وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر – بسكرة –

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي

دراسة تحليلية على عينة من الصفحات الالكترونية الإخبارية على الفيسبوك.

أطروحة نهاية الدراسة لنيل شهادة دكتوراه (L. M. D) في علوم الإعلام والاتصال

تخصص:صحافة مكتوبة

إعداد الطالب:

وليد شايب الدراع

إشراف الدكتورة:

سعاد سراي

أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة	الجامعة الأصلية
مختار فرزولي	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة محمد خيضر- بسكرة
سعاد سراي	أستاذ محاضر أ	مشرفا و مقررا	جامعة محمد خيضر- بسكرة
رمضان الخامسة	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة محمد خيضر- بسكرة
نعيمة براردي	أستاذ تعليم عالي	عضوا مناقشا	جامعة محمد بوضياف- المسيلة
مريم ناريمان نومار	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة الحاج لخضر- باتنة

السنة الجامعية : 2023/2022.

(إبراهيم بن سيّار النظّام)

العلمُ شيءٌ لا يعطيك

بعضَه حتى تعطيه كلَّك

Knowledge is something that will not

give you even a fraction of itself until

you give it all of yourself

[آداب طالب العلم (٢٧)]

كلمة شكر وعرفان

نحمد الله الذي هدانا وعلمنا

ما لم نكن نعلم ويسر لنا هذا العمل

أما بعد لا يفوتني أن أتوجه بالشكر والامتنان وكثيرا من

الدعاء لمن رحل وترك خلفه الأثر الطيب

الأستاذ الدكتور **"نجيب بخوش"** رحمه الله

وجزاه عنا خير الجزاء.

أستاذنا لا نقول وداعا....لأن ذكراك باقية

إهداء

أهدي هذا العمل إلى

الوالدين الكريمين

إلى الأخوات العزيزات "سمية، أميرة، أية"

أدام الله عليهم نعمة الصحة والعافية إلى "أسامة، جهاد، عبد الحكيم، حسين، سفيان، عقبة" وإلى كل الأصدقاء...

إلى الأساتذة الكرام، نجيب بخوش رحمه الله، سعاد سراي، سمير لعرج، هشام عبادة، وكل أساتذة الإعلام

والاتصال جامعتي جيجل و بسكرة.

شكر خاص للأستاذة المشرفة الدكتورة سعاد سراي على التشجيع والدعم وكل التسهيلات المقدمة...جزاك الله خيرا.

ملخص الدراسة

عنوان الأطروحة: قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي: دراسة تحليلية على عينة من الصفحات الالكترونية الإخبارية على الفيسبوك.

ملخص الدراسة:

هدفنا من خلال هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على واقع قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي، من خلال مجموعة من الصفحات التابعة لمؤسسات إعلامية جزائرية ومغربية على الفيسبوك، حيث حاولنا الكشف عن طبيعة التناول الإعلامي لقضايا الهوية الثقافية من ناحية الشكل و المضمون، من خلال محاولتنا التعرف على أهم القضايا المتناولة وكذا اتجاه هذه المنشورات وإطارها المرجعي، إضافة إلى التعرف على مختلف الأساليب المستخدمة في تقديم هذه المنشورات، كما حاولنا تقديم تفسيرات لبعض النتائج التي حصلنا عليها بالاستعانة بمتخصصين.

من أجل الوصول إلى ذلك، وبالأخذ بالاعتبار أن دراستنا ذات طابع وصفي كمي، فقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي التحليلي من خلال استخدام مجموعة أدوات أولها الملاحظة، التي اعتمدنها في المرحلة الأولية من أجل تحديد الصفحات المعنية بالدراسة وتحديد مؤشرات الفئات المختلفة، ثم أداة تحليل المضمون وهي الأداة الرئيسية في دراستنا وقد استخدمنها في تحليل عينة قصدية من 367 منشور تم اختيارها بناء على معايير محددة، وأخيرا أداة المقابلة المفتوحة والتي استخدمنها مع مجموعة مختصين بلغ عددهم 05 أساتذة، كما حاولنا الاسترشاد ببعض الفرضيات الخاصة بنظرية "التأطير الإعلامي" لتفسير بعض زوايا في الموضوع.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها:

- ✓ كشفت الدراسة أن أكثر قضايا الهوية الثقافية تناولا في صفحات الدراسة، هي القضايا الدينية، ثم تأتي القضايا التاريخية بمختلف مؤشراتها ثانيا، إضافة إلى قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد في المرتبة الثالثة ثم أخيرا القضايا اللغوية.

- ✓ أظهرت النتائج المتحصل عليها أن أهم القضايا اللغوية الواردة في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، هي "قضايا اللغة الامازيغية" أساسا في المرتبة الأولى، أما بالنسبة للقضايا الدينية فقد

ملخص الدراسة

جاءت "قضايا الأقلية اليهودية" أولا، في حين جاءت الأعياد والاحتفالات الشعبية أولا في ما يخص قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد، أما القضايا التاريخية فقد جاءت قضايا "تاريخ الثورة والمقاومة الشعبية" في المرتبة الأولى.

- ✓ بينت النتائج التي تحصلنا عليها أن "الاتجاه الإيجابي المطلق" جاء في المرتبة الأولى يليه في المرتبة الثانية فئة "الاتجاه الصفري"، كما أظهرت النتائج المتحصل عليها فيما يخص الإطار الذي نشرت فيه هذه المنشورات في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة، أنه و بالدرجة الأولى جاء "الإطار السياسي" يليه في المرتبة الثانية "الإطار التاريخي".

- ✓ توصلنا في ما يخص "اتجاه التعليقات" أن التعليقات التي تحمل نوع من "الاستهزاء والسخرية"جاءت أولا، ثم التعليقات التي تحمل "خطاب كراهية" في المرتبة الثانية.

- ✓ توصلنا إلى أن "اللغة العربية الفصحى" هي الأكثر استخداما بين اللغات التي تم استعمالها في إجمالي منشورات الدراسة، يليها "المزج بين العامية والفصحى" في المرتبة الثانية.

الكلمات المفتاحية: الهوية، الهوية الثقافية، المحتوى الرقمي، المحتوى الرقمي العربي، الإعلام الرقمي، الفيسبوك.

ملخص الدراسة

Thesis title: Issues of Cultural Identity in Arabic Digital Content: An Analytical Study of a Sample of Electronic News Pages on Facebook.

Abstract:

The aim of this study is to identify the reality of cultural identity issues in Arabic digital content throughout a number of official pages of Algerian and Moroccan media institutions on Facebook. We attempted to uncover how the media tackles the issues of identity as far as aspect and content are concerned through the identification of the most significant issues addressed as well as the direction of these publications and their referential frame. In addition to identifying the different styles in which these publications have been presented and giving explanations to the results obtained with the assistance of specialists.

In order to achieve the above-mentioned aim of this quantitative and descriptive study, the researcher relied on the analytical survey method through the use of a set of tools: the first of which is observation, which is adopted in the initial stage to identify the pages concerned with the study and determine the indicators of the different categories; the second is the content analysis tool, which is the main tool in this research, and we used it to analyze an intentional sample of 367 publications that were selected on the basis of specific criteria; and finally, the open interview tool, which we used with a group of specialists composed of five professors. Furthermore, certain hypotheses related to "media framing" theory are followed to clarify some facets of the subject.

The study reached a set of results, the most important of which are:

- ✓ According to the study findings, religious issues are among the most discussed topics related to cultural identity, followed by historical issues, tangible heritage, customs as well as traditions, and lastly, linguistic issues.

- ✓ The results obtained showed that the most important linguistic issues mentioned in the pages of the media institutions concerned are mainly "Amazigh language issues," while "Jewish minority issues" were the most frequently mentioned religious issues. However, the feasts and popular celebrations came first with regard to tangible heritage, customs, and traditions. As for the historical issues, the first approached issues are the ones that treat "the history of the revolution and popular resistance."

- ✓ According to the results obtained, the " absolute positive trend" comes first, followed by the "zero trend," and as the findings regarding the publications on the pages of media institutions have revealed, "the political frame" comes first, followed by "the historical frame" in second place.

- ✓ Regarding comments, the "mocking comments" ranked first, followed by "hatred comments."

- ✓ The results of this study show that the Arabic language was the most used language in the total number of publications, followed by a "combination of standard and non-standard Arabic.

Keywords: identity, cultural identity, digital content, Arabic digital content, digital media, Facebook.

فهرس المحتويات

المحتوى	الصحفة
فهرس المحتويات	/
ملخص الدراسة	/
مقدمة	أ
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
أولا: الإطار المفاهيمي للدراسة	
-إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	4
- أهداف الدراسة	7
- أسباب اختيار موضوع الدراسة	7
-أهمية الدراسة	8
-تحديد مفاهيم الدراسة	9
ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة	
- نوع الدراسة	15
- منهج الدراسة	16
- مجالات الدراسة	17
- أدوات جمع البيانات	18
- الأساليب الإحصائية المستخدمة	35
- إجراءات الصدق والثبات	36
- مجتمع الدراسة وعينتها	39
ثالثا: الدراسات المشابهة والخلفية النظرية للدراسة	

– مراجعة الدراسات المشابهة	44
– الخلفية النظرية للدراسة: نظرية التأطير الإعلامي	62
الفصل الثاني: سؤال الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية	
تمهيد.	78
المبحث الأول: مدخل تأصيلي لمسألة الهوية الثقافية	79
المطلب الأول: تأملات في مفهومي الهوية والثقافة	79
المطلب الثاني: في مفهوم الهوية الثقافية	87
المطلب الثالث: مقومات الهوية الثقافية	91
المبحث الثاني: مدخل إلى الهوية الثقافية الجزائرية	99
المطلب الأول: كرونولوجيا المسألة الثقافية في الجزائر	99
المطلب الثاني: مقومات وأبعاد الهوية الثقافية الجزائرية	104
المطلب الثالث: إشكالات وأزمات الهوية الثقافية في الجزائر	116
المبحث الثالث: مدخل إلى الهوية الثقافية المغربية	129
المطلب الأول: كرونولوجيا المسألة الثقافية في المغرب	129
المطلب الثاني: مقومات وأبعاد الهوية الثقافية في المغرب	134
المطلب الثالث: إشكالات و أزمات الهوية الثقافية في المغرب	148
خلاصة الفصل	159
الفصل الثالث: الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية الرقمية.	
تمهيد	161
المبحث الأول: مدخل إلى المحتوى الرقمي والإعلام الجديد	162
المطلب الأول: الرقمي، المفهوم، السياق، الخصائص	162
المطلب الثاني: الإعلام الجديد ضبابية المفهوم وكثرة التسميات	169
المطلب الثالث: السياق التاريخي لظهور الإعلام الجديد	175

المطلب الرابع: الإعلام الجديد في الجزائر والمغرب	179
المطلب الخامس: خصائص الإعلام الجديد	185
المبحث الثاني: الشبكات الاجتماعية كمنصة جديدة لإنشاء وبث المحتويات الرقمية	189
المطلب الأول: الشبكات الرقمية الاجتماعية: المفهوم والنشأة	189
المطلب الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي	192
المطلب الثالث: نماذج من الشبكات الاجتماعية الرقمية	194
المطلب الرابع: استخدام شبكات التواصل من طرف المؤسسات الإعلامية	203
خلاصة الفصل	211
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة	
أولا: عرض بيانات أولية حول صفحات الدراسة	213
ثانيا: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث المضمون	217
ثالثا: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث الشكل	300
رابعا: عرض ومناقشة بيانات المقابلة	346
خامسا: النتائج التفصيلية للدراسة التحليلية	356
سادسا: النتائج العامة للدراسة	365
خاتمة	373
قائمة المصادر والمراجع	377
الملاحق	390

فهرس الجداول

رقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	-جدول يمثل البيانات الخاصة بحساب نسبة التوافق بين المحكمين	38
02	-جدول يمثل الأساتذة المحكمين حسب الترتيب الأبجدي	39
03	-جدول يمثل بيانات متعلقة بعينة الدراسة التحليلية	42
04	-جدول يمثل بيانات متعلقة بعينة المقابلة	43
05	-جدول يمثل بيانات أولية حول صفحات الدراسة	213
06	-جدول يمثل قضايا الهوية الثقافية المتناولة في عينة الدراسة	217
07	-جدول تفصيلي يمثل قضايا الهوية الثقافية المتناولة في صفحات الدراسة	219
08	-جدول يمثل القضايا اللغوية المتناولة في منشورات في صفحات الدراسة	223
09	-جدول تفصيلي يمثل القضايا اللغوية المتناولة في صفحات الدراسة	225
10	-جدول يمثل القضايا الدينية المتناولة في عينة الدراسة	229
11	-جدول تفصيلي يمثل القضايا الدينية المتناولة في صفحات الدراسة	232
12	-جدول يمثل قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد المتناولة في عينة الدراسة	237
13	-جدول تفصيلي يمثل قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد المتناولة	239
14	-جدول يمثل أهم القضايا التاريخية المتناولة في عينة الدراسة	243
15	-جدول تفصيلي يمثل أهم القضايا التاريخية المتناولة في صفحات الدراسة	245
16	-جدول يمثل اتجاه منشورات عينة الدراسة نحو قضايا الهوية الثقافية	249
17	-جدول تفصيلي يمثل اتجاه منشورات صفحات الدراسة	252
18	-جدول يمثل أهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة	256
19	-جدول تفصيلي يمثل أهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات الدراسة	258
20	-جدول يمثل الإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في منشورات الدراسة	262
21	-جدول تفصيلي يمثل الإطار المرجعي للتناول في منشورات صفحات الدراسة	265
22	-جدول يمثل الفاعلين في قضايا الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة	269

فهرس الجداول

23	–جدول تفصيلي يمثل الفاعلين في قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة	271
24	–جدول يمثل الجمهور المستهدف من منشورات عينة الدراسة	275
25	–جدول تفصيلي يمثل الجمهور المستهدف من مضامين الهوية الثقافية في منشورات صفحات الدراسة	277
26	–جدول يمثل القيم المتضمنة في منشورات عينة الدراسة	280
27	–جدول تفصيلي يمثل القيم المتضمنة في قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة	282
28	–جدول يمثل حجم التفاعل مع منشورات عينة الدراسة	287
29	–جدول تفصيلي يمثل حجم التفاعل مع منشورات صفحات الدراسة	290
30	–جدول يمثل اتجاه التعليقات على بعض منشورات عينة الدراسة	293
31	–جدول تفصيلي يمثل اتجاه التعليقات على بعض منشورات صفحات الدراسة	296
32	–جدول يمثل اللغة المستخدمة في منشورات عينة الدراسة	300
33	–جدول تفصيلي يمثل اللغة المستخدمة في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة	303
34	–جدول يمثل فئة المصادر المعتمد عليها في منشورات عينة الدراسة	309
35	–جدول تفصيلي يمثل فئة المصادر المعتمد عليها في قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة	311
36	–جدول يمثل الأجناس الصحفية لمنشورات قضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة	316
37	–جدول تفصيلي يمثل الأجناس الصحفية لمنشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة	318
38	–جدول يمثل نمط عرض قضايا الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة	324
39	–جدول تفصيلي يمثل نمط عرض قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة	326
40	–جدول يمثل الوسائط المرئية المستخدمة في منشورات عينة الدراسة	330
41	–جدول تفصيلي يمثل الوسائط المستخدمة عرض قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة	332
42	–جدول يمثل الإستمالات الاقناعية المتضمنة في منشورات عينة الدراسة	337

43	–جدول تفصيلي يمثل الإستمالات الاقناعية المتضمنة في منشورات الدراسة	340
44	–جدول خاص بالبيانات التفصيلية المتعلقة بالمقابلة	346

مقدمة

مقدمة:

يعتبر موضوع الهوية الثقافية أحد المواضيع المهمة التي شغلت الباحثين في تخصصات متعددة منذ منتصف القرن الماضي، ومن ضمن من اهتم بهذا الموضوع، الباحثون في حقل "الإعلام والاتصال" حيث تم دراسته على عدة مستويات سواء ما تعلق بدراسات الجمهور، أو الدراسات التي تناولت منتج الرسالة الإعلامية، أو تلك التي درست المضامين الإعلامية وهو النوع الذي تنتمي له دراستنا، ولهذا يمكن أن نقول أن موضوع الهوية الثقافية يكتسي أهميته بشكل أكبر، عندما يتم ربطه بالإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية الرقمية، ومختلف أشكال المحتوى الرقمي، خصوصا في ضوء ما هو حاصل من تغيرات كبيرة في العمل الإعلامي، وهو ما يعيد طرح العديد من الأسئلة حول طبيعة المحتويات الرقمية التي تتناول قضايا الهوية الثقافية.

إن الإعلام الجديد من خلال ما يمتلكه من مميزات وخصائص، يعمل على إعادة بناء الأحداث والقضايا، وتشكيلها في قوالب تسمح له بتحقيق أكبر قدر من التأثير على الجمهور، إن عمليات إعادة تشكيل الأحداث وتحويلها لمحتوى رقمي جاهز للبث، تمر عبر مراحل يتم خلالها توظيف مختلف القضايا، ومنها قضايا الهوية الثقافية في سياقات سياسية و إيديولوجية، وبهذا تكتسب هذه القضايا والأحداث معاني جديدة تبعا للسياق الذي توضع فيه، ولهذا جاءت هذه الدراسة لتحاول التركيز على المضامين ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية في المحتويات الرقمية العربية، من خلال صفحات مجموعة من المؤسسات الإعلامية الجزائرية والمغربية على الفيسبوك، حيث هدفنا إلى التعرف على العديد من الجوانب المتعلقة بهذا المحتوى، وهذا عبر هذه الدراسة التي تتكون من أربعة فصول جاءت كالأتي:

الفصل الأول: وهو فصل خاص بالإطار المنهجي للدراسة حيث قمنا بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ثم أهدافها، إضافة إلى أسباب دراسة الموضوع و أهميته، وكذا تحديد المفاهيم الإجرائية للموضوع، كما تضمن هذا الفصل شرح تفصيلي لمختلف الإجراءات المنهجية للدراسة بداية من تحديد نوع الدراسة، ومنهجها وأدواتها، إضافة إلى توضيح مجالات الدراسة، و الأساليب الإحصائية المستخدمة وكذا تبيان إجراءات الصدق والثبات، إضافة إلى مجتمع البحث وعينته. تضمن هذا الفصل أيضا مراجعة لمجموعة من الدراسات المشابهة، وأخيرا الحديث عن الخلفية النظرية للدراسة من خلال نظرية التأطير الإعلامي.

الفصل الثاني: تم في هذا الفصل التطرق لسؤال الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية، تضمن هذا الفصل بداية محاولة لتأصيل مفهوم الهوية الثقافية، بعد تفكيكه وتناول مختلف الجزئيات المتعلقة به، كما تم التطرق من خلال هذا الفصل إلى مدخل للهوية الثقافية في الجزائر، حيث قمنا بعرض تاريخي لتطور المسألة الثقافية في الجزائر، ثم عرضنا أهم مقومات وأبعاد الهوية الثقافية الجزائرية، ثم عرضنا مجموعة من الإشكالات المرتبطة بالهوية الجزائرية. كما تناولنا في هذا الفصل مدخل إلى الهوية الثقافية في المغرب، حيث بدأنا بعرض كرونولوجيا المسألة الثقافية في المغرب، ثم عرضنا أهم مقومات وأبعاد الهوية الثقافية في المغرب، وأخيرا إشكالات هذه الهوية الثقافية.

الفصل الثالث: في هذا الفصل المعنون "الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية الرقمية"، تطرقنا إلى العديد من النقاط بداية بالمبحث الأول الذي حاولنا فيه تفكيك مجموعة من المفاهيم المتعلقة بالاتصال الرقمي والسياق الذي ظهر فيه هذا المفهوم، إضافة إلى أننا تناولنا مفهوم الإعلام الجديد، وحاولنا الحديث عن تاريخ هذا الإعلام، كما أننا خصصنا جزء من هذا المبحث للحديث عن تاريخ الصحافة الالكترونية في بلدي عينة الدراسة "الجزائر والمغرب" وأخيرا ختمنا هذا المبحث بالحديث عن خصائص هذا الوسيط الإعلامي الجديد. أما المبحث الثاني فقد خصصناه للحديث عن الشبكات الاجتماعية الرقمية، حيث تناولنا في البداية مفهوم ونشأة هذه الشبكات، ثم تعرفنا على أهم خصائص هذه الشبكات، إضافة إلى أننا عرضنا مجموعة من النماذج عن هذه الشبكات الاجتماعية بداية بالشبكة المعنية بدراستنا "فيسبوك"، وأخيرا حاولنا التعرف على واقع استخدام هذه الشبكات من طرف المؤسسات الإعلامية سواء الرقمية أو التقليدية.

الفصل الرابع: قمنا في بداية هذا الفصل بعرض مختلف البيانات الأولية المتعلقة بصفحات الدراسة، ثم بدأنا بعرض وتحليل مختلف الفئات والمؤشرات التي تضمنتها استمارة تحليل المضمون، في شكل جداول عامة وجداول تفصيلية، حيث قمنا بمحاولة تحليل أهم البيانات والنتائج الواردة في هذه الجداول سواء المتعلقة بفئات المضمون أو تلك الخاصة بفئات الشكل، كما تناولنا في هذا الفصل تفريغ وتحليل بيانات

المقابلات التي تم إجرائها مع مجموعة أساتذة في الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية والعلوم السياسية، وأخيرا قمنا بعرض أهم النتائج التفصيلية و العامة.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.

أولا: الإطار المفاهيمي.

-إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

- أهداف الدراسة

- أسباب اختيار موضوع الدراسة.

-أهمية الدراسة.

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة.

- نوع الدراسة.

- منهج الدراسة.

- أدوات جمع البيانات.

-مجالات الدراسة.

-الأساليب الإحصائية المستخدمة.

-إجراءات الصدق والثبات.

- مجتمع الدراسة وعينتها.

ثالثا: الدراسات المشابهة والخلفية النظرية للدراسة.

- مراجعة الدراسات المشابهة

- الخلفية النظرية للدراسة: نظرية التأطير الإعلامي.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي.

1. الإشكالية:

مازالت مسألة الهوية تشكل إحدى أهم القضايا الشائكة والمعقدة في ميدان العلوم الإنسانية، إذا أن لكل جماعة أو أمة هوية تميزها وتمكنها من الحفاظ على وجودها، ومن خلال هذه الهوية يستطيع الفرد والجماعة خلق بعد حضاري يبرر وجودهما، ومن دونها يتحول الإنسان إلى كائن لا يختلف عن باقي الكائنات ومفرغ من كل بعد روحي أو مسلمات ومعتقدات تحدد سماته الشخصية، ويتحدد من خلال مجموع السمات الشخصية للأفراد ما يمكن أن نسميه بالهوية الجماعية أو الهوية الوطنية أو الهوية الثقافية.

يمكن اعتبار الهوية الثقافية هي الصورة التي تكونها جماعة ما عن نفسها، ومع مرور الوقت ومن خلال التراكمية التاريخية، ينشأ لدى أفرادها من خلال إدماجهم الواعي واللاواعي لمختلف التشابهات الدالة على الانتماء، والخصوصية تميزهم عن باقي الجماعات، ينشأ ما نسميه "**هوية ثقافية**" تحدد مقوماتها أساسا على ما تجمع عليه الجماعة من وحدة عقيدة، ووحدة لغة، ووحدة تاريخ، إضافة إلى وحدة المصير التي يستشعر الفرد داخل الجماعة أنه يتقاسمها مع باقي أفراد الجماعة، دون أن ننسى معطى آخر وهو "الموقع الجغرافي" الذي يعتبر محددا مهما في مسألة الهوية الثقافية، وهذا ما نلاحظه جليا في المنطقة العربية و المغاربية.

إن مسألة الهوية الثقافية في المنطقة العربية عموما و المنطقة المغاربية بالخصوص، كانت ولا تزال مطروحة وبشدة منذ الفترة الاستعمارية، حيث رفعتها الحركات الوطنية كوسيلة لمواجهة القوة الاستعمارية، وتواصل الاهتمام بموضوع الهوية الثقافية بعد حصول دول المنطقة المغاربية على استقلالها السياسي، وهذا في سياق بحث الدولة الحديثة عن مقومات تبني عليها مشروعها المجتمعي. إن أهمية مسألة الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية لا تزال تشكل إجماع لدى النخب الثقافية والسياسية في المنطقة، رغم الاختلاف الذي يصل إلى حد التناقض بين هذه النخب في نظرتهم لهذه الهوية، كل هذا جعل من قضايا الهوية الثقافية موضوعا مطروحا بشكل دائم في ساحة النقاش العام، وأحد المواضيع التي لا ينتهي فيها الجدل لسنوات طويلة، كان هذا النقاش يدور في الأساس بين نخبة من الكتاب والجامعيين والمثقفين، سواء من خلال مقالات أو كتب أو مناظرات يطرحون فيها وجهات نظرهم ويعرضون حججهم، وكان لوسائل الإعلام وخصوصا الصحف دور كبير في تأطير هذا النقاش، ومع

التطورات الهائلة الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاتصال، و بالخصوص الشبكات الاجتماعية الرقمية، فتح المجال أمام الجميع ليناقش شتى القضايا دون قيد أو شرط، وكانت قضايا الهوية الثقافية إحدى أهم القضايا التي أخذت حيزا هاما من النقاش العام على هذه الوسائط الجديدة.

إن التطور الكبير في مجال تكنولوجيا الاتصال وخاصة التطورات الحاصلة في "الأنترنث" أحدثت انقلابا كبيرا في حياة المجتمعات، فكان لهذه الوسيلة أثر بالغ على حياة الأفراد على الصعيد الاجتماعي خصوصا من خلال "**الشبكات الاجتماعية الرقمية**" بمختلف أنواعها والتي أحدثت ومازالت تحدث ثورة في مجال التواصل بين الأفراد، وهذا من خلال إعادة صياغة نمط جديد من العلاقات الاجتماعية المتجاوزة للعوائق الزمانية والمكانية، منتجة لنا فضاءات افتراضية، وتجمعات رقمية لا حصر لها، يتم من خلالها التداول في مختلف القضايا والتعبير عن الآراء وطرح كل ما يهم الحياة الاجتماعية في ساحة النقاش، سواء من خلال الحسابات الشخصية أو من خلال صفحات أو مجموعات نقاش، هذه الفضاءات الرقمية أصبحت قادرة على خلق وتوجيه رأي عام اتجاه مختلف القضايا، ومن هذه القضايا التي أخذت حظها من النقاش العام على المنصات الرقمية في المنطقة العربية عموما و المغاربية بالخصوص مسألة الهوية الثقافية، حيث يتزايد الاهتمام بها سواء من خلال صفحات المدونين، أو من خلال صفحات المؤسسات الإعلامية على الشبكات الاجتماعية والتي تسعى دائما إلى تخصيص جزء مهم من المواد الإعلامية التي تقدمها لقضايا الهوية الثقافية.

ومن هنا جاءت فكرة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على واقع قضايا الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية من خلال مجموعة من صفحات مؤسسات إعلامية على شبكات الاجتماعية الرقمية، وهذا من خلال التساؤل التالي:

ما هو واقع قضايا الهوية الثقافية في المنطقة العربية على الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال صفحات المؤسسات الإعلامية محل الدراسة؟

ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة أسئلة:

أسئلة المضمون (ماذا قيل)

1) ما أهم قضايا الهوية الثقافية المطروحة في عينة الدراسة؟

2) ما اتجاه منشورات عينة الدراسة نحو قضايا الهوية الثقافية؟

3) ما الإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة؟

4) من أهم الفاعلين في قضايا الهوية الثقافية من خلال منشورات عينة الدراسة؟

5) ما أهم القيم المتضمنة في منشورات قضايا الهوية الثقافية من خلال عينة الدراسة؟

6) من الجمهور المستهدف بطرح قضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة؟

7) ما أهداف مضامين الهوية الثقافية من خلال عينة الدراسة؟

8) ما حجم التفاعل واتجاه التعليقات على قضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة؟

الأسئلة المتعلقة بالشكل (كيف قيل؟)

1) ما الأجناس الصحفية المستخدمة في المنشورات المتعلقة بقضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة؟

2)ما أهم المصادر المعتمد عليها في منشورات عينة الدراسة؟

3)ما أسلوب عرض قضايا الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة؟

4) ما أهم الاستمالات الإقناعية المتضمنة في منشورات عينة الدراسة؟

5) ما أهم الوسائط المستخدمة في عرض قضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة؟

6)ما اللغة المستخدمة في منشورات قضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة؟

7) ما نوع المنشورات التي تتناول قضايا الهوية الثقافية من خلال عينة الدراسة؟

2. أهداف الدراسة:

إن لكل عمل علمي أكاديمي منظم أهداف يسعى إلى الوصول إليها، وتشكل هذه الأهداف نقطة الوصول التي تقود البحث وتمنعه من أن يتشعب أو أن يحيد عن طريقه وعموما يمكن تلخيص أهداف بحثنا في مجموعة نقاط هي:

1-الكشف على واقع قضايا الهوية الثقافية في المنصات الرقمية في المنطقة المغاربية من خلال صفحات المؤسسات الإعلامية محل الدراسة.

2-دراسة طبيعة استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقاش قضايا الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية من خلال عينة الدراسة

3-التعرف على الخلفية التاريخية والمعرفية لمسألة الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية (بلدي عينة الدراسة)

4-التعرف من ناحية الشكل والمضمون على الأساليب المستعملة في تناول مسائل الهوية الثقافية في الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال عينة الدراسة.

5-الكشف عن الطريقة التي تناقش بها قضايا الهوية الثقافية من خلال تحليل تعليقات متابعي الصفحات محل الدراسة.

3. أسباب اختيار الموضوع:

تقتضي أي دراسة علمية من الناحية المنهجية، أن يحس الباحث بوجود مشكلة تستدعي منه البحث، ومن هنا يمكنني أن أقول أن السبب الرئيسي الذي دفعني لاختيار الموضوع هو إحساسي بمشكلة موضوع الدراسة، حيث نرى أنه لابد من دراسة موضوع الهوية الثقافية من خلال وسائط الإعلام الحديثة، وخصوصا دراسات تحليل المضمون، وعموما يمكن تلخيص هذه الأسباب فيما يلي:

1) تزايد الاهتمام بموضوع الهوية الثقافية في النقاشات العامة على المنصات الرقمية.

2) تحول النقاش في قضايا الهوية الثقافية في كثير من الأحيان إلى "خطاب كراهية" وتحريض خصوصا في المنطقة المغاربية.

3) الأهمية المعرفية والاجتماعية لمسائل الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية والتي أصبحت مطروحة بشدة على الشبكات الاجتماعية الرقمية.

4) الاهتمام الشخصي بالموضوع والذي يرى الباحث أنه من أخطر المواضيع التي يتم نقاشها وتداولها عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية.

5) قلة الدراسات في حدود اطلاع الباحث، التي تناولت موضوع الهوية الثقافية من هذه الزاوية، حيث تركز أغلب الدراسات على مسألة الهوية الثقافية في علاقتها بالعولمة.

6) قلة الدراسات التي استخدمت تحليل المضمون في دراسة قضايا الهوية الثقافية، حيث أن أغلب ما أنجز في هذا الموضوع هي "دراسات جمهور"

4. أهمية الدراسة:

تتوقف أهمية هذه الدراسة على أهمية الموضوع الذي نتناوله، وعلى قيمة النتائج العلمية التي سيحققها، والتي يمكن أن تعطينا فكرة عن واقع قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي في المنطقة العربية عموما والمغاربية بالخصوص.

إن موضوع الهوية الثقافية كموضوع بحث لاقى الكثير من الاهتمام من الباحثين، لكننا نقدر أن الزاوية التي تناولنا منها هذا الموضوع، وهي زاوية تركز على وصف وتفسير ما هو موجود من محتويات رقمية ذات علاقة بقضايا الهوية الثقافية، في مجموعة من صفحات مؤسسات إعلامية على "**فيسبوك**" وهذه الزاوية من الموضوع لم يتم تناولها بشكل كافي في تقديرنا، لأن أغلب الدراسات التي تناولت موضوع الهوية الثقافية، ركزت على مواضيع مثل: تأثيرات التكنولوجيات الحديثة والشبكات الاجتماعية على الهوية الثقافية للأفراد والمجتمع، وكذا التغيرات الحاصلة في الهوية الثقافية المحلية في ظل ظاهرة العولمة.

5. تحديد مفاهيم الدراسة:

يعد تحديد مفاهيم أي دراسة علمية أحد أهم خطوات البحث العلمي، وهذا راجع إلى كونها ذات علاقة وثيقة بمتغيرات الدراسة، كما أنها توجه وتحدد بدقة المعاني المقصودة من متغيرات الدراسة.

1.5 الهوية الثقافية:

- ✓ **التعريف الاصطلاحي:**

يمكن القول أن الهوية الثقافية والحضارية لأمة من الأمم هي ذاك "القدر الثابت والجوهري والمشترك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه أمة عن غيرها من الحضارات" وهي أيضا: "نظام من القيم والتصورات التي يتميز بها مجتمع ما تبعا لخصوصياته التاريخية والحضارية... وهي كيان يتطور باستمرار ويتأثر بالهويات الثقافية الأخرى".[1] كذلك يمكن القول أنها مجموعة خصائص ملازمة لشعب ما ينفرد بها "**عنصر مطابقة**" ويختلف ويتميز عن باقي الشعوب الأخرى "**عنصر اختلاف**" [2]

كما يعرفها "**محمد عابد الجابري**" بأنّها: ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية تشكل أمة بهويتها الحضارية في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء.[3]

- ✓ **التعريف الإجرائي:**

نقصد بالهوية الثقافية في هذه الدراسة كل ما يميز جماعة عن جماعة أخرى، أو ما تتفرد به أمة عن أمة أخرى، وقد ركزنا في هذه الدراسة على أربع مؤشرات رئيسية وهي: اللغة، الدين، التراث المادي والعادات والتقاليد، والتاريخ المشترك.

---

[1] شفيعة حداد، تأثير العولمة في بعدها الثقافي الهوياتي على الهوية الثقافية الوطنية، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد04، العدد02، 2019، ص238.

[2] محمد بودهان، في الهوية الأمازيغية للمغرب، منشورات تاويزا، المغرب، 2013، ص13.

[3] الشريفة بريجة، تحديات الهوية الثقافية أمام الحدود السياسية بالمجتمعات الحدودية، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، مجلد18، عدد02، جوان 2019، ص283.

2.5 المحتوى الرقمي:

✓ **التعريف الإصطلاحي:**

يشير مصطلح المحتوى الرقمي إلى الوسائط المشفرة بتنسيقات قابلة للقراءة آليًا، هذه الوسائط الرقمية هي الوسائط التي يمكن إنشاؤها وعرضها وتعديلها ونقلها وحفظها على أجهزة إلكترونية رقمية والتي تشمل البرامج ومقاطع الفيديو الرقمية والصور وصفحات الويب وقواعد البيانات والصوت الرقمي والكتب الإلكترونية. الوسائط الرقمية هي عكس الوسائط المطبوعة والوسائط التقليدية أو التناظرية الأخرى.[1]

يتميز المحتوى الرقمي أو الإلكتروني بمجموعة من الخصائص، والتي جعلت منه عنصرا رئيسًا وهاما من عناصره، ومنها ما يلي:

– يتضمن وسائط متعددة تفاعلية.

–يوفر روابط تشعبية ومصادر خارجية.

– سهولة تحديثه وتطويره في أي وقت.

– سهولة الوصول إليه في أي وقت ومن أي مكان.[2]

✓ **التعريف الإجرائي:**

نقصد بالمحتوى الرقمي في دراستنا هذه مختلف المواد المنشورة عبر صفحات المؤسسات الاعلامية محل الدراسة في الشبكة الاجتماعية الرقمية "**فيسبوك**"، وهي بالأساس عبارة عن صور وفيديوهات وأصوات رقمية، روابط، كتابة، هاشتاج.

---

[1] Abraham Das, IMPACT OF DIGITAL MEDIA ON SOCIETY, IntroductionINTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS(IJCRT), Volume 8, Issue 5 , May 2020, P2742.

[2] زينب محمد حسن خليفة، جودة المحتوى الالكتروني، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، جامعة اسيوط، العدد48، المجلد48، ص 443.

3.5 المحتوى الرقمي العربي:

✓ **التعريف الاصطلاحي:**

ويقصد بالمحتوى الرقمي العربي **Digital Arabic Content** كل ما يوضع على شبكة الأنترنت باللغة العربية، ويطلق عليه أيضا المحتوى الإلكتروني العربي، وهو مجموع مواقع وصفحات الويب التي كتبت باللغة العربية أو الكتب أو الموسيقى أو الفيديوهات .. إلخ، أي كل ما هو مكتوب في الفضاء الرقمي باللغة العربية سواء نشر في داخل البلاد العربية أو في خارجها، وكل ما هو مسجل بأصوات عربية أو مصور تصويرا يستدل به على مصدره العربي، ويتناول قضايا ثقافية وفكرية وإعلامية واجتماعية واقتصادية .. إلخ.[1]

✓ **التعريف الإجرائي:**

نقصد بالمحتوى الرقمي في دراستنا هذه مختلف المواد الإعلامية المنشورة في صفحات المؤسسات الإعلامية العربية محل الدراسة في شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" سواء كانت، فيديوهات، صور، نصوص، روابط، هاشتاجات.

4.5 الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية:

✓ **التعريف الاصطلاحي:**

يسمى الإعلام الجديد بعدة مسميات منها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي، الإعلام السيبيراني، والإعلام التشعبي، والمصطلح الأقرب للإعلام الجديد هو الإعلام الإلكتروني الذي يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، ويختلف عنه من حيث أنه يعتمد على وسيط اتصالي حديث وهو الأنترنيت، وهذا الوسيط الجديد يسمح بالدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية بهدف إيصال المضمون المطلوب بأشكال متمايزة ومؤثرة بطريقة أكبر وبأسلوب مقنع أكثر.[2]

[1] محمود السيد، طبيعة العصر والمحتوى الرقمي، المجلة العربية للثقافة. المجلد 33، العدد 62، 2016، ص338.

[2] شفيقة مهري، صورة المرأة العربية عبر الإعلام الجديد، حوليات جامعة الجزائر، المجلد 35، العدد01، ص750.

ومن المفاهيم المقاربة لمفهوم الإعلام الجديد نجد مفهوم الصحافة الإلكترونية والتي تم تعريفها بأنها: وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط، تنشر فيها الأخبار والمقالات، وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية–الإنترنت– بشكل دوري مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة.[1]

✓ **التعريف الإجرائي:**

الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية مفهومين متقاربين ومتشابكين، لأنهما يشيران إلى ذلك النوع من الصحافة التي تعتمد على الوسائط الجديدة، التي أنتجتها التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وبالخصوص "**الأنترنث**" أي أننا عندما نتحدث عن إعلام جديد، نقصد أن عنصر الجدة يتعلق بالوسائط والوسائل المستعملة في هذه الوسائل ومن هذه الوسائط المواقع الالكترونية، وصفحات الشبكات الاجتماعية، وهذا ما نقصده بالإعلام الجديد والصحافة الالكترونية في دراستنا هذه.

3.5 شبكات التواصل الاجتماعي:

✓ **التعريف الاصطلاحي:**

يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي هي (مواقع إلكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين الخطي والصوتي والمرئي ومشاركتها مع الآخرين وهناك من يعرفها على أنها هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطة من خلال نظام اجتماعي مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع وتلك المواقع تعود إلى شركات تجارية تحقق أرباحا من خلال الإعلانات[2]، كما تعرف بأنها خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية **profile** عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في

[1] محمود عزت، مروى عصام صلاح، الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 157.

[2] عبد الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص64.

مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام "[1]

✓ **التعريف الإجرائي:**

هي عبارة عن شبكة من الحسابات والصفحات تجمع بينها شبكة إلكترونية أو رقمية واحدة، تعمل في شكل حلقات اجتماعية مترابطة، بحيث تسمح للأفراد والمؤسسات، بإنشاء حسابات تسهل عملية النشر والوصول إلى الأصدقاء أو إلى الجمهور.

6.5 فيسبوك:

✓ **التعريف الاصطلاحي:**

يمكن القول أن "**فيسبوك Facebook**" هو الشبكة الاجتماعية الرقمية الأكثر شعبية، حيث يوفر وسيلة للمستخدمين لبناء الاتصال وتبادل المعلومات مع تجمعات صغيرة أو متوسطة أو كبيرة من الناس والمنظمات التي يختارون للتفاعل معها عبر هذه الشبكة الرقمية، ظهر"فيسبوك Facebook" أول مرة في 4 فيفري2004 عن طريق "**مارك زوكربرج**" (Mark Zukerberg)[2]، ويمكن كذلك الإضافة أن الشبكة الاجتماعية "فيسبوك" تتيح لمستخدميها تكوين وتوسيع قائمة صدقات إضافة إلى الأصدقاء الواقعيين وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.[3]

---

[1] درويش شريف اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، دار العالم العربي، القاهرة ،2011، ص 86.

[2] فيصل محمد عيسى عسيري، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي الطفل والاستقرار الأسري في المملكة العربية السعودية، مطبعة النهضة العربية، مصر، 2019، ص47.

[3] عبد الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2014،ص69.

✓ **التعريف الإجرائي:**

هو أحد أشهر شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها شعبية، خصوصا في المنطقة العربية حيث يلعب دورا مهما في تشكيل الوعي السياسي والثقافي، كما أصبح أحد أدوات التغيير وهذا ما أكدته الثورات والحركات الاجتماعية والسياسية في المنطقة العربية خلال العقد الأخير.

7.5 صفحات المؤسسات الاعلامية:

✓ **التعريف الاصطلاحي:**

وهي صفحات عامة ومجانية تم تصميمها خصيصا للشركات والعلامات والمؤسسات وبعكس الحسابات الشخصية فإن الصفحات لا يتبعها أصدقاء إنما معجبين على حسب الأشخاص الذين يريدون البحث عن المعلومات وحسب اختيارهم واشتراكاتهم. تتضمن الصفحة ميزات متنوعة منها الصورة للغطاء، المشاركة ، الفورية والآنية الإعجاب والتعليق[1]، ونقصد بها في دراستنا هذه الصفحات التي تنشرها المؤسسات الإعلامية الإخبارية بحيث تكون وسيلة إعلامية مكملة للوسيلة الرئيسية.

✓ **التعريف الإجرائي:**

هي صفحات تابعة لمؤسسات أو أفراد وتكون ثابتة على مدار 24 ساعة طوال أيام السنة على شبكة الإنترنت، تهتم هذه الصفحات بالمتابعة اليومية للأخبار والأحداث، ولا تكتفي بهذا بل تهتم بمختلف القضايا التي لا ترتبط بالشأن اليومي، وهي متاحة لجميع المتصفحين على شبكة الأنترنت بمجرد الإعجاب بها عبر الصفحة، حيث تتلقى كل ما هو جديد من منشوراتها كما تتيح التفاعل والتواصل معها عبر التعليقات والرسائل، ومن الجدير بالذكر أن الصفحات المعنية بدراستنا هي صفحات تابعة لمؤسسات، يمكن تسميتها تجاوزا "**صفحات إخبارية**" رغم أنها تتضمن عديد الأبعاد غير البعد الإخباري بمعناه المرتبط بمتابعة الأخبار اليومية.

[1] منال حساني، تفاعل المستخدمين على الصفحات الإخبارية لمواقع الفايسبوك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2019/2018، ص31.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1. نوع الدراسة:

تندرج دراستنا هذه الموسومة "**قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي**" ضمن الدراسات الوصفية، وهي دراسات تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة.

في الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات، والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلامية، والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها.

وتتسم هذه الدراسات بالآتي:

– إن هذه الدراسات تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن.

– إن هدف الوصف لا يقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة وحركتها وعناصرها، ولكن يمتد ليشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها، للوقوف على الأسباب والمقدمات في علاقاتها بالنتائج وهذا هو جوهر عملية التشخيص **Normative** الذي يشير بالتالي إلى أنسب الحلول للمشكلات الخاصة بالظاهرة نفسها أو علاقاتها.

– إن هذه الدراسات وإن كانت تهتم في معظم إجراءاتها المنهجية بعملية جمع البيانات وتسجيلها، إلا أن ذلك لا يمثل الهدف الأساسي حيث يجب أن تكتمل الدراسات الوصفية بأهداف التحليل والتفسير المقارن.

– لا تعتمد هذه الدراسات على الأساليب الكمية **Quantitative** فقط ولكنها تعتمد أيضا على الأساليب الكيفية **Qualitative**، وإن كانت الصدارة دائما للأساليب الكمية والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات.[1]

[1] محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ط2، ص13.

رغم أن دراستنا هذه اعتمدت على الأساليب الكمية بالأساس، حيث تهدف هذه الأساليب إلى قياس الظاهرة موضوع الدراسة، وقد تكون هذه القياسات من الطراز الترتيبي (ordinales) مثل: "أكثر من أو أقل من" أو عددية وذلك باستعمال الحساب.[1] إلا أننا حاولنا عدم الاكتفاء بالأساليب الكمية والمتمثلة في استخدام أداة تحليل المضمون لحساب التكرارات والنسب المئوية، المتعلقة بموضوع الهوية الثقافية في صفحات المؤسسات الإعلامية محل الدراسة، بل عملنا على تجاوزها إلى استخدام أساليب كيفية من خلال استعمال أداة من أهم أدوات الأساليب الكيفية وهي أداة "**المقابلة**".

2. منهج الدراسة:

إن تحديد منهج البحث هو من أهم خطوات أي بحث علمي ولا يمكن للباحث تجاوزها لأنها ترسم حدود البحث، وتضع الباحث في إطار معين ينظم بحثه، حيث يترتب عليه اختيار أدوات وأساليب وعينة الدراسة، إذْ أن لكل منهج أدوات وعينات تتلاءم معه، يتحدث "**عمر أكتوف**" عن الأهمية القصوى للمناهج في البحث العلمي قائلا: "ينبغي التذكير أن كل مجال معرفي مستقل، لابد أن يحدد موضوعه (ما هو الموضوع الذي يدرسه؟)، ثم منهاج (أي كيف يتم دراسة هذا الموضوع؟)، هذا يعني أن كل المجالات المعرفية، بحاجة إلى إطار فكري مخطط بسلسلة من العمليات والإجراءات المعرفية يقال لها المنهج، إذن هي نوع من الترابط بين مقاصد تلك المجالات المعرفية وبين الإجراءات التي تساعدها للوصول إلى ذلك[2]، إن المنهج عموما كما عرفه "**موريس أنجرس**" هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول إلى نتيجة أما الباحث "**محمد زيان عمر**" فعرف المنهج بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون"[3]

---

[1] موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة، الجزائر، 2004، ص100.

[2] يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص34.

[3] أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص282.

عموما يمكننا القول وبناء على مختلف التعريفات سواء تلك التي اطلعنا عليها أو التي أوردناها أن المنهج هو عبارة عن مجموعة خطوات منظمة يجب على الباحث إتباعها حتى يتمكن من الوصول إلى تنظيم دقيق لبحثه العلمي، وبالتالي تحقيق الأهداف المرجوة من البحث.

تعتمد دراستنا هذه على المنهج المسحي، والذي يندرج ضمن البحوث الوصفية وقد اخترنا هذا المنهج لعدة اعتبارات خاصة طبيعة الدراسة ومتطلباتها التي تتلاءم مع هذا المنهج على اعتبار أن منهج المسح، وهو دراسة للحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس، أو مجموعة الأحداث أو مجموعة الظواهر[1]، كما أنه من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة في البحوث الوصفية.

من جهته يعرف (هويتني) المنهج المسحي، بأنه محاولة منظمة لتحليل وتأويل الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة أو نسق من السلوكيات..، وهذا التعريف يركز على البعد الكلي للمنهج المسحي وهو جزء فقط من أبعاده، أما "مورس" فقد عرفه من جهته، بأنه منهج لتحليل ودراسة موقف أو مشكلة وذلك بإتباع طريقة علمية منظمة، وهذا التعريف يركز بدوره على الجانب الجزئي من المنهج المسحي، أما في العموم يكون المسح دوماً لدراسة موضوع ما في الحاضر عن طريق جمع البيانات وتفسيرها ثم تعميم النتائج بهدف تطبيقها علمياً على الظواهر المماثلة، مع بعض الشروط والإجراءات سوف نعود إليها لاحقاً.[2]

3. مجالات الدراسة:

من المهم في أي بحث أن يرسم الباحث مجالات معينة تكون في متناول الباحث من الناحية المنهجية والتطبيقية، حيث أن المجال يعطي صورة عامة عن العمل، وعن حدوده، ولأجل هذا قام الباحث بإعداد قائمة من صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية الأكثر شعبية ومتابعة على الفيسبوك، في المنطقة المغاربية بالاعتماد على موقع التصنيف"، **Amazon Alexa** بعد استبعاد

[1] محمد حسين سمير، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة ، 1995، ص132.

[2] يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص65.

الكثير من الصفحات لعدم تناسبها مع موضوع الدراسة، تم اختيار أربعة صفحات لمؤسسات إعلامية جزائرية ومغربية، تعمل في البيئة الرقمية فقط وهي: أوراس، سبق برس، هسبرس، le 360.

وقد تم اختيارها لعدة أسباب منها كون هذه الصفحات تحوز على ملايين المتابعين، وكذلك لكونها صفحات جادة تهتم بتحديث وتنويع المواد الإعلامية المنشورة، وكذلك لاهتمامها الذي لاحظناه بقضايا الهوية الثقافية، أما بالنسبة للمجال الزمني للدراسة التحليلية فقد تم اختيار عينة من المنشورات المتعلقة بقضايا الهوية في الفترة من 1نوفمير 2020 إلى 31 أكتوبر 2021.

4. أدوات جمع البيانات.

1.4 الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من أقدم أدوات جمع البيانات وتتمثل أساسا في استخدام حواس الباحث ومهارته لملاحظة ورصد الأشياء والوقائع والأشخاص، ولكي تكون صالحة علميا يجب أن تكون قصدية (ليست عابرة أو ناتجة عن الصدفة) ومسجلة وموجهة معرفيا وقابلة للتكرار[1]. إن الملاحظة في البحث العلمي، فهي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية...و هي عملية مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث في إطار المنهج المتبع هدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة، ليس بالمعنى التسجيلي السلبي لهذه الجوانب–عبر استخدام الحواس–بل يتعدى إلى تدخل العقل في إجراء المقارنات واستخلاص النتائج[2].

ويعتبر إطار الملاحظة هو في الأساس أداة لتسجيل المشاهدات المتعلقة بالظواهر التي تظهر ذات فائدة بالنسبة إلى مشكلة البحث. يتعلق الأمر في هذا الإطار بإعداد نظام لتسجيل المشاهدات يرتكز على الفرضية أو الفرضيات أو الهدف أو الأهداف التي تمت صياغتها، ويتم أيضا وضع مصطلحاتها في شكل عملياتي وتنفيذي. هكذا نقوم بإنشاء عناوين (أو أبواب) (rubriques) نقوم من خلالها

[1] فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار هومة، الجزائر، 2014، ص207.

[2] أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص203

بتسجيل الأهم الذي يجب الاحتفاظ به خلال إجراء الملاحظة و يمكن أن تنشأ هذه العناوين أو الأبواب من أبعاد أو مؤشرات التحليل المفهومي ومن حصر عناصر الوسط المنتمية إليه[1].

وانطلاقا من هذا تم الاستعانة بالملاحظة في هذه الدراسة من خلال العمل على ملاحظة طبيعة المنشورات في مجموعة من الصفحات الخاصة بمؤسسات إعلامية جزائرية ومغربية، حيث وبعد تحديد قائمة بأكثر الصفحات متابعة وتفاعل بالاعتماد على موقع الإحصائيات العالمي" أمازون أليكسا"، تم بفعل هذه الخطوة تحديد أكثر الصفحات اهتماما بمواضيع الهوية الثقافية، ثم انتقلنا إلى متابعة منشورات الصفحات المحددة (أوراس، سبق برس، le360، هسبريس) حيث وبناء على التعريف الإجرائي لمفهوم الهوية الثقافية، والتي قسمنها إلى أربع فئات فرعية (قضايا لغوية، قضايا دينية، قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد والقضايا التاريخية)، وبعد متابعة منشورات الصفحات المذكورة، التي تندرج ضمن إحدى هذه الفئات تمكننا من استخراج مؤشرات كل فئة.

ويمكن أن نوضح بعض الأمور المتعلقة باستخدامنا للملاحظة والمتمثلة في:

-موضوع الملاحظة: تتبع صفحات مؤسسات إعلامية رقمية مغربية وجزائرية على الفيسبوك، لتحديد الصفحات المعنية بالدراسة، ثم تحديد مؤشرات الفئات الفرعية الخاصة بفئة القضايا، بناء على ما هو متوفر من محتوى في الصفحات المختارة بعد تسجيل تكرارت هذه المؤشرات لفترة زمنية تتجاوز الخمس أسابيع، إضافة إلى تحديد المؤشرات المعبرة عن التعليقات الواردة على بعض المنشورات.

- مجالات الملاحظة: تم ملاحظة المحتوى الرقمي المتاح على صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة عبر الشبكة الاجتماعية الرقمية "فيسبوك" والمتمثل في منشورات موضوعها إحدى "قضايا الهوية الثقافية" بمختلف أشكال النشر الرقمي من "فيديوهات، صور، كتابة، روابط، هاشتاج، أشكال التفاعل..الخ".

- الفترة الزمنية للملاحظة: في المرحلة الأولى تم تحديد قائمة من الصفحات الخاصة بمؤسسات إعلامية جزائرية ومغربية وإخضاعها للمراقبة والملاحظة في فترة زمنية تتجاوز الخمس أسابيع لمدة زمنية تتراوح من ساعة إلى ساعتين في اليوم، من بداية شهر سبتمبر إلى بداية شهر أكتوبر من سنة

[1] موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص237.

2020، ومكنتنا هذه المرحلة من تحديد الصفحات المعنية بالدراسة. ثم في المرحلة الثانية تم إخضاع الصفحات المعنية بالدراسة للملاحظة لفترة زمنية تتجاوز الأربع أسابيع، من منتصف شهر أكتوبر إلى منتصف شهر نوفمبر، وقد مكنتنا هذه المرحلة من تحديد مؤشرات الفئات الفرعية الخاصة بفئة "القضايا" باعتبارها الفئة الرئيسية في دراستنا.

–المكان الذي جرت فيه الملاحظة: بما أننا نتعامل مع محتوى رقمي فلا وجود لمكان مادي "فيزيقي" سنلاحظ فيه الظاهرة، لكن مكان الملاحظة كان عبر مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية، وبالضبط "فيسبوك".

2.4 أداة تحليل المضمون:

بما أن الإشكالية المطروحة في دراستنا تتطلب دراسة وصفية للمادة الإعلامية محور الدراسة، وذلك بتحليلها تحليلا دقيقا، يوصلنا إلى استخلاص نتائج محكمة ومضبوطة فإننا ارتأينا الاعتماد على أداة تحليل المضمون على اعتبار أنها أداة منهجية للدراسة الكمية والكيفية لمضمون وسيلة الاتصال، وهو أداة لملاحظة ووصف مادة الاتصال.[1] كما يعرفه **برلسون** "**Berelson**" على أنه "تقنية بحث للوصف الموضوعي، منظم وكمي، لمضمون واضح للاتصالات، هدفه التفسير. "من خلال هذا التعريف، يتضح أن تحليل المحتوى هو تقنية تستخدم في البحوث الوصفية، ولا تتعدى هذا المستوى. فهو لا يستعمل على الأقل في هذه المرحلة– لتفسير المحتوى، بل فقط لعرض خصائص الظاهرة المدروسة.[2] أما "**هولستى**" فيعرف تحليل المحتوى على أنه "أي أسلوب بحثي يرمى للخروج باستدلالات عن طريق تشخيص صفات محددة للرسائل تشخيصا موضوعيا منظما" ولعل هذا التعريف يؤكد معالجة السمات الكامنة من محتوى وسائل الاتصال. وهو بذلك يتصدى لمشكلة المعالجة الكمية والكيفية للمحتوى مؤكدا أهمية البعد الكيفي في التحليل. ولعله أيضا يتخطى حدود الوصف الظاهر للمحتوى وهو الذي أكده بيرلسون. ففي ضوء تعريف هولستى يمكن للباحث أن يستنتج من المحتوى الذي أمامه أشياء

[1] محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط2، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2009، ص22.

[2] مرتاض نفوسي لمياء، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار هومة لطباعة والنشر، الجزائر، 2016، ص95.

يوحى بها النص ذاته، وهذا ما نفهمه من كلمة الخروج باستدلالات.[1] يعد تحليل المضمون واحدا من طرق البحث القليلة العدد جدا التي يمكن استخدامها كيفياً أو كميا، مما يتيح الفرصة لظهور مجموعة كبيرة من الإمكانيات المنهجية.[2]

✓ **وحدات التحليل:**

وهي وحدات تخص العد والقياس بشكل مباشر، وقد اعتمدنا على مجموعة من الوحدات وهي: **وحدة الموضوع، وحدة الفكرة، وحدة الشخصية،** باعتبار أن مفردات العينة الخاصة بدراستنا هي عبارة عن مناشير إلكترونية نشرت في إحدى صفحات الدراسة، تم صياغة استمارة أولية عرضت على الأستاذ المشرف، ثم تم القيام بتعديلات وإخراج استمارة تحليل المضمون في صورتها النهائية قبل العرض على مجموعة من الأساتذة المحكمين، ثم تم إجراء العديد من التعديلات وفق الملاحظات التي تم توجيهها لنا من المحكمين، ثم أصبحت استمارة تحليل المضمون في صورتها النهائية والتي تم تطبقها على دراستنا التحليلية.

✓ **فئات المضمون: (ماذا قيل؟)**

1-فئة القضايا: ونقصد بهذه الفئة مجموع القضايا والمواضيع المطروحة في صفحات الدراسة وقد قمنا بتحديد هذه القضايا عن طريق مؤشرات مستخلصة من التعريف الإجرائي الذي قدمناه للهوية الثقافية، وكذلك بناء على المحتوى الموجود في منشورات عينة التحليل في دراستنا هذه، ومن هنا يمكننا عرض مجموعة من فئات القضايا الرئيسية تنضوي تحتها مجموعة قضايا فرعية، نقوم باستعراضها كما يلي:

أ) قضايا لغوية: وتضم مجموعة قضايا فرعية مثل:

[1] رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص70.

[2] شارلين هس، باتريشيا ليفي، البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، تر:هناء الجوهري، المركز القومي للترجمة، مصر، 2011، ص 469.

– قضايا اللغة العربية: مختلف المنشورات التي تتناول قضايا اللغة العربية والجهود المبذولة في دعم وتطوير اللغة العربية.

– قضايا اللغة الأمازيغية: مختلف الجهود التي تبدلها الدول المغاربية محل الدراسة في دعم وترقية اللغة الأمازيغية.

– قضايا الدارجة المحلية: نقصد بها مختلف المنشورات التي تتحدث عن الدارجات المحلية في كل من الجزائر والمغرب.

– قضايا اللغة الفرنسية: نقصد بها مختلف المنشورات التي تتحدث عن اللغة الفرنسية ومكانتها الثقافية في كل من الجزائر والمغرب.

ب) قضايا دينية: وتضم مجموعة قضايا فرعية مثل:

– أعياد ومناسبات: مختلف الأعياد والمناسبات الدينية.

– تعريف بالإسلام: هي مختلف المنشورات التي تحاول التعريف بجانب معين في الدين الإسلامي.

– تشبث ودفاع عن الدين الإسلامي: وهي في غالبها منشورات ترد وتدافع عن الدين الإسلامي.

– مؤسسات دينية: نقصد بها مختلف المنشورات التي تتناول قضايا ذات علاقة بمؤسسات دينية.

– قضايا التصوف: الطرق الصوفية هي أحد أهم روافد الهوية الدينية في المنطقة المغاربية.

– دعوات تجديد ديني: مختلف الأصوات الداعية إلى مراجعة الموروث الديني بما يتوافق وقيم الحداثة.

– قضايا أقلية يهودية: المقصود بها مختلف المنشورات التي تتناول مسائل ذات علاقة بالأقلية اليهودية في كل من الجزائر والمغرب.

– قضايا أقلية مسيحية: هي مختلف القضايا التي تتحدث عن الأقلية المسيحية الموجودة في كل من المغرب والجزائر.

ج) قضايا التراث المادي والمعنوي: وتضم مجموعة قضايا فرعية تتمثل في:

– قضايا آثار: مختلف المواقع الأثرية واللقى من الحقب التاريخية المختلفة التي مرت على منطقة شمال إفريقيا.

–عمران تقليدي: مختلف المباني والقصور التقليدية خصوصا من الفترة العثمانية والحقبة الاستعمارية.

– طعام تقليدي: مختلف أصناف المأكولات والحلويات التقليدية المغربية والجزائرية.

– موسيقى تقليدية: الموسيقى التقليدية بمختلف طبوعها.

– أعياد واحتفالات شعبية: مختلف الأعياد والمناسبات الشعبية مثل، يناير...

– صناعات تقليدية: مختلف الصناعات التقليدية مثل النقش على الخزف والنحاس.

– حكايات وأساطير شعبية: التركيز على الأساطير والحكايات الشعبية.

د) قضايا تاريخية: وتضم مجموعة قضايا فرعية تتمثل في:

– تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية: نقصد بها المنشورات التي تتناول تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية في كل من الجزائر والمغرب.

– تذكير بجرائم الاستعمار: منشورات تذكر بجرائم الاستعمار التي ارتكبها خلال فترة احتلاله للمنطقة.

– تاريخ قديم: المقصود التاريخ القديم للمنطقة المغاربية.

– ذكرى تاريخية: المقصود بها مختلف المنشورات التي تذكر بحدث تاريخي معين.

– تاريخ إسلامي: نقصد كل ما تعلق بالتاريخ الإسلامي في المنطقة المغاربية أو بالتاريخ الإسلامي على العموم.

2–فئة الاتجاه: نرمي من خلال هذه الفئة إلى التعرف على اتجاه المواضيع المنشورة حيال ما هو معروض من قضايا وأحداث، و الاتجاه هنا ينظر له أنه نوع من التقييم الايجابي أو السلبي الذي يتبناه صاحب الرسالة ويضمنه في رسالته.

– اتجاه ايجابي مطلق: المقصود أن تناول الموضوع أخد منحى ايجابي ومؤيد خالصا، بدون وجود وجهات نظر أخرى.

– اتجاه ايجابي نسبي: المقصود أنه رغم وجود عدة وجهات نظر في المادة الصحفية المنشورة إلا أن الاتجاه الايجابي بارز بشكل أكبر.

– اتجاه سلبي مطلق: نعني به أن تناول الموضوع أخذ منحى سلبي خالص.

– اتجاه سلبي نسبي: المقصود أن هناك تركيز على الجوانب السلبية في تناول الموضوع أكثر من الجوانب الايجابية.

– اتجاه صفري: وهو العرض القضايا المطروحة دون أن يطغى عليه أي جانب من الجوانب الايجابية أو السلبية.

3–فئة الأهداف: من المعروف أن لكل مضمون هدف أو أهداف يرجو صاحب الرسالة بلوغها سواء كانت معلنة أو مستترة ضمنيا، ونرمي من خلال هذه الفئة إلى التعرف على الأهداف التي تصبو إليها المضامين ذات العلاقة بقضايا الهوية الثقافية المنشورة في صفحات الدراسة.

– طرح مسائل الهوية الثقافية للنقاش العام: أي أن الهدف من المادة الإعلامية المنشورة هو طرح قضايا الهوية الثقافية للنقاش في الفضاء العام.

– الدعوة لفكرة معينة: المقصود أن المادة الصحفية في صفحات الدراسة تدعو إلى فكرة معينة في علاقة بمسائل الهوية الثقافية.

– التعريف بعنصر من عناصر الهوية الثقافية: هدف المادة المنشورة هو التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية.

– هدف إخباري: أي أن الهدف من المادة الإعلامية هو توصيل أخبار ومستجدات.

– دعاية سياسية: الهدف من المنشورات هو الدعاية السياسية لطرف ما سواء كان في السلطة والمعارضة.

– نشر الوعي بمسائل الهوية الثقافية: أي نشر الوعي بحساسية قضايا الهوية وخطورتها إذا تم توظيفها بشكل خاطئ.

– تحليل ونقد: تقديم تحليلات ونقد لمختلف الأحداث و القضايا ذات الصلة بموضوع الهوية الثقافية.

– أهداف أخرى: أهداف أخرى غير الأهداف التي ذكرناها.

4–فئة الإطار المرجعي: وهذه الفئة ذات أهمية كبرى لأنها تحدد السياق العام الذي تم من خلاله تناول قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة وتنقسم هذه الفئة إلى:

– إطار سياسي: توظيف مسائل الهوية الثقافية في إطار سياسي.

– إطار تاريخي: إعطاء بعد تاريخي لقضايا الهوية الثقافية التي تم تناولها.

– إطار حقوقي: المقصود أن تناول مسائل الهوية جاء في إطار الدفاع عن حقوق الإنسان، خصوصا فيما تعلق بحقوق الأقليات.

– إطار إخباري: تناول قضايا الهوية الثقافية في إطار إخباري القصد منه نقل مستجدات ذات علاقة بإحدى قضايا الهوية الثقافية.

– إطار صراع: المقصود أن السياق الذي تم فيه تناول قضايا الهوية الثقافية هو سياق صراع هوياتي بين مختلف عناصر هذه الهوية، أو في إطار الصراع مع هويات أخرى.

– إطار ديني: ربط طرح قضايا الهوية الثقافية بالإطار والتوجه الديني.

– الجمع بين أكثر من إطار: الجمع بين أكثر من إطارين مثل، الإطار السياسي وإطار الصراع...

5–فئة الفاعلين: والهدف من هذه الفئة هو التعرف على الشخصيات المحورية ومختلف الفاعلين ذوي العلاقة بمضامين قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة.

– سياسيين: مختلف الناشطين في الساحة السياسية مثل، رؤساء أحزاب وأعضاء مجالس منتخبة.

– رجال دين: شخصيات دينية مختلفة من دعاة وأساتذة علوم دينية، ورهبان وحاخامات.

– مفكرين وكتاب: شخصيات ثقافية فاعلة لها إسهامات في الحقل الثقافي والأكاديمي.

– قادة تاريخيين: شخصيات تاريخية لها قيمة اعتبارية مثل قادة الثورة الجزائرية أو قادة الحركة الوطنية المغربية.

– موسيقيين: فنانين متخصصين في أنواع موسيقية تقليدية، أو بعض الطبوع الموسيقية ذات الصلة بأحد أبعاد الهوية الثقافية مثل، الموسيقى الأمازيغية أو الموسيقى الصوفية...

– مسئول رسمي: كل من يتولى مسؤولية رسمية في أحد المناصب الحكومية أو الهيئات الرسمية.

– جمعيات ومنظمات حقوقية: مختلف الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني التي لها علاقة بقضايا الهوية الثقافية.

– أخرى: فاعلين أخريين غير الفئات التي ذكرنا.

6–فئة الجمهور المستهدف: إن كل رسالة تبنى من أجل الوصول إلى جمهور معين أو عدة أصناف من الجمهور، ونقصد بهذه الفئة في دارستنا الجمهور المستهدف بطرح قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة.

– مسئولين: أي أن المستهدف من المادة الإعلامية هم أشخاص في مناصب رسمية.

– جمهور عام: جمهور عام غير محدد الخصائص من قراء الصحف الإلكترونية.

– جمعيات محلية: مختلف الجمعيات المحلية المهتمة بمسائل الهوية الثقافية.

– منظمات دولية: مختلف الهيئات الدولية المهتمة بمسائل الهوية الثقافية.

– هيئات حكومية: أي أن الطرف المستهدف من المواضيع المطروحة هي مؤسسات الدولة الداخلية.

– أخرى: أطراف أخرى مستهدفة من المواد الإعلامية.

7-فئة القيم: تعد هذه الفئة واحدة من أصعب الفئات في التحديد كونها خاضعة لاختلاف التأويل، إلا أننا حاولنا وضع حدود دقيقة لتبويب القيم التي تحملها مختلف المضامين محل الدراسة، ونقصد بهذه الفئة في دارستنا مجموع القيم الايجابية أو السلبية التي تضمنتها قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة.

أ) البعد الايجابي:

- الأصالة: التركيز على إبراز قيمة الأصالة والامتداد الثقافي للمجتمعين الجزائري والمغربي.

- التنوع: التركيز على التنوع الإثني واللغوي وإبرازه كقيمة ايجابية في المجتمع.

- الاحترام: إبراز الاحترام كقيمة أساسية في سواء في تعامل الدولة مع مسائل الهوية الثقافية أو في تعامل بين مختلف الحساسيات المكونة لهذه الهوية الثقافية.

- التعايش: التركيز على أهمية التعايش بين مختلف حساسيات المجتمع.

- التجديد: دعوات لتجديد التراث والتخلي عن بعض العادات السيئة.

- الوفاء والامتنان: قيمة الامتنان والوفاء لشخصيات ثقافية ورموز تاريخية.

- الاحتفاء بالاختلاف: التركيز على إبراز الأقليات العرقية والدينية.

- الأخرى.

ب) البعد السلبي:

- الكراهية: الدعوة لتفريق بين الناس على أساس عرقي أو ديني.

- العنف: العنف هو استعمال ألفاظ أو أفعال يفهم منها الإساءة للأخريين أو الدعوة لإلحاق الأذى بهم.

- العنصرية: ممارسة تقوم على احتقار واضطهاد أفراد وجماعات على أساس عرقي أو ديني أو ثقافي.

- الجهوية: طغيان نوع من العنصرية المناطقية، أي التعصب للجهة الجغرافية على حساب باقي الوطن.

– أخرى.

8–فئة حجم التفاعل: ونعني بهذه الفئة حجم مختلف أنواع التفاعلات، ونهدف من خلال هذه الفئة إلى القياس الكمي للتفاعلات مع منشورات الدراسة.

– الاعجابات: وهو استعمال أحد الرموز الأيقونية التي يتيحها فيسبوك للتعبير عن موقف المتصفح من المادة المنشورة مثل التفاعل بـ: أعجبني، أحببته، أحزنني، أغضبني...

– التعليقات: وهو التفاعل بكتابة تعليق أو ملاحظة مؤيد أو معارضة لمضمون المادة الصحفية المنشورة.

– المشاركات: وهو إعادة نشر المنشورات على صفحات المتابعين أو إحدى المجموعات التي تتيح للمشتركين فيها مشاركة منشورات و روابط.

9–فئة اتجاه التعليقات الأكثر تفاعلا: ونهدف من خلال هذه الفئة التعرف على طبيعة اتجاه ومواقف المتابعين المتفاعلين مع المضامين المنشورة من خلال عينة من التعليقات، حددناها بعشر منشورات الأكثر تفاعلا في كل صفحة من صفحات الدراسة، يتم أخذ 10 تعليقات الأكثر تفاعلا في المنشور لتحليليها (وهي خاصية تتيحها منصة فيسبوك بشكل ألي) .

– تأييد الفكرة الواردة مع تقديم حجج: بمعنى أن المتابع يوافق ويدافع على الفكرة الواردة في المادة الصحفية المنشورة مع تقديم حجج.

– تأييد الفكرة الواردة دون تقديم حجة: اكتفاء المعلق بتأييد الفكرة الواردة في المنشور دون إيراد حجج.

– استهزاء وسخرية وتشكيك: السخرية والتقليل من أهمية وجدية مضمون المادة المنشورة دون مناقشة ما ورد فيها.

– تهجم شخصي: وهو شخصنة القضايا والتوجه بعبارات للشخص المعني سواء كان الصحفي نفسه أو المؤسسة الإعلامية أو أي طرف له علاقة بالموضوع وعدم التركيز على جوهر الموضوع.

– خطاب كراهية: توجيه عبارات كراهية وعنف وتحريض ضد فئة معينة على أساس عرقي أو ديني أو جهوي.

– معارضة مع تقديم حجج: بمعنى أن الشخص المتفاعل له وجهة نظر أخرى في القضية المطروحة.

– نصح ديني: إعطاء صبغة دينية لأي قضية مطروحة.

– سرد تجربة شخصية: سرد تجربة شخصية ذات علاقة بالموضوع المطروح للنقاش.

✓ **فئات الشكل : (كيف قيل؟)**

1–فئة اللغة المستخدمة: نقصد بهذه الفئة في دراستنا تلك الفئة التي تبحث في طبيعة اللغة المستخدمة في المنشورات التي تتناول قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة.

– اللغة العربية: وهي اللغة الرسمية التي تتعامل بها مختلف مؤسسات الدولة والفاعلين في الساحة الأكاديمية والإعلامية.

– الدارجة المحلية: وهي اللغة المستعملة في الحياة اليومية وهي خليط بين كلمات من عدة لغات.

– لغة أمازيغية: استعمال اللغة الأمازيغية بمختلف لهجاتها.

– لغة فرنسية: استعمال اللغة الفرنسية.

– المزج بين العامية والفصحى: هي مواد إعلامية يستعمل فيها كلمات مختلطة بين الفصحى ولهجات عامية.

2–فئة المصادر المعتمد عليها: والمقصود من هذه الفئة التعرف على مختلف منابع المحتوى محل التحليل، فالقائمون على صفحات الدراسة سواء تلك الصفحات التابعة لمؤسسات إعلامية أو الصفحات الأخرى التي يقوم عليها مدونون، هؤلاء المسيرون أو مديرو الصفحات يعتمدون على مصادر مختلفة في منشوراتهم نسعى من خلال هذه الفئة إلى التعرف عليها.

– وسائل إعلام وشبكات التواصل الاجتماعي: مختلف المؤسسات الإعلامية المحلية والدولية، إضافة إلى مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

– مؤسسات رسمية: مختلف البيانات والمعلومات الصادرة عن مؤسسات رسمية.

– شخصيات سياسية: مختلف الشخصيات السياسية من سواء كانت تتولى مسؤولية ما أو لا.

– كتب و دراسات أكاديمية: كتب ودراسات تتناول إحدى مسائل الهوية الثقافية.

– هيئات ومنظمات: مختلف منظمات المجتمع المدني المهتمة بالمسائل الثقافية.

– صحفيين: أي أن مصدر المعلومة هو الصحفي ذاته الذي كتب أو أنتج الموضوع المنشور.

– مصدر مجهول: بمعنى أن المصدر غير معلوم.

3–فئة الأجناس الصحفية: والمقصود بهذه الفئة الطبيعة البنيوية للمنشور، أو ماهيته بمعنى إلى أي أجناس الكتابة ينتمي، وأهمية هذه الفئة في دراستنا تتمثل في أن الصفحات محل الدراسة هي صفحات خاصة بمؤسسات إعلامية وقد حددنا هذه الأنواع فيما يلي:

– خبر: نوع صحفي قائم على وصف ونقل حدث معين.

– تعليق: هو عبارة عن تقديم أراء حول قضايا وأحداث جارية أو تلك التي وقعت بالفعل.

– تقرير: أحد الأنواع الخبرية التي تهتم بالحصول على تفاصيل أكبر للموضوع المعالج.

– مقال: أحد الأنواع الصحفية الفكرية يهتم بتحليل الأحداث والتعليق عليها وفق رؤية الكاتب، إضافة لتقديم اقتراحات وإضافات في الموضوع.

– بورتريه: نمط صحفي قائم على سرد تفاصيل حياة شخصية ما.

–المقابلة: أحد الأنواع الصحفية القائمة على الحوار مع شخصيات لها وزن أو صلة بقضايا الهوية الثقافية.

4-فئة نمط العرض: ونقصد بهذه الفئة طبيعة المادة المنشورة في صفحات الدراسة، حيث نهدف من خلالها إلى التعرف على مختلف الأشكال الموظفة في منشورات الصفحات عينة الدراسة.

- صورة+نص: استعمال نص مرفق بصورة.

- فيديو +نص+ وسم: فيديو مرفق بنص توضيحي و هاشتاج .

- فيديو +نص: فيديو مرفق بنص توضيحي.

- نص +صورة + رابط: استعمال نص مرفق بصورة ورابط.

- نص + صورة +وسم: نص مرفق بصورة أو وسم أو هاشتاج.

5- فئة الوسائط المرئية: ونعني بهذه الفئة مختلف الوسائط المرئية الموظفة في منشورات صفحات الدراسة التي تتناول قضايا الهوية الثقافية.

- فيديو قصة: نوع جديد من الفيديو أكثر فعاليّة و جاذبية انتشر في السنوات الأخيرة مع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي، يجمع ما بين كل العديد من الطرق مع بعضها، حيث يمكن أن يحتوي الفيديو على الصور والتصاميم وحتى النصوص معا في نفس الوقت، وهي تعتمد على أسلوب سرد قصة كاملة في فيديو قصير لا يتجاوز دقائق.

- فيديو تسجيلي: المقصود به مختلف الفيديوهات المسجلة لشخصيات أو لأحداث معينة.

- فيديو مباشر: استعمال التقنيات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال بث مباشر للأحداث والمقابلات دون الحاجة لتجهيزات كبيرة.

- صور أرشيفية: صور قديمة ذات علاقة بالموضوع المطروح في المادة الإعلامية المنشورة.

- صور موضوعية خاصة: المقصود بها الصور المرفقة التي تعبر عن المواضيع المطروحة والتي تكون صور خاصة بالمؤسسة الإعلامية، أي أن مصدرها هم مصورو وصحفيي المؤسسة.

– صور معدلة: مختلف الصور المستعملة في منشورات الدراسة والتي تم تعديلها سواء بالكتابة عليها أو دمجها مع صور أخرى.

6–فئة الإستمالات الإقناعية: والمقصود بهذه الفئة في دراستنا جميع الدعائم والحجج والأساليب التي تضمنتها منشورات قضايا الهوية الثقافية في الصفحات عينة الدراسة.

أ) إستمالات عقلية:

– استشهاد بمعلومات: الاستعانة بمعلومات معينة حول المسائل المطروحة.

– تقديم الأرقام والإحصائيات: استعمال إحصائيات وأرقام ذات علاقة بالمواضيع المعالجة.

– الاستعانة بدراسات وكتب علمية: الاستعانة بكتب ومراجع في إعداد المادة الإعلامية المنشورة.

– الاستعانة بالنصوص القانونية والدينية: استعمال نصوص قانونية أو دينية تدعم وجهات النظر المطروحة.

– الاستعانة بآراء مثقفين وكتاب: الاعتماد على تصريحات كتاب ومثقفين في ما تعلق بالمواضيع المطروحة.

– أخرى

ب) إستمالات عاطفية:

– استخدام الرموز والشعارات: الاعتماد

– استعمال الأساليب اللغوية: استعمال مختلف الأساليب اللغوية من استعارات ونعوت وتشبيهات.

– عرض الآراء على أنها مسلمات: عدم الاكتفاء بعرض الرأي والرأي الأخر وترك الأمر للمتابعين ليتبنوا الآراء التي تقنعهم.

– التخويف: المقصود هنا هو الاعتماد في بناء الرسالة الإعلامية على الجانب النفسي من خلال إشعار المتلقي بالتهديد والخطر.

– أخرى.

3.4 أداة المقابلة:

المقابلة (Interview) هي عبارة عن مواجهة أو اتصال بين شخصين، أحدهما يؤدي دور السائل؛ والثاني يؤدي دور المجيب. أما هدف هذه المواجهة أو الاتصال فهو حصول السائل من المجيب على معلومات يملكها المجيب، ولا يمانع في إعطائها للسائل.[1] تعد المقابلة أو الاستبيان الشفوي من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعا. وتشكل المقابلات والاستبيانات ما يسمى بالطريقة المسحية التي تعد من أهم تقنيات البحث الاجتماعي. وتستخدم المقابلات كطرائق لجمع البيانات في معظم أنواع تصاميم البحوث، بغض النظر عن منهجية البحث الأساسية[2].

تم استعمال المقابلة كأداة مساعدة في الدراسة، حيث أجرى الباحث مجموعة مقابلات مع أساتذة مختصين في بعض المجالات التي تتقاطع مع موضوع الدراسة، مثل أساتذة في علم الاجتماع والعلوم السياسية إضافة لأساتذة في الإعلام والاتصال بوصفهم خبراء في موضوع الدراسة. وتجدر الإشارة أن الباحث لجأ إلى استعمال "**المقابلة المفتوحة**" من خلال دليل مقابلة، والمقابلة المفتوحة هي تلك المقابلة التي يقوم فيها الباحث بتحديد أسئلة صياغة وترتيبا، و لكن تعطى للمبحوث الحرية في التوسع في الإجابة وقد يكون هذا بدفع من الباحث دون الخروج عن الموضوع[3].

ويمكن أن نلخص الخطوات المنهجية التي سبقت عملية إجرائنا للمقابلة في ما يلي:

-**بناء دليل أو مخطط المقابلة:** يؤكد "موريس أنجرس" أن مخطط أو دليل المقابلة هو الأداة التي ترتكز عليها مقابلة البحث. يتضمن كل الأسئلة التي يحتمل طرحها أثناء مقابلة الشخص المستجوب كما أنه يحتوي أيضا على كل ما نريد معرفته تماشيا مع تحديد مشكلة البحث. يحضر مخطط أو دليل المقابلة من خلال أسئلة وأسئلة فرعية مفتوحة وقائمة على أساس التحليل المفهومي الذي تم إجراؤه في المرحلة الأولى والمرتبة بشكل معين ينبغي أن تظهر معلومات دقيقة في بداية المخطط أو الدليل[4].

---

[1] باسم سرحان، طرائق البحث الاجتماعي الكمية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2017،ص136.

[2] سوتيريوس سارانتاكوس، البحث الاجتماعي، تر: شحدة فارع، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2017، ص 465.

[3] نبيل حميدشة، المقابلة في البحث الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد 04، العدد 08، 2012،ص102.

[4] موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص263.

إذن يمثل الدليل مرحلة أساسية في الربط بين البنية المفهومية لمشكلة البحث من جهة، والواقع الذي نريد دراسته من جهة أخرى، ولهذا فقد قمنا بإعداد دليل المقابلة الخاصة بدراستنا، حيث تضمن المحور الأول تقديم ملخص لإشكالية الدراسة، إضافة للتساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية، كما تضمن الدليل أهداف الدراسة. أما المحور الثاني فقد تضمن توضيحات أولية إضافة إلى أسئلة المقابلة التي تم تحضيرها بشكل محكم تماشيا ومشكلة البحث، لطرحها على المستجوبين.

ويتضمن هذا الدليل العديد من الأسئلة بداية بسؤال تمهيدي، ثم أسئلة رئيسة ترتبط بأبعاد المشكلة، ثم أسئلة فرعية ترتبط بمؤشرات بعض الأبعاد.

-**تحديد المبحوثين:** إن المعيار الأساسي لتحديد الأساتذة المعنيين بالمقابلة هو الاختصاص في موضوع الدراسة، أو في إحدى جزئياته، فبعد أن توصلنا من خلال النتائج إلى أن هناك تقاطعات بين عدة تخصصات يربط بينها موضوع "الهوية الثقافية"، إرتئينا الاستعانة بأساتذة في تخصصي العلوم السياسية وعلم الاجتماع إضافة إلى علوم الإعلام والاتصال، وقد تم تحديدهم بعد تتبع إصدارتهم ومداخلتهم العلمية المرتبطة بموضوع دراستنا.

-**توضيح موضوع الدراسة للمبحوثين:** تمت هذه المرحلة بعد تحديد قائمة من المبحوثين، حيث قمنا بداية بالاتصال المباشر، أو عن طريق وسائط الاتصال المختلفة مع أساتذة في عدة تخصصات مرتبطة بموضوع الدراسة، حيث شرحنا لهم مبدئيا موضوع دراستنا، وحاجتنا إلى تدعيم النتائج التي حصلنا عليها في الدراسة التحليلية لمضامين الصفحات المعنية، تدعيمها بأداة المقابلة التي تم استخدامها كأداة ثانوية تغطي بعض القصور والعجز في أداة تحليل المضمون، ثم في المرحلة الثانية تم إرسال دليل المقابلة، كما تم إرسال استمارة تحليل المضمون ودليل التعريفات الإجرائية الخاصين بالدراسة، لبعض المبحوثين بناء على طلبهم لأخذ فكرة أوسع عن الموضوع.

-**زمن المقابلة:** أجريت أغلب هذه المقابلات في الفترة من بداية ديسمبر 2022 إلى منتصف فيفري 2023، وقد فضلنا إجرائها في هذه الفترة لأنها فترة تحرر أغلب الأساتذة من الالتزامات المهنية.

-**نوع المقابلة وأسئلتها:** كما سبق وأشرنا أننا اعتمدنا على المقابلة المفتوحة، من أجل مسح أراء المبحوثين في الموضوع محل الدراسة من خلال مجموعة من الأسئلة المستنبطة من نتائج الدراسة

التحليلية التي قمنا بها، والتي تعتبر مصدر الأسئلة الرئيسية، وجاءت هذه الأسئلة مرتبة بنفس الترتيب الذي جاءت به الفئات في الدراسة التحليلية.

5 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تؤدي الأساليب الإحصائية دورا مهما جدا في تحويل ما تم التوصل إليه من بيانات ومعلومات، إلى نتائج رقمية سهلة القراءة، وهذا ما ينطبق على الدراسات التي تعتمد على أداة تحليل المحتوى والتي تقوم على مثل هذه الأساليب في جمع وتصنيف البيانات كميا، وتعرف الأساليب الإحصائية على أنها أساليب تسمح بتحليل البيانات بالتفصيل، يوفر أحد هذه الأساليب وصفا عاما للبيانات ويسمى التحليل الوصفي (الإحصاء الوصفي)، وثمة أسلوب آخر يركز على العلاقات بين المتغيرات بحثا الارتباطات (التعالقات) ويسمى التحليل التعالقي (الإحصاء التعالقي). والشكل الثالث من المعالجة الإحصائية هو اختبار الدلالة الذي يدل على المدى الذي عكس فيه النتائج معايير مجتمع الدراسة، وما إذا كانت الدراسة تسمح بتعميم النتائج أم لا.[1] إن ما يعنينا في دراستنا هذه هو النوع الأول المتمثل في الإحصاء الوصفي.

المهم في الأمر هنا دقة الباحث في اختيار الأسلوب الإحصائي المناسب الذي يحقق هدف بحثه، والذي يغنيه عن غيره من الأساليب. وبعد إجراء العمليات الإحصائية اللازمة يتبقى طريقة عرض النتائج. وهنا أيضا تتعدد الأساليب، فقد يكتفي الباحث بعرض فئات التحليل ذاكرا أمامها معدل تكرار الوحدات، وقد يجمع هذه البيانات في جدول يوضحها. وقد يستخدم رسما بيانيا يعرض من خلاله البيانات. بالنسبة للمعالجة الإحصائية، ينبغي التأكيد على أن التحليل الإحصائي في دراسات تحليل المحتوى ليس هدفا في ذاته، وإنما هو وسيلة لتفسير البيانات التي أمكن جمعها عن طريق تحليل محتوى مادة الاتصال. ومعنى كونه وسيلة، أن هدفه رهن بالحاجة إليه. ومن ثم ينبغي أن تكون العناية به على قدر الهدف المرجو منه. وينطبق في مثل هذا المجال مبدأ الاقتصاد في الجهد. فما يمكن لنا

[1] سوتيريوس سارانتاكوس، مرجع سبق ذكره، ص 629.

تحقيقه بأسلوب إحصائي واحد يغني بلا ريب عن استخدام أسلوبين قد لا يضيفان بقدر ما يربكان المعالجة الإحصائية.[1]

ولهذا نذكر ثلاث من الأساليب الإحصائية التي إعتمدناها في دراستنا وهي :

- تطبيق معادلة هولستي Holsti لحساب ثبات الاستمارة.

- حساب التكرارات لكل فئة من فئات التحليل.

- ترجمة التكرارات إلى نسب مئوية ثم المقارنة بينها.

6 إجراءات صدق وثبات التحليل:

لا يخلو أي بحث علمي من عملية التحكيم بعض النظر عن شكلها ومراحلها، وهذا لأنها تعطي مصداقية للبحث وللنتائج المتوصل إليها، وعليه يعتبر صدق وثبات التحليل عملية مرجعية يقوم الباحث من خلالها إخضاع أدوات التحليل لعملية تصحيح لتكون أكثر نجاعة.

✓ صدق التحليل:

يقصد بصدق "**Validité**" التحليل التأكد العلمي من أن استمارة التحليل تقيس فعلا ما يراد قياسه، لأن الصدق كما يقول الأستاذ "**فضيل دليو**" يرتبط أساسا بقابلية تكرار التجارب والاكتشافات العلمية، ولن يتأتى إلا بمعاينة أدوات جمع البيانات ومعالجة إحصائية مناسبة، وعليه يرتبط صدق التحليل بمصداقية استمارة تحليل المضمون Bordereau d'analyse وهي عبارة عن بطاقة تعريف لكل وحدة من وحدات العينة، عليها تدون النتائج الكمية التي قد يتحصل عليها الباحث من عملية جمع وحدات التحليل، قبل ذلك ينبغي أن يخضعها إلى التنقيح عبر تسليمها لبعض من الأساتذة للنظر فيها ومدى ملائمتها مع ما يصبو الباحث الوصول إليه، وبناء على ملاحظات هؤلاء تصحح ويبدأ العمل بها.[2]

[1] رشدي أحمد طعيمة، المرجع نفسه، ص356.

[2] تمار يوسف، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص157.

✓ **ثبات التحليل:**

تهدف هذه العملية إلى التأكيد من الحصول على النتائج نفسها تحت نفس الظروف حينما يقوم بالتحليل أكثر من محلل في وقت واحد، أو أوقات مختلفة، بمعنى آخر الثبات **La Fiabilité** هو المدى الذي تجرب فيه إجراءات القياس النتائج ذاتها، في محاولات متعددة، وعندما يستخدم المرمزون اليدويون في تحليل المحتوى، فهذا التعريف يترجم إلى ثبات بيني بين «المرمزين»، أو ما يعني مقدار الاتفاق أو التطابق بين مرمزين اثنين أو أكثر.[1] وهذا النوع من الثبات المتعلق باتفاق المحكمين حول الاستمارة هو ما قمنا بتطبيقه من خلال الخطوات التالية:

تم تقديم استمارة تحليل المضمون لعدد من الأستاذة المحكمين ومن ثم تطبيق معادلة هولستي **Holsti** على النحو التالي :

$$\mathbf{R}=\frac{\mathbf{NC}}{\mathbf{1}+(\mathbf{N}-\mathbf{1})\times\mathbf{C}}$$

R= معامل الثبات

N =عدد المحكمين = (5) (أ و ب و ج و د و هـ)-

C= متوسط الاتفاق بين المحكمين

-تم ترقيم الفئات وعناصرها في الاستمارة و بلغ عددها 145 وعلى هذا الأساس كانت النتيجة كما هو موضح في الجدول التالي:

[1] تمار يوسف، أصول تحليل المضمون وتقنياته، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص167.

المحكمون	إجمالي العناصر	متوسط الاتفاق	نسبة التوافق
أ / ب	145	123	0.84
أ / ج	145	118	0.81
أ / د	145	121	0.83
أ / هـ	145	127	0.87
ب / ج	145	115	0.79
ب / د	145	118	0.81
ب / هـ	145	124	0.85
ج / د	145	113	0.77
ج / هـ	145	119	0.82
د / هـ	145	122	0.84

-جدول رقم (01) يمثل البيانات الخاصة بحساب نسبة التوافق بين المحكمين.

$$C=\frac{0.84+0.81+0.83+0.87+0.79+0.81+0.85+0.77+0.82+0.84}{10}=\frac{8.23}{10}=0.82$$

$$R=\frac{5(0.82)}{1+(5-1)\times(0.82)}=\frac{4.10}{4.28}=0.95$$

$$R=0.95$$

-وهي نسبة مرتفعة استنادا لمعادلة "**هولستي**" التي تحدد الثبات من 0،79 إلى 0،99

للاطلاع على دليل استمارة تحليل المضمون أنظر الملحق رقم -01-

رمز	الاسم	الدرجة العلمية	مؤسسة الانتماء
أ	هند عزوز	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل
ب	يوسف تمار	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر 03
ج	مسعودة طلحة	أستاذ محاضر (أ)	جامعة محمد خيضر –بسكرة
د	نصر الدين بوزيان	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة 03
ه	سمير لعرج	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل

–الجدول رقم (02) يمثل الأساتذة المحكمون حسب الترتيب الأبجدي.

7 مجتمع البحث وعينته:

1.7 مجتمع البحث:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة خطوة أساسية في أي بحث أو دراسة تستخدم تحليل المضمون كأداة للوصول إلى نتائج معبرة، يشير مصطلح (مجتمع البحث) في كثير من أدبيات البحث العلمي؛ إلى مجموع الوحدات التي يمكن أن يتعامل معها الباحث في سبيل جمع بياناته البحثية، وهو بذلك تعبير عن كتلة ليست محصورة ومحددة بالضرورة من حيث عدد أو أسماء وحداتها، لكنها محددة من حيث توفرها على سمات ومعايير عامة ومشتركة يرتكز عليها الباحث في بناء المقاييس الأولية لإطار المعاينة.[1]

من المعايير التي نحدد على أساسها حجم العينة يمكن أن نذكر أهمها:

–تختلف المجتمعات البحثية من حيث تجانس أو تباين وحداتها؛ فكلما زاد التجانس بين عناصر المجتمع، كان العدد اللازم لتمثيل المجتمع أقل، والعكس كلما زاد التباين كان العدد اللازم لتمثيل المجتمع أكثر.

[1] سعد بن الحاج جخدل، العينة والمعاينة، دار البداية ناشرون وموزعون، 2019، عمان، ص17.

– تتحكم أهداف البحث في طبيعة المنهج المستخدم وبالتالي فهي تتحكم أيضا في حجم العينة الملائم؛ فالدراسات المسحية مثلا تحتاج إلى أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع لتمثيله، بينما تعتمد الدراسات التجريبية على عينات أقل.[1]

ولهذا قمنا بتحديد مجتمع البحث الخاص بدراستنا كالتالي:

–**المجتمع المستهدف:** ويتمثل أساسا في مواضيع الهوية الثقافية المنشورة في صفحات المؤسسات الإعلامية العربية على الفيسبوك فيما تعلق بالدراسة التحليلية وأساتذة مجموعة من تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية فيما تعلق بالمقابلة.

–**المجتمع المتاح:** ويتمثل في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحات المؤسسات الإعلامية الجزائرية والمغربية التي تم اختيارها (أوراس، سبق برس، هسبريس، le360) على الفيسبوك فيما تعلق بالدراسة التحليلية، ومجموعة من 04 أستاذة في علوم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع والعلوم السياسية بالنسبة للمقابلة.

2.7عينة البحث.

- ✓ **عينة الدراسة التحليلية:**

تعتمد دراستنا هذه على العينة القصدية أو العمدية كما يدل عليها اسمها، فإن العينة القصدية هي تلك العينة التي يلجأ الباحث إلى اختيار وحداتها بشكل مقصود، وبطريقة يرى أنها تخدم أهداف دراسته وبناءً أيضا على معرفته بمجتمع بحثه دون أن يكون هناك قيد أو شرط غير تلك التي يراها مناسبة من حيث كفاية المضمون على الإجابة عن إشكالية وأهداف الدراسة.[2]

إن العينة القصدية هي أسلوب معاينة غير احتمالية يتم فيه اختيار العناصر من المجتمع المستهدف على أساس مطابقتها و ملاءمتها لأهداف الدراسة ومعايير الإدراج والاستبعاد الموجودة في العينة. وتسمى أيضاً العينة الهادفة. وعلى عكس العينة المتاحة أو الميسرة، فإنه لا يتم اختيار العناصر

[1] المرجع السابق، ص27.

[2] تمار يوسف، أصول تحليل المضمون وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017، ص98.

ببساطة في العينة العمدية على أساس مدى الإتاحة، والوفرة، أو الاختيار الذاتي.[1] والعينة القصدية تتضمن عديد الأنواع الفرعية، اخترنا منها ما نرى أنه يتوافق مع دراستنا، ألا وهي ما تسمى بـ "**العينة العمدية المعتمدة على النزعة المركزية**"، وهي كما يعرفها "**جوني دانييل**"؛ العينة التي يتم اختيار عناصرها لكونها تمثل المتوسط أو الحالة النمطية؛ أو العكس، نظراً لأن هذه العناصر نادرة أو متطرفة (شاذة) ولا تمثل المتوسط على الإطلاق. وفي حالة أسلوب معاينة الحالة النموذجية وأسلوب معاينة الحالة النمطية فإن الباحث يحاول أن يختار العناصر التي قد تمثل الحالة المتوسطة أو النموذجية.[2]

يركز هذا النوع من العينات على تحديد معايير الإدراج والإقصاء من العينة، قبل بداية عملية انتقاء مفرداتها، ولهذا فقد حددنا مجموعة من معايير الإدراج والإقصاء ضمن العينة وهي :

1-أن تكون عناصر العينة تمثل الحالة النمطية للعناصر الموجودة في المجتمع المستهدف خصوصا فيما تعلق بطبيعة قضايا الهوية الثقافية المطروحة.

2-ضرورة أن تمثل عناصر العينة (منشورات) تمثل جميع أشهر فترة الدراسة.

3-إعطاء الأولوية للعناصر(المنشورات) الأكثر تفاعلا مع مراعاة عدم الإخلال بمعيار (الحالة النمطية).

4-التنويع في اختيار العناصر(المنشورات) بين مختلف الوسائط (فيديوهات، صور...الخ)

وقد تمثلت خطوات اختيار مفردات الدراسة التحليلية فيما يلي:

-اختار الباحث الفترة الزمنية الممتدة من 1نوفمبر 2020 إلى غاية 31 أكتوبر 2021 كعينة زمنية لإجراء الدراسة التحليلية، وهي فترة كافية من وجهة نظرنا خصوصا أن هذه الفترة عرفت العديد من الأحداث ذات العلاقة بقضايا الهوية الثقافية في كل من الجزائر والمغرب.

-قمنا بحصر جميع منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحات المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في الفترة الزمنية المحددة وقد بلغ إجمالي عددها في الصفحات الأربعة 730 منشور.

[1] جوني دانييل، أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، تر: طارق عطية عبد الرحمن، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 2015، ص143.

[2] المرجع نفسه، ص144.

– تم اختيار 367 منشور، من إجمالي المنشورات كعينة للدراسة التحليلية، وقد تم اختيارها بناء على معايير الإدراج والإقصاء التي حددناها سابقا.

صفحات الدراسة	العينة (عدد المنشورات)
أوراس awras	149
برس سبق sabqpress	58
هسبريس hespress	112
عربي le360	48
المجموع	**367**

–جدول رقم (03) يمثل بيانات متعلقة بالعينة محل الدراسة.

✓ **عينة التعليقات الأكثر تفاعلا:**

نتيجة لاستحالة تحليل جميع التعليقات الواردة في عينة المنشورات المتعلقة بقضايا الهوية في صفحات الدراسة، والتي يبلغ عددها 367منشور، يتعدى عدد التعليقات فيها عشرات ألاف التعليقات، فإننا قد لجأنا إلى اختيار عينة للتعليقات بطريقة قصدية معتمدين أساسا على معيار التفاعل، حيث اخترنا عشر (10) منشورات الأكثر تفاعلا في كل صفحة من صفحات الدراسة، ثم تم اختيار التعليقات العشرة 10 الأكثر تفاعلا في كل منشور من هذه المناشير، ليبلغ إجمالي التعليقات المعنية بالتحليل 400 تعليق.

✓ **عينة المقابلة:**

تم اختيار عينة قصدية متكونة من 04 أستاذة في تخصصات مختلفة (علوم الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية والعلوم السياسية) وقد تم اختيارهم بوصفهم خبراء في موضوع الدراسة. ونشير إلى أننا حاولنا إشراك عدد أكبر من الأساتذة المغاربة لتحقيق نوع من التوازن في جنسيات المبحوثين من خلال التواصل مع العديد من الأسماء، حيث تواصلنا مع الدكتورة "مونية بناني شرايبي" أستاذة علم الاجتماع السياسي بجامعة لوزان السويسرية، وقد اعتذرت عن المشاركة في المقابلة بسبب كثرة انشغالاتها في الفترة التي تواصلنا فيها معها. كما توصلنا مع الدكتور "هشام المكي" أستاذ الإعلام بجامعة سيدي محمد بن عبد الله بفاس ورغم تأكيده مبدئيا على قبول المشاركة بعد إرسالنا دليل المقابلة إليه، إلا أن هذا لم يتحقق لظروف تخص المبحوث.

الاسم	الصفة	المؤسسة
أ.د أبو بكر الجامعي	صحفي وأستاذ علوم سياسية	كلية إدارة الأعمال والعلاقات الدولية–اكس أون بروفانس– مارسيليا– فرنسا.
أ.د نصر الدين بوزيان	أستاذ الإعلام والاتصال	جامعة قسنطينة03
د. ريمة فتيحة قدوري	أستاذ الإعلام والاتصال	جامعة غليزان
د. حسان حامي	أستاذ علم الاجتماع	جامعة سطيف02

–جدول رقم (04) يمثل بيانات متعلقة بعينة المقابلة.

المبحث الثالث : الدراسات المشابهة والخلفية النظرية للدراسة.

1. الدراسات المشابهة:

يمثل عنصر الدراسات السابقة القاعدة المعرفية الأولية للبحث في المشكلة المطروحة في الدراسة، وهي الدراسات التي أجريت حول نفس موضوع بحثنا أو لها علاقة مباشرة به (بجميع أبعاده أو أهمها)... ويعبر عنها عادة باللغات الأجنبية بالسوابق(antécédents) أو بالوضعية الحالية الموضوع أو بحدوده المعرفية.[1] وتظهر أهميتها في تطوير المشكلة العلمية نحو آفاق وزوايا جديدة، كما أنها تبرز للباحث حدود دراسته وتمكنه من وضعها في إطار محدد وعدم الوقوع في تكرير عملية البحث في مواضيع تم تناولها بالفعل، كما يؤكد "**محمد عبد الحميد**" على أن أهمية الدراسات السابقة تكمن في أنها" تجعل الباحث يقف على كافة الآراء الأخرى في مجال البحث التي تقف في مجال المعارضة أو النقد، فتثرى بالتالي مناقشته وتفسيراته وأحكامه العلمية... كما تدفعه للاهتمام بعنصر الجدة فيما يصدره من توصيات، أو ما يثيره من بحوث أخرى ترتبط بنتائج دراسته وتعميماتها"[2]

1.1 الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى: دراسة غالية غضبان بعنوان "**أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العوامة الإعلامية**" تلخصت إشكالية الدراسة في طرح التساؤل التالي: ما هو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على بعض عناصر الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية المطروحة قدمت الباحثة مجموعة تساؤلات فرعية هي:

1-ما هي عادات وأنماط مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك؟

2-ما هي دوافع تعرض أفراد العينة لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

3-ما هي الآثار الإيجابية الناجمة عن استخدام الفايسبوك على الهوية الثقافية؟

[1] فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص184- 185.

[2] محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 94.

4-ما هي الآثار السلبية الناجمة عن استخدام الفايسبوك على الهوية الثقافية؟

هدفت الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وكذا معرفة دوافع تعرض أفراد عينة الدراسة لهذه الشبكة الاجتماعية، إضافة لمعرفة أهم الخدمات التي توفرها هذه الشبكة وأثارها على الهوية الثقافية لعينة الدراسة، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي بالعينة وذلك من خلال استمارة استبيان تضمت 42 سؤال موزعة على أربعة محاور، وتم اعتماد العينة العنقودية (المتعددة المراحل)، كما شملت الدراسة 520 مبحوثا، وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نورد أهمها:

1-أغلب أفراد العينة يستخدموه الفيسبوك منذ 4 أو 5 سنوات .

2-أغلب أفراد العينة يتصفح موقع فيسبوك عن طريق الهاتف.

3-أغلب أفراد العينة يقضي من ساعة إلى ساعتين في الاطلاع على موقع فيسبوك.

4- أغلب أفراد العينة يدخلون موقع فيسبوك بإسم مستعار .

5- أهم دوافع متابعة موقع فيسبوك هي الإطلاع على الأخبار ومواكبة الأحداث.

6- استخدام الموقع لم يؤثر في الدين الإسلامي للطلبة وفي قيامهم بمختلف شعائرهم الدينية مثل الصلاة.

7-أغلب المبحوثين أكدوا أن الفيسبوك يعمل على زيادة المعلومات وتعزيز ثقافتهم ومعلوماتهم عن اللغة العربية.

8-أغلب المبحوثين موافقون على أن موقع فيسبوك ساعدهم على اكتساب معلومات كافية عن تاريخ مناطقهم واعتزازهم بعاداتهم وتقاليدهم.

الدراسة الثانية: دراسة للباحثة كلفاح أمال والموسومة بـ: "**تأثير الوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري**".

تتلخص إشكالية هذه الدراسة في السؤال التالي:

-هل لشبكة الأنترنث والوسائل السمعية البصرية تأثير على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري؟ وإن كان كذلك كيف تؤثر الوسائل السمعية البصرية على هوية المراهق؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية طرحت الباحثة مجموعة تساؤلات فرعية هي:

1-كيف يتصور المراهق الجزائري المقبل على الوسائل السمعية البصرية هويته الثقافية؟

2- هل يعمل تعدد النماذج الثقافية التي تطرحها الوسائل السمعية البصرية على غياب ملامح واضحة وموحدة لهوية المراهقين في الجزائر ؟

3- هل يعاني المراهق الجزائري في ظل تعدد النماذج الثقافية المتناقضة التي يتماهى معها من التجاذب الوجداني ambivalence culturelle، والتناقض مع الآخر؟

كان الهدف الأساسي من الدراسة هو الإجابة عن الإشكالية الرئيسية، وهي التعرف على تأثير الوسائل السمعية البصرية على غرار الانترنت والتلفزيون على الهوية الجماعية أو الثقافية لفئة المراهقين، إضافة إلى محاولة معرفة كيفية تأثير الوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية وما هو الطريق إلى ذلك، أما فيما تعلق بمنهج الدراسة اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الكيفي معتمدة على طريقة سرد الحياة لتنسيق وتحليل المعلومات التي يتم جمعها عن الفرد وعن البيئة والثقافة التي يعيش فيها خاصة، والاعتماد على المنهج الكيفي جاء لدراسة بعض الأفراد في السياق والموقف الطبيعي ويمكن اعتبارهم نماذج من المجتمع لكن لا يمثلون المجتمع كله، أما بالنسبة لأدوات الدراسة فقد اختارت الباحثة أدوات مناسبة تعالج موضوع الهوية مثل "**سرد الحياة le récit de vie**" وتحليل المضمون كطريقة لجمع المعلومات، أما بالنسبة لعينة الدراسة العيادية اختارت الباحثة عينة مكونة من خمس حالات تتراوح أعمارهم بين 17 و 21 سنة، وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها:

1-للوسائل السمعية البصرية لها أثر واضح على الهوية الثقافية عند المراهقين كونهم في ذروة البحث عن الهوية الثقافية.

2-استنتجت الباحثة من خلال سماعها للمراهقين وتحليل سرود قصص الحياة، أنهم ليسوا متمسكين بالممارسات الثقافية المحلية، لكن مسألة الدين وبالرغم من انه واحد من مركبات الهوية الثقافية إلا أنه تعتبر استثناء لدى أفراد العينة، فالدين يمثل نموذجا يتمسكون به و يولون له أهمية بالغة بل ويعتبرونه وحده ما يساهم في الهوية الثقافية.

3-ما وصلت إليه الباحثة أيضا أن كل الحالات تقريبا، عدا حالة واحدة هو أن التخطيط لمشروع الحياة من زاوية الهجرة، مما يتوافق مع التصورات السلبية التي تم بناؤها عن الوطن، مقابل الثقافات الأخرى التي ينظرون إليها بمنظار التلفزيون الذي يمكنهم من بناء أحلامهم بالعيش في المجتمعات التي يقدمها الإعلام في صور مثالية.

4- الاختلاط بين الجنسين متاح بشكل كبير سواء من خلال فضاءات الدراسة والترفيه و في كل مكان، إضافة إلي الأنترنت هذا الفضاء الافتراضي الجديد الذي يزيد من فرص الاختلاط والتواصل بين الذكور و الإناث، وهذا تحول كبير تشهده ثقافة لطالما كانت في الماضي مبنية على الفصل والتفريق بين الجنسين " la division « des sexes

5-استنتجت الباحثة أن الثقافة الجزائرية ينظر إليها بمنظور سلبي أو لا ثري تماما من طرف هؤلاء الشباب المراهقون، وفي بعض الأحيان يقترحون تعديلها لجعلها تحاكي الثقافات الأخرى سواء الثقافات "الغربية أو الشرقية و حتى الآسيوية" هذه التصورات تم بناءها استنادا على ما تصوره الوسائل السمعية البصرية و العالم الافتراضي يحسب الباحثة.

الدراسة الثالثة: دراسة للباحث **"بوقرة رضوان"** تحت عنوان **"صورة الثقافة العربية على الأنترنت"** تتلخص إشكالية الدراسة في طرح التساؤل الرئيسي التالي:

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

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية والتي نذكر أهمها:

– كيف أثر الإعلام الجديد المنطبع بظاهرة العولمة على الثقافة العربية ؟

– ما هي آليات هذا التأثير، وما هي مستوياته؟ وكيف يمكن الاستجابة لهذا التأثير؟

بالنسبة للتساؤلات الخاصة بالجانب التطبيقي للدراسة:

– التساؤلات الخاصة بالتقييم الشكلي للمواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف الإلكترونية العربية :

– ما هي الخدمات التي توفرها المواقع الإلكترونية للصحف العربية؟

– ما هو التقييم الذي يمكن أن يعطى لهذه الخدمات؟

– كيف توظف المواقع الإلكترونية للصحف العربية الوسائط المتعددة ؟

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

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

– ما هي طبيعة الاهتمامات الثقافية للمواقع الإلكترونية للصحف العربية؟

تمثلت أهداف الدراسة في تحديد مراكز الاهتمامات الثقافية الإلكترونية للصحف العربية والتعرف على نسب وحجم حضور كل اهتمام قياسا والمضامين الثقافية الإجمالية، إضافة تحديد طبيعة القيم التي تنطبع بها المضامين الثقافية العربية المنشورة على مستوى المواقع الإلكترونية للصحف العربية، إضافة لتقييم مدى الارتباط بين المضامين الثقافية على مستوى المواقع الإلكترونية الصحفية العربية والخصوصيات الثقافية للمنطقة.

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، أما فيما تعلق بمنهج الدراسة فقد اعتمدت على "منهج المسح" أما بالنسبة لأدوات الدراسة فقد أعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة "تحليل المضمون" أما بالنسبة لعينة الدراسة فقد اختار الباحث 15 موقع لصحف عربية كعينة لدراسته.

وقد أظهرت الدراسة وكشفت عن مجموعة من النتائج نذكر بعضها في النقاط الآتية:

1-تغلب على المواقع الإلكترونية للصحف العربية عقلية الحد الأدنى من الخدمة، حيث تعتمد على النص كوسيلة أساسية لتوصيل الأخبار وحتى على هذا المستوى نجد ضعفا كبيرا في استغلال الإمكانيات التي يتيحها النشر الإلكتروني وهي النقطة التي تعكسها خدمة الملاحق.

2-تتواجد المضامين الثقافية على مستوى جميع المواقع الإلكترونية المدروسة حتى وإن لم تخصص بعض المواقع الإلكترونية أركانا خاصة بالمضامين الثقافية، فإن هذه المضامين تظل حاضرة.

3-أظهرت المواقع الإلكترونية من خلال بناء وتوزيع أركانها مفهوما للثقافة يرى الثقافة والدين شيئان منفصلان، مع أن الدين هو جزء مهم في تركيبة الهوية الثقافية.

4-إن المواقع الإلكترونية للصحف العربية بصفة عامة تظهر اهتماما كبيرا بالمضامين الثقافية حيث تحظى بنسبة اهتمام عالية تتفوق على المضامين الأخرى.

5-تهتم المواقع الإلكترونية للصحف العربية بنسبة ضعيفة جدا بفئات التراث الحضاري على الرغم من الغني الكبير للمنطقة العربية على هذا المستوى.

الدراسة الرابعة: وهي دراسة للباحثة "**سعاد ولد جاب الله**" تحت عنوان "**الهوية الثقافية من خلال الصحافة الالكترونية- دراسة تحليلية لعينة من الصحف الالكترونية العربية**" أنجزت هذه الدراسة في إطار رسالة مقدمة للحصول على شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر-3- تتلخص إشكالية الدراسة في السؤال التالي:

كيف تجلت الهوية الثقافية في الصحف الالكترونية العربية؟

ولدراسة هذه الإشكالية تم تفكيكها إلى التساؤلات التالية:

1-ما هو واقع الصحافة الالكترونية العربية؟

2-ما هي العناصر الأساسية التي تتجلى في إطارها الهوية الثقافية العربية؟

3-ما هي التحديات التي تواجه الهوية الثقافية العربية في إطار ما يعرف بالعولمة؟

4-هل تمكنت الصحف الالكترونية العربية من إبراز ملامح الخصوصية الثقافية وخدمة قضايا اللغة العربية والدين الإسلامي والتراث العربي باعتبار أنها أهم عناصر الهوية الثقافية العربية؟

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص تجربة الصحافة الالكترونية العربية ومعرفة مدى اضطلاعها بدور الحفاظ على الهوية الثقافية العربية، كما هدفت إلى الوصول إلى معرفة التوجه الثقافي العام للصحافة الالكترونية العربية. إضافة إلى مقارنة المحتوى الثقافي للصحف الالكترونية العربية المختلفة فيما بينها والوقوف على مدى استجابة الصحافة الالكترونية العربية للتحديات الثقافية التي نجمت على انتشار المظاهر الثقافية للعولمة، وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي بحكم ملائمته الدراسة التي تندرج ضمن البحوث الوصفية، أما بالنسبة لأدوات جميع البيانات فقد استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون.

وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج نذكر أهمها:

1-ما تزال الصحف الالكترونية العربية في مراحلها الأولى من عمليات التأقلم والتكيف مع الوسيط الالكتروني الجديد يظهر ذلك في مستوى الخدمات المتوفرة من جهة وطرق عرض موادها الصحفية من جهة ثانية والتي يبرز من خلالها عدم الاستغلال الأمثل لما يتيحه الوسيط الجديد من مزايا.

2- تتجلى الهوية الثقافية العربية بشكل رئيسي في الدين الإسلامي، اللغة العربية والتراث الإسلامي العربي ويكون للتنشئة الثقافية والإبداع الثقافي دور رئيسي في الحفاظ على معالم هذه الهوية.

3- تواجه الهوية الثقافية العربية جملة من التحديات التي تتعرض لها كل هويات العالم والمتمثلة في الاندثار على وقع المد الهادر للعولمة، غير أن اقترانها بالإسلام يضعها في خط المواجهة الأول، على اعتبار أن صراع الثقافات يبدأ على خطوط التماس الغربية الإسلامية، ولنا أن تتصور مصير اللغة والتراث العربيين في إطار هذا التوجه.

4-تبرز للصحف الالكترونية العربية ملامح الخصوصية الثقافية بشكل ضعيف ذلك أن المواضيع المعالجة في هذا الإطار تقدم لعناصر الهوية الثقافية بمعزل عما يترصدها عن تحديات.

5-تهتم الصحف الالكترونية العربية بقضايا التراث العربي وتستغرق في إحياء عناصر التاريخ العربي الإسلامي والعادات والتقاليد العربية كما تهتم بشكل واضح بالتقديم للفكر العربي والآثار القديمة والعمران العربي.

6- لا تتعامل الصحف الالكترونية العربية مع مواضيع الدين الإسلامي إلا في إطار ما تستفزه الأحداث اليومية، هذا ما عدا الصحف التي تدرج للدين أركانا خاصة تسهب- في إطارها - من تقديم مواضيع الدعوة في حين تقل بشكل سافر المواضيع التي تربط الإسلام بواقع تحديات العولمة وتكنولوجيا الاتصال.

الدراسة الخامسة: وهي دراسة للباحثة "**سامية إسماعيلي**" تحت عنوان "**الهوية الوطنية من خلال التجربة السينمائية الجزائرية**" وهي دراسة سيميولوجية لمجموعة من الأفلام المنتجة في الفترة من "1962، 1979" وهي على التوالي "ريح الأوراس" و"الفحام" ثم "سنعود" وأخيرا فيلم "عمر قتلاتو" أنجزت هذه الدراسة في إطار رسالة مقدمة للحصول على شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر- 3- تتلخص إشكالية الدراسة في السؤال التالي: ما مدى استطاعة الأفلام السينمائية العربية مواكبة التطورات والتغيرات (السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية...) التي طرأت على العالم العربي على الصعيدين المحلي والعربي للتعبير عن الهوية الوطنية والقومية العربية؟

هدفت الدراسة إلى محاولة الكشف والتعرف على مدى توفيق السينما في الدول العربية في التعرض للمواضيع الوطنية والقومية على حد سواء، من خلال استعراض عدة نماذج وتجارب لعدة دول عربية، وكذلك محاولة التوصل إلى إبراز مدى تجسيد وتكريس مبدأي الهوية الوطنية والقومية على من خلال الأفلام السينمائية محل الدراسة، وقد استخدمت الدراسة منهج التحليل السيميولوجي من أجل الوصول إلى فهم أعمق للموضوع، كما استخدمت أداتي تحليل المضمون وأداة التحليل الإحصائي

وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج نذكر أهمها:

1-عالجت الأفلام السينمائية محل الدراسة القضايا القومية المطروحة مثل: الثورة الزراعية وثورة التعريب والتسيير الاشتراكي و الذاتي " بمعنى أنها تدور جميعها حول الإنسان العربي في الجزائر وردود أفعاله إزاء التغيرات الاجتماعية التي تجريها الدولة عقب الاستقلال.

2- استعملت الأفلام الأربعة اللغة العربية (الدارجة أو الفصحى) كلغة أساسية في حوار الفيلم، وهي اللغة التي يفهمها ويتحدث بها الأغلبية الساحقة من الجزائريين، كما استعملت بعض الكلمات البسيطة المتداولة يوميا في الشارع الجزائري باللغة الفرنسية خاصة في فيلم "عمر قتلاتو"، واستعمال المواطنين الجزائريين لمثل هذه المصطلحات يحمل أكثر من دلالة منها التأثر بالحقبة الاستعمارية والاحتكاك بالمعمرين والسلطات الاستعمارية حيث تعود الجزائريون إلى حد اليوم توظيف مثل هذه العبارات سواء الجيل الذي عايش الاستعمار أو الجيل الذي جاء مباشرة بعد الاستقلال.

3- تتقاطع هذه الأفلام الربعة على اختلاف الموجات التي تنتمي إليها والمواضيع التي تتناولها في طرحها لعدد من الأفكار التي تدور حول المشاكل والمعاناة اليومية للمواطن الجزائري، وهذه المعاناة لها ارتباط وثيق بالحقبة الاستعمارية.

4- لقد سعت هذه الأفلام إلى إبراز الشخصية الجزائرية بمختلف شرائحها (المجاهد، المناضل، الفلاح والموظف..) مما يعكس بساطة الإنسان العربي الجزائري المحافظ والمتمسك بأصالته والمتشبث بهويته.

6- أثارت هذه الأفلام ردود فعل كثيرة، سيما من طرف النقاد أو الصحافة الوطنية أو العالمية، حيث أخذت على الأفلام الجزائرية أنها ملتزمة بالتعبير الجاد عن هوية الإنسان العربي المحلي في الجزائر فقط وطموحاته في مرحلة ما من مراحل تاريخه المعاصر، دون مواكبتها وتفاعلها مع التطورات الحاصلة على الساحة العربية.

الدراسة السادسة: دراسة "**ناصر الدين سعيدوني**" بعنوان "**المسألة الثقافية في الجزائر، النخب، الهوية، اللغة**" وهي دراسة تاريخية نقدية أنجزت في إطار "**برنامج المنح البحثية**" من المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات وصدر في كتاب في سنة 2021، تلخصت إشكالية الدراسة في محاولة التعرف على الوضع الراهن للثقافة بمفهومها العام وأبعادها المختلفة من خلال استقراء المعلومات والمعطيات المختلفة المتعلقة بالشأن الثقافي، وهذا من خلال دراسة تاريخية نقدية، قائمة على عرض المسائل وتشريح الحوادث واستنطاق المواقف، وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل الوثائقي كأداة مهمة في الدراسة من خلال تحليل مادة أولية تضم وثائق الأرشيفات ومحفوظات المكتبات في كل من

فرنسا والجزائر، إضافة للوثائق والشهادات الخاصة بالحركة الوطنية، والجرائد والصحف والنظريات والمذكرات والسير الذاتية.

انطلقت الدراسة من فرضية أن "الجزائر المستقلة تواجه معضلة تعطل مشروع التحرر الثقافي" وترتبط هذه الفرضية الرئيسة بفرضية فرعية تتعلق بالوسائل المسخرة و الفضاءات التي تجري فيها ما يمكن اعتبارها حربا ثقافية باردة ناتجة عن تصادم مشروعين حضاريين مختلفين في الجزائر.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير المسألة الثقافية على بنية المجتمع الجزائري وعلى سيرورة مؤسسات الدولة ووظائفها، كما تهدف الدراسة إلى إعطاء صورة مغايرة عن التصورات الرسمية الجامدة والشعوبية الحماسية، والأطروحات الأيديولوجية الفرنكو-جزائرية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نورد أهمها:

1-حالة التصادم بشأن المسألة الثقافية في الجزائر هي مسألة عادية تدخل في حركية طبيعية في مسار إعادة التأسيس للذات الثقافية الجزائرية بعد الاستقلال.

2-لا يمكن فهم واقع المسألة الثقافية دون الرجوع إلى الخلفية التاريخية ودراسة السياسة الثقافية الاستعمارية وتأثيرها في المجتمع الجزائري وأهدافه.

3-عرفت فترة الحركة الوطنية تيارين رئيسيين في النظر إلى المسألة الثقافية وهما النار التقليدي الذي حاول إحياء الوعي الحضاري في الشعب الجزائري، وأخرى اندماجية تقبلت الواقع الثقافي كما هو.

4- تأكدت هذه الثنائية الفكرية خلال الثورة وفترة ما بعد الاستقلال، من خلال بروز نوعين من النخب في قيادة الثورة والدولة وهم نخب ريفية ذات ثقافة عربية إسلامية، إضافة إلى نخب فرنكوفونية.

5- الترويج للعامية كبديل عن الفصحى هدفه ضرب اللغة العربية وهو استمرار للفكرة الاستعمارية.

6- كانت المدرسة الجزائرية ساحة لمعركة حقيقية في الصراع الثقافي منذ الاستقلال.

2.1 الدراسة الأجنبية.

-**الدراسة الأولى:** دراسة "**بولا عاقوري Paula Akoury**" تحت عنوان: "الممارسة الثقافية للبنانين في العصر الرقمي: مسألة الهوية، وهي دراسة دكتوراه مقدمة في كلية الدراسات المتقدمة في العلوم الاجتماعية "EHESS" في باريس

Les pratiques culturelles des Libanais à l'ère numérique : une question d'identité

انطلقت الدراسة من السؤال التالي: ماذا يستهلك اللبنانيون في المسائل الثقافية في أوقات فراغهم؟

لبنان بلد ناطقة بالفرنسية ومتعدد الأديان، وحجم الشتات المنتشر في جميع أنحاء العالم يتجاوز عدد السكان في البلاد. أضف إلى ذلك السياق الرقمي السائد حاليًا والذي يفتح على مصراعيه باب التبادل والتواصل مع العالم. لذلك، فإن تعريف الهوية الثقافية هو مشكلة جوهرية بحد ذاتها ، وقد قادها السياق برمته إلى الأسئلة التالية:

- كيف يتم تنظيم الممارسات الثقافية للبنانيين؟

- ما العلاقة بين الممارسات الرقمية وما يسمى بالممارسات الثقافية التقليدية؟

- في هذا العصر الرقمي، إلى أي مدى تحدد الممارسات الثقافية للبنانيين، من بلد ناطقة بالفرنسية ومتعددة الثقافات، هويتهم؟

-هل يمكن أن نتحدث عن "عالمية" أصيلة بين اللبنانيين؟ أم هوية مشوشة ببصمات أجنبية؟

-هل هذه الهوية عربية أم ذات "وجه عربي"؟

- كيف تتجلى العلاقة بين الممارسات الثقافية والدين في المجتمع اللبناني الذي هو مجتمع طائفي وليس مجتمع طبقي؟

هدفت الدراسة إلى التعرف على مختلف الممارسات الثقافية للبنانيين على المنصات الرقمية، إضافة إلى علاقة الممارسات الثقافية بالهوية الثقافية اللبنانية.

تقوم هذه الأطروحة على فكرة وجود علاقة بين بنية المجتمع والممارسات الثقافية، والتي تم تطويرها من نظرية الشرعية الثقافية لبيير بورديو.

تنطلق الدراسة من خصوصية السياق اللبناني: حيث أنه بلد ناطق بالفرنسية ومتعدد الثقافات وفي الشتات، فضلاً عن الانتشار المعاصر للممارسات الرقمية يؤدي إلى غموض في تعريف الهوية الثقافية.

تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث اعتمدت منهج المسح بالعينة من خلال استمارة استبيان استقصائي شمل 1248 مبحوث في لبنان و 119 في فرنسا، إضافة لأداة المقابلة حيث تم إجراء 40 مقابلة.

وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

1-الشباب على عكس كبار السن ، أكثر توجهاً نحو الثقافة الغربية والممارسات الرقمية.
2-الأكثر تعليما يستهلكون السلع الثقافية اللبنانية والغربية في نفس الوقت.
3-في الواقع يتم تسهيل استهلاك السلع الثقافية الغربية من خلال التنوع اللغوي حيث أن هناك ثلاث لغات يتقنها ما يقرب من نصف اللبنانيين.

4-التفاوت الإقليمي في العرض الثقافي ليس نظيرًا لعدم المساواة الإقليمية في الممارسات الثقافية.

5-يؤثر الالتزام الديني ومكانته في دورة الحياة اليومية كما يؤثر على الممارسات الثقافية.

الدراسة الثانية: وهي أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع من جامعة إيكس-أن- بروفانس مرسيليا في فرنسا تحت عنوان "تدريس اللغة في المدارس الرسمية بالمغرب: بناء المعرفة والهويات والمواطنة"

L'enseignement des langues à l'école publique au Maroc : construction des savoirs, identités et citoyenneté

دراسة للباحثة "**كلوي بيليجريني Chloé Pellegrini**" وهي دراسة إثنوغرافية اعتمدت على زيارات ميدانية قامت بها الباحثة لمجموعة مدارس في المغرب، إضافة لتحليل بعض النصوص الدراسية المستعملة في مختلف الأطوار التعليمية من خلال ، كما استخدمت أداتي الملاحظة والمقابلة الإثنوجرافية.

انطلقت الدراسة من تساؤل، ماذا يحدث داخل حدود المدارس الرسمية في المغرب بالنسبة للغات؟ و كيف يتم تدريس كل من هذه اللغات (عربية، أمازيغية، فرنسية، إسبانية)؟ وما هي أشكال المواطنة والهوية المدنية التي يتم الترويج لها؟ وكيف يفسر الفاعلون في مجال التعليم مفاهيم مثل الهوية والمواطنة للتلاميذ؟

تم تناول هذه الأسئلة بناءً على عمل إثنوغرافي قامت به الباحثة في تسع مؤسسات تعليمية عامة، من المرحلة الابتدائية إلى المدرسة الثانوية، في ثلاث مدن مغربية.

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على السياسات اللغوية في المغرب والكيفيات التي يتم بها تدريس اللغات في المغرب، كما تهدف الدراسة أيضا إلى التعرف على مدى تداخل السياسة و الإيديولوجيا في المسألة اللغوية، وكذا التعرف على دور تعليم اللغات في بناء المعرفة و الهوية والمواطنة في المغرب، سعى هذا العمل أيضا لإعطاء لمحة عامة عن مشكلة اللغات في نظام التعليم العام المغربي، من خلال التركيز على عدة مستويات: مستوى المجال السياسي المجتمع المدني ووسائل الإعلام، وكذا تحديد العلاقات بين اللغات ومفاهيم المعرفة والهوية وعوالم المرجعية التي تجسدها ونقلها ضمن نظام التعليم الوطني، وهي القضايا التي تم استكشافها ضمن هذه الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نورد أهمها:

1-أتاحت هذه الدراسة التعرف على أن اللغة الإنجليزية والإسبانية يتم استعمالهما كوسيلة للتعبير عن الذات والتواصل مع العالم بالمقارنة مع العربية والفرنسية.

2-يتضح من خلال هذا العمل أن مسألة التعريف وحماية الهوية والأمة والتقاليد أمر أساسي للطرق التي يتم من خلالها تدريس اللغات في التعليم العام المغربي.

3-هناك العديد من جوانب تتحكم بطريقة سير نظام التعليم في المغرب، خصوصا التدخلات القوية للسياسيين القوميين والإسلاميين الذين استثمروا في المسألة اللغوية، وقد ترسخت هذه الأفكار في مواجهة العنف الثقافي الذي فرضته فرنسا الاستعمارية عبرها نظام تعليم منفصل لغويا، ثم التقلبات التي عرفتها سياسة تعريب التعليم غير المكتملة والتي كانت تعتمد على التقلبات في القضايا السياسية والجيوسياسية والمجتمعية.

4-هناك دور مركزي معطى للغة العربية كعنصر مؤسس لـ الأمة المغربية، لا ينفصل هذا عن المكانة الممنوحة للدين الإسلامي، أما الدور الممنوح للغة والهوية الأمازيغية فلا يزال موضع نقاش، أما اللغة الفرنسية فهي تبقى صاحبة دور مركزي غير رسمي حيث تحتفظ بدورها في المجتمع والاقتصاد وسوق العمالة المغربية.

5-نظام التعليم في المغرب عالق في معضلة تربوية ثنائية الانقسام بين معايير التدريس العالمية والمهارات التي يقدر أنها تنتمي إلى الهوية والثقافة والتقاليد. إن هذه المعايير الدولية توصف بأنها فعالة وحديثة، ولهذا يمكن الاعتماد عليها دون أن يعني ذلك عدم احترام الخصوصية المغربية لأن علم اجتماع المناهج الدراسية منذ دوركهايم يوضح أن إحدى وظائف أي نظام تعليمي وطني هي السعي لضمان استمرارية الهوية الاجتماعية والوطنية.

6-ما يقوم به الفاعلون التربويون وهم بالأساس المعلمون من نقل القيم والمعرفة والسلوكيات التعليمية النموذجية للتلاميذ، متأثر إلى حد كبير بالتراث الثقافي والديني والهيبة من التعاليم الإسلامية بين هؤلاء الفاعلين، وهذا ما يعني أن العملية التعليمية ليست فقط نتاج التفاعلات والطرق التي يمررون بها التوجيهات ويجسدونها، ولكنه أيضا نتاج المواجهة و التشابك بين هذه التوجيهات والمكانة التي يمثلها هذا التراث لهؤلاء الفاعليين التربويين.

7-هناك ثلاث مفاهيم تتشابك مع الممارسات التدريسية بالمدرسة الرسمية المغربية، وهي مفهوم المعرفة الإسلامية للتعليم التقليدي، ثم مفهوم المعرفة على أساس الهوية والوطنية وحتى القومية، وأخيرا مفهوم المعرفة المعولمة الناتج عن المعايير الدولية، التي تقدر المهارات والأداء الموجه نحو المنفعة الربحية وأسس اقتصاد السوق العالمي.

3.1 التعليق على الدراسات المشابهة.

تعتبر الدراسات المشابهة خلفية معرفية تساهم في إعطاء الباحث تصورات واضحة حول إشكالية دراسته من خلال تزويده بالمعلومات المتعلقة بموضوع دراسته. وبناء على هذا يمكننا القول أننا إستفادنا من الدراسات السابقة على النحو التالي:

- ✓ **الدراسات المحلية:**

استفاد الباحث من الدراسة الأولى لـ "**غالية غضبان**" في تحديد مفاهيم الدراسة، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة اعتمدت على منهج المسح الوصفي وهو نفس المنهج الذي استخدمته دراستنا، كما ساهمت هذه الدراسة في ضبط الجانب النظري لدراستنا من خلال الاستفادة من المعلومات الواردة في الدراسة عن مسألة الهوية الثقافية في الجزائر، أما ما يمكن أن تختلف فيه دراستنا عن هذه الدراسة فيتمثل في توجه الباحثة "غالية غضبان" إلى دراسة عادات وأنماط مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وكذا معرفة دوافع تعرض أفراد عينة هذه الدراسة لهذه الشبكة الاجتماعية، إضافة لمعرفة أهم الخدمات التي توفرها هذه الشبكة وأثارها على الهوية الثقافية، وهو ما يختلف عن أهداف دراستنا التي تسعى لتعرف على واقع قضايا الهوية الثقافية في صفحات المؤسسات الإعلامية المذكورة، بالإضافة إلى هذا فإن دراستها تركز الجزائر فقط، هذا فضلا عن اعتمادها على أداة الاستبيان، في حين ركزت دراستنا على أداة تحليل المضمون و أداة المقابلة

أما الدراسة الثانية لـ "**كلفاح أمال**" فقد استفاد البحث منها في الجانب النظري بالخصوص، حيث يوجد الكثير من النقاط المشتركة في هذا الجانب، حيث استفدنا منها في تشخيص مسألة الهوية الثقافية في الجزائر، أما بالنسبة لنقاط الاختلاف بين الدراستين، فقد ركزت هذه الدراسة على التعرف على تأثير الوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري، في حين تركز دراستنا على محاولة التعرف على واقع قضايا الهوية الثقافية في صفحات مجموعة من المؤسسات الإعلامية، كذلك يوجد اختلاف في المناهج وأدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراستين ففي حين اعتمدت دراستنا على منهج المسح وأداتي تحليل المضمون والمقابلة، اعتمدت دراسة كلفاح على المنهج الكيفي معتمدة على

طريقة سرد الحياة لتنسيق وتحليل المعلومات التي يتم جمعها عن الفرد وعن البيئة والثقافة التي يعيش فيها خاصة، والاعتماد على المنهج الكيفي جاء لدراسة بعض الأفراد في السياق والموقف الطبيعي، أما بالنسبة لأدوات الدراسة فقد اختارت الباحثة أدوات مثل "**سرد الحياة le récit de vie**" وتحليل المضمون كطريقة لجمع المعلومات.

أما الدراسة الثالثة فقد ركز الباحث "**بوقرة رضوان**" على دراسة الكيفية التي تصور مواقع الصفحات الثقافية على مستوى الصحف الإلكترونية العربية الثقافة العربية وإلى أي مدى ترتبط الثقافة العربية التي تعبر عنها مواقع الصحف العربية الإلكترونية وهذا ما يتقاطع مع دراستنا في عدة جوانب، حيث ركزت كلا الدراستين على نفس الوسيط والمتمثل في الصحافة الإلكترونية، وأيضا موضوع ركزتا على موضوعي " الثقافة العربية" و"الهوية الثقافية" بينهما الكثير من نقاط الالتقاء، كما استفادتنا من هذه الدراسة في الجانب المنهجي كونها تندرج ضمن الدراسات الوصفية وتعتمد على "**منهج المسح**" وعلى أداة "**تحليل المضمون**" بالنسبة لأدوات جمع البيانات، وهو ما يتطابق تقريبا مع الإجراءات المنهجية لدراستنا، إلا أنها اختلفت مع دراستنا في إنها ركزت على دراسة الثقافة العربية التي تعبر عنها مواقع الصحف العربية الإلكترونية بمقياس القيم الذي تطرحه نظرية الحتمية القيمية، كما أن هذه الدراسة أجريت على المواقع الالكترونية لمجموعة من الصحف العربية، في حين ركزت دراستنا على صفحات مجموعة من المؤسسات الإعلامية على الفيسبوك.

مكنتنا الدراسة الرابعة للأستاذ "**نصر الدين سعيدوني**" من أخذ تصور دقيق عن مسائل الهوية الثقافية في الجزائر، من خلال دراسة تاريخية نقدية شاملة، غطت موضوع دراستنا بشكل كبير من خلال محاولة التعرف على الوضع الراهن للثقافة بمفهومها العام وأبعادها المختلفة من خلال استقراء المعلومات والمعطيات المختلفة المتعلقة بالشأن الثقافي في الجزائر، حيث استفدنا منها في عدة جوانب في الدراسة بداية بالجانب النظري، حيث تعتبر هذه الدراسة بمثابة موسوعة للمسألة الثقافية بكل تفرعاتها في الجزائر، كما استفدنا منها في الجانب التحليلي من خلال تفسير العديد من المسائل التي توصلنا إليها بالدراسة الوصفية التحليلية، أما بالنسبة لأوجه الاختلاف فهي عديدة، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التاريخية، وتعتمد المقاربة النقدية والمنهج التاريخي، أما بالنسبة لأدوات جمع البيانات فالدراسة قائمة على عرض المسائل وتشريح الحوادث واستنطاق المواقف، وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب

التحليل الوثائقي كأداة مهمة في الدراسة من خلال تحليل مادة أولية تضم وثائق الأرشيفات ومحفوظات المكتبات في كل من فرنسا والجزائر، إضافة للوثائق والشهادات الخاصة بالحركة الوطنية، والجرائد والصحف والنظريات والمذكرات والسير الذاتية، وهو ما يختلف مع ما وظفناه في دراستنا من الجانب المنهجي.

أما الدراسة الخامسة للباحثة "**سعاد ولد جاب الله**" فيمكن القول أنها أقرب دراسة إلى دراستنا، حيث ركزت هذه الدراسة على مسألة الهوية الثقافية من خلال الصحافة الالكترونية عن طريق دراسة تحليلية لعينة من الصحف الالكترونية العربية، وهو ما يتوافق مع موضوع دراستنا، سواء في الجانب المتعلق بمسألة الهوية الثقافية، أو من خلال الجانب المتعلق بالوسيلة، المتمثلة في الصحافة الالكترونية، كما أننا استفدنا من الجانب المنهجي كون الاجراءت المنهجية في هذه الدراسة تتطابق مع إجراءات دراستنا، حيث تنتمي إلى البحوث الوصفية، وتستخدم منهج المسح وأداة تحليل المضمون، حيث أن الاختلاف الوحيد في الجانب المنهجي هو أننا استعملنا أداة ثانية لجمع البيانات والمتمثلة في "المقابلة"، كما أن هناك اختلاف أخر بين دراستنا ودراسة "سعاد ولد جاب الله" وهو أننا نركز في دراستنا على تحليل صفحات مؤسسات إعلامية على الفيسبوك، في حين ركزت دراستها على تحليل مضمون المواقع الالكترونية.

أما بالنسبة للدراسة السادسة لـ "**سامية إسماعيلي**" والتي تناولت موضوع الهوية الوطنية من خلال التجربة السينمائية الجزائرية فقد استفدنا منها في عدة جوانب وبالخصوص في الجانب النظري للدراسة، حيث حاولت الباحثة التأصيل للمسألة الهووية في الجزائر خصوصا في الفترة التي أعقبت استقلال الجزائر وهو ما عمق فهمنا للتحولات التي طرأت على الهوية الجزائرية، أما بالنسبة لأوجه الاختلاف بين دراستنا ودراسة "سامية إسماعيلي" فقد تناولت دراستنا موضوع الهوية الثقافية وهو موضوع أشمل وأوسع من مفهوم الهوية الوطنية، رغم أنه يتشابك معه في عدة جوانب، كذلك توجد اختلافات جوهرية على مستوى الجانب النظري للدراسة، فقد استخدمت الباحثة منهج التحليل السيميولوجي من أجل الوصول إلى فهم أعمق للموضوع، كما استخدمت أداتي تحليل المضمون و أداة التحليل الإحصائي.

✓ **الدراسات الأجنبية:**

ركزت الدراسة الأولى للباحثة "**بولا عاقوري**" على محاولة التعرف على ماذا يستهلك اللبنانيون من المسائل الثقافية من خلال المنصات الرقمية، وكذا البحث في العلاقة بين الممارسات الرقمية وما يسمى بالممارسات الثقافية التقليدية وبالخصوص في علاقة بمسائل الهوية، وهو ما يتشابك مع موضوع دراستنا في عدة جوانب، خصوصا في علاقة ببناء الجانب النظري للدراسة، كما يوجد عدة تقاطعات في الجانب المنهجي، حيث تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية كما إنها اعتمدت منهج المسح بالعينة، كما استفدنا من طريقة تطبيق الأداة الثانوية لجميع البيانات والمتمثلة في "المقابلة" أما أوجه الاختلاف بين دراستنا ودراسة "**بولا عاقوري**" فيتمثل في اختلاف أداة جمع البيانات الرئيسية فقد استخدمت الدراسة أداة "استمارة استبيان" وهو ما يختلف مع دراستنا التي استعمالنا فيها أداة "تحليل المضمون"، كما أن دراستنا ركزت على قضايا الهوية الثقافية من خلال المحتوى الذي تقدمه مجموعة من وسائل الإعلام، الالكترونية وهو ما يختلف عن دراسة "عاقوري" التي اهتمت بدراسة تلقي الجمهور للمسائل الثقافية.

أما الدراسة الثانية للباحثة "**كلوي بيليجريني**" والتي ركزت على أحد عناصر الهوية الثقافية، وهو "اللغة" و كيفية تدريس اللغة في المدارس الرسمية بالمغرب، وكيف يساهم هذا في بناء المعرفة والهويات والمواطنة، حيث استفدنا من هذه الدراسة في التعرف على واقع المسألة اللغوية في المغرب، وهو ما أفادنا في الجانب النظري للدراسة وكذلك في التعليق على جداول التحليل، إضافة إلى مساعدتنا في بناء أسئلة المقابلة، أما بالنسبة لأوجه الاختلاف بين الدراستين فتتمثل في الجانب المنهجي، حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الإثنوغرافي، حيث قامت الباحثة بزيارات ميدانية لمجموعة من المدارس في المغرب، أما بالنسبة لأدوات جميع البيانات فقد استخدمت الدراسة أداتي الملاحظة والمقابلة الإثنوجرافية، إضافة لتحليل بعض النصوص الدراسية المستعملة في مختلف الأطوار التعليمية، وهو ما يختلف مع مختلف الإجراءات المنهجية التي اعتمدتها دراستنا.

2. الخلفية النظرية للدراسة: نظرية التأطير الإعلامي.

3.1 تقديم النظرية: تعتبر نظرية الأطر الإعلامية، واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الإعلام والاتصال، حيث تمكن الباحثون من التعرف على الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً كاملا لدور وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا البارزة المطروحة في وسائل الإعلام.

إن نظرية تحليل الأطر الإعلامية، هي واحدة من أكثر النظريات رواجا واستخداماً في البحوث والدراسات الإعلامية الحديثة، وقد أثبتت التجربة أن لهذه المقاربة أهمية في تناول المشكلات البحثية في علوم الإعلام والاتصال، ونقلها نحو مستوى أعمق في الطرح العلمي، إن التأطير يمثل خطوة مهمة في عملية إنتاج مختلف المواد الإعلامية، وتتيح هذه النظرية للباحثين نوعا من الثراء المعرفي و الفكري، خاصة إذا علمنا أن هناك أتساع متزايد في استعمال هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة في العديد من التخصصات الاجتماعية، مثل الإعلام والاتصال، العلوم السياسية، علم اجتماع.

إذا أرادت وسائل الإعلام إبراز قضية ما لإثارة جمهورها؛ من أجل تبني موقفها في القضية المثارة (أجندة الوسيلة الإعلامية) فإن عليها أن تجذب الانتباه وتلقي الضوء على موضوعات وآراء بعينها، وهو ما يعرف بالإطار. تشتمل نظرية الإطار في جوهرها على الاختيار والإبراز، ولكي تصنع إطارا يجب أن تختار بعض الجوانب لمفاهيم حقيقية، وتعمل على إبرازها من خلال نص اتصالي عن طريق التكرار، أو ربطه برموز ثقافية مألوفة (Entman , 1993 , 52-3). أما ذروة الوسيلة فهي تثير رأيا أو تغير سلوكا، من خلال تبديل الوزن النسبي الذي يعطيه الناس لاعتبارات عديدة، تشكل التقييم النهائي، ويرتبط الإطار بالذروة أو الأهمية؛ فالإطار يعمل على إبراز عناصر بعينها في الخبر، ويقلل من أهمية معلومات أخرى. إن الذروة أو الأهمية وانتشار التفعيل هما الآليات التي من خلالها تحث الإطارات الإخبارية العمليات الفكرية وردود الأفعال العاطفية.[1]

[1] مارك بالنافز وآخرون، نظريات ومناهج الإعلام، تر: عاطف حطيبة، دار النشر للجامعات، مصر، 2017، ص99.

2.2 مفهوم النظرية:

لقد عرفت الباحثة (Endres) التأطير بأنه عبارة عن أسلوب تحليلي قام بابتكاره وتطويره علماء النفس والاجتماع لتفسير دور النصوص الإخبارية الإعلامية في تحديد القضايا وتعريف الجمهور بها، وهو ما يتفق مع ما أشار إليه كل من (Simon & Iyengar)، من أن لمفهوم التأطير أصوله النفسية والاجتماعية، فيعرفه علماء النفس على أنه تغييرات في الأحكام، بينما يرى علماء الاجتماع خاصة أنه يعني التركيز على أحداث ورموز معينة وصور نمطية في النص الإعلامي، إلا أن هناك خلطا في مجال دراسات الأطر الإعلامية أساسه عدم اتفاق الباحثين على استخدام مصطلح علمي موحد للدلالة على التأطير، فهناك ثلاثة مصطلحات صريحة تدل على التأطير، وهي: التأطير (Framing) الذي يشير إلى عملية التأطير كعملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف، ومصطلح الأطر (Frames) أو الإطار (Frame)، وهو يشير إلى الزوايا والجوانب التي يتم من خلالها تغطية الأحداث والموضوعات والشخصيات والقضايا المختلفة وتأثيراتها في الجمهور، فيما يشير مصطلح إطار (Frursework) إلى طار عمل ويعتبر غير معبر بدقة عن المقصود بعملية التأطير". كما تم تعريف الأطر من قبل الباحث تانكرد (Tankard) بأنه فكرة مركزية ينتظم حولها المحتوى الإخباري والتي من شأنها أن توفر السياق الملائم لتحديد ماهية القضية عبر استخدام أساليب الانتقاء، والتوكيد). بينما عرف الباحث مينسكي (Minsky) الإطار بأنه نموذج أو بناء معلوماتي ينظم الجزئيات المختلفة للمعلومات المقدمة، فالأطر عبارة عن أبنية عقلية ومنطقية تعتمد على الإدراك الاجتماعي، كما نظر الباحثون إلى هذا المصطلح وفق منظور بنائي يمزج بين رؤى علماء الاجتماع والاتصال للتأطير، بأنه تنظيم للمعلومات وتركيز على طرق وزوايا تغطية وتقديم الأحداث والقضايا.[1]

إن مفهوم الأطر يركز على الانتقاء والبروز، والتأكيد على جوانب محددة وإغفال جوانب أخرى، وتقوم الأطر بتشخيص وتقيم ووصف نقطة محددة وباستعراض مفهوم (Entman) للتأطير في تقويمه ومراجعته العلمية عام (1993)، نجده يؤصل نظرياً وتطبيقيا لهذا المفهوم، فهو يرى أن التأطير يتضمن بصفة أساسية كلا من الانتقاء والبروز، فالإطار في مفهومه انتقاء بعض جوانب الواقع وجعلها

[1] منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، الأردن، 2012، ص324 ,325.

أكثر بروزا في النص الإعلامي بإتباع أسلوب معين لتعريف وتحديد مشكلة ما، وتقديم تفسير لأسبابها وتقويمها أخلاقيا، وتقديم حلول لها، فمثلا إطار الحرب الباردة ظل مسيطراً على تغطية النصوص الإخبارية الأمريكية للشئون الخارجية حتى وقت قريب، فقد كان يلقي الضوء على أحداث وشؤون خارجية معينة خاصة الحروب الأهلية باعتبارها مشكلات يحدد أسبابها في المتمردين الشيوعيين، ويقدم أحكاما أخلاقية بأنهم أعداء ملحدون ويقترح بعض الحلول لها كضرورة تدخل الولايات المتحدة ودعمها لخصوم هؤلاء المتمردين. وبناء على تعريف (Rebert Entman) فإن التأطير يتصف بالآتي:

1.يعد إضافة حقيقية للتعريفات السابقة خاصة تعريفات (Tuchenan) (Goffman و Gitlin)، لأنه يركز على الجانب الإعلامي للتأطير أكثر من الجوانب السيكولوجية والسيسيولوجية والسياسية.

2. يركز هذا المفهوم على آليات وأدوات التأطير وأهمها الانتقاء والبروز والاستبعاد، ورغم ذلك فهو يهمل وجود آليات أخرى ولم ينتبه إليها كثيرة التغطية الإعلامية.

3. يطغى على هذا المفهوم إعلاء الهدف من التأطير الإعلامي والذي يتمثل في اكتشاف وتحديد المشكلات والتعريف بها، وتوضيح أسبابها، واقتراح حلول لها، ويهمل أهدافاً أخرى، كالتأثيرات في الجمهور بمستوياتها المختلفة، ولا شك في أن السبب في هذا الإهمال يجد تبريره في تركيز المفهوم على الجانب التحليلي الخاص بالنص الإعلامي، دون النظر لمردوده في الجمهور، ويمكن أن يعزى سبب هذا التقصير إلى رؤية (Rebert Entman) للتعريفات السابقة والتي ركزت على المردود التأثيري من الناحيتين النفسية والاجتماعية، وأهملت في الوقت ذاته الناحية الإعلامية المنصبة حول النص وهو ما حاول تفاديه فوقع في قصور أخر.

4. ينظر مفهوم التأطير هذا بطريقة مختزلة ومنبثة الصلة بالسياق الثقافي الذي تحدث فيه عملية التأطير، لأنه لم يضع في الحسبان كون التأطير عملية اتصال جماهيري تتعدد أطرافها و مراحلها.[1]

وفي إطار المفاهيم السابقة الخاصة بإعادة تشكيل المعرفة، اهتم الخبراء والباحثون بمدخل آخر يمثل دوراً مضافا لوسائل الإعلام تقوم به بغرض إحداث الأثر بالتغيير أو التعديل في اتجاهات المتلقين نحو الوقائع والأحداث والصور والرموز. وذلك من خلال إعادة تنظيم الرسائل والنصوص الإعلامية الخاصة بهذه الوقائع والأحداث ووضعها في سياقات أو أطر إعلامية Frames تؤكد

[1] منال هلال المزاهرة، المرجع السابق، ص328- 329.

معنى معينا أو تنفيه، يلتقي مع الخبرات الأولية أو الحقائق المهيمنة Dominant Reality للمتلقين، أو الواقع المدرك لهم، فيؤثر بالتالي على أحكامهم نحو الوقائع أو الأحداث وتقديراتهم لها، وبذلك فإن تشكيل الأنساق المعرفية للمتلقين، أو الأطر الإعلامية للرسائل والنصوص يعتمد في هذه الحالة على الرموز والمعاني السائدة، والتلميحات الاجتماعية Social Ques التي نعيش أسرى لها في حياتنا اليومية، وتستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأفكار والآراء المستهدفة وتعزيزها، والإطار الإعلامي كما يعرفه **جوفمان E.Goffman** هو بناء محدد للتوقعات التي تستخدم لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما، ولذلك فإن عملية بناء الأنساق المعرفية أو الأطر الإعلامية تعتمد بداية على ما هو قائم من رموز وتلميحات واستخدامها في تأكيد أو تعزيز المعاني الاتصالية في وسائل الإعلام.[1]

3.2 نشأة نظرية الأطر الإعلامية ومراحل تطورها:

يعود الفضل في تأسيس نظرية تحليل الأطر الخيرية إلى عالم الاجتماع Goffman الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي، من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم على حسن استخدام خيراهم الشخصية، وذلك عن طريق اختيار أطر إعلامية مناسبة تضفي على المضمون معنى ومغزى، ويتضمن هذا النموذج أربع عمليات أساسية تتمثل في بناء الإطار، وضع الإطار، المستوى الفردي التأثيرات الإطار، العلاقة بين الأطر الإعلامية، وقد وضع Goffman نظرية تحليل الأطر قصد تقديم نسق منظم حول طريقة استخدام التوقعات، وذلك بهدف تفسير وإضفاء معنى المواقف الحياة اليومية للأشخاص، وتعد نظرية Goffman من النظريات الأكثر مرونة من حيث التعامل مع المواقف، فهو كان مقتنع أن الحياة الاجتماعية تمثل ظاهرة متطورة ومتغيرة بصورة متواصلة، لذا يتم التعايش مع الحياة الاجتماعية، كونها تحظى بتواصل واستمرارية كبيرين، فالفرد يمتلك القدرة على إعادة صياغة أطر تجاريه وخبراته، بصورة مستمرة من حين لآخر، إن نظرية تحليل الأطر تركز على الطريقة التي يتعلم من خلالها الأشخاص، وكيفية تفسير وفهم عالمهم الاجتماعي بصورة نمطية متكررة، وحسب Goffman صدف خلق إطار تصوري لابد من الأحد بعين الاعتبار عنصرين أساسيين هما:

[1] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2004، ص402، 403.

1. المحتوى والسباق السياسي والاجتماعي، الذي يتم فيه تحديد وصياغة الأطر.

2. النتائج والعواقب السياسية والاجتماعية طويلة المدى والمتعلقة بالأطر التي يتم تعلمها من وسائل الإعلام [1].

4.2 أنواع الأطر الإعلامية:

يفرق ايانجر وسيمون (A.Simon & Sh.Iyanger) بين نوعين من الأطر المستخدمة في إضفاء المعنى أو المغزى وهما:

1- الإطار المحدد Episodic Frame وهو الذي يربط بين الحدث ومدركات ملموسة مثل أحداث سبتمبر 2001 ووضعها في إطار التقصير الأمني في الولايات المتحدة. أو البطالة ووضعها في إطار عدم كفاية المشروعات التي تستوعب الخريجين من الجامعات. أو انهيار المباني ووضعها في إطار قضايا الغش في البناء... وغيرها فهذه الأطر هي أطر ملموسة ومحددة يمكن مناقشة أبعادها وتلمس مشكلاتها وحلولها.

2- الإطار العام Thematic Frare أو المجرد مثل وضع أحداث. في إطار الإرهاب الدولي، أو قضايا انهيار المباني في إطار الفساد الحكومي والانهيار الأخلاقي في المجتمع. وإذا كان كل من الإطارين يمكن استخدامهما لتحقيق أهداف الإثارة والإقناع في نفس الوقائع والأحداث فإن الاتجاه نحو الأطر العامة يزيد من صعوبة التأثير والإقناع، لأنه بداية يشير إلى صعوبة تحديد المشكلات وحلولها. في حالة تحليل الأطر كمدخل من مداخل الكشف عن وسائل الإقناع.[2]

3-إطار الصراع " Confict Frame ": و يتنشر استخدام هذا الإطار في التغطيات الإخبارية ويعكس عنصر الصراع بين طرفين متضادين، سواء كانا بين أفراد أم جماعات أو غيرها.

[1] خرفية جودي، سارة خرشي، الخطاب الطائفي في الفضائيات العربية، مذكرة ماستر، 2017، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة، ص31.

[2] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ، ص 405.

4- إطار الاهتمامات الإنسانية " Human Interests Frame ": ويختص بالأبعاد الإنسانية للقضية المطروحة حيث يعكس البعد العاطفي والجانب الشخصي لموضوع التغطية .

5- إطار المسؤولية " Responsibility Frame " : ويربط هذا الإطار بين الأفراد أو الجماعات أو الحكومات وبين المسئولية عن حل القضية المطروحة والحل المتوقع لها.[1]

6-إطار المبادئ الأخلاقية (Morality Frame): عرض الوقائع في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع، يخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي، القائم بالاتصال يرد الحدث ردا مباشرا لوعاء المجتمع الأخلاقي، قد يستشهد بالاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم سوقه للوقائع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار. كما يضع هذا الإطار الحدث أو القضية في سياق عقائدي، أو توصيف أخلاقي، ولا يستخدم هذا الإطار إعلامياً بصورة مباشرة، وانما يكون عن طريق اقتباس مقولات بالإضافة إلى العبارات الاستدلالية، بحيث يحتوي النص على رسالة أخلاقية، أو كود محدد السلوك.[2]

ويتحكم في تحديد الإطار الإعلامي خمسة متغيرات أساسية هي:

1- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام.

2- نوع مصادر الأخبار.

3- أنماط الممارسة الإعلامية.

4- المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.

5- طبيعة الأحداث ذاتها.

وتفترض البحوث الخاصة بهذه النظرية أن اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدى إلى اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة فيما يتعلق بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو

[1] ابراهيم علي بسيوني محمد، الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية، مجلة البحوث الإعلامية بجامعة الأزهر، العدد55، 2020، ص2165.

[2] منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص341.

القضايا المثارة. وقد أيدت دراسات عديدة تجريبية ومسحية صحة هذا الافتراض في المجتمعات الغربية، ولكنه لم خضع للاختبار حتى الآن في البيئة العربية.[1]

5.2 عناصر الإطار الإعلامي:

- يعتبر (Entman) أن العناصر الأربعة في العملية الاتصالية هي:

-القائم بالاتصال(الصحفي) (Communicator).

-النص (Text)

- المتلقي (Receiver)

- الثقافة (Culture)

1-القائم بالاتصال (الصحفي): قد يقدم عن عمد أو غير عمد أحكاما من خلال أطر تحكمها تسمى (Schemata) تنظم قيمه ومعتقداته، ويمارس دورا هاما في بناء وتشكيل الأخبار من حيث الاختبارات اللغوية، والاقتباسات والمعلومات التي تقود للتأكيد على عناصر أو جوانب معينة في القصة الخبرية ويؤطر الصحفيون القصص الخبرية من خلال اختياراتهم التي يقومون بها أثناء كتابتهم وتحريرهم لتلك القصص، وهذه الاختيارات تؤثر بدورها في الطريقة التي يفسر القراء القصص من خلالها ويرسم الصحفيون أنماطا أو أطرا تصب معرفيا في المناقشات العامة، وتؤثر في مستوى معلومات الأفراد، وهذا يتم من خلال الاختيار الانتقائي لتغطية جانب أو الجانبين كليهما لحدث أو قضية ما، مع وضع تفسير مبسط للأحداث والقصص، أو من خلال تغطية أكبر لقضية واحدة على حساب الأخرى، وهم محكومون بدورهم بالأطر التي تنظم أنساقهم المعرفية والضغوط المهنية التي يعملون في ظلها مثل: ضغوط السيطرة والملكية والتمويل، والتي تحدد السياسة التحريرية، بالإضافة إلى ضغوط المساحة وسرعة العمل الإعلامي، والمشكلة التي تحدث في عمل التحرير اليومي تتعلق بعملية الإدراك الانتقائي

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص350.

التي تقود إلى أطر بديلة تصطبغ بالأيديولوجية عن وعي أو عدم وعي بذلك وتؤثر المصادر الإخبارية في الكتابة الصحفية، حيث يعتمد الصحفيون عليها في الموضوعات القصصية، ومضمونها، كما أن اختيار المصدر قد يعكس الأحكام الفردية أو العوامل المؤسسية والتنظيمية. ويتعلق بما سبق ما توصل إليه (McCombs Chi) من أن الصحفيين ومصادرهم يعززون إبراز القضية في الأجندة الإعلامية من خلال تغيير الإطار، وأن المغزى المحتمل المرتبط بطبيعة الحدث الإخباري يجعل التأطير ممكنا على مستويات متعددة، كما أن الاختلاف في التغطية ينتج عن اختلاف القيم الشخصية والمهنية للصحفيين الذي يعملون في غرف الأخبار.

2- **النص:** يتضمن الأطر التي تبرز من خلال حضور او غياب كلمات أساسية ، وأحكاما معينة . وتراكيب معينة ، وصور نمطية ، ومصادر المعلومات ، والجمل التي تتضمن حقائق

3-المتلقي: حيث قد يعكس تفكير المتلقي واستنتاجه الأطر في النص ، ونية أو قصد التأطير لدى القائم بالاتصال ، وقد لا يعكس.

4- **الثقافة:** وهي مجموعة من الأطر المشتركة المقدمة في خطاب الأفراد أو تفكيرهم في جماعة اجتماعية معينة، وهي كما عرفها (Entman) مجموعة من الأطر التي يتم الاستشهاد بها، ومن الممكن أن تعرف إمبريقيا بأنها مجموعة من الأطر الشائعة التي تظهر في خطاب وتفكير معظم الناس، أو جماعة اجتماعية معينة، ويذكر الأخير أن التأطير في العناصر أو المواقع الأربعة يتضمن وظائف متشابهة هي الاختيار والإبراز، واستخدام تلك العناصر لبناء الجدل حول المشكلات ومسبباتها، انتهاء بتقييمها وتقديم حلول لها.[1]

[1] منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، 346-347.

6.2 فرضيات نظرية الأطر الاعلامية:

وضع فروض هذه النظرية كل من (McCombs & Shaw) عام (1972) والتي جاءت كما يلي:

1- تفترض نظرية التأطير أن طريقة عرض وتقديم المعلومات بوسائل الإعلام تؤثر في استجابات الجمهور تجاه محتوى نصوصها.

2- وفقاً لتعريف (intman) للأطر فإن مداخل الرسالة الإعلامية تؤدي إلى بروز بعض المعلومات التي ينتقيها القائم بالاتصال ويستبعد البعض الآخر، وأن تلقي الجمهور لهذه المداخل أو الأطر يؤثر في رؤيته للمشكلات والحلول اللازمة لها.

3- تفترض نظرية تحليل الأطر أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في (إطار) يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الأنساق، وذلك بالتركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

4- وتفترض النظرية أيضاً أن وضع الرسائل الإعلامية في إطار معين يختلف في مناسب يكسبها بريقا.

أما الفرضية التي وضعها الباحث غوفمان (Goffman) لنظرية التأطير بشكل علمي هي أن تنظيم رسائل وسائل الإعلام تؤثر في أفكار وردود أفعال الجمهور، والتأطير بصفة عامة يعني تنظيم وتصنيف المعلومات. فقد استخدم غوفمان (Goffman) مصطلح الإطار، للإشارة إلى مجموعة خاصة من التوقعات التي تعتمد عليها في إدراكنا لموقف اجتماعي ما خلال وقت معين.

فالتأطير وفقاً لرؤية وتعريف هذا الباحث، يفترض أن احتواء المواد الإعلامية على تلميحات اجتماعية من شأنه مساعدة جمهور وسائل الإعلام على تفسير الأحداث، فقد أثبتت دراسة تانكرد (Tankard) أن التأطير الإعلامي لا يجب النظر إليه باعتباره مجرد تحيز إعلامي من خلال هذه التلميحات، فهو أكثر تعقيداً من ذلك، ويتجاوز مجرد تصنيفه إلى نوعين إيجابي وسلبي، لأنه بغرف ويجدد كلا من المواقف وقضايا الخطاب الإعلامي، فقد أعاد غوفمان (Goffman) صياغة مفهوم التأطير الذي كان يعني بالنسبة له بمثابة النسق المعرفي الذي يستخدم في تفسير جوانب وزوايا خاصة من الأحداث والأنشطة من خلال تنظيمها بهدف إدراكها. تتميز نظرية التأطير الإعلامي بأنها نظرية

ملائمة للتطبيق في بيئات إعلامية متنوعة، حيث تتناول دور القائم بالاتصال في صياغة الرسائل الإعلامية، كما تساعد على تقديم تحليل علمي لمعالجة رسائل المضمون، وتكتمل أركان النظرية بإمكانية دراسة تأثير المعالجة الإعلامية على معارف واتجاهات الجمهور.[1]

7.2 وظائف الأطر وأهميتها:

تبرز أهمية الأطر الإعلامية وأهميتها في:

1- كشف اهتمام الباحثين بدراسة إنتاج الأخبار والخطاب الإخباري عن أن الصحفيين يعتمدون على التأطير في إنتاج القصص الخبرية، ووفقاً لأولئك الباحثين فإن الصحفيين يحاولون كتابة تقارير إخبارية موضوعية، وتنظيم المادة الإخبارية بطريقة فاعلة، ويميلون إلى المشاركة في عملية التأطير من خلال البناء والتركيب، وإبراز جوانب معينة من الواقع، وعزل جوانب أخرى، ويسلم الباحثون الذين يستخدمون تحليل الإطار بأن علاقات القوة غالباً ما تنعكس في تلك الأطر المتبناة، وتفترض بعض بحوث التأطير أن الإطار يمكن أن يسيطر على التغطية لفترات طويلة من الوقت.

2- تعرف الأطر المشكلات، وتشخص الأسباب، وتحدد قوتها التي تخلق المشكلة، وتضع الأحكام أو التقييمات الأخلاقية، وتقيم العوامل غير المقصودة وتأثيرها، وتقترح المعالجات وتسوغها، كما تتنبأ بتأثيراتها المختلفة، ويرى انتمان(Entman) أن الإطار في أي نص محدد قد لا يتضمن بالضرورة الوظائف السابقة جميعها، واتساقاً مع الوظائف السابقة كشفت دراسة جامسون (Gamson) عام 1992 عن أن إطار الحرب الباردة هيمن على الأخبار الخارجية في الصحافة الأمريكية، مركزاً على أحداث خارجية معينة مثل: الحروب الأهلية، ومقدماً أحكاماً أخلاقية، وموصياً بحلول معينة، أي أن الإطار هنا حقق وظائف الإطار السابقة. نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين.

3-يحدد الإطار مدى ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلة، وكيفية تقييمهم لها وتصرفهم إزاءها واتفق شوفايلي(Scheufele) مع ذلك حيث ذكر أن تأطير الأحداث والأخبار في وسائل الإعلام يمكن أن

[1] منال هلال المزاهرة، المرجع السابق، ص332، 333.

يؤثر بشكل منظم في كيفية فهم المتلفين للأخبار المتعلقة بهذه الأحداث كما أن تركيز الإطار على إبراز معلومات معينة يزيد من إمكانية إدراك المتلقي لها، وإدراك معناها ومن ثم معالجتها وتخزينها في ذاكرته، إلا أن انتمان (Entman) رأى أن تأطير النص لا يضمن تأثيره في تفكير المتلقين.

4- أوضحت أدبيات التأطير تأثيراته القوية في الإدراك الاجتماعي والتفضيلات السياسية للأفراد، وتبع هذا الأمر من خلال دراسة التقارير الصحفية والتليفزيونية، واختيار الأطر مهم في تحديد مدى قارئية الموضوعات الصحفية.

5- تؤكد نظرية الإطار على أن تأطير الأخبار يتوسط الطريقة التي يستخدم فيها الناس المعرفة الاجتماعية والخبرات السابقة، ولهذا فإن الافتراض الأساسي في نموذج Rhee يتمثل في: أن تركيب الرسالة في النصوص الإخبارية يقيد الطريقة التي يستخدم بها الأفراد معرفتهم في تفسيرها ، وتوصلت دراسة الباحث إلى أن الأطر الإخبارية تساعد الأفراد في بناء نماذج خطاب معينة Corrsponding Discourse Models من خلال تزويدهم بمجموعات من المفاهيم المستخدمة في عملية تفسير الحدث أو القضية. وعلى الصعيد نفسه يؤسس الإطار لسبيل مترابط بين القضية المستهدفة ومجموعة المفاهيم المحددة من خلال تنشيط أو اقتراح بعض الأفكار على حساب الأخرى .

6- لا يتطور التأطير الصحفي للقضايا والأحداث من فراغ، بل يتشكل من خلال التأثر بعوامل اجتماعية متعددة متضمنة العوامل السياسية ، ودور المنظمات.[1]

8.2 عناصر القوة والضعف في نظرية تحليل الإطار الاعلامي.

- ✓ **معالم القوة في نظرية تحليل الإطار الإعلامي:**

تتجلى معالم القوة في هذه النظرية من خلال مجموعة من المميزات التي يمكن تلخيصها في كونها من أبرز المفاهيم الحديثة التي تفسر دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور

[1] عبد الرزاق الديليمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، دار اليازوري، 2016، عمان، ص207، 208.

واتجاهاته نحو القضايا المختلفة، إضافة إلى مرونتها الشديدة حيث يمكن تطبيقها في العديد من المجالات.

وفقاً لـ Davis & Baran تتجلى معالم القوة في النظرية من خلال:

1-تركيزها على الأفراد في عملية الاتصال الجماهيري. " رغم تركيزها على مجتمع واحد في الدراسة فهي من الدراسات الـ Micro، إلا أنها أسهل وأقدر على الوصول إلى موضوعات أو قضايا التأثيرات على المستوى الـ Macro أي الأوسع والأشمل.

2-تناسقها مع النتائج الحالية لدراسات علم النفس المعرفي.

3-يعتبر مفهوم تحليل الإطار من أبرز المفاهيم الحديثة التي تفسر دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة، وبذلك يمكن دراسة الاتجاهات والمعارف من خلال تلك النظرية.

4-إمكاناتها في اقتحام مجال رصد وقياس التأثيرات السلوكية للتأطير الإعلامي في الجمهور.

5-ثراء وخصوبة التطبيقات البحثية لها بالتوازي مع محاور عملية الاتصال الجماهيري متمثلة في القائم بالاتصال، والرسالة الإعلامية، والجمهور، والسياق الثقافي، ورجع الصدى.

7-مرونتها حيث يمكن جمعها بأطر إعلامية أخرى، أو اعتماد مدخل نظري تكاملي من جهة، وصلاحيتها للتطبيق في فروع العلوم الإعلامية على اختلافها مثل: التحرير، والإعلام الدولي، والإعلان، والعلاقات العامة، ودراسات الصورة من جهة أخرى.

8-يمكن تطبيقها في أنواع مختلفة من الدراسات مثل: الدراسات التاريخية والآنية.

9-يمكن لتطبيقاتها البحثية الاستعانة بأي كم أو نوع من المناهج والأساليب والأدوات في جمع وتحليل وتفسير البيانات المختلفة.

10-تتميز بقدرتها على التطوير الذاتي من خلال نماذج مقترحة في تيارات بحثية معاصرة ومستقبلية، واتساعها لتشمل نماذج بناء الأطر، ووضع الأطر، والتأطير الاستراتيجي، والتي من الممكن أن تنفصل مستقبلاً عن هذه النظرية لتصبح أطراً نظرية مستقلة بذاتها.

11- تقدم النظرية فوائد لدراسات الرأي العام، والسلوك الانتخابي، والدراسات المعرفية والثقافية ودراسات علم الاجتماع.[1]

✓ **معالم الضعف في نظرية تحليل الإطار الإعلامي:**

يرى كل من Davis & Baran أن نقاط الضعف في نظرية تحليل الإطار الإعلامي تتجلي فيما يلي:

1-مرونتها تجعلها تفتقر إلى التحديد.

2- ليست لديها القوة على تحديد مدى وجود أو غياب التأثيرات.

3- تحول دون التفسيرات السببية بسبب اعتمادها الأكبر على المناهج الكيفية.

4- تنتقص من قيمة الأفراد حيث تفترض أن الأفراد يرتكبون أخطاء كثيرة في التأطير .

5- يؤخذ عليها كذلك عدم وجود نموذج فكري مشترك متفق عليه من قبل الباحثين في دراسة النظرية ، نظرا للجدل القائم حول مفهوم الإطار وطرق قياسه.

6- هناك عدد من الاتجاهات في بحوث التأطير تجاهلت العلاقة بين أطر وسائل الإعلام والعوامل المتعلقة بالسلطة السياسية والاجتماعية، وهذا الإغفال ناجم عن عوامل عدة تتضمن مشكلة تعريف الأطر، والفشل في دراسة سياقات التأطير من سياقات اجتماعية وسياسية أوسع، والتقليل من شأن التأطير كشكل للتأثيرات الإعلامية.

7- تشكك هذه النظرية في تحقيق موضوعية الإعلام بشكل كامل في معالجة القضايا المختلفة، حيث يخضع الإعلاميون لضغوط متباينة تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في بناء أجندة وسائل الإعلام حول القضايا المختلفة، وكذا صياغة توجهاتها السياسية، ويدلل على ذلك اختلاف التوجهات الإعلامية نحو

[1] عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص222- 223.

القضايا، باختلاف التوجهات السياسية، وكذلك وفقا للتوجهات السياسية التي تخدم جماعات المصالح المؤثرة في حركة المجتمع ووسائل الإعلام.[1]

انطلاقا حديث "Barana ,Davis" أن نقاط الضعف في النظرية تتمثل أساسا في كون مرونتها تجعلها ليس لديها القدرة على التحديد كما تحول دون التفسيرات السببية بسبب اعتمادها الأكبر على المناهج الكيفية، كما أنها تنتقص لقدرات الأفراد لصالح قوى اخرى مثل جماعات الضغط وأصحاب المؤسسات الإعلامية.

9.2 توظيف النظرية في الدراسة:

بداية نشير أننا لا نتبنى نظرية "التأطير الإعلامي" في بحثنا هذا، أي أننا لن نستخدم النظرية في جميع مراحل الدراسة ولم تحدد أهداف الدراسة ولا تساؤلاتها على ضوء مبادئ وركائز وفروض النظرية، لكننا نستخدم النظرية بشكل جزئي في التعليق على بعض الجداول، حيث ناقشنا بعض فرضيات النظرية في ضوء ما توصلنا إليه من النتائج، كما قدمت لنا النظرية أفكارا وتصورات عن كيفية عمل وسائل الإعلام، وهو ما أسهم في التعرف على البناء الإعلامي لقضايا الهوية الثقافية في الجزائر والمغرب و المقدم من خلال صفحات المؤسسات الإعلامية المشمولة بالدراسة، وهي على التوالي، أوراس وسبق برس الجزائريتين، وهسبريس و le 360 المغربيتين.

إضافة إلى هذا الخروج بمجموعة استخلاصات موجودة في المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا الهوية الثقافية، والتي يسعى القائمون بالاتصال في كل الصفحات إلى تمريرها من خلال طرحهم لقضايا الهوية الثقافية. حيث سعت المؤسسات الإعلامية محل الدراسة إلى تناول قضايا الهوية الثقافية بما يتناسب مع الإستراتيجية أو الإيديولوجية التي تخدمها، وهذا بالاعتماد على آليات بناء الإطار من خلال انتقاء وإبراز واستبعاد مواضيع دون الأخرى أو من خلال التركيز على بعد معين في القضية وإهمال باقي الجوانب في بناء المواد الإعلامية المنشورة. وأخيرا نشير أننا استخدمنا النظرية في التعليق على مجموعة من الفئات، نذكر منها: فئة القضايا خصوصا الفئتين الفرعيتين القضايا الدينية، القضايا

[1] خرفية جودي، سارة خرشي، مرجع سبق ذكره، ص61.

التاريخية، إضافة إلى فئة الاتجاه وفئة الإطار المرجعي، كما استخدمنها في مناقشة النتائج العامة للدراسة.

باختصار يمكننا القول أن استخدامنا للنظرية أفادنا في التعرف على واقع الممارسة العملية لوسائل الإعلام الالكترونية محل الدراسة، وكيفية تقديمها للأحداث في إطار قصص صحفية عن الأحداث والوقائع والقضايا ذات الصلة بموضوع الهوية الثقافية، حيث يتم اختيار جمل وكلمات وزوايا معالجة للموضوع من خلال الزاوية التي ينظر منها منتج الرسالة الإعلامية، وفي المقابل إهمال وإغفال زوايا ووجهات نظر أخرى لا تخدم وجهة نظر القائم بالاتصال بل وربما قد تبين ضعف الرواية التي يتبناها.

الفصل الثاني: سؤال الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية.

تمهيد.

المبحث الأول: مدخل تأصيلي لمسألة الهوية الثقافية.

المطلب الأول: تأملات في مفهومي الهوية والثقافة.

المطلب الثاني: في مفهوم الهوية الثقافية.

المطلب الثالث: مقومات الهوية الثقافية.

المبحث الثاني: مدخل إلى الهوية الثقافية الجزائرية.

المطلب الأول: كرونولوجيا المسألة الثقافية في الجزائر.

المطلب الثاني: مقومات وأبعاد الهوية الثقافية الجزائرية.

المطلب الثالث: إشكالات الهوية الثقافية في الجزائر

المبحث الثالث: مدخل إلى الهوية الثقافية المغربية.

المطلب الأول: كرونولوجيا المسألة الثقافية في المغرب.

المطلب الثاني: مقومات وأبعاد الهوية الثقافية في المغرب.

المطلب الثالث: إشكالات الهوية الثقافية في المغرب.

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن الهوية الثقافية ليست أمرا جاهز ولا ثابت إنما هي معطى يتشكل و يتطور بإستمرار، نتيجة الخبرات و التجارب الجديدة التي تعيشها الشعوب واختلاطها بثقافات وهويات أخرى، وهذا يمكن القول أن الهوية الثقافية هي تلك الصورة التي تكونها كل مجموعة بشرية عن نفسها في سياق محاولتها إظهار خصوصياتها عن باقي الجماعات البشرية.

ولهذا سنحاول من خلال هذا الفصل بداية بالمبحث الأول، التأصيل لمسألة الهوية الثقافية، من خلال تفكيك المفاهيم المتشابكة مع هذا المفهوم مثل: مفهومي الهوية و الثقافة، ثم الهوية الثقافية إضافة إلى استعراض مقومات الهوية الثقافية. أما المبحث الثاني فهو مدخل إلى الهوية الثقافية في الجزائر، سنتناول فيه كرونولوجيا المسألة الثقافية في الجزائر، ثم مقومات وأبعاد الهوية الثقافية الجزائرية وأخيرا إشكالات الهوية الثقافية في الجزائر. أما المبحث الثالث فهو عبارة عن مدخل إلى الهوية الثقافية المغربية سنبدأه بسرد المسار التاريخي لتطور المسألة الثقافية في المغرب ثم قمنا بعرض مقومات وأبعاد الهوية الثقافية في المغرب وأخيرا سنشير إلى الإشكالات ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية في المغرب.

المبحث الأول: مدخل تأصيلي لمسألة الهوية الثقافية.

المطلب الأول: تأملات في مفهومي الهوية والثقافة.

1. الهوية: لقد أصبحت فكرة الهوية أكثر أهمية في مجالات البحث العلمي وخصوصا في علم الاجتماع، فبعد أن كانت مسألة الهوية نادرة التناول من قبل علماء الاجتماع، رغم أن أبحاثهم تضمنت بين طياتها مسألة الهوية دون أن تسميها، "إن مفهوم الهوية من المفاهيم التي كثر النقاش حولها ، وتعددت الدراسات سواء السوسيولوجية، النفسية والسياسية حوله، حتى أنه صعب على المفكرين إعطاءه تعريفا واحدا وشاملا، نظرا لعمقه وصعوبة تحديده بدقة، كما يقول "قوتلب فراج" " **Gottlob Frege** ": كل تعريف في حد ذاته هوية، إذن الهوية لا يمكن تعريفها"[1]. يمكننا أن نقول أنه بعيدا عن التعريفات اللغوية، يمكن القول أنّ مفهوم الهوية –وكغيره من الكثير من المصطلحات في العلوم الإنسانية والاجتماعية– مفهوم ضبابي تختلف تعريفاته باختلاف زاوية التفكير فيه، وهذا الاختلاف راجع لكون مسألة الهوية تتعلق بالإنسان، فهي تعبير عن ماهيته وتجسيد لذاته، وكما يؤكد "**فتحي المسكيني**" أنّ: الهوية جهاز إنتماء، جهاز أنفسنا كما ورثناه دون أي تجربة شخصية، لذلك فإن كل شخص منا هو نتاج هووي أكثر منه شخص."[2]، ويعرفها "**أمين معلوف**" باختصار على أنها ما يجعلني غير متماثل مع أي شخص آخر[3]، وهي أيضا مجموعة خصائص ملازمة لشعب ما ينفرد بها (عنصر مطابقة) ويختلف ويتميز عن باقي الشعوب الأخرى (عنصر اختلاف)[4].

فالهوية بشكل عام تتمثل في كونها مجموعة خصائص مميزة لأمة معينة، هذه الخصائص ليست ثابتة أو جامدة، إنها تتكون وتتطور وتتفاعل مع مرور الزمن فتطرأ عليها تغيرات وتحولات. وهي في الأساس التفرد وهي ما يشخص الذات ويميزها "كالبصمة في الإنسان يتميز بها عن غيره" وهي السمات المشتركة التي تميز بها جماعة نفسها، وتعتز بها. وقد عرفها مجمع اللغة العربية بأنها: حقيقة الشيء أو الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية التي تميزه عن غيره، وهي عبارة عن تلك القيم المطلقة

---

[1] نادية موسلي، الهوية الوطنية من خلال أفلام مرزاق علواش، جامعة الجزائر 3 ، كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،2009 – 2010، ص19.

[2] فتحي المسكيني، الهوية والحرية نحو أنوار جديدة، جداول لنشر والتوزيع، لبنان، 2011، ص16

[3] أمين معلوف، الهويات القاتلة، ورد للطباعة والنشر، دمشق، 1999، ص11.

[4] محمد بودهان، مرجع سبق ذكره، ص13.

التي تحتاج إلى جهد إنساني متواصل لتنزلها إلى حقائق اجتماعية وحضارية. فالهوية صفات، وأحاسيس، ونمط حياة مهيمن على كل شيء، في الملبس، والمأكل والموسيقى، والفن والثقافة، في الحرية والمقاومة والصمود، فهي نمط معيشي متكامل يتفاعل مع المتغيرات المحيطة به، فيتغير معها دون أن يذوب فيها. يتأثر داخلياً لكنه يكتسب الجديد دائما، وهي إحدى مكونات الشخصية الوطنية".

الهوية هي الخصائص التاريخية واللغوية والنفسية التي تؤدي إلى الفصل بشكل حاسم بين جماعة من الناس وأخرى وتنتج هذه الخصائص عن عاملين رئيسين، الأول: داخلي يتمثل في تقاليد ومواريث تراكمت عبر حقب تاريخية ممتدة، والثاني: خارجي يعكس تفاعل الأمة مع وضع عالمي متغير، مفرزا موجات ثقافية متعددة، ونماذج حضارية مختلفة، ينتج عنها ردود فعل ذاتية تفرض التعامل بخصوصيته مع تلك التقاليد، مانحة إياها هوية جديدة "[1]

تكمن أهمية الهوية في أنها المنظار الذي ينظر به الأفراد إلى الواقع، والمعيار الذي يقترحون به الحلول لمشكلاتهم، ولكن ماذا إذا كان المواطنون في البلد الواحد منقسمين على ثقافات، وهويات مختلفة؟ هنالك عدة احتمالات أحسنها من حيث الاستقرار وعدم التنازع: هو أن تكون إحدى هوياتهم هذه هي الغالبة من حيث عدد المنتسبين إليها. لأن الهوية التي استقر أمرهم عليها قد لا تكون بطبيعتها مساعدة على ذلك وإذا لم تكن هنالك هوية غالبة بهذا المعنى فقد يكون المنتمون إلى إحدى الهويات أقوى من غيرهم؛ فيفرضون هويتهم، وينظمون أمرهم على أساسها[2]. إن الهوية لا تكتسب بقرار في لحظة تاريخية ما، بل تتجمع عناصرها وتطبع الجماعة بطابعها على مدار تاريخ الجماعة من خلال تراثها الإبداعي(الثقافة) وطابع حياتها (الواقع الاجتماعي) وتعبيرات شائعة مثل: الرموز والعادات والتقاليد، واللهجة أو اللغة، وأهم مكونات الهوية هي تلك التي تنتقل بالوراثة داخل الجماعة وتظل محتفظة بوجودها وحيويتها بينهم مثل: الأساطير والقيم والتراث الثقافي (...) ويجب توفر عنصرا الانتماء للجماعة والوعي بالهوية" إن تعريف الهوية بحسب رأي "**إبراهيم أبراش**" يركز على قضية المميزات العامة التي تميز جماعة محددة عن غيرها من الجماعات، وهذه الخصائص التي يتبناها الفرد ليثبت انتماءه لهذه الجماعة،

[1] محمد ناصر عبد الباسط، الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2015، ص151

[2] بن قفة سعاد، علي شريف حورية، أزمة الهوية في المجتمع الجزائري في ظل التعديدية اللغوية، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، العدد 02، 2017، ص72.

ومن ثم يمكنه أن يعرف نفسه وفق علاقة الانتماء إلى هذه الجماعة، وعليه فإن المحور الأساسي يدور حوله هذا التعريف الخاص بالهوية يتمثل في مجموع المميزات التي تميز الجماعة[1].

ثم إن الهوية، وهي الكيان الذي ينبثق تاريخيا، يوحي بأنه نتاج "صيرورة" ما. لأن معضلة الأصل لم تحض بكلام فصل حتى اليوم، فهل هناك أصل حقيقي؟ نحن نعترف بأننا لسنا مسلمين أو جزائريين أو عرب أو أمازيغ منذ الأزل، رغم أننا اليوم كذلك بأتم مدلول هذه الكلمة. وكوننا مسلمين تحت تدخل التاريخ، يعني أن هويتنا الإسلامية وليدة صيرورة وتغير وتغيير. وكل شيء تدخل عليه التغير، ليس لنا أن نضمن أنه لن يتغير من جديد. وهنا نصل إلى لغز الهوية المشكل، وهو أنها قائمة على مبدأين هما:

-التغير شرط ضروري لتصور الهوية بما هي تعبير عن الانطباق الكلي والثبات التام المعادي للصيرورة.
-التغير بما هو خارج الهوية، ضروري لتشكل مفهوم الهوية ذاته، التي بدورها تستبعده حد الإقصاء، وهذا هو جدل الهوية والغيرية الذي يجب التفطن إليه، فلا يمكن إقصاء الشر الذي يستبعده الخير، وإلا انهار الخير ذاته، أي أن الشر شرط خيرية الخير، وهكذا في كل الأمور الأخرى، لذا نجد "هيراقليطس" يتحدث عن وحدة وصراع الأضداد[2].

عندما نتحدث عن مصطلح "الهوية" فإننا نتحدث عن مصطلح عام يختزل بداخله العديد من المفاهيم، حيث لا يمكن الحديث عن هوية بالمطلق، فهناك الهوية الفردية والهوية الجماعية والهوية الثقافية والهوية الجندرية وأنواع أخرى من تصنيفات الهوية، إن هويات مثل الجنس والقرابة والخصوصيات الإثنية تعتبر من الهويات الرئيسية والتي يصعب تغيرها خلال حياة الفرد قياسا بالهويات الأخرى. فالهوية الاجتماعية ليست أحادية الجانب وإنما تتشكل دائما عبر العلاقات مع الآخرين. يرى (جنكنز) في كل يوم من حياة الأفراد نراهم يهتمون بإيصال الانطباع الذي يريدونه عن أنفسهم إلى الآخرين. فالهويات تتكون عندما يحاول الناس إيصال صورتهم إلى الآخرين وهم قد ينجحون في ذلك وقد يخفقون. وإذا أخفقوا سوف يدركون صعوبة الاحتفاظ بالهوية التي يريدونها. والهويات لا تتعلق فقط بانطباعنا عن أنفسنا، وإنما أيضا انطباعنا عن الآخرين وانطباع الآخرين عنا. فالهوية ذات معنى مزدوج، فهي داخلية (internal) بمقدار ما نعتقد حول هويتنا، وخارجية(external) تتعلق بالطريقة التي يرانا فيها الآخرون. والهويات تتكون وتستقر وفق علاقات ديالكتيكية بين هذه العوامل الداخلية والخارجية، وهي تتفاعل لتنتج الهوية. والعوامل

[1] مولاي احمد نكاع، ملامح الهوية في السينما الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية اللغات والأدب والفنون، جامعة وهران، ص74.

[2] عبد الكريم عنيات، الهوية والتفتح: دراسة فلسفية في مفهوم الهوية ، مجلة دراسات فلسفية, المجلد15، العدد02، ص57.

الخارجية (كيف يرانا الآخرون ويستجيبون لنا) ربما تصطدم أو تتجاهل أو تدعم وتقوي نظرتنا عن أنفسنا. ومهما كانت الطريقة فإن الهوية تنشأ من بين هذه العلاقة بين أنفسنا والآخرين[1].

ويمكن عموما تصنيف أنواع الهوية إلى نوعان:

أ-الهوية الفردية: وهي التي يظهرها الفرد في حالة الشعرية عن نفسه أمام فرد آخر غير مشابه له " وفي حالة الهوية الممنوحة من الخارج فقد يكون لها أيضا طبع ومزاج اتفاقي وهذه تكون جزء تكويني للهوية الكاملة، الشاملة التي تدمج مختلف التحديات والتعريفات التي يمنحها الأخرون للفرد وهي بمثابة مجموعة صور وخصائص تسمح بالتعريف الخارجي على الفن.

ب- الهوية الاجتماعية: وهي تحدد الانتماء الاجتماعي للفرد والجماعة، وهي متنوعة لأنها اتفاقية معطاة من قبل معظم الأفراد ولها أبعاد هي:

- **البعد الثقافي:** يحاول الفرد الاندماج في الجماعة بأخذ مراجع القيم وأنماط سلوكها، وهو ما يعرف بالتنسيق بالعودة إلى ماضي المجتمع باسترجاع الذكريات والتجارب، ويساهم الفن في ذلك "فالهوية الثقافية لها دور حاسم في تشكيل الوعي الجماعي "

- **البعد الاجتماعي:** وهي الكل لأن الجماعة الصغرى تعيش في محيط الخبر مكون من جماعات أخرى وروابط اجتماعية ينتج عنه نمو العلاقات المتبادلة.

- **البعد السياسي:** لا توجد فقط روابط اجتماعية أو ثقافية بل هناك أيضا قرار سياسي يساهم في تحدي هوية الجماعة المستقلة عن الأخرى، أي السيادة وما يعرف في الفكر السياسي بالدولة[2].

إن الهوية الجماعية الهوية الجماعية، تتشكل من المركبات المشتركة بين الشخص الفرد وبين أفراد الجماعة التي ينتمي إليها، وهذه المركبات قد تكون عرقية أو دينية أو تاريخية أو لغوية أو جميعها معا، وتأخذ خاصية موحدة مثل "عربي، أمريكي، مسلم، مسيحي..."، وهو عبارة عن هوية متميزة

[1] هارلمبس وهولبورن، سوشيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة :حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2010، ص105.

[2] نادية موسلي، مرجع سبق ذكره، ص23.

ومستقلة، عبارة، أنا لها آخر داخل الجماعة نفسها، أنا "تضع نفسها في مركز الدائرة عندما تكون في مواجهة مع هذا النوع من الأخر[1].

يمكن للهوية أيضا أن تقتل، وبلا رحمة. ففي حالات كثيرة، يمكن لشعور قوي– ومطلق– بانتماء يقتصر على جماعة واحدة، أن يحمل معه إدراكا المسافة البعد والاختلاف عن الجماعات الأخرى. فالتضامن الداخلي لجماعة ما يمكن أن يغذي التنافر بينها وبين الجماعات الأخرى. من الممكن أن يقال لنا، فجأة، إننا لسنا روانديين فقط، لكننا بالتحديد من طائفة «الهوتو» (ومعنى ذلك أننا نكره أبناء طائفة التوتسي»)، أو أننا لسنا في الواقع مجرد يوغوسلافيين، وإنما نحن في الحقيقة صربيون» (وهذا معناه أننا لا نحب المسلمين قطعيا). ومن ذكريات طفولتي "**أماريتا صن**" عن الشغب بين الهندوس والمسلمين في الأربعينيات، والتي كانت تتعلق بسياسات التقسيم، لا أزال أذكر السرعة التي حدث بها أن الناس، الذين كانوا بشرا بشكل عام في شهر يناير، تحولوا فجأة في شهر يوليو، إلى هندوس عديمي الرحمة، ومسلمين شديدي القسوة. لقي مئات الآلاف فناءهم على أيدي أناس عمدوا – تحت قيادة زعماء المجزرة – إلى قتل آخرين نيابة عن «أهاليهم». إن التحريض على العنف يحدث بفرض هويات مفردة انعزالية وعدوانية، يناصرها ويؤيدها محترفون بارعون للإرهاب، على أناس بسطاء وساذجين[2].

ويمكن أن يقدم الشعور بالهوية مساهمة مهمة لجعل العلاقة مع الآخرين قوية ودافئة، مثل الجيران أو أعضاء الجماعة أو المواطنين أنفسهم من أبناء الوطن أو التابعين للديانة نفسها. ويمكن أن يثري تركيزنا على هويات معينة روابطنا، ويجعلنا نفعل أشياء كثيرة بعضنا البعض، ويمكن أن يساعد في أن تتجاوز حياتنا المتمركزة حول الذات. والأدبيات التي ألفت في الفترة الأخيرة عن "رأس المال الاجتماعي social capital"، والتي ساهم بقوة في استكشافها "روبرت بوتنام Robert Putnam" وآخرون– هذه الأدبيات كشفت بوضوح كاف كيف أن هوية مشتركة مع الآخرين في الجماعة الاجتماعية نفسها يمكن أن تجعل حياة الجميع تسير بشكل أفضل كثيرا في هذه الجماعة، ولهذا، ينظر إلى الشعور بالانتماء إلى جماعة إنسانية ما باعتباره أحد مصادر الثروة – مثل رأس المال هذا الفهم مهم، لكن يجب

[1] مهدي محمد القصاص، الهوية الثقافية والعولمة دراسة سوسيولوجية، المجلس الأعلى لرعاية الفنون والآداب والعلوم الاجتماعية، دمشق، 2005، ص18.

[2] أماريتا صن، الهوية والعنف: وهم المصير الحتمي، تر: سحر توفيق، منشورات عالم المعرفة، 2008، ص 18.

أن تكمله إضافة الاعتراف أن شعورا بالهوية يمكن أن يستبعد تماما كثيرا من الناس على الرغم من ترحيبه الحار بآخرين[1].

2. الثقافة: أدى التطور في التفكير الإنساني وفي المجتمع، خلال القرون الماضية، إلى ظهور علوم مثل: علم الاجتماع كتخصص علمي يسعى إلى الإجابة عن مسائل مثل البحث في المشكلات والتغيرات الاجتماعية وكذا مسألة التنوع الإنساني. وكيف يمكن التفكير في الخصوصية الإنسانية ضمن تنوع الشعوب والعادات والتقاليد؟

هذا الحرص على بيان هذا الخط الفاصل بين مسألة التنوع ومسالة وحدة الإنسانية. أدى إلى انبثاق مفهوم تم اعتباره مفهوما ثوري وأداة مهمة جدا في فهم هذه المسألة والحدود الفاصلة بينها: إنه مفهوم «الثقافة».

يشير الأستاذ "**عبد الغاني عماد**" أنه لم تشهد أي كلمة ازدهاراً وانتشاراً ككلمة الثقافة، وليس هناك مفهوم أكثر تداولاً واستخداماً كمفهوم الثقافة، ومع ذلك يبقى الغموض والالتباس متلازمين كلما طرح الموضوع للنقاش. وهناك بحوث تخصصت في رصد نشأة المفهوم وتطوره من الناحية التاريخية، وأخرى ركزت على الجانب المعرفي. وقد أحصى عالما الأنثروبولوجيا الأمريكيان "**كروبير**" (A.L.Kroeber) و"**كلوكهون** C.Kluckhohn" ما لا يقل عن 160 تعريفاً للثقافة قاما بفرزها على سبعة أصناف: وصفية وتاريخية وتقييمية وسيكولوجية وبنيوية وتكوينية، وجزئية غير كاملة. وقد اكتسبت كلمة ثقافة (Culture) معناها الفكري في أوروبا في النصف الثاني من القرن الثامن عشر. فالكلمة الفرنسية كانت تعني في القرون الوسطى الطقوس الدينية (Cultes) لكنها في القرن السابع عشر كانت تعبر عن «فلاحة الأرض»، ومع القرن الثامن عشر اتخذت منحى يعبر عن التكوين الفكري عموماً، وعن التقدم الفكري للشخص بخاصة، وعما يتطلبه ذلك من عمل، وما ينتج من تطبيقات. هذا، هو المعنى الموجود في المعاجم الكلاسيكية. ولكن انتقال الكلمة إلى الألمانية في النصف الثاني من القرن الثامن عشر، أكسبها لأول مرة، وقبل رجوعها إلى فرنسا، مضموناً جماعياً. فقد أصبحت تدل بخاصة على التقدم الفكري الذي يتحصل عليه الشخص أو المجموعات أو الإنسانية بصفة عامة. أما الجانب المادي في حياة الأشخاص

[1] المرجع السابق، ص 18.

والمجتمعات فقد أفردت له الألمانية كلمة «حضارة»[1]. ويدين المجتمع العلمي إلى عالم الأنثروبولوجيا البريطاني "**إدوارد بارنات تايلور**" (Edward Burnett Tylor) بأول تعريف للمفهوم الإثنولوجي للثقافة: حيث يقول إن «ثقافة» أو «حضارة»، موضوعة في معناها الإثنولوجي الأكثر اتساعاً، هي هذا الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات وكل القدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع[2].

عرفت الثقافة باعتبارها طريقة كاملة للحياة لدى مجتمع معين، حيث يتم تعلمها وتقاسمها بين أفراد المجتمع. غير أن مفهوم الثقافة هو من المفاهيم المعقدة. فمثلا "**ريموند وليم**" أحد أهم المنظرين في الثقافة في كتابه (Keyword) يرى أن الثقافة تعد واحدة من أكثر المفردات تعقيدا في اللغة الإنكليزية، فكلمة ثقافة استعملت بطرق مختلفة سواء من جانب علماء الاجتماع أو في الأحاديث اليومية. وفي جميع الطرق التي استعملت فيها الثقافة تلميحا أو تصريحا جرى التعامل معها كشيء مغاير للطبيعة. فالأشياء التي يصنعها الإنسان، ويمارسها هي معطيات ثقافية بينما الأشياء التي توجد أو تحدث بدون تدخل الإنسان تعتبر جزء من عالم الطبيعة. فالثقافة بهذا المعني هي دائما رمزية تكتسب بالتعلم وتشكل مظاهر للمجتمع الإنساني. إن تعدد التعاريف لمفهوم الثقافة رافقه تعدد الآراء حول أي من مظاهر الحياة الإنسانية ومعطياتها يعتبر جزءا من الثقافة. ومن هذه الزاوية حاول "كريستوفر جينز" أن يميز أربع معاني رئيسية لمصطلح الثقافة، الثقافة ينظر إليها أحيانا كحالة للفكر "astate of mind" ، فشخص ما يصبح مثقفا حينما يتجه صعوده نحو فكرة الكمال أو الهدف أو الانعتاق أو إنجاز طموح إنساني. ومن هذه الزاوية تعتبر الثقافة كنوعية تكتسب من جانب الأفراد القادرين على التعلم وتحقيق الصفات المرغوبة لدى الكائن البشري المثقف[3].

إن موضوع الثقافة أعيد تناوله من منظور جديد، من قبل "**كلود ليفي ستروس**" الذي يعرف الثقافة كالتالي: يمكن اعتبار كل ثقافة مجموع أنساق رمزية تتصدرها اللغة وقواعد التزاوج والعلاقات الاقتصادية والفن والعلم والدين. كل هذه الأنساق تهدف إلى التعبير عن بعض أوجه الحقيقة الطبيعية والحقيقة

[1] عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والاشكاليات، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2016، ص26.

[2] دنيس كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، تر: منير السعيداني، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص30.

[3] هارلمبس وهولبورن، مرجع سبق وذكره، ص6.

الاجتماعية، وأكثر من ذلك إلى التعبير عن العلاقات التي ترتبط بها كل من هاتين الحقيقتين بالثانية، وتلك التي ترتبط بها الأنساق الرمزية ذاتها بعضها ببعض[1].

أما في الفكر العربي فنجد أن "**مالك بن نبي**" عرفها في كتابه: "شروط النهضة" على أنها: مجموعة من الصفات الخلقية، والقيم الاجتماعية التي يتلقاها الفرد منذ ولادته كرأسمال أولي في الوسط الذي ولد فيه، والثقافة على هذا المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته. وهذا التعريف الشامل للثقافة هو الذي يحدد مفهومها، فهي المحيط الذي يعكس حضارة معينة، والذي يتحرك في نطاقه الإنسان المتحضر، وهكذا نرى أن هذا التعريف يضم بين دفتيه فلسفة الإنسان، وفلسفة الجماعة، أي (معطيات) الإنسان (ومعطيات) المجتمع، مع أخذنا في الاعتبار ضرورة انسجام هذه المعطيات في كيان واحد، تحدثه عملية التركيب التي تجريها الشرارة الروحية، عندما يؤذن فجر إحدى الحضارات[2]. كما يرى "مالك بن نبي": "أن الثقافة لا تضم الأفكار وحسب بل تضم كذلك أساليب الحياة في مجتمع معين وكذلك السلوك الاجتماعي للفرد وهي انعكاس للواقع الاجتماعي الموضوعي، لذلك المجتمع بكل ما فيه من ماديات ومعنويات[3]"، كما يقول في كتابه "**مشكلة الثقافة**" أن الثقافة هي تلك الكتلة نفسها بما تتضمنه من عادات متجانسة، وعبقريات متقاربة وتقاليد متكاملة، وأذواق متناسبة وعواطف متشابهة، وبعبارة جامعة: هي كل ما يعطي الحضارة سمتها الخاصة ويحدد قطبيها: من عقلية ابن خلدون وروحانية الغزالي، أو عقلية (ديكارت) وروحانية (جان دارك)، هذا هو معنى الثقافة في التاريخ[4].

أيضا تعرف الثقافة إنها "مجموع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعا بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وأنها تشمل الفنون، الآداب، طرائق الحياة والإنتاج الاقتصادي، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات[5]"، والثقافة بالمعنى التقليدي تعني الإنتاج الأدبي والفكري والفني وبمعناها الأنثروبولوجي الموسع تعني أنماط السلوك المادية والمعنوية السائدة في مجتمع

---

[1] دنيس كوش، مرجع سبق ذكره، ص78.

[2] مالك بن نبي، شروط النهضة، تر: عبد الصبور شاهين، دمشق، دار الفكر، 1960، ط2، ص 83.

[3] محمد السويدي، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991، ص 50.

[4] مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دار الفكر، دمشق، ط4، 1984، ص77.

[5] أحمد طيلب، البعد الأمني في السياسات الثقافية في ظل عولمة القيم، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، المجلد01، العدد01، 2013، ص 34.

من المجتمعات، ومعنى الثقافة اليوم تعني جملة النشاطات والمشروعات المشتركة التي تكون أساسا الرغبة في الحياة المشتركة لدى أمة من الأمم."[1]

المطلب الثاني: في مفهوم الهوية الثقافية.

إذا ما ذكرت "الهوية" بصفة عامة اقترنت بها الهوية الثقافية، وهي تعنى التفرد الثقافي بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وتقاليد وقيم، وطريقة نظر إلى للحياة والكون، والهوية الثقافية كيان يتشكل ويتطور عبر الزمن وليس معطى جاهز، وهي تزداد ثراء بتجارب المجموعة ومعاناتهم وتطلعاتهم، وأيضا باختلاطها ببقية الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في علاقة سلم أو حرب. ترتبط فكرة الهوية بإحكام إلى فكرة الثقافة. والهويات يمكن أن تتشكل عبر الثقافات الرئيسية والثقافات الفئوية التي ينتمي لها الأفراد أو التي يشاركون فيها. والعديد من نظريات الهوية ترى العلاقة بين الثقافة والهوية تأخذ أشكالا مختلفة. فالباحثين الذين تأثروا بالنظريات الحديثة للثقافة والهوية ينظرون إلى الهوية باعتبارها نشأت بطريقة واضحة من الانخراط في ثقافات وثقافات فئوية معينة. فمثلا الناس الذين يعيشون في بريطانيا يحتمل أن يكون لديهم إحساس قوي بالهوية البريطانية. أما النظريات التي تأثرت كثيرا بما بعد الحداثة فهي تميل للتأكيد على اعتبار المسألة أكثر تعقيدا في النظر إلى إحساس الشخص البريطاني وتعدد الطرق التي ينظر بها البريطانيون من أصول وأعراق مختلفة إلى موضوع الهوية[2].

إذن يمكننا القول أن الهوية الثقافية صورة تكونها جماعة ما عن نفسها، ويستنبطنها أفرادها بإدماج التشابهات الدالة على الانتماء، وإظهار خصوصيات تميزهم عن باقي الجماعات في «حركات انخراط للداخل، وحركات تأكيد الاختلاف نحو الخارج» ويرتبط مفهوم الثقافة ارتباطا وثيقا بمجتمع معين ومحدد الهوية، فمسألة الهويات الجماعية في غالب الأحوال مردودة إلى بعدها الثقافي، والهوية الثقافية هي وأكثر الهويات استقرارا وجمودا، و يعتبر "**إيريك إريكسون**" "E.Erikson" من الأوائل في استعمال هذا المفهوم منذ سنوات الخمسينيات ضمن العديد من أعماله التي اهتمت بالمشاكل الناجمة عن الهجرة والاختلاط الثقافي، ثم الهجرة والاختلاط الثقافي، ثم أخذ المفهوم في الاتساع والرواج بعد ذلك، وطالما أن

[1] سليم جهان، عبد الله الدائم وآخرون، الثقافة العربية وأسئلة التطور والمستقبل، بيروت: مركز الدراسات الوحدة العربية، ط2، 2003، ص279.

[2] هارلمبس وهولبورن، مرجع سبق ذكره، ص13- 14.

الهوية الثقافية نتاج البناء الاجتماعي، فإنها تكتسب طابع التعقيد، فإذا أردنا اختزال الهوية الثقافية في بعد واحد، فهذا يعني أننا لا نأبه بتنوع المجموعة الاجتماعية وتفاعلها فيما بينها، لذا لا يمكن للأفراد والجماعات أن يكونوا حبيسي هوية ثقافية ثابتة ومحصورة في قالب واحد[1].

إن مصطلح "الهوية الثقافية" هو تعبير عن ذاتية الإنسان ونقائه وجمالياته وقيمه، بحيث تعتبر الثقافة في المحرك لأي حضارة أو أمة في توجيهها وضبطها أي التي تحكم حركة الإبداع والإنتاج المعرفي، ويعرفها إجرائية بأنها تلك المبادئ الأصلية السامية والذاتية النابعة من الأفراد أو الشعوب، أي هي كل ما تحمله من قيم وعادات وتقاليد وسلوكيات ولغة والدين التي بها تتميز كل أمة عن أمة أخرى[2]. إن مفهوم الثقافة كروح عامة قد يعبر بشكل أو بآخر عن المعاني التي يحصرها مفهوم الهوية، وقد تكون الثقافة أيضا أحد العناصر الأساسية التي تدخل في تحديد و تكوين هوية جماعة ما، غير أن إضافة مفردة الثقافة المفردة الهوية لتشكيل مصطلح (الهوية الثقافية) قد ينتج مدلولا جديدا تعرفه "**فاطمة الزهراء سالم**" بقولها: "هي جملة الخبرات الاجتماعية، والحكمة الأخلاقية والدينية والاتفاقات الأيديولوجية النظرية التي يصوغها مجتمع ما، بحيث تصبح تلك الخبرات والاتفاقات النظرية قوانين ملزمة وأساسية، ليس من اليسير اختراقها أو العبث بها أو محاولة تغييرها، إلا من أجل تطويرها والارتقاء بها"[3].

إذا حاولنا إيراد تعريف للهوية الثقافية في ارتباط بالواقع العربي الإسلامي يمكننا القول أن الهوية الثقافية هي "الإيمان بعقيدة هذه الأمة والفخر والاعتزاز بالانتماء إليها، واحترام قيمها الحضارية والثقافية، وإبراز الشعائر الإسلامية، والاعتزاز والتمسك بها، والشعور بالتميز والاستقلالية الفردية والجماعية والقيام بحق الرسالة، وواجب البلاغ والشهادة على الناس"[4]. كما عرفها "**أحمد بن نعمان**" بأنها "مجموع الصفات أو السمات الثقافية العامة التي تمثل الحد الأدنى المشترك بين جميع الأفراد الذين ينتمون إليها والتي تجعلهم يعرفون ويتميزون بصفاتهم تلك عن سواهم من أفراد الأمم" كما تعرف بأنها المجموعة الخصائص

[1] عبد العزيز خواجة، عمر داود، الدين، التاريخ، الثقافة: أي علاقة؟ نحو مقاربة سوسيولوجية للمعطى الجزائري، مجلة الحقيقة، المجلد 10، العدد02، 2011، ص268.

[2] فائزة تونسي وأخرون، البرامج التلفزيونية وانعكاساتها على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 33، 2018، ص 68-69.

[3] مولاي احمد نكاع، مرجع سبق ذكره، ص85.

[4] ألاء بنت علي بن محمد الغامدي، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية لمدينة الرياض، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد 34، العدد 02، 2018، ص502.

والمميزات العقائدية واللغوية والمفاهيمية والأخلاقية والثقافية والعرقية والتاريخية، والعادات والتقاليد والسلوكيات التي تطبع شخصية الفرد والجماعة والأمة بطبع معين ينفرد به عن باقي الأمم حيث تشكل مرجعيته المعبرة عن ثقافته ودينه وحضارته[1]"، من المهم جدا بالنسبة لنا عرض اكبر قدر ممكن من التعريفات التي اقترحها الباحثون للهوية الثقافية والحضارية لأي أمة لهذا يمكننا القول إضافة لما سبق أنها "القدر الثابت والجوهري والمشترك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل الشخصية الوطنية أو القومية طابعا يتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى، كما أنها" ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية تشكل أمة أو ما في معناها بهويتها الحضارية في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء، وبعبارة أخرى في المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم، عن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة والموت والإنسان ومهامه وقدراته وحدوده وما ينبغي أن يعمل وما ينبغي أن يأمل"[2].

إذن فإن الدين واللغة والثقافة، هذه المكونات الثلاثة تعتبر محددات أساسية للهوية، إلا أن الصيغة الأكثر تداولا هي الهوية الثقافية بدلا من الهوية الدينية أو اللغوية، والثقافة تعد في نظر الكثير من الدارسين حاملا للهوية ومكونا من مكوناتها الأساسية لأنها تملك تراثا وتاريخا، ومثلا، وتصورات الزمان والمكان والمستقبل، وحتى وإن كان لكل فرد خصوصيات يتميز بها عن غيره إلا أنه يتبنى جانبا من السلوك الاجتماعي الذي يحدده النسق الثقافي للمجتمع وعليه فإن الهوية الفردية لها أساس ثقافي، ونؤكد على غرار ما يقوله "**إريكسون**" بأن عملية الهوية لا تقع فقط في صميم الفرد وإنما تقع في صميم ثقافة مجتمعه[3].

أما الباحث فيحدده في هذا البحث بالمعلومات والمعارف والأخبار والقيم التي يتم بثها وعرضها على شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وبالضبط على صفحات مجموعة من المؤسسات الإعلامية

[1] ثناء محمد هاشم، الهوية الثقافية والتعلم في المجتمع المصري، مجلة كلية التربية، جامعة بني سويف، المجلد 16، العدد84، 2019، ص126،127.

[2] زهيرة مزارة، ازمة الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة، ملتقى القراءة للتراث و الهوية في زمن العولمة، جامعة خميس مليانة، 2017، ص7.

[3] وفاء بن طراد، قراءات في مفهوم الهوية و مكوناتها: اللغة، الدين، الثقافة، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 20، 2017، ص564.

العربية "المغربية والجزائرية" وقد حددنها في أربع قضايا رئيسية، هي اللغة والدين والتراث النادي والعادات والتقاليد، إضافة إلى التاريخ، ولكل عنصر من هذه العناصر مؤشراتها. نقطة أخرى من المهم الإشارة إليها في مسألة الهوية الثقافية وهي أن أكثر الهويات محافظة، وتدينا وأصالة لا تستطيع إلا أن تخضع لدرجات معينة من العولمة، والعلمنة، والتحديث، ففي عالم اليوم لا توجد مناطق معزولة، أو نائية، وبعيدة عن تأثيرات الآتية من خارج هذه الثقافة لذلك قد يكون السؤال ليس كيف نقاوم العولمة، ونحمي أنفسنا منها؟ ولكن كيف نعيش عالمنا الراهن بواقعية، ودون تناقضات وتأزم، وبلا إحساس بعقدة نقص أو خوف؟ «إن الهوية متغيرة بالضرورة، ولكنها في الوقت ذاته تتميز بثبات معين مثل الشخص الواحد، يولد، ويشب، ويشيخ، وتتغير ملامحه، وتصرفاته وأحيانا ذوقه، ولكنه يبقى في النهاية هو نفس الشخص، وليس شخصا آخر[1].

أما بالنسبة لمستويات الهوية الثقافية فيرى "**محمد عابد الجابري**" أن لها ثلاث مستويات: فردية، وجماعية، ووطنية قومية، والعلاقة بين هذه المستويات تتحدد أساساً بنوع «الآخر» الذي تواجهه. إن الهوية الثقافية كيان يصير، يتطور، وليست معطى جاهزاً ونهائياً. هي تصير وتتطور، إما في اتجاه الانكماش، وإما في اتجاه الانتشار، وهي تغتني بتجارب أهلها ومعاناتهم، انتصاراتهم وتطلعاتهم، وأيضاً باحتكاكها سلباً وإيجاباً مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما. وعلى العموم، تتحرك الهوية الثقافية على ثلاث دوائر متداخلة ذات مركز واحد: فالفرد داخل الجماعة الواحدة، قبيلة كانت أو طائفة أو جماعة مدنية (حزبا أو نقابة...الخ)، هو عبارة عن هوية متميزة ومستقلة، عبارة عن «أنا»، لها «آخر» داخل الجماعة نفسها: «أنا» تضع نفسها في مركز الدائرة عندما تكون في مواجهة مع هذا النوع من «الآخر». والجماعات، داخل الأمة، هي كالأفراد داخل الجماعة، لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة، ولكل منها «أنا» خاصة بها، و«آخر» من خلاله وعبره تتعرف على نفسها بوصفها ليست إياه. والشيء نفسه يقال بالنسبة إلى الأمة الواحدة إزاء الأمم الأخرى، غير أنها أكثر تجريدا، وأوسع نطاقا، وأكثر قابلية للتعدد والتنوع والاختلاف[2].

[1] محمد ناصر عبد الباسط، مرجع سبق ذكره، ص159.

[2] محمد عابد الجابري، العولمة و الهوية الثقافية: عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي، مجلد20، العدد228، 1998، بيروت، ص15.

المطلب الثالث: مقومات الهوية الثقافية.

هناك عدة مظاهر أساسية تشكل هوية الإنسان أولهما اسمه الذي يميزه عن غيره من البشر، وثانيهما ذاك الشيء غير الملموس والأكثر تعقيدا وعمقا والذي يمثل الروح المثقلة بدلالات دينية وثقافية، سنحاول مناقشتها لاحقا. لا يمكننا أن نتحدث عن مقومات ثابتة للهوية الثقافية في مختلف المراجع، حيث تختلف هذه المكونات من مرجع للأخر، يذهب "**مالك شبل**" مثلا إلى أن الهوية الثقافية تتشكل انطلاقا من أربعة عوامل ومرتكزات هي: اللغة والثقافة والدين والوعي الطبقي، ويربط هذا الأخير بما يسميه الهوية السياسية.[1]" هذا العنصر الأخير مثلا ليس هناك أتفاق كبير بين الباحثين عليه لأنه عنصر مرتبط بسياق سياسي كانت المزرعة نحو الاشتراكية سمته الغالبة، عموما يمكننا تحديد مقومات الهوية الثقافية في أربع عناصر وهي: المكون اللغوي، المكون الديني، المكون الثقافي، المكون التاريخي.

1. المكون اللغوي:

في قاموس اللسانيات وعلوم اللسان "**جون ديوي**" تأخذ اللغة التعريف الذي تكاد المعاجم اللغوية والمتخصصة مجمعة عليه وهو تعريف "**دي سوسور**" الشهير، "بالمعنى الأكثر تداولا، اللغة وسيلة للتواصل، نظام من الرموز الصوتية الخاصة لأعضاء من مجتمع واحد. وهو التعريف ذاته في قاموس المعجمية الفرنسية: " اللغة " هي نظام من الرموز الشفوية والخطية التي تسمح باستعمالها الخاص من طرف أعضاء مجتمع ما، وتستخدم كأداة للتواصل". ويبقى هذا التعريف مرتحلا بين المعاجم اللغوية والمعاجم المتخصصة، ومكررا لعبارة " نظام من العلامات". ومؤكدا على البعد الاجتماعي للغة[2].

إذا يمكننا القول أن اللغة ارتبطت بالبعد الاجتماعي وأخذت خصوصيتها الإنسانية، حيث يضاف إلى اللغة كلمة "الإنسانية" لتمييزها عن باقي أنماط التواصل لبقية الكائنات، إن اللغة عنصر مهم في تحديد ملامح الهوية الثقافية، إن اللغة انتماء حضاري وهي عنوان للأصالة، وكما يقول الفيلسوف الألماني "**فختة**" Fichte " إن اللغة تؤثر في الشعب الذي يتحدث بها تأثيرا لا حد له يمتد إلى تفكيره، وإرادته وعواطفه وتصوراته وإلى أعماق أعماقه ، وأن جميع تصرفاته تصبح مشروطة بهذا التأثير ومتكيفة به يرى البعض أن اللغة ولدت الهوية على النحو التالي، أولا ، تجرد اللغة عالم التجربة إلى كلمات،

[1] وفاء بن طراد، مرجع سبق ذكره، ص550.

[2] مسعودة خلاف، التعليمية وإشكالية التعريب في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في اللسانيات، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2010/ 2011 ، ص69.

والالتقاء باللغة يجعلنا نتعالى عن التجربة الآنية البسيطة والانغماس في تيار التجربة. وهذا يمكننا من تشكيل تصور للذات بدلا من أن نكون مجرد ذوات، ويعود هذا التقليد إلى الفيلسوف الفرنسي "**إيتيان بونوت**" "Etienne Bonnot" المعاصر للقرن الثامن عشر[1].

إن للغة دور كبير في الحفاظ على الهوية، يذهب "**جان فرانسوا ماركيه**" إن الإنسان، كان يبحث منذ البدايات عن مرآة يمكن أن يجد فيها صورة هويته المشتتة، وقد جمعت وجرى فهمها أخيرا، وهو يعثر على هذا في اللغة، الفلسفة والآداب... اللغة إرث اجتماعي، وصاحب اللغة يملك هوية عقلية وروحية، والالتزام بالتراث والتاريخ يحفظ اللغة وإبداعاتها، لا أعرف أمة تكالبت على احتقار لغتها كالأمة العربية، وهل هناك شعب ينتقص من قدر لغته، قدر الشعب العربي؟ لقد أدركت الأمم دور اللغة في الحفاظ على هويتها انظر مثلا للتجربتين الكورية والصينية، فهذه الشعوب تحترم لغتها الأم؛ تعيد لها الاعتبار لتحافظ على هويتها وكيانها، وتكتسب احترام العالم. اليابان مثلاً، ورغم تفوقها التقني، لم تعمل على رفع مستوى اللغة الأجنبية في بلدها، على حساب لغتها الأم؛ بل حافظت على لغتها، وأتاحت لقلة من مواطنيها إتقان اللغة الأجنبية، حتى تنقل التقدم التكنولوجي إلى اللغة اليابانية، ضمن إستراتيجية مدروسة جيدا[2].

إن تاريخ اللغة العربية في علاقتها بالهوية جدير بالاستقراء، ففي العصر الجاهلي لما كان العرب يعتقدون أن لغتهم هي فقط ما يشكل هويتهم، واختلط عندهم اللغوي بالعرقي، توقفوا عن أن يمتدوا في الجغرافيا والتاريخ والثقافة، ولما نزل الوحي وفكك مفهوم اللغة العرقية وسما بها إلى اللغة الكونية من خلال قطع الارتباط التلازمي بين الإثني واللغوي مستعيضا عنه بالارتباط الديني الثقافي، استطاعت اللغة أن تتجدد من داخلها، واستطاعت هويتها العربية ثقافيا لا عنصريا أن تتوهج بوصفها جوهرا فاعلا ومنفتحا، وتمتد باتجاه أكبر حضارتين؛ الفارسية والرومانية امتداد استيعاب وإثراء وتصحيح. وعندما أرادت الدولة الأموية –التي حققت نجاحات سياسية وعسكرية وفتوحات باهرة – أن تعيد للعامل العرقي نظارته على المستوى الثقافي، لم تصل إلا إلى إعادة استنساخ النموذج الجاهلي بنية ودلالة، وكان ذلك أحد بذور

[1] جون جوزيف، اللغة والهوية، تر:عبد النور خراقي، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، الكويت، 2007، ص18.

[2] نور الدين لبصير، تجاذبات اللغة والهوية بين الأصالة والإغتراب، مجلة جسور المعرفة، المجلد 01، العدد 04، 2015، ص36.

انحسارها وزوالها، ليس هذا محاكمة لبني أمية ولا للأمويين، بل استقراء موضوعي للتاريخ الذي توضح بعض فتراته الأخرى[1].

ختاما يمكننا أن نسأل هل تشكل الهوية وظيفة متميزة للغة؟ قد يكون هناك سبب وراء اعتبار الهوية وظيفة ثالثة أساسية ومتميزة للغة. وعلينا الآن أن نكون مترددين بشأن فصل الروابط عندما توجد على نحو جزئي. فالتمثل الذاتي لهوية شخص ما هو المركز المنظم والمشكل لتمثلاته للعالم.

وعلى نحو مماثل، وعند تبادل الآراء، فإن تأويلنا لما يقال ويكتب لنا يشكل وينظم من خلال قراءتنا هوية أولئك الذين نتحاور معهم. وسواء قلنا في الواقع، إن الهوية أساسية بالنسبة إلى الغايتين التقليديتين للغة، أو إنها تشكل غاية ثالثة تنضوي تحتها الغايتان الأخريان، فذلك لا يغير من الأمر شيئا. إن الذي يهم هو أن ندرك أنه إذا اختزل استعمال الناس للغة بطريقة تحليلية في كيفية تشكيل المعنى وتمثيله في صوت، أو في كيفية إيصاله من شخص إلى آخر، أو حتى فيهما معا، فإن ثمة شيئا حيويا قد استخلص: إنهم الناس أنفسهم. إنهم حاضرون دوما في ما يقولون وفي الفهم الذي يبنونه على ما يقوله غيرهم. إن هويتهم تتأصل في صوتهم ويكون ذلك ملفوظا، أو مكتوبا[2].

2. المكون الديني: إن تعريف كلمة "الدين" في اللغة العربية تقابلها كلمة "religion"، المقتبسة من اللغة اللاتينية، وتطلق على معان ثلاثة: ونظام اجتماعي لطائفة من الناس يؤلف بينها إقامة شعائر موقوتة وتعبد ببعض الشعائر، وإيمان بأمر هو الكمال الذاتي المطلق، وإيمان باتصال الإنسان بقوة روحانية أسمى منه حالة في الكون أو متعددة أو هو الله الواحد. وحالة خاصة بالشخص مؤلفة من عواطف وعقائد ومن أعمال هادية تتعلق بالله واحترام في خشوع القانون أو عادة أو عاطفة وهذا المعنى أقدم معاني الدين. تلك هي المعاني العامة لكلمة Religion بمعنى الدين، ومن التعريفات التي عرف بها الباحثون في الغرب كلمة الدين: يعرف "**دوركايم**" الدين بأنه مجموعة متسائدة من الاعتقادات والأعمال المتعلقة بالأشياء المقدسة، اعتقادات وأعمال تضم أتباعها في وحدة معنوية تسمى الملة[3].

إن الدين يجمع بين مجموعة معتقدات وممارسات تنظم سلوك الإنسان وتوجه عالم المعتقدات لديه وتزوده برؤية للكون، كما تمنحه أدوات لتحليل العالم، وتبني له بناء منطقي متوازن يتكون من

[1] فيصل حصيد، اللغة والهوية:جدل الثابت والمتغير، مجلة كلية الآداب واللغات، المجلد01، العدد02، 2016، ص14.

[2] جون جوزيف، مرجع سبق ذكره، ص29.

[3] وفاء بن طراد، مرجع سبق ذكره، ص554.

مجموعة من المبادئ والقيم والطقوس والمعتقدات، كما يقدم الدين علاقة وجدانية نتوقف عبر مجموعة من العبادات والطقوس، مما يمنح الشعور بالأمان والانتماء للفرد وتأكيد الهوية الثقافية للفرد، "إن الدين واقعة عالمية، فلدى جميع الشعوب هناك مراسيم، وطقوس، وعبادة، وأشياء وكائنات وأمكنة وأزمنة مقدسة. الإنسان حيوان ديني ويمكن القول إنه حيثما يوجد بشر هناك أيضا إله أو ألهة. وقد شكل موضوعا مفضلا للأنثروبولوجيين منذ تبلور الأنثروبولوجيا كعلم قائم الذات. والمتتبع للدراسات الأنثروبولوجية يرى أن الدراسات المتمحورة حول ظاهرة الدين قد امتدت من دراسات الشعوب البسيطة إلى دراسات الشعوب الأكثر تعقيدا مثل دراسة المعتقدات الشعبية في المجتمعات المسيحية في الشرق الأوسط، والمجتمعات المسلمة في إيران وباكستان والهند وجنوب شرق آسيا وشمال إفريقيا وغيرها[1].

وهذا الاهتمام الكبير من طرف الباحثين بموضوع الدين يرجع لما لهذا العنصر من أهمية كبيرة ومحورية في مسألة الهوية، إن الدين هوية، فالكثير من الناس يعرف نفسه بوصفه "مسلم" أو "هندوسي" قبل أن يقول مثلا بأنه "جزائري" أو "هندي"، في كتابه "النظريات التفسيرية للدين" يتناول "فيليب كروسبي" الدين على "أنه تعبير عن "اهتمام أساسي للإنسان". وهذا يعني في تصوره بحث طبيعة الدين الخالصة. لذلك نجده يعلن أن الغاية من تأملاته هي الجواب عن السؤال: "ماذا يمكن القول عن طبيعة الدين الخالصة، ليس عن الدين في تفاصيله المتعينة كثيرة الأشكال، إنما عن طابعه النوعي العام كنموذج أساسي من اهتمام الإنسان؟[2]"

إن هذا السؤال الذي يطرحه "**كروسبي**" يحيلنا على الجانب الذي يعنينا في هذه الدراسة، وهو الجانب المتعلق بكون الدين مسألة الهوية، بغض النظر عن الجانب الأخر للدين والمتمثل في الجانب العقدي و الطقوسي، إن مسألة الدين هي أحد أهم عناصر الهوية الثقافية لأي أمة، وهي بمثابة الاسمنت الذي يجمع باقي عناصر الهوية و يقويها، حيث يعمل الدين على دعم نظام القيم والمعايير الإجتماعية، من خلال العمل على تحقيق مصالح الجماعة التي تدين به، متجاوزا الحسابات الفردية الضيقة، كما يضمن الدين مسألة أخرى وهي قضية الضبط الاجتماعي.

يؤدي الدين جملة من الوظائف الانتمائية المهمة، إذ أنه يحدد إدراك الناس طبيعتهم، من هم وما هم؟ أي أنه يوضح علاقة الإنسان بنفسه ويجيب عن جملة من الأسئلة التي كثيرا ما طرحها الفرد

[1] عبد الله بن عمر، أمينة شويتي، مجلة أنثروبولوجية الأديان، المجلد17، العدد 01، 2021، ص63.

[2] حسن عالي، التحليل الفلسفي الوظيفي للدين، مجلة متون، المجلد 07، العدد 01، 2014، ص238.

