على الساحة الإعلاميّة العربية.

عشرات الأفكار توحي بها "الأهداف الإنمائية المستدامة"، وتمثّل مادةً خصبة للصحافيّين والإعلاميّين اللبنانيّين كي يعدّوا منها مواضيع وتقارير وتحقيقات ومقالات وبرامج وتعليقات...، يمكن أن تسهم في تبسيط إيصال القضايا التنمويّة للجمهور، وتدفع، بالتالي، عجلة التنمية قدُماً. ولكن، هل حجز هؤلاء الإعلاميّون مكاناً لهذه "الأهداف الإنمائية المستدامة" في أجندتهم، أو إنهم سيغرقون، أكثر فأكثر، في خضمّ الإستقطاب السياسيّ؟ هذا هو السؤال الأساسيّ أمام الإعلاميّين ومؤسّساتهم.

المراجع :

١ - أبو إصبع، صلاح، دراسات في الإعلام والتنمية العربية، مؤسسة البيان، دبي، ١٩٨٩.

٢- الحربي، فوزية حجاب، دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة، ورقة عمل، ٢٠١٦.

٣ - الداغر، مجدي محمد عبد الجواد، دور وسائل الإعلام والإتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية، دراسة منشورة في مجلة حوليات الآداب والعلوم الإجتماعية، الحولية الثالثة والثلاثون، الكويت، ٢٠١٢.

٤- شرام، ولبر، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية : دور الإعلام في البلدان النامية، ترجمة محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، القاهرة، ١٩٧٠.

٥- الشناوي، فرج، الإعلام في خدمة التنمية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٢٧، ١٩٨٢.

٦- طلعت، شاهيناز، وسائل الإعلام والتنمية الإجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الثالثة، ١٩٩٥.

٧- العبد، عاطف عدلي & العبد، نهى عاطف، الإعلام التنمويّ والتغير الإجتماعيّ، دار الفكر العربي، الطبعة الخامسة، ٢٠٠٧.

٨- عيسى، نجيب، ورقة في مؤتمر بعنوان «المأزق الإقتصاديّ-الإجتماعيّ في لبنان والخيارات البديلة»، المركز الإستشاري للدراسات والتوثيق، بيروت، ٢٠٠٨.

٩- المصري، سوسن، إستراتيجية التنمية الإجتماعية الوطنية- تجربة لبنان، ورقة مقدّمة إلى مؤتمر الحرية الإقتصادية في عمان- الأردن، في تشرين الثاني (نوفمبر) ٢٠١٤.

10- Balle Francis, Médias et Sociétés, 4ème édition, Montchrestien, Paris, 1988.

11- Breton Philippe & Proulx Serge, L'explosion de la communication, La Découverte, Paris, 2006.

12- Dube S.C., "A Note on Communication in Political Development", in Lerner and Schramm, 1972.

13- Pedler Emmanuel, Sociologie de la communication, NATHAN, Paris, 2000.

14- Pye Lucien, (ed.) Communication and Political Development, Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.

15- Rao Lakshmana, The Role of Information in Economic and Social Change : Report of Field Study in Two Indian Villages-Minneapolis : University of Minnesota Press, 1963.

16- Schramm Wilbur, "Mass Commumnication" in George Miller, (ed) Psychology and Communication, Princeton, New Jersey : Voice of America Forum Series, 1974.

17- Sfez Lucien, Critique de la communication, Éditions du Seuil, 1992.

التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية: الفيسبوك أنموذجا

هناء عبد الرحمن الصعوب
الجامعة اللبنانية - لبنان.

Summary

This research aims at identifying the mature of the relation between exposure to social media sites & the formation of opinions on influx of Syrian refugees to Jordan amongst the academic faculty members in the Jordanian Universities: Facebook as an Example, the study community comprised the ٢٣ public and private Jordanian universities. The study sample consisted from (٢٠٠) respondents from the academic faculty members in these universities.

The study concluded that the role of social media sites (Facebook) is significantly high when it concerns the formation of opinions on influx of Syrian refugees to Jordan amongst the academic faculty members in the Jordanian universities. It also revealed that the Facebook has a role in covering all current events related to the influx of Syrian refugees to Jordan, as well as portraying the different ideas and opinions on the topic, and that it helps them take a definitive position towards this influx.

The results also showed that there are no statistically significant differences for the averages of the answers of the study sample individuals from the academic faculty members in the Jordanian universities that can be attributed to the two variables of gender and years of experience in teaching, whilst significant differences were

displayed amongst the averages of the answers of the study sample individuals from the academic faculty members in the Jordanian universities that can be attributed to the age variable.

The study recommended the necessity for relevant parties dealing with the subject of Syrian refugees in Jordan to be aware of the importance of the subjects and cases addressed by the social media sites, and to provide information from credible sources on these cases/issues and to attribute the information to its source, due to its important role in the formation of opinions on the influx of Syrian refugees to Jordan. Additionally, the study recommended the importance for these parties to put up for discussion the cases that interest the society segments with a content distinguished by being persuasive and acceptable as well as capable of satisfying their needs and wants.

الملخص

يهدف هذا البحث إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية: الفيسبوك أنموذجا. شمل مجتمع الدراسة الجامعات الأردنية والبالغ عددها (٢٣) جامعة رسمية وخاصة. أما العينة فتكونت من (٢٠٠) مستجيباً من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية.

وتوصلت الدراسة إلى أن دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية جاء بدرجة مرتفعة. وقد تبين أن للفيسبوك دوراً في تغطية كافة الأحداث الجارية حول اللجوء السوري إلى الأردن، وأنه يتم عرض الأفكار ووجهات النظر المختلفة حول هذا اللجوء على الفيسبوك، ويساعدهم على اتخاذ موقف محدد تجاهه.

كذلك أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تُعزى لمتغيري الجنس وسنوات الخبرة التدريسية. في حين تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تُعزى لمتغير العمر.

وأوصت الدراسة بضرورة إدراك الجهات المعنية بالتعامل مع ملف اللاجئين السوريين في الأردن لأهمية الموضوعات والقضايا التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعي وأن تقدم هذه الجهات معلومات موثوقة المصادر عن تلك القضايا والموضوعات وإرجاعها لمصادرها، وذلك

نظراً لدور المواقع الهام في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن. كما أوصت بأهمية طرح تلك الجهات وعبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي تهم شرائح المجتمع بمضمون يمتاز بعنصر الإقناع والقبول وقادر على إشباع حاجاتهم ورغباتهم.

مفتاح الكلمات: مواقع التواصل الاجتماعي، تشكيل الآراء، اللجوء السوري، أعضاء الهيئة التدريسية، الجامعات الأردنية، الفيسبوك

مقدمة

شهدت علوم الاتصال تطوراً كبيراً انعكس على وسائل الإعلام المختلفة، باعتبارها وسائل اتصالية من أكثر مجالات الإعلام تأثراً بالثورة العلمية والتكنولوجية التي ميزت العقدين الأخيرين من القرن العشرين، وقد أصبح الإعلام في عالم اليوم قوة كبيرة وصناعة ضخمة تتجه إليها مؤسسات المجتمع المدني (أبو عرجة، ٢٠١٠، ص١٧).

والعالم الآن ما زال يعيش هذه الثورة في مجال المعلومات والاتصالات التي تتسم بأن كل أشكال الإعلام فيها تقريباً رقمية، فقد مكنت هذه الثورة تزويد البشرية بخيارات متعددة لتلقي المعلومات وتوزيعها، وأصبح بإمكان الإنسان تبادل الملايين من المعلومات، من خلال أدوات مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة والهواتف الخلوية، والحواسيب المتنقلة واتصالات المايكروويف والإنترنت وغيرها من أشكال الاتصال الرقمي، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي امتداداً لوسائط الاتصال الجماهيرية التقليدية، مثل التلفزيون والصحف والمجلات والراديو.

ومع تغير مفهوم الإعلام وطبيعته في عصر العولمة، تعددت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وأضحى الإعلام قوة فاعلة ومؤثرة في تشكيل العلاقات الإنسانية المختلفة، وبات من أكثر الوسائل تأثيراً في تشكيل الآراء وتحديداً لاتجاهاته، بل أصبح مصدرا أساسياً للثقافة العامة لفئات المجتمع كافة، بما يحمله من مضامين متعددة تلقى قبولاً لدى مختلف الفئات، ونتيجة لذلك فقد خضعت المجتمعات عموماً لمجموعة من التحولات والمتغيرات والأحداث على كافة الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، أثرت في تكوين اتجاهاتهم وأدوارهم ومعتقداتهم وقيمهم واستعداداتهم السلوكية، وحتى أساليب حياتهم وفي العلاقات المتبادلة فيما بينهم، إذ كان للإعلام بوسائله المختلفة ومنها -مواقع التواصل الاجتماعي- دوراً محورياً في ذلك (الدليمي، ٢٠١٠، ص١٨).