والمجموعة، إنه يمنح الإنسان الشعور بالانتماء إلى الماضي البعيد وإلى المستقبل اللامتناهي، فهو من جهة يجذر الإنسان ويمنحه أبعادا تاريخية، فيشعر أنه له جذورا ضاربة في التاريخ، ويمنحه من جهة أخرى جملة من الآفاق المستقبلية التي توفر له اللا محدودية سواء في طموحاته كفرد أو في تطلعاته كإنسان، وتتمثل وظيفة الدين حسب "دوركايم" في تقوية الأواصر التي تربط الفرد بالمجتمع الذي هو عضو فيه. يقول "لوبرا" أن ممارسة الطقوس وأداء الشعائر الدينية هما أكثر من ظاهرة أو فعل فردي، فهما ظاهرة أو فعل جماعي، ويضيف أن تأدية الشعائر الدينية لا تعني الارتباط، من خلالها، بالقوة السماوية فقط، بل أكثر من ذلك، تعني الانتماء إلى نسق من الأخلاق العائلية والشخصية التي تتوطد أحكامها وقيمها من خلال الصلاة والفروض الأخرى[1]. طوال التاريخ الإنساني كان للمكون الديني دور مهم في دعم وتعميق الانتماء إلى الجماعة، وصقل أساسات الهوية الفردية والجماعية للناس، لا يمكن أبدا في تقديرنا الفصل بين الهوية الثقافية والمكون الديني، إن الدين أحد الأساسات الضرورية التي بدونها لا تكون الهوية الثقافية متوازنة دون خلل أو عطب.

3. المكون الثقافي: من أكثر المفاهيم المتشابكة في حقل البحث في العلوم الإنسانية، مفهومي الثقافة والهوية، إن لكل هوية وجهها الثقافي، حيث يمكننا القول إنه لا يمكن الحديث عن هوية دون الحديث عن مضمون ثقافي بمختلف تفرعاته. تعتبر الثقافة أحد أهم العوامل التي تدفع الفرد والجماعة إلى فهم الهوية والانخراط فيها والدفاع عنها، إذن كما قلنا كثيرا ما يرتبط مفهوم الثقافة بمفهوم الهوية، وهناك سؤال محوري حول العلاقة بينهم وهو كالآتي، هل الثقافة هي من تصنع الهوية أم أن الهوية هي التي تتشكل منها الثقافة؟ تقوم الثقافة على تجارب وخبرات الإنسان المتراكمة عبر الحقب التاريخية، ان لكل مجموعة بشرية سمات خاصة بها، متعلقة بالدين أو اللغة أو طريقة الحياة أو الاحتفالات، كل هذه الأمور التي تقوي أواصر العلاقة بين أفراد هذه المجموعة البشرية، إن مفهوم الثقافة هو مفهوم أشمل لأنه متعلق بعادات الإنسان وتقاليده ومختلف ممارساته اليومية، وإنتاجه الفكري المادي والمعنوي إضافة لنمط العيش، الذي يتبناه الفرد في حيز جغرافي معين.

إن الثقافة بذلك بمفهومها السابق الواسع، تقع في قلب ظاهرات الهوية لتتحول إلى عنصر متحرك بداخلها لأنها تكتسب وتتطور وتتحول، ويتضح ارتباطها الشديد بالهوية من خلال إدراك علاقتها باللغة، فالثقافة واللغة تتبادلان صلات وثيقة؛ حيث أن استيعاب ثقافة يعني في المقام الأول استيعاب لغتها،

[1] وفاء بن طراد، مرجع سبق ذكره، ص556.

لتمتلك الثقافة بعدها سطوة فكرية تسمح لها بالتغلغل في أذهان الأفراد مما يتعين على المثقف الواعي المتحدث باسم أغلبية أفراد مجتمعه أن يتخذ موقفا معارضا من الثقافة السائدة، فلا تكتفي بالسكوت والتبعية لأن "المثقف أساسا معني بالمغرفة والحرية"، ومن هذا المبدأ ربما كان اعتماد إدوارد سعيد على الفكر السياسي في تحليله للظواهر الثقافية، باعتبار السياسة نافذة مباشرة يطل من خلالها المثقف الواعي من أجل التصحيح والسعي إلى الانعتاق من رقبة كل ما هو سائد، ومن رقبة الإيديولوجيات الحديثة والمفعمة حتى الثمالة بالنزعة الاستشراقية، ويتأتى هذا بإيقاظ الفكر العربي والإسلامي وتنبيهه بالكشف عن البني اللامرئية الكامنة وراء المقول والمكتوب في الخطاب المرئي المتمثل في " السلطة والمعرفة "[1]، إن العلاقة بين الهوية والثقافة تعني مباشرة علاقة الذات بالإنتاج الثقافي، ولا شك أن أي إنتاج ثقافي لا يتم في غياب ذات مفكرة، دون الخوض في الجدال الذي يذهب إلى أسبقية الذات على الموضوع الاتجاه العقلاني المثالي أو الذي يجعل الموضوع سبق من الذات وأن كل ما في الذهن هو نتيجة ما تحمله الحواس وتخطه على تلك الصفحة (ذهن الإنسان)[2].

إن أهم خاصية تميز الإنسان عن باقي المخلوقات. "هي قدرته على إنتاج الثقافة، والتقاليد والأفكار التي يشارك فيها أفراد المجتمع والتجارب التي يمر بها الإنسان تستقر في أعماقه، ويستخدمها المجتمع جيلا بعد جيل ويحولها إلى قيم وتراث جماعي. ولكل مجتمع ثقافته الخاصة التي يتسم بها ويعيش فيها، كما أن لكل ثقافة ميزاتها وخصائصها ومقوماتها المادية التي تتألف من طرائق المعيشة والأدوات التي يستخدمها أفراد المجتمع في قضاء حوائجهم، والأساليب التي يضعونها لاستخدام هذه الأدوات. فأدوات الصيد والزراعة والقتال أدوات ثقافية، والأزياء وأسلوب الترفيه أيضاً أشكال ثقافية، وكلها عرضة للزيادة والتعديل بفعل التطورات التي يتعرض لها المجتمع. وللثقافة أيضاً مقوماتها المعنوية والتي تتمثل في مجموع العادات والتقاليد التي تسود المجتمع والتي يتوارثها أفراده جيلاً بعد جيل، مثل القانون أو العرف الذي يحكمهم أو القيم والقواعد الأخلاقية التي تحدد طبيعة العلاقات بين بعضهم البعض[3].

تتداخل الثقافة أيضا مع عنصر أخر رئيسي من عناصر الهوية الثقافية ألا وهو "الدين"، "قد تبدو الصلة بين الثقافة والدين شديدة، واضحة ومتجانسة، في عدد من المجتمعات والجماعات، يصبح

[1] وردة مداح، عبد القادر دامخي، الثقافة والهوية: قراءة نقدية لواقع الثقافة والمثقف من خلال التجربة النقدية عند إدوارد سعيد، مجلة مقاليد، المجلد06، العدد 06، 2018، ص174.

[2] أسماء ابراهيمي، العلاقة بين الثقافة والهوية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 08، العدد 01، 2018، ص580.

[3] عبد الغني عماد،، مرجع سبق ذكره، ص25.

معها الانتماء الديني هوية جماعية مستقلة عن الاعتقاد الفردي، فيها يتطابق الثقافي والديني، حينها يمثل الدين ثقافة كاملة لشعب أو أمة أو حضارة، ليس في كونه مجموعة نصوص وتعاليم وقيم فحسب، بل بما هو كيان مجسد اجتماعيا، ومبلور بالممارسة في أنماط وتقاليد وأفعال، أي من حيث صيرورته نظاماً من الممارسات والمؤسسات فضلاً عن كونه نظاماً من التصورات، بغض النظر عن طريقة استيعابه وطرق التعبير عنه من طرف المؤمنين به. قد يكون في الدين هذه الحالة ثقافة كاملة، فهو يعبر عن رؤية للعالم، للطبيعة والوجود والإنسان، وهو كذلك أيضاً لأنه يقدم تصوراً لبناء الاجتماع الإنساني على نحو يغطي أحياناً أدق تفاصيل هذا الاجتماع اقتصاداً وسياسة، وأخلاقاً، وأحوالاً شخصية.[1]" إن الثقافة ذات طبيعة مختلفة، لأنها بناء مركب ، يشمل الجانب المادي والروحي والرمزي والواقعي، إن أهم ميزة للثقافة هي كونها ملازمة للإنسان وهي نتاج تفاعله مع المحيطين به ومع الواقع، وهذا ما يجعلها أهم عنصر من عناصر "الهوية الثقافية " والعنصر الذي اقترن بها اسمها.

4. المكون التاريخي: نشير بداية أننا عندما نتكلم عن المكون التاريخي للهوية الثقافية، لا نتكلم عن التاريخ بشكل عام بل عن ما يمكن، أن نسميه" التاريخ المشترك" وهو مجموعة أحداث تاريخية متراكمة تشكل ذاكرة أمة من الأمم، إن التاريخ هو البيئة المناسبة للحفاظ على عناصر الهوية الثقافية، ففيه نعثر على التفاصيل المرتبطة بتاريخ وشخصية اي أمة من الأمم، وبهذا لا يكون التاريخ مجرد وقائع وأحداث تروى، ولكنه في الحقيقة ذاكرة وروح آي أمة. يمكن اعتبار التاريخ أحد الوسائل المهمة التي تحمل في طياتها خصوصيات المحيط الذي ينتمي إليه الفرد والجماعة من قيم، وعادات، وتقاليد، ومعايير بكل اختلافاتها، ويقدم للأفراد معرفة وتصورا محدد عن أنفسهم وعن المجتمع الذي ينتمون إليه.

يعتبر "**إليكس ميكشيللي**" التاريخ كمقوم أساسي من المقومات التي تقوم عليها هوية الأمة، ويقسم هذا العنصر إلى جملة من العناصر البسيطة، والتي تعتبر بمثابة روافد صغيرة تمد الجماعة بهذا الإحساس بالانتماء والاعتزاز به، وكذا تؤسس لهذه الصورة التي تكون عليها هوية الجماعة، وكل ذلك في إطار هذا الرافد الكبير المسمى بالتاريخ. فلا شك أن انتشار ما أسماه إليكس بالخرافات الخاصة بالتكوين وسط الجماعة، تدعم روابط الاتحاد بين أفراد الجماعة الذين يشعرون بأنهم جميعا ينتمون إلى هذه النشأة المتفردة عن نشأة غيرهم من الجماعات[2]، كما يؤكد "ميكشيللي" أن تاريخ الجماعة يشكل منطلقاً لتحديد

[1] المرجع السابق، ص78.

[2] مولاي أحمد بن نكاع، مرجع سبق ذكره، ص147.

هويتها، إذ تتجذر هوية الجماعة في تاريخها. ويبرز تاريخ الجماعة وآثاره في صيغ مكتوبة كما يتجلى. في تقاليد الجماعة، وأساطيرها وحكاياتها. وينطوي ذلك التاريخ أيضاً على الأحداث الفردية والجمعية وعلى صورة أبطالها التاريخيين، كما يشتمل على صورة الحياة السياسية للجماعة وآثارها، وعلى تقييم لأهمية تاريخ الجماعة الجمعي وأثره على تنظيم الوسط الحيوي. والبنية الديمغرافية والنشاطات الراهنة، والبنية الاجتماعية، وأخيراً الآراء، الاتجاهات، المعايير السلوكية، وموروثات الماضي[1].

وقد حدد "ميكشيللي" العناصر التاريخية التي تتضمنها الهوية كما يلي:

-**الأصول التاريخية:** الأسلاف، الولادة، الاسم، المبدعون، الاتحاد، القرابة، الخرافات الخاصة بالتكوين، الأبطال الأوائل.

-**الأحداث التاريخية الهامة:** المراحل الهامة في التطور، التحولات الأساسية، الآثار الفارقة، التربية والتنشئة الاجتماعية.

-**الآثار التاريخية:** العقائد والعادات والتقاليد، والعقد الناشئة عن عملية التطبيع أو القوانين والمعايير التي وجدت في المرحلة الماضية[2].

أما "**فتحي التركي**" فيقول: "إن أخذ التاريخ في الاعتبار بصفته صيرورة، هو العنصر الرئيس لكل صورة عن الهوية سواء كانت فردية أو جماعية"، من هنا يمكننا أن ندرج أيضا عنصر التاريخ إلى جانب جملة العناصر المذكورة سابقا، باعتباره عنصرا قويا من العناصر المشكلة للهوية[3]، كما نجد أن العلامة "**عبد الرحمان الجيلالي**" نقلا عن "**شكيب أرسلان**" أنه لا يتصور على وجه الكرة وجود امة تشعر بذاتها، وتعرف نفسها قائمة بنفسها إلا إذا كانت حافظة لتاريخها، واعية لماضيها، متذكرة لأولياتها ومبادئها، مقيدة لوقائعها، مسلسلة لأنسابها، خازنة لآدابها مما لا يقوم به إلا التاريخ الذي هو الوصل بين الماضي والمستقبل[4]. يعتبر التاريخ المشترك أحد مقومات الهوية للجماعة، فهو يمثل وعي الأمة وشعورها، بحيث لا يمكن لهذه الأخيرة أن تتوحد إلا بتاريخها المشترك، ذلك لأن " الذكريات التاريخية تقرب النفوس وتوجد

[1] أليكس ميكشيللي، الهوية، تر:علي وطفة، دار الوسيم للنشر والتوزيع، دمشق، 1993، ص23.

[2] المرجع نفسه، ص19.

[3] مولاي أحمد بن نكاع، مرجع سبق ذكره، ص91.

[4] عبد الرحمن الجيلالي، تاريخ الجزائر العام، منشورات مكتبة دار الحياة، ج01، 1965، ص17.

بينهما نوعا من القرابة المعنوية "، وعلى هذا فإن من يشتركون في ماض واحد ويعتزون به هم أبناء أمة واحدة[1].

إن مادة التاريخ التي تدرس في مختلف الأطوار التعليمة في منطقتنا، والتي يتم التركيز فيها على المواضيع الخاصة بالتاريخ العربي الإسلامي والتاريخ الوطني في كل من الجزائر أو المغرب، إضافة إلى ما تعلق بالثورة الجزائرية وتاريخ الحركة الوطنية في كلا البلدين، إضافة لمواضيع أخرى مثل تاريخ المنطقة المغاربية القديم، والتاريخ العالمي، وتاريخ المجتمعات الأخرى، يبين هذا الاهتمام أهمية التاريخ، إن ما يقدمه التاريخ المدرس للتلاميذ من قيم ذات علاقة بالهوية الثقافية مهم جدا، لأنه يرسم صورة ويشيد بناء لهيكل المسألة الهووية والثقافية في أذهان التلاميذ، من أجل خلق نموذج ثقافي مهم لأي مجتمع.

المبحث الثاني: مدخل إلى الهوية الثقافية الجزائرية.

المطلب الأول: كرونولوجيا المسألة الثقافية في الجزائر.

إن البحث في مسألة الهوية الثقافية، أو في المسألة الثقافية بشكل عام في الجزائر ليس بالأمر السهل، كون هذه المسألة ترتبط بشكل مباشر بعوامل عاطفية يمكن أن تؤثر على كيفية تصور هذا الموضوع، ولهذا سنحاول في هذا المدخل تناول جذور المسألة الثقافية في الجزائر من الناحية التاريخية، إضافة إلى الإشارة إلى مسألة مهمة ألا وهي مواقف واتجاهات النخب الجزائرية نحو قضايا الهوية الثقافية. لا يمكننا التعرف على واقع مسألة الهوية الثقافية في الجزائر، دون الرجوع إلى الخلفية التاريخية لهذه المسألة. إذا ما حاولنا تلخيص المسألة في محطات، يمكن أن نعتبر الاستعمار الفرنسي للجزائر بداية مهمة لبروز المسألة الثقافية حيث حملت فرنسا مع احتلالها للجزائر شعارات مثل التمدن والتحضر، ونقل القيم الفرنسية واعتبرت الأمر بمثابة المهمة الحضارية والتاريخية، واعتبرت أن رسالتها في الجزائر وبقية المستعمرات لا يمكن أن تتحقق إلا من خلال العمل على نشر اللغة والثقافة الفرنسية بين أهل المستعمرات، وهذا لا يتم إلا بمحاصرة وتحجيم الثقافة المحلية للشعوب المستعمرة.

[1] أحمد وادي، أبعاد الهوية وعلاقتها بالدولة وعملية بناءها، المجلة الجزائرية للدراسات السياسية، المجلد 07، العدد 01، 2020، ص54.

تؤكد جريدة البصائر في أحد أعدادها الأولى الصادرة سنة (1919)، أن فرنسا الاستعمارية ركزت منذ أن وطنت أقدامها أرض الجزائر على محاربة اللغة العربية باعتبارها مقوما أساسيا لهوية الشعب الجزائري، فلقد كان الاستعمار يدرك تمام الإدراك أن اللغة العربية هي اللغة الوطنية للمجتمع وإنها الوعاء الحضاري الذي لعب على امتداد قرون عديدة دوره في التماسك الاجتماعي والقومي للمجتمع الجزائري، كما أنها تربط هذا المجتمع بالأمة العربية بالإضافة إلى كونها لغة القرآن وبالتالي فهي لغة الإسلام، الدين الذي يدين به الجزائريون، وعن ذلك يقول الشيخ "**عبد الحميد ابن باديس**".... هي الرابط الذي يربط بين ماضي الجزائر المجيد وحاضرها الأغر ومستقبلها السعيد، وهي لغة الدين والجنسية والقومية ولغة الوطنية المغروسة، ويقول الشيخ "**البشير الإبراهيمي**" عن ذلك أيضا: اللغة العربية هي لغة الإسلام الرسمية ومن ثم فهي لغة المسلمين... ولهذه اللغة على الأمة حقان أكيدان كلهما يقتضي وجوب تعلمها والمحافظة عليها[1].

ومن الأمثلة على الجهود الفرنسية في استغلال المسألة اللغوية لضرب المجتمع الجزائري، الطلب الذي قدمته الحكومة العامة في سنة (1910)، حيث طلبت تحقيقا عن توزيع اللغة البربرية في الجزائر استثمره كل من "قوتي Gautier" و "دوني Doute" وهما مدرسان كلفا بفرز النتائج والتعليق عليها ولكن لحساب الدولة والإدارة وليس بحثا جامعيا، وإنما مشروعا رسميا يتطلب باحثين جامعيين، وقد نتج عن التحقيق أن اللغة البربرية في طور الاندثار لصالح العربية وهو ما استدعى بذل مزيد من الجهود ضد التعريب... ولهذا كانت الإدارة الاستعمارية مصرة أكثر على ضرورة مواصلة سياسة استئصال اللغة العربية سيما بين سكان القبائل، غير أن المقصود من وراء هذا الاهتمام المزعوم ليس تطوير البربرية وجعلها أداة لغوية مقتدرة وإنما اتخذت كخطوة تكتيكية لعزل ومحاصرة العربية مما يفسح المجال لإحلال الفرنسية محل اللغتين (العربية والبربرية)[2]، كما عمل الاستعمار الفرنسي على اقتلاع تاريخ الأمة الجزائرية من جذوره وذلك عن طريق ربطه بمسار التاريخ الأوربي مجددا كل ما توفر لديه من وسائل وسالكا كل الطرق المؤدية إلى تحقيق أهداف ضمن مشروع استعماري شامل، وحيث يقوم التاريخ فيه مقام الأساس الذي يشده بنيان الأمة ويلحم عناصرها لذلك. كثف الاستعمار جهوده على خلخلة هذا الأساس، ومن ثم

[1] جمال مخلوفي، السياسة الثقافية الاستعمارية في الجزائر خلال الفترة، أطروحة دكتوراه في التاريخ الحديث والمعاصر، 2019، ص17.

[2] المرجع نفسه، ص30.

تفكيك لحمة المجتمع ليسهل استلابه فكريا، وسلبه ماديا[1] كما حاول المؤرخون الغربيون اقتلاع شجرة التاريخ من جذورها، فعدوا الفتح الإسلامي غزوا، وهو الذي أدخل بلاد المغرب في ظلام دامس استمر حتى أحضرت فرنسا الحضارة والازدهار والحريات وكلها خيرات لم يسبق لهذا الشعب الجزائري أن عرفها أبدا، فلم يستطع قط خلق حضارة مفكرة، وقد خضع بالتناوب للقرطاجيين، والرومان، والوندال، والبيزنطيين والعرب والأتراك ثم أخيرا الفرنسيين الخلفاء الشرفاء... لذلك انصبت دراسات مؤرخي الاستدمار على تصوير الفتح العربي الإسلامي لبلاد المغرب على أنه غزوا فرض بالقوة الدين الإسلامي وبالإكراه والسيف[2].

ولم تكتفي فرنسا الاستعمارية بمهاجمة وتشويه التاريخ الإسلامي من خلال مؤرخيها فقط، بل تجاوزت هذا الأمر إلى تخريب العلاقة بين المسلمين وبقية الملل التي تشكل نسيج المجتمع الجزائري وبالأخص اليهود، حيث قامت الحكومة الفرنسية المشكلة على أنقاض إمبراطورية نابليون الثالث في أكتوبر (1870) بوضع قانون، هو قانون صدر باسم "**أدولف كريميو**" وزير العدل الفرنسي في ذات الحكومة، وضم قرار تجنيس اليهود في الجزائر بشكل جماعي دون استشارتهم وإدخال المحلفين في القضاء وهو قرار كان وليد جهود كثيرة ومراحل تحضير مهد لها "كريميو" نفسه[3]. وهو الأمر الذي خلق شرخا كبيرا بين الجزائريين المسلمين واليهود، حيث جعل هذا القانون من اليهود الجزائريين مواطنين يتمتعون بكل الحقوق والواجبات، وفرق بينهم وبين إخوانهم المسلمين، مما خلق نوع من القطيعة بين الجماعة اليهودية في الجزائر، وبقية الشعب الجزائري، وقد استمر الأمر حتى الفترة التي تلت استقلال الجزائر، حيث بقي يهود الجزائر يدفعون ثمن هذا القانون الفرنسي الجائر. وعلى العموم ليس من الخفي أن الحرب الثقافية الفرنسية على هوية الشعب الجزائري لم تدخر استعمال أي نوع من المسائل الهووية، سواء المتعلقة باللغة أو الدين أو التاريخ، في محاولتها طمس الهوية الثقافية الجزائرية.

كل هذه الأمور دفعت إلى بروز نخب جزائرية تحاول الدفاع عن الهوية الثقافية الجزائرية في مواجهة الغطرسة الثقافية الفرنسية، مع وجود اختلافات جوهرية فيما بينها، وقد انقسمت هذه النخب إلى

---

[1] المرجع السابق، ص93.

[2] اسماعيل سامعي، جهود الاستعمار في تأصيل تاريخ الجزائر لمشروع الاستلاب الثقافي، مجلة المعيار، المجلد 05، العدد 10، 2005، ص96.

[3] فطيمة شيخ، قانون كريميو 24 أكتوبر 1870م أو تجنيس اليهود: الاختيارات الصعبة في ظل الهيمنة الاستعمارية، الحوار المتوسطي، المجلد 08، العدد 01، 2017، ص522.

ثلاث تيارات أساسية هي: التيار الإصلاحي، التيار الوطني الاستقلالي، إضافة إلى التيار الإدماجي. إن أهم حركة تمثل التيار الإصلاحي هي "جمعية العلماء المسلمين الجزائريين" والتي تأسست سنة (1931) أكدت في أدبياتها أنها حركة تهذيبية تربوية تعليمية يتبناها كل من يؤمن بغايات هذه الحركة الجديدة، فظهرت على إثرها في الساحة الجزائرية تأسيس المساجد الحرة والنوادي الثقافية والجمعيات الكشفية والرياضية وبما أن عددا من قيادات هذه الجمعية درس في جامع الأزهر بمصر والزيتونة بتونس، فقد كانت مراميهم منصبة على نشر التعليم العربي في مختلف مناطق الجزائر سواء في المدن أو حتى في القرى والمداشر وذلك من خلال تأسيس المدارس الحرة خاصة الموجهة للتعليم الابتدائي لتعليم أكبر عدد من الأطفال[1].

كانت الغاية من طرف القائمين على هذه المدارس هي التعليم وذلك ببذل أكبر جهد ممكن أولا لمحو الآثار السلبية والسيئة التي تركها الاستعمار الفرنسي، وثانيا حتى يؤدي التعليم وظيفة أخرى غير عادية، وهي أن يكون أساس المشروع الحضاري لإحياء الشعب الجزائري من خلال العمل على إحياء لغته وتاريخه، حتى وإن كانت البرامج والمناهج غير مضبوطة. فقد عبر "**مالك بن نبي**" على أن مثل هذه المجهودات لا يمكن أن يبخسها الناس لأنه يقوم بها رجل شريف ولطيف جدا يكرس وقته لتربية أبنائنا بأفضل ما يمكن من النزاهة[2].

أما التيار الثاني فهو "التيار الاستقلالي" والذي ركز منذ "نجم شمال إفريقيا" إلى غاية حركة انتصار الحريات الديمقراطية" فيما تعلق بالمسألة الثقافية على ثلاث نقاط، من الناحية الدينية ركز على ضرورة وحدة الإسلام والعالم الإسلامي حيث أبدى تعاطفه مع المؤتمر الإسلامي سنة (1936)، كما ركز على ضرورة اعتبار اللغة العربية لغة رسمية، ومن الناحية الاجتماعية استنكر القوانين الاستثنائية التي يتضمنها قانون الأهالي، لذلك كان أعضاؤه أكثر عرضة للعقوبات الصارمة من طرف سلطات الاحتلال مقارنة بالحركات السياسية الأخرى. كانت كل الحركات الوطنية في الجزائر تتفق على أن سياسة التجهيل التي ينتهجها الاحتلال قد دمرت المجتمع الجزائري ثقافيا، فالأطفال ليس لهم مكان في المدارس، بل كانوا يشتغلون أي عمل منذ صغرهم، لذلك كان النجم ومن بعده حزب الشعب متفقا مع

[1] سليم بعلوج، تأثير التعليم العربي الحر في الجزائر خلال الفترة الاستعمارية 1931-1954: تجربة جمعية العلماء المسلمين أنموذجا، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية، المجلد 12، العدد 02، 2020، ص198.

[2] المرجع نفسه، ص200.

جمعية مع العلماء المسلمين الجزائريين، في الكثير من النقاط خاصة إذا تعلق الأمر بالعدالة الاجتماعية ونشر الثقافة العربية الإسلامية والتعليم الفني والصناعي ومحاربة الأمية، واحترام العقائد الدينية[1].

وأخيرا نجد التيار الإدماجي وقد عرف هذا التيار نوع من التأرجح فيما يخص المسألة الثقافية، حيث حاولوا إيجاد موقف وسط بين الإسلام وفرنسا هو الميزة الواضحة لدى هذه الجماعة، فقد كتب أحدهم وهو السيد "**محمد كسوس**" سنة (1931)، بأن احتفال فرنسا المئوي كان مهينا، ولكنه لم يقترح الثورة ولا المناداة بالاستقلال ولا حتى المعاملة الإنسانية، بل اعترف بأن جيلنا فرنسي فكريا، رغم أنه يحتفظ بدينه ولغته وعاداته، ذلك فإنه وقع لا يتصور أي شكل سياسي غير الشكل الذي تمثله فرنسا وسترى هذا التذبذب بين فرنسا والإسلام عند "**فرحات عباس**" أيضاً. وحتى تلك النخبة التي اختارت التجنس بالجنسية الفرنسية (التخلي عن الأحوال الشخصية الإسلامية) لم تجد لها مكاناً بسهولة بين الفرنسيين[2].

وأثناء نفس المدة أعلن السيد "فرحات عباس" رأيا أكثر وضوحاً وصراحة حول هذه النقطة عندما كتب مقالا بعنوان فرنسا هي أنا: وفي هذا المقال أنكر عباس وجود وطن جزائري قائلا: إن الوطنية عاطفة تدفع شعبا من الشعوب إلى العيش معاً داخل حدود معينة وهي التي أدت إلى قيام سلسلة الأمم الحاضرة، ولو أني اكتشفت وجود أمة جزائرية لكنت وطنيا، إن الوطنيين يكرمون لأنهم يموتون من أجل فكرة وطنية، ولكني غير مستعد أن أموت من أجل وطن جزائري لأن هذا الوطن لا وجود له، فقد بحثت عنه في التاريخ فلم أجده، نعم وجدت الدولة العربية والدولة الإسلامية اللتين شرفتا الإسلام وشرفتا جنسنا، ولكنهما ولدتا لعصر غير عصرنا ولأناس ليسوا أناسنا، وليس هناك من يفكر جدياً في وطنيتنا، فالذي يهم بالدرجة الأولى هو التحرر الاقتصادي والسياسي لجماهير الجزائر، إن هذا التحرير ضرورة لأن فرنسا هي أنا[3]. ومن المهم أن نذكر أن أبرز قادة هذا الاتجاه غيروا في آرائهم في فترات لاحقة، خصوصا بعد أن تبين لهم أن مشروع فرنسا في الجزائر ليس مجرد مشروع سياسي بل هو مشروع حضاري يستهدف مقومات الفرد الجزائري ليجعل منه فرنسيا غير مكتمل المواطنة، أو رعية من الدرجة الثانوية لا يتساوى على الإطلاق مع المواطن الفرنسي.

---

[1] جمال مخلوفي، مرجع سبق ذكره، ص261.

[2] أبو القاسم سعد الله، الحركة الوطنية، ج3، ط4، بيروت، دار الغرب الإسلامي، 1992، ص61.

[3] المرجع نفسه، ص72.

المطلب الثاني: مقومات وأبعاد الهوية الثقافية الجزائرية.

تعتبر الثقافة الجزائرية امتدادا طبيعيا للتطور الاجتماعي والثقافي الذي عرفه المجتمع الجزائري منذ قديم العصور، حيث تشكلت هوية المجتمع الجزائري، وهي هوية تشكلت عبر محطات تاريخية عديدة، نسعى إلى أن نشير إليها في هذا المطلب، حيث نتناول المقوم الديني الذي يتمثل أساسا في الإسلام بتفرعاته المختلفة (مالكية، تصوف، أباضية...) إضافة للأقليات الدينية فالجزائر. ثم تناولنا المقوم اللغوي الذي يتميز بالتعدد والتنوع، ثم تناولنا المقوم التاريخي حيث أشرنا إلى محورية هذا المقوم في الهوية الجزائرية. كما أشرنا إلى أبعاد ذات طابع جغرافي في الهوية الجزائرية، وتتمثل أساسا في البعد المغاربي، البعد الأفريقي، البعد المتوسطي.

1. مقومات الهوية الثقافية الجزائرية.

1.1 المقوم الديني: إن الدين عنصر مهم في حياة الإنسان، والجزائر كغيرها من الدول عرفت منذ القديم مراحل تطورت فيها المسألة الدينية، بنفس الطريقة التي مر بها الفكر الإنساني بصفة عامة في علاقته مع الدين، انطلاقا من الاعتقاد بالسحر والقوى الخفية المتحكمة في حياة الإنسان، كما تأثروا كغيرهم من الشعوب القديمة بالظواهر الطبيعية التي تتجاوز إدراكهم، فعبدوا بعضها بنية الاستفادة منها أو تجنب شرورها، لكن إذا ما أردنا الحديث عن المقوم الديني في الهوية الثقافية الجزائرية، فلا شك أن الإسلام يشكل العنصر الأبرز في هذه الهوية.

يتضح لكل متتبع للواقع الديني في الجزائر الهوية الدينية الإسلامية للدولة الجزائرية، وهذا ما يتضح جليا من خلال التنصيص عليها في الكثير من النصوص التأسيسية للبلد، والبداية مع دستور (1963) الذي نص في (مادته 04) على أن "الإسلام دين الدولة " وأضاف أن "الدولة تضمن لكل فرد احترام آرائه ومعتقداته وحرية ممارسة الأديان"[1]. منذ أن دخل الإسلام لهذه المنطقة لقي قبول إلى حد كبير، رغم بعض الثورات ضد الفاتحين العرب لأسباب غير دينية في أغلب الأحيان، التقبل والاحتضان الذي لقيه الإسلام في شمال أفريقيا يرجعه المؤرخ اللبناني "**فيليب حتي**" إلى السمات المشتركة بين العرب وسكان شمال أفريقيا الأصليين "البربر" حيث يقول: إن سواد البربر الذين كانوا يسكنون بعيداً عن الشاطئ

[1] وجيه كوثراني وأخرون، الدولة و سؤال الهوية في المنطقة المغاربية، منشورات مركز تماما للدراسات و الأبحاث، 2021، المغرب، ص242.

لم يتأثروا بالحضارة الرومانية أو البيزنطية لأنها حضارة غريبة عن أولئك الإفريقيين الرحل، وان الإسلام قد امتاز بطبائع اجتذبت البربر، وأن العرب وثقوا صلاتهم بأبناء المنطقة فتحققت معجزة الإسلام في استعراب اللغة البربرية وتحويل البربر إلى دين الإسلام[1].

ويميز عالم الاجتماع الجزائري "**علي الكنز**" بين الإسلام الشعبي، وهو التدين الشعبي ذو الخصائص التوفيقية والوظائف الاسترضائية حسب تعبيره، وعلاقته ضعيفة بالتأويل النصي المكتوب، وهو أكثر تفتحا من أنواع الإسلام الأخرى، حيث يتكيف مع دعوات التغيير الاجتماعي. إنه إسلام «لغة الحياة العملية» وبالنسبة إلى الطبقات الشعبية، يعد هذا الإسلام أنه منظم الاندماج داخل الحركة الاجتماعية. وهناك أيضا الإسلام الأرثوذكسي، أو التقليدي، وهو تاريخيا نتاج لـ «جمعية العلماء المسلمين الجزائريين»، وهو يتميز بانتشاره الواسع بين فئات الطبقة المتوسطة، وبخاصة بين المدرسين والمربين والموظفين. وهو يختلف عن الأول لكونه يرتبط أكثر بالممارسة المعرفية للنصوص المقدسة، كما أنه لا يرفض أن يستعمل من طرف الدولة، بل يحاول أن يصبح مؤسسة (الكنيسة مثلا)؛ إنه ما يسمى بإسلام رجال الدين. أما النوع الثالث والأخير، فهو ذلك الإسلام غير المرئي، بسبب طقوسه الدينية التي تحميه، وهو أيضاً إسلام «إعدادي» من جهة، وسري من جهة ثانية، لأنه مفتوح فقط للأتباع الأصوليين؛ إنه إسلام المجموعات الطرقية القريبة من الصوفية، كما أنه يبحث عن الافتتان والإعجاب به، وإذا كان الإسلام الأول يحاول تفهم وتنظيم العالم، فإن هذا النوع يحاول الابتعاد عن الحياة اليومية والاعتزال داخل الحياة الروحية[2].

أما بالنسبة للمذهب الفقهي السائد في الجزائر فهو المذهب المالكي، ويعد المذهب المالكي من المذاهب الفقهية الكبيرة المعتمدة في العالم الإسلامي، منذ أن أرسى قواعده وأصوله، الإمام "**مالك بن أنس**" (93 هـ. 179هـ/712م. 795م)، إمام دار الهجرة، والذي يقوم على اثني عشر أصلا، هي: القرآن، والسنة، والإجماع، وعمل أهل المدينة، والقياس وقول الصحابي والمصلحة المرسلة، والعرف والعادات، وسد الذرائع، والاستصحاب والاستحسان[3]"، كما كان التعايش المذهبي أحد السمات المميزة للمجتمع الجزائري طوال تاريخه، وهو الأمر الذي يظهر من خلال مجموعة من الممارسات في التعليم

[1] عبد الرحمن الجيلالي، مرجع سبق ذكره، ص188.

[2] علي الكنز، الاسلام و الهوية :ملاحظات للبحث، ورقة مقدمة إلى ندوة الدين في المجتمع العربي، الجمعية العربية لعلم الاجتماع، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص191.

[3] سليمان قوراري، قراءة في عوامل انتشار المذهب المالكي، الحوار الفكري، العدد 11، المجلد11، 2016، ص176.

والقضاء والوقف وفي غيرها، ولم يشكل دخول العثمانيين إلى الجزائر عامل انحسار لانتشار المذهب المالكي أو التضييق عليه، بل على العكس فقد كان مجيئهم ونشرهم المذهب الحنفي عاملا مهما في دعم المذهب المالكي تدريسا وتصنيفا وفتيا ليعم مختلف مناطق البلاد، خاصة وأن العلماء المالكيين تواجدوا جنبا إلى جنب مع أمثالهم الحنفيين في العديد من المؤسسات الدينية ذات الصبغة الدينية أو التشريعية، وهذا دليل على التعايش بين العلماء من المذهبين. لم يكن العلماء المالكيين متعصبين ضد علماء المذهب الحنفي بل على العكس فقد اعتبروا المذهب الحنفي مذهبا سنيا يتفق مع مذهبهم في العمل بالكتاب والسنة والإجماع والرأي، كما شارك عدد من فقهاء المالكية في مجالس العلم والمناظرات التي كانت تجرى بين كبار علماء الجزائر[1].

كما تعرف الجزائر مذاهب أخرى أهمها المذهب الإباضي، حيث ينتشر هذا المذهب عند إحدى أهم المجموعات الإثنية المتواجدة في الجزائر، والذين يطلق عليهم المزابيون أو بني مزاب، تقيم هذه المجموعة الإثنية الجزائرية في المنطقة التي يطلق عليها "وادي مزاب" شمال الصحراء الكبرى في الجزائر. يتحدثون لهجة خاصة تسمى "المزابية" وهي إحدى تفرعات اللغة الأمازيغية ويتحدثون أيضا الدارجة الجزائرية، وهم مسلمون إباضيون يعود تواجدهم بالمنطقة إلى عصور قديمة، كما تتميز مناطق تواجدهم بطراز معماري فريد جعل اليونسكو تصنفها كتراث عالمي[2].

أما الوجه الآخر للإسلام في الجزائر هو التصوف، والذي يعتبر من بين القضايا التراثية في الحضارة العربية الإسلامية التي مازالت تحتاج إلى مزيد الدراسات والتقصي التصوف، الذي لم يحظ باهتمام الباحثين والمهتمين بمسائل تاريخ المغرب الإسلامي، برغم أهميته كعنصر مهم من عناصر التراث الإسلامي، وكحركة كان لها تأثير كبير على الحياة اليومية للجزائريين. كانت الزوايا بتعاليمها القرآنية حصنا للشخصية الوطنية ومدرسة حافظت قدر الإمكان على قيم الشعب الجزائري وأفكاره وأصالته، وقاومت الوجود الاستعماري بتعليمها العربي الإسلامي رغم غلبة الدروشة على بعضها ومهادنتها الاستعمار[3]. عرفت ظاهرة التصوف انتشارا واسعا في بلاد المغرب منذ القرن(15م) نتيجة

[1] فاطمة درعي، المذهب المالكي وجهود علمائه في ترسيخ ثقافة التعايش في الجزائر خلال العهد العثماني، مجلة الآداب و الحضارة الإسلامية، المجلد 13، العدد 02، 2021، ص258.

[2] عبد القادر مباركية، بين جبل الأوراس والواحات: ظهور وانتشار واختفاء الجماعات الاباضية بالزاب، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، المجلد 03، العدد 01، 2017، ص251.

[3] صلاح محمد العقبي، الطرق الصوفية والزوايا في الجزائر: تاريخها ونشاطها، دار البراق، بيروت، 2002، ص17.

عوامل داخلية ذاتية وأخرى خارجية، وقد أدت الطرق الصوفية والزوايا بأدوار سياسية واجتماعية، وكان لها حضورها القوي في جهاد الكفار ونشر التعليم والثقافة الروحية، وفي النهوض بكثير من الأعباء الاجتماعية.

وقد عرف التصوف قديما بأنه ظاهرة دينية واجتماعية تعني عدم إقبال الناس على ترف الحياة والتمسك بالعبادات ومجاهدة النفس ومحاولة إدراك الحقيقة، وقد ظهر التصوف أولا في بلاد المشرق العربي ثم امتد إلى المغرب الإسلامي، فظهر قبل مجيء الأتراك كثير من المتصوفة البارزين بالمغرب والجزائر، ومنهم (أبو الحسن الشاذلي وابن مشيش وأبا مدين وأحمد زروق وعبد الرحمن الثعالبي ومحمد الهواري وإبراهيم التازي ومحمد بن يوسف السنوسي... الخ)، وزامن بعض المتصوفة المجيء التركي وتعاونوا معه لمحاربة النصارى وانتشر التصوف بشكل واسع بتشجيع من العثمانيين في الجزائر وتونس وليبيا، حيث كان الأتراك متشبعين بالطرق الصوفية ومتأثرين بأبعادها الروحية[1].

أما بخصوص الأقليات الدينية في الجزائر، فنجد أن الأقلية اليهودية كانت تمثل الجماعة الدينية الأكبر وبداية تواجدها بالجزائر، خلق اختلافا واضحا بين المؤرخين حول زمن وصول اليهود الى الجزائر، فمنهم من يرجعه الى الفترة الفينيقية ومنهم من ينسبه إلى العهد الروماني، إلا أن المتفق عليه بين هؤلاء المؤرخين أن الحضور اليهودي في بلاد الشمال الإفريقي عموما، وفي الجزائر تحديدا كان ملازما للهجرات التجارية التي تميز بها هؤلاء اليهود في تاريخهم، خاصة بعد تفرقهم وتشتتهم في الأرض[2]. وقد شكل اليهود فئة اجتماعية قائمة بذاتها لها مكانة اجتماعية واقتصادية وحتى سياسية في أوساط المجتمع الجزائري، أين انقسموا الى ثلاث فئات رئيسية:

أولها: طائفة "الطوشافيم" وهم اليهود القدماء أو اليهود الأهالي الذين سكنوا الجزائر قبل حلول اليهود الوافدين من الأندلس.

ثانيها: طائفة "الميغورشيم" وهم اليهود المطرودون من الأندلس عقب استيلاء المسيحيين الأسبان من عليها سنة 1492.

[1] عبدالله مقلاتي، المرجع في تاريخ المغرب الحديث والمعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، الصفحة 88.

[2] محمد محمدي، الأقليات الذمية في الجزائر وموقفها من الثورة التحريرية 1954-1962 "الأقلية اليهودية نموذجا"، دراسات تاريخية، المجلد09، العدد01، 2021، ص280.

ثالثها: طائفة يهود "ليفورن" وهم اليهود الوافدون من مدينة ليفورن الإيطالية. وبغض النظر عن الطائفة التي ينتمي إليها يهود الجزائر من هذه الفئات الثلاث، فإن دورهم الاقتصادي والتجاري في المجتمع الجزائري كان هاما وفعالاً في آن واحد، إلى درجة أنهم سيطروا على مختلف الشركات التجارية واحتكروا منتجاتها الأساسية، مسيطرين بذلك على الأسواق الجزائرية ومستغلين حاجة الأهالي الجزائريين للمنتجات والسلع الضرورية[1].

وظل الحال هكذا حتى جاء مرسوم "كريميو" المؤرخ في 24 نوفمبر (1870) الذي منح الجنسية الفرنسية لكل "الأهالي اليهود" المولودين بالجزائر[2]. ليصبح تطبيق هذا مرسوم مبررا لإنعاش روح العداء بين المسلمين واليهود الجزائريين، ومع الثورة التحريرية التي خاضها الشعب الجزائري قرر غالبية اليهود أن الأمر لا يعنيهم وأن المعركة معركة المسلمين وحدهم، ولا شأن لهم بها لأنهم أصلا ضحايا السلطة العثمانية في الجزائر، وأصبحوا وسطاء على قدر كبير من الأهمية بين الطرف الجزائري والفرنسي، والكثير منهم تولى مهمة الترجمة ونال أوسمة مقابل هذه الخدمات، وحتى منهم من مات إلى جانب الفرنسيين[3]. ولعل هذا الأمر يفسر ما آلت إليه الأمور بعد استقلال الجزائر، حيث فضل أغلب اليهود الجزائريين، المغادرة مع فرنسا، على البقاء في الجزائر.

إلى جانب الأقلية اليهودية في الجزائر توجد أيضا أقلية مسيحية يرجع تواجدها إلى ماضي بعيد جدا في الفترة التي سبقت دخول الإسلام إلى هذه المنطقة، حيث عرفت الجزائر القديمة شخصيات مسيحية عظيمة كان لها أثر بالغ في الديانة المسيحية أبرز هذه الشخصيات، "**القديس أوغسطين**" الذي ولد بتغاست "سوق أهراس" وتعلم بمدوروش... ويقال أنه أول من أحدث الأديرة بإفريقيا، وكان من الأرثذوكس وانتصب للدفاع عن المسيحية. فرد على أدباء عصره الزارين عليها بكتاب سماه «مدينة الله»[4]. ونشير فيما تعلق بواقع الأقليات الدينية في الجزائر حاليا إلى ما نشرته وزارة الخارجية الأمريكية، في تقريرها السنوي بشأن الحرية الدينية حول العالم خلال عام (2019)، تقرير يحمل الرقم 22، ويرصد من وجهة النظر الأمريكية "القيود التي يتم فرضها على الأقليات الدينية" في 200 دولة حول العالم.

---

[1] المرجع السابق، ص288.

[2] عيسى شنوف، يهود الجزائر 2000سنة من الوجود، دار المعرفة، الجزائر، 2008، ص91.

[3] آمال معوشي، يهود الجزائر وموقفهم من الاحتلال الفرنسي، المجلة التاريخية الجزائرية، المجلد05، العدد01، 2021، ص412.

[4] مبارك بن محمد الميلي، تاريخ الجزائر في القديم والحديث، الجزء 01، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1964، ص307.

قدرت حكومة الولايات المتحدة مجموع تعداد السكان في الجزائر بـ42,3 مليون نسمة (منتصف 2019) بحيث أكثر من 99 بالمائة منهم مسلمون سنيون يتبعون المذهب المالكي، وتشكل الجماعات غير الإسلامية مجتمعة أقل من 1بالمئة من تعداد السكان، وتضم المسيحيين واليهود والمسلمين الأحمديين والمسلمين الشيعيين ومجتمعا من المسلمين الإباضيين الذي يتمركزون بشكل رئيسي في مدينة غرداية. يقدر بعض القادة الدينيين وجود أقل من 200 يهودي. يضم المجتمع المسيحي الكاثوليك الرومان والسبتيون والميثوديون وأعضاء الكنيسة البروتستانتية (EPA) في الجزائر والكنيسة الإصلاحية والأنجليكانيون وعدد يقدر بـ1000 مصري مسيحي قبطي، وتتراوح التقديرات غير الرسمية للقادة الدينيين حول عدد المسيحيين من 20,000 إلى 200,000، ووفقاً للمنظمة غير الربحية المسيحية (Doors USA Open) فإن ثمة حوالي 125,000 مسيحي، ووفقاً لمسؤولين حكوميين وقادة دينيين فإن الأجانب المقيمين يشكلون أغلبية تعداد السكان المسيحيين، كما أنه في السنوات الأخيرة ارتفعت وسط السكان المسيحيين نسبة الطلاب والمهاجرين في من أفريقيا جنوب الصحراء الذين ليست لديهم وضعية قانونية، وأفاد القادة المسيحيون أن أغلب المواطنين المسيحيين ينتمون إلى الجماعات البروتستانتية. يقيم أغلبية المسيحيين بولاية الجزائر ومنطقة القبائل ببجاية وفي كل من ولايات تيزي وزو وعنابة وورقلة ووهران[1].

2.1 المقوم اللغوي ومسألة التعددية: إن علاقة الهوية باللغة علاقة جدلية تفاعلية إذ ليست اللغة أداة للتعبير فحسب، ولا وسيلة للتواصل بين الأفراد، ولا شأنا من شؤون العلم والثقافة والتدريس، لكنها شأن من شؤون الهوية والأمن القومي والسيادة الوطنية والاستقرار الاجتماعي والنفسي، حيث اللغة مؤلف رئيس من مؤلفات الهوية في كل بلد، أو وطن، أو أمة، بل الهوية مفهوم ذو دلالة لغوية واجتماعية وثقافية[2]، بالنسبة للجزائر يتميز الوضع اللساني بالجزائر بتعدد لغوي قائم لا ينكره أحد، تتعايش ضمنه مستويات لغوية عديدة، حيث يعمل كل مستوى على ضمان موقعه ودوره ومكانته، وعلى احتكار مناطقه الجغرافية، إنه وضع ساهمت فيه عوامل عديدة مختلفة تتعايش في الجزائر مستويات لغوية عديدة، هي اللغة العربية الفصيحة ولهجاتها العامية، الأمازيغيات (القبائلية الشاوية، الميزابية، الترقية)، إلى جانب اللغة الفرنسية.

[1] التقرير الدولي للحرية الدينية في الجزائر ، وزارة الخارجية الأمريكية، 2019، ص02، روجع بتاريخ 2022/11/26، متاح على: https://dz.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/236/2019-IRFR-Algeria-Arabic.pdf

[2] بسام بركة وأخرون، اللغة والهوية في الوطن العربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2013، ص82.

وهكذا نجد أنفسنا أمام ثلاثة مستويات متميزة من التواصل اللغوي:

-**المستوى الرسمي:** أي مستوى استخدام اللغة الأغراض دينية، حكومية، وتعليمية أي اللغة العربية الكلاسيكية (أي الفصحى) la langue arabe classicpue ، وهي لغة القرآن الكريم والتراث العربي، والتي تستخدم في المعاملات الرسمية، وفي تدوين الشعر والنثر والإنتاج الفكري، والعربية العصرية الموحدة المستخدمة في وسائل الإعلام.

-**المستوى التواصلي:** وهو مستوى استخدام اللغة للتواصل اليومي والتطبيق، أي اللهجات الأمازيغية القبائلية، الميزابية، الشاوية، الترقية) واللهجات العربية العامية ، وهي التي تستخدم في الشؤون العادية، والتي يجري كا الحديث اليومي

-**اللغة الأمازيغية:** تعد اللغة الأمازيغية اللغة الأم لسكان بني مازيغ، وبالتالي فقد سبقت هذه اللغة التواجد العربي على هذه الأرض، لها امتداد لساني معروف قديما في منطقة المغرب العربي بالإضافة إلى مصر، والنيجر، ومالي، تتوزع الأمازيغيات في الجزائر إلى مجموعات كبيرة أهمها:

أ)القبائلية: وهي اللغة الأمازيغية الأكثر انتشارا وتعد منطقة القبائل أهم منطقة ناطقة بالأمازيغية وتشمل منطقة القبائل (بجاية و تيزي وزو)، مع وجود أقليات في المحور الممتد من سطيف إلى العاصمة ويضم سطيف، برج بوعريريج، البويرة، العاصمة.

ب) الشاوية: وهي اللغة التي يتحدث بها مجموعة من السكان الأمازيغ القاطنين بجبال الأوراس ضمن ولايات: باتنة، أم بواقي، خنشلة، تبسية، والجهة الجنوبية من سطيف.

ت)الترقية: يتحدث بها الطوارق. وهم قبيلة كبيرة موزعة بين الجزائر، ليبيا، والنيجر.

ث) الشلحية: وهي لغة السكان المتمركزين في مناطق متفرقة كتيبازة، ومدن الشريط المحاذي للمغرب الأقصى كمغنية، ولها امتدادات عالية في المغرب.

ج) الميزابية: وهي اللغة التي يتحدث بها سكان بني ميزاب، المستوطنون في غرداية والمدن الاباضية الأخرى في الجنوب الجزائري[1].

[1] جيلالي بن يشو، الوضع اللغوي في الجزائر بين الازدواج والتعدد، مجلة المعيار، المجلد 03، العدد05، 2012، ص68.

بالنسبة للغة العربية يؤكد المؤرخ "**عبد الرحمن الجيلالي**" أن أسباب هذا التعرب والتعريب الذي جاء مع الفتح العربي الإسلامي للمنطقة، يقول نقلها عن أحد المستشرقين، أن سواد البربر الذين كانوا يسكنون بعيدا عن الشاطئ لم يتأثروا بالحضارة الرومانية أو البيزنطية لأنها حضارة غريبة عن أولئك الإفريقيين الرحل، وأن الإسلام قد امتاز بطبائع اجتذبت البربر، وأن العرب وثقوا صلاتهم بأبناء عمومتهم فتحققت معجزة الإسلام في استعراب اللغة البربرية، وتحويل البربر إلى دين الإسلام وأن دم العرب وجد مجاري بشرية جديدة صالحة لتغذيته كما وجدت اللغة العربية حقلا واسعا للامتداد وتمكين الإسلام من قواعد جديدة تعينه على الصعود الى سيادة العالم[1]. أما بالنسبة للغة الأصلية لسكان المنطقة وهي الأمازيغية، فمشكلتها أن من يكتبها فئة قليلة بسبب شفويتها وعدم التكفل بها من قبل الدولة إلا بعد سنة (1995)، حيث إذا عدنا إلى الوراء قرنيين أو ثلاثة قرون من الزمن نجد نفس لغات التواصل بين الجزائريين، ويقع الاختلاف في لغة الكتابة، فالكتابة لم تكن منتشرة في أوساط الشعب؛ فالأدب والشعر والرواية كانت كلها شفوية لدى الناطقين بالأمازيغية وكذا المتحدثين بالعامية، أما الكتابة باللغة العربية فقد كانت منحصرة لدى رجال الدين في المساجد والزوايا والقضاة والخواجات الذين نصبهم الأتراك لخدمة مصالح الدولة العثمانية، ماعدا فئة من السكان تعلموا العربية لحاجة دينية متمثلة في قراءة القرآن وحاجة إدارية وقضائية تتمثل في توثيق العقود وتحرير الأحكام بالخط العربي المشرقي أو العثماني أو الأندلسي" من هنا فالتعدد اللغوي في الجزائر يظهر من خلال قضيتين، القضية الأولى تتمثل في اللغة العربية ولهجاتها، والقضية الثانية ما مثله اللغة العربية مع اللغات التي تعايشت معها، بسبب من الأسباب، كاللغة الأمازيغية، التي تقبلتها[2].

أما بالنسبة للغة الفرنسية فحين استقر المستعمر الفرنسي ببلاد الجزائر، بدأ التواصل بينه وبين الأهالي وإن كان قليلا، وبالتالي بدأ الفرد الجزائري يكتسب اللغة الفرنسية رغما عنه وهذا بمهارة السمع والمشافهة لا تعليما ولا دراسة، وممن كان لهم الاتصال والتواصل المباشر هم المترجمون والعملاء وبعض شيوخ القبائل والعروش، وما إن حلت الحرب العالمية الأولى والثانية حتى انتشرت اللغة الفرنسية انتشارا واسعا في ربوع الجزائر من شمالها إلى جنوبها ومن شرقها إلى غربها. حتى إن لم يتواصل بها الكل فكانوا يفهمونها ولا سيما في المدن الشمالية بحكم كثافة السكان هناك[3]. وهكذا تم خلق هذا الوضع اللغوي

[1] عبد الرحمن الجيلالي، مرجع سبق ذكره، ص188.

[2] سارة غربي، خديجة زياني، إدارة التعدد الثقافي واللغوي في الجزائر، الفكر المتوسطي، المجلد 07، العدد 01، 2019، ص77.

[3] عمر فاسي، التعريب والفرنكوفونية في الجزائر: تعايش أم صراع ؟، مجلة الرواق، المجلد 07، العدد 02، 2021، ص499.

الحالي حيث أصبح الجزائريون يتحدثون ثلاث لغات هي الأمازيغية بكل تفرعاتها والعربية (العامية) ثم الفرنسية التي كانت لغة المؤسسات العمومية والخاصة ولغة التدريس الأساسية.

3.1 المقوم التاريخي ومركزية الثورة التحريرية في الهوية الجزائرية: كما ذكرنا سابقا يعتبر "**إليكس ميكشيللي**" التاريخ مقوم أساسي من المقومات التي تقوم عليها هوية أي أمة[1]، يشمل هذا المقوم العديد من الفترات والأحداث التاريخية التي تشكل في مجملها جزء مهم من الهوية الثقافية الجزائرية، حيث وعلى طوال القرون التي استلزمتها وحدة الجزائر، من ممالك البربر القديمة حتى القرن السادس عشر، لم تستقر البلاد حول مركز ثقل واحد، ذلك أنها لم تكن تشكل وحدة متماسكة وسكانها كانوا يعيشون غالبا في قطيعة مع السلطة المركزية، تتجاذبهم قوى مفرقة. أما المناطق التي تكونها فقد كان لكل منها تاريخها المتميز وكان تداخل وتشعب لغاتها وثقافاتها يشكل قاسمها المشترك الوحيد. فالانتماء إلى الإسلام وتشيع النخبة باللغة والثقافة العربية عوامل مساعدة على التجانس والتلاحم، لكن انتشار اللهجات العامية وسيطرة نمط الحياة القبلية زادا في بعد الأهالي عن السلطة المركزية[2].

إن الحدث الرئيسي والمفصلي في تاريخ هي الثورة التحريرية الكبرى(1954-1962)، حيث تشكل هذه الثورة التي أنهت فترة الاستعمار الفرنسي للجزائر (1830-1962) الحدث المهم في بناء الوعي الوطني في الجزائر، وتعتبر أيضا الحدث المهم والمؤسس للدولة الوطنية الذي انبثقت مع استقلال البلاد[3]. وهو الأمر الذي يفسر أن المناهج الرسمية للتعليم في الجزائر تبرزها بشكل خاص من خلال وضعها في مكانة مميزة بالنسبة لمراحل أخرى من التاريخ الوطني والإنساني.

من المهم الإشارة أن مركزية الثورة كحدث فاصل في تاريخ الجزائر ترجع في الأساس إلى ما يذكره المؤرخ "**محمد حربي**" حيث يقول "أن الوعي القومي والشعور بالانتماء إلى وطن واحد كانا موجودين عند الكثير من المثقفين، لكن البون شاسع بين أفكار هؤلاء والواقع المعاش المفروض على الشعب، ففي

[1] مولاي أحمد بن نكاع، مرجع سبق ذكره، ص147.

[2] محمد حربي، الثورة الجزائرية سنوات المخاض، تر: نجيب عياد وصالح المثلوثي، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، 1994، ص100.

[3] حسان رمعون، تدريس حرب التحرير ضمن كتب التاريخ القديمة و الجديدة في المدرسة الجزائرية، مجلة إنسانيات، المجلد 12، العدد 40، 2008، ص51.

سنة (1830)، لم يكن سكان الجزائر يعتبرون أنفسهم جزائريين، ذلك أن كل فرد كان ينتمي أولا وقبل كل شيء إلى مجموعتـه الضيقة: العائلة أو الرابطة الحرفية أو القبيلة أو الطريقة الصوفية أو الجماعة الدينية والثقافية (أهل السنة، الاباضية، اليهود أو الرابطة اللغوية (عرب، بربر، أتراك). فأناس ذلك العهد لم يطرحوا القضايا بالصيغة التي ينسبها لهم مفكرو الاستعمار وفي سياقهم مفكرو الحركة الوطنية الذين فتنتهم مفاهيم العرق والدولة المركزية والأمة، إن الاستعمار لم يضع الجزائر فقد كان للبلاد قبل مجيئه، دينها وموروثها الثقافي كما نسجت المحن المشتركة روابط عدة. لكن كل سبب من أسباب الوحدة هذه لم يصبح عاملا مؤثرا إلا بعد سنة (1830)، ذلك أن الوعي القومي واللغة والدين لم تتبلور كمكونات للشخصية الوطنية إلا داخل حلبة الصراع ضد فرنسا المحتلة، فالوعي القومي يتعارض والعقلية القبلية ويتنافى مع الحزازات والتنافس الغالبة على حياة المجموعات الأصلية التي ينتمي إليها الأفراد. يمكننا إذن أن نقول دون حرج إن الاستعمار كان أحد العوامل المؤثرة التي أدت الى ظهور الجزائر وإن النظام الذي أقره كان بمثابة الكاشف لها[1].

لم يعرف التاريخ الحديث مأساة استعمارية كمأساة الجزائر، كما أن الإنسان الحديث لم يواجه أزمة إنسانية تهزه في الأعماق وتتحداه كأزمة الجزائر، خاصة أن الاستعمار الفرنسي لم يكتف باحتلال الجزائر وسلب ثرواتها وخيراتها، وإنما حاول طمس معالمها القومية وسلب ثقافتها ولغتها وهويتها الشخصية فمنذ بدء احتلال الجزائر عام (1830)، ومنذ حملات القائد «بوجو» الوحشية وأسلوبه الفاشي، أخذ الاستعمار أبشع معانيه واتضحت معالمه وارتسمت سياسته وفلسفته في أرذل صورها وأشكالها... وقام المستعمرون بمحاولات دائبة لطمس معالم الحياة العربية في الجزائر حين اعتبروا اللغة العربية لغة أجنبية وحين اضطهدوا الإنسان الجزائري ونظموا استغلاله. لقد حاول المستعمرون أن يهدموا معالم الشخصية الوطنية الجزائرية من خلال هدم لغتها وتشويه ثقافتها، وأن يمحو كل طابع ذاتي للجزائر وتحقيق دمجها النهائي بفرنسا[2].

[1] محمد حربي، الثورة الجزائرية سنوات المخاض، مرجع سبق ذكره، ص101.

[2] عبد القادر جغلول، تاريخ الجزائر الحديث دراسة سوسيولوجية، تر: فيصل عباس، ط2، دار الحداثة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1982، ص7.

2.أبعاد الهوية الجزائرية: لا شك أن أهم مقومات الهوية الثقافية الجزائرية هي تلك التي ذكرنها في الناحية اللغوية، والدينية والتاريخية، إلا أن هناك أبعاد أخرى ليست أقل أهمية في الهوية الجزائرية وهي ترتبط بالمعطى الجغرافي، نذكرها على عجل وتتمثل في:

1.2 البعد المغاربي: على مر التاريخ كانت المنطقة المغاربية فضاء منفتح على بعضه البعض، حيث تشكلت دول عديدة متداخلة في هذا الفضاء لايسع المجال لذكرها كلها، لهذا سنكتفي بالحديث عن التاريخ القريب لهذه المنطقة، بداية من تأسيس حزب نجم شمال إفريقيا الذي يعد أول الجماعات التي أنشأت للتعبير عن الهوية الجغرافية والثقافية لمنطقة شمال إفريقيا، والتي كانت أكثر الجماعات تأثيرا وتمثيلا في الأوساط الشعبية المغاربية، حيث كان جمعية خاصة بالمسلمين الذين ينتمون إلى المغرب والجزائر وتونس تأسست في باريس بعد اجتماع العام في 20/06/1926، بخلفية إيديولوجية هي الإسلام واللغة العربية والحقوق المشتركة للمغاربة[1]. وأسس أيضا بمدينة الجزائر في سنة (1953) "الاتحاد الإسلامي للطلبة المغاربة "ثم كان أيضا ميلاد "ميثاق لجنة تحرير المغرب العربي" في 4 أفريل (1954)، والذي ضم الحركات الوطنية المغاربية. أما بالنسبة للجزائر ومن خلال متضمنات الأدبيات الأساسية للثورة، نجد أن بيان أول نوفمبر يؤكد على الاستقلال الوطني في إطار الشمال الإفريقي، وتحقيق وحدة شمال إفريقيا في داخل إطارها الطبيعي العربي والإسلامي، أما وثيقة الصومام فقد حرصت على التوجه بعد نيل الاستقلال إلى توحيد دول شمال أفريقيا ضمن فيدرالية، ضمن رؤية تنبني على الإيمان بالتضامن الشمال الافريقي. وعندما تم الإعلان عن تشكيلة الحكومة المؤقتة للثورة الجزائرية، تم تعيين وزير الشؤون شمال إفريقيا هو عبد الحميد مهري[2]. وعلى هامش القمة العربية المنعقدة بالجزائر في جوان (1988) انتهز قادة المغرب العربي الخمس الفرصة لعقد لقاء بينهم، واتفقوا فيه على إنشاء لجنة عليا تسند إليها مهمة تحضير أسس اتحاد مغاربي[3]. كلها محطات تبين عمق هذا البعد في الهوية الجزائرية.

2.2 البعد الإفريقي: يعد البعد الإفريقي بعد غائب في الهوية الثقافية الجزائرية، ورغم أن الجزائر بلد إفريقي وتمتد أراضيه إلى أعماق إفريقيا إلى أننا قلما نجد آثار الثقافة الإفريقية أو بعض سماتها لا تظهر

[1] بغداد كرنيش، سبل إعادة بعث إتحاد المغرب العربي الكبير، مجلة دائرة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية، المجلد 01، العدد03، 2017، ص366.

[2] عبد السلام فيلالي، الاتحاد المغاربي: من الطموح إلى عدم الانجاز، دفاتر المتوسط، المجلد 01، العدد 01، 2014، ص53.

[3] كمال بوقرة، المسالة الثقافية وعلاقتها بالمشكلات التنظيمية في المؤسسة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج الخصر، باتنة، 2007، ص205.

إلا في بعض الفنون والفولكلور المنتشر في بعض المناطق الجنوبية والتي معظم سكانها ليسوا زنوج بل هم من أصول بربرية أمازيغية، ولعل العوامل الجغرافية وخاصة الصحراء الكبرى التي تحتل منها الجزائر الجزء الأكبر شكلا حاجزا طبيعيا أدى إلى عدم انتشار السمات الثقافية الإفريقية في الجزائر، كما أن الثقافة الإفريقية لا تستطيع أن تصمد أمام قوة الثقافة العربية الإسلامية فما بالك بالثقافة الغربية، التي فرضت نفسها على القارة الإفريقية إبان عصر الاستعمار، كذلك يرجع عدم انتشار العناصر الثقافية الإفريقية بقوة في المجتمع الجزائري إلى طبيعة الدين الإسلامي الذي يتأسس على فكرة توحيد الإله في حين نجد أن الوثنية وعبادة الظواهر الطبيعية تتلبس كثير من مظاهر الثقافة الإفريقية بهذا كان التصور الإسلامي عائقا مهما أمام بقاء أو انتشار السمات الثقافية الإفريقية[1].

3.2 البعد المتوسطي: يشكل الفضاء المتوسطي بعدا هاما في الهوية الجزائرية، ومنا لاشك فيه أن البحر الأبيض المتوسط لم يكن يشكل فقط ظاهرة طبيعية بقدر ما كان يعتبر محيط ثقافي أو دائرة ثقافية على حد تعبير النظرية الانتشارية فلقد شكلت البحر الأبيض المتوسط مهدا لكثير من الحضارات شملت بعضها كل سواحله أو أغلبها سواحل على الأقل مثل الحضارة الفينيقية، والرومانية والوندالية، والبيزنطية والإسلامية والأوربية المعاصرة، فمما لا شك فيه أن الجزائر جزء من هذه المنطقة الجغرافية فقد مرت عليها كل هذه الحضارات وتركت فيها بصماتها، بالإضافة إلى العوامل الإيكولوجية التي تلعب دورا في صياغة ثقافة المجتمعات كما أشرنا في ذلك عند تناول النظرية الإيكولوجية للثقافة، فلهذا نجد العديد من السمات الثقافية التي تنتشر على ضفاف البحر الأبيض المتوسط لها امتداد في الجزائر وفي الثقافة الجزائرية، وخاصة في وسائل وأساليب الحياة والنشاطات الاجتماعية المختلفة فالثقافة الجزائرية تتفاعل مع ثقافات البحر الأبيض المتوسط وهي تأخذ منها في أغلب الأحيان وخاصة الثقافات الأوربية، إلا أنه بعد دخول الإسلام إلى الجزائر أصبح هو المكون المضموني الأساسي للثقافة الجزائرية رغم تمظهراتها المختلفة، فرغم تشابه بعض السمات الثقافية الموجودة في الثقافة الجزائرية مع بعض السمات الثقافية المتوسطية إلا أن هذه السمات تبقى دائما مشحونة بمضامين إسلامية عربية[2].

[2] المرجع السابق، ص206.

المطلب الثالث: إشكالات وأزمات الهوية الثقافية في الجزائر.

1. الإشكالات اللغوية.

1.1 التعريب بين الضرورة ومحاولات الاختزال: تشكل المسألة اللغوية في الجزائر إحدى أهم إشكالات الهوية الثقافية الجزائرية، حيث وبعد الاحتلال مباشرة حاولت السلطات العسكرية الفرنسية أن تنظم تعليما خاصا بالجزائريين لتكوين أفراد مواليين لها، فكانت مراسيم تأسيس المدارس والمعاهد العربية الفرنسية بإشراف على التعليم العربي الإسلامي، ووضعه تحت الإدارة الاستعمارية، حيث كان هذا التعليم مخصصا لأقلية معينة من المجتمع بينما كانت الأغلبية منه تعيش في جهل وحرمان ثقافي، وإلى سنة 1882م، لم تتجاوز نسبة تعليم الجزائريين معدل واحد لكل ألف تلميذ جزائري[1]. وعلى هذا الأساس أهمل الفرنسيون تعليم العربية للجزائريين واكتفوا باستعمالها لأغراض إدارية استعمارية فقط. فقد بدأوا أولاً بإزالتها من المدارس الابتدائية والثانوية، ثم إن تعليمها في الدراسات العليا لم يكن تثقيفاً ولكن فقط لتحضير بعض الإداريين والمترجمين لإدارة الجزائريين قصد التعجيل بالاندماج. بل إن مواد التدريس وتجنيد المدرسين كانت تتوقف على إذن السلطات العسكرية. أما الأساتذة الذين عينهم الفرنسيون لتدريس العربية فقد كانوا يسمون العربية الدارجة، وعندما جاءت الجمهورية الثالثة التي كانت متحمسة لشعارات الاندماج ووصل الجزائر بفرنسا، أصبحت اللغة العربية عقبة في نظر الفرنسيين كما أصبح معلموها أعداء. والقرار الذي صدر في 18 أكتوبر سنة (1892) قد أوجب الحصول على رخصة لفتح مدرسة عربية[2].

مثلت قضية التعريب في الجزائر القضية الثقافية الأكثر أهمية على الإطلاق منذ الاستقلال، نظرا لما صاحبها من ملابسات وتناقضات على امتداد السنوات الماضية جعلتها محور كل الأحاديث ومركز الأضواء المسلط عليها هنا وهناك، فلقد كان واضحا أن استقلال الجزائر السياسي لن يكتمل إلا بتحررها الاقتصادي والثقافي وتخلصها الكامل من أشكال التبعية والقضاء على مخلفات الاستعمار الاستيطاني[3]. ولهذا كان التركيز منصبا في هذه المرحلة على بناء ما هدمه الاحتلال الفرنسي، حيث تولى الرئيس "**أحمد بن بلة**" الرئاسة وجاء في خطابه كأول خطوة في مجال التعليم : ((في بداية السنة الدراسية المقبلة،

[1] مليكة عالم، سياسة التعريب في الجزائر بين الأمس واليوم: التاريخ، الرهانات، التحديات والآفاق، مجلة التحبير، المجلد03، العدد 01، 2021، ص29.

[2] أبو القاسم سعد الله، الحركة الوطنية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص62.

[3] سهام عاشور، فتحي بحة، سياسة التعريب في الجزائر قراءة في الواقع والآفاق، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها، المجلد 13، العدد 01، 2021، ص1626.

فإن اللغة العربية ستصبح لغة التعليم بجانب اللغة الفرنسية في المدارس الابتدائية)). حيث اتخذت وزارة التعليم الابتدائي والثانوي في أول دخول مدرسي للجزائر المستقلة في أكتوبر (1962) قرارا يقضي بإدخال اللغة العربية في جميع المؤسسات التعليمية التابعة لها بنسبة سبع ساعات في الأسبوع، إذ تقرر تعريب السنة الأولى الابتدائية تعريبا كاملا في الدخول المدرسي الثالث بعد الاستقلال سنة (1964– 1965م)[1] وهو الأمر الذي واصلت عليه الدولة الجزائرية في المراحل اللاحقة.

لكن الإشكال الكبير في قضية التعريب، ما طرحه الكثير من المثقفين في الجزائر والمنطقة المغاربية، هل أن العربية هي لغتنا الأم؟ يضع هذا التساؤل أخطر المواجهين لقضية التعريب بـ «لكن» وأشدهم عداء للعربية والتعريب. فهم يشككون في اعتبار العربية لغة قومية للبلدان العربية أصلا. ويستندون في ذلك إلى المسافة الفاصلة بين العربية الفصحى من جهة، واللهجات المستعملة في لغة التخاطب الشفوي والحياة اليومية في الأقطار العربية من جهة ثانية. ويستنتجون أن بين اللغة الفصحى ولهجاتها أصبحت شائعة، وأن هذه اللهجات قد انفصلت عن اللغة الأم بحيث أصبحت لغات مستقلة معبرة عن التراث الشعبي، مؤدية لدور اللغة القومية على مستوى التخاطب اليومي[2]. كما أنه وبعد أكثر من ستة عقود من انطلاق عملية التعريب في الجزائر لا تزال اللغة العربية تعاني العديد من الإشكالات، حيث لا تزال الكثير من الإدارات العمومية، ومؤسسات التعليم العالي تستعمل اللغة الفرنسية في تعاملاتها، وهو ما يبين أن مسيرة التعريب لم تنتهي بعد. كما أن من أشرفوا على عمليات التعريب حاولوا اختزال الوضع اللغوي في الجزائر في اللغة العربية دون غيرها، متجاهلين اللغة الأمازيغية بشتى لهجاتها.

2.1 اللغة والثقافة الأمازيغية وإشكالية الاندماج: القضية الثانية التي لا تقل أهمية هي مسألة اللغة والثقافة الأمازيغية، لم تكن مسألة الهوية مطروحة قبل الاحتلال الفرنسي، فأغلب المخطوطات والكتابات العربية واللاتينية قبل الاستعمار لم ترد عن حدوث صراعات إثنية أو طائفية بين الجزائريين أو بسبب اللغة أو الدين، ولم تكن متفقة على تسمية موحدة للشعب الجزائري فكثيرا ما نجد مثلا في المخطوطات والخرائط المرسومة باللاتينية والإسلامية تسمية المنطقة بالشمال الإفريقي (تسمية جغرافية)، بلاد المغرب

[1] سهام عاشور، بحة فتحي، المرجع سابق، ص1627.

[2] عبد العزيز العاشوري، اللغة العربية والهوية الثقافية، الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر، رياض زكي قاسم واخرون، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص282.

(تسمية نسبة للانتماء الإسلامي)[1]، ابتدأت فرنسا بتطبيق سياسة خاصة بالبربر في الجزائر وأصدرت قانونا في الجزائر يخرج القبائل البربرية عن أحكام الشريعة الإسلامية، وزعمت كما زعمت عند دخولها للمغرب) أن مسلمي البربر الجزائريين هم الذين طلبوا الاحتياط بأعرافهم الجاهلية، وأنظمتهم القضائية، ولكن لم تمر فترة حتى قامت هذه القبائل بثورة شهيرة تحت قيادة "**سيدي المقراني**"، وحاصرت حصون الفرنسيين ومعسكراتهم، وأخيرة فرضت فرنسا على هذه القبائل غرامة مالية ... كما حلت جميع الجماعات البربرية التي كانت أسستها من قبل وأعطتها سلطة الفصل بين بربر الجزائر[2].

إن أول ظهور علني للأزمة المتعلقة بحضور الثقافة واللغة الأمازيغية برز خلال مؤتمر حركة انتصار الحريات الديمقراطية سنة 1949، عندما دعى "علي بناي" إلى إنشاء منطقة موحدة لجميع السكان للناطقين بالأمازيغية"... وجاء هذا ردا على الأزمة التي أحدثتها المذكرة التي تقدم بها "مصالي الحاج" عام 1948 للأمم المتحدة، حيث أكد في هذه المذكرة على أن الهوية الجزائرية ممثلة في بعديها؛ العروبة والإسلام "وهذا ما أدى إلى قيام أعضاء فدرالية فرنسا في الحركة بأغلبية 28 صوت من 32 إلى إقرار استعمال القوة ضد اللجنة المركزية ورفض أي فكرة لاعتبار الجزائر عربية إسلامية[3]" هذا الأمر دفع اللجنة المركزية للحزب إلى حل الفدرالية وطرد أعضائها من بينهم صحفيون وقادة كان من أهمهم "**حسين أيت أحمد**" الذي تقرر إبعاده من المنظمة الخاصة مع الإبقاء عليه في اللجنة المركزية، اختفى الحديث عن الأزمة البربرية خلال فترة الثورة التحريرية، لكن و بمجرد الاستقلال سنة (1962) وبعد الخلافات بين قيادة الأركان والحكومة المؤقتة، أعلن " أيت أحمد" تأسيس جبهة القوى الاشتراكية المعارضة، والتي كانت مطلب دسترة الهوية الأمازيغية أحد أهم المطالب التي ترفعها[4].

غداة الاستقلال وعند وضع الدستور الجزائري لم تجد ضمن مكونات الهوية الجزائرية أي نص يوحي ويذكر البعد الأمازيغي كهوية للجزائر، فقد كان مكون الإسلام جاهزا كدين رسمي للدولة في حين حضرت اللغة العربية كمكون لغوي رسمي، ومن هنا دأبت السلطة على فرض روايتها الرسمية للتاريخ ومعاييرها في تحديد الهوية الوطنية وإقصاء اللغة والثقافة الأمازيغيتين من قاموسها السياسي، حيث نجد

[1] سارة غربي، خديجة زياني، مرجع سبق ذكره، ص79.

[2] محمد المكي الناصري، فرنسا وسياستها البربرية في المغرب الأقصى، الطبعة02، منشورات شركة بابل، مراكش، 1993، ص18.

[3] عمار بوحوش، التاريخ السياسي للجزائر، بيروت: دار الغرب الإسلامي، 1997، ص318.

[4] بنجامين ستورا، تاريخ الجزائر بعد الاستقلال، تر: صباح ممدوح كعدان، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2002، ص 35.

أنه مباشرة بعد الاستقلال، رفض الرئيس "**أحمد بن بلة**" هذه المسألة مؤكدا على عروبة الجزائر، حيث نص الدستور الجزائري في المادة (2 و5) على أن "الجزائر جزء مستقل من المغرب العربي من العالم العربي ومن إفريقيا" وكذلك" اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية للدولة... أما في عهد الرئيس بومدين، فقد كان التأكيد والإقرار على عروبة الجزائر ورسمية اللغة العربية واضحا دون التفات أو إشارة إلى الأمازيغية كلغة وهذا عبر المرسوم الرئاسي الذي أصدره بتاريخ 26 أبريل (1966) والذي يلزم فيه كل الموظفين الجزائريين بأن يكونوا على معرفة كافية باللغة الوطنية(العربية) عند توظيفهم كما وضعت قوانين للحالة المدنية تمنع تسمية المواليد بأسماء غير عربية وهذا بين عامي (1974 و 1975)، وتم الاكتفاء بالتركيز في الميثاق الوطني (1976) على الحقبة النوميدية البعيدة عن واقع المجتمع في ديباجة الميثاق بوصفها أول جهد منظم قام به قدماء الجزائريين لبعث كيان قائم بذاته[1]، وتجدر الإشارة هنا أنه في سنة (1967) تم تأسيس الأكاديمية البربرية في باريس بمباركة وتمويل فرنسي، وكان من أهم أهدافها إحياء التراث الأمازيغي والعمل على إرغام الدولة الجزائرية على التخلي على مخططاتها التعريبية[2].

اندلعت أحداث الربيع الأمازيغي ببلاد القبائل والتي منها ازداد نشاط الحركة الأمازيغية وأظهرت تلك الأحداث بشكل أقوى وأظهر هذا التيار، تلك الحادثة التي كان سببها منع إقامة حفل موسيقي لفرقة "امازيغن إيمولا" ومنع "آيت منقلات" من الغناء بالحي الجامعي لتيزي وزو وسعت إلى تأجيل عرض مسرحية "لكاتب ياسين" بعنوان حرب ألفي سنة (يرمز فيها إلى أن الجزائر مازالت مستعمرة من طرف الدخلاء العرب) كان الحدث الذي أشعل فتيل الأزمة هو من منع "**مولود معمري**" من إلقاء محاضرة بالمركز الجامعي لتيزي وزو بعنوان أشعار قبائلية قديمة وهذا في (10مارس1980) لتبدأ حركة الاحتجاج مع المسيرة التي نظمها الأساتذة الجامعيون لتنضم إلهم شرائح من المجتمع كطلبة المدارس وعمال الإدارة والتجار... ليستمر الاحتجاج إلى الخريف من نفس السنة حيث تم خلق جو عدائي للثقافة العربية بشعارات تتهجم على الإسلام والعربية انتقاما من النظام الذي سلك توجه سياسة التعريب، وبالمقابل تم اعتقال العديد من نشطاء هذه الحركة سنة (1985)، أما تعامل النظام مع هذه الأحداث فقد تم عبر طرح حزب جبهة التحرير الوطني الملف الثقافي للنقاش العام، لكن الحزب لم يأخذ بعين الاعتبار بعض المطالب الثقافية للحركة الأمازيغية، واكتفى الحزب بفرض أطروحاته، لكنه أقر واعترف بما يعتبره الجذور

[1] الطيب معاش، المسألة الأمازيغية في الجزائر من المطلب إلى الترسيم، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، المجلد13، العدد01، 2022، ص115.

[2] بنجامين ستورا، مرجع سبق ذكره، ص38.

الأمازيغية للجزائر وتحديدا خلال المؤتمر الخامس لحزب جهة التحرير الوطني (1984) تم الإقرار بإلغاء لفظ "بربر" من المناهج والكتب في الحياة السياسية وتم تعويضه بلفظ "أمازيغ" الذي كان استعماله محدودا وغير معروف[1].

بعد كل هذه الأحداث تم إدراج ولأول مرة العهد النوميدي كقسم من التاريخ الجزائري في دستور 28 فيفري (1989)، ثم اعترف دستور 28 نوفمبر (1996)، في ديباجته بالأمازيغية كمكون للهوية الوطنية إلى جنب الإسلام والعروبة، وجاء ترسيم اللغة الأمازيغية بموجب التعديل الدستوري لـ 2002 كاستجابة لانتفاضة 2001 بمنطقة القبائل بحيث نصت (المادة 3، 2، 3) «تمازيغت هي كذلك لغة وطنية تعمل الدولة على ترقيتها وتطويرها بكل تنوعاتها اللسانية المستعملة عبر التراب الوطني» على أن المركز القانوني للأمازيغية تدعم بشكل كبير بموجب الدستور الجديد المؤرخ في (6 مارس2016) الذي جاء ليستجيب على القسم الأكبر من المطلب الأمازيغية بنصه في المادة 4 بالاعتراف بالطابع الرسمي اللغة الأمازيغية والإقرار بإنشاء مجمع للغة الأمازيغية ينظم بموجب قانون عضوي[2].

3.1 اللغة الفرنسية في الجزائر: غنيمة حرب أم أداة هيمنة؟

يرى البعض أن فرنسا خرجت من إفريقيا بشكل عام والجزائر بشكل خاص، لكنها عادت إليها من بوابة الثقافة واللغة، وهذا من خلال حوامل داخلية هي النخب المحلية، التي ستهيئ وتيسر شروط العمل على إحكام الهيمنة الفرنسية على مختلف القطاعات والسياسات بالتمكين للغة الفرنسية في الإدارة والنظام التعليمي ووسائل الإعلام بمختلف أنواعها. إن الفرنكوفونية سياسة فرنسية تسعى للحفاظ على التبعية السياسية والاقتصادية من خلال غطاء الثقافة واللغة، وقد بدا ذلك واضحا في تحول الإشراف على السياسة الفرنكوفونية من وزارة الثقافة الفرنسية إلى وزارة الخارجية، مما يؤكد البعد السياسي لهذه السياسة كما أن هذه السياسة رغم خطابها المموه بالتعدد والاختلاف والتنوع هي سياسة إقصائية تمارس الوصاية على الثقافات واللغات الأخرى بغية إماتتها، ويتجلى ذلك في فرض اللغة الفرنسية على بعض الدول والمجتمعات العربية والإفريقية بالقوة تارة وبالمال تارة أخرى بغية القضاء على اللغات الوطنية ومسخ

[1] الطيب معاش، مرجع سبق ذكره، ص117.

[2] ناصر جابي، الحركات الأمازيغية في شمال افريقيا، منشورات الشهاب، 2018، ص119.

الشخصية الثقافية والحضارية وتزوير الذاكرة الجماعية، وتغريب المجتمعات عن ثقافتها وحضارتها وهويتها[1]، نجحت فرنسا بهذا الخيار الثقافي الاستعماري في مسخ الشخصية الثقافية واللغوية للمجتمعات الأفريقية التي استعمرتها. ويكاد لا يوجد اليوم مجتمع أفريقي من مستعمرات فرنسا السابقة –باستثناء المغرب العربي– لا تمثل اللغة الفرنسية لغته «الوطنية» الجامعة ومع أن فرنسا فشلت في أن تَبدَ اللغة العربية أو تخرجها من الميدان في بلدان المغرب العربي كما فعلت بنجاح في سائر مستعمراتها الأفريقية، فإنه سيكون من باب المكابرة الوطنية الجوفاء الادعاء أنها لم تحرز نجاحاتٍ هائلة في مجال تحقيق هدف الاغتصاب الثقافي واللغوي في بلداننا والشواهد على ذلك اليوم وافرة، يكفي أن لسان فرنسا ما زال حتى الآن، لسان الإدارة في هذه البلدان، ولسان التعليم فيها من الطفولة حتى الكهولة، ورأس المال الأمثل لتنمية الموقع الاجتماعي[2].

إن شعار «اللغة غنيمة حرب»، كما جاء في القول المشهور لكاتب ياسين، والتي يقصد به أنها مكسب مجاني أتى دون مشقة، وليس فيه ضرر وخسارة للمجتمع[3]. ولهذا وجب الحفاظ عليها دون أن يكون هناك إشكال في تنمية ودعم بقية اللغات الأخرى، فمن غير المعقول أن نتخلى عن لغة مهمة مثل اللغة الفرنسية، لمجرد كونها لغة المستعمر. هذا الرأي يتبناه الكثيرون في الجزائر وغيرها من الدول، خصوصا في إفريقيا حيث لا تزال الكثير من الدول تحافظ على اللغة الفرنسية كلغة وطنية، ولعل ما يؤكد كلامنا هذا ما يقوله المفكر المغربي "**عبد الإله بلقزيز**" أنه و بعد ما يزيد على نصف قرن على رحيل فرنسا، ما زالت هذه البنية: الثقافية – اللغوية تشتغل بطاقتها القصوى، وما زال يُعاد إنتاجها حتى اليوم في سائر مرافق الحياة في البلاد يكفي أن اللسان الفرنسي ظل – حتى الآن – اللسان المسيطر في معظم قطاعات الإدارة العمومية في معاملاتها مع الموظفين، ومراسلاتها مع بعضها، وتعميماتها الداخلية على موظفيها[4].

---

[1] بوجمعة وعلي، الفرنكوفونية: انفتاح لغوي أم استعمار ثقافي بأبعاد سياسية واقتصادية؟، مجلة الإشعاع، المجلد04، العدد09، 2017، ص183.

[2] عبد الإله بلقزيز، الفرنكوفونية: أيديولوجيا، سياسات، تحد ثقافي–لغوي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2011، ص20.

[3] محمود الذوادي، اللغة الفرنسية في المغرب العربي: غنيمة حرب أم استلاب هوية؟، مجلة المستقبل العربي، مجلد 32، عدد 368، 2009، ص73.

[4] عبد الإله بلقزيز، المرجع الأسبق، ص26.

إذا عدنا للجزائر نعيد التأكيد، أن الفرنكوفونية عملت بكل الوسائل المتاحة لديها على تنحية اللغة العربية والقضاء على الثقافة العربية والحضارة الإسلامية في نفوس وواقع الشعوب، بهدف إلحاقها بالثقافة والحضارة الفرنسية، وقد كان ذلك ضمن أولويات السياسة الاستعمارية لفرنسا في كل الدول العربية والإسلامية التي احتلتها، يقول المقيم العام الفرنسي بالمغرب الجنرال ليوطي: «ليس علينا أن نعلم العربية لمجموعات من الناس استغنوا عليها – يقصد الأمازيغ، إن العربية عنصر أسلمة لكونها لغة القرآن لذلك عملت الفرنكوفونية بعد الاستقلال على إتمام ما بدأه الاستعمار من خلال التضييق على اللغة العربية ومتكلميها، وجعل المجتمع ينسلخ عن لغته كما انسلخت عنها إدارته ومؤسساته التربوية والاقتصادية والثقافية عن طريق خلق فجوة بين المجتمع ولغته الوطنية، بعد أن أدرك منظروها أن هناك علاقة وطيدة بين اللغة العربية والإسلام[1].

2.مشكلة الاستغلال السياسي: إن مسألة الاستغلال السياسي لقضايا الهوية الثقافية، في الساحة الفكرية والسياسية الجزائرية، حيث تختلف نظرة التيارات السياسية المختلفة لهذا الموضوع، كما يتم توظيف هذه القضايا الهوياتية مثل: التاريخ واللغة والدين، في عملية التحشيد لصراعات السياسية، إن الجزائر تمثل نموذج للصراع السياسي والأيديولوجي الذي تستعمل فيه المسائل الهوياتية كأدوات وآليات يتم توظيفها في معارك الصراع على السلطة، لقد اختارت مختلف التيارات السياسية في الجزائر، إحدى مقومات الهوية الثقافية لتركز عليها في خطابها السياسي، ورغم أن البعض قد يعتبر هذا الأمر طبيعي ولا يدخل في خانة التوظيف السياسي بل هو حالة طبيعية تنتج عن ارتباط هذه التيارات بما هو موجود في المجتمع من مواقف وآراء، إلا أننا نرى أن الأمر يتجاوز هذا الطرح ودليلنا في هذا ما سنذكره من مؤشرات، ويمكن تلخيص أشكال هذا الاستغلال في مجموعة عناصر.

1.2 توظيف التاريخ المشترك: نشير أننا سنركز في كل عنصر على أبرز تجليات هذا التوظيف التاريخي، ولا شك أن أبرز تعبير عن توظيف التاريخ هو التيار السياسي الذي يسمى "التيار الوطني" وهو تيار نشأ مع قيام الدولة الوطنية بعد خروج الاستعمار في المنطقة وهي تلك الأحزاب السياسية التي تتبنى وجهة نظر قريبة من ما تتبناه الدولة في مختلف القضايا، ومن أهمها قضية هوية الأمة الثقافية،

[1] بوجمعة وعلي، مرجع سبق ذكره، ص183.

يتمثل هذا التيار في الجزائر بمجموعة أحزاب أهمها حزب جبهة التحرير الوطني، وهو الحزب الذي قاد حركة النضال الوطني نحو استقلال الجزائر.

إن أبرز سؤال يتبادر إلى الأذهان عند التصدي بالتحليل المسألة ظهور جبهة التحرير الوطني، ومحتواها الإيديولوجي في السنوات الأولى للثورة، هو: هل هي امتداد مباشر لحزب الشعب الجزائري الحركة من أجل انتصار الحريات الديمقراطية؟ إن "**مصطفى الأشرف**" ينفي أن تكون امتدادا لها، بل حركة جديدة كل الجدة حسب رأيه بل وحتى مؤسسي الجبهة حاولوا تقديم حركتهم على أنها حركة جديدة تماما، ويقول حربي بأنهم بهذا العمل حاولوا إعادة بناء الماضي بطريقة انتقائية لم تمليها اعتبارات نظرية بل الحاجة إلى الشرعية التاريخية وهذا على أساس أن كل الذين أسسوا هذه الحركة هم مناضلون في حزب الشعب الحركة من أجل انتصار الحريات الديمقراطية وبالتالي تشبعوا بأفكاره وأساليبه وممارساته[1].

إذن منذ ظهور هذا الحزب انطلق بنوع من الانتقائية في التعامل مع التاريخ، حيث حاول نفي الجهد الوطني الذي سبق ظهور الحزب، وهذا الأمر وإن كانت فرضته الحتمية التاريخية للسياق الذي انطلقت فيه الثورة التحريرية، والتي كانت تشهد نوعا من الانقسام في الحركة الوطنية، وقد ظل هذا الأسلوب في العمل قائما، وهذا ما يؤكده "**محمد حربي**" الذي يقول أن جبهة التحرير كانت تشترط على الحركات التي سبقتها أن تحل نفسها وتدمج مناضليها في داخلها بصورة فردية[2]، بعيدا عن أي إيديولوجية، وهو ما استمر في فترة ما بعد الاستقلال وحتى بعد التعددية الحزبية بقي نفس الموقف الرافض لإعادة فتح ملف الهوية.

لم يمارس حزب جبهة التحرير الوطني الاحتكار السياسي فقط من خلال رفض الحياة الديمقراطية الحزبية حيث كان تصور النخبة الحاكمة للإصلاحات السياسية يقوم في البداية على استبعاد فكرة التعددية الحزبية، وقد رأى مؤتمر الحزب السادس في نوفمبر (1988)، أن التعددية الحزبية في الظروف الراهنة تمثل خطرا على الوحدة الوطنية، ولهذا اهتدت النخبة الحاكمة في الإصلاحات السياسية إلى ما يعرف بالاستراتيجية الجبهوية التي تقضي بتوسيع جبهة التحرير الوطني لتضم مختلف التيارات....إلى أن

[1] إبراهيم لونيسي، ظهور جبهة التحرير الوطني وتطوراتها إلى غاية 1956، مجلة المصادر، المجلد 07، العدد 02، 2005، ص125-126.

[2] محمد حربي، جبهة التحرير الوطني الأسطورة والواقع، تر: كميل قصير داغر، مؤسسة الأبحاث العربية، دمشق، 1983، ص 126.

جاء دستور فبراير (1989) في المادة (40) بحق إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي[1]. هذا الاحتكار السياسي كما قلنا، رافقه أيضا احتكار لمعطى مهم في الهوية الجزائرية وهو "احتكار التاريخ" من خلال الربط الدائم بين رمزية "جبهة التحرير الوطني" كمعلم أساسي في تاريخ الجزائر و"حزب جبهة التحرير" الذي يمثل معطى سياسي منفصل، ليست له علاقة مباشرة سوى تلك التي يكتسبها من كونه يحمل نفس الاسم، حيث يلعب على الرمزية التاريخية والدلالية، ليستفيد منها سياسيا.

2.2 توظيف القضايا اللغوية والثقافية: إن الدفاع عن اللغة والثقافة الأمازيغية أحد القضايا الأساسية التي بني عليها تيار سياسي كامل في الجزائر، خصوصا وأن الدولة الجزائرية في فترة ما بعد الاستقلال اتخذت موقف متحفظ اتجاه اللغة والثقافة الأمازيغية، مما مهد لنشوء العديد من الأحزاب التي اعتبرت مسألة الاعتراف باللغة والثقافة الأمازيغية أهم أولوياتها.

إن أول ظهور لمسألة المطالبة بالاعتراف بالهوية الأمازيغية كما ذكرنا سابقا، يرجع لفترة الحركة الوطنية حينما راسل الزعيم "**مصالي الحاج**" الأمم المتحدة برسالة أكد فيها على أن الهوية الجزائرية ممثلة في بعديها العروبة والإسلام، وهذا ما أدى بأعضاء فدرالية فرنسا في الحركة... إلى إقرار استعمال القوة ضد اللجنة المركزية ورفض أي فكرة لاعتبار الجزائر عربية إسلامية، ثم مباشرة بعد الاستقلال أعلن حسين أيت أحمد تأسيس جبهة القوى الاشتراكية المعارضة، والتي كانت مطلب دسترة الهوية الأمازيغية أحد أهم المطالب التي ترفعها، وفي شهر أكتوبر (1963) أطلق الجيش الوطني الشعبي النار على قوات الإقليم السابع في القبائل... ولجأ العقيد "**محند أولحاج**" و"**حسين آيت أحمد**" إلى المقاومة المسلحة للجيش قبل أن يتوصل "محند أولحاج" لاتفاق مع "**ابن بلة**" في حين واصل "آيت أحمد" المقاومة في منطقة القبائل والتي كانت في مثابة حرب أهلية مقنعة[2]" ورغم أن الخلاف السياسي هو الذي جعل الأمر يصل إلى حد المعارضة المسلحة، إلا أن البعد الثقافي حاضر بقوة، حيث شكل الاختلاف حول هوية الدولة الفتية، وهو ما يؤكده كلام الرئيس الراحل "**هواري بومدين**" الذي قال "إن الجزائر بلد عربي مسلم، ولا يجمع بين العرب ويوحد أجزاء هم إلا اللغة العربية، فبدلا أن ننزل إلى مستوى اللهجات المحلية

[1] مصطفى بلعور، حزب جبهة التحرير الوطني ومسار الإصلاحات السياسية في الجزائر، مجلة الباحث، المجلد 04، العدد 04، 2006، ص101.

[2] بنجامين ستورا، مرجع سبق ذكره، ص 35-36.

لإحيائها، أن ترتفع إلى مستوى اللغة العربية الفصحى التي توحد بين المجتمع الجزائري وبين أفراد المجتمع العربي من المحيط إلى الخليج"[1].

إن استمرار إنكار الخصوصية اللغوية والثقافية الأمازيغية في فترة ما بعد الاستقلال، بعد تأكيد الدولة على بعدي العروبة والإسلام، دون غيرها من الأبعاد، دفع هذا الأمر قادة تاريخيين مثل "حسين أيت أحمد" إلى معارضة هذا التوجه. لم يغب نقاش القضية اللغوية والثقافية الأمازيغية، وكان فتح النقاش العام حول مشروع «الميثاق الوطني» سنة (1976) الذي تضمن قسما حول «الثورة الثقافية» فرصة هامة لإعادة طرح تحديد الهوية الوطنية ومكوناتها وإثارة المسألة اللغوية والثقافية ضمنيا تحت تسمية «الثقافة الشعبية» بشكل علني من طرف بعض المناضلين مثل "**كاتب ياسين**". وفي هذه الظروف بدأت المسألة الأمازيغية تأخذ مكانها في الأوساط الطلابية الجامعية ولدى تلاميذ الثانويات[2].

تمثل أحداث ما يعرف بالربيع الأمازيغي سنة (1980) نقطة تحول مهمة في مسألة التعامل مع اللغة والثقافة الأمازيغية، وبدأت أحداثها كما ذكرنا سابقا بعد استدعاء إحدى التجمعات السياسية الطلابية للكاتب "**مولود معمري**" لإلقاء محاضرة حول كتابه «الشعر القبائلي القديم» في أفريل (1980) وكان منع السلطات لهذه المحاضرة سببا لانفجار سلسلة من الاحتجاجات الطلابية العارمة ما لبثت أن توسعت خلال شبكة تضامن واسعة بسعي من مناضلي جبهة القوى الاشتراكية، إلى القطاعات والشرائح الاجتماعية الأخرى مثل المصانع والإدارة المحلية والمستشفى بعد الدعوة إلى الإضراب العام ليوم 16 أفريل (1980) ولم يزد تدخل الجيش لفض إضراب 20 أفريل (1980)، في الجامعة واعتقال 24 من الطلبة إلا إلى الاحتقان لتمتد الاحتجاجات إلى بجاية والعاصمة منذ شهر ماي (1980)، وتمخضت هذه الانتفاضة الشعبية عن إنشاء الحركة الثقافية البربرية في لقاء إعكورن في أوت (1980)، لحمل المطلب الأمازيغي وتأطير النضال من أجل ترقية اللغة والثقافة الأمازيغية والعربية الدارجة إلى جانب الحريات الديمقراطية[3].

[1] رفيق بن حصير، الأمازيغية والأمن الهوياتي في شمال افريقيا، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2013، ص69.

[2] ناصر جابي، مرجع سبق ذكره، ص92.

[3] المرجع نفسه، ص93.

امتد المطلب الأمازيغي إلى المناطق الأمازيغية الأخرى في فترة ما يعرف بـ الانفتاح الديموقراطي (1989-1992) مع فك الخناق على الحريات، إثر صدور دستور 28 فيفري (1989) الليبرالي ليكون ضمن محاور حملاتها الانتخابية ونشاطاتها الميدانية. فعلى المستوى المحلي انخرط سنة (1990) عدد من المزابيين من النخبة الجامعية والموظفين واصحاب المهن الحرة، في حزب التجمع من أجل الثقافة والديموقراطية RCD الفتي الذي جعل من القضية الأمازيغية إحدى ركائز برنامجه السياسي. هؤلاء المناضلين وأغلبهم من المهتمين باللغة المزابية وتراثها الثقافي، كانوا من أوائل من طرح النقاش في المجتمع المزابي حول المسألة الأمازيغية بمفهومها المطلبي السياسي لاسيما أثناء الحملات الانتخابية واللقاءات الثقافية[1]، وحزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية، تم اعتماده عقب الانفتاح السياسي الذي جاء كنتيجة لدستور(1989). واتخد هذا الحزب من الدفاع عن اللغة والثقافة الأمازيغية إضافة إلى قيم مثل العلمانية والحداثة قضيته الرئيسية.

بالنسبة لحزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية، إذا عدنا إلى النصوص الصادرة عن الحزب لأخد تصوره عن مسألة الهوية الثقافية الجزائرية، نجد النص التالي في القانون الأساسي للحزب الصادر سنة (2018) "للشعب الجزائري تاريخ يعود إلى آلاف السنين، وخلال هذا التاريخ الطويل تشكلت ثقافات متنوعة وروافد كونت شخصيتها، بالإضافة إلى العناصر الثقافية والتاريخية الأخرى، يشكل البعد الإفريقي والمتوسطي إلى جانب الأمازيغية والعروبة والإسلام القيم الأساسية للهوية الوطنية[2]. كل هذه الأحداث التي ذكرناها تبين أن قضايا اللغة والثقافة الأمازيغية كانت عامل حاسم في الحياة السياسية الجزائرية، حيث نشأ تيار سياسي كامل تغذى على مسألة المطالبة بالحقوق الثقافية واللغوية الأمازيغية، حيث استغل هذا التيار انغلاق دولة ما بعد الاستقلال على الثقافات الفرعية، وحصرها الهوية الثقافية الجزائرية في البعدين العربي والإسلامي.

[1] المرجع السابق، ص95.

[2] وليد شايب الدراع، نجيب بخوش، الاستعمال السياسي لقضايا الهوية الثقافية الجزائرية في ظل وسائل التواصل الاجتماعي، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 59، العدد 03، 2022، ص598.

3.2 توظيف البعد الديني: يعود تاريخ هذا التيار إلى الفترة الاستعمارية، من خلال جمعية العلماء المسلمين التي قامت على التمسك بعروبة الجزائر والدفاع عن هويتها الإسلامية، ونجد أنه بالرغم من أن الجمعية قد أعلنت في بيان تكوينها بأنها جمعية اجتماعية ثقافية غير مهتمة بالشؤون السياسية إلا أن أهدافها المعلنة كإحياء اللغة العربية ومحاربة الشعوذة جعلت منها أهم تشكيل وطني يحارب الاستعمار يومئذ وذلك باعتماد طريق غير مباشر كإتباع أسلوب التنوير والعودة بالمجتمع إلى أصوله العربية الإسلامية ورفض كل المظاهر المعبرة عن الخرافات، ومحاربتها التجنس والإدماج والتنصير وكل ما يقضي على الشخصية القومية للشعب الجزائري، إلا أن الشيخ "مبارك الميلي" حدد هدف الجمعية على المدى البعيد يتمثل في تكوين مجتمع جزائري قائم على أسس عربية إسلامية[1].

أما إذا تحدثنا عن الأحزاب السياسية الجزائرية ذات المرجعية الدينية في فترة ما بعد الاستقلال، فنجد أن هناك العديد من الأحزاب لا يمكننا أن نذكرها جميعا، لهذا سنحاول التركيز على نموذج واحد يمثل في نظرنا أهم حزب سياسي ذو خلفية إسلامية في الجزائر–على الأقل الأهم من ناحية التمثيل في المجالس المنتخبة– هو حزب حركة مجتمع السلم التي حصلت على الاعتماد بعد دستور (1989) وهو الدستور الذي كرس التعددية الحزبية في الجزائر، وقد حصلت على الترخيص تحت اسم حركة المجتمع الإسلامي" سنة (1991) ليعاد اعتمادها باسم جديد هو حركة مجتمع السلم سنة (1997)، بعد أن منع دستور (1996) والقانون المتعلق بالأحزاب السياسية الصادر سنة (1997) إنشاء الأحزاب على أساس هوياتي، حيث نص على أنه لا يجوز تأسيس الأحزاب على أساس ديني أو لغوي أو عرقي أو جنسي أو مهني[2].

إذا ما رجعنا للخلفيات الأيديولوجية لهذا التيار نجد أن "**يوسف القرضاوي**" وهو أحد المفكرين الإسلاميين ورموز الحركة الإسلامية وهو يعرف هذا التيار، بأنها "ذلك العمل الشعبي الجماعي المنظم للعودة بالإسلام إلى قيادة المجتمع وتوحيد الحياة كل الحياة" فالقصد هنا هو تطبيق الدستور السماوي في نشر مجالات الحياة ويضيف رمز آخر للحركات الإسلامية هو "**راشد الغنوشي**" بقوله تقصد بالحركة الإسلامية جملة النشاط المنبعث بدوافع الإسلام لتحقيق أهدافه وتحقيق التجدد المستمر له من أجل ضبط

[1] محمد شبوب، جمعية العلماء المسلمين الجزائريين ودورها في إعادة بعث الهويّة الوطنية، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية، المجلد 10، العدد 01، 2018، ص170.

[2] إسماعيل بن حفاف، ممارسة حق إنشاء الأحزاب السياسية في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، المجلد09، العدد03، 2016، ص 90.

الواقع وتوجيه، وذلك لأن الإسلام جاء لكل زمان ومكان. فحتم أن تكون رسالته متجددة بتغير أوضاع الزمان والمكان، في حين يرى عبد الوهاب الأفندي: أن مصطلح الحركات الإسلامية يطلق على الحركات التي تنشط في الساحة وتنادي إلى تطبيق الإسلام وشرائعه في الحياة العامة والخاصة على حد سواء، وتناوئ في سبيل هذا المطلب الحكومات والحركات السياسية والاجتماعية الأخرى التي ترى أنها قصرت في الامتثال لتعاليم الإسلام[1]. إن مشكلة الأحزاب الدينية أنها توحي للآخرين أنها تنطق باسم الدين، وحتى إن لم تدعي ذلك فإنها تضمره، وبالتالي فإنها تمارس نوع من السطو المعنوي على عنصر أساسي "الدين" في الهوية الثقافية الجزائرية.

[1] الجمعي قبوج، خليفة بوزبرة، الإسلام السياسي في الجزائر: من الفكر إلى الممارسة في ظل التغيرات الداخلية و الخارجية "حركة مجتمع السلم أنموذجا"، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد09، العدد02، 2020، ص248.

المبحث الثالث: مدخل إلى الهوية الثقافية المغربية.

المطلب الأول: كرونولوجيا المسألة الثقافية في المغرب.

حظيت المسألة الثقافية في المغرب باهتمام كبير، خصوصا في فترة الاستعمار «الفرنسي والإسباني» حيث أخذت قضية الدفاع عن الهوية في خطاب الحركة الوطنية المغربية مكانة متميزة، وهو ما تؤكده العديد من المحطات في النضال الوطني، وذلك ما سنحاول تناوله في هذا العنصر، وقد حاول المشرع الدستوري استحضار هذه الظرفية الاستثنائية من خلال الوثيقة الدستورية، وتعامل بذكاء مع مختلف هذه المطالب المتناقضة، ودبج الوثيقة الدستورية بعبارة "المغرب دولة إسلامية، وبصيانة تلاحم مقومات هويتها الوطنية، الموحدة بانصهار كل مكوناتها العربية الإسلامية، والأمازيغية، والصحراوية الحسانية، والغنية بروافدها الإفريقية والأندلسية والعبرية والمتوسطية"[1]، ولهذا سنتطرق إلى كل هذه العناصر في ما سيأتي من خلال هذا البحث، لكن قبل هذا نحاول التعرف على الخلفية التاريخية للموضوع.

لقد اعتبر المغاربة منذ البداية أن الهجمة الاستعمارية، ليست هجمة عسكرية وحسب، وما يؤكد صحة هذا الطرح؛ هو طبيعة تفسير المغاربة للهجمة الاستعمارية على المغرب فهذه الهجمة هي قبل كل شيء اعتداء على الدين "بل ومساس بعزة الإسلام"، وهو التفسير الذي التقى فيه المغاربة مع نظراتهم في الدول التي تعرضت للاستعمار والمصنفة في تلك المرحلة ضمن دار الإسلام". ويمكن القول إن تشكل وعي النخب المغربية بالاستعمار على أرضية استهداف الإسلام من طرف الغرب المسيحي[2]. ويذكر المؤرخ "**عبد الله العروي**" أنه عندما كان الاستعمار مسيطرا على المغرب ظن الفرنسيون أن الحادث (أي اعتناق الإسلام) خطأ يمكن استدراكه ببساطة. ثم اتضح لهم أن البربر لا يعترفون بالخطأ، لا يرون أنهم تركوا فرصة ذهبية تنفلت منهم عندما رفضوا الاندماج في حضارة روما، وإن واجبهم الحالي انتهاز الفرصة الجديدة التي تقدمها لهم فرنسا[3].

---

[1] محمد بلبيض، تحولات مفهوم الهوية الثقافية في المغرب، مجلة التاريخ المتوسطي، المجلد02 ،العدد02، ديسمبر 2020، ص265.

[2] سعيد الحاجي، المسألة الدينية والهوية الوطنية من خلال فكر الحركة الوطنية المغربية، مجلة دراسات محكمة، مركز تكامل للدراسات والأبحاث، 2021، ص6.

[3] عبدالله العروي، مجمل تاريخ المغرب، ج1، المركز الثقافي العربي، ط5، 1996، الدار البيضاء، ص،152.

وفي خضم هذا التوجه الاستعماري؛ كانت النخبة المغربية لا زالت تحت تأثير صدمة وقوع البلاد في يد الاستعمار الفرنسي والإسباني، وتوقف المقاومة المغربية المسلحة، ويمكن اعتبار الفترة الممتدة ما بين (1927) و(1930)، فترة ترقب النخبة العاجزة عن القيام بمبادرات ضد السياسة الاستعمارية التي بدأت معالمها تتضح، بعدما بدأ نظام الحماية يتحول إلى نظام استعمار مباشر، في خرق واضح وصريح لكل بنود معاهدة الحماية وقد كان لصدور ظهير (16 ماي 1930) أو ما عرف بـ "**الظهير البربري**" وقع الصدمة على النخبة المغربية بوجه خاص، حيث بدا جليا أن المستعمر قد مر إلى السرعة القصوى على مستوى نهج سياسة استعمارية غايتها بث بذور الصراع العرقي بين مكونات المجتمع المغربي[1].

لقد عرف المغرب أوضاعا متدهورة على مختلف المستويات، وظلت فرنسا واعية بالدور المركزي للمجال الرمزي، من دين ولغة وتاريخ وثقافة، في توفير شروط التوسع وضمان استمراره وشيوع قيمه. وقد أسس الاستعمار الفرنسي إيديولوجيته على ثلاث منطلقات مركزية: التشكيك في مكانة الإسلام في المغرب، والحكم على نخبه السياسية بالعجز في حقل بناء الدولة وتنظيم المجتمع، والإقرار بانعدام وحدة وطنية (تاريخية، اجتماعية، إثنية) لشعوب المنطقة ومكوناتها الاجتماعية، ويمكن القول، إن هذه النظرة الاستعمارية، تندرج في إطار الصراع بين المسيحية والإسلام، وهو ما يجعل التقابل بين الديانتين بمثابة تناظر بين حقلين ثقافيين وحضارتين، كما يذهب إلى ذلك "**عبد الله العروي**" بقوله: "من يناهض أوروبا في المرحلة الأولية لا يرى نشاطه في نطاق المجابهة بين قوميتين أو جنسين أو عقيدتين، وإنما بين "تراثين ثقافيين"[2].

شكلت القبيلة عنصرا مهما يبرز خصوصية الهوية المغربية قبل الخضوع للحماية الأجنبية مطلع القرن العشرين، وقد اختلف المؤرخون حول العناصر التي توحد الهوية القبلية بالمغرب؛ فنجد "**عبد الرحمان بن خلدون**" يعتبر أن الروابط الدموية والقرابة أو النسب بمعناه الرمزي، يعد من أهم العوامل الموحدة للقبيلة، ويرى أن ما يهم المؤرخ ليس التحقيق في صحة الأنساب، وإنما الوقوف عند ذلك الشعور الجماعي للسكان بالانتماء لأصل واحد بالرغم من اختلاط أنسابهم، إذ أن ذلك الشعور هو العنصر الفاعل تاريخيا، ويؤكد "ابن خلدون" بأن القبائل شديدة الاندماج هي ذات عصبية فاعلة في التاريخ

[1] سعيد الحاجي، مرجع سبق ذكره، ص7.

[2] وجيه كوثراني وأخرون، مرجع سبق ذكره، ص157.

ومحركة التطور الاجتماعي[1]. في حين يرى "**روبير مونطاني Robert Montagne**" أن ما يعزز الوحدة والالتحام داخل القبيلة بالمغرب، وبالأخص في سوس والأطلس الكبير الغربي، لا يتحدد بالانتماء للجد أو الأصل المشترك، بقدر ما يتحدد على أساس الإطار الجغرافي المشترك؛ أي وحدة الرقعة المسكونة وملكية الأرض، ونزوع أفرادها إلى الدفاع عنها أو توسيعها، كما يتحدد بما قد يجمع سكانها من مصالح مشتركة ومن عداء للقبيلة المجاورة، وإن كان أهلها يدعون في بعض الأحيان الانتساب إلى جد مشترك وهمي. أما "**جاك بيرك Berque Jacques**" فلا ينفي دور المجال الجغرافي، ولكنه ركز على أهمية العنصر الإيكولوجي والاقتصادي في وحدة القبيلة المغربية، ومن خلال دراسته لقبيلة "**سكساوة**"، خلص إلى أن دفاع القرويين عن الأراضي الزراعية وقنوات السقي يعد رمزا للاستمرار والتعلق بالهوية[2].

لا يفوتنا أن نشير أنه ورغم الطبيعة القبلية للمجتمع المغربي، وفي خضم هذه الحملة الاستعمارية على مقومات الهوية المغاربية، وصلت أفكار الحركة السلفية إلى المغرب أواخر القرن 19 ومطلع القرن 20، قادمة من المشرق العربي، خصوصا مع الشيخ "**أبي شعيب الدكالي**" و"**الشيخ بلعربي العلوي**" وتأسس خطابها على قاعدة نبذ التصوف وما يرتبط به من ممارسات وطقوس، حيث كان لها حسب السلفيين دور كبير في تخلف المغاربة، وتعميق جهلهم وأزماتهم، وهو ما جعلهم فريسة سهلة بين يدي المستعمر كما أن مشايخ الزوايا والطرق الصوفية كانوا في نظر السلفيين متخاذلين في مواجهة الاستعمار"[3]، ومن العوامل التي شجعت السلفية وجعلت منها أحد روافد الهوية المغربية كما ذكرنا، موقفهم المعادي للاستعمار في مقابل صمت الزوايا الصوفية على الممارسات الاستعمارية التي كانت تقوم بها فرنسا، كما أن موقف هذه الزوايا المعادي لثورة الريف بقيادة "**محمد بن عبد الكريم الخطابي**" زاد من نفور المغاربة من الزوايا الصوفية في مقابل تبني الحركة السلفية. لقد احتلت المسألة الثقافية على الدوام حيزا مهما ومكانة متميزة في نضال الحركة الوطنية المغربية، حيث نجد إلى جانب الحركة السلفية أيضا، تيار وطني يتمثل أساسا في الفكر الاستقلالي الذي ومنذ تأسيسه، نشأ على أسس ثقافية بالدرجة الأولى حيث جعل من المقاومة الثقافية للغزو الحضاري والثقافي، معركة مصيرية عن طريق الجمعيات الثقافية والمدارس الحرة التي أنشأها الرعيل الأول من الحزب منذ سنة (1926) لمقاومة السياسة الاستعمارية ودفاعا عن الدين الإسلامي واللغة العربية عندما اعتبر زعيم الحزب "**علال الفاسي**" في تقريره المذهبي

[1] وجيه كوثراني وأخرون، المرجع السابق، ص178.

[2] المرجع نفسه، ص180.

[3] سعيد الحاجي، مرجع سبق ذكره، ص9.

أمام المؤتمر السادس الحزب الاستقلال المنعقد في يناير (1962) بالدار البيضاء، أن تأسيس حزب الاستقلال كان استجابة حضارية للأمة المغربية في وجه التحدي الحضاري والثقافي الذي مثله الاستعمار[1].

شكل "**الظهير البربري**" الصادر في (16 ماي 1930) حدث فاصل في المسألة الثقافية في المغرب، نحاول في تناوله بصورة موجزة على أن نفضل فيه بشكل أكبر في ما هو قادم من عناصر، حيث جاء هذا المرسوم من أجل تكريس وتأصيل التقاليد والعادات البربرية القديمة وإحلالها محل الأصول الإسلامية، وكان هذا الظهير يهدف إلى القضاء على مقومات المغرب العربي وإدماجها ضمن الثقافة الفرنسية، وتطبيقا لمبدأ "فرق تسد" وذالك من أجل فصل العرب عن البربر وترسيخ ثنائية العرب والبربر، فسعت فرنسا في زرع الشقاق وبلورت مشروعها بين سكان المغرب[2]. وجاءت أغلب ردود الفعل رافضة لهذا القانون، الذي حاولت فرنسا من خلاله تكريس نوع من التفرقة بين المغاربة، كما كان هذا القانون محفزا على إعادة التفكير في المسألة الثقافية وبلورت مواقف النخب اتجاه المسألة الثقافية في فترة نضال الحركة الوطنية المغربية.

أما في الفترة التي تلت الاستقلال، فنجد أن أول إشارة للمسألة الثقافية جاءت في القانون الأساسي للملكة العربية لسنة (1961)، وهو أبرز وثيقة دستورية ممهدة لدستور (1962)، والذي أصدره الملك الراحل "**محمد الخامس**" بشكل أحادي، وقد جاء فيه "المغرب مملكة عربية إسلامية"، واسترسل في الفصل الثاني "اللغة العربية لغة البلاد الرسمية والقومية"، وبالتالي فقد تم اختزال الهوية المغرية الرسمية في الإسلام والعروبة... ولم تكن المسألة الثقافية ومسألة الهوية محط جدل بين النخب والملكية في تلك المرحلة، وذلك لإعتبارها محسومة في ثنائية الإسلام والعروبة، وهو ما نجده في العبارة الواردة في ديباجة الدستور التي نصت على أن المملكة المغربية دولة إسلامية ذات سيادة كاملة، لغتها الرسمية هي اللغة العربية[3].

[1] المرجعيات والفكر والثقافة والاعلام والانسية المغربية والتنوع الثقافي، لجنة الثقافة والهوية والانسية المغربية والتنوع الثقافي، كتاب صادر عن المؤتمر 17 لحزب الاستقلال، منشورات المركز العام لحزب الاستقلال، الرباط، 2017، ص45.

[2] عفاف كلاش، الحركة الوطنية في المغرب الأقصى، مذكرة ماستر، جامعة بسكرة، قسم العلوم الانسانية، 2013، ص18.

[3] محمد بليلض، مرجع سبق ذكره، ص255.

ظل خطاب التعدد اللغوي والتنوع الثقافي طابوها سياسيا في مغرب ما بعد نهاية الحقبة الاستعمارية "الحماية"، وذلك لاعتبارات عديدة، فالهوية المغربية محسومة وفق أسمى قانون، كما أن إعادة فتح النقاش حول الهوية، قد يعتبر مس "بثوابت الأمة" المحددة في العروبة والإسلام، أو ليست الملكية في المغرب نفسها تستمد جزأ من مشروعيتها من الإسلام، من خلال إمارة المؤمنين. يؤكد "**علال الفاسي**" وهو أحد أبرز منظري الحركة الوطنية المغربية أن الشعب الذي يعيش في كل من المغرب والجزائر وتونس شعب واحد يتكون من سلالات واحدة فيه العرب وفيه البربر وفيه الأفارقة والمنحدرون من سلالات أوروبية وكلهم تبلور في هذه العروبة وفيه المعتزة بكيانها[1]. وفي نفس السياق يطرح أحد أبرز منظري هذا الخطاب في منطقة شمال إفريقيا المفكر "**محمد عابد الجابري**"، عن هذا بالقول: «نقصد بالوعي العروبي»، الوعي بالانتماء إلى الأمة العربية، مفهومه على أنها حقل ثقافي وإطار حضاري يتحددان بثلاثة عناصر رئيسية: وحدة اللغة ووحدة التاريخ وبصورة عامة وحدة الأهداف والمصير، مع الأخذ بعين الاعتبار التعدد والتنوع داخل الوحدة في كل عنصر من العناصر"[2]، ويرى الكثير من المؤرخين أن حرص دولة الاستقلال، ومفكري تلك الفترة التي تلت الاستقلال في كل من المغرب والجزائر وتونس على حصر معنى الهوية في الأبعاد التي ذكرناها، ليس إلا ردة فعل على السياسة الفرنسية المعادية للإسلام واللغة العربية.

في هذه الأجواء ظل البعد الأمازيغي غائبا في النقاش السياسي والثقافي في المغرب، طوال هذه الفترة، حيث أثرت النزعة القومية العربية كثيرا في نظيرتها الأمازيغية والتي نشأت أساسا كرد فعل معكوس على الأولى، بحيث قامت القومية الأمازيغية بعملية قلب لشعارات القومية العربية عن الوطن والهوية والوحدة المنشودة دون أن تقدم أي جديد سواء على مستوى الخطاب أو الممارسة[3]، ثم جاء حزب الحركة الشعبية، والذي حاول أن يقدم نفسه كحزب ممثل للأمازيغ وحاملا لهمومهم، ومدافعا عن مصالحهم، وساهم في فتح النقاش حول الأمازيغية وحول الهوية المغربية، وفي أواخر السبعينيات من القرن العشرين ظهرت مجموعة من الجمعيات الثقافية مثل "جمعية أمازيغ" التي أسسها الأستاذ "**علي صدقي أزايكو**" والذي سيكون أول معتقل سياسي للقضية الأمازيغية في المغرب بعد نشره لمقاله الشهير "من أجل مفهوم

[1] علال الفاسي، دفاعا عن وحدة البلاد، منشورات الرسالة، المغرب، 1972، ص226.

[2] محمد الكوخي، سؤال الهوية في شمال إفريقيا، منشورات أفريقيا الشرق، المغرب، 2014، ص33.

[3] المرجع نفسه، ص40.

حقيقي لهويتنا الوطنية دافع فيه عن المكون الأمازيغي" كجزء أساسي من الهوية الوطنية للمجتمع المغربي[1] وبحلول سنة (2001) أي بعد اعتلاء الملك "**محمد السادس**" العرش ستتبنى الدولة مقاربة جديدة في تعاطيها للمسألة الأمازيغية تقطع مع سياسة الحذر، وحتى مع القمع الذي كانت الدولة تنتهجه اتجاه الحركة الأمازيغية، هكذا ستسند الدولة مهمة تدبير المسألة الأمازيغية إلى مؤسسة هي "المعهد الملكي للثقافة الأمازيغية".

المطلب الثاني: مقومات وأبعاد الهوية الثقافية المغرب.

1. مقومات الهوية الثقافية المغربية: إن الهوية المغربية بشكل عام هي جزء من الثقافة الإسلامية، العربية، المغاربية، الإفريقية، حيث تتعدد تحت غطاء هذه الهوية الثقافية، مجموعة عناصر تمتزج مع بعضها البعض لتشكل الهوية الثقافية المغربية، يمكننا تلخيص هذه العناصر في مجموعة عناصر يذكرها الدستور المغربي في ديباجته، حيث يذكر كل من العربية والإسلام، والأمازيغية، والصحراوية الحسانية، إضافة للروافد الإفريقية والأندلسية والعبرية والمتوسطية"، وبالتالي فقد تم الانتقال من الهوية المختزلة إلى الهوية المتنوعة، وعلى المستوى اللغوي تم الانتقال من التنصيص على اللغة العربية لغة رسمية، إلى التنصيص على اللغتين العربية والأمازيغية لغتين رسميتين للمغرب[2].

1.1 المقوم الديني: كلما طرحت المسألة الدينية للمناقشة يتجه التفكير غالبا إلى الدولة وتحديدا "الملكية" بوصفها جامعة بين الدين والسياسة ومحتكرة للفضاء الديني، تاريخيا باسم "البيعة" التي أصبح يعتبرها البعض تقليدا ذي جذور عميقة في الزمن السياسي المغربي وقانونيا باسم "إمارة المؤمنين" المنصوص عليها في مجموع الدساتير التي عرفها المغرب الحديث منذ دستور (1962) إلى غاية الدستور الجديد في (2011)[3]. إن الشعوب المغاربية من أكثر الشعوب ارتباطا بالدين، إيمانا منها بأنه

[1] محمد الكوخي، المرجع السابق، ص391.

[2] محمد بلبيض، مرجع سبق ذكره، ص265.

[3] عز الدين العلام، الديني والدنيوي في الدولة المغربية، مجلة دراسات محكمة، مركز تكامل للدراسات والأبحاث، ديسمبر 2021، ص2.

المحرك الأساسي لفعل المقاومة الثقافية والدفاع عن القيم، خصوصا في فترة الاستعمار، حيث كان الدين بمثابة عمل لم الشمل وتوحيد المسار، ولذلك تم اعتماد الدين الإسلامي بشكل لافت في جميع دساتير الدول المغاربية، إلا أن المسألة في المغرب لها خصوصية معينة سنذكرها في ما يأتي.

1.1.1 الاسلام: منذ أن دخل الإسلام لهذه المنطقة "المغاربة" لقي قبول إلى حد كبير، رغم بعض الثورات ضد الفاتحين العرب لأسباب غير دينية في أغلب الأحيان، إن التقبل والاحتضان الذي لقيه الإسلام في شمال أفريقيا يرجعه المؤرخ اللبناني "**فيليب حتي**" إلى السمات المشتركة بين العرب وسكان شمال إفريقيا الأصليين "البربر" حيث يقول : إن سواد البربر الذين كانوا يسكنون بعيدا عن الشاطئ لم يتأثروا بالحضارة الرومانية أو البيزنطية لأنها حضارة غريبة عن أولئك الإفريقيين الرحل، وان الإسلام قد امتاز بطبائع اجتذبت البربر، وان العرب وثقوا صلاتهم بأبناء المنطقة فتحققت معجزة الإسلام في استعراب اللغة البربرية وتحويل البربر إلى دين الإسلام[1]. وهكذا يمكن القول أن الإسلام لقي منذ دخوله إلى المغرب كل الترحيب، حتى تجدر في نفوس المغاربة، كما نشير إلى أن المذهب المالكي هو المذهب الفقهي الأكثر انتشارا في المغرب لنفس الأسباب والظروف التي ذكرنها في الجزائر.

كما عرفت المنطقة انتشار ظاهرة التصوف، انتشارا واسعا في بلاد المغرب منذ القرن 15م نتيجة عوامل داخلية ذاتية وأخرى خارجية، وقد فضت الطرق الصوفية والزوايا بادوار سياسية واجتماعية، وكان لها حضورها القوي في جهاد الكفار ونشر التعليم والثقافة الروحية، وفي النهوض بكثير من الأعباء الاجتماعية[2]. وقد أدى التصوف دورا اجتماعيا وسياسيا في حياة المغاربة بشكل ملفت، فاحتضنها المثقف والتاجر والحاكم، وذلك قبل قدوم الأتراك وخلال مرحلة حكمهم خصوصا، حيث شجع الحكام الأتراك هذه الطرق لأهداف سياسية[3]، إضافة إلى التصوف تعتبر المغرب من أول البلدان التي وصلت إليها أفكار الحركة السلفية منذ أواخر القرن 19 ومطلع القرن 20، قادمة من المشرق العربي، خصوصا مع الشيخ "**أبي شعيب الدكالي**" و"**الشيخ بلعربي العلوي**" وتأسس خطابها على قاعدة نبذ التصوف وما يرتبط به من ممارسات وطقوس، حيث كان لها حسب السلفيين دور كبير في تخلف المغاربة، وتعميق جهلهم وأزماتهم،

[1] عبد الرحمن الجيلالي، مرجع سبق ذكره، ص188.

[2] عبدالله مقلاتي، مرجع سبق ذكره، ص 88.

[3] المرجع نفسه، ص 92.

وهو ما جعلهم فريسة سهلة بين يدي المستعمر كما أن مشايخ الزوايا والطرق الصوفية كانوا في نظر السلفيين متخاذلين في مواجهة الاستعمار، وهو ما ظهر جليا خلال حرب الريف[1].

2.1.1 اليهودية: يشير دستور المملكة المغربية الصادر سنة (2011)، صراحة إلى أن الرافد اليهودي عنصر أساسي في الهوية الثقافية المغربية، ويرجع تواجد اليهود في شمال إفريقيا عموما، وفي المغرب تحديدا إلى قرون عديدة، تمتد جذور يهودية الغرب الإسلامي في ماض سحيق، إذ يعتبر اليهود تاريخيا أول مجموعة غير بربرية وفدت على المغرب، وما تزال تعيش فيه إلى يومنا هذا وليست لدينا أية نقوش مكتوبة أو شواهد أخرى تدل على إقامة مستعمرات يهودية كاملة على الشواطئ الإفريقية في عهود مدنيات صور وصيدا ويعتبر تاريخ تلك الفترة ضربا من الأساطير، ولم تجمع أخبارها إلا في وقت قريب منا[2]. لكن ما يهمنا نحن هو التاريخ القريب لتواجد المكون اليهودي في المغرب حيث نشير إلى وجود تنوع اثني وثقافي بين يهود المغرب أنفسهم، فهناك يهود الداخل وجبال الأطلس وهؤلاء عاشوا في كنف القبائل الأمازيغية، بل أن بعض المصادر ترجع أصولهم إلى قبائل أمازيغية متهودة، وهناك يهود الساحل، وهم اليهود "السفارديم" الذين توافدوا على المغرب بعد سقوط دولة الأندلس وطرد المسلمين واليهود... وقد سار تعداد يهود المغرب في خط تصاعدي، وهذا واضح في مختلف الإحصاءات السكانية، ولم يحدث تدهورا في عددهم إلا بعد بداية عمليات التهجير الجماعية إلى الكيان الصهيوني (إسرائيل) في العصر الحديث حيث أجرت سلطات الحماية الفرنسية تعدادا لسكان المغرب في المنطقة الفرنسية عام (1936)، ونشرته في الصحيفة الرسمية الفرنسية في 14 أكتوبر عام (1938)، وجاء فيه أن إجمالي تعداد اليهود في المغرب وقتئذن نحو 182 ألف نسمة... تزايد تعداد اليهود في المغرب، وفقا لإحصاء (1947)، إلى أن وصل إلى نحو 203 ألف نسمة أي نحو 2،35% من مجمل تعداد سكان المغرب في المنطقة الخاضعة للسلطة الفرنسية. أما عدد يهود المنطقة الأسبانية فبلغ 25 ألف نسمة، وفي عام (1952)، بلغ تعداد يهود المغرب قرابة 220 ألف نسمة في جميع أراضي المغرب، وتدهور هذا العدد تدريجيًا حتى وصل إلى 159 ألف عام (1950)[3]، يرجع هذا التناقص في عدد اليهود إلى

[1] سعيد الحاجي، مرجع سبق ذكره، ص9.

[2] حاييم الزعفراني، ألف سنة من حياة اليهود بالمغرب، تر: أحمد شحلان و عبدالغني أبوالعزم، دار قرطبة، الدار البيضاء، 1987، ص09.

[3] أحمد الشحات هيكل، يهود المغرب تاريخهم وعلاقتهم بالحركة الصهيونية، مركز الدراسات الشرقية، القاهرة، 2007، ص17.

عمليات التهجير إلى الكيان الصهيوني (إسرائيل) بالدرجة الأولى ولغيرها من دول أوروبا وأمريكا الشمالية اللاتينية.

إذن يمكن أن نقول بأن يهود المغرب شكلوا الأقلية الدينية الإثنية غير المسلمة الوحيدة في المغرب وامتزجوا بساكنته المسلمة، العربية والأمازيغية. وقد كانوا يقطنون بمناطق متفرقة تكاد تشمل مجموع التراب المغربي. وكان عددهم يتجاوز عدد يهود الجزائر وتونس مجتمعين، بل كانوا يشكلون أهم جالية يهودية في العالم العربي برمته. وبالرغم من ضعف وزنهم الديموغرافي، إذ كان عددهم لا يتجاوز حوالي 3% فقط من مجموع ساكنة البلاد، فإنهم لعبوا، قبل مرحلة الاستعمار، أدوارا هامة على مستويات شتى[1]. ابتداء من النصف الأول من القرن العشرين ستفقد منطقة شمال إفريقيا جزءا من مكونات هويتها البشرية والثقافية العريقة من خلال عملية التهجير الواسعة التي سيعرفها يهود شمال إفريقيا نحو فلسطين[2].

أما إذا تحدثنا عن بداية العلاقات بين يهود المغرب، والحركة الصهيونية فنشير أن هذه العلاقة بدأت مبكرا حيث كانت هنالك خلايا صهيونية سرية قد تأسست بالفعل غداة مؤتمر «بال» (1897) في كل من مدينتي "الصويرة وتطوان" المغربيتين، وذلك بايعاز من عناصر كانت على اتصال بيهود أوربا الشرقية، أو كانت هي نفسها ذات أصول روسية، وكان أعضاؤها الأساسين من بين اليهود الذين كانوا يخلطون بكيفية لا شعورية أو عن قصد، بين البرنامج السياسي الذي جاء به "**تيودور هرتزل**" وبين الحركة المهدوية وكانوا يجدون في هذا البرنامج حلا بديلا للصعوبات الاقتصادية–الاجتماعية التي كانت جماعاتهم تجتازها[3].

يؤكد أحد أشهر المثقفين المغاربة اليهود "**حاييم الزعفراني**" أنه "بعد قيام دولة إسرائيل (1948) واستقلال المغرب (1956) بدأنا نشاهد تمزق الطائفة وهجرة الأغلبية الساحقة من أفرادها. وهكذا حكم بالاختفاء نهائيا، على مجتمع ظل مستقرا في البلد منذ ما يقرب من ألفي سنة، فأقام بمدنه الشهيرة وبالمناطق السهلية الفلاحية وهضاب الأطلس وتخوم الصحراء، ولم يبق الآن من بين 250000 نسمة

[1] محمد كنيب، يهود المغرب(1912–1948)، تر: إدريس بنسعيد، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الرباط، 1998، ص17.

[2] محمد الكوخي، مرجع سبق ذكره، ص26.

[3] محمد كنيب، المرجع الأسبق، ص100.

من السكان اليهود الذين كانوا يسكنون الملاح ويتساكنون كذلك. المسلمين في إحياء بعض المدن مع الأوربيين في الأحياء الجديدة بالمدن الكبيرة، في الوقت الحاضر، ما بين (1950–1960)، إلا أقل من 20000 نسمة، وقد تمركز أغلبهم في العاصمة الاقتصادية، الدار البيضاء، واختارت بعض المجموعات فرنسا وكندا وأمريكا اللاتينية موطنا هاجرت إليه واتجهت الأغلبية الساحقة إلى أرض الميعاد عن طواعية[1]، وهكذا عندما انتهى عهد الحماية الفرنسية في المغرب، لم يتبقى إلا عدد قليل من اليهود، لكنهم مازالوا يشكلون قوة خصوصا من خلال علاقتهم بالملكية، حيث يحتل الكثير منهم مراكز استشارية داخل القصر الملكي، كما يشتغل الكثير منهم في المجال الاقتصادي.

2.1 المقوم اللغوي: إن علاقة الهوية باللغة علاقة واضحة، ليس فقط من ناحية كون اللغة منتج هووي، ولكنها أيضا نتيجة تراكم دلالي ترتبط رموزه بالواقع اليومي للمجتمع المعني، إذا ليست اللغة أداة للتعبير فحسب، ولا وسيلة للتواصل، لكنها مسألة هوية بامتياز، ولهذا كان للمسألة اللغوية مكانة مهمة في المغرب.

1.2.1 اللغة العربية في المغرب: يؤلف المتحدثون بالعربية أمة مستقلة ذات معتقدات بينة متميزة، وذات ثقافة وحضارة ورقعة جغرافية واسعة، وتعد اللغة العربية مؤلفا رئيسا من مؤلفات الهوية العربية، لأنها توحد الناطقين بها اجتماعيا وسياسيا وثقافيا[2]. كان لهجرة العرب واستقرارها في كل من إفريقيا والمغرب دورا أساسيا في تثبيت الفتوح ونشر الإسلام واللغة العربية[3].

اهتم ولاة المغرب بعد دخول العرب، بنشر اللغة العربية والإسلام في صفوف البربر في المغرب، إذ كانوا يشكلون معظم سكانه، فقد رأى القادة المسلمون أنه إذا أريد نشر الإسلام بين صفوف البربر لابد من تعليمهم اللغة العربية؛ لأنها الوسيلة المهمة لتحقيق التفاهم بينهم وبين البربر فإن في وحدتها تزيل الخلافات والمشاكل التي كانت ستعوق التفاهم في حالة عدم معرفتهم العربية[4]، وهكذا استمرت اللغة

[1] حاييم الزعفراني، مرجع سبق ذكره، ص289.

[2] بسام بركة وأخرون، مرجع سبق ذكره، ص87.

[3] نور الهدى بوخالفة، استقرار العرب وإنشاء المدن والقرى في المغرب الوسيط، ورقة علمية في ملتقى " التغيرات الاجتماعية في البلدان المغاربية عبر العصور "، منشورات مخبر الدراسات التاريخية والفلسفية، جامعة قسنطينة، افريل 2001، ص52.

[4] عثمان عبد العزيز صالح المحمدي، أثر اللغة العربية في تعزيز الوحدة الوطنية بين أفراد المجتمع: المغرب والأندلس أنموذجا، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد 02، 2014، ص212.

العربية في هذه المنطقة تنمو وتتطور حتى دخلت فرنسا إلى المغرب، حيث نهج الاستعمار الفرنسي سياسة لغوية قائمة على أساس القضاء على اللغة العربية، ومحاربتها بكل وسائل التهميش والتحقير، وبالمقابل عمل جاهدا على ترسيم الفرنسية، وتشجيع تعلمها، وخاصة في أوساط الأعيان، وفي المدن الكبيرة. ولما كانت اللغة العربية لغة القرآن الكريم، ووسيلة لربط المغرب بالأمة العربية الإسلامية، وبتاريخها الثقافي والحضاري، فإن الفرنسيين تيقنوا أن العربية هي اللغة الوحيدة التي كانت تملك مكونات الوجود الحضاري القوي بوصفها من أهم مقومات الهوية الثقافية للمغرب، وبذلك تعمد الاستعمار إقصاء العربية عامة والفصحى بصفة خاصة، من كل المجالات الحيوية في المجتمع، كالإدارة والتعليم والإعلام والاقتصاد[1]، وهكذا ونتيجة لما ذكرنا نشأت الحركة الوطنية المغربية، وهي تحمل هذا الهم بمسألة اللغة العربية، حيث اعتبرت مسألة الدفاع عنها واجبا وطنيا لا ينفصل عن مهمة مواجهة الاستعمار، وبعد هذه المعركة الطويلة مع الاستعمار تحقق الاستقلال العسكري، وبدأت دولة ما بعد الاستقلال تبحث عن استقلال ثقافي ولغوي، من خلال التركيز على بناء مدرسة قائمة على مجموعة مسلمات منها اعتبار اللغة العربية اللغة الرسمية الوحيدة في المدارس، متجاهلة مسألة التعدد اللغوي في المغرب، حيث نجد إلى جانب اللغة العربية كل من الأمازيغية والفرنسية، إضافة إلى الأسبانية، دون الحديث عن الدارجة المغربية بمختلف تفرعاتها.

يشير "**محمد الكوخي**" إلى أن الحركات الوطنية في المنطقة المغاربية ركزت في صراعها مع الاستعمار على رفع شعارات العروبة والتعريب مع التشديد على تلاحمها مع الدين الإسلامي وأن العروبة والإسلام يعنيان الشيء نفسه، وذلك كرد فعل معاكس لسياسات التنصير التي كانت ترعاها السلطات الفرنسية في بعض المناطق الجبلية وفي بعض البوادي، إضافة إلى وعي تلك الحركات بأهمية المكون الديني في وعي الناس بهويتهم ومحاولتها استثماره كأحد أدوات التحريض ضد المستعمر الذي يوصف بكونه «كافر» تجب محاربته[2]. وهذا الأمر انعكس سلبا في الفترة التي تلت الاستقلال في شمال إفريقيا، حيث واصلت الدولة تبني ذات السياسة متناسية اختلاف المعطيات التاريخية والديموغرافية والثقافية بشكل كبير عن بقية المناطق الأخرى فيما يسمى بالوطن العربي.

[1] إلياس بلكا، محمد حراز، إشكالية الهوية والتعدد اللغوي في المغرب العربي: المغرب نموذجا، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2014، ص49.

[2] محمد الكوخي، مرجع سبق ذكره، ص35.

كما عرف المجال الثقافي واللغوي في المغرب اهتماما متزايدا بمسألة إعادة الاعتبار إلى العامية المغربية، والدعوة إلى توظيفها في مختلف المجالات، إلى جانب العربية الفصحى، ونشير هنا إلى أن الدارجة المغربية، استقرت بشكل متناسق ومتكامل في حياة المجتمع المغربي، ويعتبرها البعض محاصرة للعربية الفصحى، ومؤامرة بدأها الاستعمار الفرنسي الذي اعتمد سياسة لغوية تعتمد على إحياء اللهجات العامية، في الجزائر والمغرب وتونس. إن اللهجة المغربية في نظر دعاة العامية ليست صيغة منحرفة عن العربية الفصحى، كغيرها من اللهجات العربية، وإنما تقوم على نسق خاص يجعل منها لغة مستقلة، شأنها في ذلك شأن اللغات الأوروبية التي استقلت عن اللاتينية. لكن الحقيقة أن العامية المغربية ليست واحدة، بل تتوزع إلى مجموعة من اللهجات أشهرها اللهجة الحسانية في الجنوب المغربي، وهي متميزة عن لهجات الشمال والوسط والشرق والغرب[1].

2.2.1 اللغة الأمازيغية في المغرب: تمثل الأمازيغية لغة السكان الأوائل للمغرب، وقد ظلت لغة شفوية في الغالب وحاملة لموروث ثقافي مهم، امتزج بعديد الحضارات التي تعاقبت على منطقة شمال إفريقيا برمتها، وهي تشكل أحد مكونات الهوية للمغرب وشمال إفريقيا. أما العربية فقد حلت بالمغرب وشمال إفريقيا وفرضت نفسها رأسمالا لغويا (بتعبير بورديو) صنعت به حضارة وصلت بقوتها وإشعاعها الضفة الشمالية للبحر الأبيض المتوسط[2]. إن انبثاق الأمازيغية كمسألة مجتمعية في المغرب يعود إلى بداية القرن الماضي. إذ يعد إعلان ما عُرف بالظهير البربري بتاريخ (16 ماي 1930) من طرف سلطات الحماية الفرنسية، وما تبعه من حركة احتجاجية، بداية حقيقية للحركة الوطنية المغربية لقد تضمن هذا المرسوم إنشاء محاكم عرفية واعترافا بالقيادات المحلية الممثلة في الأعيان والقياد ورؤساء القبائل في المناطق المعروفة «بالتقاليد البربرية» وقد كان علماء جامعة القرويين في فاس أول من ندد بهذا القانون الذي اعتبر وضعه زرعا للفتنة بين أبناء الشعب المغربي المسلم[3].

ويرجع هذا إلى أن الحركة الوطنية المغربية كانت ترى أن الأمازيغية هي مكون استوعبته العروبة والإسلام، وهي نفس النظرة التي بقيت في الفترة التي تلت الاستقلال مع أحزاب مثل حزب الاستقلال بقيادة "**علال الفاسي**" والاتحاد الوطني للقوى الشعبية بقيادة "مهدي بن بركة" حيث تبنت هذه التيارات

[1] إلياس بلكا، محمد حراز، مرجع سبق ذكره، ص72.

[2] مصطفى بوعناني، السياسة اللغوية في المغرب: بين المرجعية الدستورية واقتضاءات التعدد اللساني والثقافي، مجلة الصوتيات، المجلد 14، العدد 03، 2018، ص664.

[3] ناصر جابي، مرجع سبق ذكره، ص27.

نفس الشعارات التي تبنتها الدولة المغربية من خلال اعتبار اللغة العربية والدين الإسلامي والتاريخ المشترك هي المقومات التي تجمع المغاربة.

ولهذا لم يكن من السهل إعادة إثارة موضوع الهوية من طرف الفاعلين الثقافيين في المغرب أمر هين، ويمكن اعتبار حزب الحركة الشعبية، أخذ فرادته وأصالته في الدفاع عن الأمازيغية، حيث أشار "**جون واتربوري**" إلى أن حزب الحركة الشعبية جعل من الهوية عقيدة ملازمة له، وقدم كدليل له على ذلك مطالبته بوضع برامج التعليم اللهجات البربرية للمحافظة على وحدة البلاد[1]. وطوال فترة السبعينات والثمانينات ظهرت عدة إرهاصات، المتمثلة في جمعيات من أجل المطالب الثقافية الأمازيغية. وهو الجهد الذي أثمر بعد عشر سنوات على هامش أشغال اللقاء الرابع لجمعية «الجامعة الصيفية لأكادير» في أوت (1991) بتوقيع ميثاق من أجل الدفاع عن الثقافة الأمازيغية، والمشهور بـ «ميثاق أكادير للغة والثقافة الأمازيغتين». من طرف ممثلي ست جمعيات أمازيغية، هذا البيان يؤكد على ضرورة تثمين الأمازيغية والاعتراف بها كمكون أساسي للهوية الوطنية، ويندد بالتهميش الذي تتعرض له الثقافة الأمازيغية، كما يطرح تصورا يتضمن شروط «سياسة لغوية وثقافية ديمقراطية» قائمة على أساس الاعتراف بالحقوق اللغوية والثقافية المشروعة لكافة مكونات الشعب المغربي.....وأمام تكثيف التعبئة الأمازيغية، أعلن الملك "الحسن الثاني" في خطاب (20 أوت 1994)، عن نيته في إدماج «اللهجات الأمازيغية» في المنظومة التعليمية. وستشرع التلفزة الوطنية بداية من (1995) في بث نشرات الأخبار باللغات الأمازيغية ضمن جريدتها اليومية.[2] إن أهمية هذا الميثاق تتمثل في أنه تجاوز مسألة التعريف بالمطالب الثقافية واللغوية، وانتقل إلى مرحلة الضغط المباشر على السلطة، ليصل في ما بعد إلى ترسيم اللغة الأمازيغية كلغة رسمية. هذا وتجدر الإشارة إلى أن الأمازيغية، قبل أن تصل إلى مرحلة دسترتها مرت بمجموعة من المحطات الأساسية التي أقرت بمكانتها في تعزيز الهوية الوطنية الغنية بتنوع روافدها، ويمكن إجمال هذه المحطات في التالي:

– **المحطة الأولى:** تتمثل في خطاب **أجادير** لـ 17 أكتوبر (2001)(نسبة إلى اسم البلدة التي ألقي منها وسط المغرب)، هذا الخطاب الملكي كان بمثابة خطاب توجيهي ومفصلي أشار فيه العاهل المغربي إلى أهمية إنصاف المكون الأمازيغي، حيث اعتبر الملك في هذا الخطاب أن الأمازيغية تشكل مكونا أساسيا

[1] محمد بليلض، مرجع سبق ذكره، ص258.

[2] ناصر جابي، مرجع سبق ذكره ، ص31.

من مكونات الثقافة المغربية، وملكا لجميع المغاربة ، وأن النهوض بها مسؤولية جماعية ووطنية، كما قال الملك في هذا الخطاب، أن هناك رهانات ما تزال مطروحة لكي تنتعش الأمازيغية، مبرزا أنه بدون تنمية اقتصادية مستدامة في الأوساط الناطقة بالأمازيغية.

-**المحطة الثانية:** تتمثل في إصدار الظهير "المرسوم" المتعلق بإحداث "المعهد الملكي للثقافة الأمازيغية" بالعاصمة الرباط، هذه المؤسسة أنيطت بها مهمة الحفاظ على الأمازيغية والنهوض بها وتعزيز مكانتها في المجال التربوي والاجتماعي والثقافي والإعلامي الوطني، وهي الخطوة التي أبانت عن إرادة ملكية سامية في الدفع باللغة الأمازيغية إلى الرسمية، واعترافا تاريخيا بالطابع التعددي لهويتنا المغربية، القائمة على روافد متنوعة أمازيغية وعربية وصحراوية إفريقية وأندلسية، والتي ساهمت كلها، وبانفتاح وتفاعل مع ثقافات وحضارات متنوعة، في إغناء الهوية المغربية.

-**المحطة الثالثة:** تتمثل في دستور (2011) الذي جاء ليرقى باللغة الأمازيغية إلى لغة رسمية في الدولة إلى جانب اللغة العربية، حيث نصت المادة الخامسة على ما يلي: " تُعد الأمازيغية أيضا لغة رسمية للدولة، باعتبارها رصيدا مشتركا لجميع المغاربة بدون استثناء، يحدد قانون تنظيمي مراحل تفعيل الطابع الرسمي للأمازيغية، وكيفيات إدماجها في مجال التعليم، وفي مجالات الحياة العامة ذات الأولوية، وذلك لكي تتمكن من القيام مستقبلا بوظيفتها، بصفتها لغة رسمية". هذا الأمر شكل في الواقع، نقلة نوعية في إعادة الاعتبار للأمازيغية لغة وثقافة وهوية، باعتبارها مكونا أساسيا من مكونات الهوية الجمعية للمغاربة. وبدخول دستور (2011) حيز النفاذ، تكون اللغة الأمازيغية على المستوى القانوني لغة رسمية للمغرب مثلها مثل اللغة العربية، وفق ما جاء في مقتضيات المادة الخامسة.

ومن أجل تفعيل الطابع الرسمي للأمازيغية وكيفيات إدماجها في مجال التعليم وفي مجالات الحياة العامة ذات الأولوية، أحال الدستور على القانون التنظيمي. والمعروف في أدبيات القانون الدستوري، أن القانون التنظيمي، هو القانون الذي يفصل ويكمل نصوص الدستور؛ فالدستور يأتي بمبادئ عامة وعناوين كبرى، ويترك أمر التدقيق والتوضيح للقانون التنظيمي، وهو الأمر الذي تجسد في مشروع القانون التنظيمي الذي يحمل رقم 16–26 والمتعلق بتحديد مراحل تفعيل الطابع الرسمي للأمازيغية وكيفيات إدماجها في مجال التعليم وفي مجالات الحياة العامة ذات الأولوية، بهدف قيامها مستقبلا بوظيفتها بصفتها لغة رسمية[1].

[1] وجيه كوثراني وأخرون، مرجع سبق ذكره، ص97– 98.

3.2.1 اللغتين الفرنسية والإسبانية في المغرب: استعمرت فرنسا المغرب فترة تقارب عن نصف قرن، فأحدثت في البلد تغيرات هائلة على جميع المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وكان من أهم أولويات الاستعمار وضع تعليم عصري، نخبوي، عماده الفرنسية؛ بوصفها لغة دراسة وتدريس. يقول المستشرق الفرنسي "**جوذفروا ديموبين**" أنه يجب أن تسخر كل الوسائل لمقاومة زحف العربية والإسلام وإنه لمن الخطورة فعلا أن نترك قيام كتلة ملتحمة من الأهالي ذات لغة ومؤسسات واحدة [1]. اقترن حضور اللغتين الفرنسية والإسبانية داخل المغرب بفعل تواجد استعماري فرنسي إسباني موزعين مناطق مختلفة من المغرب وشمال إفريقيا، غير أن اللغة الفرنسية استطاعت أن تضمن لنفسها، وفق توجه "فرونكفوني" إيديولوجي ممنهج، حضوره قوي في شرايين الحياة الاقتصادية المغربية، وفي تداولاته الإدارية والإعلامية حتى بعد الاستقلال... يبدو أن "السوق اللغوية" التي تحدث عنها "**بورديو**" والمتحكمة في أسعار المنتوجات اللغوية تجعل اليوم من اللغة الفرنسية "رأسمالا لغوية" بقيمة خاصة في السياق المغربي[2]. مثلما حدث في الجزائر ظهرت نخب مغربية فرنكفونية، وأخرى تنادي بضرورة اعتبار الفرنسية جزء من الهوية المغربية، وكمثال على هذا ينادي "**عبد الكبير الخطيبي**" بازدواجية لغوية جذرية وكاملة بين اللغتين العربية والفرنسية، وإن كان يعترف بأن هذا "حلم أحمق" لكن الواقع أن جزءا من النخبة المغربية تحمل بداخلها هذا الحلم، وإن كانت لا تصرح به في الأكثر. وفي هذا السياق يدعو "**فؤاد العروسي**" مثلا، إلى اعتبار الفرنسية لغة مغاربية، وثقافتها جزءاً من الثقافة الوطنية، ويحتج لذلك بأن الهوية صيرورة تتغير على الدوام، فيمكن أن تندمج فيها مكونات جديدة، ويرى أن العربية دخلت على المنطقة ولم تكن لغتها الأولى، فما المانع من إدخال الفرنسية أيضاً؟[3].

أما بالنسبة للغة الإسبانية، تعود صلة المغرب باللغة الإسبانية إلى الوجود العربي بالأندلس، لمّا كانت اللغة الإسبانية قيد التشكل والتطور، لكن تسرُّبها إلى الفضاء المغربي بدأ رسميا بعد طرد اليهود من الأندلس، إثر سقوط غرناطة سنة (1492)، ثم بتوافد الموريسكيين الذين هُجّروا منها على مراحل، ونشأ عن ذلك تداول لكلمات وعبارات وتقاليد أندلسية ممتزجة باللغة الإسبانية[4].

---

[1] إلياس بلكا، محمد حراز، مرجع سبق ذكره، ص79.

[2] مصطفى بوعناني، مرجع سبق ذكره، ص664.

[3] إلياس بلكا، محمد حراز، المرجع الأسبق، ص84.

[4] مزوار الإدريسي، احتضار الإسبانية في المغرب، العربي الجديد، نشر 2018/11/07، روجع بتاريخ 2022/06/12، متاح على https://cutt.us/JfWwE

لكن وجب الإشارة إلى معاناة اللغة الإسبانية حيث نجد في حالة المغرب، المقارنة بين لغتين الإسبانية والفرنسية تقدم لنا صورة عن هذه التسهيلات الممنوحة الفرنسية في مواجهة الاسبانية، وهذا ليس دفاعا عن لغة معينة ضد الأخرى، الأمر لا يتعدى مبدأ المقارنة. فرنسا تحولت إلى وجهة رئيسية لطلبة الجامعات المغربية ومنذ عقود... في الوقت ذاته فتحت الفرنسية للكثير من المغاربة آفاق العمل الثقافي والفني والسياسي، وأسماء بارزة في هذا المجال، سواء من الكتاب أو سياسيين وصلوا إلى مناصب وزارية. في المقابل، نجد العكس في حالة إسبانيا. رغم القرب الجغرافي والعلاقات التاريخية، نسبة عدد الطلبة المغاربة يتراجع من سنة إلى أخرى في الجامعات الإسبانية[1] لفت موقع «elespañol.com»، الانتباه إلى تراجع حضور اللغة الإسبانية والإقبال على تعلمها في المغرب، إذ أورد الموقع أن "جامعة محمد الخامس" أغلقت هذه السنة شعبة الإسبانية فيها، نتيجة النقص المهول في عدد الطلبة الراغبين في دراستها[2].

3.1 المقوم التاريخي أو الهامش في الهوية الثقافية المغربية.

يقتضي الوعي بالذات وعيا استلزاميا بالتاريخ، لأن الإنسان فردا وجماعة هو نتاج لماضيه، فهو كينونة تاريخية، استمرت بإيجابياتها وسلبياها في الحاضر، وستمتد وفقا للكيفية نفسها إلى المستقبل، وهو ما يعني أن العودة إلى الأصول للوعي بالذات إحقاقا لمفاهيم الهوية الصحيحة ضرورة ملحة، وذلك لأن الهوية لطالما ظلت تشكل باستمرار عمقها التاريخي... خاصة في الفترات الاستعمارية، حين توحدت المشاعر وأصبحت الأخطار المحدقة مصدرا لتعميمات طالت الشعب المغاربي ككل[3]. لن نعيد تكرار ما ذكرناه في التاريخ القديم لشمال إفريقيا، لكن عموما يشير "**عبد الله العروي**" أن الجامعة الأوروبية منذ القرن السابع عشر تقسم التاريخ العام إلى "قديم" ينتهي بالفتوحات الجرمانية، و"وسيط" تحده النهضة، و"حديث معاصر". ولكي ينطبق هذا التقسيم على التاريخ المغربي لا بد من تعديل صغير أو كبير. حيث

[1] حسين مجدوبي، عندما تصبح اللغة الإسبانية عنوانا لآفاق الفشل، القدس العربي، نشر بتاريخ 2016/03/07، روجع بتاريخ 2022/06/12، متاح على https://cutt.us/GrdVQ

[2] مزوار الإدريسي، المرجع الأسبق، متاح على https://cutt.us/JfWwE.

[3] عبدالله بن صفية، مرجعيات النص التعليمي المغاربي: المشترَك وسؤال الهوية، مجلة المقرى للدراسات اللغوية النظرية و التطبيقية، المجلد 02، العدد02، 2019، ص282 .

يضع المؤلفون المغربيون الفتح الإسلامي موضع الغزو الجرماني في أوروبا. أما مقابل عهد النهضة، فمنهم من يضع الفتح العثماني، ومنهم من يضع الغزو الفرنسي القرن التاسع عشر[1].

سنحاول أن نأخذ نظرة عامة عن تاريخ المغرب المعاصر، حيث ورغم أهمية التاريخ كعنصر مهم في الهوية الثقافية المغربية إلا أن هناك نوع من الإهمال المقصود لهذا العنصر. إن كتابة تاريخ المغرب كانت ولا تزال تتم تحت رعاية السلطة السياسية القائمة، إن لم نقل بإيعاز وتشجيع منها، مع بعض الاستثناءات. بسبب ارتباط الكتابة التاريخية بالسلطان السياسي كان من الطبيعي أن تخدم إيديولوجية السلطة القائمة وتحاول من خلالها التعبير عن أفكارها وتوجهاتها السياسية والمذهبية، فكان لابد للتاريخ السياسي أن يخدم الاتجاه الإيديولوجي والسياسي العام الذي تسير فيه الدولة وهذا الأمر قامت عليه مختلف دول العالم العربي[2].

سعت المؤسسة الملكية إلى تحجيم الدور التاريخي للحركة الوطنية والمقاومة المغربية خصوصا مع الدور الذي اطلع به جيش تحرير المغربي بالجنوب والمكانة التي حققها في الصحراء، والذي زاد توجس القصر والطبقة التقليدية منه. وخاصة مع التقارب الذي حصل بين قيادته وبين القيادة اليسارية الراديكالية في حزب الاستقلال ممثلة في "**المهدي بن بركة**" و"**عبد الرحمن اليوسفي**" و"**الفقيه البصري**"، لاسيما بعد بداية الانشقاق داخل حزب الاستقلال واقتراب "**مهدي بن بركة**" في القاهرة من الأمير الخطابي. لم يدخر الحسن الثاني أي جهد للقضاء على جيش التحرير... حيث عمد بداية إلى زعزعة ثقة الشعب المغربي في جيش التحرير، عبر بث الأخبار المزيفة عن تعرضه للهزائم، كما في معركة "تالوين" ثم تحول إلى القيام بمؤامرة داخل صفوفه عن طريق بعض قيادات هذا الجيش[3]، وهكذا تم إهمال هذا التاريخ في الفترة التي تلت الاستقلال، بحيث تم توجيه الجهد التاريخي في بحث فترات معينة دون غيرها، وفق ما يخدم مصالح نظام الحكم، خصوصا أن هذا الأخير لا يستمد شرعيته أساسا من "الشرعية التاريخية" بل من "الشرعية الدينية"، باعتبار الملك "أمير للمؤمنين" وهو منصب يجمع البعدين السياسي والديني.

---

[1] عبد الله العروي، مرجع سبق ذكره، ص36.

[2] الداودي الصادقي، الكتابة التاريخية بالمغرب–من تاريخ سياسي إلى تاريخ هامشي، مجلة مدارات تاريخية، المجلد 01، العدد02، 2019، ص317.

[3] قادة دين، جيش تحرير المغرب العربي في المغرب، ظروف التأسيس والدور والمصير 1947– 1960م، مجلة عصور الجديدة، المجلد12، العدد01، 2022، ص 421.

2.أبعاد الهوية الثقافية المغربية: لا شك أننا ذكرنا أهم مقومات الهوية الثقافية المغربية، إلا أن هناك أبعاد أخرى ليست أقل أهمية ذكرها المشرع الدستوري كما أسلفنا الذكر وهي: العربية والإسلام، والأمازيغية، والصحراوية الحسانية، إضافة للروافد الإفريقية والأندلسية والعبرية والمتوسطية"، حيث ذكرنا فيما سبق أغلب المقومات السابقة، تتبقى بعض الروافد ذات الارتباط بالمعطى الجغرافي، نذكرها على عجل وتتمثل في:

1.2 البعد المغاربي في الهوية الثقافية المغربية: إن منطقة المغرب الكبير (العربي) تمثل امتدادا جغرافيا موحدا، وكيانا يشترك سكانه في وحدة الجنس واللغة والدين والتاريخ المشترك، وقد دمجت لعقود في إطار الأمة الإسلامية، وعرفت في العهد الوسيط تجارب وحدة زاخرة، وإثر انهيار دولة الموحدين برزت كيانات مستقلة تخضع لنفوذ الأسر الحاكمة، وشكل دخول العثمانيين للمغرب العربي، واختراق الأيبيريين لسيادة المغرب الأقصى تحولات كبرى تمثلت في بروز مفاهيم سياسية جديدة لكيان المغرب العربي... كما تدعمت الروابط السياسية والثقافية والاجتماعية خاصة بفضل التصوف والزوايا والتضامن السياسي أحيانا[1]. كما كانت خطب الملك الراحل الحسن الثاني، تتحدث عن انتماء المغرب إلى «المغرب العربي والدعوة إلى هوية المجال المغاربي في حين تبرز خطب الملك محمد السادس فكرة الانتماء إلى «الأمة الإسلامية» و«المجتمع الإسلامي» ثم «الجذور الإفريقية»[2].

2.2 البعد الاندلسي في الهوية الثقافية المغربية: بعد سقوط غرناطة آخر المعاقل الإسلامية في الأندلس سنة (1492)، ودخول المسيحيين الإسبان إليها، اضطر أغلبية المسلمين هناك إلى الرحيل نحو شمال افريقيا حيث توزعوا على جميع مناطق شمال إفريقيا في المغرب والجزائر وتونس وليبيا، لكن الأغلبية الكبيرة منهم استقرت في المغرب بالخصوص، لأن المغرب ومنذ زمن طويل عرف استقرار جماعات متتالية من المهاجرين الأندلسيين منذ أوائل القرن 9 ميلادي. وقد تدفقت الهجرات المتتالية

[1] عبد الله مقلاتي، مرجع سبق ذكره، ص14.

[2] علي موريف، إشكالية الهوية وامتداداتها التربوية تحليل بعض مضامين الخطابين السياسي والتاريخي المدرسيين، مجلة دراسات محكمة، مركز تكامل للدراسات والأبحاث، جانفي2022، ص4.

للأندلسيين على شمال المهاجرين إفريقيا في عدة دفعات حيث كان يعقب سقوط كل مدينة أو منطقة في أيدي ين بشمال المسيحيين هجرة أهلها المسلمين إلى المناطق الجنوبية وبعضهم نحو شمال إفريقيا التي كانت تستقبل هؤلاء المهاجرين[1]. وفي هذا السياق ينقد الكثيرون التعامل مع هذا الموروث؛ لأنه يعامل كأرشيف، أو كذاكرة يعودون إليها في أوقات الأزمات، فيقولون إن هناك أندلسا أولى وثانية وثالثة؛ وبالتالي فإن لنا هوية أندلسية، أو يكتفون بأن يقولوا إن لدينا الطرب الأندلسي والعمارة الأندلسية وشيء من الطبخ الأندلسي؛ وبالتالي فإن لدينا هوية أندلسية[2]. ولهذا أصبح المكون الأندلسي من أهم مكونات وروافد الهوية المغربية، ورغم أن البعض يتعامل مع هذا المكون الأندلسي بوصفه أرشيفا أو فلكلور.

3.2 البعد الإفريقي في الهوية الثقافية المغربية: تتميز الروابط بين المغرب وإفريقيا بتعددها وتنوعها، فإلى جانب الانتماء الجغرافي والمصالح الاقتصادية والسياسية، تستند العلاقات المغربية الإفريقية أيضا إلى ميراث ديني عميق يشكل البعد الروحي اكبر وأهم خصائصه. فقد ارتبط المغرب وإفريقيا عبر التاريخ بعلاقات روحية ودينية كان لها دور كبير في حدوث تراكم وتفاعل حضاري بينهما، حيث قام المغرب بأدوار بالغة الأهمية في توطيد الصلات الروحية والثقافية بين شعوب ضفتي الصحراء، وساهم في وضع لبنات الثقافة الإفريقية وإقامة صرحها من خلال توافد الطرق الصوفية من مركزه الثقافية على بلاد إفريقيا جنوب الصحراء، بل إن هذه الزوايا شكلت في حد ذاتها إحدى مظاهر وتجليات الروابط والصلات الثقافية التي جمعت بين الطرفين[3]. لم تكن الصحراء في يوم من الأيام حاجزا أمام الاتصال الثقافي بين شمال إفريقيا ومنطقة جنوب الصحراء، حيث ظل الاتصال التجاري والسياسي التوسع العسكري للدول القائم طوال فترة زمنية طويلة منذ ذكرت كتب التاريخ عالم الصحراء لأول مرة، يلعب دورا حاسما في تقوية علاقات التفاعل الثقافي بين المناطق المجاورة للصحراء شمالها وجنوبها، ولعل أبرز مثال تاريخي على ذلك هو الطريقة التي انتشر بها الدين الإسلامي في جميع أرجاء الصحراء[4].

---

[1] محمد الكوخي، مرجع سبق ذكره، ص228.

[2] كمال بحو، محمد البالي، تقرير مفصل حول الجلسة الأولى من المؤتمر السنوي السادس لمركز الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية (تجاذبات الهوية، الدلالات والتحديات: الهوية المغربية نموذجا)، 2017، ص8.

[3] قاسم الحادك، البعد الروحي في العلاقات المغربية الإفريقية: السياق والرهانات، مدارات سياسية، المجلد 02، العدد01، 2018، ص222.

[4] محمد الكوخي، المرجع الأسبق، ص240.

4.2 البعد المتوسطي في الهوية الثقافية المغربية: يعتبر البعد المتوسطي أحد روافد الهوية المغربية كما يؤكد ذلك دستور (2011)، تطل المغرب على البحر الأبيض المتوسط رفقة مجموعة من الدول القارية يصل عددها إلى 18 دولة ودولتين جزيرتين... ولقد جعل الموقع الجغرافي للمتوسط ذي الامتداد الطبيعي الأفقي منه فاصلا بين العديد من العوالم في نفس الوقت، فهو يفصل بين إفريقيا وأوربا، وبين العالمين الإسلامي والغربي، وبين المستعمر والمستعمر... وبين الشمال والجنوب على ما تحمله العبارات من دلالات رمزية ترمي إلى أبعد ما يمكن فهمه بمجرد مقاربة جغرافية طبيعية لما تخفيه من كناية التعبير عن التقدم والتخلف هذا التقارب والتواصل الجغرافي جعل من المنطقة منطقة إشعاع حضاري كبير وهذا التاريخ البشري الطويل. فإن سهولة الاتصال بالإضافة إلى مساحتها الصغيرة جعل من سكان هذه المنطقة تعيش في تواصل واحتكاك مستمر مما أنتج لنا أعظم حضارات البشرية والتي كانت تأتينا دائما من على ضفاف هذا البحر[1]. وهكذا أصبح البعد المتوسطي أحد روافد الهوية المغاربية عموما، والمغربية بالخصوص بحكم إنتماء المغرب لهذا الفضاء الذي شهد على مر العصور العديد من الحضارات وتبادلت شعوبه الكثير من التأثيرات الثقافية.

المطلب الثالث: إشكالات الهوية الثقافية في المغرب.

1. الإشكالات اللغوية في المغرب.

1.1 مسألة التعريب وإنعكاستها السلبية: لقد نهج الاستعمار الفرنسي سياسة لغوية قائمة على أساس القضاء على اللغة العربية، ومحاربتها بكل وسائل التهميش والتحقير، وبالمقابل، عمل جاهدا على ترسيم الفرنسية، وتشجيع تعلمها، وخاصة في أوساط الأعيان، وفي المدن الكبيرة ولما كانت اللغة العربية لغة القرآن الكريم، ووسيلة لربط المغرب بالأمة العربية الإسلامية، وبتاريخها الثقافي والحضاري، فإن الفرنسيين تيقنوا أن العربية هي اللغة الوحيدة التي كانت تملك مكونات الوجود الحضاري القوي بوصفها

[1] إيمان مختاري، حوض المتوسط بين الأهمية الجيوسياسية وتعدد المخاطر، دفاتر المتوسط، المجلد 03، العدد 02، 2016، ص273.

من أهم مقومات الهوية الثقافية للمغرب، وبذلك تعمد الاستعمار إقصاء العربية عامة، والفصحى بصفة خاصة[1]، وكان من الطبيعي أن تظهر نخبة مغربية تنبري للدفاع عن اللغة العربية.

وهكذا قامت الحركة الوطنية في المغرب على أسس في مقدمتها، استعادة اللغة العربية لمكانتها والحفاظ على الشخصية العربية، وفي ظل الحماية الفرنسية لم تتراجع جامعة القرويين في "فاس" عن القيام بالدور التاريخي الذي اضطلعت به طوال أحد عشر قرنا، وكان الحفاظ على اللغة العربية لغة علم وإدارة وحياة في مقدمة مهامها. ورغم ذلك فرضت الإدارة الاستعمارية الفرنسية لغتها الأجنبية في شتى مجالات التعليم والإدارة والمعاملات الاقتصادية والتجارية لدرجة أن اللغة العربية بدأت تتراجع تدريجيا عن سيادتها الثقافية في البلاد، بخاصة بعد فشل حرب التحرير التي شنها "**محمد عبد الكريم الخطابي**" في الريف ما بين عامي (1921) و (1925)[2]. واستمرت الحركة الوطنية بالمغرب في خطة تعريب التعليم بطرق عملية تمثلت في إنشاء المدارس الوطنية المعربة في شتى أنحاء الدولة طيلة الربع الثاني من القرن العشرين مما جعل سلطات الحماية مضطرة إلى الاعتراف به وإن كانت لم توظف خريجيه في أجهزتها الادارية. هذا التعليم المعرب في زمن الحماية أسهم في إرسال كثير من أبناء المغرب إلى جامعات مصر وسوريا والعراق. وعاد هؤلاء ليكونوا جزءاً هاما من أطر التعليم الثانوي والجامعي ومستويات الإدارة الحكومية المختلفة[3].

وهكذا استمر هاجس التعريب حتى قبل خروج الاستعمار، حيث بدأ مشروع التعريب سنة 1950 بفتح مدرسة في الرباط أهلت طلابها لاجتياز امتحان الباكالوريا سنة (1955)، رغم أن سلطة الاحتلال لم تعترف بالشهادة المعربة وعلى الرغم من المشروع التعريبي المبكر إلا أن التعليم المجزأ الذي خلفه الاستعمار وذلك بإتباعه نظما تعليمية تختلف من فئة اجتماعية إلى أخرى ومن منطقة إلى أخرى غرضه تمزيق الوحدة الثقافية للشعب المغربي، فرض هذا على الدولة أن تضع في الاعتبار مسألة توحيد التعليم المجزأ بين تقليدي قرأني وحر، عصري والتعليم الفرنسي المخصص للجالية و أبناء الأعيان ثم الشروع في عملية التعريب[4]. بعدها صدر قرار الحكومة بتعريب التعليم الابتدائي أكتوبر(1967)، ويقضي بتدريس

[1] إلياس بلكا، محمد حراز، مرجع سبق ذكره، ص49.

[2] نازلي معوض احمد، التعريب والقومية العربية في المغرب العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986، ص82.

[3] المرجع نفسه، ص83.

[4] شادية شقروش، حركة التعريب في المغرب بين الواقع والآفاق في ظل العولمة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد01، العدد02، 2007، ص132.

جميع المواد التعليمية بها بما فيها الرياضيات باللغة العربية والإبقاء على اللغة الفرنسية كلغة ثانية[1]. ليأتي الدور فيما بعد على الإدارة المغربية لتستمر مسيرة التعريب، غير أن هذا المشروع نجح في أشياء وتعثر في أخرى؛ حيث انساقت المملكة المغربية، في حماسة لم تتسم بعقلانية وواقعية ضمن مشروع وطني مستعجل قائم على أساس التعريب والمغربة ومواكبة العصر، فكان تعريباً غير منسق بين أجزائه، وغير منسجم بين مراحل التعليم، فمثلا عربت المرحلة الابتدائية من دون التفكير في مصير الحاصلين باللغة العربية على الشهادة الابتدائية، وخاصة أن المرحلتين: الإعدادية والثانوية ظلتا، مفرنستين، وهذا ما تسبب في نكسة وإحباط للمتعلمين وتشويش على قدرات اللغة العربية لدى بعض الناس المترددين[2].

ويمكن تلخيص أبرز معوقات سياسة التعريب في المغرب في مجموعة من التحديات وهي:

- **المعوقات النفسية والاجتماعية:** حيث تتجلى الظاهرة الأولى في الفئة الاجتماعية المغربية ذات الارتباطات النفسية والمصلحية مع استمرارية مظاهر الفرنسة في مجالات الفكر والحياة والاقتصاد في المجتمع المغربي. وتبرز الظاهرة الثانية في الوجود اللغوي والاجتماعي الحضاري المتميز لشريحة واسعة من سكان المغرب من ذوي الأصول الأمازيغية، وإن كان هذا الوجود، ليس مشكلة بذاته، بل إن المشكلة تكمن في استغلاله ضد العربية.
- **المعوقات الفكرية والثقافية:** وهي تتمثل بالتيار التغريبي عند كثير من الأدباء والمتعلمين والمثقفين الذين يصرون، مبدئياً، على رفض كل عمليات التعريب متهمين اللغة العربية الفصحى بالتحجر والجمود، وخاصة بعد أن حظوا بدعم من قادة الرأي والنهضة الثقافية، وبذلك فقد عملوا على تحويل جوهر القضية من الدفاع عن اللغة الأم إلى قضايا هامشية وصراعات مفتعلة.
- **المعوقات السياسية الخارجية:** وهي متعلقة بضغوطات أجنبية صادرة من الدوائر العلمية والثقافية والسياسية في فرنسا، صاحبة المصلحة الأولى في إجهاض جهود التعريب وإفشالها في كل بلدان المغرب العربي[3].

إضافة إلى هذا تسببت سياسة التعريب الغير مدروسة بإثارة شعور بالعداء والاستهداف لدى الناطقين بالأمازيغية، حيث لم يرضى أولائك بتلك النبرة التحقيرية التي يجري بها الكلام عن المكون الأمازيغي

[1] نازلي معوض احمد، المرجع الأسبق ، ص113.

[2] إلياس بلكا، محمد حراز، مرجع سبق ذكره، ص52.

[3] المرجع نفسه، ص54.

وخاصة اللغوي والثقافي في هوية سكان شمال إفريقيا، خصوصا من دعاة القومية العربية في المنطقة، حتى يتمكن مفهومهم عن الهوية العربية من الهيمنة على بقية مكوناتها الأخرى[1].

2.1 اللغة والثقافة الأمازيغية ومعركة إثبات الوجود: بدأت إشكالات اللغة والثقافة الأمازيغية، عندما حاول الفرنسيون من خلال الدراسات والمعلومات والتي جمعوها على سكان المغرب الأقصى، رسم صورة بأنه مقسم إلى كتلتين بشريتين متمايزتين العرب والبربر "ولذا علقت فرنسا آمالها على القبائل البربرية لدعم وجودها لاسيما حينما رأت أن أكبر خطر يهددها في المنطقة هو خطر انتشار حركة التكتل الإسلامي القائم على مبدأ الوحدة الوطنية والتماسك الاجتماعي والديني فاعتمدت على سياسة جديدة تهدف إلى الفصل بين العرب والبربر خاصة وهي تدرك تماما أن نسبة 48% من سكان المغرب الأقصى يعيشون في الجبال سواء في منطقة السوس أو في منطقة الريف، ويحتفظون بلغتهم القديمة وما يمكن ملاحظته هو أن فرنسا كانت تسعى إلى التفرقة العنصرية بين من ينطق باللغة القديمة البربرية ويعتز بها، وبين من يتكلم باللغة العربية وهذا يعني انقسام المغاربة على أنفسهم إلى قسمين وبالتالي السماح لها من البقاء في الإقليم، إلى جانب ذلك اعتقادها أن رجال الجبان لم يتمكنوا بعد من استيعاب العقيدة الإسلامية فعملت على تحويل جزء من رجال القبائل إلى الدين المسيحي وجذبهم صوب فرنسا عن طريق عقائدي دينيا ليتجلى مشروع فرنسا على خطورته حينما أصدرت مرسوم الظهير البربري في (16 ماي 1930)... وأهم ما جاء في هذا الظهير، تكريس وتأصيل التقاليد والعادات البربرية القديمة وإحلالها محل الأصول الإسلامية... كما نص هذا الظهير على تبعية محاكم البربر لمكاتب الاستخبارات العسكرية الفرنسية واعتمادها على التشريع الفرنسي مباشرة[2]، ويقضي هذا المشروع أيضا على إخراج البرير من دائرة القضاء الشرعي الإسلامي في الأمور المدنية ويجعل مجلس الجماعة أو القبيلة مختصا بالنظر في الشؤون المتعلقة بالبربر وقد صبغت السياسية البربرية التي انتهت بالظهير البربري ضمن سياق فكري وإيديولوجي خاص، تمثل في ثلاث خلاصات هي:

1- الإقرار بوجود تناقض بين العرب والبربر معتمدين على وهم الاعتقاد بأن البربر غير مسلمين أو ضعيفي التأثر بالإسلام، أي مسلمين بالاسم فقط وهذا ما تضمنه ظهير 11 سبتمبر (1914).

[1] محمد الكوخي، مرجع سبق ذكره، ص39.

[2] عفاف كلاش، مرجع سبق ذكره، ص18.

2- الدعوة إلى تفضيل الجنس البربري على نظيره العربي، وذالك لقابليته للتطور المدني والحضاري حسب الاستعمار وآرائه وذلك أن أعرافه منسجمة مع روح القانون الفرنسي.

3- استعداد البربر واكتسابهم لأهلية الاندماج بالمجتمع الفرنسي سياسيا واجتماعيا وثقافيا وذلك حسب "بول مارتي" الذي صرح قائلا: "إن سكان إمبراطوريتنا الإفريقيين على أنواع مختلفة فمنهم البربر وهم أقرب الناس إلينا"[1]

وقد تعرض هذا المسعى الفرنسي للهجوم من قبل الحركة الوطنية المغربية كما ذكرنا سابقا، في فترة ما قبل الاستقلال تأسس حزب الحركة الشعبية كحزب للأمازيغ، واستطاع أن يستقطب النخب البربرية التي لم تجد لها مكان ضمن الأحزاب القومية العروبية[2]. استمر الشد والجذب بين السلطة المغربية والتيارات الأمازيغية ومنذ سنة (2001) بعد تولي الملك "محمد السادس" تغيرت طبيعة تعامل الدولة مع هذه الحركات حيث أصبحت الدولة تتجنب المواجهة مع هذه التيارات بل وذهبت السلطات نحو تأسيس المعهد الملكي لثقافة الأمازيغية[3].

من المشكلات التي ركز عليها الناشطون الأمازيغ في المغرب مشكلة التعليم، حيث أن معظم الأمازيغ الذين يسكنون القرى النائية لا علم لهم ولا صلة بالعربية، سواء منها الفصحى أو الدارجة المغربية، حيث يفاجأ التلميذ الداخل للفصل الدراسي... بأنه يأخذ مبادئ أولية في التواصل بالعربية بجانب اللغتين الأجنبيتين، فيجد نفسه أمام تحديين العربية والدارجة المغربية من جهة ثم الفرنسية من جهة ثانية. فلغة التواصل اليومي في المناطق الأمازيغية هي الأمازيغية بمختلف لهجاتها، حيث نجدها متداولة في الوسط العائلي والاجتماعات وفي كل الحوارات واللقاءات غير الرسمية، وبما أن المناطق الأمازيغية تمتد من الريف شمالا، إلى أقصى جبال الأطلس الصغير جنوبا، يمكن القول بأن الأغلبية الساحقة من سكان هذه المناطق يستعملون إحدى اللهجات البربرية "بوشوك"، ولا يخفى على أحد مدى تأثر نمو مهارات التلميذ وقدراته اللغوية بالبيئة اللسانية التي يعيش فيها[4].

---

[1] عبد الكريم مغاوري، حليلي بن شرقي، الظهير البربري، مجلة تاريخ المغرب العربي، 2018، المجلد04، العدد02، ص156.

[2] جابي ناصر، مرجع سبق ذكره، ص29.

[3] المرجع نفسه، ص33.

[4] مليكة ناعيم، التعدد اللغوي وأثره في تدريس اللغة العربية بالمغرب، مجلة التعليمية، المجلد 04، العدد 01، 2014، ص93.

كما خلقت مسألة التعريب حساسية عالية في الأوساط الأمازيغية اتجاه التوجه العروبي في المغرب، حيث يشير "**محمد بودهان**" وهو أحد أبرز الكتاب الأمازيغ، في المغرب إلى مشكلة التيار الأمازيغي مع العروبة ودعاة التعريب، أنه وبقليل من التحليل للعلاقة الثلاثية بين العروبة والإسلام والدولة بالمغرب، ندرك بسهولة أن العروبة العرقية (اعتبار المغاربة شعبا عربيا) والسياسية (اعتبار الدولة بالمغرب دولة "عربية") والهوياتية (اعتبار المغرب بلدا ذا انتماء عربي)، ترسخت ونجحت في المغرب باستعمالها واستغلالها للإسلام كوسيلة وسند لهيمنتها والتمكين لها في بلاد الأمازيغ فاستحضار الإسلام والارتباط به والاستناد إليه، وحتى الدفاع عنه، من طرف العروبة ليس غاية، بل هو مجرد وسيلة تستعملها هذه العروبة لتبرير وجودها بالمغرب، عرقيا وسياسيا وهوياتيا. وهذا الترابط بين العروبة والإسلام يجعلهما، في المغرب مترادفين ومتلازمين لا يمكن الفصل بينهما أو استعمال أحدهما مستقلا عن الآخر. والنتيجة أن من يعادي العروبة والتعريب (تعميم ونشر العروبة بالمغرب) ينظر إليه على أنه يعادي الإسلام ولغته العربية. وهذا الاستعمال السياسي للإسلام للدفاع عن العروبة العرقية للدولة بالمغرب، هو ما يجعل المطالب الأمازيغية تتهم بالعداء للإسلام وللغة العربية لأنها ترفض عروبة المغرب وسياسة التعريب. وفي المقابل يعتبر من يدافع عن العروبة والتعريب بالمغرب مدافعا عن الإسلام ولغة القرآن[1].

إذن كما سبق وأن ذكرنا، بحلول سنة (2001)، أي بعد اعتلاء الملك "محمد السادس" العرش، ستتبنى الدولة مقاربة جديدة في تعاطيها للمسألة الأمازيغية تقطع مع سياسة الحذر، وحتى مع القمع الذي كانت الدولة تنتهجه اتجاه الحركة الأمازيغية. هكذا ستسند الدولة مهمة تدبير المسألة الأمازيغية إلى مؤسسة أنشئت بموجب ظهير (مرسوم) ملكي مؤرخ بيوم (17 أكتوبر 2001) وهي المعهد الملكي للثقافة الأمازيغية (IRCAM)، مستغلة ضعف التنظيم الأمازيغي الوطني وعدم نجاحه في تجاوز مجموعة من الإكراهات[2]، هذا المعهد الجديد والذي سيحول مسار الحراك الأمازيغي في المغرب من خلال دخول فاعل جديد (الدولة) في المطلب الأمازيغي هي الدولة ليأتي فيما بعد دستور المملكة المغربية الصادر سنة (2011)، ليؤكد على مكانة اللغة والثقافة الأمازيغية في الهوية المغربية.

[1] محمد بودهان، مرجع سبق ذكره، ص67.

[2] ناصر جابي، مرجع سبق ذكره، ص32.

3.1 اللغة الفرنسية لغة الهيمنة والوجاهة الاجتماعية: نجحت فرنسا بعد اعتمادها "الخيار الثقافي الاستعماري" في مسخ الشخصية الثقافية واللغوية للمجتمعات الأفريقية التي استعمرتها. ويكاد لا يوجد اليوم مجتمع أفريقي من مستعمرات فرنسا السابقة –باستثناء المغرب العربي–لا تمثل اللغة الفرنسية لغته «الوطنية» إن فرنسا فشلت في أن تبيد اللغة العربية أو تخرجها من الميدان في بلدان المغرب العربي، كما فعلت بنجاح في سائر مستعمراتها الأفريقية، فإنه سيكون من باب المكابرة الوطنية الجوفاء الادعاء أنها لم تحرز نجاحات هائلة في مجال تحقيق هدف الاغتصاب الثقافي واللغوي في بلداننا[1]. وما يؤكد هذا أنه وبعد ما يزيد على نصف قرن على رحيل فرنسا، ما زالت هذه البنية الثقافية–اللغوية تشتغل بطاقتها القصوى، وما زال يعاد إنتاجها حتى اليوم في سائر مرافق الحياة في البلاد! يكفي أن اللسان الفرنسي ظل–حتى الان– اللسان المسيطر في معظم قطاعات الإدارة العمومية في معاملاتها مع الموظفين ومراسلاتها مع بعضها، وتعميماتها الداخلية على موظفيها! ويكفي أن هذا اللسان هو اللسان المسيطر في النظام التعليمي منذ المراحل الابتدائية وحتى أسلاك التعليم العالي والبحث العلمي، على الرغم من مشاريع تعريب التعليم التي فشل الواحد منها تلو الآخر، لا لعيب في اللغة العربية وأهليتها لمواكبة التطور المعرفي الإنساني، بل لحاجة في نفس يعقوب وبتصميم على إفشال ذلك التعريب وابتذاله لإسقاط حجة القائلين به يجري ذلك كله فيما دساتير بلدان المغرب تنص على أن اللغة العربية هي اللغة الرسمية للبلاد!

على أن فرنسا لم تنجب فقط نخباً حاكمة تنفذ عنها سياساتها، وتقوم من سياساتها مقام الوكيل عنها في الداخل المغاربي، بل نجحت أيضا في إنجاب نخب سياسية وثقافية تصادمت الأولى واحتجت على سياساتها الداخلية تحت عنوان المعارضة؛ غير أنها ومع كل تراثها الوطني المعادي للاستعمار، لم تتحرر من سطوة ثقافة المستعمر ولسانه![2]. إذن استقرت اللغة الفرنسية في المغرب وأصبحت جزءا فاعلا في النسيج المجتمعي عن طريق تكريس المؤسسة التعليمية للازدواج اللغوي، وكان للقطاع الخاص دور نافذ في صياغة ملامح المنظومة التربوية. أما الجدل العلني حول الواقع اللغوي المعقد فكثيرا ما تستقطبه المسألة البربرية أو مسألة تدني مستوى اللغة العربية، وقلما يطفو على السطح خطاب نضالي يراهن على

[1] عبد الإله بلقزيز، مرجع سبق ذكره، ص20.

[2] المرجع نفسه، ص27.

اقتلاع الثقافة الفرنسية عن طريق استئصال لغتها. وبحكم الحضور المهم نسبيا للثقافة الإسبانية ولا سيما في شمال البلاد فقد تهيأ النسيج المجتمعي للتنوع اللغوي بشكل طبيعي[1].

2. مشكلة الاستغلال السياسي لقضايا الهوية الثقافية في المغرب: لقد شغلت القضايا الثقافية حيزا واسعا من الاهتمام والنقاش العام في المغرب، بل تجاوز الأمر مستوى النقاش حيث أصبحت الخيارات الثقافية عامل أساسي في تكوين الحياة الحزبية، كما أن الشرعية التاريخية التي راكمها نظام الحكم في المغرب، تنبني على أحد المقومات الثقافية الأساسية المتمثلة في "الدين الإسلامي"، كما أن الكثير من الأحزاب والتنظيمات السياسية اكتسبت مبرر وجودها من خلال تبنيها لبعض القضايا الثقافية مثل قضية الدفاع عن اللغة والثقافة الأمازيغية، والتي كانت شعارا تأسست على خلفيته الكثير من التنظيمات السياسية.

1.2 مركزية الدين في بناء الشرعية السياسية: إن مسألة التمييز بين الشأن الديني والسياسي تطرح منذ أمد بعيد في الأوساط السياسية والأكاديمية حول العالم، إلا أنها في المغرب تكسب نوعا من الخصوصية، حيث كلما طرحت المسألة الدينية للمناقشة يتجه التفكير غالبا إلى الدولة وتحديدا "الملكية" بوصفها جامعة بين الدين والسياسة ومحتكرة للفضاء الديني، تاريخيا باسم "البيعة" التي أصبح يعتبرها البعض تقليدا ذي جذور عميقة في الزمن السياسي المغربي وقانونيا باسم "إمارة المؤمنين" المنصوص عليها في مجموع الدساتير التي عرفها المغرب الحديث منذ دستور (1962) إلى غاية الدستور الجديد في (2011)، كما يتجه التفكير تلقائيا نحو الموقع السياسي "للحركات الإسلامية" التي ما انفكت تلقح بـ "المرجعية الإسلامية" وبشعار "الإسلام هو الحل[2]. إن مفهوم السلطة السياسية في النظام السياسي

[1] عبد السلام المسدي، الهوية العربية والأمن اللغوي: دراسة وتوثيق، المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات، بيروت، 2014، ص359.

[2] عز الدين العلام، مرجع سبق ذكره، ص2.

المغربي قائم على إقصاء الوسطاء بين الملك والشعب "الراعي والرعية" يجعل المؤسسات المنتخبة تضطلع بوظيفة تمثيلية ثانوية مقارنة بالتمثيلية السامية والمتعالية للمؤسسة الملكية[1].

ويرجع هذا لكون منصب الملك أو "أمير المؤمنين"، منصبا يجمع بين البعدين السياسي والديني، وهذا النوع من الاحتكار للبعد الديني في المجال السياسي، كرسته المؤسسة الملكية عبر عقود من الدعاية السياسية، حتى أصبح نوع من المسلمات التي لا يتم نقاشها في المغرب، إن الإشكالية التي يطرحها هذا الاستغلال السياسي للبعد الديني أنه ومع تصدر الدين لكافة زوايا العمل السياسي، وإدعاء تمثيل واحتكار البعد الديني من أحد الأطراف السياسية المتمثل في حالة المغرب بالملكية، لن يقوم إلا بتعميق التعارض بين التدين ودولة المواطنة، وهكذا يتم احتكار مقوم هووي يفترض أنه يجمع المغاربة جميعا، لصالح طرف دون أخر.

في هذا السياق نشأت الحركة الإسلامية في المغرب، وقد نشأت وهي تستبطن هذه الخلفية التاريخية والدينية معتبرة نفسها بمثابة استمرار التركة الحركة الوطنية لا قطيعة معها، وأداة شبه موازية للدولة في مواجهة اليسار الراديكالي، الذي كانت حركة الشبيبة الإسلامية وهي أول حركة إسلامية ظهرت في نهاية الستينات–ترى فيه العدو الرئيسي، وهو ما جعلها تتقاطع مع أهداف الدولة[2]. يمثل حزب "العدالة والتنمية" أحد أبرز أحزاب ما يصطلح عليه التيار الإسلامي في المغرب في الوقت الحالي حيث نذكر أنه ظل يقود الحكومة في المغرب لنا يقارب العقد من الزمن (2012–2021)، إذا ما عدنا إلى نصوص التأسيسية لهذا الحزب نجد أنه، يؤكد في نصوصه التأسيسية، أنه حزب سياسي وطني يسعى انطلاقا من المرجعية الإسلامية وفي إطار الملكية الدستورية القائمة على إمارة المؤمنين إلى الإسهام في بناء مغرب ديمقراطي حديث، مزدهر ومتكافل، مغرب يعتز بأصالته التاريخية ويسهم إيجابا في مسيرة الحضارة الإنسانية، من هنا يتبين أن الحزب يدمج مفهومين جدليين وهما الملكية الدستورية والديمقراطية، في محاولته لتأطير المرجعية الإسلامية في بنيته الفكرية[3]، ويمثل هذا الحزب وبقية الأحزاب ذات نفس المرجعية، وجه آخر من أوجه الاستعمال السياسي للبعد الديني في المغرب، ورغم أن البعض قد يعتبر نشأت أحزاب من ذات خطاب هووي أمر عادي يدخل في إطار التعبيرات الاجتماعية والسياسية، عن ما

[1] محمد فؤاد العشوري، السيادة في المغرب: بين الشرعية الملكية و الشرعية الديمقراطية، مجلة المستقبل العربي، المجلد41، العدد 480، 2019، ص88.

[2] محمد أبو رمان، أفاق الإسلام السياسي في إقليم مضطرب، مؤسسة فريديش ايبرت، عمان، 2017، ص68.

[3] نادية نهيدلي، الحركات الإسلامية في المغرب والمشاركة السياسية، دفاتر السياسة والقانون، العدد19، جوان، 2018، ص234.

هو موجود من توجهات داخل المجتمع، إلا أن تحول المسائل الهوياتية مثل المسألة الدينية، من قيمة عامة تتأسس عليها مرجعية هذه التيارات، إلى مادة للخطاب الحزبي يجعل تهمة الاستغلال السياسي ثابتة، أو على الأقل لها وجاهة ومعقولية.

2.2 التوظيف السياسي لقضايا الثقافة واللغة الأمازيغية: تعود جذور استغلال مسألة اللغة والثقافة الأمازيغية في المغرب إلى فترة ثلاثينات القرن الماضي، وبالضبط مع ظهور ما يسمى الظهير البربري، الذي جاء كما سبق وذكرنا من أجل محاولة خلق مواجهة بين التقاليد والعادات الأمازيغية القديمة مع الأصول الإسلامية، وهي أولى محاولات الاستغلال السياسي الفرنسي، حيث سعت فرنسا الاستعمارية من خلاله إلى اللعب على مسألة التنوع الثقافي داخل المجتمع المغربي، وقد تعرض هذا المسعى الفرنسي كما ذكرنا سابقا، للهجوم من قبل الحركة الوطنية المغربية. وتعتبر تجربة حزب الحركة الشعبية، وهو حزب حاول أن يقدم نفسه كحزب ممثل للأمازيغ وحاملا لهمومهم، ومدافعا عن مصالحهم في المغرب، وهذا ما دفع أحد الباحثين الأجانب، إلى اعتبار الدفاع عن الأمازيغية هو الذي يشكل فرادة وأصالة حزب الحركة الشعبية، وفي السياق نفسه أشار الأكاديمي الأمريكي "**جون واتربوري**" إلى أن حزب الحركة الشعبية جعل من الهوية عقيدة ملازمة له، وقدم كدليل له على ذلك مطالبته بوضع برامج التعليم اللهجات البربرية للمحافظة على وحدة البلاد، لم يقتصر اعتبار الحركة الشعبية حزبا ممثلا لمصالح الأمازيغ، حكرا على الباحثين الأجانب بل والمغاربة أيضا، فقد ذهب "**محمد ظريف**" في كتابه "الأحزاب السياسية المغربية" إلى أن تأسيس حزب الحركة الشعبية، جاء كرد فعل على تجاهل حزب الاستقلال لمصالح القرويين، خاصة البربر منهم. من جهة أخرى خلص باحثون مغاربة وفق قراءات نقدية، تجاوزت قراءة الخطاب إلى نقد الممارسة، إلى أن حزب الحركة الشعبية لا يمكنه أن يكون جزء أمازيغيا، وذلك بالنظر إلى المفارقات الحاصلة بين الخطاب والممارسة، حيث تساءل باحث عن المكاسب التي قدمها هذا الحزب للأمازيغية خلال مشاركته في الحكومة[1]، إن حالة هذا الحزب تعبر بشكل جلي عن ما نسميه الاستغلال السياسي لقضايا اللغة والثقافة الأمازيغية، وهو ما يكشف عنه التباين الموجود بين الخطاب والممارسة اتجاه الثقافة الأمازيغية، التي يتم استعمالها على مستوى الخطابات كأداة جذب و تحشيد.

استمرت مسألة اللغة والثقافة الأمازيغية في شد وجذب بين السلطة المغربية والتيارات الأمازيغية لسنوات طويلة، لكن من الملاحظ أنه ومنذ سنة (2001) بعد تولي الملك "محمد السادس" تغيرت طبيعة

[1] بليلض محمد، مرجع سبق ذكره، ص258.

تعامل الدولة مع هذه الحركات حيث أصبحت الدولة تتجنب المواجهة مع هذه التيارات بل وذهبت السلطات نحو تأسيس "المعهد الملكي لثقافة الأمازيغية"، إلا أن الصراع عاد مجددا، ويتجلى هذا في محاولة مجموعة من المناضلين الأمازيغ تأسيس حزب سياسي أطلق عليه " الحزب الديمقراطي الأمازيغي المغربي" بزعامة المحامي "**أحمد أدغرني**" سنة (2005)، وهو حزب يدعو إلى إقامة دولة علمانية فدرالية على أساس جهات تتمتع بحكم ذاتي[1]، وفي نفس هذا الإطار يأتي "حراك الريف"، حيث تحولت الاحتجاجات الاجتماعية إلى مطالب هوياتية أمازيغية، وكانت شرارة الانطلاق لهذا الحراك بداية مقتل الشاب "**محسن فكري**" يوم 28 أكتوبر (2016)، ثم تأججت مدينة الحسيمة للتنديد بالظلم والهوان التي يعاني منها البسطاء، وللمطالبة بالكرامة. وبسرعة فائقة اكتسب الحراك أيقوناته التي ستصبح وجوها رمزية للحراك[2]. وفي مقدمتهم "**ناصر الزفزافي**" الذي وإن كان لا ينتمي إلى أي حزب أو فعالية أمازيغية، إلا أنه مثل شكل جديد من أنواع نضال الأمازيغ، التي لا تكتفي بالمطالب الثقافية فقط، بل تتجاوزها إلى المطالب الاجتماعية والسياسية.

[1] ناصر جابي، مرجع سبق ذكره، ص33.

[2] المرجع نفسه، ص58.

خلاصة الفصل:

يمكننا أن نختم هذا الفصل بالتأكيد على محورية مواضيع الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية، وهذا ما تؤكده الكثير من المعطيات التي أوردناها في هذا الفصل، فقد كانت بعض مقومات هذه الهوية أداة في الحشد والتعبئة ضد الاستعمار في كل من الجزائر و المغرب، ثم أصبحت معيارا تقوم على أساسه مختلف التيارات السياسية في البلدان بعد الاستقلال، وأصبحت في الكثير من الأحيان أداة تفرقة بفعل الاستعمال السياسي لهذه العناصر، كما خلفت محاولات إقصاء وتهميش بعض مقومات هذه الهوية، على حساب مقومات أخرى، خلفت إشكالات كبير بعضها لم يتم تجاوزه إلى يومنا هذا. وهو الأمر الذي يجعلنا نقول أن مسألة الهوية الثقافية لابد أن يعاد إدراكها بشكل جديد قائم على التعدد والتنوع الذي ينصهر مع بعضها مشكلا هوية جامعة لسكان المنطقة.

الفصل الثالث: الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية الرقمية.

- تمهيد

- المبحث الأول: مدخل إلى المحتوى الرقمي والإعلام الجديد.

-المطلب الأول: الرقمي: المفهوم والسياق والخصائص.

-المطلب الثاني: الإعلام الجديد ضبابية المفهوم وكثرة التسميات.

-المطلب الثالث: السياق التاريخي لظهور الإعلام الجديد.

-المطلب الرابع: الإعلام الجديد في الجزائر والمغرب.

-المطلب الخامس: خصائص الإعلام الجديد.

-المبحث الثاني: الشبكات الاجتماعية كمنصة جديدة لإنشاء وبث المحتويات الرقمية.

-المطلب الأول: الشبكات الرقمية الاجتماعية: المفهوم والنشأة .

-المطلب الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

-المطلب الثالث: نماذج من الشبكات الاجتماعية الرقمية.

-المطلب الرابع: استخدام شبكات التواصل من طرف المؤسسات الإعلامية.

- خلاصة الفصل.

تمهيد:

تعتبر الشبكات الاجتماعية الرقمية اليوم واحدة من أهم المنصات التي ساهمت في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية، حيث أسهمت في خلق مناخ عمل جديد، متحرر من كثير من القيود التي كانت مفروضة على وسائل الإعلام التقليدية، إضافة إلى كون هذه المنصات خلقت نموذج إقتصادي معين لعمل وسائل الإعلام الالكترونية، كما أنها تشكل دعامة أساسية لوسائل الإعلام التقليدية التي تستعملها للترويج لمختلف موادها الإعلامية.

ومن خلال ذلك سيتم التعرض في هذا الفصل إلى مجموعة من النقاط الأساسية، بداية بالمبحث الأول الذي هو مدخل إلى المحتوى الرقمي والإعلام الجديد، سنتناول فيه تحليل مفهوم الإعلام الرقمي والإعلامي الجديد، كما سنحاول فك الالتباس عن هذه المفاهيم المتشابكة، كما سنوضح السياق التاريخي لظهور الإعلام الجديد، أيضا سنسلط الضوء على الإعلام الجديد في بلدي عينة الدراسة أي الجزائر والمغرب، إضافة إلى التطرق لخصائص هذا الإعلام، أما المبحث الثاني فسنتناول فيه الشبكات الاجتماعية ودورها في إنشاء وبث المحتويات الرقمية، حيث سنحاول التعرف على مفهوم الشبكات الاجتماعية ونشأتها وخصائصها وكذا عرض مجموعة من هذه الشبكات وأخيرا سنتحدث عن استخدام هذه الشبكات من طرف المؤسسات الإعلامية سواء الرقمية أو التقليدية.

المبحث الأول: مدخل إلى المحتوى الرقمي والإعلام الجديد.

المطلب الأول: الرقمي: المفهوم والسياق والخصائص.

1. ماذا نقصد بالرقمي؟: مازال هناك الكثير من الجدل بخصوص تعريفات "الاتصال الرقمى "Communicatio Digital" لكن الثابت أن تعريفه يتحدد بحدود ما قدمه من إسهامات في مجال تكنولوجيا المعلومات الحديثة القائمة على النظم الرقمية، مثل: الوسائط المتعددة، والمواقع الالكترونية التفاعلية.

ولذلك يعرفه "**كريستي Kinsti**" بأنه المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الفرد فى إطار المفاهيم، والإنتاج، والتوصيل والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم حيث أن الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال من مختلف الوسائل الرقمية المشار إليها من قبل، وهذا ما يدعونا إلى التركيز في تعريف الاتصال الرقمي على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسائل الأساسية للاتصال بين أطرافه حيث يتم تبادل المعلومات وترميزها ومعالجتها بواسطة هذه النظم وهذه العمليات الثلاث هي: " الترميز، المعالجة، الإرسال والاستقبال[1].

إن مصطلح "الرقمي" أو الاتصال الرقمي أو الإعلام الرقمي، يشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط المتصلة أو غير المتصلة بالأنترنت، وظهرت وسائل الإعلام الرقمي كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن الماضي ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية والتي أحدثت الإعلام الرقمي تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام[2].

---

[1] محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 25.

[2] بهاء رياض، جمال الدين قوعيش، التربية الإعلامية والإعلام الرقمي، مبحث في التحديات والاستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 02، العدد02، 2017، ص273.

أما من الناحية التقنية فقد عرفه "**بهنام ازانغ Behnaam Aazhang**" أنه الاتصال الذي ينطوي على نقل المعلومات من المصدر إلى وجهة ما باستخدام التكنولوجيا الرقمية من خلال إحالة كل من الرقمين الثنائيين (1) و(0) عبر قناة لاسلكية من خلال تحويل معلومات إلى جهاز استقبال، أي بث المعلومات عبر قناة لا سلكية بواسطة موجات خاصة، ومثل هذا النظام يتطلب كلا من المعلومات ووسائط النقل، أي المزج بين المعلومات والعديد من الوسائط المادية"[1].

2. عوامل ظهور الاعلام الرقمي ووظائفه:

إن ظهور الاتصال والإعلام الرقمي مرتبط بالعديد من السياقات، حيث لعبت العديد من العوامل دورا في ظهور الإعلام الرقمي نذكر منها:

أ-**العامل التقني:** المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيات الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الانترنت التي تشكل حاليا وسيطا يطوى بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها.

ب- **العامل الاقتصادي:** ويتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع الاقتصادية دون استثناء، بل لكون المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوما بعد يوم، بقول آخر إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب توزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازيه من جانب آخر.

ج- **العامل السياسي:** المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر

[1] أمينة يحيى نبيح، الاتصال الرقمي والإعلام الجديد، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص25.

بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة جاعلة من الإعلام الرقمي قضية شائكة جدا وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية[1].

ويؤدي الإعلام والاتصال الرقمي العديد من الوظائف يمكن تلخيصها على النحو التالي:

أ- **وظيفة الإعلام:** بجانب المواقع الإعلامية المعروفة التي أفرزها الاتصال الرقمي، تقوم الآلاف من المواقع الأخرى بتقديم معلومات حول الوقائع والأحداث العالمية في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة التي تراها هذه المواقع. وهذا ما نلتمسه جليا في مواقع التواصل الاجتماعي.

ب- وظيفة التعبئة الفكرية: تعطي سهولة وسرعة الاتصال الرقمي ووفرة معلوماته القدرة على القيام بتعبئة أفكار الكثير من فئات المستخدمين وهذا ما يجعل المستخدم يتجاوز المشكلات الخاصة بعدم كفاية المعلومات والغموض الناتج عن ذلك وتسهم هذه الوفرة في الإدراك الكافي للأحداث وتفسيرها وقراءة ما بين سطورها، بجانب مساعدة الفرد في تشكيل الاتجاهات وتدعيمها أو التحول عنها خصوصا في أوقات الأزمة أو عدم الاستقرار.

ج- وظيفة تدعيم التأثيرات الوجدانية والسلوكية: تتبلور التأثيرات الوجدانية والسلوكية من خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد على مواقع الشبكة أو الاتصال بالغير، حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر القلق والخوف والمقاومة، خصوصا بين الفئات التي تجتمع فيها نفس الخصائص أو المصالح المشتركة، وهذا يظهر في فترات التوتر وعدم الاستقرار والأزمات.

د-وظيفة التسلية والترفيه: إن مفهوم نظام المعلومات في الاتصال الرقمي لا يقف على تدعيم الاتصال بالغير ومعرفة الأخبار وتفسيرها فقط، ولكنه يمتد ليشمل التسلية والترفيه أيضا، باعتبارها أحد الحاجات والأهداف التي يسعى المستخدم أو الزائر لتحقيقها وهي كلها من وظائف الاتصال الرقمي. فوسائل الاتصال الاجتماعي الرقمية بمختلف أنواعها، توفر جانبا هاما من التسلية والترفيه، في ظل الوجود المحدود لمثل هذه الخدمات في وسائل الاتصال التقليدية. فهي تعتبر فضاء للهروب من المشاكل وفضاء للاسترخاء والتنفيس العاطفي وملء وقت الفراغ، زد على ذلك الحصول على المتعة الثقافية والجمالية.

[1] حسام منصور، الإعلام الرقمي: مفهومه وسائله نظرياته، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد03، العدد02، 2022، ص90.

هـ-وظيفة التفاعل والتعويض الاجتماعي: بظهور الاتصال الرقمي زادت فرص الحوار والتواصل الإنساني بين البشر عبر الفضاء الافتراضي، بصفته بيئة متعددة الجوانب ومعقدة بقوة نشأت من أشكال لا يمكن تخيلها من الحياة الرقمية، وظهرت كيانات اجتماعية مفترضة لم تكن موجودة في السنين القليلة الماضية. فظهرت بذلك مفردات إنسانية جديدة وأشكال وصيغ حديثة في الحياة الرقمية في شكل هيئات وجماعات رقمية[1].

أما إذا تكلمنا عن المحتوى الرقمي العربي يؤكد "**محمود السيد**" أن ما نقصده بالمحتوى الرقمي العربي "Digital Arabic Content" هو كل ما يوضع على شبكة الأنترنت باللغة العربية، ويطلق عليه أيضا المحتوى الإلكتروني العربي، وهو مجموع مواقع وصفحات الويب التي كتبت باللغة العربية أو الكتب أو الموسيقى أو الفيديوهات... إلخ، أي كل ما هو مكتوب في الفضاء الرقمي باللغة العربية إن في داخل البلاد العربية أو في خارجها، وكل ما هو مسجل بأصوات عربية أو مصور تصويرا يستدل به على مصدره العربي، ويتناول قضايا ثقافية وفكرية وإعلامية واجتماعية واقتصادية...إلخ.

ويتمثل المحتوى الرقمي العربي في أشكال كثيرة من بينها النصوص والصور وأشرطة الفيديو والبرامج التلفزية والإذاعية والتسجيلات الموسيقية وأفلام السينما...إلخ، فهو عبارة عن مجموعة من تطبيقات تعالج، وتخزن، وتعرض معلومات باللغة العربية وبرمجيات متلائم معها إلكترونيا، ويشمل كل معلومة متوفرة باللغة العربية بصيغة رقمية، وكل ما يتداول رقيا من معلومات مقروءة أو مسموعة، ويشمل الخدمات الإلكترونية والمحتوى السمعي والفيديو والبرمجيات وقواعد البيانات ومنتجات المصدر المنتوج الداعمة، والأدوات وبرامج معالجة اللغة العربية والمحركات البحثية ومحركات الترجمة ... إلخ [2].

ويتضح من هذا التعريف الواسع أن المحتوى الرقمي العربي يشمل أبعاد مجالات واسعة من أخبار، ومواد الترفيه، ومختلف الخدمات الإلكترونية، والتعليم الإلكتروني، والمواقع والمدونات، والشبكات الاجتماعية، وغيرها من المحتويات الرقمية.

[1] امينة يحيى نبيح، مرجع سبق ذكره، ص55- 56.

[2] محمود السيد، مرجع سبق ذكره، ص338.

وفي تعريف آخر للمحتوى الرقمي العربي، نجد أنه يعرف بكونه: المواد المعرفية المكتوبة باللغة العربية والتي تعد للنشر على الشبكة، ويشمل مواقع الشبكة، والخدمات الإلكترونية والمحتوى السمعي والفيديو والكتب باللغة العربية، وكذلك البرمجيات وقواعد المعطيات ومنتجات المصدر المفتوح الداعمة، والأدوات وبرامج معالجة اللغة العربية والمحركات البحثية ومحركات الترجمة، ويشترط في المادة حتى تعتبر محتوى رقميا أن تكون منشورة للعموم بحيث يستفيد منها كل متصفحي الشبكة[1].

أما بالنسبة لواقع هذا المحتوى الرقمي العربي فهناك الكثير من الإحصائيات تؤكد ضعف هذا المحتوى مقارنة بباقي المحتويات بلغات أخرى، حيث أصدر الاتحاد الدولي للاتصالات عام (2011) تقريرا عنوانه «قياس أهداف القمة العالمية لمجتمع المعلومات» أشار فيه إلى أن من بين الأهداف التي أعلنتها القمة التشجيع على تطوير المحتوى الرقمي، وتيسير الوصول العالمي على شبكة الأنترنت، وضمان نفاذ أكثر من نصف سكان العالم إلى تقنيات المعلومات والاتصالات المختلفة، إذ تبلغ نسبة الذين يستعملون الشبكة من المتحدثين باللغة العربية 18.8 % فقط، وهي نسبة أقل بكثير من نسبة المتحدثين باللغة الألمانية 79.5 %، والمتحدثين باللغة اليابانية 78.4 %، والمتحدثون باللغة الكورية 55.2 %، ولا تتجاوز نسبة المحتوى الرقمي العربي 3 % بحسب التقرير[2].

وتؤكد إحصائيات أخرى أكثر حداثة أن حضور المحتوى الرقمي العربي على الشبكة التطور بحلول عام (2017)، حيث أصبح بمقدور أكثر من نصف سكان العالم العربي النفاذ إلى الشبكة العنكبوتية بزيادة بنسبة 32%، عن عام (2012)، واحتلت اللغة العربية المرتبة الرابعة بين اللغات العشرة الأكثر استعمالا على الشابكة عام (2013)[3].

ويشكل هذا الضعف حاجزا أمام التطور الاقتصادي والاجتماعي للدول العربية، مما يؤخر التحاقها بمجتمعات المعرفة، ويمكن إرجاع هذا الضعف في المحتوى الرقمي العربي، وكذلك الضعف في الاستفادة من مختلف المحتويات الرقمية المتاحة بمختلف اللغات الأخرى، إلى العديد من العوامل، أهمها "الأمية التقنية" وهي السبب الرئيسي لضعف المحتوى العربي الرقمي والتخلف في مجال التقنية، فتعاملنا

[1] نزار الحافظ، واقع المحتوى الرقمي العربي على شبكة الإنترنت، المؤتمر السنوي العاشر لمجمع اللغة العربية بدمشق (واقع اللغة العربية في عصرنا الحاضر)، 2019، ص2.

[2] محمود السيد، مرجع سبق ذكره، ص341.

[3] نزار الحافظ، مرجع سبق ذكره، ص3.

كعرب مع التقنية لا زال ضعيفا، بالرغم من أن الدول العربية شرعت خلال السنوات الأخيرة في تشييد البني الأساسية التكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالنشاط التكنولوجي العربي المعاصر وان كان متفاوتا من دولة عربية إلى أخرى، يعد محاولة من العرب للحاق بالركب العالمي ومجاراته في امتلاك ناصية تكنولوجيا المعلومات من خلال إقامة وبناء المنظومات المعلوماتية المتطورة وتهيئة كل مستلزماتها المادية والبشرية في إطار ما يسمى بالمحتويات الرقمية العربية وهي كل ما يتعلق بعملية الرقمنة والتحويل والإضافة وتطوير البرمجيات، كما تشمل التجهيزات التقنية لعملية الإنتاج مثل أجهزة الحواسيب البرمجيات وشبكات المعلومات، وأجهزة ووسائط الإنتاج والنشر الإعلامي[1].

إضافة إلى هذا نجد أن الكثير من المحتوى الرقمي المتاح على شبكة الانترنت، يطغى عليه استعمال اللغة الإنجليزية، إضافة إلى لغات أخرى مثل: الاسبانية والصينية والهندية وغيرها، وهو ما يشكل عائقا أمام الاستفادة من هذه المحتويات، لأن أغلبية السكان في المنطقة العربية لا يتقنون لغات أخرى غير اللغة العربية.

ومن أهم التحديات التي يمكن أن تدعم صناعة المحتوى الرقمي العربي:

أ- ضرورة وجود سياسات أو استراتيجيات وطنية أو إقليمية في المنطقة العربية تعنى بتطوير المحتوى الرقمي العربي وتؤكد على دوره في العملية التنموية.

ب- الحاجة إلى إقناع متخذي القرار بأهمية الإدارة الفعالة للمحتوى الرقمي العربي وبيان الأهمية الاقتصادية لذلك.

ج- دعم نشاطات البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في مجال المحتوى الرقمي العربي وعدم توافر برامج بحثية متخصصة في هذا المجال، مما يعزز فرص الابتكار والإبداع الضروريين.

د- دعم الكفاءات البشرية المؤهلة للقيام بنشاطات تطوير صناعة المحتوى وبناء اقتصاد المعرفة.

هـ-تعزيز القدرة والمهارة الكافية عند المستخدمين للاستثمار الجيد لتعظيم الاستفادة من المحتوى الرقمي العربي.

[1] بادي سوهام، بادي سامية، إثراء المحتوى الرقمي العربي من خلال المنصات الالكترونية العربية، مجلة اللغة العربية، مجلد22، العدد49، 2020، ص142.

د- التنسيق والتعاون بين أصحاب المصلحة في القطاعين العام والخاص الإعداد وتنفيذ البرامج والخطط الوطنية والإقليمية لبناء وتطوير صناعة محتوى رقمي عربي.

ج-رفع مستوى الوعي لأهمية حماية الملكية الفكرية ومتابعة الإجراءات المتعلقة بذلك مما يضعف فرص الابتكار والإبداع ويخفض فرص الاستفادة من التمويل والاستثمار الخارجي[1].

[1] هند علوي، محمود مسروة، المحتوى الرقمي العربي عبر شبكة الإنترنت : اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي، المجلة الأردنية للمكتبات والمعلومات، المجلد 52، العدد03، 2017، ص17.

المطلب الثاني: الإعلام الجديد ضبابية المفهوم وكثرة التسميات.

شهدت الصحافة منذ ظهور الأنترنث تغيرات جوهرية شملت العديد من الجوانب، ليس من الناحية التقنية فقط لكنها شملت جوانب أخرى مهنية واقتصادية، وهو ما غير في شكل الصحافة عما كان عليه الأمر في الأشكال التقليدية (الصحافة المكتوبة، الإذاعية، والتلفزيون) ورغم أن بدايات ممارسة الصحافة في البيئة الإلكترونية، كانت مجرد نقل وإعادة تدوير للمحتويات المتداولة في الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية، إلى أن بدأ في مرحلة لاحقة إنتاج محتويات إعلامية تتناسب مع مميزات وخصائص هذه البيئة الالكترونية.

إن مفهوم "الميديا الجديدة" كما يؤكد "**الصادق الحمامي**" يكشف لنا عن مجال متعدد الأبعاد تشكله التكنولوجيات الجديدة من الأنثرنت وهاتف جوال وأجهزة ألعاب فيديو... فالميديا الجديدة تشمل كذلك في إحدى معانيها ذلك المجال الواسع المتشكل من تجارب جديدة في مجالات مختلفة: التجارب الجديدة في الكتابة وفي تمثل العالم وفي العلاقات بين الأفراد وتجارب جديدة في مستوى الهوية والجماعة وتحقيق الذات وقواعد جديدة في التنظيم والإنتاج في مجال صناعات الإعلام والثقافة، كما أن للميديا الجديدة معاني أخرى كالتي تحيل، من منظور تاريخي، على التمييز بين وسائط كلاسيكية وتقليدية ووسائط جديدة[1].

1. مفهوم الإعلام الجديد: يسمى الإعلام الجديد بعدة مسميات منها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي، الإعلام السيبيراني، والإعلام التشعبي، والمصطلح الأقرب للإعلام الجديد هو الإعلام الإلكتروني الذي يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، ويختلف عنه من حيث أنه يعتمد على وسيط اتصالي حديث وهو الأنترنيت، وهذا الوسيط الجديد يسمح بالدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية بهدف إيصال المضمون المطلوب بأشكال متمايزة ومؤثرة بطريقة أكبر وبأسلوب مقنع أكثر.

[1] الصادق الحمامي، الميديا الجديدة: الإبستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس، 2012، ص18.

تضع كلية "**تريديان التكنولوجية**" تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد على أنه: أحد أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويوجد حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا أن الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي من أهم سماته[1]"

إن مصطلح الإعلام الجديد، مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي، كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته، لا يوجد تعريف علمي محدد حتى الآن ، يحدد مفهوم الإعلام الجديد بدقة إلا أن للإعلام الجديد مرادفات عدة ومنها: الإعلام البديل، والإعلام الاجتماعي، ومواقع التواصل الاجتماعي، والإعلام الجديد من الأدوات الضرورية التي من خلالها يتم الولوج إلى وسائله مثل: توفر الجهاز الإلكتروني (حاسب آلي، هاتف ذكي، جهاز لوحي)، وتوفر الأنترنت، والاشتراك أو الانضمام لإحدى مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، والمدونات وغيرها) من المواقع الاجتماعية الإلكترونية النشطة، تميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص ومنها: التفاعلية، واللاتزامنية، والمشاركة والانتشار، الحركة والمرونة، والكونية، واندماج الوسائط، والانتباه والتركيز، والتخزين و الحفظ[2].

إن كل ما ذكرناه حول الإعلام الجديد الذي هو نوع من الاتصال بين البشر، يتم عبر الفضاء الإلكتروني، الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، إضافة إلى مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت إضافة إلى التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، ومعالجتها، وتحليلها، ونشرها عبر الفضاء الإلكتروني وخصوصا مع ظهور الشبكات الاجتماعية.

[1] شفيقة مهري، مرجع سبق ذكره، ص750.

[2] حسين عبد دخيل، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط الأردن، 2016، ص43.

وتقترح علينا الباحثتان "**ليفروو**" "**lievrouw**" و "**ليفينقستون**" "**Livingstone**" أكثر التعريفات دقة حسب رأينا للميديا الجديد، ذلك أنها ترفضان تعريف الميديا الجديدة من منطلقات تقنية أو تكنولوجية (التكنولوجيا الرقمية مقابل التكنولوجيا التناظرية) أو حتى من منطلق الوسائل والمضامين (المضامين الشبكية مقابل المضامين الكلاسيكية). فالميديا الجديدة من منظورهما هي تكنولوجيات المعلومات والاتصال والعوالم الاجتماعية المرتبطة بها فثمة مستويان اثنان يميّزان الميديا الجديدة عن الوسائط الإعلامية الكلاسيكية أو القديمة حسب هذا التعريف. ففي مستوى أول يتجسّد التباين في ما تسميه الباحثتان "إعادة التنظيم" الذي يتجسّد في عملية التهجين المتواصل للتكنولوجيا والابتكارات. فالميديا الجديدة في تجدّد دائم بما أنها نتاج للفعل الإنساني الراهن، إذ تخضع استخدامات التكنولوجيا للتفاوت بين منطق الابتكار ومنطق الاستخدام. فهناك دائما جديد لأن المستخدم فاعل لا يكتفي بالاستعمال بل يفعل في التكنولوجيا من خلال إعادة الابتكار وإعادة التشكيل والتخريب والقرصنة والإهمال ومن جهة أخرى فإن «الجديد» في بعض الأحيان هو إعادة تشكيل القديم (التلفزيون في الإنترنت مثلا)[1].

ومن المفاهيم المقاربة لمفهوم الإعلام الجديد نجد مفهوم "الصحافة الإلكترونية" والتي تم تعريفها بأنها: وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط، تنشر فيها الأخبار والمقالات، وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية –الإنترنت– بشكل دوري مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي ، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة[2].

ومن زاوية أخرى يمكن تعريف الإعلام الجديد من حيث كونه متعدد الوسائط "MultiMedia" أنه ذاك النوع من الإعلام الذي يمزج بين مختلف أنواع الإعلام والتكنولوجيا، فنجد الصوت والصورة والرسم والنص الأدبي والمهارة اللغوية والتقنيات التكنولوجية، والبث الرقمي، واستخدام الحاسوب والأنترنت، كل ذلك يتحالف معاً لإنتاج إعلام بالغ التعقيد والكثافة والإبهار، بشكل تشعبي من خلال الرسومات المستخدمة في البرامج[3].

[1] الصادق الحمامي، مرجع سبق ذكره، ص19.

[2] محمود عزت، مروى عصام صلاح، مرجع سبق ذكره، ص 157.

[3] محمود خضر حامد، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص17.

2. تسميات الإعلام الجديد: لقد تم إطلاق العديد من التسميات على الإعلام الجديد، يعتقد البعض أن هذه التسميات تؤدي معنى واحد، فحين نقول أن هناك اختلاف بين مفاهيم مثل الإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد، أو الإعلام البديل إضافة إلى التسميات الأخرى مثل الإعلام الاجتماعي ولا يوجد أي توافق على هذه المفاهيم التي تظل غير واضحة، ويرى "**الصادق الحمامي**" أن عملية توصيف الميديا الجديدة تكسي أهمية كبرى، إذ تكشف لنا عن التمثلات الخفية التي تحرك رؤى الباحثين: تمثلات أحادية وحتمية تنظر إلى الميديا الجديدة والممارسات والظواهر المتصلة به من منظور تقني بحت من جهة أولى أو تمثلات دينامية تنظر إلى الميديا الجديدة من منظور تعدّد العوامل التي تشكلها باعتبارها إنتاجا مشتركا للتكنولوجيا وللسياق الاجتماعي والثقافي من جهة أخرى. كما تتأتى أهمية توصيف الميديا الجديدة من تعدّد الظواهر المتصلة بها وتنوع المصطلحات التي تطمح إلى الإلمام بها إلماما شاملا. فنحن أمام تخمة من المصطلحات المتداخلة والمتجاورة نتداولها في كثير من الأحيان دون الوعي بحمولتها المفهومية وبخصوصية الظواهر التي تحيل عليها[1].

وعموما يمكن أن نلخص مختلف تسميات هذا النوع من الإعلام في ما يلي:

1– **الإعلام البديل:** يعتقد بعضهم أن الإعلام البديل هو الإعلام الجديد بحد ذاته، لكن الحقيقة تشير إلى غير ذلك، لأن مصطلح الإعلام البديل سبق كثيراً ظهور التكنولوجيا الاتصالية الحديثة، وكان يطلق على الوسائل التي يستخدمها الجمهور للحصول على المعلومات بعيداً عن سلطة إعلام الحكومة المسيطر أو كما يسمى بالإعلام المهيمن، ولم نجد تاريخاً محدداً يفصح عن أول استخدام لهذا المصطلح، ولكن الشيء الثابت والمؤكد هو أن تسميته جاءت لتشير إلى الأساليب التي يستخدمها المجتمع بديلاً عن الإعلام الحكومي المسيطر.

2– **الإعلام الرقمي:** يعرف الإعلام الرقمي بأنه أي وسائل إعلام ترمز وتقرأ بشكل آلي، ويمكن إنتاجه ورؤيته، وتوزيعه، وإجراء التغييرات عليه، وحفظه على الكومبيوتر، مثل الصورة الرقمية، والفيديو الرقمي، وصفحات الويب، والويب سايت (Web sites)، وتعد وسائل التواصل الاجتماعي (social media)،

[1] الصادق الحمامي، مرجع سبق ذكره، ص17.

والبيانات وقواعد البيانات، والصوت الرقمي والكتب الالكترونية كمثال على الإعلام الرقمي، وهي تتناقض مع وسائل الإعلام التقليدي مثل الصحافة المطبوعة.

3– **الإعلام التفاعلي:** تعرف موسوعة (Investopedia) الإعلام التفاعلي بأنه وسيلة للتواصل تعتمد فيها مخرجات إنتاج البرامج الإعلامية على مداخلات المستخدمين، مثل المواقع، والألعاب، وشبكات التواصل الاجتماعي، وتتجسد التفاعلية كسمة عامة في شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مطلق.

4– **الإعلام الشبكي:** جاءت تسميته بالإعلام الشبكي لإمكانية استخدام الشبكة العنكبوتية لنقل الأحداث والقضايا التي تتعلق بالجمهور، عن طريق أجهزة الحاسوب والموبايل وعبر تطبيقات متعددة، كما بات بالإمكان مراقبة ما يجري في العالم من البيت أو العمل وتحميل الصور والتواصل مع الآخرين بسهولة ويسر.

5– **إعلام المعلومات:** ويطلق عليه أيضا إعلام المعلومات والتكنولوجيا، ويشير إلى الإفادة القصوى من تكنولوجيا الاتصال في بث المعلومات وإنتاجها وتوزيعها على جمهور واسع وكبير عابر للقومية والجغرافية، فضلاً عن التواصل مع الآخرين عبر تطبيقات متنوعة وفرتها التكنولوجيا الحديثة، وهذه التسمية تنطلق من خاصية تزويد الجمهور بالمعلومات المتنوعة .

6– **إعلام المجتمع:** انطلقت هذه التسمية من مشاركة الأفراد في إنتاج المضمون وصياغته وبثه بواسطة شبكات التواصل الاجتماعي، مثل المدونات، والفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب، وغرف الدردشة، والمنتديات وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي، إذ بات متاحا للجمهور امتلاك أدوات إنتاج المضمون الإعلامي، عن طريق امتلاك أجهزة متوافرة تعمل بالتقنية الرقمية مثل الكاميرا الرقمية، والموبايل الذي يتميز بخواص متعددة، وهذه التسمية تقترب كثيرا من الإعلام التفاعلي.