وتشكل قضايا الإعلام اليوم أحد أهم دعامات الثورة التكنولوجية الحديثة في الاتصالات، وانعكس ذلك على الإنسان المعاصر نظراً للتغييرات المستحدثة في آلياته، والمستجدات في نمط حياته مقارنة مع ما كانت عليه في العهود السابقة، حيث أحدث الإعلام انقلاباً شبه

جذرياً في كل مجالات الحياة المعاصرة وسلوكيات أفراد المجتمع، وطالت التغيرات الأعراف والقواعد والقيم الاجتماعية.

ومن القضايا التي شاعت في الآونة الأخيرة، عمق تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد بشكل خاص والمجتمع بشكل عام، وقد احتلت مواقع التواصل الاجتماعي مكانة في اهتمامات أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعات الأردنية.

وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً للاتصال وللثقافة ولتكوين الرأي والإعداد الجماهيري، نظراً لما تملكه من مزايا متعددة، حيث تؤدي هذه المواقع كوسيلة اتصالية دوراً إعلامياً مهماً عن طريق الصوت والصورة، فهي تتميز بجذب الانتباه والتركيز من خلال تشغيل حواس الإنسان البصرية والسمعية، واشتغال هاتان الحاستان ينسجم انسجاماً كاملاً، مما تساعد على الجلوس المطول لمتابعته التي عادة ما تمتد إلى ساعات طويلة.

لذلك فان مواقع التواصل الاجتماعي ومنها الفيسبوك أضحت من القضايا الأساسية والحاسمة في المعالجات الاجتماعية والإنسانية، وباتت الشغل الشاغل للمنظمات والمجتمعات والمؤسسات المدنية وللمختصين على اختلاف انتماءاتهم واتجاهاتهم الفكرية.

والحقيقة التي بدت ظاهرة ومعروفة لكل الأردنيين هي أن التركيبة أو البنية السكانية داخل الأردن، قد تغيرت كثيراً بسبب الحروب التي حدثت على الساحة الإقليمية بدء بالحرب العربية الإسرائيلية وحرب تحرير الكويت والحرب على العراق وانتهاءً بالحرب الدائرة الآن داخل سوريا، وأصبح الأردن مقصداً لموجات الهجرة القسرية التي نتجت عن تلك الحروب.

وقد أصبح المتغير الديموغرافي من أبرز التحديات الداخلية التي يواجهها الأردن الآن من حيث عدد السكان والتركيبة السكانية، وأهم مسبباتها الهجرات القسرية من دول الجوار وآخرها وأهمها اللجوء السوري وما نتج عنه من اختلال في الهرم السكاني، اضافة إلى ما يحتاجون إليه من توفير للموارد اللازمة خاصة المياه والطاقة، والبنى التحتية والخدمات الأساسية من صحة وتعليم حيث تشكل هذه العوامل مجتمعة عامل ضغط إضافي على الموارد الشحيحة أصلاً.

وبناءً على ما تقدم فإن الباحثة تطمح بأن تكون هذه الدراسة جهداً مضافاً إلى غيرها من البحوث والدراسات التي تناولت علاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء، في الوقت الذي يسلط فيه الضوء على واحدة من أكثر القضايا الاجتماعية التي تستحق الوقوف عندها وهي قضية اللجوء السوري إلى الأردن.

مشكلة الدراسة

يحتل الاتصال مكانة محورية في حياة البشر وفي نواحي حياتهم وأسباب رفاهيتهم وقد

أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصاً وإمكانيات جديدة في مجال التواصل، فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشاراً على شبكة الانترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الالكترونية، مما شجع متصفحي الانترنت في كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد.

تنبع مشكلة الدراسة من تساؤل يتمحور حول طبيعة العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الآراء في المجتمع، في ظل تراجع دور المواقع الإلكترونية لحساب الشبكات الاجتماعية، وقوة تأثير هذه الشبكات على جمهور المتلقين، على اعتبار أن هذه الشبكات والمواقع الاجتماعية أصبحت عامل مهم في تهيئة المتطلبات اللازمة لتشكيل هذا الرأي عن طريق تكوين الوعي في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي تتوجّه به هذه المواقع عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، تسهم بالضرورة في تشكيل الآراء.

ومن المعروف أن أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية يخضعون لمجموعة من التحولات والمتغيرات والأحداث على الأصعدة كافة، وهذه التحولات تؤثر بالضرورة على تشكيل آرائهم وقيمهم وسلوكهم، وتؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهما في ذلك. وانطلاقاً من هذه الفرضية فإن **مشكلة الدراسة تعالج إمكانية تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن الذي قد يحدث في الممارسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.**

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أنها تعتبر إحدى الدراسات الإعلامية الحديثة والتي تم دراستها وبحثها على اعتبار أن الشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي حديثة العهد، وتأمل الباحثة أن تفتح هذه الدراسة الباب واسعاً أمام الدارسين والباحثين، للخوض أكثر في مجال شبكات التواصل الاجتماعي هذه. كما تكمن أهمية هذه الدراسة في الاعتبارات التالية:

١- يؤمل أن تدفع هذه الدراسة العديد من الدارسين والباحثين لإجراء مزيد من البحوث الجديدة في هذا الميدان، من خلال ما تقدمه من أدب نظري ودراسات سابقة وأدوات بحث تم التأكد من صدقها وثباتها يمكن توظيفها واستخدامها في دراسات مستقبلية.

٢- تمثل هذه الدراسة محاولة للإسهام بتقديم إضافات معرفية أخرى في حدود هذا الموضوع ومن هنا تتضح فائدة وجدوى هذه الدراسة وأهميتها في هذه المرحلة التي تشهد تغييرا سريعا يصعب التحكم في مساره أحياناً، لذا وجب علينا الوقوف وبشكل دقيق على كل

أسباب وخصائص هذا النوع من المواقع الاجتماعية محاولين السيطرة عليه وتوجيهه لتشكيل الآراء نحو مختلف القضايا.

٣- يؤمل لهذه الدراسة أن تستفيد منها بالتحديد الجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية، وطلبة قسم الإعلام والاتصال، وكلية العلوم السياسية، والمهتمون بشبكات التواصل الاجتماعي.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى ما يلي:

١- التعرف على طبيعة العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية: الفيسبوك أنموذجا.

٢- التعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة تُعزى للمتغيرات الآتية: الجنس، العمر، سنوات الخبرة التدريسية.

أسئلة الدراسة وفرضياتها

تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

السؤال الأول: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية؟

السؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تُعزى للمتغيرات الآتية: الجنس، العمر، سنوات الخبرة التدريسية؟

مصطلحات الدراسة

المعاني الإجرائية للمصطلحات التي تم استخدامها في الدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي: هي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، من خلال شبكة الإنترنت، التي تسمح للمشترك أو المستخدم من التواصل مع الآخرين، وتقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات (العلاونة، ٢٠١٢، ص١١).

الفيسبوك: هو أحد مواقع الويب وأحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو عبارة عن شبكة اجتماعية تديره شركة « فيسبوك » وهي شركة مساهمة.

الرأي: هو نظرة محددة ينظر بها الفرد لظاهرة أو مسألة معينة، وهو مرتبط بالعقل الإنساني

وملازم له. وليس بالضرورة ناتج عن التفكير فالرأي قد يتكون بتأثير العاطفة وليس من عمل التفكير. (المعجم :عربي عامة)

الآراء: هي تلك التعبيرات العلنية والصريحة التي تعكس وجهة نظر غالبية أفراد الجماعة تجاه قضية معينة في وقت معين.

تشكيل الآراء: هي مجموعة العناصر والعوامل والمحددات التي تنتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين مجموعة معينة وتسهم في تكوين آرائهم نحو قضية محددة.

أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية: هم فئة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية. والذين يقومون بالتدريس في الجامعات الأردنية العامة والخاصة. سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً. ومن كافة التخصصات العلمية في الجامعات الأردنية. وبصرف النظر عن الفئة الاجتماعية التي ينتمون إليها.

اللاجئون: هم الأشخاص الذين تعرضوا في موطنهم الأصلي أو البلد الذي كانوا يعيشون فيه في الفترة السابقة إلى مخاطر جدية أو عانوا من الخوف الشديد لأسباب معينة. بسبب العرق أو الدين أو الجنسية أو الانتماء إلى فئة اجتماعية معينة أو الرأي السياسي. (التعريف وفقاً لقانون اللاجئين الحديث wikipedia.org)

اللاجئون السوريون: هم الاشخاص الذين قدموا من سوريا إلى الأردن خوفاً على حياتهم من الحرب الدائرة في سوريا. أو خوفا من السجن أو التعذيب.