7– **إعلام الوسائط المتعددة:** تشير هذه التسمية إلى عملية اندماج النص مع الصوت والفيديو والصور مع بعضها لتكون رسالة مفهومة تفاعلية، تسهم في خدمة قطاعات متنوعة اقتصادية وتجارية وإعلامية.

9– **الإعلام الالكتروني:** يشير هذا المفهوم الواسع الذي نتج عن اندماج التكنولوجيا الحديثة مع منصة الإنترنت، إلى وسائل عدة، يمكن لها أن تقدم المعلومات والأخبار بشأن الأحداث الجارية إلى قطاعات عريضة من الجمهور، بهدف التأثير في معتقداتهم، وتحقيق الترفيه، والتعليم، مثل الصحافة الالكترونية

بأشكالها شتى والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي، وبهذا التعريف فأن مفهوم الإعلام الإلكتروني لا يبتعد في معناه عن التسميات الأخرى[1].

في الأخير يجب أن نؤكد بأن هذا التضارب والاختلاف، في تسمية هذا النوع من الإعلام الجديد، الذي تولد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والحديثة والتقنيات وطريقة العمل التقليدية في ميدان الصحافة، هذا النوع لم يصل إلى صيغته النهائية بعد، ويأخذ تسمية الإعلام الجديد لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية لا في الوسيلة ولا حتى في مختلف العمليات التقليدية الصحافة والتي طرأ عليها الكثير من التغير نتيجة لهذه التكنولوجيات الحديثة، ويمكن القول أن هذا التنوع في الأسماء للوسائل الإعلامية الجديدة، هو نتيجة حتمية التغير السريع الحاصل في ميدان تكنولوجيا الاتصال والذي لا يترك وقتا كافيا للباحثين والمتتبعين في الاستقرار على تسمية معينة لهذا النوع من الإعلام، لكن الثابت أن هذا النوع من الإعلام يعتمد على الوسائط المتعددة، "والتي تعرفها اليونسكو بشكل مبسط: «بأنها اندماج عدة وسائل، نص، صوت، صورة» " ويعرفها "**حيدر الدليمي**" و"**ناهل خليل**" «بأنها تقنية حديثة تعمل على الجمع بين الصوت والصورة والفيديو والرسم والنص المكتوب لتقديم برنامج معين بما يحقق نوعا من التفاعل»[2].

[1] غالب كاظم جياد الدعمي، الإعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة–وسائل متجددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص64، 65.

[2] عباس مصطفى صادق، توظيف الوسائط المتعددة في مواقع الإذاعات العربية على شبكة الإنترنت، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2009، ص33.

المطلب الثالث:السياق التاريخي لظهور الإعلام الجديد.

يرجع البعض بداية سيرة وتطور الصحافة الالكترونية إلى عام (1976) عند ظهوره كثمرة تعاون بين مؤسستي "بي بي سي" و"اندبندت برود كاستينغ"، وفي عام (1979) ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية تفاعلية عرفت بخدمة "فيديو تكست مع نظام بريستل قدمتها مؤسسة "بريتش تلفون اوثوريتي"، وبناء على النجاح الذي أحرزته المؤسسة في توفير خدمة النصوص التفاعلية للمستفيدين، بدأ عدد من المؤسسات الصحفية الامريكية في منتصف عام (1980) العمل على توفير النصوص الصحافية بشكل الكتروني إلى المستفيدين عبر الاتصال الفوري المباشر ومن بين هذه الشركات (نايت ريدورز فيوترون، خدمة تايز وميرور)[1].

أما فيما تعلق بفكرة الوسائط المتعددة وهي أساس كل هذا التطور الحاصل في الإعلام الجديد فقد بدا تطور مفاهيم وتطبيقات وتكنولوجيات الوسائط المتعددة كما يشير "راي روسيلز Rey G. Rosale" إلى فكرة الميمكس "لفانفر بوشBush Vannevar" ومجموعة أفكار "نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Negroponte " التي كون بها مجموعة الآلة الهندسية Architecture Machine Group في معهد ماسوشيستس عام (1967) والأفكار التي طرحها "تيد نيلسون Ted Nelson" وأفضت إلى فكرة النص التشعبي عام (1969)، ثم ظهور مصطلح الوسائط المتعددة بكتابة أخرى هكذا: Multiple Media من قبل مجموعة نيغروبونتي الهندسية عام (1976)حسب "**راندل بيكر**" Randall Packer و"**كين جوردان**" Ken Jordan، وتتبلور مسيرة تكنولوجيات الوسائط المتعددة في تطبيقات ليبمان وموهل Mohal & Lippman التي أفضت إلى إنتاج نموذج خريطة "اسبن" المتحركة كأول تطبيق للوسائط المتشعبة أو الهايبرميديا عام 1980 التي أشرنا إليها، ثم الدور الذي لعبته رؤى ليكد ليدر Licklider التي أطلق عليها Man computer symbiosis والتي قادت لفكرة التفاعلية بين الإنسان والكومبيوتر Human – computer interactivity كإحدى الأسس الهامة لفاعلية الوسائط المتعددة، ثم صدور واحد من أهم التجارب المبكرة للكتاب الإلكتروني على يد "بيكر" Backer عام 1983، أما التغيير الكبير فقد جاء

[1] محمود خضر حامد، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص97.

على يد "تيم برنرز لي*Lee*–Tim Berners" باقتراح شبكة الواب في المركز الأوروبي لفيزياء الجزيئات، سيرن، في سويسرا عام 1989 وظهور بعض مشاريع الوسائط المتعددة من قبل ابل بداية التسعينات[1].

عموما وعلى الرغم من عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ بداية أول صحيفة إلكترونية فإنه يمكن القول إن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الإنترنت عام 1990، وفي عام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أونلاين، انطلق أول موقع للصحافة الإلكترونية على الانترنت عام 1993، من كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو التو اونلاين، وفي يناير 1994 جاء موقع "التوبالو ويكلي"، لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة، وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة حيث أصبحت الصحافة جزءاً لا يتجزأ من تطور وتوزيع شبكة الإنترنت.

أما في قارة آسيا فقد بدأ ظهور الصحف الإلكترونية بصدور صحيفة the China Dailly في الصين، وصحيفة Asahi Chimbom في اليابان، وتعد صحيفة واشنطن بوست أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعا كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات، يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة، وأطلق على هذا المشروع اسم (الحبر الورقي) والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف الإلكترونية التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والأحبار والنظام التقليدي للتحرير والقراءة، لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود[2].

وهذه المزايا جاءت نتيجة التطور التقني في صناعة الإعلام بالإضافة إلى عدد من المتغيرات أهمها:

[1] عباس مصطفى صادق، توظيف الوسائط المتعددة في مواقع الإذاعات العربية على شبكة الأنترنت، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2009، ص31.

[2] محمود عزت، مروى عصام صلاح، مرجع سبق ذكره، ص 158.

1- المتغير السياسي: فقد تغيرت السياسات الدولية والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي خاصة مع بدء تطبيق ظاهرة العولمة وتطور تقنيات الاتصال التي جعلت من العالم قرية صغيرة، كذلك تشجيع الغرب للانفتاح الإعلامي وتمكين الدول النامية والمجتمعات المتخلفة من التعبير عن ذاتها من خلال عمليات الإصلاح لوسائل الإعلام التقليدي، وتشجيع انتشار وسائل الإعلام الجديد كمواقع التواصل وغيرها، كل ذلك ساهم في نشر مبادئ الديمقراطية والطرب من الثقافة الغربية كما حدث في الربيع العربي، وهو ما كانت تخطط له الإدارة الأنجلو أمريكية عندما حلت الدول القمعية حول العالم على تشجيع الانفتاح الإعلامي وحرية الرأي وغيرها من مبادئ الديمقراطية الغربية وكان لها ما أرادت.

2-المتغير التقني: إن تطور تقنيات الاتصال وتطور الإنترنت بظهور الويب 2.0 بمواقعه وتقنياته كاليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي وخدمات البث المباشر وغيرها، سارعت من عملية تطور صناعة الإعلام وجعلته يتقدم في العقد الأخير بقفزات هائلة وبوتيرة أسرع من القرن الماضي بأكمله، وقد ساهمت عوامل كانخفاض أسعار أجهزة الحاسوب مع تطور قدرتها (بحسب قانون جريس) وأسعار خدمة الإنترنت وزيادة السرعات المتاحة للتحميل، كل ذلك ساهم في سرعة تطور الإعلام الجديد وسيادته للمشهد الإعلامي العالمي وتفوقه على الإعلام التقليدي.

3-**المتغير الاجتماعي:** إن تغير الثقافات والعادات والتقاليد كما بينا سابقا ساهم في جذاب الناس لاستسقاء أخبارهم ومعلوماتهم من خلال وسائل الإعلام الجديد، كمواقع الأخبار أو صفحات مواقع التواصل أو التطبيقات الإعلامية على الموبايل، خاصة وأن نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل وأسرع للمعلومة فقد ساهمت زيادة التعليم والتثقف بتقنية الإنترنت واستخدام المواقع، وانتشار ثقافة التصفح المواقع بحثاً عن الأخبار، زادت من الإقبال على وسائل الإعلام الجديد، خاصة وأن أكثر من البشرية يعملون في قطاع الخدمات كالاتصالات والتعليم والحاسوب والأعمال وغيرها، فلم يعد أحد ينتظر صدور الصحف اليومية وتوزيعها بشكلها الورقي، بينما يمكن الوصول مجاناً للخبر وفور صدوره عبر المواقع الإلكترونية.

4-المتغير الاقتصادي: إن سياسات الانفتاح الاقتصادي المطبقة عالمياً عبر منظمة التجارة العالمية وصندوق النقد الدولي، ساهمت في إزالة الحدود والعقبات أمام التبادل التجاري، وفي عصر الإصلاحات الاقتصادية هذه خاصة في الدول النامية، تغير الدور التقليدي للإعلام من مجرد ناقل للحدث الاقتصادي، إلى لاعب أساسي في العملية الاقتصادية، خاصة مع وسائل الإعلام الجديد ودخول مواقع

التواصل على خط البث المباشر للمعومات الاقتصادية والمالية، حيث يشكل الحصول على المعلومة أولا بأول قد يصنع الفرق في عمليات البيع والشراء والتداول الالكتروني على سبيل المثال أو غيرها من المجالات الحساسة، والتي صارت تعتمد بشكل كبير على المعلومة الفورية، فتزايد المعلومات في تكوين السلع والخدمات لدرجة أصبحت معها تكلفة المعلومات تكلفة الإنتاج الأولى مقارنة باليد العاملة مثلاً أو المواد الأولية، أضف إلى ذلك انخفاض تكلفة النشر والبث بفضل تقنية الإنترنت والنشر الإلكترونية والذي مكن من خروج صناعة الإعلام بشكلها التقليدي وتكلفتها الهائلة من سيطرة الحكومات أو رجال الأعمال المتنفذين، ليصبح كل من عنده جهاز حاسوب مع خط إنترنت أن ينشأ مدونة ينشر فيها رأيه ومقالاته[1].

كل تلك العوامل عززت مكانة ما يطلق عليه الإعلام الجديد بوسائله المختلفة إلى هذه المكانة في الصناعة الإعلامية، وجعل منه أحد أهم العلامات الفارقة في وسائل الاعلام، خاصة سرعة انتشاره والتفاعل معه من المستخدمين، حيث غير هذا النوع من الاعلام في علاقة المتلقي بالوسيلة الإعلامية، حيث تغير مفهوم "المتلقين" إلى مفهوم أخر أكثر تعبيرا عن هذه العلاقة و هو "المتفاعلين" حيث أضافت الثورة التكنولوجية عدة خصائص وأدوات للتفاعل سواء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، أو من خلال المواقع الالكترونية لوسائل الإعلام الجديدة.

[1] خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 147، 148.

المطلب الرابع: الإعلام الجديد في الجزائر والمغرب.

إذا تحدثنا عن الصحافة الالكترونية العربية عموما يعود أول ظهور لها إلى سبتمبر(1995)، حيث أنشأت صحيفة الشرق الأوسط موقعها في الإنترنت وفي شهر فيفري (1996)، دخلت الصحيفة العربية الثانية في الشبكة، وهي صحيفة النهار اللبنانية، ثم تلتها الحياة في جوان والسفير في نهاية العام نفسه، يقول الدكتور "**عماد بشير**" لقد توافرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونيا لأول مرة عبر شبكة الإنترنيت في سبتمبر (1995)، ونشرت صحيفة الشرق الأوسط في عددها الصادر في 6 سبتمبر من ذلك العام خبراً على صفحتها الأولى أعلنت فيه أنه ابتداء من 9 سبتمبر (1995) سوف تكون موادها الصحفية اليومية متوافرة إلكترونياً للقراء على شكل صور عبر شبكة الإنترنيت[1]. أما إذا تحدثنا عن المغرب والجزائر، فبداية الصحافة الالكترونية في هذين البلدين تختلف باختلاف مفهومنا للصحافة الالكترونية، فإذا كنا نتحدث عن المواقع الالكترونية لمؤسسات إعلامية، فهذا الصنف موجود منذ منتصف تسعينات القرن الماضي، أما إذا كنا نتحدث عن الصحافة الالكترونية بوصفها مؤسسات إعلامية تنتج وتنشر مادة إعلامية حصرا على الوسائط الرقمية، فهذا النوع حديث نوعا ما.

1. الإعلام الجديد في المغرب: يمكن القول فيما تعلق بالمغرب أن الصحافة الإلكترونية في عالمنا العربي ومنهم المغرب مرت بمراحل مشابهة لما شهدته جهات متعددة من العالم، كانت بداية الصحافة الإلكترونية المغربية في نهاية التسعينيات امتدادا للصحافة الورقية؛ إذ كان ناشرو الصحف الورقية هم المبادرين لإطلاق مواقع إلكترونية موازية للصحف المطبوعة تنقل النسخة الورقية على الشبكة الجديدة كما هي؛ ثم جاءت مرحلة الانتشار (2000-2010) وهي بدايات ظهور مواقع إخبارية إلكترونية مستقلة عن الصحافة الورقية ولا علاقة مؤسسية تربط بينهما؛ والتي قدمت خدمات إخبارية وتوثيقية عكست شكلا من أشكال الصحافة الإلكترونية، ومعه ازدهر التدوين الصحفي الذي مارسه بالدرجة الأولى صحفيون محترفون بشكل مستقل، ثم شهدت السنوات الأخيرة بذور مرحلة جديدة في تطور الصحافة الإلكترونية جاءت نتائجها في انبثاق دور أكبر وحضور أوسع للصحافة الإلكترونية المغربية في الحياة العامة

[1] عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ص 166.

؛وكنموذج يشار إلى موقع "Menara.ma" الذي كان يتوفر على هيئة تحرير حقيقية عدديا، وذلك بفضل المظلة المالية لاتصالات المغرب[1].

وقد جاء هذا التطور نتيجة وجود مؤسسات تسهر على تفعيل مختلف الإجراءات التحفيزية في مجال تكنولوجيا المعلومات وفي مجال الدعم والمواكبة عدة مؤسسات عمومية وهيئات أبرزها: «صندوق المغرب الرقمي»، «المركز المغربي للابتكار التكنولوجي»، «تجمع المغرب الرقمي»، « صندوق الضمان المركزي»، «الوكالة الوطنية لتنمية المقاولات الصغرى والمتوسطة»، «فدرالية مهنيي تكنولوجيا المعلومات»، «المركز المغربي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال».

وتوفر هذه المؤسسات مبدئيا، آليات الدعم لتنفيذ الدراسات التشخيصية، وإعداد مشاريع تشاركية ابتكاريه بالتعاون مع الجامعات ومراكز البحث والتطوير. كما تقوم بالبحث عن مصادر التمويل لتوفير حلول تكنولوجية تستجيب للمقاييس المتعارف عليها دوليا، وتضمن الأمن المعلوماتي، وتسهيل مبادرات التشغيل. وهي تشجع من جانب آخر، عمليات الاستثمار من أجل تحديث آليات اشتغال وتدبير المقاولات الصحفية، والعمل على إنجاز أرضية تكنولوجية مشتركة في إطار شراكات بين القطاع العام والخاص[2].

وبعد موجة الربيع العربي، أنشأ صحفيون سابقون من عالم الصحافة المطبوعة الكثير من المواقع الإلكترونية، خلال الأشهر التي سبقت انطلاق "حركة 20 فيفري (2011)" ومن ذلك على سبيل المثال لا الحصر العديد من المنصات الرقمية باللغة العربية منصة "لكم" لصاحبيها "**أبو بكر الجامعي**"، المؤسس المشارك لصحيفة "لوجورنال"، و"**علي أنوزلا**" الذي انتمى في السابق إلى مؤسسات ورقية هي"الجريدة الأخرى" و"الجريدة الأولى" و"المساء"، وموقع "كود" للصحفي "أحمد نجم"، من صحيفة "نيشان"، و موقع"فبراير" للصحفية "ماريا مكرم" من صحيفة "الأيام".

تشير البيانات المتاحة عن المواقع الإلكترونية الإخبارية المغربية، في أحد جانبيها، إلى أن تلك المنصات الجديدة "تماما" حققت نجاحا لا مراء فيه من حيث عدد الزوار الذي يفوق المنصات المرتبطة

[1] محمد جناي، الصحافة الإلكترونية المغربية ومعركة التحول الرقمي، تاريخ النشر 16 /12/ 2020، روجع بتاريخ 2022/11/15، موقع بريس، متاح على https://tinyurl.com/55d6fwb7

[2] عبد الوهاب الرامي، علي الباهي وآخرون، الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية، منشورات وزارة الاتصال المغربية، الرباط، 2013، ص11.

بالأخبار المطبوعة بكثير، وهذا واقع يدعو للدهشة حقا في بلد تصل فيه نسبة مستخدمي الإنترنت 56.8% من الساكنة حسب بيانات العام (2014)، وشهد العام (2015)، إجراء استطلاع لعينة محددة من المواطنين غير الأميين من الفئة العمرية البالغة 15 عامًا فما أكبر، وأظهر الاستطلاع أن 67% من المستجيبين أفادوا بأنهم يقرؤون الصحافة الرقمية، وذلك في مقابل 17% فقط يقرؤون الصحافة الورقية، و26% يقرؤون الصحافة الرقمية والورقية معا. علاوة على ذلك، يبدو أن السواد الأعظم من قراء الصحافة الإلكترونية في المغرب يختلفون اختلافًا كبيرًا عن نظرائهم من قراء الصحافة الورقية؛ إذ تشير النتائج إلى غلبة العنصر النسائي (73% من النساء قلن إنهن يقرأن الصحافة الإخبارية الإلكترونية، مقابل 8% فقط للصحافة الورقية)، والأمر ذاته يشمل أيضًا الفئات العمرية الأصغر سنا (79% من الفئة العمرية بين 15 و24 عاما تقرأ الصحافة الإلكترونية، مقابل 8% للصحافة الورقية). واعتبارا من 30 من أوت (2016)، أفادت "أليكسا" أن المنصات الأكثر استقبالا للزيارات كانت المواقع الإخبارية الإلكترونية المغربية الناطقة بالعربية، ولعل أشهر تلك المنصات "هسبريس"؛ إذ بلغ عدد زواره 2.5 مليون زائر يوميا ليحل رابعا بعد مواقع "غوغل" و"فيسبوك" ويوتيوب". وهناك مواقع إلكترونية عامة أخرى حازت نصيبا من الشهرة، من بينها مثلًا موقع "Le 360" باللغتين العربية والفرنسية، والعديد من المواقع العربية الناشطة مثل "كود" و"اليوم 24"، و"فبراير"[1].

عرفت الصحافة الإلكترونية بالمغرب ارتفاعا هاما خلال العقد الأخير، حيث ناهز عددها 500 موقع سنة (2012)، وهو ما يجعل نفاذ الإعلام الرقمي قويا جدا، مع الإشارة إلى تزامن ذلك مع نقل عدد من ممارسي الصحافة المكتوبة تجاربهم إلى الشبكة العنكبوتية. وقد عزز هذا الحضور المتنامي للصحافة الإلكترونية مساهمتها في تنشيط الحياة السياسية والمجتمعية بالمغرب، وكذلك دورها في تجسيد السلطة الرابعة التي تمثل أحد روافد الديمقراطية، وتواجه الصحافة الإلكترونية المغربية عدة تحديات ابتداء من فوضى المصطلح التي تطبعها إذ ما يزال الجدل اليوم قائما حول المفاهيم المؤسسة للحقل كتلك التي ترتبط بماهية الصحافة الإلكترونية وتعريف الصحفي المهني الممارس في الحقل، و«خدمة الصحافة

[1] إدريس كسيكس وآخرون، حالة الصحافة الورقية والإلكترونية في المغرب: اقتصاد سياسي بامتياز، مركز الجزيرة للدراسات الإعلامية، الدوحة، نشر في فيفيري2019، روجع بتاريخ 24ديسمبر 2021، متاح على:
https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/02/190220130247546.html

الإلكترونية»، إلخ. يضاف إلى ذلك تحديات البيئة التكنولوجية وتأهيل القطاع والنموذج الاقتصادي، وتحديات المضمون الرقمي، وكذا أخلاقيات المهنة[1].

نشير إلى بعض التحديات التي تواجه الصحافة الإلكترونية المغربية يمكن اختزال أبرزها في:

أ-التحدي التنظيمي والقانوني: إن تنامي عدد الصحف الإلكترونية على الصعيد الوطني، جعل الحاجة ملحة لإعداد قانون ينظم الصحافة الإلكترونية، شأنها شأن الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية.

ب-التحدي الثقافي: تعد الصحافة الإلكترونية أداة للتعريف بالثقافة المغربية، وتوسيع انتشارها والترويج لها وعولمتها.

ج-التحدي اللغوي: يؤدي توظيف اللغات الوطنية واللغات الأكثر انتشارا في البيئة الرقمية من طرف الصحافة الإلكترونية المغربية إلى تطوير المحتوى الرقمي الوطني، وفرض الثقافة والهوية الوطنيتين على الساحة الدولية، وكذا تطوير أدوات الترجمة المهنية والبرمجيات المرتبطة بها.

د-التحدي التكنولوجي: يتيح استخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال ومواكبة تطورها استغلال التطبيقات الإلكترونية والبرمجيات، والوسائط المتعددة في صناعة المحتوى الصحفي الرقمي وتقديمه في صور متعددة. كما يعد تطوير البنية التكنولوجية الأساسية والنفاذ السريع إلى شبكة الإنترنت من أهم التحديات التي يفرضها عالم الاتصالات.

هـ-التحدي الاقتصادي: يؤدي تحفيز وتطوير صناعة المحتوى الصحفي الرقمي إلى تنمية الاقتصاد عبر استقطاب المستثمرين والمعلنين لتسويق منتوجاتهم وتشجيع الاستثمار في مجال التكنولوجيات الحديثة كما في مجال صناعة المحتوى، وتغطية شبكات الهاتف الثابت لجميع المناطق، وتقديم الخدمات على شبكات الاتصالات الرقمية كالهاتف المحمول، ويواجه المغرب تحدي إدراج صناعة المحتوى الرقمي في بيئة الاقتصاد الوطني، وجعله مجالا للاستثمار والتشغيل[2].

[1] عبد الوهاب الرامي، مرجع سبق ذكره، ص5.

[2] المرجع نفسه، ص24.

2. الاعلام الجديد في الجزائر: أما في الجزائر، تعد جريدة "Algeria Nterface" هي الجريدة الإلكترونية الأولى على شبكة الإنترنت أسسها أحد الإعلاميين **"نور الدين خلاصي"** صحفي سابق بجريدة "Lanation" وهي في الأصل كانت عبارة عن خطة لإصدار جريدة مستقلة في عام (1996)، تقدم التقارير وأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية "sida" ثم تم التخلي لاحقا عن الفكرة وتحول المشروع إلي التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الإنترنت اختارت الجريدة اللغتين الفرنسية والإنجليزية في مجال النشر الإلكتروني، بعدها انطلقت جريدة " ألجيري أنتر فاس " في العمل في نوفمبر (1999) وكان شعارها نقل الأخبار بشكل موضوعي والمحافظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير وحرية الصحافة والدفاع عن حقوق الإنسان وتعزيز القيم الديمقراطية[1].

وقد أغلقت مؤسسة **"أنترفاس ميديا"** وهي الجهة المالكة لموقع **"ألجيري أنترفاس"**، أغلقت الموقع سنة (2003)، ثم عادت الوكالة نفسها التي أطلقت ألجيريا انترفاس لتؤسس جريدة الكترونية أخرى سنة (2008) وباللغة الفرنسية دائما، وهي بوابة ماغراب أيمرجان، وهي جريدة اقتصادية مغاربية، وهي مستمرة إلى اليوم، و بالرغم من الصعوبات المالية المسجلة حسب تصريحات أحد المسؤولين عن الجريدة، إلا أن الجريدة تمكنت منذ أشهر من فتح رأسمالها على بعض رجال الأعمال، حيث تمتلك أربع شركات الكثير من أسهم الشركة، ومكنت عملية فتح رأس المال من إحداث توازن مالي نسبي يمكن الموقع من الاستمرار في العمل... وفي مجال تجارب الصحف الالكترونية باللغة العربية، تجد صحيفة الحدث الجزائري أول موقع مهني احترافي جزائري تشهده ساحة الصحافة الإلكترونية باللغة العربية في الجزائر التي كانت تحصي تاريخ إطلاق الموقع في الفاتح نوفمبر (2013) أزيد من 6 مواقع إخبارية إلكترونية باللغة الفرنسية. وهي التجربة التي دامت سنتين، بسبب صعوبات مالية و شح الموارد حسب شهادة رئيسة تحريره، كما تم تأسيس العديد من المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية في الخمس سنوات الأخيرة، يقف وراءها صحفيون شباب بإمكانيات بسيطة جدا، مثل اسبق برس والطريق نيوز والجزائر 24 والنشرة دي زاد" والجزائر اليوم، وهي تستفيد من دخول خدمات الجيل الثالث والرابع على الهواتف المحمولة وما توفرها من تدفق عال للإنترنت. غير أن العديد من المشاكل المالية قد تحول دون تطور أو استمرارية هذه التجارب[2].

[1] محمد الفاتح حمدي، واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية، مجلة التراث، المجلد04، العدد 17، ص 10.

[2] رضوان بوجمعة، أزمة الصحافة الورقية في الجزائر ومسار الانتقال الرقمي من 1997 إلى 2017، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 20، العدد02، 2018، ص28-30.

وقد أحصت النقابة الوطنية لناشري الصحافة الإلكترونية، في الجزائر، وهي هيئة قيد التأسيس، قبل فترة أكثر من 40 ناشرا، يمثلون مواقع عامة وجهوية ومتخصصة في مختلف الميادين... وأضحت الصحافة الرقمية الوسيلة الأولى للوصول للخبر بالنسبة الجزائريين منذ إطلاق خدمة الجيل الرابع في (2016) وارتباط 20 مليون منهم بالإنترنت، وهو ما طرح التساؤل لدى المراقبين حول مصير الصحف المكتوبة وإمكانية حمايتها من الاندثار الكامل[1].

إن ما يعزز مكانة الصحافة الالكترونية في الجزائر هو التنامي الكبير لعدد المشتركين في شبكة الانترنت في الجزائر، حيث بلغ في نهاية 2016 ما يقارب 29.5 مليون مشترك، مقابل 18.9 مليون مشترك سنة (2015)، وهو عدد مهم بالنظر لعدد سكان الجزائر، الذي يقارب 40 مليون نسمة، وتشير الأرقام أن 13 مليون جزائري ممن بلغوا سن 15 سنة فما فوق، يبحرون على الانترنت يوميا، و بأن أكثر من 10 ملايين جزائري من الفئة العمرية نفسها يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وتضيف معطيات ذات الدراسة التي أجرتها هذه الشركة المتخصصة، في فيفري من سنة (2017)، من أن الفيسبوك يبقى الشبكة الأكثر اهتماما من قبل الجزائريين بـ17 مليون مشترك[2].

[1] عبد الحكيم حذاقة، هل يطيح الدعم الحكومي للإعلام الإلكتروني بالصحافة الورقية في الجزائر؟، مدونة الجزيرة، نشر في تاريخ 2020/2/7، روجع بتاريخ 2021/06/12. متاح على: https://aja.me/aks4f

[2] رضوان بوجمعة، المرجع الأسبق، ص16.

المطلب الخامس: خصائص الإعلام الجديد.

يختص الإعلام الجديد بكثير من السمات التي تميزه عن الصحافة المطبوعة، ومختلف أشكال الإعلام التقليدي نذكر منها.

1-النقل الفوري للخبر: حققت الصحافة الالكترونية إمكانيات النقل الفوري للخبر، ومتابعة تطوراته، وتعديل نصوصه في أي وقت دون انتظار حلول اليوم التالي بذلك أنهت هذه التقنية واحداً من أبرز ثغرات الصحافة التقليدية منافستها للراديو والتلفزيون، بل أن الصحف الالكترونية باتت تنافس هاتين الوسيلتين، يمكن القول إذا أن عنصر الفورية من أهم خصائص الصحف والمواقع الإخبارية الالكترونية.

2-العالمية وانتشار الخبر: للمرة الأولى في تاريخها، تمكنت الصحف من التنقل عبر الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الانترنيت، حتى أن هذا الانجاز لا يلغي حقيقة أن الصحف التقليدية مازالت تعاني نفس الأزمة.

3-انخفاض تكلفتها المادية: يتطلب النشر الالكتروني للصحف عبر شبكة الانترنيت إمكانيات مالية أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية، أو قناة تلفزيوني أو إذاعية فالصحف الالكترونية ستستغني عن الأموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال وبذلك أصبح بالإمكان إصدار صحف الكترونية بإمكانات محدودة، يمكن أن تصل الى مستوى المشاريع الفردية لكن الأمر يتطلب بالطبع توفير تقنية الانترنيت ووجود بنية تحتية متكاملة للاتصالات في البلد.

4-تحقق التفاعل بين القارئ والكاتب: تتيح الخصائص التي أحدثتها التكنولوجيات الحديثة مثل التعليقات على الأخبار والمقالات في الصحافة الالكترونية ومختلف أشكال التفاعل، أحدثت تطوراً جوهرياً في ميدان الصحافة حيث منحت عملية رجع الصدى (Feed Back) إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الإعلام، وخصوصاً بالنسبة للصحافة، وبات يمكن الحديث عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية.

5-توافر أرشيف للأعداد السابقة للصحيفة أو الموقع: إن أهم ما تتيحه الصحافة الالكترونية هو البحث عن المواضيع بكل سهولة حيث تتوفر فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة

بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر أسم الموضوع الذي يريد ليقوم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل ما نشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين[1].

6-الحصول على حجم أكبر من المادة الإعلامية بجهد أقل: إن الإعلام الالكتروني يعطي القارئ فرصة اطلاع أكبر من الناحية الكمية، ففي جلسة واحدة يستطيع القارئ أن يطلع على عشرات المصادر الإعلامية من جميع أرجاء العالم ودون تكلفة مادية تذكر، وهو أمر غير ممكن عمليا من حيث الوقت ومن حيث الكلفة في التعامل مع الإعلام التقليدي.

7-حرية الانتقاء والمقارنة: يعطي الإعلام الجديد للقارئ حرية الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات، واستخلاص النتيجة التي يراها أقرب إلى الحقيقة، دون أن يظل أسيرا لرؤية مخصوصة، ولا تخفى قيمة ذلك في تحرير إرادة المتلقي في تعاطيه مع الوسيلة الإعلامية[2].

8-أتاحت صحافة الإنترنت الفرصة للمواطن بشكل عام ليصبح مصدرا صحفيا: إذ يقوم برصد وتسجيل الأحداث أو المواقف أو التظاهرات أو غير ذلك ومن ثم يقوم بنقل ذلك بالصور وإرساله، وهو ما يحدث كثيراً في بعض الدول خاصة أثناء الحروب والأزمات والمشكلات التي تعصف بالبلاد.

9-قياس الرأي العام: وتحليله في عدد كبير من التي يقوم بها عد كبير من هذه الصحف وهي تتم بشكل الكتروني فوري[3].

10- اندماج الوسائل: أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى، بحيث أنها ألغت الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، فالتلفزيون والانترنت اندمجا بشكل شبه كامل بحيث أصبح كل جهاز يؤدي وظيفة الجهاز الآخر.

11- الحرية الواسعة: بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون خاضعة لتدخل الحكومات بالسماح أو المنع لما ينشر في هذه الوسائل، جاء بعد ذلك الإعلام الجديد بوسائله المتعددة

[1] محمود عزت، مروى عصام صلاح، مرجع سبق ذكره، ص159-160.

[2] محمود خضر حامد، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص47.

[3] حسين علي إبراهيم، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص238.

وقدرته على اختراق الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول القضايا الداخلية والخارجية كافة التي تهم الوطن والمواطن ودفعت المواطنين لمعرفة العديد من القضايا والأخبار التي لا يمكن أن يعلم بها لو لا هذه الوسائل.

12- اللاتزامنية: وهي أن الإعلام الجديد يوفر إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، إذ لا يتطلب من المستخدمين جميعهم أن يكونوا موجودين في الوقت نفسه، وأن المستخدم للإعلام الجديد يستطيع أن يرسل الرسائل ويستقبلها سواء كان الشخص المستقبل متصل بالانترنت أم غير متصل، فضلاً عن أن الإعلام الجديد وفر لمستخدميه إمكانية الحصول على المعلومات والأخبار في الوقت الذي يريده[1].

وفي ضوء ما سبق يمكن القول أن مجموعة الخصائص التي تسم بها صحافة الإنترنت قد أتاحت لها كسب ثقة الرأي العام وخلقت لها مكان كبير في الساحة الإعلامية، إذ غدت مصدراً لا غنى عنه للحصول على الأخبار والمعلومات وتغطية مختلف الأحداث نتيجة ما تتيحه للمتتبع لها من استخدام أكثر من حاسة في نفس الوقت مثل المشاهدة والقراءة والاستماع، إضافة إلى دمج مختلف التقنيات الرقمية التي تجعل من تصفح هذه الوسائل الجديدة ممتعة ومشوقة للقراء.

أما فيما تعلق بخصائص الشبكات الاجتماعية التي تعتبر أحد الروافد الأساسية للإعلام الجديد فيمكن تلخيص خصائصها في ما يلي:

المشاركة "Participation": وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

الانفتاح " Openness" : معظم وسائل الإعلام غير مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادراً ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

[1] وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، المؤلفين، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص99-100.

المحادثة " Conversation ": حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

المجتمع "Community": وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي أو قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعاً الكترونياً متقارباً.

الترابط " Connectedness: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضاً، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذاء مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات[1].

[1] خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص27-28.

المبحث الثاني: الشبكات الاجتماعية كمنصة جديدة لإنشاء وبث المحتويات الرقمية.

المطلب الأول: الشبكات الرقمية الاجتماعية: المفهوم والنشأة .

1. مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية:

مع بداية الألفية وشيوع الأنترنت ظهر نوع من المواقع الالكترونية تسمى مواقع التواصل الاجتماعية، أو الأصح شبكات التواصل الاجتماعي، ونقول شبكة لأن آلية عملها تشبه الآلية التي تعمل بها شبكة الإنترنت، وهي نتيجة طبيعية لاحتياج مستخدمي الأنثرنث إلى تعزيز العلاقات الإنسانية فيما بينهم، وكذا فتح المجال للحوار والتفاعل وخلق فضاءات جديدة للنقاش، و قد بدأ ظهور هذه الشبكات مع بداية الألفية الجديدة، و يمكن اعتبارها من أهم التطبيقات و أكثرها انتشارا وتفاعل، كما أصبحت من أكثر التطبيقات التي تستعملها المؤسسات الإعلامية في الوصول لجمهور أكبر، كما سمحت هذه الشبكات بظهور أنماط جديدة من وسائل الإعلام التي تتم كل عملياتها على هذه الوسائط الرقمية الاجتماعية.

وعموما يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع الكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين الخطي والصوتي والمرئي ومشاركتها مع الآخرين وهناك من يعرفها على أنها هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطة من خلال نظام اجتماعي مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع وتلك المواقع تعود إلى شركات تجارية تحقق أرباحا من خلال الإعلانات[1]. كما تعرف بأنها خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية profile عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام"[2]، ظهرت هذه المواقع والتطبيقات مع ظهور الويب2.0، حيث استخدمت الإمكانات التي يتيحها في إنشاء برمجيات نقلت الأنثرنث من شكله البسيط الذي كان البداية إلى الشكل المتطور مع الويب 2.0.

[1] عبد الأمير الفيصل، مرجع سبق ذكره، ص64.

[2] درويش شريف اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، دار العالم العربي، القاهرة، 2011، ص 86.

2. شبكات التواصل الاجتماعي النشأة والتطور.

ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية لأول مرة في عام (1954) عندما صاغ "**جون بارنز John Barnes** "، والذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالقبائل، وفي السبعينيات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية البدائية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات، ومصدر ذكاء تلك الطرفيات. وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية "الانترنيت" منتصف التسعينيات من القرن العشرين، بدأت أول شبكات التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث مثل (Classmatrees.com) عام (1995)، وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، وبعد عامين أطلق موقع " SixDegrees.com " الذي أخذ اسمه من عبارة " Six degrees of separation ست درجات من الانفصال" التي أخذت من تجربة العالم الصغير " لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفرد "**ستانلي مليغرام Stanley Milgram**"[1].

ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام (1999) و(2001) ولم تحقق نجاحاً لعدم جدواها المادية، وفي المدة ما بين عام (2002) وعام (2004)بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية في العالم ذروتها، فقد ظهر موقع "freindater" عام (2002) في كاليفورنيا، من طرف "**جوناثان أبرامز Jonathan Abrams**". وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة " skrock ' " كموقع للتدوين، ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام (2007)، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع، إذ حصلت على المركز السابع عام (2008) في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين، وقبل ظهور "الفيسبوك" أنشئ في العام (2003)؛ موقع "ماي سبيس My Space" الأمريكي، ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العام (2006)، وأهم ما يقدمه ماي سبيس، تفاصيل الملفات الشخصية، وتتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت، والصورة فضلا عن خدمة التدوين في عام (2004) أنشأ موقع "الفيسبوك Facebook" على يد "**مارك زكوربيرغ**" من جامعة هارفرد، وكانت الفكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم، وقد كان الموقع في البداية متاحاً فقط لطلاب جامعة هارفرد، ثم فتح لطلبة الجامعات، بعد ذلك لطلبة

[1] المرجع السابق، ص79.

المدارس الثانوية ، ثم عممت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر، وفي عام (2005) تأسس اليوتيوب "YouTube" في ولاية كاليفورنيا، بالولايات المتحدة الأمريكية وكان الإصدار التجريبي له عام 2005، ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو. ثم ظهر تويتر عام (2006) على يد "**جالك درزي jack dorsey** " **وبيز ستون biz storne** "، و "**ايفان ويليامز evan Williams** "[1]

[1] حسين محمود الهيثمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص81.

المطلب الثاني:خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

تتمتع الشبكات الاجتماعية الرقمية بمجموعة من الخصائص التي تميزه عما سبقه من وسائل الاتصال، وهي تتمثل دمج للعديد من الوسائل المختلفة القديمة و الجديدة، بما يسمح لمستعمليها بالتمتع بمجموعة كبيرة من الخدمات التي كانت متفرقة على العديد من الوسائل القديمة، كما تجدر الإشارة أن أهم ما حققته هذه الوسائط هو تخطي مفهوم الدولة والحدود الجغرافية، وهو ميزة غيرت كثيرا من مفاهيمنا عن العالم، وتتخلص أهم مميزات الشبكات الاجتماعية الرقمية فيما يلي:

1-**التفاعلية:** إن أهم ما يميز الوسائل الجديدة هي التفاعلية، والارتقاء بدور المتلقي إلى مستوى المشاركة بنسبة كبيرة العملية الاتصالية، وتمثلت محصلة الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال الجديدة لا تحقيق أمكبر قدر من تفاعلية المتلقي مع العناصر الاتصالية وتأثيرها فيه بالدرجة الأولى، وهذا ما يتوفر في مظاهر الإعلام الجديد كشبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد معظم محتواها الإعلامي على المستخدمين.

2-**تفتيت الجمهور**: أدت وسائل الإعلام الجديد الى تفتيت الجمهور، اذ يمكن توجيه الرسالة الاتصالية لكل فرد من أفراد الجمهور على حدة مهما تعدد المتلقون ليتلقاها كل منهم في الوقت المناسب له.

3-**اللاتزامانية:** ويقصد بها عدم الحاجة لوجود المرسل والمستقبل في الوقت نفسه، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى الاتصالي في أي وقت يريده وهو ما يؤكد أثر الإعلام الجديد في تفتيت الجمهور.

4-**اللامكانية:** تتميز وسائل الإعلام الجديد بالانتشار ووصوله الى شرائع المجتمع جميعها، فضلا عن قدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية فلم يعد المكان وطول المسافات يشكلان عائقاً يحول دون التواصل بين المشاركين في العملية الاتصالية.

5-**تغيير السلوك:** تتطلب وسائل الإعلام الجديد من المستخدم درجة من الانتباه و الفاعلية إذا ما أراد الحصول على محتوى معين، فيما تشير بحوث ليست بقليلة تناولت الأنماط السلوكية لمستخدمي وسائل الإعلام التقليدية إلى أن مستخدميها لا يلقون انتباهاً كبيراً لما يشاهدون أو يسمعون أو يقرؤون كما إنهم لا يتعلمون الكثير منها، فأغلبهم يمرون بها مروراً سطحياً بلا تركيز في فحواها، وعلي سبيل المثال لا التحديد يقضي مشاهدو التلفزيون ساعات من متابعة برا مجه ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية، فلو

سألتهم بعد ساعات قليلة عن محتوى ما شاهدوه فإن قليلا منهم سيتذكر ذلك، ولقد غير الإعلام الجديد ذلك بتحقيقه درجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة.

6- **قلة التكلفة:** تمتاز وسائل الإعلام الجديد بقلة التكلفة مقارنة بالوسائل التقليدية، وهناك من يضيف خصائص أخرى لوسائل الإعلام الجديد كاتصاف مضامينها باللاجودة، فالنصوص ذات لغة ركيكة، والصوت، والصورة ذات جودة رديئة بسبب عدم خبره منتجيها[1].

7-**المشاركة والانتشار:** يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشرا يرسل رسالته إلى الآخرين .

8-**الحركة والمرونة:** حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الإنترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الخفيفة، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.

9-**الكونية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

10-**اندماج الوسائط:** في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد، ... إلخ .

11-**الانتباه والتركيز:** نظرا لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبيا وسطحيا.

12-**التخزين والحفظ:** حيث يسهل على المتلقي تخرين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها[2].

[1] المرجع السابق، ص 68،69.

[2] ندى عمران حسين، الصورة الرقمية إحدى ملامح الإعلام الجديد: دراسة الصورة الخبرية في موقع المدى برس، مجلة بحوث الشرق الأوسط. العدد 51، 2019، ص423.

المطلب الثالث: نماذج من الشبكات الاجتماعية الرقمية.

1. فيسبوك: يمكن القول أن "فيسبوك Facebook" هو الشبكة الاجتماعية الرقمية الأكثر شعبية، حيث يوفر وسيلة للمستخدمين لبناء الاتصال وتبادل المعلومات مع تجمعات صغيرة أو متوسطة أو كبيرة من الناس والمنظمات التي يختارون للتفاعل معها عبر هذه الشبكة الرقمية.

ظهر"فيسبوك Facebook" أول مرة في 4 فيفري (2004) عندما كان الطالب "**مارك زوكربرج Mark Zukerberg**" الذي كان يحمل سمة الخجل، والتفوق في الدراسة في تخصص الإعلام الآلي جالس في غرفته، راودته فكرة إنشاء فايسبوك الذي يقصد به باللغة الفرنسية «Trombinoscope » وبالانجليزية « Facebook » وباللغة العربية «كتاب الوجوه» والذي يعتبر كمرجع للملتحقين الجدد بالجامعة والذي يضم صور بأسماء زملائهم القدامى، وأصبح من أشهر المواقع زيارة ورواجا في العالم، ويتكون الفيسبوك من: الصفحة الشخصية «Profile» وهي الصفحة الشخصية للمستخدم، وتحتوى على كل ما يخصه من معلومات وصور ومقاطع فيديو وملاحظات وروابط وأحداث وأصدقاء وغيرها، والرسائل « Messages » وهي من الأدوات الهامة ، ومن خلالها يستطيع المشترك الإطلاع على الرسائل الواردة، وكذلك إرسال رسائل جديدة[1]، والمجموعات «Groups» وهي عبارة عن مجتمعات مغلقة أو مفتوحة تتشارك الاهتمامات ذاتها.

ويمكن كذلك الإضافة أن الشبكة الاجتماعية "فيسبوك" تتيح لمستخدميها تكوين وتوسيع قائمة صدقات إضافة إلى الأصدقاء الواقعيين وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم، وقد قام "**مارك زوكربيرج**" بتأسيس فيسبوك بالاشتراك مع كل من "**داستين موسكوفيتز**" و"**كريس هيوز**" الذين تخصصا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفارد، وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج

[1] فيصل محمد عيسى عسيري، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي الطفل والاستقرار الأسري في المملكة العربية السعودية، مطبعة النهضة العربية، مصر، 2019، ص47،48.

وجامعة ستانفورد، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر[1].

تشير إحصائيات سنة (2014)إلى أن عدد مستخدمي موقع "فيسبوك" بلغ 1.31 مليار مستخدم شهريا، و 680 مليون مستخدم على الهاتف النقال، وفي إطار تطور خدمات فيس بوك، أطلق الموقع نسخته باللغة العربية في مارس عام (2009)، وأصبح من أكثر الشبكات الاجتماعية جماهيرية خاصة مع تطور خدماته يوما بعد يوم، مما يستميل يوميا مزيدا من المشتركين[2].

ووفق إحصائيات حديثة لسنة (2021)، عرضها موقع الجزيرة بلغ عدد المستخدمين النشطين على فيسبوك 2.85 مليار مستخدم نشط، ويعتبر فيسبوك ثالث أكثر المواقع زيارة، ولا يتفوق عليه سوى غوغل و يوتيوب، ويعتبر ثاني أكثر التطبيقات تحميلا من المستخدمين، ويأتي تطبيق فيسبوك ماسنجر في المرتبة السابعة، وتعتبر الهند أكثر دولة يستخدم سكانها فيسبوك، ويمضي مستخدمو فيسبوك ما معدله 35 دقيقة على المنصة يوميا، في الشهر يقوم المستخدم العادي لفيسبوك بالإعجاب بـ 12 منشورا، وبعمل 4 تعليقات[3].

2. كلوب هاوس Clubhouse:هو أحد أشهر تطبيقات الشبكات الاجتماعية الرقمية الجديدة تم إطلاقه لأول مرة في أفريل (2020)، في ظل الحجر الصحي الذي شهده العالم مع انتشار فيروس "كوفيد 19" تم تصوره على أنه بديل عن طريق دردشة صوتية حية بدون إزعاج مثلما هو مألوف في مكالمات الفيديو أو الرسائل النصية لبقية الشبكات الاجتماعية الرقمية. فقد بدأ في وضع نفسه كشبكة اجتماعية "بديلة" و سرعان ما اكتسب شعبية في جميع أنحاء العالم حيث بلغ بالفعل عن عدد مذهل يزيد عن 8 ملايين عملية تنزيل اعتبارًا من فيفري (2021)، أطلق على Clubhouse لقب "أفضل شركة ناشئة في وادي السيلكون" بتقييم زاد عشرة أضعاف في ما يزيد قليلا عن ستة أشهر، حيث تضاعفت قيمته من 100 مليون دولار إلى مليار دولار.

[1] عبد الأمير الفيصل، مرجع سبق ذكره، ص69،70.

[2] حدادي، وليدة، الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، مجلة دراسات، العدد 36، 2015، ص35.

[3] رماح الدلقموني، وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام، مقال منشور على موقع الجزيرة نت، نشر 2021/10/6 ، روجع بتاريخ 2021/12/14، متاح على https://cutt.us/gDe3j

كان "كلوب هاوس" في فترة ظهوره يعمل على أجهزة "iPhone" فقط، من مميزاته التي لا توجد في باقي الشبكات الاجتماعية أن جودة الصوت وتزامنه عالية جدا على عكس الشبكات الاجتماعية الحالية الأخرى. يمكن لمستخدميها الاستماع إلى محادثات مختلفة، والمساهمة في هذه المحادثات، وكذلك إنشاء محادثة خاصة في "غرف الدردشة"، مع ذلك دون التمكن من تسجيل هذه المحادثات أو تخزينها لاستخدامها لاحقًا. بالإضافة إلى ذلك، يطبق Clubhouse إستراتيجية تسويق ذكية من خلال محاولة الحفاظ على صورة التفرد والنخبوية التي يدعمها العديد من المشاهير مثل الرئيس التنفيذي لشركة فيسبوك "**مارك زوكربورك Mark Zuckerberg**" أو الرئيس التنفيذي لشركة تسلا "**ايلون ماسك Elon Musk**" اللذان يظهران بشكل متكرر في غرف الدردشة الخاصة بهما للتعبير عن آرائهم الشخصية حول عدد من الموضوعات الساخنة[1].

يرى الكثيرون أنه من الصعب تصديق أن تنال هذه الشبكة الرقمية الاجتماعية كل هذه الشهرة والشعبية بدون جائحة COVID-19 التي أدخلت العالم في تباعد اجتماعي فجأة، حيث تم إغلاق صالات النقاش والنوادي في جميع أنحاء العالم، وتم إلغاء الدراسة والأحداث الثقافية والرياضية، ووجد الكثير من الناس أنفسهم في عزلة اجتماعية، نتيجة للوباء، كل هذا ساهم في نجاح هذه الشبكة الاجتماعية دون غيرها.

هذا ونشير إلى أن بعض الأبحاث الحديثة أشارت إلى أن سبب الانتشار الواسع لهذه الشبكة الاجتماعية راجع إلى طبيعة المجتمع الاستهلاكي الذي أصل له "**جان بودريار**" حيث يرجع سبب انتشاره إلى حصريته على هواتف ايفون مما يجعل المستخدمين يستعملون Clubhouse ليس بسبب الميزات المعروضة فيه، ولكن بناء على الرغبة في أن يكونوا مختلفين عن الآخرين من خلال تأكيد طبقتهم الاجتماعية، بمعنى أن تصبح مستخدمًا في Clubhouse يعني استخدام منتجات Apple وأن تكون جزءًا من الطبقة العليا بإتباع أحدث اتجاهات وسائل التواصل الاجتماعي، توضح هذه الظاهرة أن الرأسمالية تواصل العمل لخلق احتياجات لا نهاية لها تحت ستار الحصرية لجعل المستهلكين يشعرون بأنهم مميزون ومختلفون[2].

---

[1] Strielkowski Wadim, The Clubhouse Phenomenon: Do We Need Another Social Network?, Preprints, 2021, v1 , p1-3

[2] Farisha Sestri Musdalifah, Consumerism on Clubhouse Exclusivity from Jean Baudrillard's Perspective, iski (Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia), Vol 4, No 01, 2021 ,p81,82.

3. تيك توك TikTok: أصبحت مقاطع الفيديو على الهاتف المحمول منتشرة في كل مكان مع تزايد توافر الإنترنت عالي السرعة، حيث اقترحت العديد من الدراسات التي أجريت على نماذج فيديو، أن مشاهدة الحلقات على الأجهزة المحمولة يجب أن تكون قصيرة لجذب انتباه المشاهدين، هذا الاكتشاف هو الذي بنيت عليه فكرة "تيك توك" إنه تطبيق للشبكات الاجتماعية لإنشاء ومشاركة مقاطع الفيديو التي تمتد لمدة 15 ثانية فقط والتي يمكن للمستخدمين من خلالها استخدام مجموعة متنوعة من مرشحات الموسيقى الخلفية وقوالب مزامنة الشفاه للتواصل مع مجتمع المشاهدين عبر الإنترنت، "تيك توك Tik Tok" هو مظهر من مظاهر الوسائط التي ينشئها المستخدم، لأن إنشاء المحتوى هو العمود الفقري لها في الواقع، و لن تزدهر هذه الوسائط بدون محتوى من المستخدمين، كما أنها أعادت تشكيل سوق مشاركة الفيديو حيث يتم إنشاء المحتوى بواسطة عدد لا يحصى من المستخدمين بدلا من عدد محدود من منتجي الوسائط[1].

إذن يعرف "تيك توك" أو "DouYin" وهو اسم النسخة الصينية من التطبيق، وقد كان معروف سابقا باسم "ميوزيكلي" ويمثل حاليا أحد أكثر تطبيقات الوسائط الاجتماعية الصينية نجاحا في العالم. منذ تأسيسها في سبتمبر (2016)، شهدت تيك توك توزيعا واسع النطاق، على وجه الخصوص لجذب المستخدمين الشباب للمشاركة في عرض "مقاطع فيديو" وإنشائها والتعليق عليها على التطبيق، تأسس "ميوزيكلي" في سبتمبر (2016) بواسطة "**تشانغ يى مينغ Zhang Yiming**" ثم استحوذت شركة. "Bytance" ومقرها بكين على التطبيق في نوفمبر 2017، وأعادت تسمية التطبيق إلى "Tik Tok"، وأصبح هذا التطبيق في فترة زمنية قصيرة أنجح تطبيق من أصل صيني من حيث التوزيع العالمي. و اعتبارا من نوفمبر (2021)، تم الإبلاغ عن 800 مليون مستخدم شهريا، يسمح باستخدام "تيك توك" للأشخاص الذين يبلغون 13 عاما أو أكبر، ولكن لا يسمح بالبث المباشر بين المستخدمين إلا لمن يبلغون من العمر 16 عاما أو أكثر، ولحماية الأطفال والمراهقين من المحتوى غير المناسب (مثل التدخين أو الشرب أو اللغة الفظة)، طور مهندسو تيك توك أيضا إصدار التطبيق ليقوم بتصفية المحتوى غير المناسب للمستخدمين الصغار، وتجدر الإشارة إلى أنه في وقت كتابة هذا التقرير، يعمل التطبيق

[1] Bahiyah Omar, Wang Dequan, Watch Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage, International Association of Online Engineering, Vol 14, No 04, 2020, p122 .

باسم "TikTok" في السوق العالمية وباسم "DouYin" في السوق الصينية، و يتوفر تطبيق "تيك توك" في نظامي التشغيل "Android" و "Apple"[1].

يتيح التطبيق من خلال الهواتف الذكية إنشاء مقاطع فيديو قصيرة، حيث يمكن للمستخدمين تشغيل مقاطع الفيديو لأغاني متنوعة، يقلد مستخدمو "تيك توك" المحتوى أو يتفاعلون مع الفيديو الأصلي، ويتشاركونه مع مستخدمين آخرين، وتنزيله إن أرادوا لأغراض غير تجارية، والتعليق عليها وإرفاقها بـ "أعجبني"، لا يقتصر الأمر على تحميل مقاطع فيديو التشغيل في "تيك توك TikTok" ولكن أيضا يمكن للمستخدمين أثناء القيام ببث مباشر الدعوة إلى "تحديات" مع مشتركين آخرين، يفوز بالتحدي من يكسب نقاط أكثر، تأتي هذه النقاط من هدايا المشاهدين المالية، أو من خلال ضغطهم المستمر على الشاشة.

4. أنستجرام Instagram: هو شبكة اجتماعية وتطبيق مجاني لتبادل الصور والفيديوهات، وأطلق في أكتوبر عام (2010) عن طريق خريج جامعة ستانفورد "**كيفن ميستروم**" الذي كان يعمل على تطبيق للتواصل الاجتماعي بالاعتماد على الموقع الجغرافي، مع ميزة مشاركة الصورة، وبعد إطلاق التطبيق لم يكتب له النجاح واستخدمه فقط بعض الأشخاص من معارف وأصدقاء كيفن وتم وصفه بأنه مجرد فكرة فاشلة، وفي جويلية (2010) قام كل من "**كيفن** " و"**مايك كرينجر**" بالبدأ بالعمل على تصميم تطبيق لمشاركة الصور. أراد الاثنان صنع شيء جيد والتركيز عليه، ونظروا إلى مجال الصور فوجدوا أن مشاركة الصور على موقعي فيسبوك أو فليكر أو غيرها من المواقع عملية يصعب القيام بها عبر الهواتف المحمولة وبعد أن استغرق الأمر شهرين من العمل تم إطلاق أول نسخة لتطبيق يتيح مشاركة الصور مع إمكانية إضافة مؤثرات عليها[2]. في فترة لاحقة استحوذت على "أنستغرام" شركة فيسبوك من خلال صفقة بلغت قيمتها مليار دولار، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة انستغرام نفسها. وكان دعم انستغرام في البداية على الآيفون والآي باد ومختلف منتجات "أبل"، وفي أبريل (2012) تمت إتاحته على

[1] Christian Montag, Haibo Yang, Jon D Elhai, On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings, Frontiers in public health, Volume09, 2021, p02.

[2] سلمى عليوان، شريفي رحمة، واقع الاتصال الشخصي في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام نموذجا، مذكرة ماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2020/2019، ص66.

منصة أندرويد، يتم توزيعه عبر متجر آيتونز وجوجل بلاي، شهد موقع انستغرام نموا كبيرا من حيث عدد المستخدمين منذ بدء تحميله على الأجهزة الداعمة لنظام الأندرويد[1].

على الرغم من وجود المنصة منذ عام (2010)، إلا أنه من المدهش أن هناك عددًا قليلاً من الكتب العلمية المخصصة لها، لكن مؤخرا ظهرت عدة كتب و دراسات تتحدث في وضع جيد لفك تعقيدات هذه المنصة المؤثرة، تم التأكيد من خلالها أن "**أنستجرام Instagram** "هو أكثر بكثير من مجرد منصة سيلفي، بل هو أداة مركزية في ممارسات التواصل المعاصرة، تكمن أهميته في كونه رمز وصورة رمزية لفهم ورسم خرائط ثقافات الوسائط الاجتماعية المرئية[2]. هذا ويعد أنستغرام أحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي وطريقة رائعة لتعزيز العلاقة الشخصية بين العلامة التجارية و متابعيها، حيث أصبح "أنستجرام" Instagram "أداة تسويق وسائط اجتماعية أساسية لجميع الأعمال التجارية[3].

ولعل ماساهم في انتشار هذه الشبكة، سهولة إنشاء حساب شخصي مع إمكانية نشر صورة أو مقطع فيديو، ثم يتم عرضها على ذلك الملف، ويستطيع المتابعون لهذا الشخص رؤية المنشور، وكذلك سيرى الشخص مشاركات الآخرين الذين يتابعهم سرعة التفاعل مع مستخدمي الإنستغرام عن طريق متابعتهم والتعليق لهم والإعجاب بمشاركاتهم ويوجد أيضاً ميزة الرسائل الخاصة[4].

عموما يمكن التلخيص بأن "الانستغرام" إحدى الشبكات الاجتماعية الرقمية، يستخدم لالتقاط الصور الفوتوغرافية والفيديو، والقصص، وتعديلها، ثم مشاركتها مع إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال نشر التعليقات على الصور أو مقاطع الفيديو أو تسجيل الإعجاب بها والتعليق عليها أو الإشارة إلى الأصدقاء في الصور التي يتم مشاركتها مع إمكانية رفع عدد غير محدود للصور، يعتمد أيضا على خاصية المتابعة وذلك بمتابعة حسابات من يهتم بهم.

---

[1] خديجة شرفية، زغدود بن مبارك عبد الرحمان، تطبيق انستغرام كمستحدث تكنولوجي يدعو للترويج السياحي الثقافي، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية و الإنسانية، المجلد03، العدد 01، ص94.

[2] Ally McCrow Young, Instagram: Visual social media cultures,New Media & Society, Volume 23, issue 9, 2021, page 2854-2856, p2854.

[3] Daryl D Green, Richard Martinez, In a World of Social Media: A Case Study Analysis of Instagram, American Research Journal of Business and Management, Volume 04, 2018, 1-8, p2.

[4] محمد الأمين فارلو، بوعبدالله رابحي، أثر استعمال تطبيق انستغرام في تعزيز ولاء الزبون، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد02، المجلد 10، ص657.

5.تويتر twitter: ظهرت الشبكة الاجتماعية تويتر عام (2006) على يد "**جاك درزي' jack dorsey**" و"**بير ستونbiz stone** " و"**ايفان ويلامز williams evan** "، ويسمى موقع التدوين المصغر فهو يسمح للمستخدمين بكتابة تغريدة لا تتجاوز (1400)حرفا، وظهر تويتر بصفته مشروعا تطويريا تابعا لشركة " obvious " الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وأتيح للعموم في أكتوبر من نفس العام قبل أن تقوم الشركة بفصله عنها، ليكون مؤسسة خاصة تحمل اسم " تويتر twitter " في أفريل من عام (2007)، بدأ الموقع عند اللغة الانجليزية ولكن في أفريل (2008)، قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عند المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين اليابان وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الانجليزية[1].

يحظى تويتر حاليا بجماهيرية عالية حيث تميل الشخصيات المهمة إلى استخدامه حتى تكون أقرب إلى الجماهير، ونتعرف على مدى اهتمام الجماهير بنشاطاتهم، وذلك من خلال كسب أكبر عدد من المتابعين، حيث أصبح الكثير من الشخصيات حساب خاص بها على موقع التويتر تستعمله كمنصة جديدة الأغراض الاتصال والدعاية، ونشر القرارات والأحداث المهمة، ومعلومات عن تنقلاتهم ولقاءاتهم في الصحافة والإعلام ومهاهم الرسمية، وأحيانا أخبار وطرائف متنوعة، وقد كشفت شركة "تويتر Twitter" عن نتائجها للربع الأول من عام (2015)، تبين أن متوسط عدد مستخدمي "تويتر" النشطين شهريا بلغ حوالي 302 مليون مستخدم على مدى الأشهر الثلاث الأولى، بزيادة قدرها 16 % مقارنة بالربع الأخير من عام (2014)، والذي بلغ عدد المستخدمين النشطين فيه 288 مليون مستخدم، مع العلم أن 80 % من مستخدمي الشبكة النشطين شهريا يستخدمون تويتر عبر الأجهزة المحمولة[2].

يقدم تويتر مجموعة كبيرة من الخدمات المختلفة أذكر منها:

- التواصل مع الآخرين باستخدام خدمة إرسال الرسائل بين من يملكون حساب على هذه الشبكة.
- الحديث عن الحياة الشخصية أو المسائل العامة بكل تفاصيلها والتعليق على الأحداث اليومية.

[1] صبرينة عيساوي، عفاف الواعر، استخدامات النخبة الأكاديمية الجزائرية لموقع تويتر twitter والاشباعات المحققة منه، مذكرة ماستر، جامعة أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية قسم العلوم الإنسانية ، 2016/2015، ص56- 57.

[2] وليدة حدادي، مرجع سبق ذكره، ص37.

– المتابعة المباشرة لمختلف الأحداث المختلفة مع تطور التدوين وظهور تقنية البث المباشر، حيث أصبح الكثيرون يستغلون الموقع لتغطية الملتقيات والمعارض وبعض الأحداث الأخرى عن طريق التدوين بالفيديو.

– نشر الروابط حيث يقدم تويتر كغيره من الشبكات الاجتماعية الرقمية، حيث يضع المستخدمون عادة روابط لمقالات أو أحداث، مع إضافة تعليق معين يعبر عن شرح أو وجهة نظرة معينة عن الحدث الذي يتناوله الرابط.

6. يوتيوب Youtube:هو الشبكة الاجتماعية الأكبر في مجال الفيديو تم إنشاؤه سنة (2005) بواسطة ثلاث موظفين يعملون في شركة "PayPal" المتخصصة في التجارة الالكترونية، وصنف الموقع كأكبر تجمع للفيديوهات التي يضعها المستفيدون بأنفسهم عن طريق التسجيل في الموقع ويعلقون عليها، حتى إن بعض المتخصصين في مجال التقنية أطلقوا عليه لفظ "عملاق الفيديو" لاحتوائه على ملايين الفيديوهات من كافة أنحاء العالم. من قوانين اليوتيوب أنه لا يسمح بمشاركة أفلام لها حقوق نشر محفوظة دون موافقة صاحبها، كما لا يسمح بمشاركة الأفلام الإباحية أو التي تسيء لشخصيات معينة، أو الإعلانات التجارية أو الأفلام التي تشجع الناس على الإجرام[1].

يوتيوب أيضا هو ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة Tube مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية، تأسس هذا الموقع في بداية عام (2005) على يد ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال Pay Pal، وهؤلاء الموظفين هم: "**شاد هيرلي chad harley**" و "**ستيف تشين Steve chen**" و "**جاود كريم Jawed Karim** " في مدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، تم إطلاق نسخة التجريبية سنة (2005)، ثم تم إطلاق النسخة الرسمية في نفس السنة، وفي عام (2006) اشترت شركة جوجل هذا الموقع بحوالي مليار وستمائة وخمسون مليون دولار، تذكر موسوعة ويكيبيديا أن أول فيديو وضع على اليوتيوب كان من "**جاود كريم**" يحمل عنوان أنا في حديقة الحيوان " في 23 أفريل (2005)، وتستند موسوعة ويكيبيديا إلى موقع Alexa في إحصائية حول اليوتيوب بأنه أصبح حاليا ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم،

[1] عتيقة عز الدين، موقع التواصل الاجتماعي "يوتيوب" ودوره في تفعيل العملية التعليمية، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، المجلد 02، العدد 02، ص358.

ويستخدم اليوتيوب 51 لغة من لغات العالم، و اليوتيوب موقع مسموح به في كافة بلدان العالم، ما عدا بعض دول أقدمت على حضر استعماله[1].

إلى جانب هذا يعتبر اليوتيوب من أشهر مواقع الفيديو الإلكترونية المجانية والتي يسهل استخدامها والإفادة منها في العملية التعليمي، فمن المبادئ الأساسية في التعليم إشراك أكبر قدر ممكن من الحواس فيه، وذلك حتى يكون هناك ربطا بين الواقع والمفاهيم النظرية التي يتعلمها الطلبة، وتعتبر مقاطع الفيديو نموذجا لإشراك حاستي السمع والبصر في التعليم، ويعد اليوتيوب أحد أهم أدوات الجيل الثاني للويب، باعتباره أداة للنشر، يستطيع المعلم من خلاله تنفيذ مشروعات مصورة، ونشرها للطلبة من خلال البريد الإلكتروني أو شبكات التواصل الاجتماعي، بحيث يمكنهم مشاهدتها في أي وقت.

وهو التوجه الذي تدعمه شركة يوتيوب التي نشرت إحصائية بموقعها الإلكتروني قائمة لأكثر من 600 قناة جامعة و 350 مدرسة ابتدائية وثانوية، و 370 قناة للتعليم مدى الحياة، يستخدم اليوتيوب في تعليم الطلبة، في إشارة إلى المميزات التي توفرها الشركة للتعليم، هذا إن دل على شيء فإنه يدل على الأهمية التي أصبح يتمتع بها اليوتيوب في التعليم[2]. أصبحت هيمنة يوتيوب في الفيديو عبر الإنترنت تواجه تحديًا الآن من قِبل Amazon و Facebook، نتفليكس وتويتش، أدى ظهور هذه الشبكات إلى تعريضه يوتيوب للتدقيق التنظيمي واحتجاجات المعلنين، مما يهدد الإيرادات رداً على ذلك، غيّر موقع يوتيوب خوارزمياته الإعلانية وأزعج الجدوى الاقتصادية للعديد من القنوات، مما أدى إلى تنفير أصحاب القنوات[3].

[1] شفيقة مهري، مرجع سبق ذكره، ص751.

[2] هناء عاشور، التدوين المرئي في الجزائر ودوره في تعليم اللغة الإنجليزية: دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات التعليمية بقناة اليوتيوب Mister Amine، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد05، العدد01، ص ص120-136، ص128.

[3] John Paolillo, Sharad Ghule, Brian Harper, A network view of social media platform history: Social structure, dynamics and content on youtube ،Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences, 2019 Hawaii International Sciences HICSS ،p2632.

المطلب الرابع: استخدام شبكات التواصل من طرف المؤسسات الإعلامية.

شهدت وسائل الإعلام التقليدية والجديدة عمليات تطوير ومواكبة للثورة الاتصالية التي جاء بها الانترنت والوسائط المختلفة، وخاصة مع ظهور وسائط التواصل الاجتماعي، حيث أصبح المتلقي هو الفاعل الرئيسي في العملية الاتصالية، من خلال فضاءات تسمح للأعضاء بالمشاركة ومناقشة مختلف الأحداث والقضايا، وهو ما جعل المؤسسات الإعلامية تحدثت تغيرات كبيرة في طريقة عملها، من خلال إدخال الوسائط الاجتماعية في صلب عملها، كون هذه الأخيرة تمثل دعامة أساسية للمؤسسة الإعلامية، ومنصة جديدة للترويج لبرامجها، وكذا إعادة بث المحتويات التي تم نشرها على الوسيط التقليدي للمؤسسة الإعلامية.

تستغل الكثير من وسائل الإعلام التقليدية و الحديثة شبكات التواصل الاجتماعي لخلق تفاعل أكبر مع ما تقدمه من مواد إعلامية، حيث تستفيد هذه المؤسسات من ما تتيحه هذه الشبكات من إمكانية التفاعل والمشاركة. أصبحت الشبكات الاجتماعية بديلا اتصالياً للوسائل الاتصالية الأخرى من هاتف وفاكس وتلكس، وغيرها واستحدثت أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي والاتصال بالآخرين دون التقيد بالموقع الجغرافي أو كلفة الانتقال أو عدم توافر الوقت اللازم للمقابلة، مما ساعد على تبادل الآراء بحرية على مستوى العالم، وتعتبر تكلفة الاتصال على الشبكات الاجتماعية أقل بكثير من تكلفة وسائل الاتصال الأخرى[1].

لقد ظن البعض خطأ أن إعلام عصر المعلومات ما هو إلا مجرد طغيان الوسيط الالكتروني على باقي وسائط الاتصال الأخرى، لكنه في حقيقة الأمر اخطر من ذلك بكثير، فالأهم هو طبيعة الرسائل التي تتدفق خلال هذا الوسيط الاتصالي الجديد، وسرعة تدفقها وطرق توزيعها واستقبالها، لقد نجمت عن ذلك تغيرات جوهرية في دور الإعلام جعلت منه محورا أساسيا في منظومة المجتمع.

سيطرت الانترنت على كل وسائل الإعلام وتضمنتها، وقد كان العامل التقني من العوامل الأساسية لثورة الإعلام والاتصال بجانب العامل الاقتصادي وعولمته والعامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام، يقول نبيل علي بان وراء ثورة الإعلام والاتصال عوامل تقنية واقتصادية وسياسية، وان العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر، عتاده وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات خاصة فيما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، لقد

[1] ماجد الزبيدي، الإنترنت والتدريب في علوم المعلومات والمكتبات، مجلة رسالة المكتبة، المجلد 34، العدد01، 2004، ص6.

اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الانترنت التي تشكل حاليا وسيطا إعلاميا، يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية وشبه الجماهيرية والشخصية، لقد انعكس اثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام، صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس ذلك على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية و موزعها ومتلقيها[1].

حدث كل هذا نتيجة للتطورات الكبيرة في مجال صناعة المضامين الإعلامية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة، حيث حدثت العديد من التغيرات والتحولات على وسائل الإعلام، من حيث دخول نمط جديد من هذه الوسائل التي تعتمد في كل مراحل إنتاجها للمادة الإعلامية على التقنيات الحديثة، ومنه فقد برزت تغيرات كثيرة على مستوى طبيعة العمل في مهنة الصحافة، هذه التغيرات شملت العديد من الجوانب يمكن اعتبار بعضها إيجابي والآخر سلبي، فقد حدث تحول في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في هذه البيئة الجديدة، إذ لم يعودوا يمارسون الدور التقليدي للصحافة، كقادة رأي ومحركين الرأي العام، بل أصبح دورهم عرض الأخبار وتقديم رؤية وتحليل دون الانفراد بساطة توجيه المجتمع الذي يمكنني التفاعل مع هذه المادة الصحفية المنشورة وإبداء أرائه المعارضة لما تنشره الصحيفة الالكترونية، كما أصبح هذا المواطن قادر على المشاركة في إنتاج هذه المادة الإعلامية، فقد يكون هو مصدر الخبر وقد يكون شاهد على حدث معين وقام بتوثيقه من خلال الهاتف مثلا، ثم يأتي الصحفي ليعيد نشر هذه المادة مع تقديم تعليق أو تحليل لها، أي يمكننا القول أن علاقة هذه الأطراف أصبحت أكثر تفاعلية ومشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية، عكس ما كان في وسائل الإعلام التقليدية التي كان الجمهور يكتفي فيها بتلقي الرسالة الإعلامية، كما حدث تحول في المفاهيم الإعلامية حول تعريف من هو الصحفي؟. وحول الفرق بين المدونات الشخصية والمدونات الإعلامية؟. فقد تقوم مدونة شخصية يشرف عليها مدون أو مجموعة مدونين بنفس ما تقوم به وسائل الإعلام من تحقيقات و نقل للأحداث وتقديم تحليلات للشأن العام.

لقد أتاحت تقنية النشر الالكتروني عبر الإنترنت ظهور نوع جديد من الصحافة يطلق عليه صحافة الإنترنت، التي تتمثل بأنها إصدارات صحيفة الكترونية خالصة أو نسخ الكترونية أو مواقع لصحف ومجلات ورقية تنشر عبر شبكة الإنترنت وتتكيف مع تقنيتها وتستفيد من خصائصها وسماتها.

[1] محمود خضر حامد، مرجع سبق ذكره، ص 48.

وتتضمن مواد صحفية وتغطيات ومعلومات وافرة في مجالات شتى، وتحرر هذه المضامين الصحفية باستخدام القوالب الصحفية التقليدية أو التي تتناسب مع طبيعة الإنترنت، وتخضع للتحديث المستمر بحسب مستجدات الأحداث وتطوراتها، فضلاً عن إتاحتها التفاعل المستمر المستخدمين، ومشاركتهم وهي صحف قائمة بذاتها الواسعة في النقاش والحوار والتعليق الفوري.

ولعل ما يهمنا في هذا السياق هو الصحافة الالكترونية الخالصة، ويتشارك هذا النوع من الخدمات الصحفية، مع الخدمات التي تقدمها الصحيفة الورقية ذاتها، من أخبار وتقارير وحوارات ومقالات وصور ومواد صحيفة أخرى، إلا أنها تقدم أيضا خدمات صحفية إضافية لا تستطيع الصحافة الورقية تقديمها، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الواب وخدمات الرد الفوري، والوصول إلى الأرشيف، وخدمات الربط بالمواقع الأخرى، فضلاً عن تقديمها خدمات الوسائط المتعددة النصية والصوتية والمصورة[1].

بات من النادر اليوم أن نجد صحيفة مطبوعة دون أن يكون لها موقع الكتروني أو نسخة الكترونية في شبكة الإنترنت، وقد شجع على ذلك انتشار استخدام الإنترنت وقلة تكاليفه، ومع تطور تقنية الإنترنت كوسيط اتصالي جديد وما تتيحه هذه الشبكة من إمكانات وأدوات غير مسبوقة في ممارسة العمل الصحفي، فقد ظهرت أنماط جديدة من صحف الإنترنت وهي صحف إلكترونية خالصة لها أشكال عديدة وأجناس تعبيرية ميزة وأوجه متنوعة، تحمل قدرا واضحا من الاختلافات في التوجه والانتماء تبعاً لإمكانيات وتوجهات وأغراض من يقوم بهذا النشاط سواء أكان مؤسسات إعلامية أو محررون محترفون أو منظمات غير صحفية أو صحفيون هواة[2].

من الدراسات المهمة في هذا السياق دراسة "**ميشال قاد**" التي تحمل عنوان "استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كإستراتجية اتصالية للشركات الكبرى" حيث بحث في إشكالية التطور التكنولوجي الهائل الذي جلب ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت ضرورة لا غنى عنها وخاصة لدى كبار المؤسسات.

[1] حسين علي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص159.

[2] المرجع نفسه، ص 234.

وقد انطلق من مجموعة أسئلة هي:

- هل مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل لا يمكن الاستغناء عنها لدى المؤسسات الكبرى؟

- هل مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة أو لها خطر على صورة المؤسسة؟

- ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقة بين المؤسسة و المستهلك؟

وهذه كلها أسئلة تنطبق على المؤسسات الإعلامية و لقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن معظم الزائرين لهذه المؤسسة هم أصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي.

- آراء الأصدقاء في مواقع التواصل الاجتماعي هي آراء موحدة حول المنتج.

- الزبون أصبح المستهلك والبائع في نفس الوقت و ذلك بنسبة.

- معظم الزبائن يتعاملون بشكل سريع وسهل مع العلامة التجارية.

- العلاقة بين المؤسسة والجمهور تتميز بالشفافية والفاعلية[1].

وكل هذه النتائج التي حصل عليها الباحث تنطبق في رأينا على المؤسسات الإعلامية، حيث أن الكثير من متابعي المؤسسة الإعلامية، سواء أكانت قنوات تلفزيونية أو إذاعات أو صحف مكتوبة أو مواقع إليكترونية، هم من متابعي صفحات هذه المؤسسات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تلعب هذه الصفحات دور ترويجي مهم، وتضيف إلى الصورة التسويقية للمؤسسة الإعلامية، وخصوصا في ما تعلق بالجرائد الالكترونية و المواقع الإخبارية، حيث من المهم لهذه المؤسسات أن تمتلك صفحات قوية على الشبكات الاجتماعية، لعرض مقتطفات من موادها الإعلامية إضافة لروابط تضمن ولوج أسهل إلى المواضيع المنشورة في موقعها الالكتروني، حتى أن وجود هذه الصفحات أصبح أهم من الموقع في حد ذاته، لأنه إذا لم يكن للمؤسسة الإعلامية صفحات قوية على المنصات الأكثر شعبية مثل فيسبوك، تويتر، يوتيوب، تيك توك...إلخ، فإنها لا تضمن وصول ما تنشره عبر موقعها الالكتروني للمتابعين، لأن

[1] خديجة مرازقة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية، مذكرة ماستر، جامعة أم البواقي، 2015، ص22.

عملية الدخول للموقع الالكتروني وتصفح المواد المنشورة بحثا عما يهم المتابع، تتطلب هذه العملية جهد كبير تختصره هذه الصفحات الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي.

كما أن الميزات التي تتيحها هذه الشبكات مثل إمكانيات التواصل السهلة، تجعل من المتابع مستهلكا وفي نفس الوقت منتجا للمواد الإعلامية، من خلال ما يؤديه من أدوار فهو مراسل أحيانا و في بعض الأحيان هو المصدر. كما أن هذه الصفحات تساهم في بناء الصورة الذهنية عن المؤسسة، كما تعزز من اعتياد المتابعين على العلامة التجارية للمؤسسة، إضافة إلى أن هذه المنصات تجعل العلاقة بين الجمهور والمؤسسة الإعلامية أكثر شفافية، حيث تمنح إمكانيات التفاعل على اختلافها، وبالخصوص التعليقات، تمنح فرصة لهذه المؤسسات لتطوير عملها وما تقدمه من مواد إعلامية.

ومع الانتشار الكبير للشبكات الاجتماعية الرقمية، لجأت أغلب المؤسسات الإعلامية سواء تلك المؤسسات التقليدية من صحف وقنوات تلفزية وإذاعية، أو الصحف والمواقع الإخبارية إلى الشبكات الاجتماعية بسبب ما تطرحه هذه الشبكات من خصائص ومميزات جعلت هذه المؤسسات تستعملها كدعامة أساسية في عملتها الصحفي، بل إنها أصبحت العمود الفقري للعديد من المؤسسات الإعلامية، خصوصا تلك التي تشتغل على شبكة الأنترنت فقط، ولا يختلف الكثيرون على أن مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" هو أكثر هذه الشبكات الاجتماعية التي نالت اهتمام المؤسسات الإعلامية، نتيجة لضخامة عدد المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية وهذا ما تؤكده كل الإحصائيات، ويمكن تلخيص الميزات التي دفعت المؤسسات الإعلامية تتجه نحو إنشاء صفحات لها على "فيسبوك" في ما يلي:

1-خاصية إنشاء المجموعات(Groups): نقصد بخاصية إنشاء المجموعات لمستخدمي موقع الفيسبوك إمكانية إنشاء مجموعات وذلك حسب اهتمامات المستخدمين بمجالات أو مواضيع معينة كأن تكون مجموعة ثقافية، رياضية، اجتماعية، ترفيهية، دينية ... بحيث يمكن تخصيص الاشتراك في المجموعة لفئات أو شرائح محددة فتكون بذلك المجموعة خاصة (Private Group) وأيضا مجموعة مغلقة (Closed Group) يسمح لمستخدمين محددين بالاشتراك فيها أو أن تكون المجموعة عامة (Public Groups) أو مجموعة مفتوحة (Open Group) بحيث يمكن لأي مستخدم أن يقوم بالاشتراك فيها.

2- خاصية التغذية الإخبارية (News Feed): تظهر خاصية التغذية الإخبارية من خلال الصفحة الرئيسية لكل مستخدم لموقع الفيسبوك حيث تقوم يعرض كل مستجدات أخبار المستخدمين وأصدقائهم مثل: المناسبات، أعياد الميلاد، تعديلات الملف الشخصي.

3- خاصية الصفحات (Pages): تتيح خاصية الصفحات للمستخدمين إنشاء صفحات لموضوعات محددة كان تكون صفحات عن الثقافة، الأدب، الرياضة، الدين... حيث يمكن للمستخدمين الاشتراك فيها والاطلاع على التحديثات والمنشورات والتعليق عليها.

4- خاصية الأحداث المناسبات (Events): تسمح خاصية الأحداث لمستخدمي موقع الفيسبوك بمعرفة مختلف الأحداث القادمة والمناسبات والتي تظهر على الصفحة الرئيسية للمستخدم.

5- خاصية الإشارة (Tags): تتيح خاصية الإشارة لمشتركي موقع الفيسبوك الإشارة إلى باقي المشتركين سواء كانوا من ضمن قائمة أصدقاء المستخدم أو لم يكونوا كذلك ، بحيث تتيح هذه الخاصية للمستخدم الإشارة إلى الآخرين عبر الصورة ومقاطع الفيديو وذلك للفت انتباههم كما تتيح لهم التنبيه لأي تحديد جديد في الصورة .

6- خاصية الإعجاب (Like): وتتيح خاصية الإعجاب للمستخدمين إبداء إعجابهم بالمنشورات والصور وذلك بالضغط على أيقونة أعجبني (Like) حيث يستطيع المستخدمون من خلالها التفاعل مع ما ينشر كما ثم إضافة هذه الأيقونة إلى مربع الحوار الخاص بالمحادثة ، بالإضافة إلى ذلك قام الفيسبوك بإضافة أيقونة لم يعجبني (Dislike) والتي تتيح لمستخدميها التعبير عن عدم إعجابهم برسائل الأصدقاء.

7- خاصية الإشعارات (Notifications): تتيح خاصية الإشعارات لمشتركي موقع الفيسبوك من متابعة آخر التحديثات التي يقوم بها الأصدقاء على حساباتهم بشكل سهل ويسير.

8-خاصية التعليقات (Comments): وهي ميزة تخص التعليقات المتاحة بين الأصدقاء والمجموعات من خلال المنشورات والصفحات المنضمين لها حيث تسمح للمستخدم أن يكتب تعليقا في مساحة التعليقات والضغط على زر (Comment) وذلك لإضافة التعليق كما تسمح هذه الخاصية بإضافة الصور أو الروابط من خلال نفس المساحة[1].

[1] نصر الدين بن عميروش، رانية أحمية، مساهمة صحافة المواطن في صناعة المضامين الإعلامية على الفيسبوك، مذكرة ماستر، جامعة جيجل ، 2019/2018، ص 67.

9-خاصية المتابعة (Follow): خاصية المتابعة تعني تمكين متابعة منشورات وتحديثات أحد المشتركين من تحتم بمتابعة تحديثاتهم التي تم إعدادها مسبقا لتظهر لعامة الناس دون أن تكون لك الحاجة في إضافته كصديق لديك والعكس بالطبع كونك إذا قمت بتفعيل خاصية المتابعة توافق على أن يتابع الآخرون منشوراتك دون الحاجة لإضافتهم كأصدقاء، وقد تهم هذه الخاصية أكثر المشاهير بصفة عامة كون أن حدود عدد الأصدقاء لكل مشترك لا تتجاوز 5 آلاف بينما تتيح خاصية المتابعة متابعين بدول حدود.

10-خاصية المشاركة (Share): تسمح خاصية المشاركة لمستخدمي موقع الفيسبوك من مشاركة المواضيع والصور ومقاطع الفيديو ومختلف الروابط من خلال الضغط مباشرة على زر المشاركة[1].

11-خاصية البث المباشر: إحدى التقنيات الثورية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال إمكانية بث فيديو مباشر بوسائل بسيطة تكون الحاجة إلى أجهزة كثيرة.

12-خاصية تحميل فيديوهات وصور وعرضها: يمكن تحميل فيديوهات وصور ببساطة و سهولة وعرضها للمتابعين ليكون بإمكانهم التعليق عليها، والتفاعل معها بمختلف أشكال التفاعل التي يتيحها فيسبوك.

13-خاصية عرض الإحصائيات وعدد المشاهدات: واحدة من الخصائص المهمة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية، خصوصا إذا عرفنا أن مقياس عدد المشاهدات والتفاعلات مهم جدا في جلب المستشهرين الذين يبحثون عن وسائل الإعلام الأكثر وصولا للناس، ليعرضوا فيها سلعهم وخدماتهم، كذلك هي مهمة للوسيلة الإعلامية لتقيم أدائها وتحاول التعديل لتصل لجمهور أكبر

14-خاصية تلقي الرسائل: تسمح هذه الخاصية بالمحادثة أو الدردشة و إجراء المحادثات مع المتابعين على الفيسبوك سواء كانوا ضمن قائمة المتابعين أو لا كما تتيح لهم إرسال واستقبال الرسائل الفورية، مما يجعل الوسائل الإعلامية مفتوحة لتشرك المواطن في صناعة مادتها الإعلامية، من خلال إرسال الأخبار و الصور والفيديوهات لنشرها إذا كانت تفي شروط النشر.

[1] المرجع السابق، ص 68.

هذه الخصائص التي ذكرناها، إضافة لشعبية هذه الشبكات وجماهيريتها، دفعت المؤسسات الإعلامية لاستغلال هذه المساحة للتطوير في مادتها الإعلامية وطرق عرضها، إضافة إلى محاولة هذه المؤسسات التكيف مع التغيرات السريعة الحاصلة في تكنولوجيا الاتصال والإعلام.

خلاصة الفصل:

يمكننا أن نختم هذا الفصل بالإشارة إلى أن الثورة الرقمية تعد من خلال ما توفره من مزايا بحيوية ومرونة أكبر في عمل وسائل الإعلام، سواء من خلال التفاعلية، أو من خلال تحريرها لوسائل الإعلام من هيمنة الحدود الزمنية والمكانية، إضافة لتخليصها هذه المؤسسات من كثير من الأعباء المالية التي كانت تفرضها طرق العمل الإعلامي التقليدي، وهو ماساهم في ظهور الكثير من وسائل الإعلام الرقمية، إضافة إلى توجه مؤسسات الإعلام التقليدية نحو استغلال كل ما توفره التكنولوجيات الحديثة وفي مقدمتها الشبكات الاجتماعية الرقمية من إمكانيات لتعزيز عملها الإعلامي.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

أولا: عرض بيانات أولية حول صفحات الدراسة.

ثانيا: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث المضمون.

ثالثا: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث الشكل.

رابعا:عرض ومناقشة بيانات المقابلة.

خامسا: نتائج التحليل الكمي لصفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة.

.

أولا: عرض بيانات أولية حول صفحات الدراسة.

اسم الصفحة	نوع الصفحة	شعار الصفحة	عدد المتابعين	رابط الصفحة
awras أوراس	جريدة الكترونية		787.021 ألف	https://www.facebook.com/AwrasMedia
برس سبق sabqpress	موقع إخباري		878.562 ألف	https ://www.facebook.com/sabqpress /
هسبريس hespress	جريدة الكترونية		17.152.138 مليون	https://www.facebook.com/Hespress
le360 عربي	موقع إخباري		3.340.312 مليون	https://www.facebook.com/Le360ar

-جدول رقم (05) يمثل بيانات أولية حول صفحات الدراسة

يتضح من خلال البيانات الأولية الواردة في الجدول أعلاه، تعريف عام بصفحات المؤسسات الإعلامية الأربع المعنية بالدراسة "أوراس، سبق برس، le360، هسبريس" حيث نجد إضافة إلى تسمياتها، نوع المؤسسات التي تملك هذه الصفحات، والتي تنوعت بين جرائد إليكترونية و صفحات إخبارية، حيث نجد أن الأولى توازن في عملها بين مختلف وظائف وسائل الإعلام، أما الثانية فهي تركز على الوظيفة الإخبارية أكثر من أي وظيفة أخرى، لكنها كلها تشترك في كونها صفحات رسمية لمؤسسات إعلامية جزائرية ومغربية تعمل بشكل حصري في البيئة الإليكترونية، كما نجد أيضا في الجدول شعار كل صفحة من صفحات الدراسة، إضافة إلى عدد متابعيها، وهو مؤشر مهم جدا بالنسبة لنا، حيث مكننا من اختيار الصفحات المعنية بالدراسة، بحكم أنها أكثر الصفحات انتشارا ورواجا في الفيسبوك، كما أنها تخصص جزء مهم من مضامينها لقضايا الهوية الثقافية، والملاحظ بخصوص عدد المتابعين أن هناك تفاوت كبير بين صفحات الدراسة، حيث نجد أن صفحة "هسبريس" يتجاوز عدد متابعيها 17 مليون متابع، في حين لا تتجاوز باقي الصفحات المعنية المليون متابع، باستثناء صفحة " le360" التي يتجاوز عدد متابعيها 3ملايين، وهذا التباين يعود في نظرنا إلى عدة عوامل متعلقة أساسا بحداثة العمل الصحفي الالكتروني في الجزائر مقارنة بالمغرب، حيث لم تنل أغلب المؤسسات الإعلامية

الالكترونية في الجزائر الاعتماد القانوني إلا سنة 2021. كما تضمن الجدول روابط صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة على فيسبوك.

-التعريف بصفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة.

✓ **صفحة أوراس على الفيسبوك:**

هي صفحة الفيسبوك التابعة لمنصة أوراس الرقمية، وتعرف نفسها على أنها "خدمة إخبارية جزائرية تحاول نقل الحقيقة والوصول إلى عمق الأحداث باعتماد قوالب خبرية جديدة وجذابة عبر الموقع الإلكتروني أو المنصات الرقمية المختلفة، يقع مقرها في العاصمة الجزائر وبالضبط في مدينة الشراقة، انطلقت المنصة غداة الحراك الشعبي الذي اندلع في 22 فيفري 2019، جاءت المنصة لتقدم نموذجا جديدا في الإعلام، قيم هذه المنصة وثوابتها، هي قيم وثوابت المجتمع الجزائري بكل ثرائه الثقافي والحضاري، لكننا نصطف دائما مع الثوابت التي تجمع الجزائريين ولا تفرقهم، بالنسبة للمعلومات القانونية الخاصة بهذه الصفحة نشير أن منصة "أوراس" هي علامة تجارية مسجلة، وهي جهاز إعلام مسجل ومرخص من طرف مصالح وزارة الاتصال طبقا للقوانين التي تنظم إنشاء المواقع الإلكترونية، يرأس تحرير المنصة الصحفي "**عبد الوكيل بلام**" وتعود ملكية المنصة لشركة "**ديزاين**" وهي شركة جزائرية متخصص في الإعلام الرقمي، بدأت نشاطها سنة 2012 وتقدم العديد من الحلول للمؤسسات والشركات المختلفة في المجال الرقمي[1].

✓ **صفحة سبق برس:**

هي صفحة تابعة للموقع الإخباري الجزائري "سبق برس" وهو موقع يصدر عن مؤسسة سبق برس للإعلام والدراسات، مقره في الجزائر العاصمة، انطلق هذا الموقع الإخباري في 8 أوت 2015، وقد حصل على اعتماد من وزارة الاتصال سنة 2016، وحاصل على شهادة تسجيل كجهاز للإعلام عبر الأنترنت سنة 2021، يوظف سبق برس منذ انطلاقته صحفيين محترفين، ويعتمد على نموذج اقتصادي مبني على تقديم خدمات إعلانية للمؤسسات الاقتصادية، يهتم الموقع بنشر الأخبار وتسليط الضوء على المستجدات في الساحة الجزائرية في مجالات السياسة، الاقتصاد، الرياضة والثقافة

[1] مصدر المعلومات الواردة هو الموقع الرسمي للمؤسسة www.awras.com

وقطاعات أخرى مدعما بالصورة والفيديو بالإضافة إلى متابعة أهم الأحداث في العالم، مسئول النشر في هذا الموقع الالكتروني هو الصحفي "محمد رابح" وهو صحفي متخصص في الشأن الاقتصادي، و يحوز خبرة في مجال الإعلام تفوق 11 سنة كناشر وصحفي[1].

✓ **صفحة "le 360" على الفيسبوك:**

هي صفحة على الفيسبوك تابعة لموقع "le360" وهو موقع إعلامي مغربي شامل، يعرف نفسه أنه موقع وليد الشغف بمهنة الصحافة من جهة، والثقافة التشاركية التي توفرها الشبكة العنكبوتية من جهة أخرى، و هو لقاء متميز جمع محترفين من مهنة الإعلام، ومستثمرين يتقاسمون الشغف نفسه، والقيم والرؤى ذاتها، إذ يطمح المؤسسون إلى تقديم موقع إخباري رقمي، محترف متطور، وذي مصداقية، يتماشى مع أفضل المعايير الدولية لمهنة الصحافة، ويصدر موقع Le360 عن شركة "Web News" في نسختين: عربية وفرنسية، ولا يدخر أصحاب الموقع وسيلة أو جهدا ليصبح "Le360" علامة تحريرية مرجعية ليس للمغاربة في الداخل والخارج فقط، وإنما للقراء الأجانب الباحثين عن المعلومة والتحليل الدقيق لكل ما يقع في المغرب، يؤكد القائمون على موقع "le360" أنه ليس مجرد موقع إضافيا وسط المئات من المواقع، وإنما هو شبكة اجتماعية لأولئك الذين يتتبعون الخبر ويحللونه و يتشاركونه، هو شبكة اجتماعية بمفهومها الإنساني، يتقاسم الفاعلون فيها التعبير عن آرائهم واقتسامها والاهتمام الكبير بالأخبار والنقاشات التي تحرك المجتمع المغربي، يقع مقره في مدينة "الدار البيضاء" أما مدير التحرير فهو الصحفي "وديع المودن"[2].

[1] مصدر المعلومات الواردة هو الموقع الرسمي للمؤسسة. www.sabqpress.dz

[2] مصدر المعلومات الواردة هو الموقع الرسمي للمؤسسة. www.ar.le360.ma

✓ **صفحة الجريدة الالكترونية هسبريس:**

هي صفحة على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، تابعة لمؤسسة "هسبريس" و هي جريدة إلكترونية مغربية مستقلة، يديرها الأخوان "أمين وحسان الكنوني" اختارتها مجلة فوربس في الشرق الأوسط كأول موقع إخباري إلكتروني في المغرب الكبير وفي المرتبة الثالثة على قائمة أقوى المواقع الإخبارية باللغة العربية للعام 2012، بدأت الفكرة في عام 2007، كان حافز الأخوين في تأسيس مشروعهما حينها، كما يُصرّح حسان، هو الشعور بوجود فراغ كمي ونوعي في المواقع الإخبارية الناطقة باللغة العربية على شبكة الإنترنت، فالمواقع الإلكترونية الإخبارية آنذاك كانت مجرد نسخ لبعض الجرائد الورقية، يتم تحديثها أسبوعيا أو شهريا فقط من خلال وضع نسخ للجريدة المطبوعة بعد توزيعها في الأسواق.

لم يحض هذا الموقع بشهرة وانتشار في بدايته لكن في السنوات العشر التالية لتأسيس هسبريس، أصبح الموقع يحظى بشعبية كبيرة، ويرجع سبب تسمية الموقع "هسبريس" من عنوان ديوان شعر لمحمد الكنوني، والد مؤسسي الموقع، والذي كان تحت عنوان "رماد هسبريس"، فجرى اشتقاق اسم الموقع من كلمة "هسبريس "والتي تعني الحدائق الأسطورية، يقول "حسان الكنوني في تصريحات صحافية أنه وفق الإحصائيات المتاحة من "غوغل أنلاتيكس" و"أليكسا"، فإن "هسبريس "يعد أول موقع إلكتروني مغربي، وأول جريدة إلكترونية مغاربية، وضمن الـ 3مواقع الأكثر زيارة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وهو الأمر الذي يتضح من خلال عدد متتبعي صفحات الموقع على شبكات التواصل الاجتماعي، وبالأخص "فيسبوك[1]".

[1] مصدر المعلومات الواردة هو الموقع الرسمي للمؤسسة. www.hespress.com

ثانيا: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث المضمون.

-جدول رقم (06) يمثل قضايا الهوية الثقافية المتناولة في عينة الدراسة.

أهم القضايا	التكرار	%النسب
القضايا اللغوية	76	17,47%
القضايا الدينية	133	30,57%
التراث المادي والعادات والتقاليد	101	23,22%
القضايا التاريخية	125	28,74%
المجموع	**435**	**%100**

يمثل الجدول رقم (06) إجمالي التكرارات والنسب المئوية في عموم عينة الدراسة فيما تعلق بفئة "القضايا" والتي تم تقسيمها من طرف الباحث إلى أربع فئات فرعية وهي: "القضايا اللغوية" و"القضايا الدينية" و"قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد" و"القضايا التاريخية"، وبدورها تم تقسيم كل فئة من هذه الفئات إلى مجموعة عناصر.

وقد توصل الباحث -كما هو مبين في الجدول أعلاه إلى أن القضايا الدينية تتصدر فئة القضايا الأكثر تناولا في عموم عينة الدراسة بنسبة بلغت 30.57%، هذا الاهتمام الكبير بالدين كأحد عناصر الهوية الثقافية ليس بالغريب، خصوصا إذا عرفنا أن القضايا الدينية كانت ولا تزال موضوعا رئيسيا حاضرا في النقاش العام في المنطقة العربية "إن التجربة الدينية هي أحد أهم التجارب الإنسانية باعتبارها تجربة للمقدس، تتمخض عن خبرة جوانية تؤلف ذات الإنسان... وهي الملكة عينها التي تجعل من الكائن البشري ينفعل بالجمالية وكل ما هو راقي ونبيل"[1] ورغم أن هذه النتيجة تتناسب مع ما ورد في دراسات سابقة نذكر منها دراسة "**سعاد ولد جاب الله**" حيث تذكر أن الهوة الثقافية العربية تتجلى بشكل رئيسي في دراستها، التي أجرتها حول "الهوية الثقافية في الإعلام الالكتروني" تمثلت أساسا في الدين الإسلامي، اللغة العربية، والتراث الإسلامي العربي"[2]، إلا أن هذا الأمر وحده لا يبرر هذا

[1] كمال طيرشي، أسئلة فلسفة الدين في كتابات عزمي بشارة: قراءة في الجزء الأول من كتاب الدين والعلمانية في سياق تاريخي، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، المجلد 06، العدد 02، 2020، ص26.

[2] سعاد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الالكترونية، مذكرة ماجستير، 2006، جامعة الجزائر 03، ص289.

الاهتمام بالقضايا الدينية، حيث تبين الجداول التفصيلية أن أهم القضايا الدينية هي "قضايا الأقلية اليهودية" وجاءت أغلبها في صفحتي "هسبريس" و"le 360" المغربيتين، وإذا ما أضفنا إلى هذه المعلومات السياق الزمني الذي أجرينا فيه الدراسة (نوفمبر 2020، أكتوبر 2021) والذي شهد حدثا مهما، قد يفسر اهتمام الصفحتين المغربيتين بقضايا الأقلية اليهودية، هذا الحدث يتمثل في إعادة العلاقات بين المغرب وإسرائيل (الكيان الصهيوني) وهو ما يجعلنا نعتقد أن هذا الاهتمام يدخل في إطار الاستغلال السياسي لإحدى قضايا الأقليات لتمرير خيار سياسي يتمثل في التطبيع.

ثم تأتي القضايا التاريخية بمختلف مؤشراتها ثانيا بنسبة 28.74%، إن أهمية التاريخ لا يختلف عليها اثنان، يقول العلامة "**عبد الرحمان الجيلالي**" نقلا عن الأمير"**شكيب أرسلان**" أنه لا يتصور على وجه الكرة وجود أمة تشعر بذاتها، وتعرف نفسها قائمة بنفسها إلا إذا كانت حافظة لتاريخها، واعية لماضيها، متذكرة لأولياتها ومبادئها، مقيدة لوقائعها، مسلسلة لأنسابها، خازنة لآدابها"[1]

إن التاريخ المشترك يشكل عنصرا مهما في هوية أي أمة، وفي المنطقة العربية عموما والمغاربية بالأخص، حيث كان التاريخ ولا يزال يشكل عنصرا أساسيا في المسألة الثقافية والهوياتية، حيث عرفت المنطقة أحداثا تاريخية متراكمة شكلت هويتها على مدار قرون متتالية. أما قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد فجاءت في المرتبة الثالثة من حيث التناول بعد القضايا الدينية والتاريخية، بنسبة 23.22%، ثم جاءت القضايا اللغوية أخيرا بنسبة 17.47%.

[1] عبد الرحمن الجيلالي، مرجع سبق ذكره، ص17.

-جدول تفصيلي رقم (07) يمثل قضايا الهوية الثقافية المتناولة في صفحات الدراسة.

أهم القضايا	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
القضايا اللغوية	33	17,84%	06	8,45%	07	11,86%	30	25 %
القضايا الدينية	29	15,67%	25	35,21%	25	42,37%	54	45%
التراث المادي والعادات والتقاليد	42	22,70%	13	18,31%	18	30,51%	28	23,33 %
القضايا التاريخية	81	43,79%	27	38,03%	09	15,26%	08	6,67%
المجموع	**185**	**%100**	**71**	**%100**	**59**	**%100**	**120**	**%100**

يعكس الجدول رقم (07) توزيع مختلف التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بفئة القضايا في كل صفحة من صفحات المؤسسات الإعلامية موضوع الدراسة، ويتضح من خلال الجدول أعلاه أن هناك تباين في أولويات هذه الصفحات اتجاه قضايا الهوية الثقافية.

✓بالنسبة لأهم قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "أوراس" فقد احتلت القضايا التاريخية المرتبة الأولى ضمن قضايا الهوية الثقافية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 43.79%، ثم جاءت قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد ثانيا بنسبة 22.70%، أما القضايا اللغوية فقد جاءت ثالثا بنسبة 17.84%، وأخيرا جاءت القضايا الدينية أخيرا بنسبة 15.67%.

✓بالنسبة لأهم قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

أما بالنسبة للموقع الإخباري "سبق برس" فقد اتضح لنا من خلال البيانات الظاهرة في الجدول أعلاه أن القضايا التاريخية جاءت أولا بنسبة 38.03%، وهو ما يتوافق مع النتائج المتحصل عليها في تحليل منشورات صفحة الصحيفة الالكترونية "أوراس" ثم جاءت القضايا الدينية ثانيا بنسبة 35.21%، كما أظهرت النتائج المتحصل عليها أن قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد جاءت ثالثا بنسبة 18.31%، وأخيرا جاءت القضايا اللغوية بنسبة 08.45%.

وتعليقا على هذه النتائج الواردة في الصفحتين المذكورتين نقول أن ثورة نوفمبر (1954) شكلت "بفضل الفلسفة التي كانت من ورائها. مكسبا للشعب الجزائري، ومنبعا ستظل تستلهم منه كذلك المعنى العميق لتاريخها باعتباره انجازا ذاتيا من طرفها... و بطولية شكلت تلك الثورة، وتلك الفلسفة التي كانت من ورائها، تطابق شعب مع الحرية؛ وكقفزة نوعية على مستوى التاريخ فإنها قد شكلت الحاضن الأيديولوجي والروحي للمجتمع الجزائري الجديد. ولكل ذلك أصبحت تلك الثورة، وتلك الفلسفة التي كانت من ورائها، بمثابة الممر الإجباري لكل محاولة لفهم أو لبناء أي شيء في الجزائر اليوم"[1]، وهو الأمر الذي نلاحظه من خلال النتائج المتحصل عليها بالنسبة لكل من صفحة "أوراس" و"سبق برس" الجزائريتين حيث جاءت القضايا التاريخية أولا في ترتيب قضايا الهوية الثقافية، هذا الأمر لا نعتقد أنه جاء اعتباطا، فالتاريخ يشكل عنصرا جوهريا في مكونات الهوية الثقافية الجزائرية، كما أن الفترة التي أجرينا فيها دراستنا شهدت الكثير من الأحداث ذات العلاقة بالقضايا التاريخية في الجزائر، خصوصا ما تعلق بالفترة الاستعمارية، بعد تكليف الرئيس الفرنسي للمؤرخ "**بنجامين ستورا**" بإعداد تقرير يُقيِّم فيه الفترة الاستعمارية في الجزائر، وهو ما خلق حركية كبيرة وعودة للنقاشات التاريخية بقوة للساحة الإعلامية والثقافية.

أي أن تناول هذه القضايا جاء في سياق سياسي استدعى هذه المسائل إلى الساحة، تؤكد رافاييل برانش "**Raphaëlle Branche**" المتخصصة في تاريخ الجزائر، ورئيسة جمعية المؤرخين المعاصرين للتعليم العالي والبحث (ANCESR) في فرنسا، من خلال عمود في صحيفة جورنال دو ديمانش"**le Journal du Dimanche**" أنه وبعد ستين عاما من انتهاء الحرب، لا يزال ملف حرب الجزائر سياسيا بامتياز. وهو ما يتضح من خلال صعوبة وصول المؤرخين إلى الوثائق على جانبي البحر الأبيض المتوسط، كما نددت الباحثة بمشروع قانون فرنسي للاستخبارات والأمن الداخلي يقيد الوصول للوثائق الأكثر حساسية، كما ذكرت برسالة مفتوحة من مجموعة من المؤرخين الجزائريين

[1] البخاري حمانة، فلسفة الثورة الجزائرية، ابن النديم للنشر والتوزيع، 2012، وهران، ص28.

إلى الرئيس "عبد المجيد تبون"، مطالبين فيها بوضع حد "للعقبات البيروقراطية" التي تحول دون الوصول إلى الأرشيف الوطني"[1]

إذن يمكننا القول أنه على الرغم مما ذكرنا من محورية الثورة الجزائرية كعنصر هووي جامع للجزائريين، إلا أن هذا الأمر ليس السبب الوحيد وراء تخصيص كل هذه المساحة في وسائل الإعلام الجزائرية لهذه المواضيع، حيث يتم استدعاء قضايا التاريخ في كثير من الأحيان بعد كل مشكل سياسي بين الجزائر وفرنسا، أي أن هذا التاريخ المشترك يتحول في بعض الأحيان إلى ورقة ضغط لتحصيل مكاسب سياسية للبلدين.

✓بالنسبة لأهم قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

كما أظهرت النتائج فيما تعلق بصفحة الموقع الإخباري "le360" أن القضايا الدينية جاءت أولا بنسبة 42.37%، ثم جاءت قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد ثانيا بنسبة 30.51% ، كما تبين لنا أن القضايا التاريخية جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 15.26%، وأخيرا جاءت القضايا اللغوية بنسبة 11.86%.

✓بالنسبة لأهم قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

أما بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "هسبريس" فقد أظهرت النتائج المتحصل عليها أن القضايا الدينية جاءت أولا بنسبة كبيرة بلغت 45%، كما بينت الدراسة أن القضايا اللغوية جاءت ثانيا في ترتيب قضايا الهوية الثقافية الأكثر تناولا في منشورات صفحة "هسبريس" بنسبة 25%، ثم جاءت قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد ثالثا بنسبة 23.33%، وأخيرا القضايا التاريخية بمختلف تفرعاتها بنسبة 6.67%.

[1] Algérie : le malaise des historiens après les propos –Véronique et Charlotte Lalanne, France d'Emmanuel Macron, Journal LEXPRESS, publié le 14/10/2021 , revu 5/10/2022, Disponible à https://2u.pw/3cA9q

يمكننا الملاحظة فيما تعلق بالنتائج المتحصل عليها في صفحتي " le360" و"هسبريس" المغربيتين أن القضايا الدينية جاءت أولا في ترتيب قضايا الهوية الثقافية في كلتا الصفحتين، والأمر لا يعود فقط لأهمية الدين كمسألة جوهرية في هوية أي أمة ولا إلى اهتمام وسائل الإعلام الالكترونية محل الدراسة بالمسألة الدينية في المغرب بهدف التعريف بها، وهذا الأمر سيتضح من خلال الجداول القادمة وخصوصا فئة "الإطار المرجعي" والتي تبين أن "السياق السياسي" هو السبب الرئيسي وراء هذا الاهتمام الكبير بالقضايا الدينية، خاصة إذا حاولنا التعرف على أهم هذه القضايا الدينية المتناولة، حيث نجد أن قضايا الأقليات الدينية وبالضبط قضايا "الأقلية اليهودية" حاضرة بشكل كبير جدا في كلتا الصفحتين، وإذا ربطنا هذا الاهتمام بالأحداث السياسية التي وقعت في نفس الفترة، وبالضبط الحدث الأهم المتمثل في "عودة العلاقات بين المغرب والكيان الصهيوني" وهو ما يجعلنا نفترض أن هذا الاهتمام بقضايا الأقلية اليهودية مجرد توظيف سياسي ولا تعبر عن واقع هذه الأقلية عبر تاريخ المغرب، حيث يؤكد المفكر اليهودي المغربي "**حاييم الزعفراني**" أن "اليهودية المغربية عرفت الاضطهاد والابتزاز والإزعاج، وتعايشت الطائفتان اليهودية والمسلمة– بالرغم من وضعهما غير المتكافئ، في ظل علاقة هي علاقة الغالب بالمغلوب، سواء في الجانب السياسي أو الديني"[1] كان هذا هو واقع الحال لعقود طويل كما يصفه "الزعفراني" وهو ما يجعلنا نقول أن هذا الاهتمام ظرفي مرتبط بأجندة سياسية، ويتم استدعاؤه وفق هذه الأجندة كلما اقتضت الضرورة لذلك. وهو نفس الأمر بالنسبة للقضايا اللغوية التي ظلت لعقود ورقة ضغط وتجاذب سياسي بين الأنظمة السياسية وبعض الأحزاب السياسية في كل من الجزائر والمغرب.

[1] حاييم الزعفراني، مرجع سبق ذكره، ص15.

-جدول رقم (08) يمثل القضايا اللغوية المتناولة في منشورات في صفحات الدراسة.

القضايا اللغوية	التكرار	%النسب
قضايا اللغة العربية	27	35,53%
قضايا اللغة الأمازيغية	37	48,68%
قضايا الدارجة المحلية	04	5,26%
قضايا اللغة الفرنسية	08	10,53%
المجموع	**76**	**%100**

يمثل الجدول رقم (08) إجمالي التكرارات والنسب المئوية في عموم عينة الدراسة فيما تعلق بفئة "القضايا اللغوية" في صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن القضايا اللغوية الأساسية الواردة في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية هي المنشورات التي تتناول "قضايا اللغة الأمازيغية" في المرتبة الأولى بنسبة 48،68٪، تليها في المرتبة الثانية فئة "قضايا اللغة العربية" بنسبة 35،53٪، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "قضايا اللغة الفرنسية " بنسبة 10،53٪، تليه في المركز الأخير "قضايا الدارجة المحلية" بنسبة 5،26٪.

وتعليقا على هذه النتائج نقول أن اللغة هي أحد أهم مظاهر السلوك البشري؛ حيث يستخدم البشر اللغة لأغراض مختلفة مثل التعبير عن حالتهم النفسية وكذا للقيام بنشاطاتهم اليومية ونقل الأخبار والمعارف والتواصل بين الناس، إن المشهد اللغوي في العالم العربي وبالخصوص في المنطقة المغاربية يتميز بالتعدد والتنوع اللغوي الكبير، لقد برزت في العقود الأخيرة مناقشات و سجالات كثيرة حول الوضع اللغوي في البلدان المغاربية، وبالخصوص في الجزائر والمغرب، وتزايد هذا الأمر بعد الانفتاح الديمقراطي الذي عرفته هذه الدول، حيث تشهد الساحة الثقافية في هذه المنطقة انقسام حاد بين النخب على اختلاف انتماءاتها اللغوية بين مدافعين عن اللغة العربية وآخرين من دعاة اللغة الأمازيغية وفئة ثالثة ترى في لغات المستعمرين القدماء (الفرنسية والإسبانية) الغنيمة التي لا يجب التفريط فيها لمسايرة ركب الحضارة، حيث يؤكد "**أحمد عزوز ومحمد خاين**" في كتابهما "العدالة اللغوية في المجتمع المغاربي" أن الدول المغاربية ورثت وضعا لغويا بالغ التعقيد وشديد التأزم، خصوصا في الجزائر

والمغرب، وهي حالة صراع لغوي حقيقي بين النخب وجد صداه في الشارع بما ينشر على صفحات الجرائد وعلى شبكة الإنترنت"[1].

إذن لم يتوقف النقاش في القضايا اللغوية في المنطقة المغاربية طوال العقود الماضية وكانت وسائل الإعلام التقليدية هي ساحة للكثير من هذه النقاشات، واستمر هذا الأمر مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والصحافة الالكترونية، وكما تبين النتائج التي حصلنا عليها كان الموضوع الأكثر تناولا في ما تعلق بالقضايا اللغوية في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، هي بالدرجة الأولى "قضايا اللغة الامازيغية" والتي "تمثل اللغة الأم لسكان شمال أفريقيا الأصليين..... وما زال تاريخ الأمازيغية يلفه الغموض في كثير من الجوانب، وتغلب فيه الفرضيات على اليقينيات، على الرغم من البحوث الكثيرة المنجزة حولها في الفترة المعاصرة من طرف اللسانيين والمؤرخين، إذ على سبيل المثال ما زالت مسألة الكتابة والحرف، ومسألة الأصل مثار نقاش بين الباحثين إلى اليوم"[2]، وهو الأمر الذي يجعل من المواضيع المتعلقة بهذه القضايا مثيرة للنقاش ومادة أساسية في الصحافة. لقد ظلت اللغة والثقافة الأمازيغية تعاني لعقود من التهميش والإهمال، بل وصل الأمر في بعض الأحيان إلى القمع والتضييق على الحركة الثقافية الأمازيغية في كل من المغرب والجزائر، واستمر هذا الأمر لعقود تطور فيها الموقف من المسألة الامازيغية بداية من الرفض والقمع وصولا للاعتراف والتزام السلطات في كل من الجزائر والمغرب بدعم وتطوير اللغة والثقافة من خلال ترسميها دستوريا، وهو الأمر الذي انعكس على مكانة هذا الموضوع في الصحافة الجزائرية و المغربية، حيث أصبح يحظى باهتمام كبير.

أما بالنسبة "لقضايا اللغة العربية" والتي جاءت ثانيا كما تبين النتائج بالنسبة للقضايا اللغوية، فجدير بالذكر أن دعم و تطوير اللغة العربية شكل هاجسا كبيرا للدولة والمجتمع في المنطقة المغاربية، وبالخصوص في الجزائر والمغرب وهذا في إطار سعيهما لتجاوز الإشكالات اللغوية التي خلقها الاستعمار الأجنبي، ويتجسد هذا الأمر من خلال مشاريع التعريب التي أطلقت في كلا البلدين في الفترة

[1] أحمد عزوز، محمد خاين، العدالة اللغوية في المجتمع المغاربي–بين شرعية المطلب ومخاوف التوظيف السياسوي– المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2014، ص83.

[2] رمزي منير بعلبكي، حسن حنفي وآخرون، اللغة والهوية في الوطن العربي "إشكاليات تاريخية وثقافية وسياسية"، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2013، ص66.

التي تلت الاستقلال، وصولا إلى نشوء تيارات ممثلة في أحزاب وجمعيات و كتاب ووسائل إعلام، تحمل هم الحفاظ على اللغة العربية وتطويرها باعتبارها أحد المقومات الأساسية للهوية الثقافية المميزة للمنطقة، وهذا الأمر الذي يفسر في نظرنا المكانة التي تحظى بها قضايا اللغة العربية في صفحات المؤسسات الإعلامية محل الدراسة. إن "دستور الجزائر يمنح الأمازيغية حق الوجود في مؤسسات الدولة الرسمية كالإعلام والتعليم، وتسهر الدولة على تعميمها وترقيتها من خلال هيئة استشارية تعرف بـ «المحافظة السامية للغة الأمازيغية» تابعة لأعلى مؤسسة في الجمهورية ممثلة في الرئاسة. بينما أقر دستور المغرب رسمية هذه اللغة، ويشرف على شؤونها «معهد ملكي للثقافة الأمازيغية»، إضافة إلى العشرات من الجمعيات والمنظمات غير الحكومية الناشطة في البلدين لتعميم استعمالها"[1]

-جدول تفصيلي رقم (09) يمثل القضايا اللغوية المتناولة في صفحات الدراسة.

القضايا اللغوية	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
قضايا اللغة العربية	17	51,52%	02	33,33%	02	28,57%	06	20%
قضايا اللغة الأمازيغية	09	27,27%	03	50%	05	71,43%	20	66,66%
قضايا الدارجة المحلية	02	06,06%	/	/	/	/	02	06,67%
قضايا اللغة الفرنسية	05	15,15%	01	10,53%	/	/	02	06,67%
المجموع	33	**%100**	06	**%100**	07	**%100**	30	**%100**

يمثل الجدول التفصيلي رقم (09) التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بفئة "القضايا اللغوية" في كل صفحة من صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن هناك تقارب كبير في النتائج بين الصفحات الأربعة، حيث جاءت "قضايا اللغة الامازيغية" أولا في ثلاث صفحات هي "سبق برس" و "le 360" و "هسبريس" في حين جاءت "قضايا اللغة العربية" أولا في صفحة أوراس.

[1] أحمد عزوز، محمد خاين، مرجع سبق ذكره، ص73.

✓بالنسبة للقضايا اللغوية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "أوراس" جاءت "قضايا اللغة العربية" في المرتبة الأولى ضمن القضايا اللغوية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 51،52%، وإذا ما حاولنا تقديم تفسير للمكانة التي تحتلها قضايا اللغة العربية في المنشورات التي تناولت إحدى القضايا اللغوية، يمكننا القول أن اهتمام مؤسسة "أوراس" بهذا الموضوع ليس اعتباطا، بل يرجع في الأساس إلى الخط التحريري للمؤسسة، والذي يعتبر الدفاع عن العناصر الأساسية للهوية الجزائرية وفي المقدمة منها اللغة العربية والإسلام أولوية من أولوياته، ومن الأمثلة على هذا النوع من المواضيع منشور عن مجموعة من الهيئات الوزارية التي أصدرت تعليمات بتعميم استعمال اللغة العربية مثلما فعلت وزارة التكوين والتعليم المهنيين، كما خلدت الصفحة ذكرى اليوم العالمي للغة العربية من خلال فيديو يسرد مجموعة من المعلومات مما ورد فيه أن هذه اللغة يتحدثها أكثر من 467 مليون نسمة حول العالم، وتتميز بعدد هائل من المفردات يبلغ 12 مليون مفردة، كما تناول الفيديو تصدر وسم #اللغة_العربية لموقع تويتر بهذه المناسبة.

في حين جاءت "قضايا اللغة الامازيغية" ثانيا بنسبة 27،27%، حيث تحظى اللغة والثقافة الأمازيغية باهتمام كبير في وسائل الإعلام الجزائرية، وخصوصا بعد ترسيم اللغة الأمازيغية وهو ما يتجسد من خلال منشور يتناول تصريح لوزير التربية يؤكد أن الوزارة عملت على توفير كل الإمكانات للراغبين في تعلم الأمازيغية، ومنشور آخر عبارة عن فيديو لوزير سابق يروي قصة تغيير استعمال كلمة "البربرية" إلى الأمازيغية. أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "قضايا اللغة الفرنسية" بنسبة 15،15%، حيث نجد عدة منشورات تتناول هذه القضية سواء كموضوع أساسي في المنشور أو كجزء من منشور يتناول موضوع آخر، نذكر على سبيل المثال رد الكاتب "ياسمينة خضرا" عقب اتهامه بخيانة الجزائر بسبب استخدامه للغة الفرنسية في كتابته. في حين جاءت مسائل "الدارجة المحلية" أخيرا بنسبة 6،06%، ومثالا على ذلك منشور يروي قصة عبارة "تزيد عليها تعميها" العامية والتي تستعمل لمطالبتك شخصا آخر بعدم المبالغة.

✓بالنسبة للقضايا اللغوية في منشورات الصفحة الإخبارية "سبق برس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الموقع الإخباري "سبق برس" نشير في البداية أن عدد المنشورات التي تناولت "قضايا لغوية" قليلة جدا، ومع ذلك نقول "قضايا اللغة الامازيغية" جاءت في المرتبة الأولى ضمن القضايا اللغوية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 50%، ومثالا على ذلك منشور عن قائمة الفائزين بجائزة رئيس الجمهورية للأدب واللغة الأمازيغية، وهي جائزة مستحدثة في إطار جهود الدولة في دعم تعميم اللغة والثقافة الأمازيغية، في حين جاءت "قضايا اللغة العربية" ثانيا بنسبة 33،33%، حيث تناول أحد المنشورات استعداد الجزائر للمساعدة في ترقية اللغة العربية في بعض الدول الأوروبية مثل صربيا.

أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "قضايا اللغة الفرنسية" بنسبة 10،53%، حيث لم يرد إلا منشور واحد، في حين لم ترد أي قضية من قضايا "الدارجة المحلية" في منشورات الصفحة.

✓بالنسبة للقضايا اللغوية في منشورات الصفحة الإخبارية "le360" على الفيسبوك.

أما فيما تعلق بصفحة الموقع الإخباري " le360" جاءت "قضايا اللغة الامازيغية" في المرتبة الأولى كأكثر القضايا اللغوية تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 71،43%، منها منشورات تتحدث عن جهود الدولة المغربية في دعم الثقافة واللغة الامازيغية، في حين جاءت "قضايا اللغة العربية" ثانيا بنسبة 28،57%، ومن الأمثلة على هذه القضايا جاء أن سفراء مجموعة من بلدان آسيا في المغرب شاركوا في نشاط يهدف إلى تعلم اللغة العربية.

أما فيما تعلق "بقضايا اللغة الفرنسية" أو قضايا "الدارجة المحلية" فلم ترد أي منها في صفحات الدراسة منشورات الصفحة.

- ✓ **بالنسبة للقضايا اللغوية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.**

بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "هسبريس" جاءت" قضايا اللغة الأمازيغية" في المرتبة الأولى ضمن القضايا اللغوية الأكثر تناولا في منشورات صفحة هسبريس على الفيسبوك بنسبة 66،66%، حيث وردت الكثير من المنشورات التي تناولت إحدى قضايا اللغة الامازيغية منها، ما ورد من خبر صدر بالمعهد الملكي المغربي للثقافة الأمازيغية، فإن الكتب المستعملة في تدريس اللغة الأمازيغية لن يعاد طبعها لأنها ستخضع لعملية إعادة تصحيح وتعديل، ومنشور آخر عبارة عن فيديو حوار مع ناشط أمازيغي لتقييم الوضع بعد عشر سنوات من دسترة اللغة الأمازيغية.

في حين جاءت "قضايا اللغة العربية" ثانيا بنسبة 20%، وكانت هذه القضايا عبارة عن عرض لمجموعة مواضيع متعلقة باللغة العربية، نذكر منها أن المجلس الحكومي المغربي يطلع على اتفاق بين حكومة المملكة المغربية وحكومة الجمهورية الفرنسية بشأن تدريس اللغة العربية في إطار التعليم الدولي للغات الأجنبية بفرنسا. أما في المرتبة الأخيرة فقد جاءت كل من "قضايا اللغة الفرنسية" وقضايا "الدارجة المحلية" بنسبة 6،67% لكل منهما، وجاءت عبارة عن أخبار متعلقة بالقضيتين المذكورتين.

-جدول رقم (10) يمثل القضايا الدينية المتناولة في عينة الدراسة.

القضايا الدينية	التكرار	%النسب
أعياد ومناسبات دينية	20	15,04%
التعريف بالإسلام	10	07,52%
تشبث ودفاع عن الإسلام	18	13,53%
مؤسسات دينية	08	06,01%
قضايا التصوف	16	12,03%
دعوات تجديد ديني	08	06,01%
أقلية يهودية	46	34,60%
أقلية مسيحية	07	05,26%
المجموع	**133**	**%100**

يمثل الجدول رقم (10) إجمالي التكرارات والنسب المئوية في عموم عينة الدراسة فيما تعلق بفئة "القضايا الدينية" في صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن القضايا الدينية الأساسية الواردة في منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية **المعنية هي**، جاءت المنشورات التي تتناول "قضايا الأقلية اليهودية" في المرتبة الأولى بنسبة 34،60٪، تليها في المرتبة الثانية فئة "أعياد ومناسبات دينية" بنسبة 04،15٪، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "تشبث ودفاع عن الدين الإسلامي" بنسبة 53،13٪، تليه في المركز الرابع "قضايا التصوف" بنسبة 03،12٪، أما في المركز الخامس فقد جاءت "قضايا التعريف بالإسلام" بنسبة 52،7٪، ثم تليها في المركز السادس "قضايا المؤسسات الدينية" و"دعوات التجديد الديني" بنسبة 6،01٪، أما في المركز الأخير فقد جاءت "قضايا الأقلية المسيحية" بنسبة 26،5٪.

إن الانتماء الديني هو أحد الشروط الأساسية لاكتمال معنى الهوية، إن الدين يشكل منظومة كاملة تشمل المعتقدات والقيم والعبادات، كل هذه الأمور تلعب دورا كبيرا في تكوين الهوية الثقافية لأي أمة، و لهذا من الطبيعي أن نجد ما يعبر عن هذا العنصر الرئيسي في الهوية الثقافية في وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة، لكن الأمر غير الطبيعي في تقديرنا هو أن تحظى "قضايا الأقلية اليهودية" بالجزء الأكبر من الاهتمام في إجمالي عينة الدراسة فيما تعلق بالقضايا الدينية التي تم تناولها في الصفحات المعنية بالدراسة، حيث أن "الأقليات اليهودية" لا تشكل إلا نسبة بسيطة لا تكاد تذكر من إجمالي سكان المنطقة العربية بشكل عام وبلدي الدراسة (الجزائر والمغرب) بشكل خاص، حيث يدين

غالبية سكان البلدين بالدين الإسلامي، ففي المغرب و على امتداد العصور وإلى حدود أوائل القرن العشرين "شكل يهود المغرب الأقلية الدينية الإثنية غير المسلمة الوحيدة في المغرب وامتزجوا بساكنته المسلمة، العربية والأمازيغية. وقد كانوا يقطنون بمناطق متفرقة تكاد تشمل مجموع التراب المغربي. وكان عددهم يتجاوز عدد يهود الجزائر وتونس مجتمعين، بل كانوا يشكلون أهم جالية يهودية في العالم العربي برمته. وبالرغم من ضعف وزنهم الديموغرافي، إذ كان عددهم لا يتجاوز حوالي 3% فقط من مجموع ساكنة البلاد، فإنهم لعبوا، قبل مرحلة الاستعمار، أدوارا هامة على مستويات شتى"[1]

إذا ما ألقينا نظرة سريعة على الجدول التفصيلي الخاص بفئة "القضايا الدينية" اتضح لنا أن السبب وراء ارتفاع نسبة "قضايا الأقلية اليهودية" في مجموع القضايا الدينية في منشورات صفحات الدراسة، راجع إلى أن هذا الموضوع حاز على اهتمام وتغطية كبيرة في صفحتي "هسبريس" و"le360" المغربيتين، ولعل الأحداث التي وقعت في الفترة التي أجرينا فيها بحثنا هذا (نوفمبر 2020- أكتوبر2022) تفسر السياق الذي دفع هاتان الصفحتين إلى تخصيص كل هذه المساحة لقضايا الأقلية اليهودية، حيث تزامنت دراستنا مع حدث سياسي مرتبطة بالقضية المذكورة، ويتعلق الأمر بإعادة العلاقات بين المغرب والكيان الصهيوني (إسرائيل) وهذا الأمر في نظرنا يفسر هذا الاهتمام الكبير بهذه القضايا، إن سبب الاهتمام لا يرجع لكون اليهود يشكلون نسبة كبير من المجتمع المغربي، حيث "يفيد الإحصاء السكاني للمغرب، الذي أجرى في سنة 2001، أن نسب التقسيمات العرقية للسكان على النحو التالي: يشكل العرب والبربر نسبة 99.1%، من إجمالي عدد السكان، واليهود 0،2%؛ والعرقيات الأخرى 0،7%. وتؤكد إحصائيات نشرتها صحف مغربية في الآونة الأخيرة أن عدد اليهود الموجودين في المغرب حاليا لا يتجاوز 4 آلاف نسمة"[2]، وهذه الإحصائيات تؤكد ما ذهبنا إليه من كون هذا الاهتمام بقضايا "الأقلية اليهودية" لا يعود إلى حجم ومكانة هذه الأقلية في الحياة الثقافية المغربية، بل يرجع في الأساس إلى محاولة توظيف هذه القضايا في تبرير سلوك سياسي انتهجته الدولة المغربية.

أما في ما تعلق بفئة "أعياد ومناسبات دينية" فقد حرصت الصفحات المذكورة على مواكبة مختلف الأعياد والمناسبات الدينية، من خلال تغطية الاحتفالات الشعبية بهذه الأعياد الدينية مثل عيدي

[1] محمد كنيب، مرجع سبق ذكره، ص17.

[2] أحمد الشحات هيكل، مرجع سبق ذكره، ص21.

الفطر والأضحى، وكذا مناسبات دينية مثل المولد النبوي الشريف ويوم عاشوراء، وعلى العموم يمكن القول أن مواكبة الأعياد والمناسبات الدينية التي يحتفل بها المجتمع هو من صميم عمل وسائل الإعلام، و لهذا من الطبيعي أن تحضر هذه المواضيع في صفحات الدراسة، وهو نفس التفسير الذي قد تقدمه حول المنشورات التي تحمل نوع من"التشبث والدفاع عن الدين الإسلامي" حيث أنه وانطلاقا من الدور الاجتماعي والتثقيفي لوسائل الإعلام والذي يقتضي أن تعمل وسائل الإعلام على أن تنقل وتعرف بتراث المجتمع وعناصر هويته الأساسية.

إذا حاولنا ربط النتائج المتحصل عليها بالمقاربة النظرية للدراسة والمتمثلة في نظرية "التأطير الاعلامي" نذكر في سياق حديثنا إحدى أهم فرضيات النظرية حيث يؤكد "إنتمان intman" أن مداخل الرسالة الإعلامية تؤدي إلى بروز بعض المعلومات التي ينتقيها القائم بالاتصال ويستبعد البعض الآخر، وأن تلقي الجمهور لهذه المداخل أو الأطر يؤثر في رؤيته للمشكلات والحلول اللازمة لها"[1]

ولهذا إذا ما حاولنا إسقاط هذه الفرضية على نتائج الجدول أعلاه يمكننا أن نقول أن وجود قضايا الأقلية اليهودية في صدارة القضايا الدينية يؤكد صحة هذه الفرضية، حيث حاولت وسائل الإعلام المعنية بالدراسة من خلال صفحاتها و بالخصوص الصفحتين المغربيتين، كما هو مبين في الجدول التفصيلي التالي رقم(11). حاولت التركيز على بعض المعلومات المتعلقة باليهود المغاربة وتاريخهم وتراثهم ومدى ارتباطهم بالمغرب، مع إهمال معلومات ومعطيات مهمة مثل السياق الذي يأتي فيه هذا الاهتمام بالموضوع، حيث جاء بالمزامنة مع إعلان عودة العلاقات بين المغرب والكيان الصهيوني (إسرائيل).

[1] منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص346.

-جدول تفصيلي رقم (11) يمثل القضايا الدينية المتناولة في صفحات الدراسة.

أهم القضايا	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
أعياد ومناسبات دينية	05	17,24%	03	12%	02	08%	10	18,52%
التعريف بالإسلام	02	06,90%	04	16%	01	04%	03	05,56%
تشبث ودفاع عن الإسلام	08	27,58%	05	20%	01	04%	04	07,40%
مؤسسات دينية	/	/	04	16%	02	08%	02	03,70%
قضايا التصوف	04	13,80%	03	12%	02	08%	07	12,97%
دعوات تجديد ديني	03	10,34%	01	4%	01	04%	03	05,56%
أقلية يهودية	04	13,80%	03	12%	16	64%	23	42,59%
أقلية مسيحية	03	10,34%	02	8%	/	/	02	03,70%
المجموع	**29**	**%100**	**25**	**%100**	**25**	**%100**	**54**	**%100**

يمثل الجدول التفصيلي رقم (11) التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بفئة "القضايا الدينية" في كل صفحة من صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن هناك تناقض كبير بين النتائج بين الصفحات الأربعة، حيث جاءت "قضايا التشبث والدفاع عن الإسلام" أولا في صفحتي "أوراس" و"سبق برس" في حين جاءت "قضايا الأقلية اليهودية" أولا في صفحتي "le360" و "هسبريس".

✓بالنسبة للقضايا الدينية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية " أوراس" جاءت "قضايا تشبث ودفاع عن الدين الإسلامي" في المرتبة الأولى ضمن القضايا الدينية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 58،27%، وجاءت عبارة عن منشورات تدافع عن الشخصية الإسلامية للجزائر، ومن الأمثلة على هذا منشور بعنوان "لماذا يعتبر الجزائريون جامع الجزائر رمزا؟ هل هو رد على جماعة "بناء المستشفيات".. رد الجزائريين كان بإظهار الفرحة بافتتاح هذا الصرح" وهو منشور يوضح الخط الافتتاحي الذي تتبناه المؤسسة والذي يتنصر لمختلف عناصر الهوية الإسلامية ويدافع عن مختلف القضايا المرتبطة بالموضوع.

في حين جاءت "الأعياد والمناسبات الدينية" ثانيا بنسبة 24،17%، حيث ركزت الصفحة على تغطية مختلف الأعياد الدينية من مولد نبوي وعيدي فطر وأضحى وما يرتبط بها من طقوس مثل توزيع اللحوم على الفقراء والمحتاجين. أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت كل من "قضايا التصوف" و"قضايا الأقلية اليهودية" بنسبة 80،13%، ومن الأمثلة عن هذه المواضيع منشور عن وعدة "سيدي بلال" وهي من العادات المتوارثة للتضرع إلى الله ودعائه لحفظ البلد والرزق بالغيث، والتي تقام تكريما للصحابي الجليل "**بلال بن رباح**"، إضافة لبعض المنشورات التي تناولت إحدى قضايا الأقليات اليهودية التي كانت موجودة في الجزائر.

في حين جاءت "دعوات التجديد الديني" و"قضايا الأقلية المسيحية" في المرتبة الرابعة بنسبة 34،10%، حيث جاءت بعض المنشورات التي تتناول دعوات تجديد ديني من كتاب مثل "أمين زاوي"، إضافة لبعض قضايا الأقلية المسيحية في الجزائر ومنه خبر عن وصول جثمان أسقف الجزائر السابق "**هنري تيسيي**" من أجل دفنه، وموضوع آخر عن نواب بالكونغرس الأمريكي يراسلون وزير خارجيتهم بسبب ما سموه "التمييز الديني" في الجزائر بعد إغلاق عدة كنائس غير مرخصة في منطقة القبائل. وأخيرا جاءت المنشورات "التعريفية بالإسلام" بنسبة 6،90%.

✓بالنسبة للقضايا الدينية في منشورات الصفحة الإخبارية "سبق برس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الموقع الإخباري "سبق برس" جاءت "قضايا التشبث ودفاع عن الدين الإسلامي" في المرتبة الأولى ضمن القضايا الدينية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 20%، وكانت هذه القضايا في عمومها تطرح مسائل في إطار الدفاع عن الدين الإسلامي ونذكر على سبيل المثال تصريح لوزير الشؤون الدينية "**يوسف بلمهدي**" الذي وجه رسالة لوزير الداخلية الفرنسي بأن الإسلام دين المحبة وسلام، في حين جاءت قضايا "التعريف بالإسلام" والقضايا المرتبطة "بالمؤسسات الدينية" ثانيا بنسبة 16%، وتجسدت هذه المواضيع من خلال منشورات مثل توجيه وزير الشؤون الدينية للأئمة المنتدبين في فرنسا من أجل أن يكونوا أحسن ممثل للإسلام في هذا البلد من خلال احترام قوانين البلد المضيف وخصوصياته، وهو نفس الأمر فيما تعلق بالمؤسسات الدينية نذكر منها اللجنة الوزارية للفتوى والتابعة لوزارة الشؤون الدينية، والتي تم تغطية بعض أنشطتها مثل الفتوى التي أصدرتها بخصوص الحكم الشرعي من مسألة التطبيع مع الكيان الصهيوني.

أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "قضايا الأقلية اليهودية" و"قضايا التصوف" وكذا "أعياد ومناسبات دينية" بنسبة 12%، وتتمثل هذه القضايا أساسا في تغطية لبعض أنشطة الزوايا الصوفية في الجزائر مثل بعض أنشطة الخليفة العام للطريقة التيجانية في العالم الشيخ "**علي بلعربي**" أما بخصوص قضايا الأقلية اليهودية فقد كانت هناك منشورات تتناول هذا الموضوع بصيغ مختلف، وفي إطارات متعددة وكمثال على هذا تصريح لرئيس حزب حركة مجتمع السلم الذي ادعى أن بعض أفراد الأقلية اليهودية والمسيحية في الجزائر يعادون حركته ويحاربونها، وهو نفس الأمر بالنسبة لقضايا "الأقلية المسيحية" في المرتبة الرابعة بنسبة 8%، نذكر كمثال عليها الخبر المتعلق بوصول جثمان الرئيس السابق لأسقفية الجزائر "هنري تيسيي" إلى مطار هواري بومدين حيث جاء المنشور عبارة عن فيديو لتغطية الموضوع، في حين جاءت قضايا "دعوات تجديد ديني" في المرتبة الأخيرة بنسبة لا تتجاوز 4%، و تجدر الإشارة إلى الطبيعة الإخبارية لأغلب هذه المواضيع.

✓بالنسبة للقضايا الدينية في منشورات الصفحة الإخبارية "le360" على الفيسبوك.

أما فيما تعلق بصفحة الموقع الإخباري "le360" جاءت "قضايا الأقلية اليهودية" في المرتبة الأولى كأكثر القضايا الدينية تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 64%، وهي نسبة جد معتبرة وكانت في أغلبها تحتفي بالأقلية اليهودية كأحد روافد الهوية المغربية، ومن الأخبار افتتاح متحف الروافد بمدينة مراكش، والذي يعرض عدة مجموعات متحفية نادرة تنتمي إلى مجالات مختلفة مثل البرونز والحلي والتراث اليهودي المغربي، كما نجد منشورات أخرى تخدم ذات السياق نذكر مثلا الحوار مع حاخام مدينة فاس والذي تحدث عن علاقة اليهود المغاربة بملوك المغرب عبر التاريخ، كما نجد منشورات أخرى تتعلق بالشؤون اليومية لليهود المغاربة مثل الخبر المتعلق بنعي مجلس الجماعات الإسرائيلية بالمغرب لرئيس الطائفة اليهودية بمدينة مكناس.

في حين جاءت "قضايا التصوف" و"أعياد ومناسبات دينية" و"مؤسسات دينية" ثانيا بنسبة 8% لكل منها، وتمثلت فيما يخص قضايا التصوف في ريبورتاجين الأول عن ما أسموه "رد شيخ الزاوية التيجانية في المغرب على الجزائر" وهذا ما يعزز ما ذهبنا إليه سابقا من شبه الاستغلال السياسي لقضايا الهوية الثقافية، في حين جاء الريبورتاج الثاني عن الملتقى العالمي للتصوف الذي نظمته "الطريقة البودشيشية" والذي يعتبر محج محبي المديح والسماع الصوفي، ونفس الأمر يمكن أن نذكره

فيما تعلق "بالأعياد والمناسبات الدينية" التي جاء الاهتمام بها كشكل من التغطية الإعلامية لتفاعل المغاربة مع المناسبات الدينية بحيث نجد ريبورتاج عن إقبال للمغاربة على شراء "الفاكية" كأحد الطقوس المرتبطة بمناسبة "عاشوراء"

أما فيما تعلق "بالتعريف بالإسلام" و"التشبث والدفاع عن الدين الإسلامي" إضافة إلى "دعوات التجديد الديني" فقد جاءت ثالثا بنسبة 4%، وهي نسب جد هزيلة وتطرح إشكالات حول المساحة الممنوحة لهذه القضايا في وسيلة إعلام إلكترونية من المفترض أنها تتوجه إلى جمهور يدين غالبيته بالإسلام، في حين لم ترد أي منشورات تتحدث عن "الأقلية المسيحية" في منشورات الصفحة.

بالنسبة للقضايا الدينية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "هسبريس" جاءت "قضايا الأقلية اليهودية" في المرتبة الأولى على اعتبار أنها أكثر القضايا الدينية في منشورات الصفحة بنسبة 42،59%، وكانت عبارة عن منشورات تتغنى باليهود المغاربة وثقافتهم، والتبشير بالخير الذي ستجنيه المغرب من عودة العلاقات مع الكيان الصهيوني ومن الأمثلة على هذا المنشور بعنوان "المغرب يستعد لاستقبال مئات الآلاف من السياح اليهود بعد إعادة فتح الحدود" ومنشور آخر بعنوان "وزير الخارجية الإسرائيلي "**يائير لابيد**" يحتفي بالثقافة اليهودية المغربية في كنيس بيت أيل بالدار البيضاء، إضافة لمجموعة كبيرة من المنشورات التي تصب في نفس الاتجاه.

أما بالنسبة "للأعياد والمناسبات الدينية" فقد جاءت ثانيا بنسبة 18،52%، وهو ما يدخل في إطار العمل العادي لوسائل الإعلام بتغطية المناسبات الدينية، ومن الأمثلة على هذا الأمر: تقرير عن مطالب على مواقع التواصل الاجتماعي تطالب بضرورة السماح بإقامة صلاة التراويح بالمساجد خلال شهر رمضان، وتقرير آخر عن عدم إقامة صلاة عيد الأضحى في المصليات والمساجد بسبب تداعيات وباء كورونا. في حين جاءت "قضايا التصوف" ثالثا بنسبة 12،97%، وتجسدت من خلال بعض المنشورات مثل ريبورتاج عن ملتقى مداغ العالمي الذي تنظمه الزاوية البودشيشية والذي ناقش محلية وكونية التصوف والقيم الإنسانية بعنوان " التصوف والقيم الإنسانية: من المحلية إلى الكونية"

أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت قضايا "التشبث والدفاع عن الدين الإسلامي" بنسبة 7،40%، ثم قضايا "بالتعريف بالإسلام" و"دعوات التجديد الديني" بنسبة 5،56% لكل منها، وهو ما يتبين من خلال منشورات عديدة منها دعوة "مصطفى بن حمزة" عضو المجلس العلمي الأعلى في المغرب بتحويل "الإساءة للرسول" إلى فرصة لمعرفة النبي محمد صلى الله عليه وسلم، وتقرير آخر عن المشاعر التي تصاحب الحجاج تحت عنوان "دموع الفرح والرحمة ترافق "الحجاج المحظوظين" إلى رحاب بيت الله الحرام" وأخيرا جاءت المنشورات التي تناولت "قضايا الأقلية المسيحية" وكذلك المنشورات التي تناولت مسائل متعلقة "بالمؤسسات الدينية" بنسبة 3،70% لكل منهما.

كما سبق وذكرنا في الجدول السابق بخصوص إسقاط نظرية التأطير الإعلامي على بحثنا هذا يؤكد "إنتمان intman" أن مداخل الرسالة الإعلامية تؤدي إلى بروز بعض المعلومات التي ينتقيها القائم بالاتصال ويستبعد البعض الآخر، وأن تلقي الجمهور لهذه المداخل أو الأطر يؤثر في رؤيته للمشكلات والحلول اللازمة لها"[1]. كما يؤكد على أن تأثير الأطر لا يتحقق فقط من خلال إبراز بعض الجوانب في الأحداث أو الوقائع ولكن أيضاً من خلال الحذف أو الإغفال لجوانب أخرى، أو تقديم توصيات خاصة من جانب القائم بالاتصال[2]. وهذه الفرضية تنطبق على موضوع دراستنا في عدة مستويات، حيث نجد أن "قضايا الأقلية اليهودية" جاءت في المركز الأول ضمن القضايا الدينية في صفحة "le360" وصفحة "هسبريس"، رغم أن هذه الأقلية الدينية لا تشكل إلا نسبة صغيرة لا تكاد تذكر من المجتمع المغربي، والإهتمام بقضايا هذه الأقلية ما هو إلا مشهد مجتزئ من مشهد سياسي أكبر يتمثل في الدعاية والتبرير لعودة العلاقات بين المغرب و الكيان الصهيوني (إسرائيل).

يؤكد "محمد عبد الحميد" أن نظرية التأطير الإعلامي لا يقف الهدف منها عند حدود إثارة الاهتمام بالمحتوى ولكنه يهدف إلى الإقناع والتأثير بالدرجة الأولى. كما أن العمل وفق النظرية لا يهدف إلى غرس أفكار أو قيم جديدة ولكنه يقوم على الاستفادة من الأفكار والقيم الموجودة فعلا في الواقع الاجتماعي، حيث يحاول تحقيق الاتساق بين ما يدركه الجمهور عن الواقع الاجتماعي، وما

[1] منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص346.

[2] محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام وإتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص404.

يقدمه هذا التشكيل اعتمادا على هذه المدركات[1]. وهذا ما حاولت صفحتي "le360" و"هسبريس" القيام به، حيث سعت إلى التأثير في متابعي الصفحتين من خلال استغلال بعض الأفكار والقيم الموجودة في المجتمع المغربي، مثل التسامح والتعايش بين مختلف مكوناته، وخصوصا المكون اليهودي، لتسويق قرار سياسي للدولة المغربية.

-جدول رقم (12) يمثل قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد المتناولة في عينة الدراسة.

قضايا التراث المادي	التكرار	%النسب
أثار	17	16,83%
عمران تقليدي	08	07,92%
طعام تقليدي	09	08,91%
موسيقى تقليدية	14	13,86%
أعياد واحتفالات شعبية	25	24,76%
صناعات تقليدية	14	13,86%
حكايات وأساطير شعبية	14	13,86%
المجموع	**101**	**%100**

يمثل الجدول رقم (12) إجمالي التكرارات والنسب المئوية في عموم عينة الدراسة فيما تعلق بفئة "قضايا التراث المادي والعادات و التقاليد" في صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج التي تحصلنا عليها أن قضايا التراث المادي والعادات الأساسية الواردة في إجمالي العينة هي، أولا جاءت المنشورات التي تتناول "الأعياد والاحتفالات الشعبية" في المرتبة الأولى بنسبة 24،76٪، تليها في المرتبة الثانية قضايا "الآثار" بنسبة 16،83٪، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت المنشورات التي تتناول كل من "الحكايات الشعبية والأساطير" و"الصناعات التقليدية" و"موسيقى تقليدية" بنسبة 13،86٪، تليها في المركز الرابع "طعام تقليدي" بنسبة 7،92٪، أما في المركز الأخير فقد جاءت "قضايا العمران التقليدي" بنسبة 7،92٪.

[1] محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام وإتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص404.

إن التراث المادي والعادات والتقاليد هي أداة الإثبات المادية التي تجعل الإنسان يعرف ماضيه ويتواصل مع فكر وحضارة من سبقوه من الأمم، وهذا ما جعله يحظى باهتمام اجتماعي كبير يتجسد من خلال ما توليه وسائل الإعلام من أهمية لهذا الموضوع، يؤكد الدكتور "**نصر الدين العياضي**" أن التراث المادي لا يملك قيمة جوهرية في حد ذاته: فالأحجار والمدافع، والأخشاب، والحديد، والجص، والزخارف لا تتحول إلى متاحف بدون تدخلنا عبر مختلف المؤسسات، بما فيها وسائل الإعلام لاستخراج معانيها والكشف عن قيمتها المضافة في المجال التاريخي أو الأنتربولوجي أو الفني، فالكثير من سكان القرى كانوا يعيشون وسط الأواني الفخارية والنقوش الخشبية والنحاسية والحديدية التي يعود تاريخها إلى حضارات غابرة ولم يلتفت إليها أحد، بل قاموا بهدمها أو حرقها بعد أن استخرجوها من باطن الأرض لشق مجاري المياه أو الطرق أو لبناء سكنات، و بفضل تدخل بعض الهيئات المختصة ووسائل الإعلام كسبت هذه الأشياء القيمة التراثية."[1] وأحد أشكال هذا الاهتمام الحرص على تغطية "الأعياد والاحتفالات الشعبية" وفي مقدمتها الاحتفال بمناسبة "يناير" في كل من الجزائر والمغرب، حيث أخذت هذه المناسبة جزءا كبيرا من المنشورات في كل الصفحات، حيث تنوعت المنشورات بين تغطية لأجواء الاحتفال بمناسبة يناير ورصد لأهم مظاهر الاحتفال في عدة مناطق، ونذكر أن رأس السنة الأمازيغية "يناير" الذي يوافق(12 جانفي) من كل سنة ليس عيد رسمي في المغرب، في حين أنه عيد رسمي في الجزائر حيث "أعلنت الحكومة الجزائرية بأنه ابتداء من سنة 2019، سوف يكون يوم 12 جانفي عطلة رسمية مدفوعة الأجر، ويوافق هذا اليوم الاحتفال بـ" يناير" الذي يصادف أيضا بداية السنة الأمازيغية"[2]، إضافة إلى مناسبة يناير هناك أنواع أخرى من الاحتفالات الشعبية التي تترجم مشاعر الفرح الجماعي بين أبناء المنطقة أو القبيلة الواحدة وتنعكس في شكل أغاني ورقصات مثل رقصتي " العلاوي" في الجزائر و"التبوريدة" في المغرب، وعلى العموم يمكننا القول إن العادة الشعبية بشكل عام هي سلوك عام ومتكرر يمارسه أفراد مجتمع معين في منطقه واحدة أو أكثر، استجابة لحاجة نفسية أو اجتماعية أو ترفيهية.

[1] نصر الدين لعياضي، الإتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل، (سلسلة كتاب الرافد) دائرة الثقافة والإعلام الشارقة، 2015، ص220.

[2] أم الخير العقون، يناير" حقيقة أم مغالطة تاريخية: أو الحقيقة بين الرواية الشفوية والكتابة التاريخية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 08، العدد 01، 2019، ص2.

أما بالنسبة لقضايا "الآثار" التي جاءت ثانيا من إجمالي المواضيع فقد جاءت عديد المنشورات المرتبطة بالمواقع الأثرية في كل من الجزائر والمغرب، تعتبر الآثار المادية هي رمز الثقافة والأصالة، حيث تحفظ الخصائص الأساسية المميزة لأي أمة، إن الآثار بوصفها المخلفات المادية للإنسان القديم، تؤدي دورا مهما في عملية ترسيخ مفهوم الهوية الثقافية ولهذا تخصص وسائل الإعلام حيزا من اهتمامها بهذه القضايا، وهو نفس الأمر بالنسبة للمنشورات التي تناولت " قضايا الموسيقى التقليدية" والتي جاءت في المرتبة الثالثة.

-جدول تفصيلي رقم (13) يمثل قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد المتناولة في صفحات الدراسة.

قضايا التراث	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
أثار	05	11,91%	04	30,77%	03	16,66%	05	17,86%
عمران تقليدي	04	09,52%	01	07,69%	01	05,56%	02	07,14%
طعام تقليدي	05	11,91%	01	07,69%	01	05,56%	02	07,14%
موسيقى تقليدية	06	14,29%	02	15,39%	02	11,12%	04	14,28%
أعياد واحتفالات شعبية	07	16,66%	05	38,46%	05	27,77%	08	28,58%
صناعات تقليدية	03	07,14%	/	/	06	33,33%	05	17,86%
حكايات وأساطير شعبية	12	28,57%	/	/	/	/	02	07,14%
المجموع	**42**	**%100**	**13**	**%100**	**18**	**%100**	**28**	**%100**

يمثل الجدول التفصيلي رقم (13) التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بفئة "قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد" في كل صفحة من صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن هناك تشابه بين النتائج المتحصل عليها في الصفحات، حيث جاءت المنشورات التي تناولت "أعياد واحتفالات شعبية" أولا في صفحات "سبق برس" و"هسبريس" أما بالنسبة لصفحة "le360" فقد جاءت قضايا "الصناعات التقليدية" في المرتبة الأولى في حين أن صفحة "أوراس" جاءت فيها "الحكايات والأساطير الشعبية" أولا.

✓بالنسبة لقضايا التراث المادي والعادات والتقاليد في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية " أوراس" جاءت "الحكايات والأساطير الشعبية" في المرتبة الأولى ضمن قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 28،57%، ومن الواضح أن صفحة "أوراس" خصصت جزءا مهما من المادة التي تقدمها من خلال فقرة "حكايا أوراس" التي تستلهم من التراث والخيال القصصي الشعبي، ومن الأمثلة على هذه القصص، قصة "الأميرة خداوج" التي أصبحت أسطورة تتناقلها جدران القصبة العتيقة وهي قصة توضح كيف يمكن أن يصبح الجمال نقمة على صاحبته؟ ومن القصص والأساطير الأخرى التي تم تناولها، أحد أساطير الأمازيغ القدامى وهي أسطورة "الفاتنة تاغنجة"، إضافة إلى قصة الملكة الأمازيغية "تينهينان" المرأة الهاربة التي تحولت إلى ملكة تحكم ثلث القارة الإفريقية، وغيرها من القصص والأساطير الشعبية التي تم إعادة روايتها في فيديوهات قصيرة تتناسب وخصائص المحتوى الرقمي.

في حين جاءت تغطية "الأعياد والاحتفالات الشعبية" ثانيا بنسبة 16،66%، وتمثلت بالخصوص في تغطية احتفالات يناير، كما حاولت الصفحة التعريف بطقوس الجزائريين في إحياء رأس السنة الأمازيغية، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "موسيقى تقليدية" بنسبة 14،29%، ومن الأمثلة عليها منشور عن واحدة من أشهر الأغاني التراثية التي كتبت بأسى الفراق ولخصت معاناة عدة أجيال من الجزائريين، نتحدث هنا عن قصة أغنية يا المنفي التي أصبحت تراثا يتناقله الجزائريون.

في حين جاءت المنشورات التي تتناول إحدى قضايا "الآثار" أو "الطعام التقليدي" في المرتبة الرابعة بنسبة 11،91% لكل منهما، وتمثلت في بعض المنشورات التي تعرف بمعالم أثرية في الجزائر مثل منشور عن مدينة تيمقاد أكبر مدينة شيدها الرومان في إفريقيا والتحفة المعمارية التي يتهافت عليها عشاق الحضارة والجمال، وبالنسبة للمنشورات التي تناولت مسائل "الطعام التقليدي" فنجد مثلا منشور تحت عنوان "اليونيسكو تنظر في تصنيف "الكسكسي" و"الراي" في قائمة التراث العالمي"، أما في المرتبة الخامسة فقد جاءت قضايا "العمران التقليدي" بنسبة 9،52%، و أخيرا منشورات "الصناعات التقليدية" بنسبة 7،14%.

✓بالنسبة لقضايا التراث المادي والعادات والتقاليد في منشورات الصفحة الإخبارية "سبق برس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الموقع الإخباري "سبق برس" جاءت المنشورات التي تناولت "الأعياد والاحتفالات الشعبية" في المرتبة الأولى ضمن قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 38،46%، وتجسدت في بعض المنشورات التي تغطي الاحتفال ببعض المناسبات الشعبية مثل يناير، حيث نجد على سبيل المثال خبر تحت عنوان "جراد يهنئ الجزائريين بحلول السنة الأمازيغية الجديدة" وكذا منشور آخر يتحدث عن بيان حركة مجتمع السلم التي عبرت عن أن "الاحتفال "باليناير" عادة جزائرية قديمة يعرفها الجزائريون في كل أنحاء الوطن في إطار المحبة والأنس العائلي والفال الحسن بالموسم، ولا علاقة لها بممارسات التفرقة والعداوة والتحريفات التاريخية المستحدثة".

في حين جاءت قضايا "الآثار" ثانيا بنسبة 30،77%، وتمثلت هذه القضايا في أخبار عن العثور على فسيفساء بمدينة جيجل، ومنشور آخر عن تصريح "**مليكة بن دودة**" وزيرة الثقافة والفنون التي صرحت أن الوزارة خصصت 15 مليار سنتيم لترميم ضريح "إيمدغاسن" في باتنة، وتصريح آخر من الوزيرة عن الخريطة الأثرية التي وفرتها الوزارة رقميا والتي تضم آلاف المواقع الأثرية، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "الموسيقى التقليدية" بنسبة 15،39%، وجاءت عبارة عن أخبار تتعلق بشؤون الموسيقى التقليدية بشكل عام، وعلى سبيل المثال خبر حول استعداد الجزائر لإدراج ملف تصنيف فن " الراي" كتراث إنساني باليونيسكو، في حين جاءت المنشورات التي تتناول إحدى قضايا "العمران التقليدي" أو "الطعام التقليدي" في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 7،69% لكل منهما، وتجسدت من خلال مواضيع مثل تنظيم ثالث مهرجان دولي لأشهر طبق في الجزائر، "الكسكسي" في حين لم نسجل أي منشورات عن "الصناعات التقليدية" أو "الحكايات الشعبية والأساطير".

✓بالنسبة لقضايا التراث المادي والعادات والتقاليد في منشورات الصفحة الإخبارية "le360" على الفيسبوك.

أما فيما تعلق بصفحة الموقع الإخباري " le360" جاءت"قضايا الصناعات التقليدية" في المرتبة الأولى بنسبة 33،33%، وتجسدت من خلال منشورات تتحدث عن تضرر قطاع الصناعة التقليدية من تبعات جائحة كورونا، ومنشور آخر عبارة عن ريبورتاج عن قطاع الصناعة التقليدية بالصحراء

الغربية، في حين جاءت "الأعياد والاحتفالات الشعبية" ثانيا بنسبة 27،77%، وجاءت في أغلبها عبارة عن أخبار وتغطيات عن الاحتفال بمناسبة يناير، حيث نجد على سبيل المثال خبرا مفاده "أخنوش يهنئ المغاربة بمناسبة السنة الأمازيغية 2971". في حين نجد أن "قضايا الآثار" جاءت ثالثا بنسبة 16،66%، أما قضايا "الموسيقى التقليدية" جاءت رابعا بنسبة 11،12%، في حين جاءت كل من قضايا "العمران التقليدي" و"الطعام التقليدي" أخيرا بنسبة 5،56%، وتجسدت هذه القضايا من خلال منشورات منها على سبيل المثال منشور مرفق بتقرير تحت عنوان "الموسيقى الأندلسية... تراث ازدهر في المغرب" ومنشور آخر يتعلق بالطعام التقليدي تحت عنوان "بالفيديو: اكتشف أشهر الوجبات الخاصة بالاحتفال برأس السنة الأمازيغية" وتجدر الإشارة أنه لم ترد أي منشورات تتحدث عن "الحكايات والأساطير الشعبية" في منشورات الصفحة.

بالنسبة لقضايا التراث المادي والعادات والتقاليد في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "هسبريس" تبين لنا من خلال النتائج أن "الأعياد والاحتفالات الشعبية " قد جاءت في المرتبة الأولى ضمن قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 28،58%، وتجسد هذا من خلال منشورات تغطي بعض الاحتفالات الشعبية مثل تقرير يرصد إحياء تقليد "بوجلود" بالرقص على نغمات "أحواش" وهو احتفال يتم إحيائه عشية عيد الأضحى، كما نجد مواضيع أخرى طقوس الاحتفال برأس السنة الأمازيغية. في حين جاءت قضايا "الصناعات التقليدية" وقضايا "الآثار" ثانيا بنسبة 17،86%، بحيث نجد منشور تحت عنوان "عام ونص والصناع كيعانيو".. صناع دار الدباغ بفاس متضررون من تداعيات كورونا ويتأسفون على حالهم" وهو نفس الأمر بالنسبة لقضايا الآثار حيث نجد تقرير إخباري عن هدم محتمل لجزء من "سور الموحدين" التاريخي.

أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "قضايا الموسيقى التقليدية" بنسبة 14،28%، حيث نجد أحد المنشورات يتناول قصة عرض أول حفلة لفرقة "ناس الغيوان" في التلفزيون المغربي، في حين جاءت المنشورات التي تتناول إحدى القضايا التالية "الطعام تقليدي" و"العمران التقليدي" و"الحكايات الشعبية والأساطير" في المرتبة الأخيرة بنسبة لا تتجاوز 7،14% لكل منها.

-جدول رقم (14) يمثل أهم القضايا التاريخية المتناولة في عينة الدراسة.

القضايا التاريخية	التكرار	%النسب
تاريخ الثورة والمقاومة الشعبية	60	48%
تذكير بجرائم الاستعمار	20	16%
تاريخ قديم	04	03,20%
ذكرى تاريخية	30	24%
تاريخ إسلامي	11	08,80%
المجموع	**125**	**%100**

يمثل الجدول رقم (14) إجمالي التكرارات والنسب المئوية في عموم عينة الدراسة فيما تعلق بالفئة الفرعية "القضايا التاريخية" في صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج التي تحصلنا عليها أن القضايا التاريخية الأساسية الواردة في إجمالي العينة هي، أولا جاءت المنشورات التي تتناول "تاريخ الثورة والمقاومة الشعبية" في المرتبة الأولى بنسبة 48٪، تليها في المرتبة الثانية المنشورات التي تذكر "بذكرى تاريخية" بنسبة 24٪، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت المنشورات التي تتناول "تذكير بجرائم الاستعمار" بنسبة 16٪، أما في المركز الرابع "تاريخ إسلامي" بنسبة 8،80٪، أما في المركز الأخير فقد جاءت "قضايا التاريخ القديم" بنسبة 3،20٪.

في البداية نشير أن أغلب المنشورات التي تناولت القضايا التاريخية وردت بشكل أساسي في صفحتي "أوراس" و"سبق برس" الجزائريتين، حيث ركزت الصفحتين على العديد من القضايا التاريخية وبالخصوص "قضايا تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" وكذا المنشورات التي تناولت "ذكرى تاريخية" أو تلك التي تناولت "تذكير بجرائم الاستعمار" وأغلبها يدور أن الجزائر المعاصرة مرتبطة في وجودها كدولة ومجتمع وكحاضر ومستقبل، مرتبطة بثورة نوفمبر التحريرية؛ فقد تمكنت هذه الثورة إضافة إلى أنها حررت الفرد الجزائري من الاستعمار البشع، تمكنت من خلق شخصية الجزائر الثقافية وإعادة الروح لعناصر الهوية الجزائرية وأبعادها المختلفة، كما تمكنت هذه الثورة أن تنقل الفرد الجزائري من حالة التخلف والجهل وغياب الوعي الحضاري، وأن تجعله يتصالح مع نفسه ومع ماضيه ومع عناصر هويته، باختصار يمكن القول أن الثورة التحريرية الجزائرية هي الحدث المركزي في تاريخ الدولة الجزائرية وتركيز الصحافة الجزائرية على هذا الموضوع يدخل في هذا الإطار، دون أن ننسى دور السياق السياسي في استدعاء هذه القضايا، خصوصا بعد النقاش الذي عرفته الساحة الثقافية بعد

تصريحات مسيئة للثورة الجزائرية أطلقها الرئيس الفرنسي "**إيمانويل ماكرون**" كما شهدت فترة بحثنا هذا أيضا حدث مرتبط بهذه القضايا وهو صدور تقرير المؤرخ "**بنجامين ستورا**" بشأن قضايا الذاكرة المتعلقة بالاستعمار وحرب الجزائر، وهو تقرير ملف بإعداده من طرف الرئيس الفرنسي وقد أثار هذا التقرير ردود فعل من عديد الشخصيات والباحثين في الجزائر من خلال وسائل الإعلام المختلفة ومنها صفحتي "أوراس" و"سبق برس".

أما بالنسبة لصفحتي "le360" و "هسبريس" ومن خلالها الصفحات الإعلامية المغربية فنلاحظ بشكل عام أن "قضايا التاريخ" لا تشكل أولوية في الصحافة المغربية وهذا ما ينعكس من خلال قلة المنشورات التي تتناول هذه القضايا. إذن وعلى العكس من ما هو الحال في الجزائر التي تنال القضايا التاريخية فيها حيز كبير من اهتمام وسائل الإعلام، لا نجد هذا الأمر في المغرب، والسبب يعود في نظرنا إلى مجموعة عوامل أهمها؛ أن التاريخ لا يشكل عنصر أساسي في البناء السياسي للدولة المغربية وهو ما ينعكس على عمل وسائل الإعلام، حيث تغيب قضايا التاريخ المرتبطة بالحركة الوطنية المغربية، أو تلك المتعلقة بجيش التحرير المغربي، كما يتم تغييب قضايا أخرى متعلقة برموز تاريخية مثل "محمد بن عبد الكريم الخطابي" قائد ثورة الريف ضد الاحتلال الاستعمارين الإسباني والفرنسي، وتغييب هذه القضايا راجع في نظرنا إلى أن هذه الحركات التي ظهرت عبر تاريخ المغرب كانت في صدام مع النظام الملكي الذي يسعى دائما إلى أن يظهر كأنه الفاعل الوحيد في تاريخ المغرب.

-جدول تفصيلي رقم (15) يمثل أهم القضايا التاريخية المتناولة في صفحات الدراسة.

القضايا التاريخية	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
تاريخ الثورة والمقاومة الشعبية	41	50,62%	13	48,14%	04	44,44%	02	25%
تذكير بجرائم الاستعمار	13	16,05%	07	25,93%	/	/	/	/
تاريخ قديم	01	01,23%	/	/	02	22,22%	01	12,50%
ذكرى تاريخية	19	23,46%	07	25,93%	/	/	04	50%
تاريخ إسلامي	07	08,64%	/	/	03	33,34%	01	12,50%
المجموع	**81**	**%100**	**27**	**%100**	**09**	**%100**	**08**	**%100**

يمثل الجدول التفصيلي رقم (15) التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بفئة "القضايا التاريخية" في كل صفحة من صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن هناك تباين بين النتائج المتحصل عليها في الصفحات، حيث جاءت المنشورات التي تناولت "تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" أولا في صفحات "أوراس" و"سبق برس" و"le360" أما بالنسبة لصفحة "هسبريس" فقد جاءت المنشورات التي تتناول "ذكرى تاريخية" في المرتبة الأولى، مع ملاحظة أن هناك تفاوت كبير في الاهتمام بالقضايا التاريخية بين الصفحتين الجزائريتين " أوراس" و"سبق برس" والصفحتين المغربيتين "le360" و"هسبريس" وهو ما يتضح من خلال تكرارات المنشورات التي تناولت إحدى المسائل التاريخية المبينة.

✓بالنسبة للقضايا التاريخية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية " أوراس" جاءت قضايا "تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" في المرتبة الأولى ضمن القضايا التاريخية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 50،62%، وتجسدت في مجموعة كبيرة من المنشورات التي تستذكر أحداث وقضايا متعلقة بالثورة التحريرية والمقاومات الشعبية التي عرفتها الجزائر طوال فترة الاحتلال الفرنسي، ومن الأمثلة على هذا الريبورتاج عن سيرة البطل "زيان عاشور" ومنشور آخر عن تصريحات نجل "العقيد عميروش" عن الأمير عبد

القادر والذي اتهمه بالتعاون مع جنرالات فرنسا، ويرصد التقرير كيف تفاعل الجزائريون مع هذه التصريحات؟

في حين جاءت "ذكرى تاريخية " ثانيا بنسبة 23،46%، وتتمثل في الأساس في فيديوهات تعريفية بشخصيات وأحداث تاريخية نذكر منها على سبيل المثال، فيديو عن "فرانز فانون" الطبيب والصحفي الذي آمن باستقلال الجزائر ووهب حياته للجزائر وللثورة الجزائرية، إضافة إلى منشورات أخرى عن أحداث تاريخية مثل ذكرى بيعة "عبد القادر بن محي الدين" أميراً وقائدا للجهاد ضد الاحتلال الفرنسي في 27 نوفمبر 1832. ويتم تقديم هذه المواضيع في شكل فيديوهات قصيرة تفاعلية، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت المنشورات التي تناولت "تذكير بجرائم الإستعمار" بنسبة 16،05%، وتجسد هذا المؤشر من خلال منشورات عديدة نذكر منها تصريح "عبد المجيد شيخي" مستشار رئيس الجمهورية لشؤون الذاكرة والذي قال "نعم.. فرنسا الاستعمارية صنعت السكر والصابون من عظام الجزائريين!" وهو تصريح خلق نقاش واسع لأنه أعاد التذكير بجرائم فرنسا الاستعمارية في الجزائر، وفي نفس الإطار يدخل منشور يتناول بيان منظمة المجاهدين التي اتهمت المؤرخ الفرنسي "بنجامين ستورا" بتجاهل جرائم الاستعمار بعد التقرير الذي أعده بطلب من الرئاسة الفرنسية عن الفترة الاستعمارية في الجزائر.

في حين جاءت المنشورات التي تتناول قضايا "التاريخ الإسلامي" في المرتبة الرابعة بنسبة 8،64%، وتمثلت في بعض المنشورات التي تتناول بعض الشخصيات الإسلامية مثل "طارق ابن زياد" أو شخصيات من العهد العثماني مثل "مراد رايس" القائد العسكري الذي سميت باسمه إحدى أكبر بلديات الجزائر العاصمة. وأخيرا منشورات تناولت مسائل "التاريخ القديم" بنسبة 1،23%.

✓بالنسبة للقضايا التاريخية في منشورات الصفحة الإخبارية "سبق برس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الموقع الإخباري " سبق برس" جاءت المنشورات التي تناولت قضايا "تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" في المرتبة الأولى ضمن القضايا التاريخية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 48،14%، و يتجسد هذا من خلال مجموعة من المنشورات نذكر منها مقابلة على المباشر مع المجاهد والمؤرخ "محمد الصغير بلعلام" للحديث عن بعض القضايا التاريخية بمناسبة

ذكرى مظاهرات 11 ديسمبر، كما جاءت عدة منشورات تعريفية بشخصيات تاريخية مثل "سي محند أولحاج" قائد الولاية التاريخية الثالثة في الثورة التحريرية.

في حين جاءت كل من "تذكير بجرائم الاستعمار" و"ذكرى تاريخية " ثانيا بنسبة 25،93% لكل منهما، وتمثلت بالأساس في أخبار نذكر منها تصريح لوزير المجاهدين الذي قال أنه لا يمكن التراجع عن مطلب اعتراف فرنسا بجرائمها، وخبر آخر للسيد "عبد المجيد شيخي" مستشار رئيس الجمهورية المكلف بالذاكرة، والذي اتهم المدرسة الفرنسية أنها عملت على تحوير وطمس كل ما يتعلق بالجزائر وهويتها، كما دعى المؤرخين الجزائريين إلى بدل جهود للكشف عن هذه الحقائق. أما بالنسبة لمؤشر ذكرى تاريخية فنجد على سبيل المثال فيديو عن مسيرة الشهيد البطل "مصطفى بن بولعيد" في ذكرى استشهاده. في حين لم ترد أي منشورات تتناول قضايا "التاريخ الإسلامي" أو إحدى مسائل "التاريخ القديم" وهذا راجع في نظرنا إلى طبيعة الصفحة الإخبارية والتي تهتم بالأحداث الجارية، وتناولها للقضايا التاريخية التي ذكرنها جاء في علاقة بما لا تزال تخلفها هذه القضايا إلى يومنا هذا.

✓بالنسبة للقضايا التاريخية في منشورات الصفحة الإخبارية "le360" على الفيسبوك.

أما فيما تعلق بصفحة الموقع الإخباري " le360" جاءت المنشورات التي تناولت قضايا "تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" في المرتبة الأولى ضمن القضايا التاريخية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 44،44%، ومن المهم أن نذكر أنه إضافة إلى المنشورات التي تكلمت عن بعض القضايا المتعلقة بتاريخ الحركة الوطنية المغربية، نجد منشور آخر يطعن في تاريخ الجزائر، وهو ترجمة لمقال كتبه صحفي فرنسي يتهم الثورة الجزائرية أنها قد "ورثت ما سرقته القوة الاستعمارية من أراضي المغرب" وهو ما يؤكد ما ذهبنا إليه سابقا حول الاستغلال السياسي لقضايا الهوية ومنها القضايا التاريخية في الصراعات السياسية.

في حين جاءت كل من قضايا " التاريخ الإسلامي" ثانيا بنسبة 33،34%، وتجسد في عدد قليل من المنشورات منها تغطية لندوة "حول موضوع بدايات الدولة العلوية بالمغرب الأقصى" ثم جاءت قضايا "التاريخ القديم" أخيرا بنسبة 22،22%، وتمثلت في منشور حول اكتشاف واحد من أقدم النقوش

الصخرية بشمال إفريقيا تعود للعصر الحجري في المغرب، والتي تبين أن منطقة شمال إفريقيا من أوائل المناطق التي سكنها الإنسان وعرفت حضارات عديدة.

بالنسبة للقضايا التاريخية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "هسبريس" تبين لنا من خلال النتائج أن المنشورات التي تناولت "ذكرى تاريخية" جاءت في المرتبة الأولى ضمن القضايا التاريخية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 50%، وتجسد هذا من خلال منشورات نذكر منها منشور تحت عنوان "المغرب يخلد الذكرى 67 لليوم الوطني للمقاومة" وهي مناسبة تخلد تضحيات جيش التحرير المغربي، كما نجد مقال حول المقاوم المغربي "محمد الزرقطوني" واحد من أشهر مناضلي الحركة الوطنية في المغرب.

في حين جاءت قضايا "تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" ثانيا بنسبة 25%، و تمثلت في بعض المواضيع التي تخص تاريخ المقاومة ضد الاحتلال الفرنسي والإسباني في المغرب. في حين جاءت المنشورات التي تتناول قضايا "التاريخ الإسلامي" والمنشورات التي تناولت مسائل "التاريخ القديم" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 12،50% لكل منهما. نذكر منها مقال حول ذكرى عاشوراء تحت عنوان "ركضة طويريج ولون الدماء.. ملايين الشيعة يحيون يوم عاشوراء في كربلاء" إضافة إلى موضوع آخر أثار الكثير من النقاش عن شخصية "**طارق بن زياد**" والجدل الذي حدث في مواقع التواصل الاجتماعي حول إذا كان مغربي أم جزائري؟ كما نجد منشور عن "الملك شيشنق" الفرعون الأمازيغي الذي حكم مصر لأزيد من عقدين كما تقول الأسطورة.

بالنسبة لإسقاط أفكار نظرية "الأطر الإعلامية" على النتائج المسجلة في الجدول أعلاه، نشير أن تناول صفحتي "سبق برس" و"أوراس" للقضايا التاريخية وبالضبط قضايا تاريخ الثورة والمقاومة الشعبية، التي جاءت في المرتبة الأولى في الصفحتين، تأتي في سياق سياسي معين هو "الخلافات الفرنسية الجزائرية"، وهو الأمر الذي يذكرنا بالفرضية التي تقترحها نظرية التأطير أن وضع الرسائل الإعلامية في إطار معين يختلف يكسبها بريقا[1]. حيث تم وضع الخلافات الفرنسية الجزائرية في إطار

[1] منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص347.

تاريخي من خلال التذكير بالثورة الجزائرية وكذا التذكير بجرائم الاستعمار، وهو الأمر الذي أكسب الموضوع بريقا من خلال إثارة عواطف المتابعين وتذكيرهم بما خلفه الاستعمار الفرنسي من جرائم.

أما الفرضية التي وضعها الباحث (جوفمان Goffman) لنظرية التأطير و هي أن تنظيم رسائل وسائل الإعلام تؤثر في أفكار وردود أفعال الجمهور، والتأطير بصفة عامة يعني تنظيم وتصنيف المعلومات....فالتأطير وفقا لرؤية وتعريف هذا الباحث، يفترض أن احتواء المواد الإعلامية على تلميحات اجتماعية من شأنه مساعدة جمهور وسائل الإعلام على تفسير الأحداث[1]. تفسر هذه الفرضية استغلال الصفحتين المذكورتين للخلفية التاريخية والذاكرة الاجتماعية من خلال المحتوى المقدم.

-جدول رقم (16) يمثل اتجاه منشورات عينة الدراسة نحو قضايا الهوية الثقافية.

الاتجاه	التكرار	%النسب
اتجاه ايجابي مطلق	150	40,87%
اتجاه ايجابي نسبي	54	14,71%
اتجاه سلبي مطلق	32	08,72%
اتجاه سلبي نسبي	51	13,90%
اتجاه صفري	80	21,80%
المجموع	**367**	**%100**

يبين الجدول رقم (16) إجمالي التكرارات والنسب المتعلقة بفئة اتجاه منشورات عينة الدراسة نحو قضايا الهوية الثقافية في مختلف المضامين والمنشورات المقدمة في صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن "الاتجاه إيجابي مطلق" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 87،40٪، يليه في المرتبة الثانية فئة "الاتجاه الصفري" ثانيا بنسبة 80،21٪، ثم "اتجاه إيجابي نسبي" ثالثا بنسبة 14،71٪، يليها في المركز الرابع "اتجاه سلبي نسبي" بنسبة 90،13٪، و أخيرا "الاتجاه السلبي المطلق" بنسبة 72،8٪.

[1] المرجع السابق، ص332.

إذا ما حاولنا التعليق على أهم النتائج، يمكننا القول أن أهمية هذه الفئة تتمثل أساسا في أنها تكشف لنا عن اتجاه القائمين بالاتصال على مستوى هذه الصفحات نحو قضايا الهوية الثقافية، وكما تبين النتائج جاء "الاتجاه إيجابي المطلق" هو الاتجاه الغالب على بقية الاتجاهات ونعني من خلال هذا الاتجاه أن الموضوع قد أخذ منحى إيجابي خالص دون وجود وجهات نظر أخرى، و يرجع السبب وراء كون هذا الاتجاه هو الغالب في نظرنا، إلى ارتباط الكثير من هذه المنشورات بسياق سياسي معين يتمثل في "التطبيع مع الكيان الصهيوني" بالنسبة الصفحتين المغربيتين، و"الإشكالات مع فرنسا بخصوص مسألة الذاكرة" بالنسبة للصفحتين الجزائريتين، وهذا الارتباط يجعل هذه المؤسسات الإعلامية تتخندق في صف وجهة النظر الرسمية دون إفساح مجال للآراء الأخرى التي لا أتفق مع هذا الرأي. إضافة إلى هذا يمكن أن نضيف إلى أن طبيعة قضايا الهوية الثقافية التي ترتبط بالجانب القيمي والنفسي للإنسان، وتشكل كينونته وماهيته وتبرز عناصر اختلاف عن الآخرين، تجعل من هذا الموضوع ذو حساسية أثناء تناوله في وسائل الإعلام، حيث يتم التعامل معه بحذر خشية الوقوع في صدام مع المجتمع، حتى لو كان الأمر يتعلق بنقد بعض السلوكيات والمظاهر المرتبطة بالموضوع.

أما بالنسبة للاتجاه الصفري والذي جاء في المرتبة الثانية، والذي نقصد به أن تناول الموضوع لا يظهر فيه أي جانب من الجوانب الإيجابية أو السلبية، أي أن القائم بالاتصال لا يرغب في اتخاذ جانب أو اتجاه من الموضوع المطروح، فتفسيرنا لهذه النسبة المرتفعة هو أن القائمين على صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية في الكثير من المنشورات، خصوصا تلك المتعلقة بأحد المواضيع التي تثير خلافا خاصة القضايا اللغوية، مثل قضايا اللغة الأمازيغية أو قضايا التعريب، والتي دائما ما تخلق نوع من الصراع الأيديولوجي ولهذا تلجأ هذه الصفحات إلى نقل المواضيع المتعلقة بهذه القضايا دون محاولة إبراز الجوانب الإيجابية أو السلبية. كما أن الطبيعية الإخبارية لصفحتي "سبق برس" و "le360" تقيد عملية معالجة هاتين الصفحتين لمواضيع الهوية الثقافية، حيث أن طبيعة الخبر الصحفي خصوصا إذا كان في شكله الأولي، هو وصف لواقعة أو حدث معين دون إبداء الرأي اتجاهها، وهذا العامل يفسر أيضا ارتفاع نسبة المواضيع ذات الاتجاه الصفري. أما بالنسبة "للاتجاه الإيجابي النسبي" والذي نقصد به أنه على الرغم من وجود وجهتي نظر في طرح الموضوع، إلا أن الاتجاه الإيجابي بارز أكثر من الاتجاه السلبي، ويمكن أن نفسر هذا الأمر بنفس التفسير الذي قدمناه لمؤشر "الاتجاه الإيجابي المطلق" حيث غلب على تناول الصفحات المذكورة لقضايا الهوية الثقافية الطابع الإيجابي بشكل عام.

بالنسبة لإسقاط فرضيات النظرية المستخدمة في الدراسة "نظرية التأطير الإعلامي" على نتائج فئة "الاتجاه" يشير (إنتمانintman) في تعريفه للأطر أن مداخل الرسالة الإعلامية تؤدي إلى بروز بعض المعلومات التي ينتقيها القائم بالاتصال ويستبعد البعض الآخر، وأن تلقي الجمهور لهذه المداخل أو الأطر يؤثر في رؤيته للمشكلات والحلول اللازمة لها[1]. وهو ما يتحقق من خلال محاولة مختلف الصفحات المعنية بالدراسة إظهار الجانب الإيجابي سواء "الاتجاه الايجابي المطلق" أو "الاتجاه الايجابي النسبي" لمواضيع الهوية الثقافية في الجزائر والمغرب، حيث ركز القائمون على الصفحات على الجوانب الإيجابية في القضايا المطروحة و بنسبة كبيرة.

كذلك أكد « إنتمان Entman » أن الإطار هو اختيار بعض الجوانب من الواقع دون غيرها بروزا في النص الإعلامي وإتباع أسلوب أو مسار معين يتم من خلاله تحديد المشكلة أو القضية وتفسير أسباب حدوثها وكذلك التقييم الأخلاقي لأبعادها وجوانبها المختلفة فضلا عن طرح حلول وتوصيات بشأنها[2].

[1] منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص346.

[2] تامي نصيرة، التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية، مجلة معارف، المجلد17، العدد01، 2022، ص893.

-جدول رقم (17) يمثل اتجاه منشورات صفحات الدراسة نحو قضايا الهوية الثقافية.

الاتجاه	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
اتجاه ايجابي مطلق	60	40,27%	20	34,48%	32	66,67%	38	33,93%
اتجاه ايجابي نسبي	20	13,42%	14	24,14%	02	04,16%	18	16,07%
اتجاه سلبي مطلق	13	08,72%	04	06,90%	05	10,42%	10	08,93%
اتجاه سلبي نسبي	15	10,07%	08	13,79%	01	02,08%	27	24,11%
اتجاه صفري	41	27,52%	12	20,69%	08	16,67%	19	16,96%
المجموع	**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي أعلاه والذي يحمل الرقم (17) نسب وتكرارات فئة "اتجاه منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا نحو قضايا الهوية الثقافية، وهي نسب متطابقة إلى حد كبير بين كل الصفحات، حيث سجلنا أن "الاتجاه إيجابي مطلق" جاء بالدرجة الأولى في كل الصفحات مع اختلاف بسيط في النسب المئوية.

✓بالنسبة لاتجاه منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أنه بالنسبة لاتجاه منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "أوراس" جاء "الاتجاه الإيجابي المطلق" بالدرجة الأولى بنسبة 27،40%، حيث سجلنا أن الكثير من المنشورات هي ذات منحى إيجابي خالص دون وجود وجهات نظر أخرى، ومن الأمثلة على هذا النوع من المواضيع نجد بعض المنشورات التي تتناول حياة بعض رموز الثورة التحريرية، نجد فيديو عن سيرة البطل زيان عاشور، ومنشور آخر عن الموقع الأثري تيمقاد أكبر مدينة شيدها الرومان في إفريقيا والتحفة المعمارية التي يتهافت عليها عشاق الحضارة والجمال، كما يصفها المنشور، إضافة لمواضيع أخرى مثل ريبورتاج عن "فرانز فانون" الطبيب والصحفي الذي آمن باستقلال الجزائر وشارك في الثورة التحريرية. ثم جاءت فئة "الاتجاه الصفري" ثانيا فيما تعلق بالجمهور المستهدف بنسبة 52،27%، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات، موضوع تحت عنوان "اليونسكو تنظر في تصنيف "الكسكسى" و"الراي" في قائمة التراث العالمي" ومنشور آخر تحت عنوان "جثمان أسقف الجزائر السابق "**هنري تيسيي**" يصل مطار

"هواري بومدين" والشيء المشترك بين هذه المواضيع أنه لا يظهر فيها أي جانب من الجوانب الإيجابية أو السلبية، بل تكتفي بوصف أو نقل الحدث دون إبداء أي نوع من التعليق.

في حين جاء "الاتجاه الإيجابي النسبي" ثالثا بنسبة 42،13%، و تمثل هذا الاتجاه من خلال منشورات عديدة نذكر منها، تصريح لوزير التربية الوطنية الذي أكد حرص الدولة على توفير كل الإمكانات للراغبين في تعلم الأمازيغية، حيث نجد في تفاصيل الموضوع ثناء على جهود الدولة في تعليم وتطوير اللغة الامازيغية، دون إغفال بعض الجوانب السلبية. نجد أيضا موضوع عن اتفاقيات أيفيان، التي صنعت استقلال الجزائر من الاستعمار الفرنسي إلا أنها لم تخلو من البنود المحرجة. أما في المرتبة الرابعة فقد جاء "اتجاه سلبي نسبي" بنسبة 07،10%، وفي المرتبة الأخيرة فئة "اتجاه سلبي مطلق" بنسبة 72،8%.

✓بالنسبة لاتجاه منشورات صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

بالنسبة لاتجاه منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "سبق برس" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن "الاتجاه الإيجابي المطلق" بالدرجة الأولى بنسبة 48،34%، حيث سجلنا أن الكثير من المنشورات ذات الاتجاه الإيجابي المطلق مثل منشور عبارة عن فيديو تحت عنوان "صيني يعتنق الإسلام وينطق الشهادتين بمسجد في ولاية المغير" ومنشور آخر تحت عنوان "معلم تذكاري لقائد الولاية التاريخية الثالثة "**سي محند أولحاج**" والشيء المشترك بين هذه المواضيع أنها تناولت قضايا الهوية التي طرحتها في منحى إيجابي خالص. ثم جاءت فئة "الاتجاه الإيجابي النسبي" ثانيا فيما تعلق بفئة الاتجاه بنسبة 14،24%، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات تصريح لوزير الشؤون الدينية "**يوسف بلمهدي**" لوزير الداخلية الفرنسي: الإسلام دين المحبة، حيث جاء في الموضوع إضافة لتفصيل وشرح لكلام الوزير، مع إيراد انتقادات حول التصريحات الفرنسية المسيئة للإسلام.

في حين جاء "الاتجاه الصفري" ثالثا بنسبة 69،20%، وهي عبارة عن منشورات لا تتضمن أي موقف من القائم بالاتصال نذكر منها، تصريح لوزير الشؤون الدينية يدعو الأئمة المنتدبين في فرنسا لاحترام قوانين البلد المضيف، إضافة لمنشور ثاني عن تنظيم مهرجان دولي لطبق الكسكسي في الجزائر. أما في المرتبة الرابعة فقد جاء "اتجاه سلبي نسبي" بنسبة 79،13%، وتمثل هذا الاتجاه في

منشورات تتكلم عن موضوعات مثل تصريح لأحد المؤرخين، والذي انتقد شرط عدم المساس بالأمن القومي الفرنسي، والذي تم إقراره في عملية التعامل مع الأرشيف المتعلق بالفترة الاستعمارية، رغم الإشادة بإتاحة الأرشيف الباحثين. في حين كانت المرتبة الأخيرة لفئة "اتجاه سلبي مطلق" بنسبة 90،6%.

✓بالنسبة لاتجاه منشورات صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

أما فيما تعلق لاتجاه منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "le360" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن "الاتجاه الإيجابي المطلق" بالدرجة الأولى بنسبة 67،66%، حيث توصلنا إلى أن الكثير من المنشورات أخذت منحى إيجابي خالص دون إيراد وجهات نظر أخرى، نذكر على سبيل المثال منشور عبارة عن حوار مع حاخام مدينة فاس الذي تحدث عن علاقة اليهود المغاربة بملوك المغرب، كما نجد منشورات أخرى تدخل في نفس السياق الذي يتبنى وجهة نظر واحدة وتغيب فيه وجهات نظر أخرى، مثل منشور يتحدث عن إدماج برنامج للتعريف بالثقافة اليهودية في مناهج التعليم بالمراحل الأساسية بالمغرب، حيث أسهبت الصفحة في دعم هذه الخطوة والثناء عليها. ثم جاءت فئة "الاتجاه الصفري" ثانيا بنسبة 67،16%، و من الأمثلة على هذا النوع من المنشورات، ريبورتاج تحت عنوان "إقبال لافت للمغاربة على شراء "الفاكية" بمناسبة عاشوراء" ومنشور آخر تحت عنوان "الملتقى العالمي للتصوف.. محج محبي المديح والسماع الصوفي" حيث لا يظهر في أي منشور من هذه المنشورات، أي جانب من الجوانب الإيجابية أو السلبية.

في حين جاء "الاتجاه السلبي المطلق" ثالثا بنسبة 42،10%، ومن الأمثلة على هذا الاتجاه منشور يتحدث عن ما أثاره إعلان عرض منزل مؤسس علم الاجتماع "**عبد الرحمن ابن خلدون**" بمدينة فاس للبيع من طرف العائلة المالكة له، وهو موضوع أثار ضجة كبرى على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم انتقاد عدم تدخل الجهات المختصة من أجل اقتناء المنزل المذكور وتحويله إلى متحف. إضافة إلى هذا الموضوع نجد منشورات أخرى في نفس الاتجاه مثل منشور عن تضرر قطاع الصناعة التقليدية في المغرب نتيجة جائحة كورونا. أما في المرتبة الرابعة فقد جاء "الاتجاه الإيجابي النسبي" بنسبة 16،4%، وفي المرتبة الأخيرة فئة "اتجاه سلبي نسبي" بنسبة 08،2%. والملاحظ بشكل عام أن هناك تطابق إلى حد كبير بين النتائج المتحصل عليها فيما تعلق بالاتجاه في كل من صفحتي "سبق

برس" و"le360" ويمكننا ارجاع هذا الأمر في تقديرنا إلى الطبيعة الإخبارية للصفحتين وهو ما يفسر النتائج المتحصل عليها.

✓بالنسبة لاتجاه منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أنه بالنسبة لاتجاه منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "هسبريس" وكما في باقي صفحات الدراسة جاء "الاتجاه الإيجابي المطلق" بالدرجة الأولى بنسبة 93،33%، حيث سجلنا أن النسبة الأكبر من المنشورات جاءت ذات اتجاه إيجابي خالص دون إيراد وجهات نظر أخرى، ومن الأمثلة على هذا الاتجاه منشور عن تصريح وزير التربية الوطنية والتعليم العالي المغربي "**سعيد أمزازي**" الذي تحدث عن سياق إدراج التعبيرات الثقافية للرافد اليهودي وتاريخ اليهود المغاربة، ضمن البرامج الدراسية، وأكد أن هذا التوجه يأتي للتأكيد على انخراط المدرسة المغربية في تثبيت الهوية الوطنية المغربية، والملاحظ في سياق هذا المنشور أنه يتوجه في اتجاه إيجابي مطلق دون إيراد وجهات نظر أخرى رافضة لهذا التوجه. إضافة لهذا المنشور نذكر أمثلة أخرى مثل منشور يتحدث عن استعداد المغرب لاستقبال مئات الآلاف من السياح اليهود بعد إعادة العلاقات بين المغرب وإسرائيل، والملاحظ بشكل عام أن تبني الصفحة لهذا الاتجاه في الكثير من منشوراتها، يرجع لارتباط بعض هذه القضايا بتوجهات سياسية للدولة المغربية مثل مسألة الأقلية اليهودية في المغرب وارتباطها بمسألة التطبيع. ثم جاءت فئة "الاتجاه السلبي النسبي" ثانيا فيما تعلق بالجمهور المستهدف بنسبة 11،24%، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات، تقرير إخباري عن سحب الكتب المستعملة في تدريس الأمازيغية لإعادة تعديلها، وهو ما أثار خوف مسئولين بالمعهد الملكي للثقافة الأمازيغية من تراجع في سياق إدراج اللغة الامازيغية، في العملية التعليمية ممكن بعد كل المجهودات التي بدلتها الدولة في السنوات الماضية.

في حين جاء "الاتجاه الصفري" ثالثا بنسبة 96،16%، ويتمثل هذا الاتجاه من خلال بعض المنشورات التي تغيب عنها وجهات نظر مؤيدة أو معارضة، مثل ريبورتاج عن افتتاح الملتقى الدولي للتصوف الذي تنظمه الزاوية البودشيشية تحت شعار التصوف والقيم الإنسانية من المحلية إلى الكونية، إضافة لمنشور آخر عن تخليد المغرب للذكرى 67 لليوم الوطني للمقاومة. أما في المرتبة الرابعة فقد جاء "الاتجاه الإيجابي النسبي" بنسبة 07،16%، ويتمثل هذا الاتجاه في منشورات مثل الحوار مع الناشط الامازيغي "**محي الدين حجاج**" الذي تكلم عن مجموعة قضايا متعلقة بالأمازيغية في المغرب،

حيث أشاد بالجهودات المبذولة، دون أن يخفي انزعاجه من التأخر في إنجاز خطوات أخرى وعدت الدولة بها. أما في المرتبة الأخيرة فئة "اتجاه سلبي مطلق" بنسبة 8،93%.

-جدول رقم (18) يمثل أهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة.

أهداف	التكرار	%النسب
طرح مسائل الهوية للنقاش	47	12,81%
الدعوة لفكرة معينة	40	10,90%
التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية	93	25,34%
هدف إخباري	78	21,25%
دعاية سياسية	62	16,89%
نشر الوعي بمسائل الهوية	23	06,27%
تحليل ونقد	20	05,45%
أخرى	04	01,09%
المجموع	**367**	**%100**

يعكس الجدول رقم (18) إجمالي التكرارات والنسب المتعلقة بفئة أهداف مضامين الهوية الثقافية في مختلف المنشورات المقدمة في الصفحات محل الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة، تهدف بالدرجة الأولى "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" كهدف لمنشوراتها، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 25،34٪، يليها في المرتبة الثانية "الهدف إخباري" بنسبة 21،25٪، ثم "الدعاية السياسية" ثالثا بنسبة 16،89٪، تليها في المركز الرابع من حيث الأهداف "طرح مسائل الهوية للنقاش" بنسبة 12،81%، يأتي بعدها في المركز الخامس "الدعوة لفكرة معينة" بنسبة 10،90٪، ثم "نشر الوعي بمسائل الهوية الثقافية" بنسبة 6،27٪ في الترتيب السادس، ثم جاء"تحليل ونقد" في المرتبة السابعة، وأخيرا مؤشرات "أخرى" بنسبة لا تتجاوز 1،09٪.

من خلال النتائج المتحصل عليها في إجمالي العينة، يمكن أن نقول أنه فيما تعلق بأهداف صفحات المؤسسات الإعلامية من المنشورات التي تناولت إحدى قضايا الهوية الثقافية، جاء "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" في صدارة الأهداف، حيث سعت الصفحات المذكورة من خلال مجموعة

من المنشورات إلى التعريف ببعض عناصر الهوية الثقافية، وترجم هذا من خلال منشورات وفيديوهات تعريفية بشخصيات وأحداث تاريخية وعادات مرتبطة بإحدى القضايا التي ذكرناها "لغوية، دينية، تاريخية، قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد" حيث اتضح لنا من خلال بعض المنشورات سعي هذه الصفحات إلى التعريف ببعض عناصر الهوية الثقافية.

أما بالنسبة "للهدف الإخباري" الذي جاء في المرتبة الثانية وهو هدف واضح في الكثير من المنشورات، خصوصا إذا عرفنا أن الوظيفة الإخبارية هي إحدى الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، كما أن الطبيعة الإخبارية لصفحتين من صفحات الدراسة "سبق برس و le360" ساهمت أكثر في ارتفاع نسبة الهدف الإخباري، حيث نجد أن الكثير من المنشورات ليس لها هدف سوى توصيل خبر معين للمتلقي. في حين جاء هدف "الدعاية السياسية" ثالثا، ويمكن اعتبار هذا الهدف خفي أكثر منه ظاهر في منشورات الصفحات المذكورة، حيث نستشف هذا الهدف من خلال سياق بعض المنشورات التي تستغل قضايا الهوية الثقافية، وبالأخص قضايا الأقليات في الدعاية لتوجهات سياسية معينة، ونشير هنا إلى ارتباط هذا الهدف بمواضيع معينة دون غيرها، إضافة إلى تقاطعها مع أهداف أخرى. أما فيما تعلق بهدف "طرح مسائل الهوية للنقاش" الذي جاء رابعا، والذي تكرر في العديد من المرات من خلال منشورات تطرح بعض القضايا للنقاش، من خلال فيديوهات تفاعلية تنتهي غالبا بتساؤل يشجع المتابعين على المشاركة بآرائهم من خلال خاصية التعليق على المنشور، في حين جاء هدف "الدعوة لفكرة معينة" خامسا ونشير هنا إلى أن هذا الهدف يتقاطع بشكل كبير مع هدف آخر ذكرناه سابقا وهو "الدعاية السياسية"، إضافة إلى هذه الأهداف التي ذكرناها، نجد أيضا أهداف أخرى مثل "نشر الوعي بمسائل الهوية" و"تحليل ونقد" إضافة لأهداف "أخرى"، والملاحظ أن المنشورات التي وردت في إطار هذه الأهداف قليلة نوعا ما مقارنة بأهمية هذه الأهداف.

-جدول رقم (19) يمثل أهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات صفحات الدراسة.

أهداف	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
طرح مسائل الهوية للنقاش	19	12,75%	09	15,52%	04	08,33%	15	13,39%
الدعوة لفكرة معينة	20	13,43%	06	10,34%	02	04,17%	12	10,71%
التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية	52	34,90%	12	20,69%	10	20,83%	19	16,96%
هدف إخباري	28	18,79%	20	34,48%	08	16,67%	22	19,64%
دعاية سياسية	10	06,71%	05	08,62%	20	41,67%	27	24,11%
نشر الوعي بمسائل الهوية	12	08,05%	02	03,45%	03	06,25%	06	05,36%
تحليل ونقد	07	04,70%	03	05,17%	01	02,08%	09	08,04%
أخرى	01	0,67%	01	01,73%	/	/	02	01,79%
المجموع	**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي رقم (19) نسب وتكرارات فئة أهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متباينة إلى حد كبير بين كل الصفحات، حيث سجلنا أن "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" جاء أولا في صفحة "أوراس"، في حين نجد أن صفحة "سبق برس" جاء "الهدف الإخباري" في صدارة أهداف المنشورات. أما صفحتي "le360" و"هسبريس" فقد جاءت " الدعاية السياسية" في المرتبة الأولى ضمن أهداف منشوراتهم.

✓بالنسبة لأهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

بالنسبة لأهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "أوراس" جاء "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" بالدرجة الأولى بنسبة 34،90%، حيث لاحظنا أن الكثير من المنشورات هدفت إلى التعريف بأحد عناصر الهوية أو أحد المعالم، ومن الأمثلة على هذا

منشور تعريفي عن الموقع الأثري تيمقاد أكبر مدينة شيدها الرومان في إفريقيا، إضافة إلى مواضيع أخرى تعريفية بشخصيات تاريخية مثل بوتريه عن "**مراد رايس**" أحد أشهر القادة العسكريين في الجزائر في العهد العثماني، وبورتريه آخر عن فريق جبهة التحرير الوطني الذي كان علامة فارقة في مسيرة نضال اللاعبين الثوار الجزائريين، ثم جاء "الهدف الإخباري" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة 18،79%، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات، نجد خبر عن تهنئة الوزير الأول "**عبد العزيز جراد**" للجزائريين بمناسبة حلول السنة الأمازيغية الجديدة، ومنشور آخر عن ذكرى اندلاع ثورة الفاتح من نوفمبر، في حين جاءت "الدعوة لفكرة معينة" ثالثا بنسبة 13،43%، ويتجسد هذا الهدف من خلال مجموعة المنشورات التي تتبنى اتجاه وفكرة معينة، مثل المقال الذي يدافع عن مشروع مسجد الجزائر الأعظم والذي جاء تحت عنوان "لماذا يعتبر الجزائريون جامع الجزائر رمزا؟ هل هو رد على جماعة "بناء المستشفيات".

أما في المرتبة الرابعة فقد جاء "طرح مسائل الهوية للنقاش" بنسبة 12،75%، والمقصود بهذا المؤشر أن الهدف من طرح وسائل الإعلام لقضايا الهوية، هو خلق تفاعل من خلال تعليقات وآراء المتابعين، ومن الأمثلة على هذا منشور يطرح إشكالات تاريخية متعلقة بفترة "**الأمير عبد القادر الجزائري**"، وهي إشكالات أثارها نجل "**العقيد عميروش**" الذي اتهمه بالتعاون مع جنرالات فرنسا.. حيث فتح المنشور باب التفاعل أمام المتابعين مع هذه التصريحات؟ ثم جاء مؤشر "نشر الوعي بمسائل الهوية" خامسا بنسبة 8،05%، وتتمثل في منشورات حاول من خلالها القائمون على الصفحة للتحسيس ببعض المسائل المرتبطة بقضايا الهوية، ثم يأتي مؤشر"دعاية سياسية" سادسا بنسبة 6،71%، في حين جاء هدف "تحليل ونقد" سابعا بنسبة 4،70%، أما المرتبة الأخيرة فقد جاء مؤشر أهداف "أخرى" بنسبة 0،67%.

✓بالنسبة لأهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

بالنسبة لأهداف منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "سبق برس" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن "الهدف الإخباري" جاء أولا بنسبة 34،48%، وهو ما يمكن تفسيره بكون الصفحة هي بالأساس صفحة إخبارية، تهدف إلى نقل الأحداث و من الأمثلة عن

هذه المنشورات تصريح لوزير المجاهدين أكد فيه أنه لا يمكن التراجع عن مطلب اعتراف فرنسا بجرائمها، ومنشور ثاني عن تخصيص مبلغ 15 مليار سنتيم لترميم ضريح إيمدغاسن في باتنة. ثم جاء مؤشر "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة 20،69%، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات، تذكير ببعض الشخصيات التاريخية أو ببعض الشخصيات مثل، فيديو تعريفي منشور في ذكرى استشهاد البطل "مصطفى بن بولعيد". في حين جاءت "طرح مسائل الهوية للنقاش" ثالثا بنسبة 15،52%، من خلال فسح المجال النقاش حول حدث أو خبر معين. أما في المرتبة الرابعة فقد جاء مؤشر "الدعوة لفكرة معينة" بنسبة 10،34%، ثم جاء مؤشر "دعاية سياسية" خامسا بنسبة 8،62%، ثم "تحليل ونقد" سادسا بنسبة 5،17%، في حين جاء هدف "نشر الوعي بمسائل الهوية" سابعا بنسبة 3،45%، أما المرتبة الأخيرة فقد جاء مؤشر أهداف "أخرى" بنسبة 1،73%.

✓بالنسبة لأهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

أما فيما تعلق بأهداف منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "le360" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن "الدعاية السياسية" جاءت أولا فيما يخص أهداف منشورات الصفحة بنسبة 41،67%، حيث لاحظنا أن الكثير من المنشورات كان الهدف منها هو الدعاية السياسية، ورغم أن هذا الهدف يمكن اعتباره "هدفا خفيا" غير مصرح به إلا أنه يمكن أن يستشف من خلال مجموعة مؤشرات، حيث نجد على سبيل المثال في هذه الصفحة منشور هو عبارة عن حوار مع حاخام مدينة فاس الذي كشف في هذا الحوار عن علاقة اليهود المغاربة بملوك المغرب، يبدو ظاهريا من خلال هذا المنشور أن الهدف منه هو التعريف بأحد روافد الهوية الثقافية المغربية المتمثل في"الأقلية اليهودية" لكن إذا ما حاولنا وضع هذا المنشور في سياقه، نجد أن إطار تناول هذه القضايا مرتبط بحدث سياسي هو "تطبيع العلاقات بين المغرب والكيان الصهيوني" وهو ما يجعلنا نفترض أن هذا الاهتمام ليس له هدف إلا الدعاية السياسية لتوجه معين تتبناه الدولة المغربية، وهذا التفسير ينطبق على العديد من المنشورات.

ثم جاء "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" ثانيا كهدف في منشورات الصفحة بنسبة 20،83%، حيث نجد العديد من المنشورات التي تهدف إلى تعريف المتلقين بموضوع من مواضيع الهوية، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات في صفحة "le360" موضوع تعريفي حول الموسيقى الأندلسية، باعتبارها تراث ازدهر في المغرب بعد أن جاء مع هجرات المسلمين من الأندلس. في حين جاء "الهدف الإخباري" ثالثا بنسبة 16،67%، وهو هدف ونشاط يدخل في السياق الطبيعي لعمل وسائل الإعلام مثل تغطية تظاهرات ثقافية مثل، الدورة 51 من المهرجان الوطني للفنون الشعبية في مدينة مراكش. أما في المرتبة الرابعة فقد جاء "طرح مسائل الهوية للنقاش" بنسبة 8،33%، وتمثلت في منشورات تناولت قضايا جدلية مثل إقرار رأس السنة الأمازيغية كعطلة وطنية رسمية. في حين جاء مؤشر "نشر الوعي بمسائل الهوية" خامسا بنسبة 6،25%، ثم "الدعوة لفكرة معينة" سادسا بنسبة 4،17%، أما المرتبة الأخيرة فقد جاء مؤشر "تحليل ونقد" بنسبة 2،08%.

✓بالنسبة لأهداف مضامين الهوية الثقافية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

أما فيما يخص أهداف منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "هسبريس" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن "الدعاية السياسية" جاءت أولا فيما يخص أهداف منشورات الصفحة بنسبة 24،11%، والملاحظ أن هذه النتيجة مشابهة لما حصلنا عليه في صفحة "le360" مع اختلاف في النسب المئوية، ومن الأمثلة على هذه المنشورات التي يمكن اعتبارها دعاية سياسية، تقرير صحفي عن افتتاح الغرفة العبرية، وهي أول غرفة متخصصة في الأحوال الشخصية لليهود المغاربة بمحكمة الدار البيضاء. وهو منشور يدخل في سياق عودة العلاقات بين المغرب والكيان الصهيوني. ثم جاء "الهدف الإخباري" ثانيا كهدف في منشورات الصفحة بنسبة 19،64%، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات بعض الأخبار مثل تقرير عن اجتماع وزاري حول تعميم تدريس الأمازيغية في المغرب. في حين جاء مؤشر "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" ثالثا بنسبة 16،96%، حيث وردت عدة منشورات تعرف بمعالم وشخصيات مثل مقال حول المقاوم المغربي الراحل "**محمد الزرقطوني**" أحد أيقونات الحركة الوطنية المغربية ضد الاحتلال الفرنسي والإسباني. أما في المرتبة الرابعة فقد جاء "طرح مسائل الهوية للنقاش" بنسبة 13،39%، ونضرب مثالا على هذا المؤشر

بموضوع حول "الملك شيشنق" الفرعون الأمازيغي الذي حكم مصر لأزيد من عقدين كما يقول المنشور، والذي دعى المتابعين إلى إبداء أرائهم حول هذه الشخصية. ثم جاء مؤشر "الدعوة لفكرة معينة" خامسا بنسبة 10،71%، ثم "تحليل ونقد" سادسا بنسبة 8،04%، وجاءت من خلال دعوة العائلات لإحياء عادات وتقاليد الأجداد في بعض المناسبات، أو من خلال انتقاد بعض السلوكيات العنصرية على خلفية تغيير أسماء ثلاث مؤسسات تعليمية من الأمازيغية إلى العربية. أما بالنسبة "لنشر الوعي بمسائل الهوية" فقد جاء سابعا بنسبة 5،36%، في حين كانت المرتبة الأخيرة لمؤشر أهداف "أخرى" بنسبة 1،79%.

-جدول رقم (20) يمثل الإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة.

إطار التناول	التكرار	%النسب
سياسي	98	26,70%
تاريخي	87	23,71%
حقوقي	08	02,18%
إخباري	72	19,61%
في إطار الصراع	31	08,45%
إطار ديني	39	10,63%
الجمع بين أكثر من إطار	32	08,72%
المجموع	**367**	**%100**

يعكس الجدول رقم (20) إجمالي التكرارات والنسب المتعلقة بفئة الإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في مختلف المنشورات المقدمة في الصفحات محل الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن السياق العام الذي نشرت فيه هذه المنشورات في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة، هو بالدرجة الأولى "الإطار السياسي"، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 26،70٪، يليها في المرتبة الثانية "الإطار التاريخي" بنسبة 23،71٪، ثم "الإطار الإخباري" ثالثا بنسبة 19،61٪، يليها "الإطار الديني" في المركز الرابع بنسبة 10،63%، ليأتي بعدها في المركز

الخامس "الجمع بين أكثر من إطار" بنسبة 8،72٪، وأخيرا "الإطار الحقوقي" بنسبة لا تتجاوز 2،18٪.

وتعليقنا على النتائج المتحصل عليها في هذه الفئة التي تكسب أهمية كبيرة لأنها تحدد السياق العام الذي تم من خلاله تناول قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة، بالنسبة "للإطار السياسي" الذي جاء أولا كأكثر سياق تم تناول قضايا الهوية الثقافية في إطاره، ولا يمكن فصل هذه النتيجة في نظرنا عن النتائج المتحصل عليها في فئات أخرى عديدة، مثل "فئة القضايا و فئة الأهداف إضافة لفئة الفاعلين" حيث لاحظنا من خلال هذه الفئات أن العامل السياسي مؤثر بشكل كبير في عملية تناول قضايا الهوية الثقافية في الصفحات المذكورة، خصوصا من ناحية التركيز على بعض القضايا دون غيرها، ونذكر هنا مثلا قضايا الأقلية اليهودية في المغرب وارتباطها بمسألة التطبيع، أو قضايا التاريخ الاستعماري لفرنسا في الجزائر وارتباطها بإشكالات سياسية آنية بين البلدين، ونفس الأمر إذا ما تحدثنا عن فئة الأهداف حيث نجد مؤشر مثل "الدعاية السياسية" أو عندما نتحدث عن فئة الفاعلين ونجد أن في صدارة هذه الفئة مؤشرين ذو علاقة بالإطار السياسي هما "المسئولين الرسميين والسياسيين" وهو الأمر الذي يعطي صورة عن هذا التداخل بين السياق السياسي وقضايا الهوية الثقافية، حيث توظف هذه القضايا في الكثير من الأحيان في معارك سياسية أو تستغل من طرف السياسيين لتبرير توجهات معينة.

أما فيما يخص "الإطار التاريخي" الذي جاء ثانيا فنقصد به أن إطار تناول قضايا الهوية الثقافية، هو إطار متعلق بالتاريخ سواء أكان ذكرى تاريخية معينة أو حديث عن شخصية تاريخية أو تذكير بمناسبة ما، وقد وردت الكثير من المنشورات في هذا الإطار، بمعنى أن سياق هذه المنشورات مرتبط فقط بمناسبة تاريخية معينة مثل ذكرى وفاة أو ميلاد شخصية ما. أما بالنسبة للإطار الإخباري الذي جاء ثالثا في ترتيب "فئة الإطار المرجعي" فيمكن تفسير هذه النتيجة بعاملين رئيسيين أولهما أن أحد أهم وظائف وسائل الإعلام بشكل عام، هي وظيفة تزويد الجماهير بالأخبار والأحداث اليومية، ولهذا في الكثير من الأحيان ترد بعض مواضيع قضايا الهوية الثقافية في الإطار الإخباري الخالص دون أي خلفية أخرى. أما العامل الثاني فهو طبيعة بعض الصفحات محل الدراسة، التي تعرف نفسها على أنها "صفحات إخبارية". إضافة إلى ما ذكرنا من أطر نجد أيضا كل من "الإطار الديني، وإطار

الجمع بين أكثر من إطار، ثم إطار الصراع وأخيرا إطار الصراع" وهي في مجملها إطارات او سياقات تم فيها تناول قضايا الهوية الثقافية، ولكن بنسب محدودة.

إذا ما حاولنا ربط النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه بنظرية التأطير الإعلامي، حيث بينت لنا نتائج هذه الفئة أن المحتوى الإعلامي المقدم في الصفحات يخضع لعملية توظيف ووضع في سياقات معينة من خلال تقديم الأحداث والقضايا للجمهور في إطار معين يقدم أفكارا أساسية ومحورية تدور حولها عملية المعالجة والتناول الإعلامي بغض النظر عن ما إذا كانت تلك الزاوية تعبر عن واقع الموضوع أم لا، وفي هذا السياق يذكر "إنتمان Entman" أن هناك عوامل تتحكم في تحديد الإطار الإعلامي أهمها: مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام، ونوع مصادر الأخبار و أنماط الممارسة الإعلامية والمعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال[1]. وكلها عوامل تشرح وتبين لنا السياقات التي يتم خلالها بناء الجمل والكلمات و التعبيرات التي تعكس التوجه الإعلامي للمؤسسة والبيئة السياسية العامة التي تشتغل فيها.

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص350.

-جدول رقم (21) يمثل الإطار المرجعي للتناول في منشورات صفحات الدراسة.

إطار التناول	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
سياسي	30	20,14%	15	25,86%	16	33,34%	37	33,04%
تاريخي	52	34,90%	15	25,86%	05	10,41%	15	13,39%
حقوقي	02	01,34%	01	01,72%	01	02,09%	04	03,57%
إخباري	34	22,82%	12	20,69%	08	16,67%	18	16,07%
في إطار الصراع	12	08,05%	03	05,17%	05	10,41%	11	09,82%
إطار ديني	08	05,37%	06	10,35%	08	16,67%	17	15,18%
الجمع بين أكثر من إطار	11	07,38%	06	10,35%	05	10,41%	10	08,93%
المجموع	**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي رقم (21) نسب وتكرارات فئة الإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متشابهة إلى حد كبير بين كل الصفحات، حيث سجلنا أنه فيما عدا "الإطار التاريخي" الذي جاء أولا في صفحة "أوراس"، نجد أن باقي الصفحات "سبق برس" و"le360" و"هسبريس" جاء فيها " الإطار السياسي" أولا.

✓بالنسبة للإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

بالنسبة للإطار المرجعي لمضامين الهوية الثقافية في منشورات صفحة "أوراس" جاء "الإطار التاريخي" أولا بنسبة 34،90%، وهي النتيجة التي تتلاءم مع ما حصلنا عليه في فئة القضايا، حيث لاحظنا أن الكثير من المنشورات جاءت في سياق التذكير بأحداث وشخصيات تاريخية مثل ذكرى اندلاع ثورة الفاتح من نوفمبر، أو إحياء ذكرى بعض الشخصيات مثل "الشهيد ديدوش مراد" أو التعرف

على قصص تاريخ عبارات متداولة مثل جملة "الجزائر المحمية بالله" وغيرها من المنشورات التي تأتي في سياق تاريخي محض. ثم جاء "الإطار الإخباري" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة 22،82%، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات خبر تحت عنوان "اليونيسكو تنظر في تصنيف "الكسكسي" و"الراي" في قائمة التراث العالمي" وتقرير إخباري آخر عن انطلاق الاحتفالات الرسمية برأس السنة الأمازيغية " يناير" والشيء الذي يجمع بين هذه المواضيع أن تناولها يتم في إطار نقل الأخبار والأحداث الثقافية. في حين جاء "الإطار السياسي" ثالثا بنسبة 20،14%، وتمثل في بعض القضايا مثل رد منظمة المجاهدين الجزائريين على المؤرخ **"بنجامين ستورا"** بعد تقريره الذي تجاهل جرائم الاستعمار الفرنسي في الجزائر. أما في المرتبة الرابعة فقد جاء "إطار الصراع" بنسبة 8،05%، وتمثلت في بعض القضايا الإشكالية والتي تدخل في إطار الصراع الأيديولوجي، نضرب مثال على هذا التصريح للصحفية **"حدة حزام"** تتهجم فيه على تاريخ جمعية العلماء المسلمين. ثم جاء مؤشر "الجمع بين أكثر من إطار" خامسا بنسبة 7،38%، ثم "الإطار الديني" سادسا بنسبة 5،37%، أما المرتبة الأخيرة فقد جاء "الإطار الحقوقي" بنسبة 1،34%.

✓بالنسبة للإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

بالنسبة للإطار المرجعي لمنشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "سبق برس" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن كل من " الإطار السياسي" و"الإطار التاريخي" جاء أولا بنسبة 25،86% لكل منها، وينعكس هذا الأمر من خلال مجموعة من المنشورات، التي تدخل في الإطارين السياسي أو التاريخي، ومن الأمثلة على النوع الأول تصريح لوزير المجاهدين يقول فيه أنه لا يمكن التراجع عن مطلب اعتراف فرنسا بجرائمها، يأتي هذا التصريح عقب الجدل الذي خلفته تصريحات الرئيس الفرنسي عن الفترة الاستعمارية. أما بالنسبة للإطار التاريخي فنجد كمثال عليه منشورات مثل تقرير عن مسيرة الشهيد **"مصطفى بن بولعيد"** في ذكرى استشهاده. ثم جاء "الإطار الإخباري" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة 20،69%، وكما قلنا سابقا المقصود بهذا المؤشر هو تناول قضايا ثقافية من الجانب الإخباري المحض، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات خبر تحت عنوان "عائلة الأمير عبد القادر تقاضي نور الدين آيت حمودة" وخبر آخر عن العثور على

فسيفساء ولقى تاريخية وسط جيجل. في حين جاء كل من "الجمع بين أكثر من إطار" و"الإطار الديني" ثالثا بنسبة 10،35% لكل منهما، حيث تداخلت عدة أطر في بعض المواضيع نذكر منها تصريح لوزير الشؤون الدينية "**يوسف بلمهدي**" الذي خاطب وزير الداخلية الفرنسي متحدثا عن رسالة الإسلام التي تدعو للمحبة. أما في المرتبة الرابعة فقد جاء "إطار الصراع" بنسبة 5،17%، أما المرتبة الأخيرة فقد جاء "الإطار الحقوقي" بنسبة 1،72%.

✓بالنسبة للإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

أما فيما تعلق بالإطار المرجعي لمنشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "le360" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن "الإطار السياسي" جاء أولا بنسبة 34،34%، حيث لاحظنا أن الكثير من المنشورات ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية، تم نشرها في سياق أحداث سياسية معينة نذكر منها على سبيل المثال فيما يخص صفحة "le360" حوار مع شيخ الزاوية التيجانية في المغرب يهاجم فيها الجزائر، حيث تم توظيف الزوايا الصوفية في خدمة صراع سياسي، ثم جاء كل من "الإطار الإخباري" و"الإطار الديني" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة 16،67% لكل منهما، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات، فبالنسبة للإطار الإخباري نذكر مثلا خبر حول إدراج اليونسكو لطبق الكسكس ضمن القائمة التمثيلية للتراث الثقافي اللامادي للبشرية، أما بالنسبة للإطار الديني يمكن أن نذكر على سبيل المثال تقرير حول تنامي الإقبال الشعبي في مدينة طنجة على تعليم الأبناء قراءة القرآن الكريم للحفاظ على القيم والمبادئ والأخلاق الإسلامية في المجتمع. في حين جاء "الجمع بين أكثر من إطار" و"الإطار التاريخي" إضافة "إطار الصراع" ثالثا بنسبة 10،41%، أما المرتبة الأخيرة فقد جاء "الإطار الحقوقي" بنسبة 2،09%.

✓بالنسبة للإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

أما فيما يخص الإطار المرجعي لمنشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "le360" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن "الإطار السياسي" جاء أولا بنسبة 33،04%، وهي نسبة تتوافق مع النتيجة التي حصلنا عليها في صفحة "le360" حيث لاحظنا أن الكثير من المنشورات التي لها علاقة بمواضيع الهوية الثقافية جاء تناولها في الصفحة في سياق سياسي، نضرب مثالا على هذا المنشور الذي هو عبارة عن تقرير يحمل عنوان "غرفة متخصصة في الأحوال الشخصية لليهود المغاربة.. وزير العدل يزور الغرفة العبرية بابتدائية البيضاء" وهو منشور يأتي في سياق عودة العلاقات بين المملكة المغربية والكيان الصهيوني. ثم جاء "الإطار الإخباري" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة 16،67% لكل منهما، وتمثلت في تغطيات إخبارية لاحتفالات شعبية ودينية أو لقاءات متعلقة بقضايا التاريخ والآثار ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات، تغطية لقاء حول مجموعة من الاكتشافات الأثرية الأخيرة في المغرب. في حين جاء "الإطار الديني" ثالثا بنسبة 15،18%، وتمثل في تغطية بعض النشاطات الدينية المتعلقة ببعض الاحتفالات الدينية أو بعض الأنشطة التي تنظمها الزاويا الصوفية، ومنها ملتقى يناقش محلية وكونية التصوف والقيم الإنسانية، ثم "الإطار التاريخي" في المرتبة الرابعة بنسبة 13،39%، وانعكس هذا الموضوع من خلال تخصيص منشورات لتخليد بعض المناسبات التاريخية الوطنية مثل اليوم الوطني للمقاومة.

إضافة إلى هذا نجد "إطار الصراع" خامسا بنسبة 9،82%، وتمثل في مواضيع تعكس حالة الصراع بين مجموعة من مقومات الهوية الثقافية المغربية نذكر منها منشور عن حادثة تغيير أسماء ثلاث مؤسسات تعليمية في المغرب من الأمازيغية إلى العربية، وهو ما خلق حالة جدل ساهمت فيها وسائل الإعلام ومنها "هسبريس" التي يتضح لنا أنها تقف موقف المدافع عن كل ما يتعلق بالهوية الأمازيغية. في حين جاء "الجمع بين أكثر من إطار" سادسا بنسبة 8،93%، أما المرتبة الأخيرة فقد جاء "الإطار الحقوقي" بنسبة 3،57%.

-جدول رقم (22) يمثل الفاعلين في قضايا الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة.

الفاعلين	التكرار	%النسب
سياسيين	67	15,19%
رجال دين	56	12,70%
مفكرين وكتاب	80	18,14%
قادة تاريخيين	59	13,38%
موسيقيين وفنانين	25	05,67%
مسئول رسمي	97	22%
جمعيات ومنظمات	36	08,16%
أخرى	21	04,76%
المجموع	**441**	**%100**

يبين الجدول رقم (22) التكرارات والنسب المتعلقة بفئة الفاعلين في مختلف المواضيع المنشورة عبر صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها فيما يخص الفاعلين في منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، تنوع الفاعلين حيث جاء مؤشر "مسئول رسمي" في المرتبة الأولى بنسبة 22٪، ثم جاء مؤشر "مفكرين وكتاب" ثانيا بنسبة 18،14%، في حين جاء مؤشر"السياسيين" ثالثا بنسبة 15،19%، ثم "قادة تاريخيين" رابعا بنسبة 13،38%، في حين جاء مؤشر "رجال الدين" خامسا بنسبة 12،70%، ثم "جمعيات ومنظمات" سادسا بنسبة 8،16%، يليها مؤشر "موسيقيين وفنانين" سابعا بنسبة 5،67%، وأخيرا مؤشر فاعلين "آخرين" بنسبة 4،76%.

إذا ما حاولنا أن نقدم تفسير بخصوص فئة "الشخصيات الفاعلة" نقول بداية أنه لا يمكن فصل هذه النتائج عن بقية النتائج التي حصلنا عليها في الفئات السابقة، وخصوصا فئتي الأهداف والإطار المرجعي، والتي كان من الواضح من خلالها تداخل العامل السياسي في تناول صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة لقضايا الهوية الثقافية، حيث جاء "المسئولين الرسميين" في صدارة

الشخصيات الفاعلة، في قضايا الهوية الثقافية المنشورة في إجمالي العينة، كما جاء "السياسيون" في المرتبة الثالثة، وهما مؤشرين يمكن أن يفسر وجودهما بهذا التداخل الكبير بين قضايا الهوية الثقافية في المنطقة العربية بشكل عام، وفي الجزائر والمغرب بشكل خاص، وهو ما يؤكده "**محمد الكوخي**" في حديثه عن الأجواء التي نشأ فيها العمل السياسي في المغرب حيث يقول "إن القضية الأساسية التي قامت على أساسها الحركة الوطنية في المغرب ومنذ البداية هي قضية الهوية"[1] والأمر لا يختلف في الجزائر حيث يؤكد "**ناصر الدين سعيدوني**" على "ارتباط المسألة الثقافية في الجزائر بالتوجهات الأيديولوجية والميول السياسية في ما يتعلق بالقضايا الجوهرية المتمثلة فى اللغة الجامعة الموحدة، والقيم والثوابت الحضارية وطبيعة الدولة، وأسس المجتمع"[2]

هذا التلازم التاريخي بين العاملين في المجال السياسي، سواء كانوا مسئولين رسميين، أو مجرد فاعلين في الحياة السياسية والحزبية، يفسر النتائج التي حصلنا عليها، حيث تعتبر قضايا الهوية الثقافية بمختلف مؤشراتها الدينية واللغوية والتاريخية، مادة أساسية في الخطاب السياسي، بل إن الكثير من الأحزاب والحركات السياسية في المنطقة المغاربية تستمد شرعيتها في الأساس من واحد من هذه العناصر، مثل تنظيمات الإسلام السياسي، أو الحركات اللغوية والثقافية الأمازيغية، إضافة لأحزاب التيار الوطني بخلفيتها التاريخية في مقاومة الاستعمار، إذا نلاحظ أن قضايا الهوية هي العصب الأساسي الذي يبني حوله السياسيون خطابتهم ولهذا فمن الطبيعي أن نجد أن " المسئولين الرسميين" و"السياسيين" هم أكثر الفاعلين في مسائل الهوية الثقافية.

إضافة إلى هذه الفئات نجد مؤشر "المفكرين والكتاب" في المرتبة الثانية فيما تعلق بالفاعلين، وهو ترتيب طبيعي تفرضه طبيعة موضوع الهوية الثقافية، الذي يمكن اعتباره موضوع نخبوي نوعا ما، ولهذا نجد أن الفاعلين في الكثير من المنشورات هم عبارة كتاب ومفكرين. كما نجد مؤشرات أخرى مثل "قادة تاريخيين" و"رجال الدين" و"جمعيات ومنظمات" إضافة إلى "الموسيقيين والفنانين" وفاعلين "آخرين" وكلهم فاعلون في منشورات قضايا الهوية الثقافية بنسبة متفاوتة.

[1] محمد الكوخي، مرجع سبق ذكره، ص378.

[2] ناصر الدين سعيدوني، المسألة الثقافية في الجزائر: النخب، الهوية، اللغة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2021، ص16.

-جدول رقم (23) يمثل الفاعلين في قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحات الدراسة.