حدود الدراسة

١- **الحدود الزمانية:** تم تطبيق الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي الجامعي ٢٠١٥ – ٢٠١٦.

٢- **الحدود المكانية:** الجامعات الأردنية العامة والخاصة والبالغ عددها (٢٣) جامعة.

٣- **الحدود البشرية:** جميع أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعات الأردنية العامة والخاصة من خلال عينة عشوائية ممثلة.

منهج الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية: الفيسبوك أنموذجاً. وكذلك بيان مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة تُعزى للمتغيرات الآتية: الجنس. العمر. سنوات الخبرة التدريسية. وبناءً على ذلك فإن هذه الدراسة تعتبر دراسة

ميدانية كون المعلومات التي تم الحصول عليها كانت مباشرة من عينة الدراسة، وهي دراسة تحليلية استنتاجية تم الاعتماد فيها بشكل كامل على المسح الميداني لمجتمع الدراسة من خلال عينتها، وذلك باستخدام استبانة تم تصميمها خصيصا لخدمة أغراض الدراسة وأسئلتها.

مجتمع الدراسة والعينة

يتكون مجتمع الدراسة من الجامعات الأردنية والبالغ عددها (٢٣) جامعة رسمية وخاصة، أما وحدة المعاينة والتحليل فقد كانت من جميع أعضاء الهيئة التدريسية في هذه الجامعات والبالغ عددهم (٨١٦٩) عضو هيئة تدريس (هيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي الأردنية، ٢٠١٥)، وقد تم اختيارهم نظراً لانسجام هذه الفئة مع متطلبات الحصول على النتائج المرجوة من هذه الدراسة. وقد تم توزيع (١٠) استبانات في كل جامعة ليبلغ عدد الاستبانات الموزعة (٢٣٠) استبانة، حرصت الباحثة على استرداد أكبر قسم منها، حيث تم اخضاع (٢٠٠) استبانة للتحليل الاحصائي وبنسبة بلغت ٨٧٪ من الاستبانات الموزعة.

أداة الدراسة

قامت الباحثة بالاطلاع على عدد من الدراسات السابقة والأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة لتصميم استبانة خطية حيث تم تقسيمها إلى قسمين، وكما يلي:

القسم الأول: وخصص للتعرف على البيانات الشخصية لأعضاء هيئة التدريس من عينة الدراسة، وتشمل (الجنس، العمر، سنوات الخبرة التدريسية).

القسم الثاني: واشتمل على بعض العبارات ذات العلاقة بالجوانب الخاصة بالتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن، واستخدمت الباحثة مقياس ثلاثي (موافق ٣ علامات، محايد علامتان، غير موافق علامة واحدة)، بعد قراءة موسعة للدراسات التي تناولت كيفية قياس العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الآراء حول هذا اللجوء، والاطلاع على بعض المراجع المتخصصة في هذا المجال.

وللتعرف على درجة التقدير، اعتمدت الباحثة المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة لتكون مؤشراً على درجة التقدير بالاعتماد على المعيار التالي في الحكم إلى تقدير المتوسطات الحسابية، وذلك بتقسيم درجات التقدير إلى ثلاثة مستويات (منخفض، متوسط، مرتفع) بالاعتماد على المعادلة التالية وهي معيار التصحيح.

الحد الأعلى للبدائل – الحد الأدنى للبدائل = ٣-١ = ٠,٦٦

عدد المستويات ٣

المدى الأول: ١ + ٠,٦٦ = ١,٦٦

المدى الثاني: ١,٦٧ + ٠,٦٦ = ٢,٣٣

المدى الثالث: ٢,٣٤+ ٠,٦٦ = ٣.

فتصبح بعد ذلك التقديرات كالتالي:

١- أقل من أو يساوي (١,٦٦) مؤشراً منخفضاً.

٢- أكبر أو يساوي (١,٦٧) وأقل من أو تساوي (٢,٣٣) مؤشراً متوسطاً.

٣- أكبر من أو تساوي (٢,٣٤) مؤشراً مرتفعاً.

صدق أداة الدراسة

يقصد بالصدق أن تكون أداة الدراسة صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، وأن تعكس ما يفترض أن تعكسه، حيث قامت الباحثة بإجراء اختبار الصدق بهدف التأكد من مصداقية أداة الدراسة والثقة في نتائجها من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين وأساتذة جامعات وخبراء مختصين بالإعلام والإحصاء للحكم على مدى صدقها الظاهري والمنطقي وعلى مدى صلاحيتها كأداة لجمع البيانات.

ثبات أداة الدراسة

وللتأكد من مدى صلاحية الاستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة فقد تم استخدام معامل (كرونباخ ألفا Cronbach–Alpha) للاتساق الداخلي لجميع مقاييس وفقرات الاستبانة وقد بلغت (٨٤,٥ ٪) وهي نسبة مناسبة وذات اعتمادية مرتفعة.

أساليب جمع البيانات

تم الاعتماد في هذه الدراسة على نوعين من مصادر المعلومات هما المصادر الأولية والمصادر الثانوية وكما يلي:

أولا: البيانات الأولية: وهي تلك البيانات التي اعتمدت عليها الباحثة من خلال تصميم استبانة جرى تطويرها لخدمة موضوع الدراسة، وقد غطت كافة الجوانب التي بُنيت عليها الأسئلة والفرضيات وتم تناولها في الإطار النظري، إذ تم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة من خلال الباحثة شخصياً.

ثانيا: البيانات الثانوية: وهي مصادر البيانات والمعلومات المتاحة التي تم جمعها من المصادر المكتبية ومن مراجعة الأدبيات السابقة، وهذه البيانات عززت الأطر والأسس العلمية لإثراء الجانب النظري لهذه الدراسة، وتتمثل في البيانات التي تم الحصول عليها من مكتبات الإعلام وعلم الاجتماع والمواد العلمية والدوريات المتخصصة والنشرات ورسائل الماجستير وأطروحات

الدكتوراه وخاصة التي تبحث في مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء، كذلك المراجع المختصة التي كتبت في موضوع هذه الدراسة.

المعالجة الإحصائية

وللإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام التحليلات الإحصائية الآتية:

١- تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية والرتبة وذلك للإجابة عن السؤال الأول، وهو يتعلق بدرجة استجابات أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية على فقرات الاستبانة ككل.

٢- تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One way Anova) لبيان الفروق ذات الدلالة الإحصائية في استجابات أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية عينة الدراسة تعزى لمتغيرات (الجنس، العمر، سنوات الخبرة التدريسية) وذلك للإجابة عن السؤال الثاني.

الدراسات السابقة

- **دراسة الدبيسي والطاهات، (٢٠١٣)، بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.** وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات. واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة، وجمع الحقائق والمعلومات، ثم تحليلها. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الآراء، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

- **دراسة منصور، (٢٠١٢)، بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني: دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي.** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف

على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني: دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وقامت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للإجابة عن أهداف البحث وأسئلته. وتمثلت عينة الدراسة في (٢٨٦) مفردة من الشباب الجامعي الأردني في جامعة اليرموك. وتوصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحاجات/ الاشباعات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر، أنثى)، في حين تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحاجات المعرفية، والوجدانية والهروب من الواقع والحاجات مجتمعة في الحاجات/ الإشباعات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير مدى الاستخدام.

- **دراسة جرار، (٢٠١٢)، بعنوان: علاقة المشاركة بموقع الفيسبوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية**، هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة المشاركة بموقع الفيسبوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية من خلال معرفة نسبة مشاركة الشباب الأردني في موقع (الفيسبوك)، ونسبة مشاركتهم من حيث الجنس ومدى تعرض الشباب المشتركين في (الفيسبوك) للموقع، ودرجة إدراك المشتركين في الموقع لتأثيره على حياتهم، واتجاهات الشباب المشتركين في الموقع نحو علاقاتهم الأسرية، وفيما إذا كان هنالك فروقاً في اتجاهات الشباب المشتركين بالموقع نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح (الاستبيان) لجمع البيانات، وتألف مجتمع الدراسة من جميع الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (١٥-٢٤ سنة) في الأردن، والبالغ عددهم (١,٣١٧,٠٧٠) شاب وشابة حسب إحصاءات دائرة الإحصاءات العامة لعام ٢٠١٠، وبحجم عينة بلغت (٣٨٤) شاب وشابة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (١٥-٢٤ سنة). وأظهرت الدراسة أن نسبة الشباب الأردني الذي لديه اشتراك في (الفيسبوك) بلغت (٧٤,٤)٪ من مجمل الشباب الأردني، وأن نسبة الذكور من الشباب الأردني الذي لديه اشتراك في الموقع كانت أكبر من نسبة مشاركة الإناث، حيث شكل الذكور (٥٦٪) من مجمل الشباب الأردني المشترك في (الفيسبوك)، وقابلته نسبة (٤٤٪) عند الإناث. وبينت النتائج أن ما يقرب من ثلاثة أرباع المشتركين يقومون بتفقد موقع (الفيس بوك) يومياً، حيث بلغت نسبتهم (٧٣,٨٪) من مجمل المشتركين. كما أظهرت أن أكثر من نصف الشباب المشترك بموقع (الفيس بوك) (٥٧,٤٪) يعتقدون أن اشتراكهم بالموقع قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، وأن هنالك فروقاً في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع (الفيسبوك) نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس. وأوصت الدراسة بضرورة تثقيف النشئ بأهمية إدارة الوقت في حياتهم، وتوضيح الآثار الخطيرة الناجمة عن إهمال توزيع اهتماماتهم على

جميع النشاطات الحياتية المطلوبة منهم، والتوعية بإمكانية حدوث إدمان على الإنترنت أو موقع (الفيسبوك)، وزيادة كفاءة الأطباء النفسيين لعلاج هذا النوع من الإدمان عن طريق عقد المؤتمرات الطبية المتخصصة في هذا الجانب، وإقامة دورات تدريبية وتشجيع الأطباء على إجراء البحوث الطبية المتعلقة بالموضوع.