الفاعلين	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
سياسيين	26	14,05%	15	19,48%	10	20%	16	12,40%
رجال دين	10	05,41%	13	16,88%	12	24%	21	16,28%
مفكرين وكتاب	45	24,32%	06	07,79%	05	10%	24	18,60%
قادة تاريخيين	42	22,70%	12	15,58%	01	02%	04	03,10%
موسيقيين وفنانين	11	05,95%	01	01,30%	02	04%	11	08,53%
مسئول رسمي	33	17,84%	27	35,07%	11	22%	26	20,15%
جمعيات ومنظمات	08	04,32%	03	03,90%	05	10%	20	15,51%
أخرى	10	05,41%	/	/	04	08%	07	05,43%
المجموع	185	%100	77	%100	50	%100	129	%100

يبين الجدول التفصيلي أعلاه والذي يحمل الرقم (23) نسب وتكرارات فئة "الفاعلين" في منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متقاربة إلى حد كبير بين كل الصفحات في أغلب الفئات رغم الاختلاف في الترتيب، حيث سجلنا أن الفاعل الأول حسب الترتيب من منشورات صفحة "أوراس" هم " مفكرين وكتاب"، أما صفحتي "سبق برس" و"هسبريس" فقد جاء مؤشر "مسئول رسمي" في المرتبة الأولى، في حين نجد أن صفحة "le360" جاء "رجال دين" في المرتبة الأولى.

✓بالنسبة للفاعلين في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أنه بالنسبة للفاعلين في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "أوراس" حيث جاء مؤشر "مفكرين وكتاب" في المرتبة الأولى بنسبة 24،34٪، وكما أوضحنا سابقا أن موضوع الهوية

الثقافية هو موضوع نخبوي، ولهذا نجد أن الكتاب والمفكرين هم أكثر الفاعلين في صفحة أوراس، ومن الشخصيات الفاعلة في منشورات صفحة "أوراس" الكاتب الفرنسي "**هنري علاق**" المناضل الشيوعي الذي شارك في الثورة الجزائرية، إضافة للكاتب والمفكر "**مولود قاسم نايت بلقاسم**". ثم جاء مؤشر "قادة تاريخيين" ثانيا بنسبة 22،70%، وهذه النتيجة يمكن فهمها لأنها مجرد إنعكاس للحضور الكبير للقضايا التاريخية في منشورات صفحة "أوراس" ومن هذه الشخصيات نذكر "**الأمير عبد القادر الجزائري، عبان رمضان، لخضر بورقعة**"

ثم جاء مؤشر"مسئول رسمي" ثالثا بنسبة 17،84%، حيث ورد هذا المؤشر في سياق بعض الأخبار الذي يتداخل فيه مسئولون لهم ارتباط بقطاع الثقافة مثل "وزير الشؤون الدينية، وزيرة الثقافة، إضافة لمستشار رئيس الجمهورية لشؤون الذاكرة". في حين جاء "السياسيون" رابعا بنسبة 14،05%، وتمثل في تدخلات بعض رؤساء الأحزاب السياسية، في قضايا الهوية الثقافية مثل " نعيمة صالحي، عبد الرزاق مقري". ثم جاء مؤشر "موسيقيين وفنانين" خامسا بنسبة 5،95%، و"رجال الدين" وفاعلين "آخرين" سادسا بنسبة 5،41% لكل منها، وأخيرا مؤشر "جمعيات ومنظمات" بنسبة 4،32%.

✓بالنسبة للفاعلين في منشورات صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

بالنسبة للفاعلين في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "سبق برس" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن مؤشر "مسئول رسمي" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 35،07٪، وتمثل في مواضيع مختلفة لها ارتباط بأحد قضايا الهوية الثقافية، ومن هذه الشخصيات نذكر "وزير المجاهدين، وزيرة الثقافة، مستشار رئيس الجمهورية لشؤون الذاكرة"، ثم جاء مؤشر "السياسيون" ثانيا بنسبة 19،48%، وجدير بالذكر أن هذه النسبة يمكن تفسيرها بالتداخل الكبير بين قضايا الهوية والمجال السياسي نذكر على سبيل المثال شخصيات مثل "رئيس حركة البناء الوطني، ورئيس حركة مجتمع السلم، والنائب البرلماني السابق "**نور الدين آيت حمودة**"

في حين جاء مؤشر "رجال الدين" ثالثا بنسبة 16،88%، وبما أن القضايا الدينية هي جزء أساسي في قضايا الهوية الثقافية التي تتناولها دراستنا، فقد كان حضور رجال الدين كفاعلين في المواضيع المنشورة على الصفحات أمر طبيعي، نذكر من هذه الشخصيات "شيخ الزاوية التيجانية، والداعية "**لخميسي بزاز**" عضو اللجنة العلمية للفتوى". ثم جاء مؤشر "قادة تاريخيين" رابعا بنسبة

15،58%، وقد وردت هذه الشخصيات بالأساس في بعض القضايا التاريخية مثل شخصية "الأمير عبد القادر، "**مصطفى بن بولعيد**" وغيرها. في حين جاء مؤشر "مفكرين وكتاب" خامسا بنسبة 7،79%، ثم مؤشر "جمعيات ومنظمات" في المرتبة السادسة بنسبة 3،90%، يليها "موسيقيين وفنانين" في المرتبة الأخيرة بنسبة 1،30%.

✓بالنسبة للفاعلين في منشورات صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

أما فيما تعلق بالفاعلين في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "le360" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن مؤشر "رجال الدين" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 24٪، وهو مؤشر مرتبط بالمرتبة التي حصلت عليها "القضايا الدينية" في منشورات صفحة "le360" ومن هذه الشخصيات نجد شيوخ بعض الزاويا الصوفية مثل "شيخ الزاوية التيجانية وشيخ الزاوية البودشيشية" أو بعض رجال الدين اليهود مثل" حاخام مدينة فاس ورئيس الطائفة اليهودية بمكناس"

إضافة لبعض رجال الدين المسلمين مثل "الشيخ مصطفى بن حمزة". ثم جاء مؤشر "مسؤول رسمي" ثانيا بنسبة 22%، وتمثل في تصريحات وحوارات مع شخصيات سياسية مثل: رئيس الحكومة عزيز اخنوش، أو وزير الوظيفة العمومية طالب مبدع. وفي نفس السياق يأتي مؤشر "السياسيين" ثالثا بنسبة 20%، ثم "مفكرين وكتاب" و"جمعيات ومنظمات" رابعا بنسبة 10%، في حين جاء مؤشر "فاعلين آخرين" خامسا بنسبة 8%، يليها مؤشر "موسيقيين وفنانين" بنسبة 4%، ثم "قادة تاريخيين"في المرتبة الأخيرة بنسبة 2%.

✓بالنسبة للفاعلين في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أنه بالنسبة للفاعلين في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "هسبريس" تبين لنا أن مؤشر "مسئول رسمي" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 20،15%، وتفسيرا لذلك يمكن أن نقول أن سبب وجود السياسيين في المرتبة الأولى بالنسبة للفاعلين في منشورات صفحة "هسبريس" يعود أولا لكون الكثير من القضايا لها ارتباط بمؤسسات معينة في الدولة مثل، وزارة التربية أو وزارة الثقافة، ومن

الشخصيات التي تظهر في منشورات الصفحة نذكر "الملك محمد السادس، وزير التربية، أندري أزولاي مستشار الملك"

ثم جاء مؤشر "مفكرين وكتاب" ثانيا بنسبة 18،60%، حيث فتحت الصفحة المجال أمام مجموعة من المثقفين والكتاب مثل "بن سالم حميش وأحمد عصيد" ليقدموا وجهات نظرهم نحو قضايا معينة، في حين جاء مؤشر "رجال الدين" ثالثا بنسبة 16،28%، وهو الأمر الذي يتناسب مع عدد المنشورات المتعلقة بالقضايا الدينية وخصوصا قضايا الأقلية اليهودية، ومن الشخصيات الدينية اليهودية الفاعلة في منشورات الصفحة نجد **"دافيد بينتو"** وهو أحد مشاهير الحاخامات اليهود في مدينة الصويرة المغربية. إضافة لرجال الدين اليهود نجد بعض شيوخ الزاويا الصوفية وبعض الدعاة الإسلاميين.

ثم نجد "جمعيات ومنظمات" رابعا بنسبة 15،51%، وتمثلت أساسا في بعض الجمعيات الثقافية الأمازيغية، في حين جاء مؤشر "السياسيين" خامسا بنسبة 12،40%، يليها مؤشر "موسيقيين وفنانين" بنسبة 8،53%، ثم "فاعلين آخرين" بنسبة 5،43%، في حين جاء مؤشر "قادة تاريخيين" في المرتبة الأخيرة بنسبة 3،10%.

-جدول رقم (24) يمثل الجمهور المستهدف من منشورات عينة الدراسة.

الجمهور المستهدف	التكرار	%النسب
مسئولين	28	07,23%
جمهور عام	296	76,49%
منظمات وجمعيات	13	03,36%
منظمات دولية	32	08,27%
هيئات حكومية	12	03,10%
أخرى	06	01,55%
المجموع	**387**	**%100**

يبين الجدول رقم (24) التكرارات والنسب المتعلقة بفئة الجمهور المستهدف من مختلف المواضيع المنشورة عبر صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها في منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، تنوعت حيث جاء بالدرجة الأولى "الجمهور العام" بنسبة 76،49٪، حيث ركزت الصفحات المذكورة في الغالب على فئة الجمهور العام، وهذا الأمر راجع في نظرنا إلى طبيعة الصفحات المعنية بالدراسة وكذا طبيعة المحتوى والمواضيع التي تقدمها، حيث تقدم خدمات إخبارية وإعلامية موجهة لجمهور عام غير متخصص، ونقصد بالجمهور العام ذلك الجمهور غير المنظم و لا المتجانس، و الذي لا تجمعه صفات مشتركة سوى أنه معرض إلى تلقي الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام الالكترونية، حيث يتم هذا التلقي بصورة فردية وشخصية ومجزأة كما يحدث في كل وسائل الإعلام الجماهيرية، وإن كانت لوسائل الإعلام الالكتروني وخصوصا تلك التي تمارس نشاطها عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية، حيث على العكس من وسائل الإعلام التقليدية أصبح الفرد من الجمهور العام يتفاعل بشكل جماعي مع المضامين المقدمة من خلال خاصية التعليق، ثم جاءت المنظمات الدولية ثانيا بنسبة 8،27%، وهذا راجع إلى أن بعض المنشورات في عينة الدراسة كما سنبين في التعليق على الجداول التفصيلية، هي منشورات تتوجه إلى بعض المنظمات والهيئات الدولية وخصوصا في أمور متعلقة بتصنيف مواقع أثرية، أو ما تعلق ببعض المسائل التاريخية التي تخص تاريخ الاستعمار الفرنسي في الجزائر، ثم تأتي فئة المسئولين ثالثا بنسبة 7،23%، حيث جاءت الكثير من

المنشورات عبارة عن رسائل للمسئولين عن إدارة المسائل الثقافية في كل من الجزائر والمغرب. ثم منظمات وجمعيات رابعا بنسبة 3،36%، في حين جاءت "الهيئات الحكومية" خامسا بنسبة 3،10%، وأخيرا فئة "أخرى" في المركز الأخير بنسبة 1،55%.

من المهم الإشارة إلى التغيرات الحاصلة في مفهوم جمهور وسائل الإعلام، حيث يؤكد "أبير كروميل crombie Aber" و "لونجهيرست Longhurst" في كتابهما "الجماهير: (أن جميع الأطراف يمثلون الجمهور إما بشكل مباشر أو غير مباشر، وهم في الوقت نفسه، أيضا المدونون، مما يحيل إلى تشابك دور منتج ومتلقي المحتوى، فالجميع تقريبا هم المنتجون، والجميع هم الجمهور في الوقت ذاته. من المسلم به أن التقنيات تعمل، بشكل لا رجعة فيه، على تغيير طبيعة الصحافة، لأنها تعمل بقوة على تعزيز دور الجمهور الذي كان أغلبه سلبيا في الماضي حيث تم في العصر الرقمي تسليح الجمهور بأدوات سهلة الاستخدام للنشر على الويب، متصلة على الدوام وبمزيد من الأجهزة المحمولة القوية، كما تم تمكين الجماهير عبر الإنترنت بالوسائل اللازمة لتصبح مشاركة نشطة في إنشاء ونشر الأخبار والمعلومات، بحيث يتحول القراء إلى مراسلين ومعلقين ومنتجين.[1] إن هذه التغيرات يجب أخذها بعين الاعتبار ونحن نتناول فئة الجمهور المستهدف، وهذا ما تجسد في بحثنا هذا من خلال فئة "التعليقات الأكثر تفاعلا" حيث فرض تحول متابعي وسائل الإعلام إلى مراسلين ومعلقين ومنتجين للمحتوى، فرض هذا الأمر ضرورة التعامل مع هذه الفئة بنوع من التركيب.

[1] تونغ تشاو، تحليل مفهوم الجمهور في العصر الرقمي، تر: منال كبور، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 03، العدد03، 2022، ص24.

-جدول رقم (25) يمثل الجمهور المستهدف من مضامين الهوية الثقافية في منشورات صفحات الدراسة.

الجمهور المستهدف	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
مسئولين	11	06,93%	04	06,46%	04	07,84%	09	07,76%
جمهور عام	132	83,56%	51	82,35%	36	70,59%	77	66,38%
منظمات وجمعيات محلية	04	02,54%	01	01,61%	02	03,92%	06	05,17%
منظمات دولية	06	03,78%	05	08,06%	05	09,80%	16	13,79%
هيئات حكومية	04	02,54%	/	/	03	05,88%	05	04,31%
أخرى	01	00,65%	01	01,61%	01	01,97%	03	02,59%
المجموع	**158**	**%100**	**62**	**%100**	**51**	**%100**	**116**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي أعلاه والذي يحمل الرقم (25) نسب وتكرارات فئة "الجمهور المستهدف" من منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متوافقة إلى حد كبير بين كل الصفحات، حيث سجلنا أن الجمهور المستهدف بالأساس من منشورات كل من صفحتي "أوراس" و"سبق برس" وكذا صفحتي "le360" و"هسبريس" هو "الجمهور العام" بالدرجة الأولى.

✓بالنسبة للجمهور المستهدف من منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أنه بالنسبة للجمهور المستهدف من منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "أوراس" عبارة عن "جمهور عام" بالدرجة الأولى بنسبة 83،56%، حيث سجلنا أن أغلب المنشورات تتوجه إلى "جمهور عام" حيث تراعي الصفحة أن تكون المواضيع المنشورة ملائمة لجميع الشرائح من حيث استخدام لغة بسيطة وكذا استخدام الوسائط المرئية المختلفة وبالخصوص الفيديو والذي يعتبر أسهل طرق الوصول إلى جمهور أكبر وتحقيق تفاعل أكبر، ثم جاءت فئة "مسئولين" ثانيا فيما تعلق بالجمهور المستهدف بنسبة 6،93%، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات تصريح للمؤرخ الفرنسي "بنجامين ستورا" يخاطب فيه السلطات الجزائرية بشأن قضايا ملف الذاكرة وخصوصا قضايا

الحركى، في حين جاءت "المنظمات الدولية" ثالثا بنسبة 3،78%، أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت كل من "المنظمات والجمعيات المحلية" و"الهيئات الحكومية" بنسبة 2،54%، وفي المرتبة الأخيرة فئة "أخرى" بنسبة 0،65%.

✓بالنسبة للجمهور المستهدف من منشورات صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

بالنسبة للجمهور المستهدف من منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "سبق برس" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن "الجمهور العام" هو المستهدف بالدرجة الأولى بنسبة 82،35%، إن كون أغلب المنشورات تتوجه إلى "جمهور عام" راجع إلى أن الصفحة المذكورة هي صفحة إخبارية عامة تهتم بنقل الأحداث أولا بأول للمتابعين على اختلاف شرائحهم، فهي ليست صفحة متخصصة تتوجه إلى جمهور متخصص في ميدان معين، رغم إمكانية اعتبار كون الصفحة "إخبارية" هو نوع من التخصص، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت "المنظمات الدولية" بنسبة 8،06%، ويتجلى هذا من خلال بعض المنشورات التي تتوجه إلى مؤسسات دولية مثل أحد المنشورات الذي يتوجه من خلاله بعض النشطاء في الحقل الثقافي إلى منظمة اليونسكو من أجل تصنيف طبق "الكسكسي" تراثا إنسانيا، ثم جاءت فئة "مسئولين" ثالثا فيما تعلق بالجمهور المستهدف بنسبة 6،46%، وفي المرتبة الأخيرة كل من "منظمات وجمعيات محلية" و"أخرى" بنسبة 1،61%.

✓بالنسبة للجمهور المستهدف من منشورات صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

أما فيما تعلق بالجمهور المستهدف من منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "le360" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها في الجدول التفصيلي أعلاه أن "الجمهور العام"هو المستهدف بالدرجة الأولى بنسبة 70،59%، حيث لاحظنا أن أغلب المنشورات كما في صفحة سبق برس تتوجه إلى "جمهور عام"، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت "المنظمات الدولية" بنسبة 9،80%، و يتبين هذا الأمر من خلال بعض المنشورات التي تتوجه إلى مؤسسات دولية مثل بعض المنشورات التي تتوجه

للمؤسسات والهيئات اليهودية حول العالم والتي تروج للاهتمام الذي تحظى به الثقافة والتراث اليهودي في المغرب، ثم جاءت فئة "مسئولين" ثالثا فيما تعلق بالجمهور المستهدف بنسبة 7،84%، أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت "هيئات حكومية" بنسبة 5،88%، ثم "منظمات وجمعيات محلية" في المركز الخامس بنسبة 3،92% وأخيرا "أخرى" بنسبة 1،97%. والملاحظ بشكل عام أن هناك تطابق إلى حد كبير بين النتائج المتحصل عليها فيما تعلق بالجمهور المستهدف في كل من صفحتي "سبق برس" و "le360"، ويمكننا إرجاع هذا الأمر في تقديرنا إلى الطبيعة الإخبارية للصفحتين وكذا لكونها صفحات عامة، فالأخبار هي المادة الإعلامية الأكثر استهلاكا وهي تهم جميع شرائح المتابعين، وهو ما يفسر النتائج المتحصل عليها.

✓بالنسبة للجمهور المستهدف من منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أنه بالنسبة للجمهور المستهدف من منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "هسبريس" وكما في باقي صفحات الدراسة أن "الجمهور عام" جاء بالدرجة الأولى بنسبة 66،38%، وهي نسبة على الرغم من أنها مرتفعة إلا أنها تعتبر الأقل من بين كل الصفحات المذكورة، حيث سجلنا أن أغلب المنشورات تتوجه إلى "جمهور عام" مختلف السمات وهذا ما يتبين من خلال استخدام اللهجة المغربية المحلية وكذا كثرة استخدام الوسائط المرئية المختلفة وبالخصوص الفيديو، والذي تتناسب سماته مع جميع شرائح المتابعين، وبالخصوص من قسط كبير من التعليم، ثم جاءت فئة "المنظمات الدولية" ثانيا بنسبة 13،79% فيما تعلق بالجمهور المستهدف ومن الأمثلة على هذا النوع من المنشورات، منشور يتناول استعداد المغرب لاستقبال مئات الآلاف من السياح اليهود، حيث يطمئن هذا المنشور منظمات وتجمعات اليهود عبر العالم وخصوصا اليهود ذوي الأصول المغربية في "إسرائيل" بأن كل الظروف مهيآت لاستقبالهم لأداء زيارات دينية، في حين جاءت فئة "مسئولين" ثالثا بنسبة 7،76%، أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت "المنظمات والجمعيات المحلية" بنسبة 5،17%، ثم "الهيئات الحكومية" خامسا بنسبة 4،31%، وفي المرتبة الأخيرة فئة "أخرى" بنسبة 2،59%.

-جدول رقم (26) يمثل القيم المتضمنة في منشورات عينة الدراسة.

القيم		التكرار	%النسب
البعد الإيجابي	الأصالة	129	21,32%
	التنوع	63	10,42%
	الاحترام	54	08,93%
	التعايش	44	07,27%
	التجديد	13	02,15%
	الوفاء والامتنان	104	17,19%
	الاحتفاء بالاختلاف	64	10,58%
	أخرى	12	01,98%
المجموع		**483**	**79,84%**
البعد السلبي	الكراهية	39	06,45%
	العنف	35	05,78%
	العنصرية	28	04,62%
	الجهوية	06	0,99%
	أخرى	**14**	02,32%
المجموع		**122**	20,16%
المجموع الإجمالي		**605**	**%100**

يبين الجدول رقم (26) التكرارات والنسب المتعلقة بفئة القيم المتضمنة في مختلف المنشورات المقدمة عبر صفحات الدراسة، وتجدر الإشارة إلى أن هذه الفئة تعد واحدة من أصعب الفئات في التحديد، كونها خاضعة لاختلاف التأويل، ولهذا حاولنا وضع حدود دقيقة لتبويب القيم التي تحملها مختلف المضامين محل الدراسة، حيث قمنا بتقسيم هذه الفئة لبعدين من أبعاد القيم هما البعد الايجابي ثم البعد السلبي. وقد أظهرت النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، نوعت في استخدامها لمختلف القيم حيث جاء "البعد الإيجابي للقيم" أكثر بروزا حيث مثل ما نسبته 79،84% من إجمالي العينة، في حين جاء "البعد السلبي للقيم" ثانيا بنسبة 20،16%.

يظهر لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن هناك تنوع في "البعد الإيجابي للقيم" المتضمنة في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة، حيث جاءت قيمة "الأصالة" أولا بنسبة

21،32%، كما أظهرت النتائج أن قيمة "الوفاء والامتنان" جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 17،19%، ثم "الاحتفاء بالاختلاف" ثالثا بنسبة 10،58%، كما جاءت قيمة " التنوع" رابعا بنسبة 10،42%، ثم قيمة "الاحترام" في المرتبة الخامسة بنسبة 8،93%، أما "التعايش" فقد جاء في المرتبة السادسة بالنسبة للقيم الإيجابية في إجمالي العينة بنسبة 7،27%، وأخيرا جاءت قيمة "التجديد" بنسبة 2،15%، و "قيم أخرى" بنسبة 1،98%.

إن حضور قيم مثل "الأصالة" و"الوفاء والامتنان" يمكن اعتبارها نتيجة منطقية، كون هذه الصفحات تسعى في الكثير من المنشورات إلى ترسيخ هذه القيم المرتبطة بتعزيز الشعور بالاعتزاز والافتخار بالهوية الثقافية، والوفاء لتضحيات الشهداء، وقد وردت هذه القيم بالأساس في المواضيع المتعلقة بالقضايا التاريخية في الجزائر. أما بالنسبة لقيم مثل "الاحتفاء بالاختلاف" و"التنوع" و"التعايش" وقد جاءت هذه القيم بنسب معقولة بالنسبة لباقي القيم الإيجابية، وبما أن المسعى الظاهري لصفحات الدراسة وبالخصوص صفحتي "le360" و"هسبريس" هو تعزيز روح التعايش وثقافة الاختلاف والتنوع بين مختلف شرائح المجتمع المغربي، وبالخصوص في ما تعلق بالأقلية اليهودية، وهو الأمر الذي يفسر هذه النسب المئوية بالنسبة للقيم المذكورة سابقا. إضافة إلى ما ذكرنا نجد أيضا أن هناك قيم إيجابية أخرى واردة في النتائج مثل "الاحترام" و"التجديد" إضافة إلى قيم "أخرى" بنسب أقل .

أما بالنسبة "للبعد السلبي للقيم" تبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن قيمة "الكراهية" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 6،45%، ثم "العنف" ثانيا بنسبة 5،78%، ثم "العنصرية" ثالثا بنسبة 4،62%، أما في المرتبة الرابعة جاء مؤشر قيم سلبية "أخرى" بنسبة 2،32%، وأخيرا "الجهوية" بنسبة 0،99% في المرتبة الأخيرة.

رغم أن نسبة "القيم السلبية" أقل بكثير من القيم الإيجابية في عموم العينة، إلا أن هناك بعض القيم السلبية الواردة التي تستدعي منا التأمل، إن وجود قيمة مثل "الكراهية" و"العنف" بأنواعه المختلفة، إضافة "للعنصرية" و"الجهوية" في منشورات متعلقة بقضايا الهوية الثقافية ولو كان ذلك بنسبة ضئيلة، يطرح إشكال كبير في تعامل وسائل الإعلام مع هذه القضايا، حيث يلعب تموقع الوسيلة الإعلامية الإيديولوجي دور مهم في تسرب بعض القيم السلبية إلى المواد الإعلامية، وهو ما نشهده جليا في الصراع اللغوي في المغرب والجزائر. كما أن بعض القضايا التاريخية التي تم تناولها، فيها إساءة

وتوظيف للتاريخ في خلاف سياسي بين الجزائر والمغرب، وهو الأمر الذي سنفصل فيه في الجداول التفصيلية.

-جدول رقم (27) يمثل القيم المتضمنة في قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة.

القيم		أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
البعد الإيجابي	الأصالة	50	22,32%	18	17,49%	20	19,23%	41	23,56%
	التنوع	13	05,80%	06	05,83%	18	17,30%	26	14,94%
	الاحترام	14	06,25%	12	11,65%	09	08,65%	19	10,92%
	التعايش	10	04,47%	04	03,88%	17	16,35%	13	07,47%
	التجديد	08	03,57%	02	01,94%	/	/	03	01,72%
	الوفاء والامتنان	54	24,11%	27	26,21%	11	10,58%	12	06,90%
	الاحتفاء بالاختلاف	12	05,36%	04	03,88%	17	16,35%	31	17,82%
	أخرى	05	02,23%	04	03,88%	01	00,96%	02	01,15%
المجموع		**166**	**74,11%**	**77**	**74,76%**	**93**	**89,42%**	**147**	**84,48%**
البعد السلبي	الكراهية	20	08,92%	06	05,83%	04	03,85%	09	05,17%
	العنف	17	07,59%	08	07,76%	04	03,85%	06	03,45%
	العنصرية	12	05,36%	07	06,80%	03	02,88%	06	03,45%
	الجهوية	03	01,34%	02	01,94%	/	/	01	00,57%
	أخرى	06	02,68%	03	02,91%	/	/	05	02,88%
المجموع		**58**	**25,89%**	**26**	**25,24%**	**11**	**10,58%**	**27**	**15,52%**
المجموع العام		**224**	**%100**	**103**	**%100**	**104**	**%100**	**174**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي رقم (27) نسب وتكرارات فئة "القيم" التي استخدمتها صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متشابهة إلى حد كبير، حيث سجلنا أن كل منشورات الصفحات المعنية بالدراسة تضمنت على "قيم إيجابية" بالدرجة الأولى. والملاحظ أيضا أن النسب المئوية متباعدة نوعا ما بين استخدام "القيم الإيجابية" و"القيم السلبية" في كل الصفحات المذكورة.

✓بالنسبة للقيم المتضمنة في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن صفحة "أوراس" اعتمدت بالأساس فيما تعلق بالقيم المتضمنة على "البعد الايجابي" بنسبة 74،11٪، "البعد السلبي للقيم" والذي جاء ثانيا بنسبة 25،89%.

بالنسبة للبعد الايجابي للقيم في صفحة "أوراس" جاءت قيمة "الوفاء والامتنان" في المرتبة الأولى بنسبة 24،11%، وكان ذلك من خلال مجموعة من المنشورات، التي تعكس قيمة الوفاء والامتنان لعظماء وشخصيات كبيرة تحولت إلى جزء من هوية البلد الثقافية. ثم جاءت قيمة "الأصالة" ثانيا بنسبة 22،32%، وهو أمر منطقي كون قيمة مثل "الأصالة" كثيرة ما ترتبط بالعديد من قضايا الهوية الثقافية، حيث يستدعي الحديث عن هذه المواضيع إبراز أصالة هذا المجتمع وعراقته. في حين جاءت قيمة "الاحترام" ثالثا بنسبة 6،25%، حيث نجد أنه في الكثير من الأحيان تبرز هذه القيمة من خلال إظهار الاحترام والتقدير لعناصر الهوية الثقافية. ثم تأتي قيمة "التنوع" رابعا بنسبة 5،80%، أما قيمة "الاحتفاء بالاختلاف" فقد جاءت خامسا بنسبة 5،36%، ثم قيمة "التعايش" سادسا بنسبة 4،47%، و هذه القيم الثلاثة الأخيرة في أغلبها تدخل ضمن سياق معين تحدثنا عنه في الجداول السابقة (الاحتفاء بالأقلية اليهودية في المغرب) وهي قيم إيجابية بشكل عام بغض النظر عن التفسيرات التي يمكن أن تقدم عن خلفيات بروز هذه القيم. كما أظهرت النتائج أن قيم أخرى مثل قيمة "التجديد" جاءت سابعا بنسبة 3،57%، ثم "قيم أخرى" في المرتبة الأخيرة بنسبة 2،23%.

أما بالنسبة "للبعد السلبي" جاءت قيمة "الكراهية" أولا بنسبة 8،92%، ثم في المرتبة الثانية جاء "العنف" بنسبة 7،59%، كما جاء في المرتبة الثالثة "العنصرية" 5،36%، وهي قيم مرتبطة ببعض القضايا الخلافية، أو تلك التي تثير نوع من النقاشات التي قد تنحرف عن وجهتها لتتحول لخطابات كراهية، إضافة إلى بعض الأخبار التي تنقل تصريحات لشخصيات سياسية أو كتاب تتضمن نوع من القيم السلبية المذكورة. كما ظهرت قيم سلبية "أخرى" رابعا بنسبة 2،68%، وأخيرا قيمة "الجهوية" 1،34%.

✓بالنسبة للقيم المتضمنة في منشورات صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "سبق برس" فيما تعلق بالقيم المتضمنة في منشوراتها بالدرجة الأولى على "القيم الإيجابية" بنسبة 74،76%، وهي نسبة مرتفعة، مقارنة "بالقيم السلبية" التي بلغت نسبتها 25،24%.

بالنسبة للبعد الايجابي جاءت قيمة "الوفاء والامتنان" في المرتبة الأولى بنسبة 26،21%، حيث سعت هذه الصفحة إلى إبراز هذه القيمة من خلال منشورات تحتفي بشهداء الثورة، ومنشورات أخرى تحتفي ببعض عناصر الهوية الثقافية الأخرى. ثم جاءت قيمة "الأصالة" ثانيا بنسبة 17،49%، حيث كما قلنا سابقا، تتطلب عملية معالجة قضايا الهوية الثقافية في الكثير من الأحيان تضمينها بما يوحي بأصالتها وتجدرها في التاريخ. في حين جاءت قيمة "الاحترام" ثالثا بنسبة 11،65%، إذ أنها تتضمن في بعض منشوراتها إظهار احترام لبعض عناصر الهوية الثقافية. ثم جاءت قيمة "التنوع" رابعا بنسبة 5،83%، أما قيمة "التعايش" و"الاحتفاء بالاختلاف" و"قيم أخرى" خامسا بنسبة 3،88%، وأخيرا قيمة "التجديد" في المرتبة الأخيرة بنسبة 1،94%. وهي نسب محدودة نوعا ما لكنها تظل موجودة.

أما بالنسبة "للبعد السلبي" جاءت قيمة "العنف" أولا بنسبة 7،76%، أما في المرتبة الثانية جاءت قيمة"العنصرية" بنسبة 6،80%، كما جاءت قيمة "الكراهية" في المرتبة الثالثة بنسبة 5،83%، ثم قيم سلبية "أخرى" 2،91% رابعا، وأخيرا "الجهوية" بنسبة 1،94%، وتعليقنا على هذه القيم السلبية هو أن تناول الصفحة في بعض الأحيان يتضمن تدخلات لشخصيات سياسية وثقافية تتضمن نوع من التهجم على لغة أو ثقافة معينة، أو على حدث أو شخصية تاريخية.

✓بالنسبة للقيم المتضمنة في منشورات صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "le360" فيما تعلق فيما تعلق بالقيم المتضمنة في منشوراتها بالدرجة الأولى على "القيم الإيجابية" بنسبة 89،42%، وهي نسبة مرتفعة، مقارنة "بالقيم السلبية" التي بلغت نسبتها 10،58%.

بالنسبة للبعد الايجابي جاءت النسب المئوية لعدد من القيم قريبة من بعضها البعض، حيث جاءت قيمة "الأصالة" في المرتبة الأولى بنسبة 19،23%، حيث حرصت الصفحة على تضمين هذه القيمة في عدة منشورات تبرز الأبعاد الحضارية للهوية الثقافية المغربية، ثم جاءت قيمة "التنوع" ثانيا بنسبة 17،30%، في حين جاءت قيمة "التعايش" و"الاحتفاء بالاختلاف" ثالثا بنسبة 16،35% لكل منهما، والتفسير الذي يمكن أن يقدم لتضمين الصفحة لمثل هذه القيم، هو محاولة إبراز بعض القضايا المتعلقة بالأقليات في المغرب، وبالضبط ما تعلق بالأقلية اليهودية، حيث نجد العديد من المنشورات التي تحتفي بالتراث اليهودي في وتحاول بث قيم مثل التعايش والتنوع، كما تسعى إلى إظهار احتفاء المجتمع المغربي بالاختلاف. ثم جاءت قيمة "الوفاء والامتنان" رابعا بنسبة 10،58%، وتمثلت أساسا في بعض المنشورات التي تناولت بعض الرموز في تاريخ المغرب، أما قيمة "الاحترام" فقد جاءت خامسا بنسبة 8،65%، وأخيرا قيم إيجابية "أخرى" في المرتبة الأخيرة بنسبة 0،96%.

أما بالنسبة "للبعد السلبي" جاءت قيمتي "الكراهية" و"العنف" أولا بنسبة 3،85% لكل منها، حيث جاءت هذه القيم في بعض المنشورات التي تستغل قضايا الهوية الثقافية كأداة في الصراعات السياسية، أما في المرتبة الثانية والأخيرة جاءت "العنصرية" بنسبة 2،88%.

✓بالنسبة للقيم المتضمنة في صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "هسبريس" بشكل أساسي فيما تعلق بالقيم المتضمنة على "البعد الايجابي" بنسبة 84،48٪، "البعد السلبي للقيم" والذي جاء ثانيا بنسبة 15،52%.

بالنسبة للبعد الايجابي جاءت قيمة "الأصالة" في المرتبة الأولى بنسبة 23،56%، حيث ضمنت الصفحة الكثير من منشوراتها المتعلقة بقضايا الهوية الثقافية بهذه القيمة، ثم جاءت قيمة "الاحتفاء بالاختلاف" ثانيا بنسبة 17،82%، في حين جاءت قيمة "التنوع" ثالثا بنسبة 14،94%، وهي نفس المرتبة التي حصلت عليها هذه القيم في صفحة "le360" وكما أوضحنا سابقا ان ظهور هذه القيم بهذا الكم في الصفحتين، راجع إلى سياق سياسي استدعى أن ينال موضوع "الأقليات الدينية" حيزا كبيرا من اهتمام وسائل الإعلام المغربية، ثم قيمة "الاحترام" رابعا بنسبة 10،92%، وتمثل في الأساس من خلال منشورات عديدة يظهر من خلالها محاولة إبراز القائمين على الصفحة، للمكانة والتقدير لبعض عناصر الهوية المغربية مثل الاحتفاء بالتصوف وما يمثله من قيم إنسانية رفيعة، أما قيمة "التعايش" فقد

جاءت خامسا بنسبة 7،47%، وهي ترتبط بالجانب الذي ذكرناه سابقا في ما تعلق بقضايا الأقليات الدينية، ثم قيمة "الوفاء والامتنان" سادسا بنسبة 6،90%، وتبين هذا من خلال منشورات عديدة تحمل وفاء لشخصيات صنعت تاريخ المغرب، في حين جاءت قيمة "التجديد" سابعا بنسبة 1،72%، وأخيرا قيم إيجابية " أخرى" في المرتبة الأخيرة بنسبة 1،15%.

أما بالنسبة "للبعد السلبي" جاءت قيمة "الكراهية" أولا بنسبة 5،17%، ومثلما ذكرنا في التعليق على نتائج صفحة "le360" تمثلت مؤشرات هذه القيمة أساسا في استغلال بعض القضايا الهوياتية في الصراع السياسي، أما في المرتبة الثانية جاء كل من "العنف" و"العنصرية" بنسبة 3،45%، وتمثل أساسا في بعض المنشورات التي تتحدث عن تخريب معالم أمازيغية، وتغيير أسماء مؤسسات تعليمية من الأمازيغية إلى العربية ما فتح الباب أمام اتهامات بالعنصرية ضد المكون الأمازيغي في المغرب، كما جاءت قيم سلبية "أخرى" رابعا بنسبة 2،88%، وأخيرا "الجهوية" 0،57%.

-جدول رقم (28) يمثل حجم التفاعل مع منشورات عينة الدراسة.

أشكال التفاعل		التكرار	%النسب
الإعجاب	350 -0 محدود	199	54,22%
	700-351 متوسط	64	17,44%
	701 فما فوق عالي	104	28,34%
المجموع		**367**	**100%**
التعليقات	100-0 محدود	210	57,22%
	200-101 متوسط	58	15,80%
	201 فما فوق عالي	99	26,98%
المجموع		**367**	**100%**
المشاركات	50-0 محدود	268	73,02%
	100-51 متوسط	48	13,08%
	101 فما فوق عالي	51	13,90%
المجموع		**367**	**100%**

يبين الجدول رقم (28) التكرارات والنسب المتعلقة بفئة حجم التفاعل مع مختلف المضامين والمنشورات المتعلقة بقضايا الهوية الثقافية المقدمة عبر صفحات الدراسة، حيث تبين لنا بشكل عام أنه

فيما تعلق بحجم التفاعل مع المنشورات، جاءت الفئة الفرعية "محدود" أولا في كل أشكال التفاعل التي ذكرناها (الإعجاب، التعليقات، المشاركات)

وتفصيلا أظهرت النتائج المتحصل عليها أن التفاعل مع صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، جاءت الفئة الفرعية (محدود0-350) أولا فيما تعلق بفئة الإعجاب بنسبة 54،22٪، ثم الفئة الفرعية (عالي 701فما فوق) في المرتبة الثانية بنسبة 28،34%، وأخيرا (متوسط 351-700) بنسبة 17،44%. كما تبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أنه فيما تعلق بفئة التعليقات جاءت الفئة الفرعية (محدود 0-100) أولا 57،22%، ثم (عالي 201 فما فوق) في المرتبة الثانية بنسبة 26،98%، وأخيرا الفئة الفرعية (متوسط 101-200) بنسبة 15،80%. كما توصلنا أنه فيما يخص المشاركات جاءت الفئة الفرعية (محدود 0-50) أولا 73،02%، ثم (عالي 101 فما فوق) في المرتبة الثانية بنسبة 13،90%، وأخيرا (متوسط 51-100) بنسبة 13،08%.

إذا ما حاولنا أن نقدم بعض التفسيرات حول هذه النتائج، نشير أولا أن هناك تباين كبير موجود بين الصفحات المعنية بالدراسة فيما تعلق بعدد المتابعين، حيث نجد على سبيل المثال أن صفحة "هسبريس" يبلغ عدد متابعيها ما يقارب 18 مليون متابع، في حين أن صفحة "سبق برس" لا يتجاوز عدد متابعيها ما يقارب 800 ألف متابع، ولهذا من المنطقي أن يكون هناك تباين في عدد المتفاعلين مع منشورات كلتا الصفحتين، إضافة إلى هذا يمكن ربط النتائج المتحصل عليها في هذه الفئة بالنتائج التي تحصلنا عليها في "فئة الوسائط المرئية" حيث لاحظنا أن التفاعل يكون بشكل أكبر عندما يتم استخدام مختلف أنواع "الفيديو" حيث نجد أن صفحتي "هسبريس" و"أوراس" هي الأكثر استخداما للفيديو، وفي نفس الوقت هي الصفحات التي حظيت منشوراتها بأكبر عدد من مختلف أنواع التفاعل.

إن الإعجاب أو مختلف أشكال التفاعل لديها القدرة على جعل المعلومات تنتشر بسرعة أكبر، وهذا نتيجة لطبيعة الخورزميات التي تحرك شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تعتمد على حجم التفاعل كمعيار للانتشار، بمعنى أنه كلما زاد عدد المتفاعلين مع منشور معين، كلما أصبحت فرصة وصول هذا المنشور لجمهور أكبر ممكنة، تتساءل "ماري أوزان" عن فكرة أن مستخدمي فيسبوك ينقرون عمدًا على أيقونات التفاعل "لمشاركة" المعلومات مع الآخرين؟ بمعنى آخر هي تود اختبار مفهوم "المخلفات السلوكية" عبر الإنترنت التي يتركها الأشخاص وراءهم عند تصفح مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث يمكن أن يترك المرسل هذه "البقايا" عمدا أو قد تترك بدون قصد. إذا كان الإعجاب مقصودا، فهو لا

يعبر فقط عن استقبال المحتوى، ولكنه أيضًا "إشارة" لتقديم الذات للآخرين، ويوازي الإعجاب هنا إشارة إلى مفهوم "التعبيرات المنبعثة" في التواصل وجها لوجه "إرفنغ غوفمان"... كان غوفمان (1959) من أوائل الذين جادلوا بأن التفاعلات الشخصية تعمل كوظيفة لتقديم صورة عن الذات، وكان يعتقد أن الأفراد لا يحاولون فقط إقناع الآخرين برؤيتهم على أنهم عادلون ومحترمون وأخلاقيون ولكن أيضًا أنهم يريدون الحفاظ على انطباعات إيجابية عن أنفسهم[1]؛ أي أنه يمكن تفسير التفاعل مع قضايا الهوية الثقافية في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة وخصوصا إذا تحدثنا عن التفاعل "بالمشاركة"، بأنه نوع من تقديم الذات للآخرين؛ أي أن الشخص الذي يشارك هذا المضمون عبر صفحته، يسعى لتقديم صورة عن ذاته للآخرين من خلال هذه المنشورات، التي ربما ترفق بتعليق يبين وجهة نظر الشخص الذي قام بمشاركة المنشور على جداره الشخصي، إن مجرد اهتمامه بأن يرى الآخرون الموجودون في قائمة الأصدقاء هذا المحتوى ويعرفوا إهتمامته، كنوع من تقديم الذات لنفسه وللآخرين في صورة المهتم بهذه النوعية من القضايا.

[1] Ozanne, M., Navas, A.C, An investigation into facebook“ liking ”behavior an exploratory study,Social Media and Society, Volume 3, Issue 2 ,2017 ,P4.

-جدول رقم (29) يمثل حجم التفاعل مع منشورات صفحات الدراسة.

أشكال التفاعل		أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
الإعجاب	0 -350 محدود	102	68,46%	29	50%	35	72,92%	33	29,46%
	351-700 متوسط	27	18,12%	12	20,69%	08	16,66%	17	15,18%
	701 فما فوق عالي	20	13,42%	17	29,31%	05	10,42%	62	55,36%
المجموع		**149**	**100%**	**58**	**100%**	**48**	**100%**	**112**	**100%**
التعليقات	0-100 محدود	104	69,80%	34	58,62%	38	79,17%	34	30,36%
	101-200 متوسط	20	13,42%	12	20,69%	08	16,67%	18	16,07%
	201 فما فوق عالي	25	16,78%	12	20,69%	02	04,17%	60	53,57%
المجموع		**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**
المشاركات	0-50 محدود	113	75,84%	48	82,76%	42	87,50%	65	58,04%
	51-100 متوسط	18	12,08%	04	06,90%	05	10,42%	21	18,75%
	101 فما فوق عالي	18	12,08%	06	10,34%	01	02,08%	26	23,21%
المجموع		**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي رقم (29) نسب وتكرارات فئة "آليات التفاعل" مع منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متشابهة إلى حد كبير بين أغلب الصفحات، حيث سجلنا في ما تعلق "الإعجابات" و"التعليقات" أن كل من صفحة "أوراس" و"سبق برس"

و"le360" جاءت فيها بالدرجة الأولى الفئة الفرعية "محدود "، في حين أن صفحة "هسبريس" جاءت فيها فئة "عالي " أولا، أما فيما تعلق "بالمشاركة" فقد جاءت الفئة الفرعية محدود"0-100" أولا في كل صفحات الدراسة.

✓بالنسبة لآليات التفاعل مع منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أن حجم التفاعل مع منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "أوراس" جاءت الفئة الفرعية "محدود 0-350" أولا فيما تعلق "بالإعجالات" بنسبة 68،46%، ثم جاءت "متوسط 351-700" ثانيا بنسبة 18،12%، في حين جاء "عالي701 فما فوق" أخيرا بنسبة 13،42%. أما بالنسبة "للتعليقات" في صفحة "أوراس" فقد جاءت أولا الفئة الفرعية "محدود 0-100" أولا بنسبة 69،80%، ثم "عالي 201 فما فوق" في المرتبة الثانية بنسبة 16،78%، ثم "متوسط 101-200" في المرتبة الأخيرة بنسبة 13،42%. أما فيما تعلق "بالمشاركة" فقد جاءت الفئة الفرعية "محدود 0-50" أولا بنسبة 75،84%، ثم "متوسط 51-100" و "عالي101 فما فوق" أخيرا بنسبة 12،08% لكل منهما.

✓بالنسبة لآليات التفاعل مع منشورات صفحة الموقع الإخباري الالكتروني "سبق برس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أن حجم التفاعل مع منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" جاءت الفئة الفرعية "محدود 0-350" أولا فيما تعلق "بالإعجالات" بنسبة 50%، ثم جاءت "عالي701 فما فوق" ثانيا بنسبة 29،31%، في حين جاء "متوسط 351-700" أخيرا بنسبة 20،69%. أما بالنسبة "لتعليقات" في صفحة "سبق برس" فقد جاءت أولا الفئة الفرعية "محدود 0-100" أولا بنسبة 58،62%، ثم "متوسط 101-200" و"عالي 201 فما فوق" في المرتبة الأخيرة بنسبة 20،69%. أما فيما يخص "المشاركة" فقد جاءت الفئة الفرعية "محدود 0-50" أولا بنسبة 82،76%، ثم "عالي101 فما فوق" ثانيا، و " أخيرا "متوسط 51-100" بنسبة 6،90%.

✓بالنسبة لآليات التفاعل مع منشورات صفحة الموقع الإخباري الالكتروني "le360" على الفيسبوك.

يمكننا القول أن حجم التفاعل مع منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة الموقع الإخباري "le360" جاءت الفئة الفرعية "محدود 0-350" أولا فيما تعلق "بالإعجالات" بنسبة 72،95%، ثم جاءت "متوسط 351-700" ثانيا بنسبة 16،67%، في حين جاء "عالي701 فما فوق" أخيرا بنسبة 10،42%. أما بالنسبة "لتعليقات" في صفحة "سبق برس" فقد جاءت أولا الفئة الفرعية "محدود 0-100" أولا بنسبة 79،17%، ثم "متوسط 101-200" ثانيا بنسبة 16،67%، و"عالي 201 فما فوق" في المرتبة الأخيرة بنسبة 4،17%. أما فيما يخص "بالمشاركة" فقد جاءت الفئة الفرعية "محدود 0-50" أولا بنسبة 87،50%، ثم "متوسط 51-100" ثانيا بنسبة 10،42%، و"أخيرا "عالي101 فما فوق" بنسبة 2،08%.

✓بالنسبة لآليات التفاعل مع منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أن حجم التفاعل مع منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة الموقع الإخباري "هسبريس" جاءت الفئة الفرعية "عالي701 فما فوق" أولا فيما تعلق "بالإعجالات" بنسبة 55،36%، ثم جاءت "محدود 0-350" ثانيا بنسبة 29،46%، في حين جاء "متوسط 351-700" أخيرا بنسبة 15،18%. أما بالنسبة "لتعليقات" في صفحة "هسبريس" فقد جاءت في المرتبة الأولى الفئة الفرعية "عالي 201 فما فوق" أولا بنسبة 53،57%، ثم "محدود 0-100" في المرتبة الثانية بنسبة 30،36%، وأخيرا "متوسط 101-200" بنسبة 16،07%. في حين جاءت النتائج فيما تعلق "بالمشاركة" فقد جاءت الفئة الفرعية "محدود 0-50" أولا بنسبة 58،04%، ثم "عالي101 فما فوق" ثانيا بنسبة 23،21%، و"أخيرا "متوسط 51-100" بنسبة 18،75%.

-جدول رقم (30) يمثل اتجاه التعليقات على بعض منشورات عينة الدراسة.

اتجاه التعليقات	التكرار	%النسب
تأييد الفكرة الواردة مع تقديم حجج	27	06,75%
تأييد الفكرة الواردة دون تقديم حجة	44	11%
استهزاء وسخرية	113	28,25%
تهجم شخصي	71	17,75%
خطاب كراهية	76	19%
معارضة مع تقديم حجج	36	09%
نصح ديني	24	06%
سرد تجربة شخصية	09	02,25%
المجموع	**400**	**%100**

توفر تعليقات المتابعين الناقدة نظرة ثاقبة عن المحتوى المقدم وجودته أكثر من عدد المشاهدات أو الإعجاب أو عدم الإعجاب أو المشاركات، ومع ذلك فإن العثور على التعليقات الهامة وتحليلها مهمة صعبة وتستغرق وقتا طويلاً، مما يجعلها أقل فائدة للبحث السريع[1]، لكننا رغم هذا حاولنا تقديم قراءة للنتائج المتحصل عليها، حيث توصلنا فيما يتعلق بفئة "اتجاه التعليقات" في إجمالي عينة التعليقات والتي يمثلها الجدول رقم (30)، توصلنا أن أكثر التعليقات جاءت بالدرجة الأولى عبارة عن "استهزاء وسخرية" حيث تم تداولها في إجمالي عينة التعليقات بنسبة 28،25٪، ويمكننا التعليق على هذا الأمر أنه و رغم جدية قضايا الهوية الثقافية، إلا أن التعليقات الواردة على المنشورات التي تتناول إحدى قضايا الهوية الثقافية، جاءت كما تبين النتائج في المرتبة الأولى عبارة عن تعليقات تحمل نوع من الاستهزاء والسخرية، سواء كانت هذه السخرية من الموضوع أو من أحد الأطراف ذات العلاقة

[1] Abdulhadi Shoufan ,What motivates university students to like or dislike an educational online video? A sentimental framework, Computers & Education, Volume 134, 2019, Pages 132-144, p133.

بالموضوع. ثم جاءت التعليقات التي تحمل "خطاب كراهية" في المرتبة الثانية بنسبة 19%، ثم "التهجم الشخصي" ثالثا بنسبة 17،75%، وهذه الأنواع الثلاث تشترك في كونها تعليقات تتميز بالعدوانية.

وبالعودة إلى الدراسات التي أجريت حول موضوع العدوانية وخطاب الكراهية في مختلف دول العالم، نجد أن نظرية الكراهية عبر الإنترنت تقترح أن "دوافع أولئك الذين ينشرون رسائل الكراهية لا تهدف في المقام الأول إلى استعداء الضحايا ظاهريا، بل يصدر الناس رسائل الكراهية عبر الإنترنت في المقام الأول لتجميع إشارات الإعجاب والثناء من أقرانهم المتعاطفين عبر الانترنت... لأن وسائل التواصل الاجتماعي تعمل على تضخيم الإقناع الذاتي، بحيث يصبحون أكثر تطرفاً عندما يحصلون على المزيد من القوة الاجتماعية نتيجة لرسائلهم التي تحض على الكراهية"[1] كما تشير بعض الدراسات التي أجريت في نفس السياق أنه "غالبا ما ترتبط التعليقات بما في ذلك تلك التعليقات اللاذعة والمندفعة بمجهولية الهوية"[2]، حيث يستفيد هؤلاء الأشخاص من الميزات التي تتيحها هذه الشبكات الاجتماعية، مثل إمكانية فتح حساب بهوية مستعارة، وهو الأمر الذي يوفر نوع من الشعور بالحماية من أي مسؤولية اجتماعية، عكس ما هو عليه الحال في المجتمع الطبيعي، حيث يشعر أعضاء هذا الفضاء أنهم غير معرضين للمساءلة والمحاسبة، مثلما يحدث في المجتمع الطبيعي الذي خلق على مر السنوات آليات لمعاقبة من يقوم بسلوكيات تهدد أمنه واستمراره، هذا الأمر ليس متوفر بشكل فعال في المجتمعات الافتراضية، إن وجود العديد من أصناف التعليقات العدوانية المذكورة سابقا، يطرح إشكالات كبيرة حول تحول مساحة التفاعل مع المحتويات الرقمية التي يتيحها فيسبوك وغيره من الشبكات الاجتماعية من خلال التعليق، تحولها من نقاش القضايا المطروحة إلى مساحة لنشر الكراهية والعنف، خصوصا إذا ما تعلق الموضوع بقضايا ذات حساسية عالية مثل قضايا الهوية الثقافية، وهو الأمر الذي يستوجب خلق آليات لمواجهة خطابات الكراهية والعنف والتمييز على المنصات الرقمية، وهو أمر لا يغيب عن هذه الشبكات التي تسعى حاليا إلى تطوير آليات لمواجهة هذا الأمر، من خلال استغلال تقنيات الذكاء الاصطناعي في التعرف على الألفاظ والجمل التي تتضمن أي إيحاء بالعنف أو العدوانية أو أي خطاب تمييزي، لكن هذه التقنيات لا زالت في بداياتها بحيث يمكن تجاوزها من خلال التمويه أو

[1] Joseph B.Walther ,Social media and online hate, Opinion in Psychology, Volume 45, 2022, p1 .

[2] Laeeq Khan, Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube?, Computers in Human Behavior, Volume 66 ,2017 ,Pages 236-247, p139.

استخدام رموز أو استعمال الدارجة المحلية لأي لغة، مما يصعب اكتشاف هذه الخطابات المنبوذة، من طرف الخوارزميات المصممة من أجل هذا الأمر.

كما يمكن القول أنه على الرغم من كل ما ذكرنا حول خطابات الكراهية والعنف التي تميز التعليقات التي تم دراستها، إلا أن هناك أصناف أخرى من التعليقات يجب الإشارة إليها، حيث جاءت التعليقات التي تحمل "تأييد الفكرة الواردة دون تقديم حجة" في المرتبة الرابعة بنسبة 11%، ثم جاءت "معارضة مع تقديم الحجج" خامسا بنسبة 9%، أما "تأييد الفكرة الواردة مع تقديم الحجج" جاءت في المرتبة السادسة بنسبة 6،75%، ثم "النصح الديني" سابعا بنسبة 6%، وأخيرا "سرد تجربة شخصية" بنسبة 2،25%، وهو الأمر الذي يحيلنا على أهمية التعليقات خصوصا تلك التي تقدم إضافة أو تعليق جدي على الموضوع، لأنها تخلق توازن مع ما تقدمه المؤسسة الإعلامية من وجهة نظر حول الموضوع، وهو ما يذكره "لائق خان" في دراسته حول التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي من خلال موقع "يوتيوب" حيث يؤكد "أن المحتوى الذي ينشئه المستخدمون في شكل تعليقات له وزن في كيفية إدراك الأفراد للواقع، وحتى التنافس على التأثير ضد المحتوى الإخباري الأصلي الذي تنشره مؤسسة إخبارية، حيث أظهرت الأبحاث بالفعل أن التعليقات لديها القدرة على تغيير تصور القارئ بشكل كبير حول الموضوع الذي تمت مناقشته، بحيث أن ثاني أهم شكل من أشكال استهلاك المحتوى الرقمي هو قراءة التعليقات."[1]

[1] Laeeq Khan, op cit, p237.

-جدول رقم (31) يمثل اتجاه التعليقات على بعض منشورات صفحات الدراسة.

اتجاه التعليقات	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
تأييد الفكرة الواردة مع تقديم حجج	03	03%	07	07%	06	06%	11	11%
تأييد الفكرة الواردة دون تقديم حجة	16	16%	04	04%	11	11%	13	13%
استهزاء وسخرية وتشكيك	32	32%	32	32%	13	13%	36	36%
تهجم شخصي	16	16%	27	27%	21	21%	07	07%
خطاب كراهية	17	17%	12	12%	32	32%	15	15%
معارضة مع تقديم حجج	11	11%	10	10%	02	02%	13	13%
نصح ديني	04	04%	04	04%	11	11%	05	05%
سرد تجربة شخصية	01	01%	04	04%	04	04%	/	/
المجموع	**100**	**%100**	**100**	**%100**	**100**	**%100**	**100**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي أعلاه والذي يحمل الرقم (31) نسب وتكرارات فئة "اتجاه التعليقات" التي وردت على منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متقاربة إلى حد كبير، حيث سجلنا أن التعليقات على صفحة "أوراس" جاءت بالدرجة الأولى عبارة عن "استهزاء وسخرية"، وهي نفس النتيجة المتحصل عليها في صفحة "سبق برس" حيث جاءت التعليقات عبارة عن "استهزاء وسخرية"، أما فيما تعلق بصفحة "le360" فقد جاءت التعليقات التي تحمل "خطاب كراهية " في المرتبة الأولى، أما صفحة "هسبريس" فقد جاءت النتائج المتحصل عليها فيما يخص التعليقات، مشابهة لتلك المتحصل عليها في صفحتي أوراس وسبق برس حيث جاءت في أغلبها عبارة عن "استهزاء وسخرية" بالدرجة الأولى.

✓بالنسبة لاتجاه التعليقات على منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

بشكل عام يمكننا القول أن التعليقات الواردة على منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "أوراس" جاءت عبارة عن "استهزاء وسخرية" بالدرجة الأولى بنسبة 32%، حيث سجلنا أن كثير من التعليقات تقلل من جدية المواضيع المتناولة، أو تسخر من الأشخاص الأطراف في الموضوع المنشور، وكمثال على هذا الصنف من التعليقات ما ورد في منشور ينقل تصريح للكاتب **"أمين الزاوي"** حول المشكل اللغوي في الجزائر، ثم جاءت التعليقات التي تحمل نوع من "خطاب الكراهية" ثانيا بنسبة 17%، ومن الأمثلة على هذا النوع من التعليقات ما ورد فيما تعلق بمنشور يتناول تصريح لوزير التربية الجزائري حول تعميم تدريس الأمازيغية، حيث جاءت عدة تعليقات تحمل عبارات كراهية وتحريض ضد مجموعة إثنية معينة، في حين جاءت التعليقات التي تحمل "تهجم شخصي" ثالثا بنسبة 16%، وهي نفس النسبة التي وردت بها التعليقات التي "تؤيد الفكرة الواردة دون تقديم حجة"

أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت التعليقات التي فيها "معارضة لما ورد في المنشور مع تقديم حجج" بنسبة 11%، ثم جاءت التعليقات التي تتضمن "نصح ديني" في المرتبة الخامسة بنسبة 4%، ثم "تأييد الفكرة الواردة مع تقديم حجج" بنسبة 3%، وأخيرا "سرد تجربة شخصية" بنسبة 1%.

✓بالنسبة لاتجاه التعليقات على منشورات صفحة الموقع الإخباري الالكتروني "سبق برس" على الفيسبوك.

يمكننا القول أن التعليقات الواردة على المنشورات التي تتناول إحدى قضايا الهوية الثقافية في صفحة "سبق برس" جاءت عبارة عن "استهزاء وسخرية" بالدرجة الأولى بنسبة 32%، ثم جاءت التعليقات التي تحمل نوع من "التهجم الشخصي" ثانيا بنسبة 27%، وكمثال عن هاذين النمطين من التعليقات ما ورد في التعليق على منشور عن تصريحات **"نور الدين أيت حمودة"** التي هاجم فيها الأمير عبد القادر الجزائري حيث جاءت في أغلبها استهزاء وسخرية وتهجم شخصي على المعني، في حين جاءت التعليقات التي تحمل "خطاب الكراهية" ثالثا بنسبة 12%، أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت التعليقات التي فيها "معارضة لما ورد في المنشورات مع تقديم حجج" بنسبة 10%، ثم جاءت التعليقات التي ورد بها "تأييد الفكرة الواردة مع تقديم حجة" خامسا بنسبة 7%، في حين أن التعليقات التي تتضمن "نصح ديني" أو "تأييد الفكرة الواردة دون تقديم حجج" أو "سرد تجربة شخصية" جاءت أخيرا بنسبة 4%.

✓بالنسبة لإتجاه التعليقات على منشورات صفحة الموقع الإخباري الالكتروني "le360" على الفيسبوك.

تبين لنا من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أن التعليقات الواردة على المنشورات التي تتناول إحدى قضايا الهوية الثقافية في صفحة "le360" جاءت بالدرجة الأولى عبارة عن "خطاب الكراهية" بنسبة 32%، وكمثال عن هذا النمط من التعليقات ما ورد في منشور حول زيارة رئيس وزراء الكيان الصهيوني إلى كنيس بيت إيل في الدار البيضاء المغربية، حيث توجهت الكثير من التعليقات نحو ممارسة خطاب كراهية ضد اليهود كجماعة دينية وإثنية بشكل عام، في حين أنه كان الأجدر توجيه الانتقاد نحو الممارسات الصهيونية العنصرية، ثم جاءت التعليقات التي تحمل نوع من "تهجم شخصي" ثانيا بنسبة 21%، ومن الأمثلة على هذا النوع من التعليقات ما ورد في الردود عن تصريح أحد النواب المغاربة حول ترسيم رأس السنة الأمازيغية كعطلة رسمية، حيث تحول النقاش في التعليقات إلى تهجم شخصي على النائب المذكور، ثم جاءت التعليقات التي تحمل "استهزاء وسخرية" ثالثا بنسبة 13%، أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت تلك التعليقات التي تتضمن "نصح ديني" و"التعليقات التي "تؤيد الفكرة الواردة دون تقديم حجة" بنسبة 11% لكل منهما، ثم جاءت التعليقات التي فيها "معارضة لما ورد في المنشورات مع تقديم حجج" بنسبة 10%، ثم جاءت التعليقات التي ورد بها "تأييد الفكرة الواردة مع تقديم حجة" خامسا بنسبة 7%، في حين أن التعليقات التي تتضمن "تأييد الفكرة الواردة مع تقديم حجج" خامسا بنسبة 6%، ثم تلك التي تتضمن "سرد تجربة شخصية" سادسا بنسبة 4%، وأخيرا التعليقات التي "تعارض مع تقديم حجج" بنسبة 2%، وهذا الأمر يجعلنا نتساءل هل تستعمل مساحة التعبير التي تتيحها الشبكات الاجتماعية بشكل صحيح؟ وإجابتنا من خلال هذه النتائج بكل تأكيد "لا".

✓بالنسبة لاتجاه التعليقات على منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبرس" على الفيسبوك.

بالنسبة للتعليقات الواردة على منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحة "هسبريس" فقد جاءت بالدرجة الأولى عبارة عن "استهزاء وسخرية" بنسبة 36%، ومن هذه التعليقات ما ورد حول منشور عن تصريح الكاتب المغربي "بن سالم حميش" الذي قال أن البربر كانوا وراء تعريب المغرب وأن

العربية قوام حضارة الأمازيغ، حيث وردت أغلب التعليقات تحت هذا المنشور عبارة عن سخرية واستهزاء من هذا الكلام، ثم جاءت التعليقات التي تحمل نوع من "خطاب الكراهية" ثانيا بنسبة 15%، حيث وجدنا أنه في التعليقات على منشور عن اجتماع حكومي حول تعميم تدريس الأمازيغية في المغرب، تضمنت بعض التعليقات نوع من خطابات الكراهية، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت التعليقات التي فيها "معارضة لما ورد في المنشور مع تقديم حجج" إضافة إلى تلك التعليقات التي تحمل "تأييد لفكرة الواردة دون تقديم حجة" بنسبة 13%، في حين جاءت التعليقات التي تتضمن" تأييد للفكرة الواردة مع تقديم حجة" رابعا بنسبة 11%، أما التعليقات التي تحمل "تهجم شخصي" فقد جاءت خامسا بنسبة 7%، ثم التعليقات التي تتضمن "نصح ديني" أخيرا بنسبة 5%، في حين لم ترد تعليقات تتضمن "سرد تجربة شخصية".

ثالثا: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث الشكل.

-جدول رقم (32) يمثل اللغة المستخدمة في منشورات عينة الدراسة.

اللغة المستخدمة	التكرار	%النسب
لغة عربية	218	59,40%
الدارجة المحلية	52	14,17%
لغة أمازيغية	09	02,45%
لغة فرنسية	07	01,91%
المزج بين العامية و الفصحى	81	22,07%
المجموع	**367**	**%100**

توصلنا فيما يتعلق بفئة اللغة المستخدمة في إجمالي عينة الدراسة والتي يمثلها الجدول رقم (32)، إلى أن "اللغة العربية الفصحى" هي الأكثر استخداما بين اللغات التي تم استعمالها في إجمالي منشورات الدراسة، بنسبة 59,40٪ وهي نسبة كبيرة يمكن تفسير هذا الأمر ببساطة بكون الجمهور الذي تتوجه له صفحات المؤسسات الإعلامية محل الدراسة هو جمهور عربي أو يتقن اللغة العربية في أغلبه، ما يجعل هذه المؤسسات تعتمد على اللغة العربية أساسا في المواد الإعلامية التي تقدمها عبر صفحاتها على الشبكة الاجتماعية "فيسبوك" والملاحظ أنه على الرغم من كون العربية المستخدمة في المنشورات فصيحة إلا أنها بسيطة من الناحية اللغوية وتبتعد عن أي نوع من التعقيد أو استخدام المصطلحات التي من شأنها تعقيد الفهم على القارئ العادي، وهذا راجع لكون متتبعي هذه الصفحات جمهور عام، مختلف في مستوياته التعليمية وقدرته على الفهم، ويتبين هذا من خلال مجموعة من السمات العامة المميزة للمحتوى الإعلامي محل الدراسة مثل استعمال الجمل القصيرة، والعمل على أن تكون الفقرات قصيرة وتوصل المعنى، إضافة إلى الحرص على استخدام ألفاظ مألوفة ومتداولة عند المتابعين.

أما فيما تعلق بفئة "المزج بين العامية والفصحى" فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة معتبرة تقدر نسبتها بـ 22,07٪ ومما لاشك فيه أننا لا نستغرب على الإطلاق هذا المزج بين استعمال

الفصحى والعامية، كون هذا الأمر تقوم به كبرى المؤسسات الإعلامية في العالم، بل أصبح المزج بين اللغة الأصلية والدارجات المحلية في الكتابة الصحفية مذهبا له أنصاره والمدافعون عنه، ويرى هؤلاء أن هذا الأمر ضروري لتقترب الصحافة أكثر من الناس وتحدثهم بلغتهم اليومية. إن الصحيفة الالكترونية أو الموقع الإخباري لا يمكن أن يتحكم في اللغة المتداولة على المنصة فحتى إن استخدمت هذه المؤسسات اللغة الفصحى السهلة والمفهومة في كل ما تنتجه مسموعًا أو مكتوبًا، أصليًّا أو مترجمًا عن لغات أخرى...إلا أن المتدخلين في القصص يتحدثون غالباً بلهجاتهم، وهم من شرائح مجتمعية ومستويات علمية واقتصادية مختلفة ومتباينة، ففي القصص الإنسانية مثلا، علينا أن نُجري مقابلة مع المريض أو ضحية العنف، ومع الطبيب أو المرافق كذلك، وكلهم سيتحدثون بالعامية، وكذلك شهود العيان والخبراء وغيرهم. هذه المداخلات والمقابلات لا نتحكم في لغتها، وهي ضرورية للقصة[1].

نلاحظ كذلك أن استعمال الدارجة المحلية في منشورات عينة الدراسة جاء ثالثا بنسبة 14,17٪ من إجمالي منشورات الدراسة، وجدير بالذكر أن أغلب هذه المنشورات التي نتحدث عنها هي عبارة عن فيديوهات، حيث تحرص المؤسسات الإعلامية المذكورة على أن تكون الفيديوهات التي تبثها على منصاتها بالدارجة المحلية (الدارجة المغربية بالنسبة لهسبريس و LE360 والدارجة الجزائرية بالنسبة لأوراس وسبق برس) وهذا راجع لكون من يظهر في هذه الفيديوهات مواطنون عاديون يتحدثون في قضايا الحياة اليومية بلهجتهم الخاصة دون تكلف أو تصنع، أو تكون فيديوهات يظهر فيها صحفيون يقدمون مادة إعلامية بالدارجة المحلية فقط وهو ما سنفصله ونضرب أمثلة عنه في التعليق على الجدول التفصيلي الموالي، تجدر الإشارة إلى أن هناك من يميل إلى الاعتقاد بأن "محاولة تسييد العامية في وسائل الإعلام ينطوي على مؤامرة يحيكها أعداء العرب لتبديد اللغة الفصحى التي تعد عاملا أساسيا في توحيد وانصهار العالمين الإسلامي والعربي؛ إذ تتعمد بعض المؤسسات الإعلامية ترويج العامية على حساب الفصحى، انطلاقا من خلفيات سياسية وفكرية وعقائدية مناوئة للأطر القومية والإسلامية، إن

[1] محمد ولد إمام، بين الفصحى والعامية.. كيف نصيغ اللغة الأقرب إلى الجمهور؟، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، نشر في 2019/10/29، روجع في 2022/09/15، متاح على https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/885

تزمت بعض الأوساط الثقافية وتعصبهم للغة العربية ورفضهم حتمية مواكبة العصر أدى إلى اتساع الهوة، فلا يمكن أن نبرئ جانب اللغة من مشكلة الصعوبة سواء في الكتابة أم النحو أم الصرف"[1].

وكما سبق وأشرنا فإن هناك تيار عالمي كبير من الصحفيين الذين يميلون نحو استخدام اللهجات المحلية في الكتابة أو العمل الصحفي عموما وهذا راجع إلى اعتقاد هؤلاء أن تلك هي الوسيلة المثلى لاستقطاب الجمهور، ولعل ما يعزز ذلك هو محاولة مواكبة العصر والتطور ومحاكاة ما يحدث في منصات التواصل الاجتماعي التي تبتعد بشكل كبير عن الفصحى، حيث أن السمة الغالبة هي اللجوء إلى العاميات المحلية، كما أن طبيعة بعض المضامين المقدمة وخاصة برامج السخرية تحتم استخدام العاميات المحلية، لأن الفصحى لا تتلاءم مع هذا النوع من المحتوى، ويؤكد "الكثير من القائمين على الإنتاج التلفزيوني بأن توظيف العامية يرجع إلى كونها قريبة للواقع وبأنها أكثر تأثيرا وجذبا للمتلقين، وبالتالي هي أداة لاستقطاب مزيد من الجماهير من الأوساط التعليمية والثقافية الدنيا ومخاطبة الشريحة الأكبر في المجتمع[2].

أما في المنطقة المغاربية فقد تنامت ظاهرة الإلحاح على الدعوة إلى استعمال العامية حيث نجدها في المغرب مثلا في الفترة الأخيرة بشكل مثير لافت، حيث تم إحداث كثير من المواقع الإلكترونية للدفاع عن اللهجة العامية. في السنوات الماضية، وكانت مجلة نيشان التي ترأسها الصحفي "أحمد رضا بنشمسي"، هي حاملة لواء الدفاع عن العامية المغربية، وكانت تدافع بكل قوة عن ضرورة استعمالها في التعليم والإعلام والحياة العامة بدعوى أن الدارجة العامية هي لغة التخاطب اليومي بين المغاربة[3].

[1] كريمة غديري، هيمنة العامية على وسائل الإعلام وانعكاساتها على اللغة العربية، مجلة اللّغة العربية، المجلد 21، العدد 03، 2019، ص331.

[2] ليليا يديوي، نعيمة جيدال، استعمال العامية في وسائل الإعلام الجزائرية المسموعة وانعكاساتها على الفصحى، مذكرة ماستر، كلية اللغات والأدب العربي، جامعة البويرة 2020/2019، ص35.

[3] إلياس بلكا، محمد حراز، مرجع سبق ذكره، ص71.

أما اللغة الأمازيغية فقد جاءت في المركز الرابع بنسبة لا تتجاوز 2,45٪ فقط وهي نسبة ضئيلة لا تتناسب مع أعداد الناطقين بها في كل من الجزائر والمغرب، وجاءت تقريبا كلها عبارة فيديوهات يتحدث فيها أشخاص باللغة الأمازيغية بمناسبة الاحتفال بذكرى يناير أو بمناسبة إحياء إحدى الأحداث الثقافية الخاصة بالأمازيغ، إضافة إلى اللغة الأمازيغية نجد أيضا "اللغة الفرنسية" في المركز الأخير بنسبة لا تتجاوز 1,91٪، وهي نسبة يمكن تفسير انخفاضها بكون الصفحات محل الدراسة هي صفحات موجهة إلى الجمهور الذي يقرأ باللغة العربية فقط، وتجدر الإشارة أن بعض هذه المؤسسات الإعلامية المذكورة لها صفحات أخرى على الموقع ذاته تقدم نفس الخدمات الإعلامية باللغة الفرنسية.

-جدول رقم (33) يمثل اللغة المستخدمة في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة.

اللغة المستخدمة	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
لغة عربية	102	68,46%	42	72,42%	23	47,92%	51	45,53%
الدارجة المحلية	20	13,42%	03	05,17%	08	16,66%	21	18,75%
لغة أمازيغية	01	00,67%	/	/	02	04,17%	06	05,36%
لغة فرنسية	02	01,34%	/	/	03	06,25%	02	01,79%
المزج بين العامية و الفصحى	24	16,11%	13	22,41%	12	25%	32	28,57%
المجموع	**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**

يعكس الجدول رقم (32) تفصيل ما تم تقديمه في الجدول السابق إجمالا، ويبين هذا الجدول النسب والتكرارات المتعلقة بطبيعة اللغة المستخدمة في المضامين الإعلامية المقدمة في كل صفحة من صفحات عينة الدراسة، والملاحظ بشكل عام أن "اللغة العربية الفصحى" هي الأكثر استعمالا في جميع الصفحات، رغم التباين في النسب بين صفحة وأخرى.

✓بالنسبة للغة المستخدمة في صفحة "أوراس" على الفيسبوك:

أظهرت النتائج أن استخدام "اللغة العربية الفصحى" جاء أولا بنسبة 68,46٪، وجاء هذا الاستخدام بالخصوص في الأخبار والمقالات الصحفية التي تتناول أحد القضايا ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية، وتفسيرا لذلك يمكننا القول أن طبيعة المواضيع التي تم تناولها إضافة إلى طبيعة الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجتها تتطلب استعمال اللغة العربية الفصحى بحيث لا تتلاءم العامية الجزائرية مع هذا النوع من المواضيع خصوصا إذا كان في شكل مقال أو خبر، وتنوعت هذه القضايا بين مقالات وأخبار تتناول مسائل تاريخية مثل: العلاقة مع فرنسا في ظل النقاش الحاصل حول مسائل تاريخية كاعتذار فرنسا عن جرائمها في الفترة الاستعمارية في الجزائر، إضافة إلى باقي قضايا الهوية الثقافية مثل: القضايا اللغوية والقضايا الدينية وقضايا التراث الجزائري.

كما يتضح من خلال الجدول أن صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" استخدمت أسلوب المزج بين "اللغة العربية الفصحى والعامية" بنسبة 16,11٪، حيث جاءت في المرتبة الثانية بعد "العربية الفصحى" وتعكس هذه النسبة اهتمام صحيفة "أوراس" باستعمال اللهجة العامية الجزائرية إلى جانب اللغة العربية، وهذا راجع إلى أن الصحيفة المذكورة خصصت بعض الفيديوهات التي تتناول قضايا تراثية وتاريخية يقدمها صحفيون في الجريدة، ويستخدمون فيها أسلوب المزج بين اللغة العربية الفصحى والعامية الجزائرية، وهي في تقديرنا محاولة من الصحيفة المذكورة لتنويع أساليب تقديم المادة الإعلامية للوصول إلى جمهور أكبر، ثم يأتي ثالثا استخدام الدارجة المحلية بنسبة 13,42٪، ويظهر هذا من خلال مجموعة من المنشورات التي يظهر فيها مواطنون عاديون أو بعض الشخصيات العامة يتحدثون بالعامية الجزائرية فقط دون استعمال اللغة العربية الفصحى، وهذا الأمر طبيعي في ظل التغيرات التي فرضتها التطورات الحاصلة في التكنولوجيا الاتصالية، حيث أصبحت العاميات المختلفة هي اللغة الأساسية المستخدمة في الشبكات الاجتماعية المختلفة.

وجاءت اللغة الفرنسية في المركز الرابع من حيث استخدامها في منشورات صفحة "أوراس" على الفيسبوك، و هو ما لا يتلاءم مع موقع اللغة الفرنسية في الساحة الثقافية والإعلامية في الجزائر، لكن رغم هذا يمكن فهم هذه المرتبة المتأخرة إذا عرفنا توجهات الجريدة الالكترونية "أوراس" التي تركز على البعد العربي الإسلامي للجزائر. وأخيرا جاءت اللغة الأمازيغية بنسبة لا تتجاوز 0,67٪ وهي نسبة ضئيلة لا تتلاءم مع مكانة اللغة الأمازيغية التي تعتبر لغة رسمية إلى جانب اللغة العربية في الجزائر،

كما لا تتلاءم مع الجهود المبذولة من أجل تعميم اللغة الأمازيغية في قطاعات متعددة مثل التعليم والإعلام.

✓بالنسبة للغة المستخدمة في الصفحة الإخبارية "سبق برس" على الفيسبوك:

تبين لنا من خلال قراءة النسب الواردة في الجدول أعلاه أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر استعمالا في صفحة موقع" سبق برس" على الفيسبوك بنسبة 72,42٪، ويرجع هذا الأمر في تقديرنا إلى طبيعة الموقع الذي يقوم على تقديم الأخبار والمقالات باللغة العربية سواء كانت هذه المقالات من إعداد الفريق الصحفي للموقع الإخباري أو مجرد ترجمة لمواضيع إخبارية من وكالات الأنباء والصحافة العالمية الناطقة بلغة غير اللغة العربية، إن طبيعة الموقع الإخباري تفرض عليه استعمال اللغة العربية الفصحى بشكل واسع لأن هذا النوع من المواقع يركز على تقديم خدمات إخبارية، وكما هو معلوم فالأنواع الخبرية تختلف عن باقي الأنواع الصحفية في لغتها، لأنها لا بد أن تكتب بلغة جادة، لكي لا تحتمل تأويلا آخر، انطلاقا من المبدأ الصحفي الشهير "الخبر مقدس والتعليق حر" وبالتالي يراعي موقع "سبق برس" من خلال صفحته على "فيسبوك" هذه العوامل التي ذكرنها ويركز فيما تعلق باللغة المستخدمة في المواد الإعلامية التي يقدمها على "اللغة العربية الفصحى" بغية إيصال ما يقدمه من خدمات إخبارية بشكل واضح ومفهوم، لجمهور مستهدف يفترض الموقع الإخباري المذكور أنه جمهور عربي اللغة والثقافة.

كما أظهرت النتائج أن استخدام أسلوب المزج بين اللغة "العربية الفصحى والعامية" جاء ثانيا بنسبة 22,41٪، حيث تم استخدام العامية الجزائرية إلى جانب اللغة العربية الفصحى في عدة منشورات، وهذا ما يعكس سعي القائمين على الموقع التنويع في اللغة المستخدمة رغم طبيعة المواقع الإخبارية وما يفرضه هذا الأمر من قيود، إن استعمال الدارجة المحلية أمر طبيعي خلقته التحديات التي فرضتها الشبكات الاجتماعية عموما، والفيسبوك على وجه الخصوص باعتبار أن العامية هي الأكثر استعمالا في هذه المنصة، إضافة إلى كون بعض التصريحات التي تنقل داخل خبر ما يتم نقلها حرفيا من على لسان قائلها باللهجة العامية، كما يبين الجدول أن موقع "سبق برس" استخدم "الدارجة المحلية" في المرتبة الثالثة كلغة في ما يقدمه من مادة إعلامية في عدد بسيط من المنشورات لا يتجاوز5,17٪، وهي في غالبها عبارة عن فيديوهات يظهر فيها أشخاص يتحدثون في أحد القضايا

ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية مستخدمين الدارجة المحلية الجزائرية بمخلف تنوعاتها، أي أن استخدام الدارجة المحلية الجزائرية فقط ليس من أولويات السياسة الإعلامية للموقع الإخباري المذكور، بل هو ضرورة فرضها الواقع بحكم أن أي عمل إخباري تزيد قيمته إذا كان مرفقا بفيديو يخدم ويدعم المحتوى المقدم من طرف الموقع، والملاحظ ختاما أنه بالنسبة للغتين الأمازيغية والفرنسية لم ترد أي منشورات في صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" تستعمل هاتين اللغتين.

✓بالنسبة للغة المستخدمة في الصفحة الإخبارية "le360" على الفيسبوك:

يتضح لنا من خلال الجدول التفصيلي أعلاه أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر استعمالا في صفحة موقع "le360" على الفيسبوك بنسبة 47,92٪، وهي نسبة منخفضة نوعا ما مقارنة ببقية الصفحات محل الدراسة، ويرجع هذا الأمر في تقديرنا إلى أن موقع "le360" في الأصل هو موقع مغربي يقدم خدمات إخبارية باللغة الفرنسية بالأساس، ثم أطلق نسخة عربية تقدم نفس الخدمات التي تقدمها النسخة الفرنسية من الموقع الإخباري.

كما يبين الجدول أن استخدام أسلوب المزج بين "اللغة العربية الفصحى والعامية" المغربية جاء ثانيا بنسبة 25٪، وهي نسبة يمكن اعتبارها مرتفعة نوعا ما، خاصة إذا عرفنا أن "le360" هو موقع إخباري، أي أن الأولوية بالنسبة له هي المواضيع ذات الصلة بالواقع اليومي، ورغم أن الأنواع الصحفية الإخبارية تتطلب استعمال "اللغة الفصحى" لأنها أكثر قدرة على إيصال المعلومة بدقة دون تحريفها أو التغيير في معانيها وهو أمر تزداد إحتماليته إذا ما استخدمنا "الدارجة المحلية" وهذا أمر يرجع إلى غياب ضوابط لغوية فيها، بحيث يسهل التلاعب بتراكيبها اللغوية، وهذا ما دفع بالموقع الإخباري المذكور إلى أن يحاول المزج بين اللغة العربية الفصحى والعامية المغربية قصد الوصول إلى موازنة بين ما تفرضه طبيعته الإخبارية وما تفرضه الرغبة الملحة في التكيف مع ما هو سائد لغويا على الشبكة الاجتماعية "فيسبوك".

كما أظهرت النتائج التفصيلية أن استخدام "الدارجة المحلية" في صفحة الموقع الإخباري "le360" جاءت في المركز الثالث بنسبة معتبرة هي 16,66٪، من إجمالي منشورات الصفحة وهي نسبة مهمة تتمثل أساسا في بعض الفيديوهات المختلفة التي تتضمن محتوى بالدارجة المغربية، سواء

أكانت تصريحات أو مقابلات مع مسئولين عن قطاعات ثقافية ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية، مثل المواضيع المتعلقة بالتراث اليهودي في المغرب، أما بالنسبة للغة الفرنسية فقد جاءت في المركز الرابع بنسبة 6,25٪، وهي في أغلبها فيديوهات مأخوذة من ما تنتجه النسخة الفرنسية من الموقع، وأخيرا جاءت اللغة الأمازيغية بنسبة 4,17٪ من إجمالي المنشورات وتمثلت في الأساس في بعض المنشورات والفيديوهات الخاصة بتغطية احتفالات يناير في المغرب.

✓بالنسبة للغة المستخدمة في صفحة "هسبريس" على الفيسبوك:

أظهرت النتائج المتحصل عليها أن استخدام "اللغة العربية الفصحى" في منشورات صفحة "هسبريس" على الفيسبوك جاء أولا بنسبة 45,53٪، وهي في أغلبها عبارة عن تغطيات إخبارية، ورغم أن استخدام الفصحى جاء أولا إلا أن النسبة المذكورة أعلاه ليست بالنسبة الكبيرة بحيث لا تبلغ حتى نصف العينة محل الدراسة، وهذا أمر جدير بالانتباه والتحليل كون الجريدة الالكترونية "هسبريس" يفترض أنها جريدة إلكترونية تقدم خدمات إعلامية باللغة العربية، ولهذا فإن هذه النسبة تبقى منخفضة نوعا ما، ولعل هذا يرجع إلى طريقة العمل الصحفي الذي تتبناه الصحفية الالكترونية "هسبريس" والقائم على إقحام الدارجة المغربية بشكل كبير في المادة الإعلامية المقدمة، وهو اتجاه عالمي في الصحافة يؤمن بضرورة أن يخاطب الإعلام الجمهور المتلقي بلغته اليومية، بعيدا عن اللغة المدرسية والأكاديمية، لأن وظيفة الإعلام حسب هؤلاء أن ينقل الواقع بلغة الواقع، لا أن يتمثل ما يجب أن يكون.

كما بينت النتائج المتحصل عليها أن أسلوب "المزج بين العامية و اللغة العربية الفصحى" جاء ثانيا بنسبة 28,57٪، وهي نسبة معتبرة تؤكد ما ذكرناه سابقا عن اتجاه صحيفة هسبريس نحو المزج بين الدارجة المحلية واللغة العربية، بهدف الابتعاد عن اللغة العربية في شكلها الجامد ولإعطاء الخصوصية المغربية للمحتوى المقدم على اعتبار أن المستهدف الرئيسي هو الجمهور المغربي، وتمثلت هذه النسبة بمجموعة منشورات تتناول قضايا تراثية أو تاريخية أو دينية، استعمل في تقديم مادتها كل من اللغة العربية الفصحى إضافة إلى العامية المغربية، يتضح من خلال الجدول أيضا أن استخدام "الدارجة المحلية" المغربية جاء في المركز الثالث بنسبة 18,75٪، وهو الأمر الذي يؤكد ما ذكرناه سابقا حول الإستراتيجية التي تتبناها الصحيفة المذكورة، والقائم على جعل العامية المغربية، أداة رئيسية للعمل الإعلامي في صحيفة "هسبريس" بغية إعطاء الطابع المغربي للمحتوى المقدم، إضافة إلى

مخاطبة المتابعين وعددهم يتجاوز العشرين مليون متابع لصفحة الجريدة الالكترونية على الفيسبوك، مخاطبتهم بالكلام الذي يستخدمونه في حياتهم اليومية، ويبدو أن هذه السياسة المعتمدة من طرف القائمين على الصحيفة ناجحة، وهو ما يمكن ملاحظته من خلال كمية المتابعين والمتفاعلين مع منشورات الصفحة، التي تسجل عشرات الآلاف من التفاعلات على كل منشور من منشوراتها.

كما أظهرت النتائج أن استخدام اللغة الأمازيغية جاء رابعا بنسبة 5,36٪، وهي نسبة ضئيلة لا تتلاءم مع الاهتمام الذي تبديه هذه الصحيفة الالكترونية بالقضايا اللغوية في المغرب، وبالخصوص قضايا اللغة والثقافة الأمازيغية، حيث يحضر هذا الموضوع باستمرار في الصحيفة، لكن هذا الأمر لا ينعكس على لغة المحتوى المقدم في صفحة "هسبريس" وهو أمر يطرح إشكال حيث يفترض أن ينعكس اهتمام الصحيفة بقضايا الثقافة الأمازيغية على طبيعة اللغة التي يستخدمها، بحيث تمنح مساحة أكبر للمحتويات التي تستعمل اللغة الأمازيغية، وقد جاءت هذه المنشورات في أغلبها عبارة عن فيديوهات باللغة الأمازيغية، أما اللغة الفرنسية فقد جاءت أخيرا بنسبة لا تتجاوز 1,79٪، وهي نسبة ضئيلة لا تعبر عن مكانة اللغة الفرنسية في المغرب، ولعل هذا الأمر راجع لكون صحيفة "هسبريس" تملك نسخة باللغة الفرنسية.

-جدول رقم (34) يمثل فئة المصادر المعتمد عليها في منشورات عينة الدراسة.

المصادر	التكرار	%النسب
وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي	130	35,42%
مؤسسات رسمية	49	13,35%
شخصيات سياسية	29	07,90%
كتب و دراسات أكاديمية	41	11,17%
هيئات ومنظمات	18	04,91%
صحفي	68	18,53%
مصدر مجهول	32	08,72%
المجموع	**367**	**%100**

يعكس الجدول رقم (34) إجمالي التكرارات والنسب المتعلقة بفئة المصادر المعتمدة في مختلف المضامين والمنشورات المقدمة في الصفحات محل الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة، تعتمد بالدرجة الأولى على "وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" كمصدر لمنشوراتها، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 35,42٪، يليها في المرتبة الثانية فئة "الصحفيين" بنسبة 18,53٪، ثم "المؤسسات الرسمية" ثالثا بنسبة 13,35٪، تليها في المركز الرابع من حيث الاستخدام "الكتب والدراسات الأكاديمية"، يأتي بعدها في المركز الخامس "المصدر المجهول" بنسبة 8,72٪، ثم "الشخصيات السياسية" بنسبة 7,90٪ في الترتيب السادس، ثم جاءت"الهيئات والمنظمات" أخيرا بنسبة لا تتجاوز 4,91٪.

يمكن تفسير اعتماد صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية محل الدراسة على "وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" فيما يخص استعمال وسائل الإعلام الأخرى كمصدر فهذا أمر طبيعي في العمل الإعلامي، حيث يكون السبق أحيانا لوسائل إعلام معينة لها القدرة والوصول إلى الأخبار والمعلومات فتصبح هي بذاتها مصدر لغيرها من وسائل الإعلام، أما ما تعلق بالشبكات الاجتماعية وعلى رأسها "فيسبوك" وغيرها من الشبكات فجدير بالذكر أن هذه الشبكات، أحدثت ثورة كبيرة في ميدان نقل وتداول المعلومات، حيث أصبحت هذه الشبكات مصادر تعتمد عليها الكثير من

وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، في الوصول إلى الأخبار وإبداء الآراء ومتابعة الأحداث حول العالم في وقتها وبتكلفة أقل، كما أن الشبكات الاجتماعية أصبحت لا تكتفي بنقل الأحداث، بل تساهم في خلقها، وهذا من خلال طرح ومناقشة عديد القضايا، ليأتي الإعلام بشكليه التقليدي والحديث وينخرط في هذا النقاش انطلاقا مما يرد في هذه الشبكات، إلا أن هذا لا ينفي وجود إشكال كبير في ما تعلق باستخدام الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار والمعلومات، حيث يطعن الكثيرون في مصداقية هذه الشبكات ولعل هذا ما دفع "**الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار The American Society of News Editors**" دليلا اختزلت فيه القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين للميديا الاجتماعية، ويتضمن هذا الدليل عدة قواعد كبرى، نذكر منها أن على الصحفي أن يتأكد من أصالة وصحة ما يقرأه على مواقع الشبكات الاجتماعية، ذلك أن كل ما ينشر ليس دائما صحيحا، فدور مؤسسات الميديا والصحفيين هو التأكد من المعلومات المنشورة ومن مصداقيتها، وعلى الصحفي أن يكون حارس بوابة جيد "**a good gatekeeper**" يتأكد من أصالة المعلومات عبر تطبيق المبدأ التقليدي الذي يقوم على استخدام المصادر المزدوجة[1]، كما تؤكد الصحفية والأستاذة المحاضرة في جامعة ميشيغن الأمريكية "**ماجدة أبو فاضل**" أن دور الصحفي في التعامل مع الشبكات الاجتماعية وصحافة المواطن أن يحترم القواعد الصحفية نفسها .. سلاح الصحفي في هذه الحالة هو المنطق والدقة في نقل المعلومة والتأكد من مصادر عدة قبل بث الخبر." وتشير إلى احتمال التشكيك في بعض ما يقوله شهود العيان عبر الاتصالات الهاتفية، لكن ذلك لا يعني إغلاق الاستفادة من هذا المصدر المهم، وتشدد على ضرورة أن يوسع الصحفي دائرة مصادره[2].

كما أن اعتماد هذه الصفحات على "الصحفيين" كمصدر للأخبار والمعلومات أمر طبيعي ولابد منه، لأن الصحفي وبالخصوص "الصحفي المراسل" هو أحد الحلقات المهمة في العملية الإعلامية، سواء في الإعلام بشكله التقليدي أو الحديث، لأن الصحفي يبقى مصدر موثوق وله إطلاع وعلاقات، إضافة إلى كونه على دراية بقواعد العمل الصحفي، ووجوده في هذه المرتبة دليل على أن أهمية

[1] حنان علال، عيادي منير، شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسة السمعية البصرية في الجزائر– الفيسبوك والتويتر أنموذجا، مجلة الصورة والاتصال، المجلد05، العدد17، 2016، ص301.

[2] عيادي منير، استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للخبر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد02، العدد01، 2018، ص125.

الصحفي كمصدر أساسي للأخبار، لم تتراجع في الإعلام الرقمي، بل لا تزال تحافظ على مكانة مهمة وهذا الأمر يزيد في مصداقية وجودة الخدمات الإعلامية المقدمة في الصفحات المذكورة، أما بالنسبة لاعتماد "المؤسسات الرسمية" كمصدر للأخبار والمعلومات في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية على الفيسبوك، فهذا أمر جيد من الناحية المهنية، لأن البيانات والتصريحات الواردة عن مؤسسات رسمية تكون أكثر مصداقية وأهمية من تلك الصادرة عن غير ذي صفة، ولهذا فمن المهم في أي عمل صحفي أن ينوع في مصادره ويركز على المصادر التي ترفع من قيمة المادة الإعلامية المقدمة.

-جدول رقم (35) يمثل فئة المصادر المعتمد عليها في قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة.

المصادر	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
وسائل الإعلام	55	36,91%	25	43,10%	14	29,18%	36	32,14%
مؤسسات رسمية	13	08,73%	13	22,42%	11	22,92%	12	10,71%
شخصيات سياسية	07	04,70%	07	12,09%	06	12,50%	09	08,04%
كتب و دراسات أكاديمية	22	14,76%	05	08,62%	02	04,16%	12	10,71%
هيئات ومنظمات	05	03,36%	03	05,16%	01	02,08%	09	08,04%
صحفي	25	16,78%	03	05,16%	12	25%	28	25%
مصدر مجهول	22	14,76%	02	03,45%	02	04,16%	06	05,36%
المجموع	**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي أعلاه والذي يحمل الرقم (35) نسب وتكرارات المصادر المعتمد عليها في كل صفحة من صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متقاربة نوعا ما، وهذا ما يتضح من خلال اعتماد صفحات "أوراس" و"سبق برس" و"le360" و"هسبرس" على "وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" كمصدر أول للمواد الإعلامية المقدمة، رغم التفاوت الموجود في نسبة هذا الاعتماد من صفحة إلى أخرى، حيث سجلنا.

✓بالنسبة للمصادر المعتمدة في صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

تبين لنا من خلال الجدول أن صفحة " أوراس" اعتمدت في المرتبة الأولى على " وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة بلغت 36,91٪ مقارنة بالمصادر الأخرى، ويعود هذا في اعتقادنا إلى أن الصحيفة المذكورة تولي أهمية كبيرة لما يتم تداوله في وسائل الإعلام المختلفة، مثل فيديوهات مأخوذة من قنوات فرنسية وعربية تتحدث عن قضايا تاريخية تتعلق بالذاكرة الوطنية والفترة الاستعمارية، خصوصا بعد الجدل المثار حول اعتراف فرنسا الاستعمارية بجرائمها في الجزائر، نفس الأمر ما تعلق بالشبكات الاجتماعية حيث تتحول النقاشات الحاصلة بين النخب الثقافية ومختلف الشرائح الاجتماعية حول عدد من القضايا، تتحول إلى مادة إعلامية للصحيفة المذكورة، نذكر على سبيل المثال، منشور للكاتب "أمين الزاوي" انتقد فيه علاقة الجزائريين باللغة العربية، هذا المنشور تحول إلى مادة إعلامية قسمتها الصفحة إلى عدة فيديوهات ومقالات وردود أفعال حول هذا المنشور.

ثم جاءت فئة "الصحفيين" كثاني مصدر للمادة الإعلامية المقدمة بنسبة 16,78٪، وجاءت في أغلبها عبارة عن أخبار وتقارير كتبها صحفيون في مؤسسة "أوراس" عن تغطياتهم لأنشطة ذات صلة بموضوع الهوية الثقافية، مثل أخبار المتاحف والمناطق الأثرية، كما أظهرت النتائج أن "الكتب والدراسات الأكاديمية" إضافة إلى فئة "المصدر المجهول" جاءت ثالثا في المصادر المعتمدة في صفحة "أوراس" بنسبة 14,76٪ لكل منها، وجاء اعتماد "الكتب والدراسات الأكاديمية" في بعض الفيديوهات التي تم إنتاجها من قبل الصحيفة الالكترونية المذكورة، وتتناول هذه الفيديوهات العديد من قضايا الهوية الثقافية الجزائرية، بداية بالمسألة اللغوية مثل فيديو بورتريه للراحل "**مولود نايت بلقاسم**" الأمازيغي المدافع عن العربية كما تقول الصحيفة، ونفس الأمر بالنسبة للقضايا الدينية ومسائل التراث والتاريخ، كما جاءت فئة "المؤسسات الرسمية" رابعا بنسبة 8,73٪، ثم فئة "الشخصيات السياسية" خامسا بنسبة لا تتجاوز 4,70٪، وأخيرا فئة "هيئات ومنظمات" بنسبة 3,36٪.

✓أما بالنسبة للمصادر المعتمدة في صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

أظهرت النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أن صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على فيسبوك اعتمدت بالدرجة الأولى على "وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة بلغت 43,10٪ وهو ما يتوافق مع النتائج المتحصل عليها في صفحة "أوراس"، ويعود هذا الأمر في تقديرنا إلى أن صفحة الموقع المذكور كغيرها من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، تأثرت بشكل كبير بالثورة الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام وشبكاته، فمهمة وسائل الإعلام وسلعتها الأساسية هي المعلومة، وقد أحدثت هذه الشبكات ثورة في أساليب إنتاج وتداول المعلومات، خصوصا فيما تعلق بسرعة نقل هذه المعلومات، وهذا ما يجعلها مصدر أساسي للأخبار المنقولة عبر الصفحة، ومن الأمثلة على المنشورات التي اعتمدت في على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر، منشور متعلق بتصريح رئيس حركة مجتمع السلم "**عبد الرزاق مقري**" بشأن الاحتفال بمناسبة يناير، وهو تصريح تم نقله من الصفحة الرسمية للمعني.

كما بينت النتائج أن صفحة "سبق برس" اعتمدت على "المؤسسات الرسمية" كثاني مصدر للأخبار بنسبة 22,42٪ ويرجع الأمر في تقديرنا إلى طبيعة الموقع الإخبارية، مما يجعل اعتماده على المؤسسات الرسمية مفهوم على اعتبار أن المؤسسات المعنية هي مؤسسات لها تأثير مباشر على المشهد الثقافي بمختلف عناصره، ونذكر هنا على سبيل المثال منشور مصدره وزارة المجاهدين ويتعلق ببيان من الوزارة حول تمسك الجزائر بملف الذاكرة الوطنية ومطالبة الاستعمار الفرنسي بالاعتراف بجرائمه في الجزائر، كما أظهرت النتائج أن فئة "الشخصيات السياسية" جاءت ثالثا بنسبة 12,09٪، وهذا الأمر تفسره عدة نتائج متحصل عليها في جداول سابقة، مثل النتائج المتعلقة بفئة الإطار المرجعي، وكذا نتائج فئة الفاعلين، وكلها تصب في نفس النتيجة التي تحيلنا إلى تداخل كبير بين قضايا الهوية الثقافية والسياسة بمعناها الحزبي، وهذا ما يتضح من خلال وجود العديد من المواضيع ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية، والمنشورة في الصفحة المذكورة، أطرافها عبارة عن سياسيين، كما جاءت فئة "كتب ودراسات أكاديمية" رابعا بنسبة 8,62٪، ثم فئة "هيئات ومنظمات" و"الصحفيين" خامسا بنسبة لا تتجاوز 5,16٪ لكل منها، وأخيرا فئة "مصدر مجهول" بنسبة 3,45٪.

✓أما فيما تعلق بالمصادر المعتمدة في صفحة الموقع الإخباري المغربي "le360" على الفيسبوك.

بينت النتائج المتحصل عليها أن صفحة "le360" اعتمدت في المرتبة الأولى على "وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة بلغت 29,18٪ وهي النتيجة نفسها التي تحصلنا عليها في كل صفحات الدراسة، وتعود في رأينا لعدة أسباب ذكرتها سابقا، ونجملها بشكل مختصر بأن شبكات التواصل الاجتماعي ونتيجة للميزات التي تملكها فرضت نفسها كمساحة هامة لنقل وتداول الأخبار مما جعلها مصدر لا غنى عنه، لكن تجدر الإشارة أن اعتماد صفحة "le360" على وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر جاء بنسبة متوازنة مع بقية المصادر المعتمدة.

كما أظهرت النتائج أن "الصحفيين" هم ثاني مصدر للمادة الإعلامية المقدمة بنسبة 25٪، وهي نسبة معتبرة في أغلبها، عبارة عن أخبار أو تغطيات وتقارير إخبارية مصدرها صحفيون في الموقع أو صحفيون متعاونون مع الموقع، كما جاءت فئة "المؤسسات الرسمية" ثالثا بنسبة 22,92٪، وهي نسبة معتبرة تفرضها طبيعة الصفحة الإخبارية، والتي تطلب منها أن تعطي أهمية كبيرة لأي مصدر رسمي، لأن الأنواع الصحفية الإخبارية كما هو معلوم تعطي أولوية قصوى لتوصيل المعلومة قبل أي تحليل أو تعليق، كما يتبين من خلال الجدول أن فئة "شخصيات سياسية" جاءت رابعا بنسبة 12,50٪، ثم فئة "مصدر مجهول" و"كتب ودراسات أكاديمية" خامسا بنسبة لا تتجاوز 4,16٪ لكل منها، وأخيرا فئة "هيئات ومنظمات" بنسبة 3,45٪.

✓بالنسبة للمصادر المعتمدة في صفحة الجريدة الالكترونية المغربية "هسبرس" على الفيسبوك.

يبين الجدول أن صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" اعتمدت بالدرجة الأولى على "وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" كمصدر بنسبة بلغت 32,14٪، ومن هذه المنشورات، فيديو مأخوذ من القناة الرسمية المغربية للملك المغربي الراحل "الحسن الثاني" يتحدث فيه باللغتين العربية و الأمازيغية في إشارة منه إلى أهمية هاذين البعدين في الهوية الثقافية المغربية، وكذا منشور آخر حول

التخريب الذي تعرضت له إحدى الجداريات التي تصور إمرأة بالزى الأمازيغي التقليدي في مدينة الحسيمة المغربية.

كما جاء "الصحفيون" كثاني مصدر للمواد الإعلامية المنشورة في صفحة "هسبريس" بنسبة 25٪، وجاءت في أغلبها عبارة عن أخبار وتقارير مصدرها صحفيون ومراسلون في الجريدة الالكترونية المذكورة، وتفسيرنا لذلك أن الصحفيين هم عنصر أساسي بدونهم لا تقوم العملية الإعلامية، كما جاءت فئة "المؤسسات الرسمية" وفئة "كتب ودراسات أكاديمية" ثالثا بنسبة 10,71% لكل منهما، وفي اعتقادنا أن النسبة المسجلة لفئة "المؤسسات الرسمية" نسبة طبيعية، وما يحتاج التفسير هي الفئة الثانية التي تقاسمها نفس المرتبة، وهي فئة "كتب ودراسات أكاديمية" حيث وردت عدة منشورات مرتبطة بموضوع "الهوية الثقافية" معتمدة على مصادر علمية، مثل الكتب والدراسات، من هذه المنشورات منشور يتحدث عن الملك " شيشنق" الفرعون الأمازيغي الذي حكم مصر لأزيد من عقدين، إضافة إلى منشور آخر يتحدث عن دراسة لباحث سوسيولوجي مغربي حول أسباب تراجع التدين عند الشباب المغربي، يوضح الجدول أيضا أن فئتي "شخصيات سياسية" و"هيئات ومنظمات" جاءت رابعا بنسبة 8,04٪ على التوالي، ثم فئة "مصدر مجهول" أخيرا بنسبة 5,36٪.

-جدول رقم (36) يمثل الأجناس الصحفية لمنشورات قضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة.

الأجناس الصحفية	التكرار	%النسب
خبر	144	39,24%
تعليق	26	07,08%
تقرير	60	16,35%
مقال	29	07,90%
بورتريه	78	21,25%
المقابلة	30	08,17%
المجموع	**367**	**%100**

يبين الجدول رقم (36) إجمالي التكرارات والنسب المتعلقة بفئة الأجناس الصحفية في مختلف المضامين والمنشورات المقدمة في صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، تعتمد بالدرجة الأولى على "الخبر" كجنس صحفي تقدم من خلاله منشوراتها، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 39,24٪، تليها في المرتبة الثانية فئة "البورتريه" بنسبة 21,53٪، ثم "التقرير" ثالثا بنسبة 16,35٪، تليه في المركز الرابع من حيث الأنواع الصحفية الأكثر استخداما "المقابلة" بنسبة 8,17٪، يأتي بعدها في المركز الخامس "المقال" بنسبة 7,90٪، ثم أخيرا "التعليق" بنسبة 7,08٪.

يمكن تفسير اعتماد صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية محل الدراسة على "الخبر" الصحفي بالدرجة الأولى فيما تعلق بالأنواع الصحفية المستخدمة، يمكن تفسيرها بكون صفحتين من الصفحات المعنية بالدراسة هي صفحات إخبارية بالأساس، ويتعلق الأمر بكل من صفحة "سبق برس" وصفحة "le360" ولهذا جاء الخبر الصحفي في صدارة الأنواع الصحفية المستخدمة، إن ما يتيحه الخبر الرقمي من مميزات لا توجد في الخبر التقليدي، خلق حيوية وتجديد في عملية إنتاج وتداول الأخبار، حيث سمحت المميزات الموجودة في هذه المنصات من تعدد للوسائط المستخدمة، إضافة للتحديث المستمر على مدار الساعة، وكذا ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المتشابهة عن طريق الوسم "الهاشتاج" سمحت هذه المميزات بإعطاء نفس جديد للخبر الصحفي، وجدير بالذكر أن عملية التجديد في "الخبر الصحفي" لم تشمل فقط الناحية الشكلية المتعلقة بالوسائل، بل شملت البنية الهيكلية واللغوية

للخبر، حيث أصبح يعتمد بشكل كبير على بناء قصة خبرية كاملة، لخلق ديناميكية داخلية في الخبر، فعندما يتطرق الصحفي إلى الخبر في شكل قصة، فإنه يعيد تشكيل الأحداث بناء على الوقت والحقائق وهكذا تقرأ النصوص الخبرية مثل رواية سردية قصيرة، إضافة لهذا هناك بعض القواعد الخاصة بالكتابة للانترنت بشكل عام مثل الوضوح، والدقة، واستخدام الجمل القصيرة، وتقسيم الخبر إلى فقرات.

أما فيما تعلق "بالبورتريه" وهو ثاني الأنواع الصحفية المستخدمة في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة، فجدير بالذكر أن البورتريه هو؛ نمط صحفي يندرج ضمن فن التقرير، يسعى لرسم ملامح شخصية معينة تؤثر في بعض الأحداث، ويتضمن معلومات توضح أهم المحطات والتفاصيل التي قادت الشخصية إلى المكانة التي وصلت إليها.....تقول الصحفية هديل عطا الله إن أهمية البروفايل تبرز توجه الصحافة الحديثة نحو تعزيز الكتابة النوعية التي تتكثف فيها عناصر المتابعة الدقيقة، وتتضافر مع الخلفية الثقافية والقدرة الإبداعية للكتاب والصحافيين"[1]، ويتميز نمط البورتريه عن التقرير الصحفي بأسلوب الكتابة، إضافة إلى أن التقرير قد تتعدد شخصياته في حين أن البورتريه يركز على شخصية واحدة رئيسية، سبب استعمال هذا النوع الصحفي بشكل كبير في نظرنا، هو مميزاته التي تجعل منه ملائما تماما في البيئة الرقمية، من خلال فيديوهات قصيرة تروي قصة ترسم ملامح إحدى الشخصيات أو الأحداث ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية.

كما أن اعتماد الصفحات المعنية بالدراسة على "التقرير" كثالث نوع صحفي لمنشوراتها، يمكن تفسيره بأن يكون "التقرير" أحد الأنواع الإخبارية التي تهدف إلى تفسير، وتحليل، وعرض كل ما يتعلق بالأحداث والأخبار والقضايا اليومية ومنها قضايا الهوية الثقافية، ولأن واحدة من أهم وظائف الإعلام هي التفسير والتحليل، فإن "التقرير" كشكل من أشكال العمل الصحفي، يوفر هذا الأمر لوسائل الإعلام مما يجعل استعماله أمرا ضروريا تفرضه أهمية التنويع في أجناس الكتابة الصحفية، على اعتبار أن كل نوع من هذه الأنواع الصحفية له خصوصيات ووظائف تميزه عن البقية، والملاحظ أنه رغم أهمية هذا النوع الصحفي إلا أن استخدامه محدود في الصحف الإلكترونية محل الدراسة وهذا ما يتوافق مع دراسة "**سمية بورقعة**" التي تؤكد أنه "وعلى الرغم من تلك الأهمية لفن التقرير الصحفي نجد أن الصحافة

[1] محمد أبو دون، البروفيل الصحفي.."السهل الممتنع"، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، نشر في 2019/12/24، روجع بتاريخ 2022/09/15، متاح على https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/927

الجزائرية المطبوعة والالكترونية لا تولي هذا الفن الاهتمام الكافي من ناحية الصياغة، أو تطبيق الأسس العلمية فيه، وكتابته بأنواعه المختلفة من تقرير إخباري وعرض الشخصية، كما لاحظت الباحثة أن كتابة التقرير لاسيما في المواقع الالكترونية الإخبارية تأتي بشكل عشوائي، دون ترتيب منطقي أو زمني مما يؤثر على عدم تحقيقه لأهدافه[1]، والجدير بالذكر أن الباحثة توصلت أيضا إلى أن استخدام "التقرير الصحفي" يكون بشكل أكبر في القضايا السياسية أكثر من بقية القضايا، ولعل هذا ما يفسر هذه المرتبة، بما أن بحثنا يركز على موضوع "قضايا الهوية الثقافية".

-الجدول التفصيلي رقم (37) يمثل الأجناس الصحفية لمنشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة.

الأجناس الصحفية	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
خبر	51	34,24%	33	56,90%	18	37,50%	42	37,50%
تعليق	11	07,38%	09	15,52%	03	06,25%	03	02,68%
تقرير	22	14,76%	05	08,62%	15	31,25%	18	16,07%
مقال	09	06,04%	03	05,17%	01	02,08%	16	14,29%
بورتريه	55	36,91%	03	05,17%	06	12,50%	14	12,50%
المقابلة	01	00,67%	05	08,62%	05	10,42%	19	16,96%
المجموع	**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي أعلاه والذي يحمل الرقم (37) نسب وتكرارات فئة "الأجناس الصحفية" التي تعتمد عليها كل صفحة من صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متقاربة إلى حد كبير، وهذا ما يتضح من خلال استعمال صفحات "سبق برس" و"le360" و"هسبريس" على "الخبر" الصحفي كأكثر الأنواع الصحفية المستخدمة في المواد الإعلامية المقدمة، رغم أن هناك

[1] سمية بورقعة، إشكالية الأسس الفنية للكتابة الإلكترونية : مواقع الأخبار الجزائرية "أنموذجا". مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد07، العدد 21، 2015، ص302.

بعض التفاوت في نسب استخدام الأنواع الصحفية المختلفة من صفحة إلى أخرى، في حين جاء " البورتريه" كأكثر الأنواع الصحفية في صفحة" أوراس" حيث سجلنا.

✓بالنسبة للأنواع الصحفية المستخدمة في صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

تبين لنا من خلال الجدول أن صفحة "أوراس" اعتمدت في المرتبة الأولى على "البورتريه" بنسبة 36,91٪ مقارنة ببقية الأنواع الصحفية الأخرى، إن "البورتريه" أحد الأنواع التي تنتمي إلى فن التقرير والذي ينتمي بدوره إلى الأنواع الصحفية الإخبارية، يسعى هذا النوع الصحفي إلى رسم ملامح شخصية معينة تؤثر في أحد الأحداث ذات الصلة بموضوع الهوية الثقافية، إن البورتريه كنوع صحفي يتناسب بشكل كبير مع التطورات الحاصلة في صناعة الفيديو في المحتوى الرقمي، حيث يتيح رواية قصة باستخدام وسائط متعددة تجعل من المادة المقدمة أكثر فعالية ووصول للجمهور، ومن الأمثلة الواردة عن استخدام "البورتريه" في منشورات صفحة "أوراس" بورتريه عن الشيخ "**محمد بلكبير**" أحد أقطاب التصوف في الجزائر، وكذا بورتريه آخر عن المجاهد "**سي محند أولحاج**" قائد الولاية التاريخية الثالثة في حرب التحرير، إضافة للبورتريه عن الباحث السوسيولوجي "**الحاج المليانـي**" الملقب بحارس موسيقى الراي.

كما بينت لنا النتائج من خلال الجدول أن صفحة " أوراس" اعتمدت في المرتبة الثانية على "الخبر" الصحفي بنسبة بلغت 34,24٪ مقارنة ببقية الأجناس الصحفية الأخرى، ونلاحظ من خلال قراءة هذه النسب أن الصحيفة المذكورة تخصص جزءا مهما من عملها الصحفي لمتابعة الأحداث اليومية المرتبطة بموضوع الهوية الثقافية في الجزائر، وتجدر الإشارة إلى أن موضوع الهوية الثقافية هو موضوع يتجدد النقاش حوله بشكل مستمر في الجزائر، وبعض قضاياه هي محط اهتمام يومي، على سبيل المثال تحظى قضية الصراع اللغوي بين العربية والأمازيغية والفرنسية باهتمام كبير في الجزائر، حيث نجد عدة منشورات في شكل أخبار ضمن هذا السياق، منها خبر تحت عنوان (أوامر بتعميم اللغة العربية) حيث جاء في الخبر أن هناك أوامر لتعميم اللغة العربية في المعاملات الإدارية لعدة وزارات جزائرية.