- **دراسة الشمايلة، (٢٠٠٦)، بعنوان: مقياس الآثار الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الإنترنت**، هدفت الدراسة إلى بناء مقياس لآثار العلاقات الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الإنترنت، وبينت النتائج أن درجة تأثير الإنترنت سلبية وبدرجة قليلة في مجال العادات والتقاليد، والمجال الديني، ومجال الإدمان على الإنترنت، بينما كان التأثير سلبياً بدرجة متوسطة في المجال النفسي، والمجال الأخلاقي، أما المجال السياسي فكان التأثير إيجابياً بدرجة قليلة، كما كان التأثير إيجابياً وبدرجة كبيرة في المجال العلمي والثقافي. كما خلصت الدراسة إلى أن درجة التأثير كانت أكبر في جميع المجالات عند الذكور سواء في المجالات السلبية أو الإيجابية عن درجته عند الإناث.

تعليق الباحثة على الدراسات السابقة

يتضح من خلال ما تم استعراضه من دراسات سابقة مرتبطة بموضوع الدراسة، أن معظم هذه الدراسات تناولت شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام، فيما تناولت دراسة جرار، (٢٠١٢) علاقة المشاركة بموقع الفيسبوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية، وبالتالي فإنه يمكن رصد واستخلاص مجموعة من المبادئ النظرية والمنهجية والتي تتعلق بطريقة التناول والتكيف المنهجي، والنتائج التي توصلت إليها على النحو التالي:

١- يتضح من الدراسات السابقة أن الدراسات الميدانية واستخدام الاستبانة ما زال الأداة المهيمنة في معظم الدراسات الإعلامية، رغم اختلاف الدراسات وتنوع وأهدافها ومناهجها.

٢- انصب اهتمام معظم الدراسات الإعلامية التي تناولت موضوع شبكات التواصل الاجتماعي على الاهتمام بالمنهج الوصفي والتحليلي، مقابل تجاهل الاهتمام بالمناهج الأخرى مثل المنهج التجريبي ودراسة الحالة في كثير من الدراسات.

٣- يلاحظ أيضاً أن كل هذه الدراسات تمت على عينات من الشباب والطلبة الجامعيين، ولم تكن هناك دراسة واحدة اهتمت بوجهات نظر أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية، كما يلاحظ أن هنالك تباين بين بعض الدراسات بسبب الاختلاف في اختيار العينات واختلاف زمن الدراسات.

٤- وعلى الرغم من اهتمام العديد من الدراسات بكثير من المتغيرات المجتمعية مثل شبكات

التواصل الاجتماعي وآثار العلاقات الاجتماعية وغيرها، إلا أنه لم تكن هناك دراسة واحدة اهتمت ببحث التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية: الفيسبوك أنموذجاً.

٥- أشارت الدراسات السابقة إلى الإقبال المتزايد من قبل الجمهور على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصرف النظر عن السن، حيث تساعد خصائص هذه الشبكات على أن تكون أكثر وسائل الاتصال التي يستخدمها أفراد المجتمع، حيث أصبحت تشغل حيزاً كبيراً من وقت أفراد المجتمع.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

أطلعت الباحثة على ما تيسر لها من الدراسات والبحوث القريبة من موضوع الدراسة الحالية، وخاصة تلك المهتمة بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي، ولاحظت عدم وجود دراسات تقترب من دراسة شاملة لعلاقة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية، ومع ذلك فإن الباحثة استفادت من خلال الإطلاع على هذه الدراسات في جوانب أضافت أبعاداً هامة في إجراء هذه الدراسة، وفي وضع تصور عام لها والتحديد الدقيق لمشكلتها وأهدافها، حيث تطرقت مباشرة إلى دراسة الفيسبوك كأنموذج لهذه المواقع، على أساس أن كثير من الدراسات لم تتعرض إليها، ورصد أهم الجوانب المنهجية، كما ساهمت على المستوى الإجرائي في تحديد نوع العينة (أساتذة الجامعات المبحوثين)، وصياغة التساؤلات التي تعرضت لها الدراسة، فضلاً عن تصميم استبانة الدراسة الميدانية وتحويل المحاور إلى متغيرات قابلة للدراسة.

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية، وبالتالي إتاحة المجال للتعرف على هذه العلاقة، وخاصة فيما يتعلق بالجانب النظري أو الميداني من خلال جمع البيانات المتعلقة بآراء المبحوثين حول موضوعها لدى فئة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية. كما استخدمت الباحثة بعض المناهج الدراسية كالمنهج الإحصائي للتوصل إلى العلاقات ذات الدلالة الإحصائية التي تربط بين متغيرات الدراسة، كما تم استخدام عدة أدوات للبحث العلمي مثل الدراسة الميدانية، لذلك يمكن القول إن الدراسة الحالية قد تضيف جديداً للدراسات السابقة.

الإطـــار النظري

لقد أحدث التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال نوعاً من التواصل والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد، وذلك ضمن الفضاء الالكتروني الافتراضي الذي أسهم في أحداث تغييرات كبيرة في علاقات الأفراد الاجتماعية وفي أشكال التفاعل وأيضاً في أساليب التواصل، ويسمى هذا النوع من التواصل التفاعل بمواقع التواصل الاجتماعي، التي ألغت الحدود وأسهمت في تقريب المسافات بين الأفراد والشعوب والثقافات.

وقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الاشباعات ويأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر، يوتوب، وغيرها.

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشترك فيها القيام بإنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك. مواقع التواصل الاجتماعي تطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني «للويب»، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (جرار، ٢٠١٢، ص٣٧).

تستند الفكرة الأساسية للشبكات الاجتماعية على جمع البيانات عن الأعضاء المشتركين في موقع التواصل الاجتماعي، حيث يتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور ...الخ، أي أنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات، تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم (جرار، ٢٠١٢، ص٣٨).

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

لقد تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي واختلفت المفاهيم المقدمة حولها من باحث إلى آخر، ولكن اتفقت على أن هذه المواقع هي برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت وبشكل يتيح للأفراد إمكانية الاتصال ببعضهم البعض ولأسباب متعددة ومتنوعة، فمواقع التواصل الاجتماعي مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف

سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.

يشير مصطلح التواصل الاجتماعي إلى عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت (المقدادي، ٢٠١٣، ص٢٤).

ويعرف (منصور، ٢٠١٢، ص٢) مواقع التواصل الاجتماعي، بأنها «خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع اكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم بإحدى الاشتراكات الفكرية أو غيرها، وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى بلاد العالم».

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمتصفحيها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الالكترونية، وإجراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي : «الفيسبوك» «تويتر» ، وموقع مقاطع الفيديو «اليوتيوب». فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث (المنصور، ٢٠١٢، ص١٢).

كذلك تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تلك المنظومة التي تضم مجموعة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها (راضي، ٢٠٠٣، ص٢٣).

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا بأنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة على الشبكات الاجتماعية التفاعلية التي تتيح إمكانية التواصل بين مستخدمي هذه الشبكات في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم يمكن أن يتواجدوا به، وقد أدى ظهور شبكة الانترنت إلى تمكين المستخدمين أيضاً من التفاعل والتواصل بشكل مرئي وصوتي ويتيح أيضاً إمكانية تبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم (الدليمي، ٢٠١١، ص١٨٣).

الفيسبوك

الفيسبوك هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزّز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى ، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين. وقد أسس هذا الموقع «مارك زاكربيرج» عام ٢٠٠٤ وهو احد طلبة هارفارد – الذي أصبح فيما بعد يعد اصغر ملياردير في العالم – وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، وليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمدها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، وقد وصل عدد مشتركيه في عام ٢٠١٤ إلى قرابة نصف مليار مشترك، وليصبح مستقبلا اكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض (المنصور، ٢٠١٢، ص١٨).

تشكيل الرأي العام

يمثل الرأي العام غالبية آراء أفراد أو جمهور ما، ويتأثر الرأي العام بمجموعة من العناصر والعوامل والمحددات التي تسهم في تكوينه، وهذه العوامل كثيرة ومتشابكة، كما أنها تتفاعل مع بعضها بعضاً تفاعلاً ديناميكياً (حركيا)، بمعنى أن كل عنصر منها يؤثر في الآخر ويتأثر به؛ فالإنسان في المجتمع يتأثر بالأسرة، والدين، والعادات والتقاليد والقيم، والمؤسسات التعليمية، والنظام السياسي السائد في الدولة، والأهل والأصدقاء والأقران، ووسائل الاتصال، والجماعات كالنقابات والأحزاب السياسية والهيئات، فمن خلال هذه القنوات الكثيرة والمتشعبة تمر التأثيرات المختلفة كل يوم، لكي تتكون اتجاهات الرأي العام، ومن الصعب فهم الرأي العام في أمة من الأمم، ما لم يؤخذ في الاعتبار تلك القوى المادية والاجتماعية التي تشكل شخصية الأمة، وتسهم في تكوين الفرد لمعتقداته وتشكيل اتجاهاته (الدبيسي والطاهات، ٢٠١٣، ص٧٣).

أما مراحل تشكيل الرأي العام فهناك من علماء الإعلام والاتصال من يرى أن وسائل

الاتصال الجماهيرية تودي أدواراً مهمة في بلورة الرأي العام حيث يعرضون أربع مراحل لتكوين الرأي العام هي: (خورشيد، ٢٠١٣، ص١٦٣)

١- مرحلة البزوغ إذ تظهر القضية لأول مرة.
٢- مرحلة تعريف الصراع وتشخيصه.
٣- مرحلة التعريف العام بالصراع للناس.
٤- وصول القضية إلى دائرة صنع القرار.

ويتفق معظم الباحثين على أن تشكيل الآراء تكون بناءً على التفاعل بين جماعات من الأفراد حول قضية خلافية، وهو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ما، ذات أهمية بالنسبة لها بعد مناقشات وافية، وهذا الحكم يتسم بصبغة اجتماعية، باعتباره حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف للأفراد والجماعات تتصل اتصالا مباشراً بالعوامل الحضارية والثقافية والدينية، إزاء شأن يمس النسق الاجتماعي، كأفراد وتنظيمات ونظم. وتؤثر في تشكيل الآراء عمليات الاتصال، تأثيراً نسبياً أو كلياً في الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي والوطني والقومي والدولي، كما تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دوراً بالغ الأهمية والخطورة في تشكيل الآراء، وفي تعبئة الجماعات، وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا، أو غير متجانسة ديموغرافياً، وقد زادت التطورات التكنولوجية الهائلة من قدرة هذه الشبكات في تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير، وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة (الدبيسي والطاهات، ٢٠١٣، ص٧٤).

اللجوء السوري وأثره على القطاعات التنموية في الأردن

أدى وجود ما يقارب ٢,٩ مليون نسمة من غير الأردنيين منهم ١,٣ مليون سوري إلى ارتفاعٍ كبيرٍ في معدلات النمو السكاني في الأردن، كما أدى تدفق اللاجئين السورين وبشكل متزايد الى مزيد من الاعباء على التقدم الاقتصادي في الأردن من حيث التضخم في أسعار المواد الغذائية والوقود والإيجارات، وانخفاض في نمو الناتج المحلي الإجمالي بنسبة تقدر بـ ٢٪ وانخفاض في الاستثمار الأجنبي المباشر، وزيادة في العجز التجاري والعجز في الميزانية والدين العام، وزيادة كذلك في عدد الأشخاص تحت خط الفقر، وإجهاد البنية التحتية للخدمات، وخاصة المدارس والمستشفيات والصرف الصحي ونظام المياه، اضافة الى تأثيرات على الجوانب الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها. (Government Of Jordan and United Nation, 2013.)

ففي مجال التعليم فقد تجاوز عدد الطلاب السوريين المسجلين في المدارس في العام الدراسي ٢٠١٣/ ٢٠١٤ ١٢٠٠٠٠ طفل سوري لاجئ، فازداد الاكتظاظ في الصفوف بشكل

واضح ولجأت العديد من المدارس إلى استخدام نظام الفترتين الصباحية والمسائية لمواجهة الاعداد الكبيرة من الطلاب.

اما في مجال الصحة فقد أدت الأزمة السورية الى زيادة الطلب على الخدمات الصحية، وانخفاض مستوى جودة الخدمات الصحية، وإلى زيادة انتشار الأمراض التي كانت قد اختفت سابقتا مثل السل والملاريا، وازدياد الطلب على اللقاحات والادوية الأمر الذي أدى الى استنزاف مخزون وزارة الصحة.

وفي مجال الإسكان فقد سبب تدفق اللاجئين السورين الى عدم مواءمة العرض والطلب في سوق الإسكان، حيث تم استنفاذ المتوفر من الإسكان، مما أدى إلى زيادة في أسعار الإيجارات في شمال الأردن، في حين أن ١٧٪ من اللاجئين يقيمون في مخيمات.

وفي مجال المعيشة والتشغيل فقد أثر تدفق اللاجئين سلباً على الأردنيين الأكثر ضعفاً في شمال الأردن، وخاصة في محافظات عمان، المفرق، اربد والزرقاء، الأمر الذي أدى الى ازدياد مستمر في عدد الأسر الفقيرة، وانخفاض فرص الحصول على الخدمات، وحرمان العمال الأردنيين من العمل في عدد من القطاعات.

وتشير دراسة أثر تدفق اللاجئين السوريين على سوق العمل الاردني الى ان التقديرات الاولية للعمالة السورية في استحواذها لفرص العمل وصلت الى ما يزيد عن ١٤٣ الف فرصة عمل في مختلف القطاعات الاقتصادية وخاصة القطاعات الاقتصادية غير المنظمة. (المجلس الاقتصادي والاجتماعي،)٢٠١٥

وفي مجال الخدمات البلدية فإن البلديات لا تملك القدرة على تلبية أولويات تقديم الخدمات والتنمية؛ المفرق وإربد وعمان هي الأكثر تأثراً بتدفق اللاجئين، وقد أصبحت خدمات التخلص من النفايات الصلبة، والتي كانت تعمل بأقصى طاقتها قبل الأزمة، تتحمل فوق طاقتها، حيث تعاني ٣٦ بدية في اربد والزرقاء والمفرق بشكل سلبي من تأثر البنية التحتية العامة وصيانة الطرق بسبب الزيادة المفاجئة في عدد السكان. (وزارة التخطيط والتعاون الدولي، ٢٠١٥)

وفي مجال الحماية الاجتماعية فقد تبين أن غالبية اللاجئين السوريين هم من الفئات الضعيفة، أي النساء والأطفال، وان نسبة ٧٪ من الحالات التي نظرت فيها إدارة حماية الأسرة واللاجئين عام ٢٠١٣ كانت من اللاجئين السوريين، اضافة الى تحويل الخدمات الاجتماعية من الأردنيين الفقراء إلى اللاجئين السوريين. كما أشارت بعض الاحصائيات الى ان عدد القضايا الخاصة بالسوريين قد ارتفع بنسبة ١٣٢٪ ما بين العامين ٢٠١١-٢٠١٤.(وزارة التخطيط والتعاون الدولي، ٢٠١٥)

كما اظهرت دراسة أثر تدفق اللاجئين السوريين على سوق العمل الاردني بأن وجود السوريين في المجتمعات المحلية قد أثر على العديد من النواحي الاجتماعية والامنية فقد اكد ما نسبته

(٩١,١٪) من حجم العينة بان وجود السوريين قد ادى الى ظهور ظاهرة التسول في الشوارع والاماكن العامة وانتشار المخدرات ووجود ظاهرة الزواج المبكر وقد تعدى الموضوع الى خلق حالة من عدم الاستقرار بين السوريين والاردنيين داخل المجتمعات حيث يرى عدد كبير من الأردنيون بان اللاجئ السوري جاء الى الاردن وزاحمه في لقمة العيش والمساعدات وساهم في رفع اسعار السلع. (المجلس الاقتصادي والاجتماعي، ٢٠١٥)

وفي مجال المياه والصرف الصحي، يعتبر الأردن ثاني افقر دولة في العالم من حيث المياه فقد شهدت المحافظات الشمالية انخفاض نصيب الفرد من المياه وزيادة الضغط على أنظمة الصرف الصحي بسبب تدفق السوريين، وفي العديد من المناطق في الأردن، حيث ازداد الطلب على المياه بنسبة ١٧٪، ويتم تزويد حوالي ١٠٠ الف لاجئ بـ ٣٥ لتر/ شخص يوميا وهو ما يعد أقل بكثير من المستويات القياسية.

الإسناد النظري للدراسة

اعتمدت الباحثة على النظريات الإعلامية التي تشرح كيف يمكن استخدام وسائل الإعلام للتأثير في تشكيل الآراء: الفيسبوك أنموذجا، وهذه النظريات هي: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الاستخدامات والإشباعات.

أولا: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تتصدر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Media نظريات التأثير الإعلامي في هذا النوع من الدراسات، ولا شك أن الفرضية الرئيسة لهذه النظرية تقدم تفسيرا علميًّا قويًّا لمناسبة تطبيقها على إعلام الأزمات، إذ تفترض هذه النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام (ميليفين، وساندرا، ٢٠٠٣، ص٤١٤)

وتقوم علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما: (مكاوي، حسن عماد وسليمان، محمود، ١٩٩٨، ص ٣١٤).

الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من اجل بلوغ أهدافهم.

ووفقاً لهذه النظرية فإن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:
١- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات.
٢- التوجيه: مثل الحصول على دلالات حول كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
٣- التسلية: سواء التسلية المنعزلة لكل فرد على حدا، أو التسلية الاجتماعية تلك التي تكون مع الجماعات (مكاوي، حسن عماد وسليمان، محمود، ١٩٩٨، ص ٣٢٠).
وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال. والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع، ويشمل هذا أيضاً ما تعلمناه من وسائل الاتصال، كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال. (إسماعيل، ٢٠٠٣ ص ٢٧٨)

ثانيا: نظرية الاستخدامات والإشباعات

يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات أهم مداخل دراسة جمهور الوسيلة الاتصالية، إذ من خلاله يتم التعرف على أهداف الاستخدام وأنماطه وأساليبه وعلى خلفيات الجمهور وخصائصه ومدى ارتباطه بالوسيلة، ويعد هذا المدخل ذو ارتباط وثيق بعملية التعرض الانتقائي(ميليفين، وساندرا، ٢٠٠٣، ص٤١٧).
وظهرت نظرية الاستخدامات والإشباعات عام ١٩٥٩على يد (إلياهو كاتز)، لتشكل منحنى جديدا في نظرة منظري الإعلام للعملية الإعلامية برمتها، حيث حولت الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتفى المفهوم الذي كان سائدا قبلها والمتمثل بالتسليم شبه المطلق بقوة وسائل الإعلام، حيث كان الاعتقاد بأن متابعة الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقا للتعود على الوسيلة الإعلامية وليس لأسباب منطقية (العبد، ٢٠٠٥، ص١٨. نقلا عن جرار ٢٠١٢).
فجاءت هذه النظرية برؤية مختلفة تتمثل في إدراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، حيث يختار جمهور المتلقين الوسيلة الإعلامية والمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها بناء على عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها : الخلفيات الثقافية، والذوق الشخصي للفرد، وأسلوب الحياة، والسن، والجنس، ومقدار الدخل، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، وغيرها (Werner and James, ١٩٩٢, ص ٢٥٠. نقلا عن جرار).
واستناداً إلى فروض هذه النظرية فإن الجمهور المتلقي يقوم باختيار المادة الإعلامية التي يرى أنها تشبع احتياجه، ومن ثم يتم اختيار الوسائل أو الرسائل الإعلامية التي تشبع تلك

الاحتياجات، حيث يمكن الاستدلال على المستوى والمعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وليس من خلال مضمون الرسالة الإعلامية التي تؤديها هذه الوسائل (الكامل، ٢٠٠١، ص٨٨)، كما تشير هذه النظرية إلى إمكانية تحقيق إشباعات متفاوتة لدى فئات من الجمهور في المضمون الإعلامي الواحد (فهمي، ١٩٩٧، ص ١٢١– ١٢٣)، ولعل أقرب مثال على هذه الإشارة أن الدخول إلى موقع (الفيس بوك) قد يشكل مادة تعليمية للبعض، ومادة ترفيهية بالنسبة لبعض آخر، ومادة للتعارف وتكوين صداقات جديدة عند آخرين، حيث يتوقف الأمر على نوع الإشباعات التي يحققها التعرض بالنسبة للمتلقي.

نتائج الدراسة الميدانية

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

وينص هذا السؤال على انه: **ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية؟**

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية، والجدول (١) يبين تقديرات العينة والتي كانت على النحو التالي:

الجدول (١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة والدرجة لفقرات الاستبانة مرتبة تنازلياً

الرتبة	ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
2	١	يتم عرض الأفكار ووجهات النظر المختلفة حول اللجوء السوري إلى الأردن على الفيسبوك	2.5850	.58694	مرتفعة
9	٢	يركز الفيسبوك في تغطيته على سبب أو جانب واحد من جوانب اللجوء السوري إلى الأردن	2.2000	.68729	متوسطة
17	٣	يعرض الفيسبوك الأسباب والجوانب المختلفة المتعلقة باللجوء السوري إلى الأردن	1.8800	.75395	متوسطة
4	٤	يبتعد الفيسبوك عن المفردات وكلمات التأييد أو المعارضة للجوء السوري إلى الأردن	2.3600	.68023	مرتفعة

الرتبة	ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
١١	٥	يقدم الفيسبوك وجهة نظر متوازنة لأسباب اللجوء السوري إلى الأردن والنتائج المترتبة عليه	٢,٠٤٠٠	٦٧٨٧٥.	متوسطة
٨	٦	يقدم الفيسبوك معلومات وبيانات صادقة في تغطية اللجوء السوري إلى الأردن	٢,٢٦٥٠	٦٥٣٣٨.	متوسطة
١٥	٧	يتم عرض الحقائق عن اللجوء السوري إلى الأردن ونشرها على الفيسبوك	١,٩٥٠٠	٦٧٨٠٨.	متوسطة
١٩	٨	مصادر المعلومات المتوفرة في الفيسبوك حول اللجوء السوري إلى الأردن موثوقة	١,٧٦٠٠	٦٧٤٢٩.	متوسطة
١٣	٩	يتم على الفيسبوك تفسير وتحليل الجوانب المتعلقة باللجوء السوري إلى الأردن وعرض نتائجه	١,٩٧٠٠	٧٢٩٢٢.	متوسطة
٣	١٠	التغطية المقدمة على الفيسبوك حول اللجوء السوري إلى الأردن حيادية وليست متحيزة أو متحزبة لجهة ما	٢,٥١٠٠	٦٨٧٢١.	مرتفعة
١٨	١١	يتم تغطية اللجوء السوري إلى الأردن على الفيسبوك بتوازن	١,٨٤٥٠	٦٨٠٦٦.	متوسطة
١٠	١٢	ترجع المعلومات والبيانات في الفيسبوك حول اللجوء السوري إلى الأردن لمصادرها الأصلية	٢,١٣٠٠	٧٢٥٠٧.	متوسطة
١٤	١٣	هناك مشاركة تفاعلية أثناء تغطية اللجوء السوري إلى الأردن على الفيسبوك	١,٩٦٥٠	٦٦٠٢٧.	متوسطة
٢٠	١٤	يتم استخدام صور مباشرة من واقع اللجوء السوري إلى الأردن على الفيسبوك	١,٧٠٠٠	.٦٩٤٥٦	متوسطة
١٦	١٥	يعيد الفيسبوك ذكر كل ما يتعلق باللجوء السوري إلى الأردن لأبقى على تواصل معه	١,٩٣٠٠	.٦٦١٢٨	متوسطة
٧	١٦	يقدم الفيسبوك معلومات وافيه وشاملة عن التغيرات التي تحدث حول اللجوء السوري إلى الأردن	٢,٢٦٥١	.٦٣٧٨٢	متوسطة
١٢	١٧	يسهم الفيسبوك بترتيب اهتماماتي وتحديد أولياتي نحو أي القضايا الخاصة باللجوء السوري إلى الأردن أكثر أهمية	٢,٠٢٠٠	.٧٢٢٦٤	متوسطة

الرتبة	ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
٦	١٨	يساعدني الفيسبوك على اتخاذ موقف محدد تجاه اللجوء السوري إلى الأردن	٢.٣٤٠٠	٦٧٥٧٨.	مرتفعة
٥	١٩	يسهم الفيسبوك في إبراز الحقائق وتشكيل الأجندة حول اللجوء السوري إلى الأردن	٢,٣٥٠٠	٦٧٠٦٣.	مرتفعة
١	٢٠	يغطي الفيسبوك كافة الأحداث الجارية حول اللجوء السوري إلى الأردن	٢,٧١٥٠	٥١٤٨٨.	مرتفعة
الدرجة الكلية لفقرات الاستبانة			**2.1164**	**متوسطة**	

يبين الجدول (١) أن المتوسط الحسابي لفقرات الاستبانة قد بلغ (٢,١١٦٤)، وبدرجة متوسطة. وهذا المتوسط يعبر عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية من وجهة نظر العينة. وقد تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات هذا المحور ما بين (٢,٧١٥٠-١,٧٠٠٠)، وأن أهم فقرة من وجهة نظر العينة كانت تلك الواردة في الفقرة (٢٠) حيث جاءت في المرتبة الأولى وتنص على أنه «يغطي الفيسبوك كافة الأحداث الجارية حول اللجوء السوري إلى الأردن" وبمتوسط حسابي بلغ (٢,٧١٥٠)، وبانحراف معياري بلغ (٥١٤٨٨.)، وبدرجة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة (١٤) بالمرتبة الأخيرة وتنص على أنه « يتم استخدام صور مباشرة من واقع اللجوء السوري إلى الأردن على الفيسبوك « وبمتوسط حسابي (١,٧٠٠٠)، وبانحراف معياري بلغ (٦٩٤٥٦.)، وبدرجة متوسطة من الأهمية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

وينص هذا السؤال على أنه: **هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تعزى للمتغيرات الآتية: الجنس، العمر، سنوات الخبرة التدريسية؟** وللتعرف على مدى وجود فروق في استجابات عينة الدراسة، فقد تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One way Anova)، حيث تنص قاعدة القرار على قبول الفرضية العدمية ورفض الفرضية البديلة إذا كانت قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية ومستوى المعنوية .Sig اكبر من ٠٥. والجداول التالية (٢) و (٣) و(٤) تبين النتائج التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية:

١- الجنس

الجدول (٢)

نتائج تحليل التباين (One way Anova) للفروق في استجابات أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية وفقاً لمتغير الجنس

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنويةSig
الجنس	بين المجموعات	.٠٠٤	١	.٠٠٤	.٠٥٢	٣,٩٢	.٨١٩
	داخل المجموعات	١٦,٨٦٨	١٩٨	.٠٨٥			
	التباين الكلي	١٦,٨٧٢	١٩٩				

يتبين من البيانات الواردة بالجدول (٢) أن قيمة F المحسوبة هي (.٠٥٢) وقيمتها الجدولية (٣,٩٢) وبالمقارنة بينهما يتضح أن قيمة F المحسوبة اقل من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة اقل من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني أنه " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تُعزى لمتغير الجنس"، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية (.٨١٩) وهي أكبر من ٠,٠٥ .

٢- العمر

الجدول (٣)

نتائج تحليل التباين (One way Anova) للفروق في استجابات أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية وفقاً لمتغير العمر

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحريةdf	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنويةSig
العمر	بين المجموعات	٢,٠٥٩	٢	١,٠٢٩	١٣,٦٨	٣,٩٢	.٠٠٠
	داخل المجموعات	١٤,٨١٤	١٩٧	.٠٧٥			
	التباين الكلي	١٦,٨٧٢	١٩٩				

يتبين من البيانات الواردة بالجدول (٣) أن قيمة F المحسوبة هي (١٣,٦٨) وقيمتها الجدولية (٣,٩٢) وبالمقارنة بينهما يتضح أن قيمة F المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة اقل من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تُعزى لمتغير العمر"، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية (٠٠٠.) وهي أكبر من٠,٠٥ .

٣- سنوات الخبرة

الجدول (٤)

نتائج تحليل التباين (One way Anova) للفروق في استجابات أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية وفقاً لمتغير سنوات الخبرة التدريسية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig
سنوات الخبرة التدريسية	بين المجموعات	.١٦٠	٢	.٠٨٠	.٩٤٤	٣,٩٢	.٣٩١
	داخل المجموعات	١٦,٧١٢	١٩٧	.٠٨٥			
	التباين الكلي	١٦,٨٧٢	١٩٩				

يتبين من البيانات الواردة بالجدول (٤) أن قيمة F المحسوبة هي (.٩٤٤) وقيمتها الجدولية (٣,٩٢) وبالمقارنة بينهما يتضح أن قيمة F المحسوبة اقل من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة اقل من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني أنه " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تُعزى لمتغير سنوات الخبرة التدريسية"، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية (.٣٩١) وهي أكبر من٠,٠٥ .

النتائج

سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية: الفيسبوك أنموذجا، إذ استندت في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل

الإعلام ونظرية الاستخدامات والإشباعات، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها فيما يلي:

أولا: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الأول أن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية كانت بدرجة مرتفعة. وقد بلغ المتوسط الحسابي لفقرات الاستبانة (٢,١١٦٤). وهذا المتوسط يعبر عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية. وجاءت في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على أنه «الفيسبوك يغطي كافة الأحداث الجارية حول اللجوء السوري إلى الأردن" وبمتوسط حسابي بلغ (٢,٧١٥٠)، وبدرجة مرتفعة، بينما جاءت الأخيرة الفقرة التي تنص على أنه « يتم استخدام صور مباشرة من واقع اللجوء السوري إلى الأردن على الفيسبوك « وبمتوسط حسابي (١,٧٠٠٠)، وبانحراف معياري بلغ (٦٩٤٥٦.)، وبدرجة متوسطة من الأهمية.

وهذه النتائج تؤكد أن لهذه المواقع دوراً في تغطية كافة الأحداث الجارية حول هذا اللجوء، وأنه يتم عرض الأفكار ووجهات النظر المختلفة حوله على الفيسبوك. كذلك تبين أن التغطية المقدمة حول اللجوء السوري إلى الأردن على الفيسبوك حيادية وليست متحيزة أو متحزبة لجهة ما، وتبين أن الفيسبوك يبتعد عن المفردات وكلمات التأييد أو المعارضة للجوء السوري إلى الأردن ويسهم في إبراز الحقائق وتشكيل الأجندة واتخاذ موقف محدد تجاه حول هذا اللجوء.

وترى الباحثة أن دور شبكات التواصل الاجتماعي ومنها الفيسبوك في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن لم يعد بالإمكان إغفاله أو التقليل من شأنه، وذلك لما توفره هذه الشبكات من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعارف ومعلومات مفيدة ومتنوعة حول اللجوء السوري، إضافة إلى أنها تتيح المجال لتبادل الآراء والتعليقات والردود المتعلقة باللجوء السوري.

ثانيا: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني ما يلي:

١- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تُعزى لمتغير الجنس. وتبين أن قيمة F المحسوبة هي (٠٥٢.) وهي اقل من القيمة الجدولية وان مستوى المعنوية بلغ (٨١٩.) وهي أكبر من ٠,٠٥.

٢- وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تُعزى لمتغير العمر. وتبين أن قيمة F المحسوبة هي (١٣,٦٨)

وهي اكبر من القيمة الجدولية وان مستوى المعنوية (٠٠٠.) وهي أكبر من٠,٠٥ .

٣- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية تُعزى لمتغير سنوات الخبرة التدريسية. وتبين أن قيمة F المحسوبة هي (٩٤٤.) وهي اقل من القيمة الجدولية وان مستوى المعنوية (٣٩١.) كان أكبر من٠,٠٥ .

التوصيات

توصي الباحثة بما يلي:

١- ضرورة إدراك الجهات المعنية بالتعامل مع ملف اللاجئين السوريين في الأردن لأهمية الموضوعات والقضايا التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعي وأن تقدم معلومات موثوقة المصادر عن تلك القضايا وإرجاعها لمصادرها. لدورها الهام في تشكيل الآراء حول اللجوء السوري إلى الأردن.

٢- أن تطرح الجهات المعنية بالتعامل مع ملف اللاجئين السوريين في الأردن وعبر مواقع التواصل الاجتماعي القضايا التي تهم كافة شرائح المجتمع بمضمون يمتاز بعنصر الإقناع والقبول وقادر على إشباع حاجاتهم ورغباتهم كونها من العوامل المحددة في تشكيل الآراء نحو اللجوء السوري إلى الأردن.

٣- القيام بدراسات متخصصة ومعمقة ومستمرة لفهم كيفية تشكيل الآراء لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية حول اللجوء السوري إلى الأردن لمعرفة أوجه الخلل والقصور فيها.

٤- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث وبشكل دوري لتقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء حول مختلف القضايا نظراً للتطور والتغير السريع لمثل هذه المواقع.

قائمة المراجع

- أبو عرجة، تيسير أحمد، (٢٠١٠). **دراسات في الصحافة والإعلام**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
- إسماعيل، محمود حسن، (٢٠٠٣)، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط ١.
- بازرعة، محمود صادق، (٢٠٠٦)، **بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية**، مكتبة العبيكان، الرياض.
- جرار، ليلى احمد، (٢٠١٢)، **الفيسبوك والشباب العربي**، مكتبة الفلاح، عمان، الأردن.
- خورشيد، كامل، (٢٠١٣)، **مدخل إلى الرأي العام**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الدبيسي، عبدالكريم علي، والطاهات، زهير ياسين، (٢٠١٣)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء لدى طلبة الجامعات الأردنية، **دراسات**، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ١، العدد ٤.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، (٢٠١٠)، **فن تحرير الإعلامي المعاصر**، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، (٢٠١١)، **الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- فهمي، أماني (١٩٩٧). «**دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية**». المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني. القاهرة.
- العبد، نهى عاطف (٢٠٠٥) **أطفالنا والقنوات الفضائية**. الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام. دراسة ميدانية .القاهرة.
- راضي، زاهر، (٢٠٠٣)، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، **مجلة التربية**، العدد ١٥، جامعة عمان الأهلية، عمان.
- الشمايلة، إيمان أمين (٢٠٠٦)، **مقياس الآثار الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الإنترنت**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة مؤتة، الكرك، المملكة الأردنية الهاشمية.
- العلاونة، حاتم سليم، (٢٠١٢)، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري: «دراسة ميدانية على النقابيين في إربد «**، ورقة مقدمة للمؤتمر

العلمي السابع عشر المنعقد، خلال تشرين الثاني ٢٠١٢ م، بعنوان « ثقافة التغيير»، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن.

- الكامل، فرج (٢٠٠١). **بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجراؤها وتحليلها**. القاهرة: دار النشر للجامعات.

- المجلس الاقتصادي والاجتماعي، (٢٠١٥)، اثر تدفق اللاجئين السوريين على سوق العمل الاردني.

- المقدادي، خالد غسان يوسف، (٢٠١٣)، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر، عمان، الأردن.

- مكاوي، حسن عماد وسليمان، محمود، (١٩٩٨)، **تكنولوجيا الاتصال والمعلومات**، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، مصر.

- المنصور، محمد، (٢٠١٢)، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين**»، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية، الدنمارك.

- منصور، تحسين منصور رشيد، (٢٠١٢)، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني: دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي**، ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، بعنوان: «الإعلام الجديد. التحديات النظرية والتطبيقية»، المنعقد في جامعة الملك سعود- الرياض، خلال الفترة ٢٢-٢٤ جمادى الأولى ١٤٣٣ هـ الموافق ١٤-١٥ أبريل ٢٠١٢.

- ميليفين ل. ديفلير، وساندرا بول روكيتش، (٢٠٠٣). **نظريات وسائل الإعلام**. ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.

- وزارة التخطيط والتعاون الدولي، (٢٠١٥)، خطة الاستجابة الأردنية للازمة السورية، الملخص التنفيذي.

- Government Of Jordan and United Nation-Host Community Support Platform, "Needs Assessment Review pf the Impact of the Syrian Crisis on Jordan", November 2013.

- Wemer, Sevrin and James , W. (1992). **Communication Theories: Origins , methods and uses in the media**, New York: Hastings House Publishers.

- https:// ar.wikipedia.org

- http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B1%D8%A3%D9%8A/

أو ما يصطلح على تسميته في وسائل الإعلام بإرهاب الطرقات ، هذه الظاهرة التي استفحلت في الجزائر بفعل ازدياد عدد المركبات وتنوعها وكذا توسع شبكة الطرقات السريعة مما ادى الى استعمال السرعة المفرطة من طرف السائقين وهي حسب الإحصائيات العامل الرئيسي في حوادث المرور .

وتحاول هذه الدراسة التعرض في شقها النظري الى طبيعة الحملات التوعوية والتحسيسية التي تستعمل في وسائل الإعلام واستعراض الإستاجية المنتهجة في تصميم وتنفيذ وتقييم هذه الحملات ، ثم اسقاط هذا الجانب على الواقع من خلال دراسة اتجاهات سائقي المركبات نحو التعرض لهذه الحملات الإعلامية المرورية وما هي الوسيلة الأكثر فعالية في التأثير .

الكلمات الدالة

وسائل الإعلام - حوادث المرور - الحملات الإعلامية - التوعية والتحسيس - السلامة المرورية - الرسالة الإعلامية

حاجتنا الى المعرفة كفعل تراكمي

د. الصادق رابح[١]*

قد لا نجانب الصواب إذا قلنا أن المعرفة فعل تراكمي يتأسس على المجهود الجماعي المتفاعل. إن هذه ليست مقولة دوغمائية تتعالى على الواقع لتأسس لواقع مفارق، بل هي مقولة خارجة من رحم الحياة نفسها القائم على مفهوم التدافع؛ إنها فلسفة حياتية تمثلتها الكثير من المجتمعات وسعت الى تجسيدها في واقعها، فكثرت فتوحاتها المتعددة، وربما شطحاتها كما يقول البعض. وقد حصل لها هذا بفضل تثمينها وتعظيمها للجهد المعرفي المتكامل والتراكمي كآلية لارتياد آفاق لم تعرفها من قبل. وإذا كان الأمر كذلك عند الكثير من الأمم الناهضة، فإننا في العالم العربي نفتقد الى هذه الرؤية ليس كوعي نظري يتكئ على لغة خطابية تخفي أكثر مما تظهر، ربما، ولكن كممارسة تحتفي بالعقل الجماعي الفاعل باعتباره أداتنا في مغادرة الهامش والعودة الى داخل التاريخ والفاعلية الحضارية. وليس هناك مدخلا «للعودة» أفضل من المدخل المعرفي، ولكن دون ذلك صعاب يمكن تذليلها وتجاوزها بالجهد الجماعي التراكمي.

لا نريد أن يكون حديثنا هنا حديثا نوستالجيا أو ميالا الى سجل التأسف والحسرة، ولا جلدا للذات، بل نريده أن يكون حديثا كشفيا يصلنا بالآفاق الرحبة التي نتطلع إليها. ولكن (وهذه يسميها البعض هادمة القصور) قبل ذلك، علينا أن نتمثل واقع فضائنا البحثي والمعرفي والأكاديمي ونعيه بكل أبعاده، ليس من باب جلد الذات كما قلنا من قبل، ولكن من باب فقه الواقع وأن الوعي بالمشكلة جزء من حلها. وإذا أردنا أن نكون أكثر تخصيصا، وعلى اعتبار رحابة الفضاء البحثي العربي وتعدد إشكالياته، فإن الذي يعنينا هنا هو الفضاء البحثي في مجال علوم الإعلام والاتصال أو الدراسات الإعلامية العربية. إن الحركية المتسارعة التي يعرفها الفضاء الإعلامي عالميا وعربيا والطفرات التكنولوجية الكبيرة والمتلاحقة تشكل رهانات وإشكاليات تسائل الباحث العربي في الدراسات الإعلامية، وبما أنها ذات طبيعة معقدة ومتداخلة، فليس هناك أفضل في مقاربتها من خلال مجهود معرفي جماعي فاعل وتراكمي يكمّل بعضه بعضا.

١- *عميد الإعلام، كلية الإمارات للتكنولوجيا، الإمارات العربية المتحدة.

وإذا كنا نسلم بتعدد المسارات والرؤى، فليس هنا أفضل من فضاء إلكتروني يكون أداة الباحثين العرب في علوم الإعلام والاتصال للإلتقاء والتقاسم والاغتناء المتبادل، على اعتبار أن الانترنت خلّصت التواصل من إكراهات الجغرافيا.

وإذا كنا لا نذيع سرا إذا قلنا أن الفضاء البحثي في علوم الإعلام والاتصال يحكمه، التشتّت، وغياب التّنسيق، والتّفاعل، والتّكامل بين فاعليه، فإننا نؤمن أن إيجابية الرؤية تقتضي أن نتجاوز لغة التّحسر وجلد الذات الى فعل أكثر تطلعا. فقد تبنّى القائمون على الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال مبدأ «بدل أن تلعن الظلام، أنر شمعة.» وعليه فقد خرجت الرابطة من رحم هذا التصور، والتي، والحق يقال، وجدت صدى طيبا وترحابا جعلها ترفع من سقف طموحاتها. وليس أدل على ذلك من هذا القَبول والاحتفاء الذين وجدتهما الرابطة عند باحثي ودارسي علوم الإعلام والاتصال على تعدد مشاربهم ورؤاهم ومقارباتهم؛ وهو ما يدفع الى القطيعة مع بعض الخطابات التثبيطية التي تختزل واقع الفضاء البحثي الإعلامي في صحراء قاحلة لا نبت فيها.