ثم جاء "التقرير" كثالث نوع مستخدم في المادة الإعلامية المقدمة في صفحة " أوراس" بنسبة14,76٪، وجاءت في أغلبها عبارة تقارير إخبارية أنتجتها مؤسسة "أوراس" عن مواضيع ذات صلة بقضايا الهوية الثقافية، مثل أحد التقارير الإخبارية التي تتحدث عن أن الجزائر تعتزم إلغاء استعمال اللغة الفرنسية بكل دوائرها الرسمية، وكذا تقرير آخر عن إتهام نواب بالكونغرس الأمريكي للجزائر بممارسة التمييز ضد الأقليات في الجزائر، إضافة للعديد من التقارير الأخرى، كما أظهرت النتائج أن "التعليق" الصحفي جاء رابعا بنسبة 7,38٪ والتعليق الصحفي باختصار هو أشبة ما يكون برأي في حدث معين ما، ثم "المقال" الصحفي في المركز الخامس بنسبة 6,04٪، وأخيرا "المقابلة" الصحفية بنسبة 0,67٪.

✓أما بالنسبة للأنواع الصحفية المستخدمة في صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

أظهرت النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أن صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك اعتمدت بشكل كبير على "الخبر" الصحفي بنسبة بلغت 56,90٪ وهو ما يتوافق في تقديرنا مع كون صفحة الموقع المذكور هي صفحة "إخبارية"، تركز بشكل أساسي على متابعة الأحداث اليومية، وما يهمنا نحن في هذه الدراسة هي تلك الأخبار المتعلقة بأحد مؤشرات الهوية الثقافية التي حددناها سابقا (اللغة، الدين، التراث المادي والعادات والتقاليد، التاريخ) ومن هذه الأخبار على سبيل المثال، خبر متعلق بتخصيص وزارة الثقافة لمبلغ 15 مليار سنتيم من أجل ترميم ضريح "إيمدغاسن" في باتنة، إضافة لخبر آخر حول إعادة فتح أبواب للجمهور لزيارة "قلعة الجزائر" المعلم التاريخي الذي يعود تاريخه إلى نهاية القرن الثامن عشر، والتي كانت مقر السلطة السياسية لمدينة الجزائر في نهاية العهد العثماني، وكلها وردت في شكل أخبار بسيطة لا تحمل الكثير من التفاصيل.

كما بينت لنا النتائج من خلال الجدول أن صفحة "سبق برس" اعتمدت في المرتبة الثانية على "التعليق" الصحفي بنسبة بلغت 15,52٪ مقارنة ببقية الأجناس الصحفية الأخرى، وجدير بالذكر أن التعليق الصحفي يقوم على اختيار موضوعات إخبارية آنية، ولها أهمية كبيرة لدى المتابعين أو لدى الصحفية الالكترونية المعنية، ويسعى التعليق الصحفي إلى الإجابة على سؤالي "لماذا وكيف"، ويجيب الكاتب حسب رأيه، أو حسب رأي المؤسسة التي يمثلها، ومن الأمثلة على استخدام هذا النوع الصحفي

في منشورات صفحة "سبق برس" تعليق منقول من المجلة الأمريكية **فورين بوليسي (Foreign Policy)** حول تقرير المؤرخ الفرنسي " **بنجامين ستورا**" حول الفترة الاستعمارية الفرنسية في الجزائر، وتعليق آخر منقول من صفحة رئيس حركة مجتمع السلم "عبد الرزاق مقري" حول الاحتفال بمناسبة يناير، ثم جاء كل من "التقرير" و"المقابلة" كثالث نوع صحفي مستخدم في المادة الإعلامية المقدمة في صفحة "سبق برس" بنسبة 8,62٪، لكل منهما، ومن الأمثلة على التقارير الإخبارية، تقرير عن احتضان الجزائر ثالث مهرجان دولي لطبق الكسكسي، وتقرير آخر عن الجدل الذي أثارته تصريحات النائب السابق "**نور الدين آيت حمودة**" عن الأمير عبد القادر الجزائري، أما فيما تعلق بالمقابلة الصحفية المستخدمة في صفحة "سبق برس" فنضرب كمثال عليها، مقابلة مع رئيس المنظمة الوطنية للمجاهدين حول تصريحات الرئيس الفرنسي "**إيمانويل ماكرون**" التي مجد فيها فترة الاستعمار الفرنسي للجزائر، ومقابلة أخرى مع المؤرخ "**محمد الصغير بلعلام**" حول حدث تاريخي هو مظاهرات 11 ديسمبر 1960.

كما أظهرت النتائج أن كل من "البورتريه" و"المقال" الصحفي جاء أخيرا بنسبة 5,17٪ لكل منهما، وهي نسبة ضئيلة لا تتلاءم وأهمية هاذين النوعين الصحفيين في تناول قضايا الهوية الثقافية بشكل أكثر عمقا، خصوصا عندما نتكلم عن المقال الصحفي الذي تسمح طبيعته البنيوية بتناول المواضيع بجدية من خلال عملية تفكيك وتركيب وتحليل وتفسير مختلف قضايا الهوية الثقافية المطروحة على الساحة الثقافية والإعلامية الجزائرية.

✓أما فيما تعلق بالأنواع الصحفية المستخدمة في صفحة الموقع الإخباري المغربي "le360" على الفيسبوك.

بينت لنا النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أن صفحة "le360" اعتمدت في المرتبة الأولى على "الخبر" الصحفي بنسبة بلغت 37,50٪ مقارنة ببقية الأجناس الصحفية الأخرى، وتفسير هذا الأمر يتوافق مع التفسير الذي قدمناه لنتيجة التي تحصلنا عليها في صفحة "سبق برس" وهذا راجع لكون الصفحتين عبارة عن صفحات لمواقع إخبارية، ومن الأمثلة على الأخبار ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية في صفحة "le360" خبر تحت عنوان (اليونسكو تدرج الكسكسي ضمن القائمة التمثيلية للتراث الثقافي اللامادي للبشرية)، تجدر الإشارة إلى أن هناك تفاوت في النسبة المسجلة بين كلتا

الصفحتين، إن صفحة "le 360" رغم أنها لم تعتمد بشكل كبير جدا على "الخبر" الصحفي في شكله البسيط، إلا أنها لم تخرج عن طبيعتها الإخبارية وهذا ما يؤكده احتلال أحد الأنواع الإخبارية الأخرى للمرتبة الثانية كما سنبين في الفقرة الموالية.

كما أظهرت النتائج أن" التقرير" الإخباري جاء في المرتبة الثانية بنسبة 31,25٪ وهو ما يؤكد أن صفحة الموقع الإخباري"le360" لم تخرج عن خطها التحريري وطبيعتها المهنية، حيث تتصدر الأنواع الصحفية الإخبارية الصدارة فيما تستعمله هذه الصفحة من أنواع صحفية، ومن الأمثلة على التقارير الإخبارية التي تتناول أحد قضايا الهوية الثقافية في صفحة "le360" تقرير تحت عنوان (في خطوة مهمة للحفاظ على معالم الثقافة والتراث اليهودي بالمغرب، إدماج برنامج للتعريف بالثقافة اليهودية في مناهج التعليم بالمراحل الأساسية) حيث تم إرفاق المنشور بفيديو يتناول إدماج التعريف بالتراث اليهودي المغربي في مناهج التعليم وذلك حسب التقرير لنشر مجموعة من القيم بين الأطفال، وللتعرف على تاريخهم الزاخر بالتعدد الثقافي.

أظهرت النتائج المتحصل عليها أيضا أن "البورتريه" جاء ثالثا في ما تعلق بالأنواع الصحفية المستخدمة في صفحة "le360" بنسبة 12,50٪ ومن هذه البورتريهات الواردة في الصفحة، بورتريه عن رجل أعمال مغربي ذو أصول يهودية، حاولت الصفحة من خلال هذا البورتريه إبراز اليهود المغاربة، ودورهم في الاستثمار في مختلف القطاعات ومنها المجال الفلاحي، مع التركيز على مسألة التعايش بين المغاربة على إخلاف أديانهم، من خلال بعض الجمل الواردة في البورتريه مثل (حيث وجد ضالته وتربة خصبة وساكنة طيبة استقبلته بحفاوة كبيرة، نظير ما يقدمه للمنطقة من خدمات اجتماعية واقتصادية).

كما أظهرت النتائج أن كل من المقابلة قد جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة " 10,42٪، ثم "التعليق" بنسبة 6,25٪، وأخيرا "المقال بنسبة " 2,08٪، وهي نسبة ضئيلة جدا حيث لم يستعمل "المقال" إلا في منشور وهو عبارة عن ترجمة لأحد المقالات الصادرة في الصحافة الفرنسية، وهو مقال ينتصر للسردية المغربية عن تاريخ المنطقة، ويتغنى بتراث وعراقة المملكة المغربية حسبه، وهو ما يحيلنا على ما توصلنا إليه في فئات سابقة، حول الاستغلال السياسي لقضايا الهوية الثقافية.

✓أما فيما تعلق بالأنواع الصحفية المستخدمة في صفحة الصحفية الالكترونية المغربية "هسبريس" على الفيسبوك.

تبين لنا من خلال الجدول أن صفحة "هسبريس" اعتمدت في المرتبة الأولى على "الخبر" الصحفي بنسبة 37,50٪ مقارنة ببقية الأنواع الصحفية الأخرى، ورغم أن الخبر جاء أولا في الأنواع التي تم استخدامها، إلا أن هناك توازن في استخدام الصفحة المذكورة للأنواع الصحفية المختلفة، ومن الأمثلة التي وردت عن استخدام الصفحة للخبر الصحفي، خبر عن مغنية مغربية تحت عنوان "نيطع القايم تثمن تراث يهود المغرب في أغان جديدة" وخبر آخر عن جهود الدولة المغربية ممثلة في وزيرين من أعضاء الحكومة في دعم وتطوير اللغة الأمازيغية تحت عنوان "تعميم تدريس الأمازيغية يجمع بين أمزازي وبوكوس"، إضافة للعديد من الأخبار ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية، وهو أمر يدخل في إطار العمل اليومي للصحافة.

كما بينت النتائج أن"المقابلة" الصحفية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 16,96٪ وهي نسبة محترمة جدا تبين أن صفحة "هسبريس" تحرص على التنويع في الأجناس الصحفية التي تستخدمها، ومن الأمثلة الواردة عن ذلك مقابلة مع عضو المجلس العلمي الأعلى بالمغرب "**مصطفى بن حمزة**" تحت عنوان (بن حمزة ينادي بتحويل "الإساءة للرسول" إلى فرصة لمعرفة النبي)، ومقابلة أخرى مع زعيم الجالية المغربية اليهودية في مونتريال تحت عنوان (كاين المغرب وكاين العالم. زعيم الجالية اليهودية في مونتريال يتحدث عن عودة العلاقات بين المغرب وإسرائيل)، وفي الموضوع اللغوي نجد مقابلة مع "**محي الدين حجاج**"، منسق جبهة العمل السياسي الأمازيغي، وجاءت هذه المقابلة تحت عنوان (حجاج: تمزيغ المغرب هدف منشود .. ومطلب تعريب " تيفيناغ" تحوير للنقاش).

أما "التقرير" فقد جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 16,07٪، وهذا يرجع في تقديرنا إلى طبيعة هذا النوع الصحفي الإخباري الذي يتيح التعمق في القضايا المطروحة، بشكل أوسع مما يتيحه الخبر الصحفي، ومن الأمثلة على استخدام هذا النوع الصحفي في منشورات صفحة "هسبرس" تقرير حول افتتاح غرفة متخصصة في الأحوال الشخصية لليهود المغاربة، حيث زار وزير العدل الغرفة العبرية بالمحكمة الابتدائية بالدار البيضاء، وتقرير آخر عن تضرر قطاع الصناعة التقليدية من جائحة كورونا تحت عنوان ("عام ونص والصناع كيعانيو".. صناع دار الدباغ بفاس متضررون من تداعيات كورونا ويتأسفون على حالهم)، كما أظهرت النتائج أن "المقال" قد جاء في المرتبة الرابعة بنسبة " 14,29٪،

وهي نسبة تم تخصيصها لنوع صحفي، يعتقد الكثيرون أنه لا يتناسب مع البيئة الرقمية، لأنه قائم على التفكيك والتحليل ويتطلب من قارئه صفات لا تتوفر –على الأغلب– في القارئ الالكتروني، الذي يميل إلى الاختصار والقراءة المسحية السريعة، ثم جاء "البورتريه" بنسبة 12,50٪ خامسا، وأخيرا "التعليق" بنسبة " 2,68٪.

–جدول رقم (38) يمثل نمط عرض قضايا الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة.

نمط عرض	التكرار	%النسب
نص+ صورة	25	06,81%
نص+ فيديو+ وسم	43	11,72%
فيديو+نص	136	37,06%
نص+ صورة+رابط	122	33,24%
نص+ صورة+ وسم	41	11,17%
المجموع	**367**	**%100**

يبين الجدول رقم (38) إجمالي التكرارات والنسب المتعلقة بفئة نمط العرض لمختلف المضامين والمنشورات المقدمة في صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، اعتمدت بالدرجة الأولى في ما تعلق بنمط المنشورات على "فيديو+نص" كشكل للنشر تقدم من خلاله منشوراتها، حيث جاء هذا الشكل في المرتبة الأولى بنسبة 37,06٪، تليها في المرتبة الثانية فئة "نص+صورة+رابط" بنسبة 33,24٪، ثم "نص+فيديو+وسم" ثالثا بنسبة 11,72٪، تليه في المركز الرابع من حيث أنماط النشر الأكثر إتباعا "نص+صورة+وسم" بنسبة 11,17٪، ثم أخيرا "نص+صورة" بنسبة 6,81٪.

إذا ما حاولنا تفسير هذه النتائج التي تحصلنا عليها، يمكننا أن نقول فيما تعلق بفئة "فيديو+نص" أن دخول تقنيات جديدة أتاحتها الشبكات الاجتماعية مثل إدماج العمل الصحفي المكتوب بتقنيات الوسائط المتعددة، وأهم هذه الوسائط في تقديرنا هو الفيديو، إن هذا النوع من الصحافة الذي يعتمد على الفيديو بشكل كبير يتميز بالتفاعلية في عرض المادة الصحفية بالصوت والصورة، ما يجعل منه أكثر مصداقية في نقل الأحداث، وهذا جعل صفحات الصحف الإلكترونية محل الدراسة تتجه نحو

الفيديو بالدرجة الأولى، حيث تكتفي هذه الصفحات بوضع الفيديو مرفق بنص يحمل عنوان عن محتوى الفيديو، وتتشابه هذه النتيجة التي حصلنا عليها مع دراسة "**أحمد محمد عبد الله**" والتي حاول فيها الباحث في سؤاله الرئيسي البحث في واقع توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية؟ وقد توصل الباحث إلى أن استخدام الفيديو كان بشكل كبير في عينة الدراسة حتى أن صحيفة اليوم السابع بلغت نسبة اعتمادها على مقاطع الفيديو ما نسبته 85.9%.[1]

أما فيما تعلق بفئة "نص+صورة+رابط" التي جاءت في المرتبة الثانية، فيمكننا تفسير استعمال الصورة بهذه الطريقة كون الصورة أحد أشكال جذب الانتباه وإعطاء مصداقية للمادة الصحفية المقدمة، وعن قوة الصورة وتأثيرها في العمل الإعلامي يحكي الباحث الفرنسي "**بيير ميرند Pierre Mérand**" عن الصورة الشهيرة للطفل السوري "**أيلان كوردي**" وهو مرمي على الشاطئ، بعد أن لفظته الأمواج، هذه الصورة إنتشار بشكل رهيب في جميع أنحاء العالم على الشبكات الاجتماعية، حيث تشرح الصحفية "لوسي رونفاوت" من صحيفة "**لوفيجارو Le Figaro**" أن "نيلفر دمير" صورت جثث أيلان كردي وضحايا آخرين، بما في ذلك شقيقه ووالدته، صباح الأربعاء، ثم أرسلت الصور إلى الوكالة التي توظفها، وهي وكالة تركية **(وكالة دوغان للأنباءDoğan Haber Ajanst)** ليتم نشرها على موقع هيئة الصحة بدبي على الإنترنت قبل الساعة 9 صباحا، ليتم رصدها في أكثر من 40600 مستخدم على تويتر في الساعة 10 صباحا، ثم انتشرت الصورة كالبكتيريا[2]، وهذا ما يوضح قدرة الشبكات الاجتماعية القوية للغاية في سرعة الانتشار، وكذا قدرة الصورة على اختزال معاني كثيرة وهو ما دفع بالصفحات المعنية بالدراسة إلى استعمالها بهذا الحجم، ونفس الأمر بالنسبة للروابط التي يتم استعمالها لاختصار المنشور، وترك المجال أمام القارئ أن يدخل باستخدام الرابط لقراءة تفاصيل الموضوع المنشور، حيث تتيح هذه الروابط للمتابع أداة مهمة لتلقي معلومات إضافية تدور في الموضوع نفسه.

[1] أحمد محمد عبد الله، توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، المجلد 01، العدد01، 2020، ص160.

[2] Pierre-Emmanuel Mérand, Le récit journalistique et son impact sociétal à l'heure du web participatif, Management des technologies organisationnelles, N 13, 2021, P91.

أما فيما تعلق بفئة "نص+فيديو+وسم" التي جاءت ثالثا فما يهمنا هنا هو "الوسم"، والوسم هو مجموعة من الكلمات المرتبطة ارتباطا تشعبيا، ومسبوقة بإشارة (#) ويمكن البحث عنها بسهولة عن طريق الأشخاص الذين يشاركون نفس الاهتمامات حول موضوعات معينة[1]، كما توجد عدد من الدراسات تؤكد أن علامة الوسم تلعب دورا مهما في تنظيم ومشاركة الأخبار العاجلة حول الأحداث الاجتماعية أو السياسية، ورغم استعماله في العديد من المنشورات، يبقى من المهم الملاحظة أن هناك ضعف في استغلال التقنيات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية، فالصحافة اليوم هي جزء من الشبكات الاجتماعية، والوسم مهم جدا في تسهيل عملية متابعة الأحدث، كما أنه مفيد للباحثين عن موضوع معين، كما أنه يمنح استعماله الصحفي فرصة للوصول إلى جمهور أكبر.

-جدول التفصيلي رقم (39) يمثل نمط عرض قضايا الهوية الثقافية في منشورات صفحات الدراسة.

نمط العرض	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نص+ صورة	07	04,70%	10	17,40%	05	10,42%	03	02,68%
نص+ فيديو+ وسم	36	24,16%	/	/	01	02,08%	06	05,36%
فيديو+نص	64	42,95%	13	22,41%	14	29,16%	45	40,18%
نص+ صورة+رابط	28	18,79%	30	51,73%	11	22,92%	53	47,32%
نص+ صورة+وسم	14	09,40%	05	08,62%	17	35,42%	05	04,46%
المجموع	**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي أعلاه والذي يحمل الرقم (39) نسب وتكرارات فئة "نمط عرض" التي تعتمده صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متفاوتة بعض الشي، ففي

[1] Carmen Lee ,Dennis Chau, Language as pride, love, and hate: Archiving emotions through multilingual Instagram hashtags, Discourse, Context&Media, Volume 22, 2018, P21.

حين سجلنا أن اعتماد "نص+صورة+رابط" جاء أولا في كل من صفحة "سبق برس" وصفحة "هسبريس"، نجد أن نمط العرض الأكثر اعتماد في صفحة "هسبريس" هو" الفيديو+نص" في حين اعتمدت "le360" على "نص+صورة+وسم".

✓بالنسبة لنمط عرض المنشورات في صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "أوراس" بشكل أساسي فيما تعلق بنمط عرض منشوراتها على الفيديو، سواء من خلال استخدام نمط نشر يعتمد على استخدام "فيديو+نص" وقد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 42،95% أو من خلال استخدام"نص+فيديو+وسم" في المرتبة الثانية بنسبة 24،16%، وقد لاحظ الباحث أن صفحة "أوراس" تميل لاستعمال الفيديو بشكل كبير، ولعل هذا الأمر مفهوم بالنظر إلى التطور الكبير في مجال إنتاج الفيديوهات الرقمية من جهة، وقلة تكلفتها المادية من جهة أخرى، كما أن طبيعة الشبكات الاجتماعية تشجع على استخدام الفيديو بشكل كبير لأن مشاهدة فيديو أسهل بكثير من قراءة منشور، ومن الأمثلة على استخدام نمطي العرض المذكورين في منشورات صفحة أوراس، منشور يحكي قصة إحدى الأساطير الأمازيغية القديمة، وهي قصة الفاتنة "**تاغنجة**" وقد استعمل في هذا المنشور الفيديو المرفق بنص، أما فيما تعلق باستخدام الفيديو المرفق بنص ووسم، فنجد مثلا تقرير يحمل عنوان (هل يمكن أن تحمل قصيدة واحدة كتبت بأسى الفراق حكايا معاناة استمرت عدة أجيال؟) وهو تقرير يحكي قصة أغنية من التراث الجزائري هي أغنية "يا المنفي".

كما استخدمت صفحة "أوراس" النص المرفق بصورة ورابط في المرتبة الثالثة بنسبة 18,79%، حيث تم استعمال هذا النمط بكثرة في الأخبار والتقارير التي تحتاج إلى مزيد من التفصيل، من خلال الضغط على الرابط لتتحول بعدها إلى صفحة الموضوع المنشور في موقع الجريدة، ومن الأمثلة على استخدام هذا النمط، منشور تحت عنوان "اليونسكو تنظر في تصنيف "الكسكسى" و"الراي" في قائمة التراث العالمي" حيث تضمن المنشور صورة طبق "كسكسى"إضافة للعنوان المذكور ورابط لقراءة تفاصيل الموضوع، كما تم استخدام النص المرفق بالصورة والوسم بنسبة 9،40%، وأخيرا النص المرفق بصورة بنسبة 4،70%.

✓بالنسبة لنمط عرض المنشورات في صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "سبق برس" فيما تعلق بنمط عرض منشوراتها على النص المرفق بصورة ورابط، حيث جاء هذا النمط في المرتبة الأولى بنسبة 51،73%، حيث استعمل هذا النمط بكثرة في الموقع الإخباري المذكور، حيث يتم وضع صور تعبر عن الموضوع المتناول، مرفق بنص يقدم لمحة عن الموضوع، إضافة إلى رابط لمن يريد مزيد من التفصيل، ومن الأمثلة على استخدام هذا النمط في صفحة "سبق برس" تقرير إخباري حول جمع توقيعات من المواطنين لدعم مشروع تجريم الاستعمار.

كما استخدمت الصفحة المذكورة في المرتبة الثانية الفيديو المرفق بنص بنسبة 22،41%، وهي نسبة مهمة، لكنها تبقى غير كافية لأن استخدام الفيديو بشكل موسع ضروري جدا في وسائل الإعلام التي تعتمد على المنصات الرقمية، كما تم استخدام نمط نص مرفق بصورة في المرتبة الثالثة بنسبة 17،40%، وأخيرا نص مرفق بصورة ووسم بنسبة 8,62% والملاحظة العامة على هذه النتائج أن صفحة "سبق برس" لا تزال تعتمد على أنماط تقليدية في النشر عبر الشبكة الاجتماعية الرقمية "فيسبوك" حيث لم تحسن الصحيفة استغلال الكثير من المميزات التي تمنحها هذه المنصات، خاصة الوسم أو الهاشتاج، والذي يمنحها القدرة على الانتشار والوصول لجمهور أكبر، ونفس الأمر بالنسبة لاستخدام الفيديو.

✓بالنسبة لنمط عرض المنشورات في صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "le360" فيما تعلق بفئة نمط عرض المنشورات على النص المرفق بصورة ووسم، وقد جاء هذا النمط في المرتبة الأولى بنسبة 35،42%، حيث تستعمل الصفحة صور تعبر عن القضايا المطروحة في الصفحة، وتحرص هذه الصفحة على نشر نصوص إخبارية مرفقة بصورة وهاشتاج يعبر عن الموضوع، ومن الأمثلة على استخدام هذا النمط نجد، تقرير متعلق بالفن المعماري التقليدي في مدينة الدار البيضاء، كما بينت النتائج أن اعتماد الفيديو مرفق بنص، جاء ثانيا بنسبة 29،16%، وهي نسبة مهمة ومتقاربة مع باقي النسب، وترفق هذه الفيديوهات بجملة أو أكثر تشرح مضمونها.

أما بالنسبة لاستخدام النص المرفق بصورة ورابط، فقد جاء ثالثا بنسبة 22،92% والملاحظ أن الصفحة الإخبارية "le360" مثلها مثل صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" تميل إلى استعمال الصور المرفق بنص توضيحي ثم رابط لمن يرغب في التعمق وقراءة تفاصيل الموضوع، وهو أمر يعاب على هذه الصفحات التي لا تعمل على تنويع طرق تقديم موادها الإعلامية، والاعتماد بشكل أكثر على الفيديو الذي يكسب الصفحة طابع ديناميكي، ويزيد في تفاعل المتابعين، ثم جاء نمط، نص مرفق بصورة رابعا بنسبة 10،42%، وأخيرا نمط نص مرفق بفيديو ووسم بنسبة 2،08%.

✓بالنسبة لنمط عرض المنشورات في صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "هسبريس" بشكل أساسي فيما تعلق بنمط عرض منشوراتها على النص المرفق بصورة ورابط بنسبة 47،32%، حيث وردت الكثير من المنشورات التي تعتمد هذا النمط في الصفحة المذكورة منها مقابلة مع سعيد أمزازي، وزير التربية الوطنية والتعليم العالي في المغرب والذي صرح "أن إدراج التعبيرات الثقافية للرافد اليهودي وتاريخ اليهود المغاربة ضمن البرامج الدراسية يأتي للتأكيد على انخراط المدرسة المغربية في تثبيت الهوية الوطنية المغربية" أرفق هذا التصريح بصورة للوزير المذكور إضافة لرابط تفصيلي للموضوع، كما تم استخدام نمط الفيديو المرفق بنص في المرتبة الثانية بنسبة 40،18%، وهو ما يؤشر على اهتمام صفحة هسبريس بتنويع أنماط النشر، واستعمال الفيديو بشكل أساسي. كما تم استخدام النص المرفق بالفيديو والوسم في المرتبة الثالثة بنسبة 5،36%، ثم النص المرفق بصورة ووسم في المرتبة الرابعة بنسبة 4،46% و تعليقا على هذه النتائج يمكننا القول أن صفحة هسبريس لا تستعمل الإمكانات التي يتيحها الوسم بشكل كافي، أما فيما تعلق باستخدام النص المرفق بصورة فلم ترد سوى 2،68% من إجمالي المنشورات.

-جدول رقم (40) يمثل الوسائط المرئية المستخدمة في منشورات عينة الدراسة.

الوسائط المرئية	التكرار	%النسب
فيديو قصة	87	23,71%
فيديو تسجيلي	86	23,43%
فيديو مباشر	06	01,63%
صور أرشيفية	91	24,80%
صور موضوعية خاصة	31	08,45%
صور معدلة	66	17,98%
المجموع	**367**	**%100**

يبين الجدول رقم (40) إجمالي التكرارات والنسب المتعلقة بفئة الوسائط المرئية لمختلف المضامين والمنشورات المقدمة في صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، اعتمدت بالدرجة الأولى في ما تعلق بالوسائط المرئية المستخدمة في المنشورات على "صور أرشيفية" حيث جاء هذا الشكل من الوسائط في المرتبة الأولى بنسبة 24,80٪، تليها في المرتبة الثانية فئة "فيديو قصة" ثانيا بنسبة 23,71٪، ثم "فيديو تسجيلي" ثالثا بنسبة 23,43٪، تليه في المركز الرابع من حيث الوسائط المرئية الأكثر استخداما "صور معدلة" بنسبة 17,98٪، ثم "صور موضوعية خاصة" خامسا، و أخيرا "فيديو مباشر" بنسبة 1,63٪.

إذا ما حاولنا تفسير هذه النتائج التي تحصلنا عليها، يمكننا أن نقول فيما تعلق بفئة "صور أرشيفية" والتي جاءت أولا في ترتيب الوسائط المرئية الأكثر استخداما في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة، يمكننا أن نقول أن استخدام الأرشيف في المؤسسات الإعلامية عملية بالغة الأهمية، وهي إحدى أهم مصادر البيانات التي تساعد القائمين على العمل الإعلامي في إعداد المواد الإعلامية، فهو وسيلة رئيسية للعمل الإعلامي، والصورة واحدة من أهم هذه المواد الأرشيفية التي لا يمكن الاستغناء عنها في العمل الصحفي، ورغم تعدد وتنوع الوسائط المرئية وأساليب الحصول عليها، خصوصا أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تعج بصور مختلفة ومتنوعة عن أي حدث في أي مكان في العالم، مما يجعل وسائل الإعلام تتجه نحو تقليل استعمال الصور الأرشيفية، إلا أن النتيجة التي وصلنا إليها تبين أن وسائل الإعلام الإلكترونية محل الدراسة، لا تزال تستخدم الصور الأرشيفية

بنسبة مهمة، ورغم أن هذه الصور يتم إدخالها في سياق الموضوع لجذب المتلقين، إلا أن الإكثار من استعمالها يقلل من القيمة الصحفية للمواد المنشورة، كما أنها أحيانا لا تؤدي الوظائف المنوطة للصورة الصحفية.

أما بالنسبة لاعتماد المؤسسات الإعلامية المذكورة على "فيديو القصة" كثاني الوسائط المرئية المستخدمة، يمكننا القول أن استخدام هذا النوع من الفيديو القائم على السرد، حيث يجب أن يتوفر "فيديو القصة" أساسا على أن صناع المحتوى يجب عليهم التركيز على وجود قصة وتتبع تطورها، وهذا النوع من الأشكال الجديدة التي خلقتها الشبكات الاجتماعية في العمل الصحفي، ونشير أن السرد الصحفي هنا ليس نوعا صحفيا، يمكن لكل نوع من أنواع الصحافة اعتماده، وبالتالي يمكن أن يكون موجزا أو تقريرا أو تحقيقا ... يؤكد "**رولاند بارت Roland BARTHES**" أن كل شيء يمكن أن يكون قصة: " حيث يمكن دعم القصة بلغة مفصلة شفهيا أو كتابيا، بالصور الثابتة أو المتحركة، ...بالنسبة إلى أستاذ الاتصال ومدير مرصد السرد الإعلامي في بلجيكا "**مارك ليتس Marc LITS**"، هناك حاجة إلى وجود عدة معايير لأنواع الصحافة القائمة على الشكل السردي أهمها: "سلسلة من الأحداث، وحدة موضوعية، أن يشتمل على بداية وعقدة وخاتمة[1]، يؤكد الباحث في مجال علم نفس الاتصال "ماركوس ابيل" أن ممارسة رواية القصص للإقناع لها تاريخ طويل، ويبدو أن انتشار رواية القصص قد ازداد مع الإنترنت وظهور مواقع الشبكات الاجتماعية وتقنيات الاتصال، ومن المتوقع أن تنمو أكثر في السنوات القادمة[2]، ولعل هذا الأمر يفسر اعتماد صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة على " فيديو قصة" بهذا الحجم.

كما أن اعتماد صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة على فئة "فيديو تسجيلي" في المرتبة الثالثة يرجع في تقديرنا إلى أن هذا النوع من الفيديو ضروري جدا في العمل الإعلامي، لأنه يوثق الموضوع المتناول بطريقة تكسبه مصداقية وسهولة في التلقي، والمقصود من الفيديو التسجيلي هنا؛ هي مختلف الفيديوهات المسجلة لشخصيات أو لأحداث معينة ذات صلة بقضايا الهوية الثقافية في

[1] Pierre-Emmanuel Mérand, ibid, p86.

[2] Markus Appel, Affective resistance to narrative persuasion, Journal of Business Research, Volume 149, October 2022 , p857.

صفحات المؤسسات الإعلامية الأربع "أوراس، سبق برس، le360, هسبريس" إن استعمال الفيديو بشكل عام هو نتيجة حتمية للتطور التكنولوجي الحاصل في مجال التصوير، والذي لم يعد مكلفا من الناحية المادية للمؤسسات الإعلامية، وخصوصا تلك التي تشتغل على المنصات الرقمية، حيث يمكن لأي مراسل أو صحفي أن يسجل فيديو يوثق الحدث أو المقابلة، باستخدام هاتف نقال وبجودة تسمح ببثه على المنصات الرقمية للمؤسسة الإعلامية، حتى أن بعض هذه المؤسسات تحولت إلى الاعتماد الكلي على الفيديو، نذكر على سبيل المثال: بوابة "فيديو 7" التابعة لصحيفة اليوم السابع المصرية، وكذا قناة "شوف تيفي" المغربية، والتي تعتمد حصرا في صفحاتها على المنصات الرقمية على الفيديو.

-جدول رقم (41) يمثل الوسائط المستخدمة عرض قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة.

الوسائط المرئية	أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
فيديو قصة	69	46,31%	05	08,62%	/	/	13	11,61%
فيديو تسجيلي	18	12,08%	07	12,07%	25	52,08%	36	32,14%
فيديو مباشر	/	/	01	01,72%	02	04,17%	03	02,68%
صور أرشيفية	24	16,11%	24	41,38%	08	16,67%	35	31,25%
صور موضوعية خاصة	07	04,70%	06	10,35%	12	25%	06	05,36%
صور معدلة	31	20,80%	15	25,86%	01	02,08%	19	16,96%
المجموع	**149**	**%100**	**58**	**%100**	**48**	**%100**	**112**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي أعلاه والذي يحمل الرقم (41) نسب وتكرارات فئة "الوسائط المرئية" التي تعتمده صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متفاوتة إلى حد كبير، حيث سجلنا أن صفحة "أوراس" اعتمدت على "فيديو قصة" بالدرجة الأولى، في حين أن صفحة "سبق برس" اعتمدت على "صور أرشيفية"، أما فيما تعلق بصفحة "le360" وصفحة "هسبريس" فقد اعتمدتا على "الفيديو التسجيلي" بالدرجة الأولى.

✓بالنسبة للوسائط المرئية الموظفة في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

بشكل عام يمكننا القول أن صفحة "أوراس" اعتمدت بشكل أساسي في عرض منشوراتها فيما تعلق بالوسائط المرئية على الفيديو بمختلف أنواعه "فيديو قصة" و"فيديو تسجيلي" بنسبة تتجاوز 58%، رغم غياب استعمال خاصية "الفيديو المباشر" في منشورات الصفحة، في حين تم استخدام الصورة بمختلف أشكالها "صور أرشيفية" و"صور موضوعية" و"صور معدلة" بنسبة تتجاوز 41%.

وتفصيلا يمكننا القول أن استخدام "فيديو قصة" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 46،31%، وقد لاحظ الباحث أن صفحة "أوراس" تميل لاستعمال الفيديو بشكل كبير وخصوصا "فيديو قصة" الذي تم استعماله في عديد القضايا مثل القضايا التاريخية، منها فيديوهات تعريفية بشخصيات تاريخية مثل: "مراد رايس"، "فرانز فانون"، "**عبان رمضان**"، "**عبد الحفيظ بوالصوف**"، إضافة لفيديوهات تتناول قضايا تراثية مثل: فيديو يتناول قصة مدينة تيمقاد، المدينة الرومانية الأكبر في إفريقيا، وفيديو آخر عن قصة "الأميرة مباركة بنت الخص" وهي إحدى الأساطير الشعبية الشهيرة في التراث الجزائري، إضافة إلى قصة أخرى عن "الأميرة خداوج العمياء" التي أصبحت أسطورة شهيرة تدور أحداثها في القصبة العتيقة، وملخص القصة هو كيف يمكن أن يصبح الجمال نقمة على صاحبته؟

في حين جاء استخدام"صور معدلة" في المرتبة الثانية بنسبة 20،80%، والمقصود بالصورة المعدلة كما ذكرنا في دليل التعريفات الإجرائية؛ هي مختلف الصور المستعملة في منشورات الدراسة والتي تم تعديلها سواء بالكتابة عليها أو دمجها مع صور أخرى، وتم استعمال هذا النوع من الصور في العديد من الأمثلة، منها صور للأمير عبد القادر الجزائري مرفق بكتابة وخلفية إضافة لشعار مؤسسة "أوراس" أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "الصور الأرشيفية "بنسبة 16،11%، في حين جاء "الفيديو التسجيلي" رابعا بنسبة 12،08%، وأخيرا "الصور الموضوعية الخاصة" بنسبة 4،70%.

✓بالنسبة للوسائط المرئية الموظفة في منشورات صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

عموما يمكننا القول أن صفحة "سبق برس" اعتمدت في عرض منشوراتها على الصور بمختلف أنواعها "صور أرشيفية" و"صور موضوعية" و"صور معدلة" بنسبة تتجاوز 77%، في حين تم استخدام الفيديو بمختلف أشكالها "فيديو قصة" و" فيديو تسجيلي" و"الفيديو المباشر" بنسبة تتجاوز 22%.

إذا ما فصلنا في هذه النتائج نجد أن صفحة "سبق برس" اعتمدت فيما تعلق بالوسائط المرئية في منشوراتها بالدرجة الأولى على "الصور الأرشيفية" بنسبة 41،38%، ويعود هذا الأمر في نظرنا إلى الطبيعة الإخبارية لهذه الصفحة، وجدير بالذكر أن استعمال الصور الأرشيفية في الصحافة تحكمه قواعد، فالأصل في أي عمل إعلامي أن يعتمد على الصور الحديثة للموضوع، ولكن الظروف قد تقتضي الاستعانة بالصور الأرشيفية نتيجة غياب أو قلة الصور المرتبطة بالموضوع، ولهذا فإن استعمال صفحة "سبق برس" الصور الأرشيفية بهذه النسبة يطرح إشكالات عديدة حول جودة ما تقدمه من عمل إعلامي لأنها لا تعتمد على صور جديدة وخاصة بها، كما تم استخدام "صور معدلة" في المرتبة الثانية بنسبة 25،86%، وبهذا نلاحظ أن صفحة "سبق برس" بالغت في استعمال الصورة بنوعيها المذكورين إضافة "للصور الموضوعية الخاصة".

أما في المرتبة الثالثة فقد جاء "الفيديو التسجيلي" بنسبة 12،07%، في حين جاء استخدام"صور موضوعية خاصة" رابعا بنسبة 10،35%، "فيديو قصة" خامسا بنسبة 8،62%، وأخيرا الفيديو المباشر بنسبة 1،72%، والملاحظ أن الصفحة لم توظف الفيديو بشكل كبير، وركزت على الصور، وهو ما يعطي صورة على جمود و كلاسكية الصفحة، وهو ما يفسر في نظرنا ضعف التفاعلية مع الصفحة رغم كثرة عدد المتابعين.

✓بالنسبة للوسائط المرئية الموظفة في منشورات صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "le360" بشكل عام فيما تعلق بالوسائط المرئية الموظفة في المنشورات المتعلقة بقضايا الهوية الثقافية، اعتمدت في عرض منشوراتها على الفيديو بمختلف أنواعه " فيديو

تسجيلي" و"الفيديو المباشر" بنسبة تتجاوز 56%، في حين لم يتم استخدام "فيديو قصة" على الإطلاق، رغم ما يتوفر عليه هذا النوع من الفيديوهات من خصائص تتلاءم مع شبكات التواصل الاجتماعي، في حين تم استخدام الصور بمختلف أشكالها "صور أرشيفية" و"صور موضوعية" و"صور معدلة" بنسبة تتجاوز 43%.

وبالعودة إلى تفاصيل النتائج المتعلقة بصفحة "le360" نجد أن الصفحة استخدمت "فيديو تسجيلي" في المرتبة الأولى بنسبة 52،08%، وهي نتيجة مختلفة إلى حد كبير عن النتائج المتحصل عليها في صفحة "سبق برس" و يهمنا مقارنة النتائج المتحصل عليها هنا مع الصفحة المذكورة، باعتبار أنهما تتقاسمان الطبيعة الإخبارية، ويمكن تفسير هذا الأمر بأن صفحة "le360" أكثر توظيفا للفيديو في منشوراتها المعنية بموضوع الهوية الثقافية، كما تم الاستعانة "بالصور الموضوعية الخاصة" في المرتبة الثانية بنسبة 25%، وهي نسبة جيدة تبين حرص القائمين على الصفحة أن تكون الصور المنشورة فيها، خاصة بها وتعبر عن الحدث نفسه بشكل مباشر، وهذا الأمر من الناحية المهنية وهو أحد معايير جودة المادة الصحفية المقدمة، ثم جاءت "الصور الأرشيفية" رابعا بنسبة 16،67% وهي نسبة مفهومة حيث لا يمكن الاستغناء عن الأرشيف في أي عمل إعلامي، أما خامسا فقد جاء استخدام "الفيديو مباشر" بنسبة 4،17%، وأخيرا "الصور المعدلة"2،08%.

✓بالنسبة للوسائط المرئية الموظفة في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "هسبريس" عموما فيما تعلق بالوسائط المرئية الموظفة في منشوراتها، على الصور بمختلف أنواعها "صور أرشيفية" و"صور موضوعية" و"صور معدلة" بنسبة تتجاوز 53%، في حين تم استخدام الفيديو بمختلف أشكاله "فيديو قصة" و"فيديو تسجيلي" و"الفيديو المباشر" بنسبة تتجاوز 46%.

وتفصيلا للنتائج المتعلقة بصفحة "هسبريس" نجد أن الصفحة استخدمت "فيديو تسجيلي" في المرتبة الأولى بنسبة 32،14%، حيث تم الاستعانة بهذا النمط من الفيديوهات القائم على التغطية يقوم بها أحد صحفي المؤسسة لحدث ما ذو علاقة بموضوع الهوية الثقافية ومن الأمثلة على هذا النمط من

الفيديو، فيديو عن إحياء الملتقى العالمي للتصوف، والذي نظمته الزاوية البودشيشية في المغرب، و فيديو آخر عن لقاء مع ناشط أمازيغي يقيم فيها ما تحقق بعد عشر سنوات من دسترة الأمازيغية في المغرب، كما تم الاستعانة "بالصور الأرشيفية" في المرتبة الثانية بنسبة 31،25%، وكما سبق وذكرنا أن استعمال الأرشيف مهم جدا في العمل الإعلامي، لأنه يخلق حيوية في المادة الصحفية المقدمة، خصوصا إذا كانت أحداث جديدة لا تتوفر لها مادة مصورة، ثم جاءت "الصور المعدلة" ثالثا بنسبة 16،96%، وتم استخدامها في عديد المرات نذكر منها منشور يتناول تصريح "سعيد أمزازي" وزير التربية الوطنية والتعليم العالي المغربي، عن سياق إدراج التعبيرات الثقافية للرافد اليهودي وتاريخ اليهود المغاربة ضمن البرامج الدراسية في سعي لتثبيت الهوية المغربية، بكل مكوناتها، ثم جاء "فيديو قصة" رابعا بنسبة 11،61%، ثم في المرتبة الخامسة فقد جاءت"الصور الموضوعية خاصة" بنسبة 5،36%، وأخيرا جاء استخدام "فيديو مباشر" بنسبة 2،68%.

-جدول رقم (42) يمثل الإستمالات الاقناعية المتضمنة في منشورات عينة الدراسة.

الاستمالات		التكرار	النسب %
الإستمالات العقلية	استشهاد بمعلومات	160	%21,73
	تقديم الأرقام والإحصائيات	84	%11,34
	الاستعانة بالدراسات والكتب	45	%06,34
	الاستعانة بالنصوص الدينية والقانونية	29	%03,91
	الاستشهاد بآراء مثقفين وكتاب	68	%09,18
	أخرى	03	%00,40
المجموع		**392**	**%52,90**
الإستمالات العاطفية	استخدام الرموز والشعارات	189	%25,51
	استخدام الأساليب اللغوية	122	%16,46
	عرض الآراء على أنها مسلمات	19	%02,56
	التخويف	14	%01,90
	أخرى	05	%00,67
المجموع		**349**	**%47,10**
المجموع الإجمالي		**741**	**%100**

يبين الجدول رقم (42) التكرارات والنسب المتعلقة بفئة الاستمالات الاقناعية الموظفة في مختلف المضامين والمنشورات المقدمة عبر صفحات الدراسة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، نوعت في استخدامها لمختلف الاستمالات حيث اعتمدت بالدرجة الأولى في ما تعلق بالاستمالات الاقناعية على "الاستمالات العقلية" بمختلف أنواعها بنسبة 52،90٪، ثم الاستمالات العاطفية بمختلف مؤشراتها ثانيا بنسبة 47،10%.

يظهر لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن هناك تنويع في استخدام صفحات الدراسة لمختلف الاستمالات العقلية، وما نقصده بالاستمالات العقلية تلك الحجج التي يستخدمها القائم بالاتصال والقائمة على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتفنيد الآراء المقابلة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، حيث تبين الأرقام المستعرضة في الجدول أن "الاستشهاد بالمعلومات" جاء

أولا 21،73%، أين تم استخدام العديد من المعلومات الجديدة أثناء تناول القضايا المطروحة، يليها في المرتبة الثانية "تقديم أرقام وإحصائيات" بنسبة 11،34%، "ثم الاستشهاد بآراء مثقفين وكتاب" ثالثا بنسبة 9،18%، في حين جاء "الاستعانة بالدراسات والكتب" رابعا بنسبة 6،35%، في حين جاءت "الاستعانة بالنصوص الدينية والقانونية" في المركز الرابع فيما تعلق بالاستمالات العقلية الموظفة بنسبة 3،91%، وأخيرا استمالات عقلية أخرى في المركز الأخير بنسبة 0،40%، أما بالنسبة للإستمالات العاطفية، بداية نشير أن ما نقصده بالاستمالات العاطفية هي تلك الاستمالات التي تستهدف التأثير في مشاعر المتلقي، واللعب على حاجاته النفسية والاجتماعية بهدف الوصول إلى إقناع الجمهور بما يريد القائم بالاتصال، تبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن "استخدام الرموز والشعارات" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 25،51%، ثم "استخدام الأساليب اللغوية" ثانيا بنسبة 16،46%، ثم "عرض الآراء أنها مسلمات" ثالثا بنسبة 2،56%، أما في المرتبة الرابعة جاء استعمال "التخويف" بنسبة 1،90%، ثم استمالات عاطفية أخرى بنسبة 0،67% في المرتبة الأخيرة.

لا تخلو مختلف المواد الإعلامية مهما كان موضوعها من أساليب الإقناع المختلفة، سواء تعلق الأمر بالمواد الصحفية التي تتناول قضايا "الهوية الثقافية" والتي هي موضوع دراستنا أو مختلف المواضيع الأخرى كانت اقتصادية، سياسية وغيرها. إن الإقناع هو عملية اتصالية تحدث نتيجة التفاعل الدينامي بين عناصر مختلفة ومتداخلة، تتحكم في نجاح أو فشل العملية الاتصالية، هذه العناصر تكون الإطار العام لعملية الإقناع، إلا أن التحليل العلمي لموضوع " الإقناع" يقتضي عزل كل عنصر على حدى وتحليله، رغم الاعتراف بأنه «لا يمكن أن نفهم جانبا من جوانب الاتصال إذا درسناها منفصلة وأبعدناها عن المكونات الأخرى المتصلة بها، ذلك لأن التغيرات التي تطرأ على جانب واحد من جوانب عملية الاتصال قد تؤدي إلى حدوث تعديلات على الجوانب الأخرى»[1]

إلا أننا سنحاول تقديم بعض التفسيرات حول هذه النتائج التي تحصلنا عليها، أول شي يمكن ملاحظته في هذه النتائج أنه على الرغم من أن الاستمالات العقلية جاءت أولا بنسبة تتجاوز 52%، إلا أن هذه النسبة تعتبر قليلة جدا في موضوع مثل الذي تتناوله دراستنا، إن تناول موضوع الهوية الثقافية

[1] ذهبية سيدهم، الأساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، مذكرة ماجستير علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2005، ص90.

يفترض أن استخدام الاستمالات العقلية يجب أن يكون بنسبة كبيرة، وهذا راجع لطبيعة قضايا الهوية الثقافية، فهي قضايا تتسم بالجدية ولابد لمن يتصدى لها أن يمتلك عمق فكري وإدراك بأبعادها لهذا يمكن اعتبار النسبة المتحصل عليها فيما يخص الاستمالات العقلية نسبة أقل مما يجب، وبالمقابل استعمال الاستمالات العاطفية جاء بنسبة كبيرة تزيد عن 47%، وهو مؤشر على أن الصفحات المذكورة يغلب عليها في تناولها لقضايا الهوية الثقافية استخدام مختلف الأساليب الاقناعية التي لا تخاطب عقل المتلقي بقدر ما تخاطب عواطفه، من خلال استعمال الرموز والشعارات، ومختلف الأساليب اللغوية، إضافة للتخويف، وهذا الأمر يطعن في جدية هذه المؤسسات وما تقدمه من خدمات إعلامية.

-جدول رقم (43) يمثل الإستمالات الاقناعية المتضمنة في منشورات صفحات الدراسة.

الاستمالات		أوراس		سبق برس		Le360		هسبريس	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الإستمالات العقلية	استشهاد بالمعلومات	85	26,15%	12	10,53%	29	25%	35	18,82%
	تقديم الأرقام والإحصائيات	13	04%	31	27,19%	18	15,52%	22	11,83%
	الاستعانة بالدراسات والكتب	25	07,69%	07	06,14%	03	02,59%	12	06,45%
	الاستعانة بالنصوص الدينية والقانونية	09	02,77%	10	08,77%	02	01,72%	08	04,30%
	الاستشهاد بآراء مثقفين وكتاب	31	09,54%	05	04,39%	13	11,21%	19	10,21%
	أخرى	02	00,62%	/	/	01	00,86%	/	/
المجموع		**165**	**50,77%**	**65**	**57,02%**	**66**	**56,90%**	**96**	**51,61%**
الإستمالات العاطفية	استخدام الرموز والشعارات	80	24,62%	36	31,57%	32	27,58%	41	22,04%
	استخدام الأساليب اللغوية	60	18,46%	11	09,65%	12	10,34%	39	20,96%
	عرض الآراء على أنها مسلمات	11	03,38%	01	00,88%	03	02,59%	04	02,16%
	التخويف	06	01,85%	01	00,88%	03	02,59%	04	02,16%
	أخرى	03	00,92%	/	/	/	/	02	01,07%
المجموع		**160**	**49,23%**	**49**	**42,98%**	**50**	**43,10%**	**90**	**48,39%**
المجموع العام		**325**	**%100**	**114**	**%100**	**116**	**%100**	**186**	**%100**

يبين الجدول التفصيلي رقم (43) نسب وتكرارات فئة "الاستمالات الإقناعية" التي اعتمدتها صفحات المؤسسات الإعلامية الالكترونية المعنية بدراستنا، وهي نسب متقاربة لحد كبير، حيث سجلنا

أن كل الصفحات المعنية بالدراسة اعتمدت على الاستمالات العقلية بالدرجة الأولى، والملاحظ أيضا أن النسب متقاربة جدا بين استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية في كل الصفحات المذكورة.

✓بالنسبة للإستمالات الموظفة في منشورات صفحة الجريدة الالكترونية "أوراس" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "**أوراس**" بالدرجة الأولى على الاستمالات العقلية بنسبة 50،77%، ثم استخدام الإستمالات العاطفية، ثانيا بنسبة 49،23%.

بالنسبة للاستمالات العقلية في صفحة "أوراس" جاء "الاستشهاد بالمعلومات" أولا بنسبة 26،15٪، وهذا الجانب مرتبط كثيرا بالمنشورات ذات المضمون الإخباري والتي تتناول إحدى قضايا الهوية الثقافية الآنية، ومن الأمثلة على هذا النوع من الاستمالات العقلية المستخدمة، خبر متعلق بمشروع لتجريم الاستعمار الفرنسي قدمه أكثر من مائة نائب برلماني، حيث جاء في تفاصيله أن النائب البرلماني عن حركة مجتمع السلم "بلخير زكريا" أودع مشروع قانون لتجريم الاستعمار والآثار القانونية المترتبة عنه، مندوبا عن أصحاب المبادرة، تزامنا مع ذكرى أول نوفمبر، كما جاء "الاستشهاد بآراء مثقفين وكتاب" ثانيا بنسبة 9،54% وتجسدت هذه الاستمالات من خلال تصريحات مثقفين جزائريين أو أجانب حول إحدى قضايا الهوية الثقافية التي تم تناولها، ومن الأمثلة على هذا النوع من الاستمالات منشور تحت عنوان، وزير سابق يروي قصة تغيير كلمة "البربرية" إلى الأمازيغية.. حيث تم الاستعانة بالكاتب والوزير السابق "محي الدين عميمور" من أجل دعم المادة الصحفية المقدمة، كما جاءت "الاستعانة بالكتب والدراسات" ثالثا بنسبة7،69%، وهي نسبة جيدة جاءت في أغلبها عبارة عن منشورات تناولت قضايا تراثية وتاريخية، ومنها منشور يتناول دراسة لمؤرخ جزائري يكشف بالوثائق أن الجزائر لم تشارك في معركة نفارين ويكذب "أسطورة" الأسطول الجزائري الذي تحطم هناك، كما جاءت استمالة "تقديم أرقام وإحصائيات" رابعا بنسبة 4%، أما في المركز الخامس جاءت "الاستعانة بالنصوص الدينية والقانونية" بنسبة 2،77%، وأخيرا إستمالات أخرى 0،62%.

أما بخصوص استخدام الاستمالات العاطفية، فقد جاء "استخدام الرموز والشعارات" أولا بنسبة 24،62%، من الأمثلة على هذا النوع من الاستمالات منشور يتحدث عن الروائي الجزائري "محمد مولسهول" المدعو "ياسمينة خضرا"، والذي تم اتهامه بالخيانة لأنه فقط يكتب باللغة الفرنسية، وهو ما يمكن تصنيفه كنوع من الاستمالات القائمة على الشعارات، وجدير بالذكر أن الصفحة أوردت رد الكاتب

والذي وصف منتقديه "بالأغبياء والجهلة"، أما في المرتبة الثانية جاء "استخدام الأساليب اللغوية" بنسبة 18،26%، وقد استعملت هذه الاستمالات بكثرة في عدة منشورات تناولت مسألة تعميم استعمال اللغة العربية في المؤسسات والإدارات العمومية، وكذا في فترة الخلافات بين الجزائر وفرنسا بخصوص بعض القضايا التاريخية، كما جاء في المرتبة الثالثة "عرض الآراء على أنها مسلمات" 3،38%، ثم استعمال "التخويف" رابعا بنسبة 1،85%، وأخيرا استمالات "أخرى" بنسبة0،92%.

✓بالنسبة للاستمالات الموظفة في منشورات صفحة الموقع الإخباري "سبق برس" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "سبق برس" فيما تعلق بالاستمالات الموظفة في منشوراتها بالدرجة الأولى على الاستمالات العقلية بنسبة 57،02%، وهي نسبة متقاربة مع استخدام الصفحة للاستمالات العاطفية التي بلغت نسبتها 42،98%، وهي نفس النتائج المتحصل عليها في باقي الصفحات.

إذا ما حاولنا التفصيل في الاستمالات العقلية المتضمنة في صفحة "سبق برس" نجد إن استمالة "تقديم أرقام وإحصائيات" جاءت أولا بنسبة 27،19%، وهي نسبة غريبة بعض الشي لطبيعة قضايا الهوية الثقافية، فنحن لسنا بصدد البحث في مواضيع اقتصادية مثلا، لكن تبين لنا من خلال المنشورات أن كثرة استعمال هذا النوع من الاستمالات راجع لطبيعة الصفحة الإخبارية، والتي تتناول قضايا الهوية الثقافية من جانبها اليومي دون أي تعمق أو تقديم رؤية، ومن الأمثلة على استخدام هذا النمط من الاستمالات، خبر متعلق بترميم ضريح "إيمدغاسن" في باتنة، حيث وردت عدة أرقام منها المبلغ المخصص للترميم، إضافة لمنشورات أخرى تتضمن تواريخ أحداث تاريخية مختلفة، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت "استشهاد بالمعلومات" بنسبة 10،53%، واستعملت هذه الاستمالة أيضا بكثرة في صفحة "أوراس" وكما أوضحنا سابقا ترتبط هذه الاستمالة كثيرا بالمنشورات ذات المضمون الإخباري، منها خبر متعلق بالعثور على فسيفساء تعود لعصور قديمة في جيجل، كما جاء في الخبر أن مختصين من المركز الوطني للبحث في علم الآثار يعاينون المكان المعني، ثم جاءت "الاستعانة بالنصوص الدينية والقانونية" في المركز الثالث بنسبة 8،77%، أما رابعا فقد جاء "الاستعانة بالكتب والدراسات" بنسبة6،14%، وأخيرا جاء "الاستشهاد بآراء مثقفين وكتاب" بنسبة 4،39%.

أما فيما تعلق بالاستمالات العاطفية الموظفة في منشورات صفحة "سبق برس" فقد جاء "استخدام الرموز والشعارات" أولا بنسبة 31،57%، ومن الأمثلة على هذا منشور يتحدث على الاختلاف بين كل من رئيس حركة البناء الوطني عبد القادر بن قرينة، وصالح قوجيل رئيس مجلس الأمة حول شعار البادیسية النوفمبرية، حيث كثر استخدام هذا النمط بكثرة فورد في نص الموضوع الكثير من الشعارات والرموز، ثم في المرتبة الثانية جاء "استخدام الأساليب اللغوية" بنسبة 9،65%، وقد استعملت هذه الاستمالات بكثرة في العديد من المواضيع وخصوصا تلك المتعلقة بالصراع حول بعض المسائل التاريخية بين الجزائر وفرنسا، وأخيرا جاءت في المرتبة الأخيرة كل من استمالة "عرض الآراء على أنها مسلمات"، ثم استعمال "التخويف" بنسبة 0،88% لكل منهما.

✓بالنسبة للاستمالات الموظفة في منشورات صفحة الموقع الإخباري "le360" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "le360" فيما تعلق الاستمالات الموظفة في المنشورات المتعلقة بقضايا الهوية الثقافية بالدرجة الأولى على الاستمالات العقلية بمختلف أنواعها بنسبة 56،90%، ثم استخدام الاستمالات العاطفية بمختلف أشكالها بنسبة 43،10%، و هي تقريبا نفس النسب الواردة في صفحة الموقع الإخباري سبق برس، كما أنها متقاربة مع النسب الواردة في باقي الصفحات.

حيث سجلنا بالنسبة للاستمالات العقلية جاءت استمالة "تقديم أرقام وإحصائيات" أولا بنسبة 25%، وهو ما يتوافق مع النتيجة التي تحصلنا عليها في صفحة "سبق برس" حيث لاحظنا عدة منشورات تضمنت هذا النمط من الاستمالات، وكلها عبارة عن أخبار متعلقة بأحد قضايا الهوية الثقافية، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت "استشهاد بالمعلومات" بنسبة 15،52%، وكمثال نجد أحد المنشورات موضوعه تضرر قطاع الصناعات التقليدية من تبعات جائحة كورونا، أما في المركز الثالث فقد جاء "الاستشهاد بآراء مثقفين وكتاب" بنسبة 11،21%، وفي المركز الرابع جاءت استمالة "الاستعانة بالكتب والدراسات" بنسبة 2،59%، ثم"الاستعانة بالنصوص الدينية والقانونية" بنسبة 1،72% في المرتبة الخامسة، وأخيرا استمالات أخرى بنسبة 0،86%.

أما فيما تعلق بالاستمالات العاطفية، فقد جاء "استخدام الرموز والشعارات" أولا بنسبة 27،58%، وقد جاء استخدام هذا النمط من الاستمالات بكثرة في المنشورات التي تناولت مسألة الأقليات الدينية وبالخصوص الأقلية اليهودية، حيث كثيرا ما يستخدم هذا الأسلوب في تناول هذه القضايا، من خلال التركيز على مسائل مثل التعايش والتنوع، و ترديد شعارات مختلفة عن المغرب، ثم في المرتبة الثانية جاء "استخدام الأساليب اللغوية" بنسبة 10،34%، وقد تم استعمال هذه الاستمالات في مواضيع مختلفة نذكر منها منشور عبارة عن ريبورتاج حول مدينة فاس، التي تحتضن على غرار مجموعة من باقي المدن المغربية، واحدا من أعرق الأحياء الشاهدة على التعايش الذي كان بين الجالية اليهودية والمغاربة، وأخيرا جاءت استمالة "عرض الآراء على أنها مسلمات"، ثم استعمال "التخويف" بنسبة 2،59%.

✓بالنسبة للاستمالات الموظفة في صفحة الجريدة الالكترونية "هسبريس" على الفيسبوك.

اعتمدت صفحة "هسبريس" بشكل أساسي فيما تعلق بالاستمالات الموظفة بالدرجة الأولى على "الاستمالات العقلية بمختلف أشكالها" بنسبة 51،61%، ثم الاستمالات العاطفية بمختلف أنواعها في المرتبة الثانية بنسبة 48،39%، وهي نفس النتائج المتحصل عليها في باقي الصفحات.

حيث سجلنا فيما تعلق بالإستمالات العقلية أن استمالة "استشهاد بالمعلومات" جاءت أولا بنسبة 18،82%، ومن الأمثلة على هذا النمط من الاستمالات منشور يتناول مسألة تعميم تدريس الأمازيغية من خلال لقاء يجمع وزير التربية والتعليم العالي المغربي، وعميد المعهد الملكي للثقافة الأمازيغية، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت استمالة "تقديم أرقام وإحصائيات" بنسبة 11،83%، وهي نتيجة تكررت في أغلب الصفحات المعنية بالدراسة وهو أمر في نظرنا يرجع إلى الطبيعة الإخبارية لهذه الصفحات، أما في المركز الثالث جاءت استمالة "الاستشهاد بآراء مثقفين وكتاب" بنسبة 10،21%، ومن الأمثلة على هذا النوع من الاستمالات منشور يتناول مسألة الأمازيغية في المغرب، حيث تم استخدام كلام الكاتب "**بنسالم حميش**" حول كون البربر وراء تعريب المغرب كما صرح أيضا أن اللغة العربية هي قوام حضارة الأمازيغ، في حين جاءت استمالة "الاستعانة بالكتب والدراسات" في المركز الرابع بنسبة 6،45%، وأخيرا جاءت استمالة "الاستعانة بالنصوص الدينية والقانونية" بنسبة 4،30%.

أما فيما تعلق بالاستمالات العاطفية الموظفة في منشورات صفحة "هيسبريس" فقد جاء "استخدام الرموز والشعارات" أولا بنسبة 22،04%، حيث تم استعمال هذا النوع من الاستمالات بكثرة، حيث نضرب مثالا على ذلك تصريح ننقله بنصه "زعيم الجالية اليهودية في مونتريال يتحدث عن عودة العلاقات بين المغرب وإسرائيل... كاين المغرب و كاين العالم" أما في المرتبة الثانية جاء "استخدام الأساليب اللغوية" بنسبة 20،96%، وقد تم استعمال عديد الأساليب اللغوية من استعارات وتشبيه ومثالا على ذلك منشور تحت عنوان "فوزي الصقلي رئيس مهرجان فاس للثقافة الصوفية: التراث الصوفي "تراث زاخر، وبحر لا ساحل له..."، أما في المرتبة الثالثة جاءت استمالة "عرض الآراء على أنها مسلمات"، ثم استعمال "التخويف" بنسبة 2،16%، وأخيرا استمالات أخرى بنسبة 1،07%.

رابعا: عرض ومناقشة بيانات المقابلة.

رقم	اسم الأستاذ ورتبته	التخصص	المؤسسة	تاريخ المقابلة	نسبة الإجابة على أسئلة دليل المقابة
01	أ. د أبو بكر الجامعي	أستاذ العلوم السياسية والعلاقات الدولية	كلية إدارة الأعمال والعلاقات الدولية– مارسيليا– فرنسا	2022/12/16	%100
02	أ. د نصر الدين بوزيان	أستاذ الإعلام والاتصال	جامعة قسنطينة	2023/02/12	%100
03	د. ريمة فتيحة قدوري	أستاذ الإعلام والاتصال	جامعة غيليزان	2022/12/14	%100
04	د. حسان حامي	أستاذ علم الاجتماع	جامعة سطيف	2022/12/15	%90

–جدول رقم (44) خاص بالبيانات التفصيلية المتعلقة بالمقابلة.

تفريغ وتحليل بيانات السؤال التمهيدي:

س1/كيف يمكن تفسير عودة النقاشات الهوياتية بقوة عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية في المنطقة العربية؟

اتفق كل من المبحوث رقم (01) والمبحوث رقم (02) والمبحوث رقم (03)أن السبب الرئيسي في عودة النقاشات حول قضايا الهوية الثقافية عبر الشبكات الاجتماعية، هو ما أتاحته هذه المنصات من فرصة لعرض القضايا وتبادل النقاشات حولها، والتفاعل مع مضامينها، وهي امتداد طبيعي للواقع بمزايا إضافية، حيث أن طبيعة هذه الشبكات الاجتماعية تؤكد على أن فكرة العولمة التواصلية الحديثة تجعل من الإنسان يتعرض أكثر للآراء الأخرى والهويات الأخرى، وبهذا فمن طبيعة الإنسان أنه يعمل على تكريس هويته ويهتم بها خاصة لما يواجه بهويات أخرى عند ما يكون في محيط تتمظهر فيه

العديد من الهويات الأخرى، مما يزيد حدة تفكيره بهويته وهي الفكرة التي تتناسب مع الجانب التقني للشبكات الاجتماعية القائم على بؤر النقاشات مع الآخرين، خاصة الذين يقتربون من رؤيتنا للأفكار، في ظل الاندماج في منظومة اتصالية عالمية محملة بتناقضات دينية و اديولوجية.

أما أحد المبحوث رقم (04) فقد أرجع الأمر إلى أن المجتمعات العربية بعد انطلاق الربيع العربي في العقد الماضي عرفت تحولات عميقة مست أولا الرموز والشخوص والتاريخ والهوية التي كانت مصادرة قبل ذلك من طرف الدولة. التي كانت تكتب التاريخ وتحدد ثوابت الهوية وهي الوحيدة التي كان لها القدرة على إثارة هذه المسائل في ظروف معينة وفي حدود مؤطرة، أما بعد الربيع العربي فقد تراجع دور الدولة في ضبط تلك التناقضات الهوياتية، خصوصا في ظل أداوت التعبير الحديثة أي وسائل التواصل الاجتماعي التي أتاحت فتح هذه النقاشات فيما يمكن تسميته بالفضاء العمومي الافتراضي والتي أخذت مناحي خطيرة في بعض الأحيان سواء عن قصد أو عن غير قصد.

تفريغ بيانات المحور الأول: المتعلق بفئات المضمون.

س2/بماذا يمكن تفسير الاهتمام بالقضايا الدينية عموما، وبقضايا الأقلية اليهودية على وجه الخصوص في صفحتي هسبريس و "le360" ؟ وهل هو إهتمام حقيقي؟

بالنسبة للسؤال الثاني المتعلق بكيف يمكن تفسير الاهتمام الكبير من الصفحتين المغربيتين بقضايا الأقلية اليهودية أتفق ثلاث من المبحوثين هما رقم(02) ورقم(03) ورقم (04)، أن السبب الأساسي في هذا الاهتمام، هو أن المسألة الدينية في العالم العربي بشكل عام أحد أهم قضايا الهوية الثقافية، حيث تسيطر القضايا الدينية على العقل العربي في جميع المجالات ولعل الهوية أحد مجالات النقاش العمومي التي تجلت فيها النزعة الدينية بوضوح. إن الدين وأنماط التدين يحتل دائما في الجغرافيا العربية أوسع المساحات الاهتمام بحكم طبيعة هذه المجتمعات "المتدينة". فالدين هو المرجعية الأخلاقية للمجتمعات العربية وهو من يحدد سلم القيم والمعايير وهو من يعرف الخير والشر والصواب والخطأ، والمزاج المجتمعي العام هو مزاج متدين إن لم نقل أنه انزاح في السنوات الماضية إلى مزاج سلفي.

في حين نجد أن المبحوث رقم (01) وهو أقرب لفهم وضع الإعلام المغربي بحكم الممارسة والخبرة، يؤكد أن هذه النتائج التي توصلنا إليها في الصفحات المذكورة لا يمكن أخذها كمعيار أساسي للحكم على طبيعة النقاش الحقيقي الذي يوجد داخل المجتمع المغربي، وهنا يؤكد أنه يجب أن تفهم هذه

الصفحات كأداة تواصلية للنظام وليست أداة إعلامية، وبذلك نجد أن التشبث بالهوية هو مورد أساسي من الموارد المهمة للسلطة، خاصة بما يخدم النخب والسلطة الحاكمة التي توجه هذه الهوية في الإطار الذي يكرس سلطتها. خصوصا بالنسبة للمغرب الذي نجد أن الدين عامل مهم جدا ومختلف عن البلدان الأخرى فهو البلد الوحيد في المنطقة والعالم الإسلامي الذي يعتبر فيه الملك أمير المؤمنين وهو منصب يجمع البعدين الديني والسياسي.

أما بالنسبة لقضايا الأقلية اليهودية رأى المبحوث رقم (01) أن للأمر بعدين الأول تسويقي لأنه يعتبر أن العامل اليهودي هو عامل مكون للهوية المغربية، لكن المشكل الذي تثيره النقاشات اليوم ليس هو اليهودية هو الصهيونية المشكل هو التعسف على الشعب الفلسطيني، والتشبث باليهودية بهذه الطريقة هو معادي للسامية لأنه لتبرير المصيبة العظمة وهي التطبيع مع إسرائيل حسب رأي المبحوث، حيث يستعملون عامل اليهود لكن اليهودية ليست هي الصهيونية، وبهذا إنك هنا تستعمل فكرة التعددية الثقافية والهوياتية واليهود كمبرر للتعامل مع دولة للتمييز العنصري التي تتعسف على الشعب الفلسطيني وهذي جريمة في حق الفلسطينيين وحق اليهود.

س3/ كيف يمكن تفسير الاهتمام الكبير بالتاريخ عموما، وبتاريخ الثورة الجزائرية في صفحتي" أوراس" و"سبق برس" الجزائريتين ؟

فيما تعلق بتفسير الاهتمام بالقضايا التاريخية وبالخصوص قضايا تاريخ الثورة الجزائرية اتفق المبحوثين رقم (01) و(02) ورقم(03) و(04)على أن مركزية الثورة الجزائرية في الهوية الثقافية الجزائرية يمكن أن تفسر جزء مهم من هذا الاهتمام، لكنهم أشاروا إلى أن هذه المواقع الالكترونية في الجزائر لا تخرج عن السياق العام الذي تسير فيه كل القنوات الإعلامية العمومية والخاصة كمصدر للمعلومة، فهي كذلك تحاول الحفاظ على وجودها في الساحة الإعلامية من خلال تحاشي طرح النقاش حول الوضع السياسي العام في البلاد، لذلك فهي كغيرها تحاول اجترار تاريخ ثورة التحرير كأحد أهم المواضيع قبولا لدى الهيئات الرقابية حول الإعلام المرئي والمسموع والرقمي. كما لاحظ أحد المبحوثين أن كل القنوات والمواقع الالكترونية تتشابه بشكل غريب في المواضيع وطريقة الطرح وحتى نوعية المحللين أو الضيوف وكأننا أمام مدير تحرير واحد يوجه الرأي العام لمواضيع وأراء بعينها دون غيرها، وهو ما يؤكده مبحوث أخر، حيث أشار إلى أن وسائل الإعلام المذكورة فيها بعض الجوانب التواصلية للحكم، وبالتالي فخطابها مبني على هذه الهوية التي تعرضها السلطة والجوانب التي تبرزها من هذه الهوية هي الجوانب التي تريدها النخب الحاكمة، كما أن أحد المبحوثين أكد أن الكثير من هذه المنشورات هي عبارة عن تفاعل مع الحدث وبعض التصريحات المرتبطة بالمسألة التاريخية.

س4/ بماذا يمكن تفسير تغييب الآراء المختلفة في مجموعة قضايا هووية وبالخصوص تلك القضايا التي لها ارتباط بمسائل سياسية؟

بالنسبة للسؤال الرابع المتعلق بكيف يمكن تفسير تغييب الآراء المختلفة في نقاش قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة، اتفق ثلاث من المبحوثين هم رقم (01) ورقم(02) و(03)، إلى أن الأمر مرتبط أساسا بالسياسة التحريرية للمؤسسات المذكورة، حيث لا يخلوا الأمر من وجود مقص الرقيب وسيطرت أيديولوجية ما على المضامين المنشورة، من خلال استخدام مفاهيم مثل مفهوم الثوابت، حيث تختار السلطة مفهوم ومقومات الهوية الثقافية وبالتالي هنا مسألة الثوابت هي من تحددها، ومسألة الثوابت هنا هي وسيلة لإقصاء الرأي الأخر، بمعنى فكرة المعارضة هنا تصبح للثوابت المتعلقة بهوية المجتمع تحولك أنت أيضا إلى معارض لهوية المجتمع ولست معارض للسلطة فقط.

كما نجد أن أحد المبحوثين رقم (04) أشار إلى أن الأمر قد يكون الأمر مرتبطا بنوعية الأفراد الذين استدعتهم هذه المواقع للحديث عن الموضوع، وأنها اختارت من سيثمن جهود الدولة في إطار حماية اللغة العربية واللغة الأمازيغية من أجل توجيه الموضوع نحو هدف بعينه فالأمور لا يمكن أن تترك للصدفة، وهو ما يتوافق مع المقاربة النظرية للدراسة والمتمثلة في نظرية "التأطير الإعلامي" حيث تمارس هذه الصفحات عملية انتقاء ممنهج ليس فقط المواضيع ولكن للضيوف والمشاركين في نقاش قضايا الهوية الثقافية.

س5/ هل من الطبيعي أن إطار تناول قضايا الهوية الثقافية الرئيسي هو الإطار السياسي؟ وأن تكون الشخصيات الفاعلة في هذه القضايا بالأساس هم السياسيون والمسؤلون الرسميون بالدرجة الأولى؟

اتفق اثنان من المبحوثين هما رقم (01) ورقم (04) أن السبب في كون الإطار السياسي والشخصيات السياسية هي أكثر الشخصيات الفاعلة في قضايا الهوية الثقافية، يرجع هذا إلى أن السياسي والسياسي الرسمي ليس حرا في إبداء أي رأي إنما يتحدث باسم المؤسسة أو الهيئة التي يشتغل بها وهذا ما يؤكد في نظر المبحوثين كون هذه الصفحات أدوات تواصلية مرتبطة بالسلطة في إطار مغلق مفتوح أمام هؤلاء السياسيين والمسئولين الرسميين الذين يرددون خطاب يتماشى مع التوجه الرسمي ولا يتعارض معه.

أما المبحوث رقم (02) فقد أكد أنه ليس من الطبيعي أن إطار تناول قضايا الهوية الثقافية الرئيسي هو الإطار السياسي والفاعلين الرئيسيين هم سياسيون، ورغم أن مسالة "الهوية الثقافية" ليست مسألة سياسية لكنها تعاني من التوظيف السياسي لذلك يستثمر فيها السياسيون. فقضايا الهوية هي مسائل بالأساس ثقافية وعلمية والسياسي يبني عليها مشروعه السياسي على نحو يخدمها لا للمتاجرة بها.

أما المبحوث رقم (03) فقد أرجع السبب إلى انسحاب النخبة وأهل الثقافة من نقاشات الهوية الثقافية، مما خلق مجال أن تصبح قضايا الهوية الثقافية بيئة وفرصة سانحة لأهل السياسة. وهو ما يتجلى حسب المبحوثة في واقع الدول العربية، نظرا لأن قضايا الهوية الثقافية تعتبر مجالا خصبا للسياسيين والمسئولين الذين يعملون على هذا الوتر لتحقيق أهداف وفق برنامجهم أو انتمائهم أو اشتغالهم في المجال السياسي.

س6/ كيف يمكن تفسير التدني في النقاش من خلال التعليقات المتمثلة أساسا في التهجم والسخرية وخطاب الكراهية في مواضيع الهوية الثقافية التي يفترض أنها مواضيع جادة تتطلب حد أدنى من الرزانة والعقلانية؟ وهل ترى أن النقاش حول قضايا الهوية الثقافية تحول من نقاش نخبوي في العقود الماضية إلى نقاش شعبي وشعبوي عنيف ومتزمت بسبب الشبكات الاجتماعية الرقمية ؟

اتفق ثلاث من المبحوثين هم رقم (02) و(03) ورقم (04) على أن هذا التدني في التعليقات الواردة على بعض المنشورات طبيعي ومفهوم لأن نقاشات الهوية الثقافية في المنطقة أفرغت من محتواها، وتم استهلاكها واستغلالها بما يكفي مما أفقد المتفاعلين الثقة في هذه المضامين. كما أن الفضاء الافتراضي فضاء مفتوح، وللجميع الحق في التعليق سواء بالسخرية او الاستهزاء أو حتى خطاب الكراهية خاصة في هكذا مواضيع فحين تفتح هذه المواضيع لعامة الناس لا يجب انتظار حدود مقبولة من العقلانية والرزانة في الطرح وهكذا سيأخذ النقاش منحاه الطبيعي كما لو أنه في الشارع أو على الأقل جزء من هذا الشارع ما تسميه تدني هو الصورة الحقيقية للتناقضات التي يعيشها المجتمع والتي لم يكن بالإمكان فكها لأن الفضاء العام مغلق منذ عقود ولم يكن بالإمكان تفكيك هذه الخطابات العنصرية وبالتالي هي تعيد الظهور إلى العلن على الفضاء الافتراضي. وقد أرجع المبحوث رقم(02)

مسألة العنف اللفظي في التعليقات إلى غياب القدرة على الرد العقلاني حيث يتم اللجوء للتهجم ونشر الخطاب الذي يتضمن الكراهية والعنف.

في حين فسر أحد المبحوثين رقم (01) الأمر بأن الاستهزاء راجع للرداءة التي تتناول بها هذه الصحف والمواقع الالكترونية المحتويات الهوياتية، والتي تتسم بقلة احترام بالنسبة للمجتمع ولذلك يقابل هذا المحتوى باستهزاء وسخرية من قبل المتلقين.

أما مسألة التفاعل بتعليقات تحمل خطاب كراهية هنا يحتاج الأمر إلى دراسة عميقة سواء في المضامين أو اتجاهات المتفاعلين ومعرفة خلفيتهم المعرفية والثقافية لنعرف سبب تبنيهم هذا الخطاب، لكن رغم هذا أكد أحد المبحوثين أن التعليقات تكون حادة عندك أولائك الذين عندهم أراء حادة ومتزمتة لاتجاه معين، وهذا ما يعني أنه يوجد كم كبير من الآراء المملوءة بالعنف الرمزي في تعليقات المستخدمين. وبالتالي هنا التفاعل هو تفاعل انفعالي من خلال الموالاة المطلقة أو المعارضة المطلقة.

أما بخصوص الجزء الثاني من السؤال، والمتعلق بتحول نقاش قضايا الهوية الثقافية من نقاش نخبوي إلى نقاش شعبي يتسم بالشعبوية والعنف والتزمت بسبب الشبكات الاجتماعية الرقمية، كان هناك تباين في الأجوبة حيث أكد أحد المبحوثين وهو رقم (02) أنه على الرغم من الخطابات الشعبوية وبعض العنف والتزمت إلا أن الأمر يبقى محدود ولا يشكل خطورة كبيرة، لكنه مع ذلك يستدعي الاهتمام. أما المبحوث رقم (03) أنه لا يعتقد ذلك، فلطالما كان نقاش قضايا الهوية الثقافية مقتصراً على فئة معينة من أفراد المجتمع ممن ينتمون إلى الحقل الثقافي أو المعرفي أو أهل السياسية. في حين رأى المبحوث رقم (04) أن النقاش حول قضايا الهوية الثقافية تحول فعلا من نقاش نخبوي في العقود الماضية إلى نقاش شعبي وشعبوي عنيف ومتزمت بسبب الشبكات الاجتماعية الرقمية ؟ وفي حالات كثيرة بفعل فاعل و أحيانا بشكل عفوي.

أما بخصوص المبحوث رقم (01) فقد أكد أنه لا يوجد رأي ثابت لكنه يرى أنه لا يجب أن نعتبر أن النقاش من قبل كان سليم ونخبوي بمعنى أن أراء العامة كانت لا توجد عندها أراء متطرفة، بل كانت ولكن وسائل عرضها لم تكن موجودة، الآن الوسائل متوفرة وبالتالي أصبحت الأبواب مفتوحة لإمكانية دخول الجميع للفضاء العمومي وهنا توفرت المساحة للتعبير عن الآراء الكامنة داخل الأفراد تحت غطاء الدمقرطة، وبالتالي هذا التعليقات التي لها مستوى غير لائق موجودة وقد تكون مبنية على أفكار ومعرفة حقيقية بالموضوع وبالتالي هذه تكلفة الحرية والدمقرطة للفضاء العمومي.

س7/ هل ترى من خلال الملاحظة ومن خلال خبرتكم أن قيم مثل "الاحتفاء بالاختلاف" و "الوفاء والامتنان" هي السائدة فعلا في التعامل مع مسألة الأقليات أو مع قضايا التاريخ في المنطقة المغاربية؟

اتفق ثلاثة من المبحوثين هم رقم (01) ورقم(02) ورقم(04) أن القيم المتضمنة في المنشورات الخاصة بوسائل الإعلام محل الدراسة ليس لها علاقة بالقيم السائدة في المجتمع المغربي والجزائري، وإنما هي مرتبطة بالسياق السياسي، حيث بين المبحوث رقم (04) أنه يرى أن المسألة فيما يخص المغرب مرتبطة بسياق التطبيع، أما في الحالة الجزائرية فالامتنان للتاريخ ثورة التحرير هو الحالة الطبيعية إلا أن الغير الطبيعي هو الاختفاء وراء شجرة ثورة التحرير ورموزها من أجل إخفاء المشاكل السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها البلد. في حين أكد المبحوث رقم (01) أنه وبحكم خبرته ومعايشته يؤكد أنه طوال التاريخ لا توجد هناك خطابات عنصرية مفرطة ضد اليهود المغاربة، لكن الهدف أن السلطة تريد التسويق أن ذلك التعاطي الإيجابي مع الأقليات هو وليد من النظام السياسي، وليس وليدنا نحن كشعوب، إذن الأمر لا يتعدى كونه عملية تسويقية لخطاب سلطوي، ومحاولة إبراز السلطة بأنها الضامن الوحيد لمسألة الأقليات. أما بالنسبة للمبحوث رقم(02) فقد أكد أن الاحتفاء بالاختلاف ليس قيمة بارزة أو معبرة بالضرورة، حيث ينبغي التفريق بين الشعارات والممارسات في هذه الحالة، في حين أن الوفاء والامتنان قد تبدو أكثر تعبيرا، فهناك وفاء وامتنان خصوصا لقضايا التاريخ مع تسجيل بعض التناقض مرة أخرى بين الفكرة والمبدأ من جهة والتوظيف السياسي من جهة أخرى.

في حين نجد أن المبحوث رقم (03) رأى أن النتيجة التي توصلنا إليها منطقية جدا وواقعية وموضوعية وهذا بالنظر لخصوصية كل بيئة على حدة. فالبيئة المغربية تحتفل وتتفاخر باختلافها التي تعتبره مصدر قوتها، خاصة مع معرفتنا بالسياقات التاريخية والتوجهات السياسية للمملكة المغربية فيما يخص قضايا الأقلية اليهودية، وأعتقد أنها نجحت في الاستفادة من تنوعها الديني اجتماعيا وسياسيا وإعلامياً، وهو ما يدفع مؤسساتها الإعلامية إلى الحشد الإعلامي لإنجاح ذلك من خلال نشر مضامين الهوية الثقافية تقوم على قيم الاحتفاء بالاختلاف والتنوع الديني. في حين أن السياق العام للمجتمع الجزائري سياسيا واجتماعيا سيطرت عليه القيم المرتبطة بتاريخ الثورة الجزائرية ورموزها التي تعتبر مقدسة ولا يمكن المساس بها.

المحور الثاني: المتعلق بتفريغ وتحليل الأسئلة المتعلقة بفئات الشكل.

س08/ كيف يمكن تفسير تنامي استخدام العامية في وسائل الإعلام عموما وفي الإعلام الالكتروني على الخصوص؟

اتفق اثنان من المبحوثين هما رقم (01) ورقم (04) فيما تعلق بكيف يمكن تفسير تنامي استخدام العامية في وسائل الإعلام عموما وفي الإعلام الالكتروني على الخصوص، اتفقوا أن استخدام العامية في وسائل الإعلام عموما شي إيجابي ومهم حيث أكد المبحوث رقم (04) أن العامية لها حمولة عاطفية أقوى من الفصحى فهي لغة التداول اليومي بين الناس فالفصحى هي لغة التعليم والإدارة ولكنها ليست لغة الشارع والبائع والخباز وسائق التاكسي وحتى الأستاذ و الإداري خارج أماكن عملهم. لذا فإن تداولها في الفضاء الافتراضي هو في سياق نقلها من الشارع إلى هذا الفضاء، في حين أكد المبحوث رقم (01) أنها تأتي كنوع من إرادة الولوج بشكل أسرع للرأي العام من طرف هذه الصحف وهذا في حد ذاته هو إشكال تعاني منه بلدان المنطقة المغاربية بالأساس، فنحن من البلدان القليلة في العالم فالطفل لما يدخل القسم لأول مرة نجد أن مدرسه أو مدرسته يتكلم معه بلغة غير لغة أمه وهذا عائق لغوي كبير، وهذا إشكال كبير لأنه يؤدي، وبالتالي لما يكون هناك مجهود لاستعمال لغة مفهومة أكثرا مثل "المزج بين العامية والفصحى" يعتبره المبحوث شيء إيجابي جدا، و من المسالك التي يمكن اعتبارها تساعد على الخروج من هذا المأزق اللغوي.

في حين نجد أن المبحوث رقم (03) أرجع الأمر إلى القبول الجماهيري وتراجع الضوابط والصرامة المهنية، أما المبحوث رقم (03) فقد أرجع مسألة تنامي استخدام العامية إلى تدني أو ضعف المستوى اللغوي لصناع المضامين المتعلقة بقضايا الهوية الثقافية، وثانياً لتدني المستوى اللغوي للجمهور المستخدم للإعلام الإلكتروني.

س09/ كيف ترى مسألة التنويع في الأنواع الصحفية المستخدمة في صفحات الدراسات؟ وهل هذا التنويع يدخل في التوجه العالمي نحو صحافة متحررة من سطوة وهيمنة "الخبر" الذي فقد بريقه بفعل وسائط التواصل الاجتماعي؟

فيما تعلق بتفسير مسألة التنويع في استخدام الأنواع الصحفية نجد أن المبحوث رقم (01) ربط المسألة بالهوية التحريرية للصفحات الذي تعاملت معها الدراسة، والتي لها خط تحريري معروف، بمعنى إذا كانت أغلب المحتويات أخبار فهذا يعود الى طريقة صياغة هذه الأخبار بشكل موضوعي أو غير موضوعي وهذا راجع للجهات المسيطرة على هذه الصفحات، بمعنى أن هذه المحتويات لا يوجد فيها أي توجه تحريري، والإشكال الثاني إذا اعتبرنا بأن المحتويات الأكثر هي إخبارية بالأساس، فمقارنة مع البلدان الديمقراطية هذا يعتبر شيء بسيط جدا، وهذا من الطبيعي جدا أن الخبر ليست له أهمية عند البلدان السلطوية مقارنة بالبلدان الديمقراطية.

كما أشار إلى أن ما يلفته في الأرقام التي حصلنا عليها من تحليل كل هذه المضامين هو غياب الصحافة الاستقصائية بأنواعها، أما بالنسبة للجزء الثاني من السؤال المتعلق بالتوجه العالمي نحو صحافة متحررة من سطوة وهيمنة الخبر، أكد المبحوث أنه لا يعتقد بأن الانترنت تقضي على الأنواع الخبرية فالواقع يثبت العكس والصحافة لم تتغير إلى حد الآن والناس تتابع الصحافة الالكترونية الإخبارية خاصة الجادة منها والتي هي في حاجة إلى استثمار من أجل الحفاظ على سيرورتها.

كما نجد أن المبحوث رقم (02) قد تسائل، هل فعلا يمكن الحديث عن أنواع صحفية؟ فحسب رأيه فالكتابة الصحفية في المواقع تعاني من الكثير من الاختلالات في التحرير وهناك تداخل في الأنواع. أشكال النشر تتباين بالنظر لطبيعة المضامين وأهداف القائمين عليها ولكن لا زال الخبر لم يفقد بريقه في المواقع الالكترونية فهو ما زال يمثل أساس عملها.

في حين نجد أن المبحوث رقم (03) أرجع التنوع في استخدام الفنون الصحفية مهم جداً في نشر مضامين الهوية الثقافية، كما أشار إلى أن قضايا الهوية الثقافية تقوم بالأساس على فن الخبر والمقابلة والمقال، باعتبارهم أهم الأنواع الصحفية التي يمكن استخدامها، كما لاحظ تنامي استخدام فن البورتري في الإعلام الإلكتروني مقارنة بالإعلام الرقمي في حين تراجع فن المقال والتقرير. وأرجع هذا لكون جل مضامين الهوية الثقافية تعتمد على الأحداث المناسباتية وهو ما يجعل هذه الفنون تسيطر تقديم مضامين الهوية. ولهذا "الخبر" لا زال يحتل مكانة مهمة وهو ما تؤكده نتيجة الدراسة ولم يتراجع كما تدل عليه مرتبته الأولى بنسبة 39%. في حين أن المقال وهو أهم الفنون الصحفية القادرة على بناء رأي عام حقيقي قد تراجع بفعل القراءة السريعة التي فرضتها منصات التواصل الاجتماعي.

نشير أيضا إلى أن المبحوث رقم (04) لم يجب على هذا السؤال لأنه لم يكن متضمن في دليل المقابلة الخاص به بحكم أن مسألة "الأنواع الصحفية" هي مسألة مرتبطة بتخصص الإعلام والاتصال في حين أن تخصص المبحوث رقم (04) هو علم الاجتماع، كما نشير أننا فيما يخص المبحوث رقم

(01) قد طرحنا عليه هذا السؤال بحكم أنه ممارس للعمل الصحفي إلى جانب صفته الأكاديمية، حيث ساهم في تأسيس وإدارة تجارب إعلامية رائدة في المغرب نذكر منها الصحيفة الورقية "**Le Journal**" مطلع الألفينات، ثم تجربة الصحافة الالكترونية من خلال موقع "**لكم. كوم**"، رفقة إعلاميين أخريين.

س10/ ألا يفترض أن موضوع الهوية الثقافية هو موضوع يتطلب تناوله و نقاشه استخدام أساليب إقناع عقلانية بعيدا عن الشعارات اللغوية و العبارات العاطفية؟

اختلف المبحوثون حول هذا السؤال حيث أكد المبحوث رقم (01) أن هذا السؤال مبنى على توجه معياري وليس توجه خاص بما هو موجود في الواقع، فهناك الكثير من النقاشات العقلانية أيضا، كما أكد أن النخب السلطوية تستقوي بضعف شعوبها وهذا من أجل ترهيبها وتشويهها خاصة فيما يتعلق بفكرة الحرية والديمقراطية من خلال كل الأدوات التواصلية وتحاول تصوير همجية وتدني الخطاب المتعلق بالمجتمع. وبهذا نجد أن المبحوث يرى أن هناك مبالغة مقصودة وموجهة لتصوير النقاش المجتمعي بخصوص قضايا الهوية الثقافية في هذه الصورة السوداوية خدمة لأهداف سلطوية.

أما المبحوث رقم (02) فقد أكد أن النقاش النخبوي يجب أن يكون عقلانيا لكن الأمر مختلف في النقاش الجماهيري، لذلك تطغى العبارات العاطفية والشعارات اللغوية وكلها جزء من الاستمالات العاطفية

في حين أرجع المبحوث رقم (03) سيطرت الاستمالات العاطفية إلى كونه نتيجة طبيعية وواقعية بعد إفراغ نقاشات قضايا الهوية الثقافية من مضامينها، وسيطرت الاتجاه الأحادي، وتغييب المختصين والمثقفين وأهل العلم والاختصاص وتغول السياسيين والخطابات الشعبوية على قضايا الهوية. وهو ما نلاحظه بشكل مباشر وقوي خلال تعرضنا لهذه المضامين.

أما المبحوث رقم (04) فأكد أن طبيعة الموضوع وطبيعة الضيوف هي من تتحكم في شكل الخطاب في الغالب الحديث عن مواضيع الهوية كموضوع حساس يمس والدين واللغة والتاريخ ينحو به إلى الاستمالات العاطفية والشوفينية في بعض الأحيان.وهو ما يتقاطع ولو بشكل جزئي مع ما ذهب إليه المبحوث رقم(01) وحتى ما تذهب إليه نظرية "التأطير الإعلامي" بخصوص الانتقائية التي تمارسها وسائل الإعلام سواء الانتقائية في اختيار مواضيع دون غيرها أو انتقاء زوايا معينة من الموضوع، أو حتى الانتقائية المتعلقة باختيار ضيوف معينين وفق أجندات مسبقة.

خامسا: النتائج التفصيلية للدراسة التحليلية لصفحات "أوراس، سبق برس، LE360، هسبريس"

-النتائج التفصيلية المتعلقة بفئات المضمون:

-**فئة القضايا:** أشارت النتائج التفصيلية الخاصة بكل صفحة، إلى أن اهتمام صفحة الصحيفة الالكترونية الجزائرية " **أوراس**" على الفيسبوك بالقضايا التاريخية المرتبة الأولى ضمن قضايا الهوية الثقافية الأكثر تناولا في منشورات الصفحة، بنسبة 43.79%، وهي النتيجة التي تتوافق مع ما حصلنا عليه في صفحة "**سبق برس**" التي جاءت فيها القضايا التاريخية في المرتبة الأولى أيضا بنسبة 38.03%.

-كما أظهرت النتائج فيما تعلق بصفحة الموقع الإخباري "**le360**" أن القضايا الدينية جاءت أولا بنسبة 42.37%، وهي النتيجة نفسها المتحصل عليها بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "**هسبريس**" فقد أظهرت النتائج المتحصل عليها أن القضايا الدينية جاءت أولا أيضا و بنسبة بلغت 45%.

-**فئة القضايا اللغوية:** بينت النتائج المتحصل عليها بالنسبة لصفحة "**أوراس**" أن "قضايا اللغة العربية" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 51،52%، في حين جاءت "قضايا اللغة الامازيغية" ثانيا بنسبة 27،27%، أما بالنسبة لصفحة الموقع الإخباري "**سبق برس**" نشير أن "قضايا اللغة الامازيغية" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 50%، في حين جاءت "قضايا اللغة العربية" ثانيا بنسبة 33،33%.

-أما فيما تعلق بصفحة الموقع الإخباري "**le360**" جاءت"قضايا اللغة الامازيغية" في المرتبة الأولى بنسبة 71،43%، ثم جاءت "قضايا اللغة العربية" ثانيا بنسبة 28،57%، و هي نفس النتيجة بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "**هسبريس**" حيث جاءت "قضايا اللغة الامازيغية" في المرتبة الأولى بنسبة 66،66%، و"قضايا اللغة العربية"ثانيا بنسبة 20%.

-**فئة القضايا الدينية:** أشارت النتائج التفصيلية بالنسبة لصفحة "**أوراس**" أن "قضايا تشبث ودفاع عن الدين الإسلامي" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 27،58%، في حين جاءت "الأعياد و المناسبات الدينية" ثانيا بنسبة 17،24%، وهي نتائج مشابهة لما تحصلنا عليه في صفحة الموقع الإخباري "**سبق برس**" حيث جاءت"قضايا التشبث ودفاع عن الدين الإسلامي" في المرتبة الأولى بنسبة 20%، في حين جاءت قضايا "التعريف بالإسلام" والقضايا المرتبطة "بالمؤسسات الدينية" ثانيا بنسبة 16%.

-أما فيما تعلق بصفحة الموقع الإخباري المغربي"**le360**" جاءت "قضايا الأقلية اليهودية" في المرتبة الأولى بنسبة 64%، ثم "قضايا التصوف" و"أعياد ومناسبات دينية" و "مؤسسات دينية" ثانيا بنسبة 8% لكل منها، وهي النتائج المشابهة لما حصلنا عليه في صفحة الصحيفة الالكترونية "**هسبريس**" حيث جاءت "قضايا الأقلية اليهودية" في المرتبة الأولى بنسبة 42،59%، ثم "الأعياد والمناسبات الدينية" ثانيا بنسبة 18،52%.

-**فئة قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد:** بينت النتائج التي حصلنا عليها بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية "**أوراس**" أن "الحكايات والأساطير الشعبية" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 28،57%، ثم جاءت "الأعياد والاحتفالات الشعبية" ثانيا بنسبة 16،66%، وهي نتيجة مختلفة عن ما حصلنا عليه صفحة الموقع الإخباري "**سبق برس**" الذي جاءت "الأعياد والاحتفالات الشعبية " في المرتبة الأولى بنسبة 38،46%.

-أما بالنسبة لصفحة للموقع الإخباري " **le360**" جاءت"قضايا الصناعات التقليدية" في المرتبة الأولى بنسبة 33،33%، ثم "الأعياد والاحتفالات الشعبية" ثانيا بنسبة 27،77%، في حين جاءت "الأعياد والاحتفالات الشعبية " في المرتبة الأولى ضمن قضايا التراث المادي والعادات و التقاليد الأكثر تناولا في منشورات الصفحة بنسبة 28،58%، بالنسبة لصفحة الصحيفة الالكترونية " **هسبريس**" ثم قضايا "الصناعات التقليدية" و قضايا "الآثار" ثانيا بنسبة 17،86% لكل منها.

-**فئة القضايا التاريخية:** بينت النتائج بالنسبة لصفحة "**أوراس**" أن قضايا "تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 50،62%، ثم "ذكرى تاريخية " ثانيا بنسبة 23،46%، وهي نتائج مشابهة لما حصلنا عليه بالنسبة لصفحة الموقع الإخباري " **سبق برس**" حيث جاءت قضايا "تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" في المرتبة الأولى بنسبة 48،14%، ثم جاءت كل من "تذكير بجرائم الاستعمار" و "ذكرى تاريخية " ثانيا بنسبة 25،93% لكل منها.

-أما فيما يخص الصفحة الإخبارية "**le360**" المغربية ورغم قلة تكرارات القضايا التاريخية حيث لا تتجاوز 09 تكرارات، حيث جاءت قضايا "تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" في المرتبة الأولى بأربع تكرارات وهو ما يمثل نسبة 44،44%، في حين جاءت قضايا "التاريخ الإسلامي" ثانيا بنسبة 33،34%، وهذه النتائج مشابهة لما حصلنا عليه في صفحة الصحيفة الالكترونية " **هسبريس**" حيث جاء مؤشر "ذكرى تاريخية" في المرتبة الأولى بنسبة 50%، في حين جاءت قضايا "تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية" ثانيا بنسبة 25%.

-**فئة اتجاه الفكرة الرئيسية:** أظهرت النتائج في صفحة "**أوراس**" أن "الاتجاه الإيجابي المطلق" جاء بالدرجة الأولى بنسبة 40،27%، ثم "الاتجاه الصفري" ثانيا بنسبة 27،52%، أما بالنسبة لصفحة "**سبق برس**" تظهر لنا النتائج أن "الاتجاه الإيجابي المطلق" بالدرجة الأولى بنسبة 34،48% وهي نفس النتيجة المسجلة في صفحة أوراس، ثم جاء "الاتجاه الإيجابي النسبي" ثانيا بنسبة 24،14%.

-في حين تظهر النتائج أن "الاتجاه الإيجابي المطلق" جاء أولا في صفحة "**le360**" بنسبة 66،67%، ثم فئة "الاتجاه الصفري" ثانيا بنسبة 16،67%، في حين نجد أن صفحة "**هسبريس**" جاء فيها "الاتجاه الإيجابي المطلق" بالدرجة الأولى بنسبة 33،93%، ثم فئة "الاتجاه السلبي النسبي" ثانيا بنسبة 24،11%.

-**فئة الأهداف:** بينت النتائج المتحصل عليها في صفحة "**أوراس**" جاء "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" بالدرجة الأولى بنسبة 34،90%، ثم جاء "الهدف الإخباري" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة

18،79%، أما بالنسبة لصفحة "**سبق برس**" جاء "الهدف الإخباري" جاء أولا بنسبة 34،48%، ثم جاء مؤشر "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" ثانيا في بنسبة 20،69%.

-في حين نجد أن صفحة "**le360**" جاءت فيها "الدعاية السياسية" أولا بنسبة 41،67%، ثم جاء "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" ثانيا بنسبة 20،83%، وهي نتيجة مشابهة لما حصلنا عليه في صفحة "**هسبريس**" حيث أظهرت لنا النتائج أن "الدعاية السياسية" جاءت أولا بنسبة 24،11%، ثم جاء "الهدف الإخباري" ثانيا بنسبة 19،64%.

-**فئة الإطار المرجعي:** أشارت النتائج بالنسبة لصفحة "**أوراس**" أن "الإطار التاريخي" جاء أولا بنسبة 34،90%، ثم يأتي "الإطار الإخباري" ثانيا بنسبة 22،82%، بالنسبة لصفحة "**سبق برس**" جاء "الإطار السياسي" و"الإطار التاريخي" أولا بنسبة 25،86% لكل منها، ثم جاء "الإطار الإخباري" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة 20،69%.

-أما بالنسبة لصفحة "**le360**" أظهرت النتائج أن "الإطار السياسي" جاء أولا بنسبة 34،34%، ثم جاء كل من "الإطار الإخباري" و "الإطار الديني" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة 16،67% لكل منهما، في حين نجد أن النتائج في صفحة "**هسبريس**" تبين أن "الإطار السياسي" جاء أولا بنسبة 33،04%، وهي نسبة تتوافق مع النتيجة التي حصلنا عليها في صفحة "le360" ثم جاء "الإطار الإخباري" ثانيا في منشورات الصفحة بنسبة 16،67%.

-**فئة الفاعلين:** بالنسبة لصفحة "**أوراس**" جاء مؤشر "مفكرين وكتاب" في المرتبة الأولى بنسبة 24،34٪، ثم جاء مؤشر "قادة تاريخيين" ثانيا بنسبة 22،70%، في حين نجد أن صفحة "**سبق برس**" جاء فيها مؤشر "مسئول رسمي" في المرتبة الأولى بنسبة 35،07٪، ثم جاء مؤشر "السياسيون" ثانيا بنسبة 19،48%.

-أما فيما تعلق بالفاعلين في صفحة "**le360**" تظهر لنا النتائج المتحصل عليها أن مؤشر "رجال الدين" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 24٪، ثم جاء مؤشر "مسئول رسمي" ثانيا بنسبة 22%، في

حين أن صفحة "**هسبريس**" جاء فيها مؤشر "مسئول رسمي" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 20،15%، ثم جاء مؤشر "مفكرين وكتاب" ثانيا بنسبة 18،60%.

-**فئة الجمهور المستهدف:** أشارت النتائج إلى أن هناك توافق بين صفحات الدراسة بشأن الجمهور المستهدف، حيث بينت النتائج الخاصة بصفحة "أوراس" أن طبيعة الجمهور المستهدف هو "جمهور عام" بالدرجة الأولى بنسبة 83،56%، ثم "مسئولين" ثانيا بنسبة 6،93%، أما بالنسبة لصفحة "**سبق برس**" أظهرت النتائج المتحصل عليها أيضا أن "الجمهور العام"هو المستهدف بالدرجة الأولى بنسبة 82،35%، ثم في المرتبة الثانية جاءت "المنظمات الدولية" بنسبة 8،06%.

-وهي نفس النتيجة التي نجدها في صفحة "**le360**" حيث جاء "الجمهور العام" بالدرجة الأولى بنسبة 70،59%، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت "المنظمات الدولية" بنسبة 9،80%، ونفس النتيجة بالنسبة لصفحة "**هسبريس**" حيث جاء "الجمهور عام" في المرتبة الأولى بنسبة 66،38%، ثم جاءت فئة"المنظمات الدولية" ثانيا بنسبة 13،79%.

-**فئة القيم:** بينت النتائج أن صفحة " **أوراس**" اعتمدت بالأساس فيما تعلق بالقيم المتضمنة على "البعد الايجابي للقيم" بنسبة 74،11٪، وتمثل في قيمة "الوفاء والامتنان" في المرتبة الأولى بنسبة 24،11%، ثم جاءت قيمة "الأصالة" ثانيا بنسبة 22،32%، في حين جاء "البعد السلبي للقيم" ثانيا بنسبة 25،89%، وتمثل في قيمة "الكراهية" أولا بنسبة 8،92%، ثم في المرتبة الثانية جاء "العنف بأنواعه" بنسبة 7،59%، أما القيم المتضمنة في صفحة "**سبق برس**" جاءت "القيم الإيجابية" بالدرجة الأولى بنسبة 74،76%، وتمثلت في قيمة "الوفاء والامتنان" في المرتبة الأولى بنسبة 26،21%، ثم جاءت قيمة "الأصالة" ثانيا بنسبة 17،49%، أما بالنسبة "للقيم السلبية" و التي بلغت نسبتها 25،24%، حيث جاءت قيمة "العنف" أولا بنسبة 7،76%، أما في المرتبة الثانية جاءت قيمة"العنصرية" بنسبة 6،80%.

كما نجد أيضا أن "القيم الإيجابية" في صفحة "**le360**" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 89،42%، وتمثلت في قيمة "الأصالة" في المرتبة الأولى بنسبة 19،23%، ثم جاءت قيمة "التنوع" ثانيا بنسبة

17،30%، وهي نسبة مرتفعة، مقارنة "بالقيم السلبية" التي بلغت نسبتها 10،58%. وتمثلت في قيمتي " الكراهية" و "العنف" أولا بنسبة 3،85%، كما أن صفحة "**هسبريس**" ضمنت منشوراتها "بالبعد الايجابي" للقيم بنسبة 84،48٪، وتمثلت قيمة "الأصالة" في المرتبة الأولى بنسبة 23،56%، ثم قيمة "الاحتفاء بالاختلاف" ثانيا بنسبة 17،82%، أما بالنسبة"للبعد السلبي للقيم" والذي جاء ثانيا بنسبة 15،52%، و تمثل في قيمة "الكراهية" أولا بنسبة 5،17%، ثم المرتبة الثانية كل من "العنف" و "العنصرية" بنسبة 3،45%.

-**فئة حجم التفاعل:** بينت النتائج الخاصة بحجم التفاعل أن هناك تشابه كبير في النتائج المتحصل عليها، حيث سجلنا في ما تعلق "الإعجابات" و "التعليقات" أن كل من صفحة "**أوراس**" و "**سبق برس**" و "**le360**" جاءت فيها في المرتبة الأولى للفئة الفرعية "محدود"، في حين أن صفحة "**هسبرس**" جاءت فيها فئة "عالي " أولا، أما فيما تعلق "بالمشاركة" فقد جاءت الفئة الفرعية محدود"0-100" أولا في كل صفحات الدراسة.

-**فئة اتجاه التعليقات:** توصلنا من خلال النتائج أن اتجاه التعليقات على صفحة "**أوراس**" جاءت عبارة عن "استهزاء وسخرية" بالدرجة الأولى بنسبة 32%، ثم جاءت التعليقات التي تحمل نوع من "خطاب الكراهية" ثانيا بنسبة 17%، وهي نتيجة مشابهة لما حصلنا عليه في صفحة "**سبق برس**" حيث جاء "الاستهزاء والسخرية" أولا بنسبة 32%، ثم جاءت التعليقات التي تحمل نوع من "تهجم شخصي" ثانيا بنسبة 27%.

-فيما يخص صفحة "**le360**" جاءت في الدرجة الأولى عبارة عن "خطاب الكراهية" بنسبة 32%، ثم التعليقات التي تحمل نوع من "التهجم شخصي" ثانيا بنسبة 21%، أما بالنسبة لصفحة "**هسبريس**" جاءت بالدرجة الأولى عبارة عن "استهزاء وسخرية" بنسبة 36%، ثم التعليقات التي تحمل نوع من "خطاب الكراهية" ثانيا بنسبة 15%.

النتائج التفصيلية المتعلقة بفئات الشكل:

-**فئة اللغة:** أظهرت النتائج أن استخدام "اللغة العربية الفصحى" جاء أولا في جميع الصفحات، حيث نجد بالنسبة لصفحة "**أوراس**" أنها جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 68,46٪، ثم نجد "أسلوب المزج بين الفصحى والعامية" ثانيا بنسبة 16,11٪، وهو نفس الأمر بالنسبة الصفحة الإخبارية "**سبق برس**" تبين لنا النتائج أن "اللغة العربية الفصحى" هي الأكثر استعمالا بنسبة 72,42٪، ثم استخدام "أسلوب المزج بين الفصحى والعامية" ثانيا بنسبة 22,41٪، ونفس الأمر بالنسبة للصفحة الإخبارية "**le360**" حيث جاءت "اللغة العربية الفصحى" أولا بنسبة 47,92٪، ثم "أسلوب المزج بين الفصحى والعامية" جاء ثانيا بنسبة 25٪، وهي نفس النتيجة في صفحة "**هسبريس**" حيث أظهرت النتائج أن استخدام "اللغة العربية الفصحى" جاء أولا بنسبة 45,53٪، ثم أسلوب "المزج بين العامية و الفصحى" جاء ثانيا بنسبة 28,57٪.

-**فئة المصادر:** تبين لنا من خلال النتائج أن كل صفحات الدراسة اعتمدت في الأساس على نفس المصدر، حيث نجد أن صفحة "**أوراس**" اعتمدت في المرتبة الأولى على " وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة بلغت 36,91٪، ثم جاءت فئة "الصحفيين" كثاني مصدر للمادة الإعلامية المقدمة بنسبة 16,78٪، كما أظهرت النتائج أن صفحة الموقع الإخباري "**سبق برس**" اعتمدت أيضا " وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة بلغت 43,10٪، ثم "المؤسسات الرسمية" كثاني مصدر للأخبار بنسبة 22,42٪.

-كذلك نجد أن صفحة "**le360**" اعتمدت في المرتبة الأولى على "وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة بلغت 29,18٪، كما أظهرت النتائج أن "الصحفيين" هم المصدر الثاني بنسبة 25٪، أما صفحة الجريدة الالكترونية "**هسبريس**" فقد اعتمدت أيضا على "وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" كمصدر أول بنسبة بلغت 32,14٪، ثم جاء "الصحفيون" كثاني مصدر في صفحة "هسبريس" بنسبة 25٪.

-**فئة الأجناس الصحفية:** أظهرت النتائج أن صفحة " **أوراس**" اعتمدت في المرتبة الأولى على "البورتريه" بنسبة 36,91٪، ثم " الخبر" الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة 34,24٪، أما بالنسبة

لصفحة "**سبق برس**" أظهرت النتائج أنها اعتمدت بشكل كبير جدا على " الخبر" الصحفي بنسبة بلغت 56,90٪ ثم في المرتبة الثانية جاء " التعليق" الصحفي بنسبة بلغت 15,52٪.

-في حين نجد أن صفحة "**le360**" اعتمدت في المرتبة الأولى على " الخبر" الصحفي بنسبة بلغت 37,50٪ ثم"التقرير" الإخباري في المرتبة الثانية بنسبة 31,25٪، كما نجد أن صفحة "**هسبريس**" اعتمدت أيضا في المرتبة الأولى على "الخبر" الصحفي بنسبة 37,50٪، كما بينت النتائج أن" المقابلة" الصحفية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 16,96٪.

-**فئة أسلوب العرض:** بينت النتائج التي حصلنا عليها أن النمط الغالب في صفحة "**أوراس**" يعتمد على استخدام "فيديو+نص" في المرتبة الأولى بنسبة 42،95%، ثم استخدام "نص+فيديو+وسم" في المرتبة الثانية بنسبة 24،16%، في حين أن النمط الغالب على صفحة "**سبق برس**" هو "النص+ صورة + رابط" أولا بنسبة 51،73%، كما استخدمت الصفحة المذكورة في المرتبة الثانية "الفيديو+بنص" بنسبة 22،41%، أما صفحة "**le360**" فقد اعتمدت فيما تعلق بفئة نمط عرض المنشورات على "النص+صورة+ وسم" في المرتبة الأولى بنسبة 35،42%، ثم "الفيديو + بنص" ثانيا بنسبة 29،16%، اعتمدت صفحة "**هسبريس**" بشكل أساسي على النص+ صورة+رابط" بنسبة 47،32%، ثم جاء نمط "فيديو+نص" في المرتبة الثانية بنسبة 40،18%.

-**فئة الوسائط المرئية:** بينت النتائج أن صفحة "**أوراس**" اعتمدت بشكل أساسي في عرض منشوراتها بالأساس على "فيديو قصة" في المرتبة الأولى بنسبة 46،31%، في حين جاء استخدام "صور معدلة" في المرتبة الثانية بنسبة 20،80%، في حين نجد أن صفحة "**سبق برس**" فقد اعتمدت بالدرجة الأولى على "الصور الأرشيفية" بنسبة 41،38%، كما استخدمت "الصور المعدلة" في المرتبة الثانية بنسبة 25،86%،

-أما صفحة "**le360**" فقد اعتمدت في عرض منشوراتها على الفيديو حيث استخدمت "فيديو تسجيلي" في المرتبة الأولى بنسبة 52،08%، ثم "بالصور الموضوعية الخاصة" في المرتبة الثانية بنسبة 25%،

في حين نجد أن صفحة "**هسبريس**" استخدمت "الفيديو التسجيلي" في المرتبة الأولى بنسبة 32،14%، كما تم الاستعانة "بالصور الأرشيفية" في المرتبة الثانية بنسبة 31،25%.

-**فئة الإستمالات الإقناعية:** بينت النتائج أن كل الصفحات المعنية بالدراسة إعتمدت على الاستمالات العقلية بالدرجة الأولى، حيث نجد أن صفحة "**أوراس**" اعتمدت بالدرجة الأولى على الاستمالات العقلية بنسبة 50،77%، وتمثلت في "استشهاد بالمعلومات" بنسبة 26،15٪، ثم "الاستشهاد بآراء مثقفين وكتاب" ثانيا بنسبة 9،54%. أما بخصوص استخدام الإستمالات العاطفية، فقد جاءت ثانيا بنسبة 49،23%، وتمثلت مؤشراتها في "استخدام الرموز والشعارات" أولا بنسبة 24،62%، ثم في المرتبة الثانية "استخدام الأساليب اللغوية" بنسبة 18،26%. كذلك نجد أن صفحة "**سبق برس**" اعتمدت في منشوراتها بالدرجة الأولى على الاستمالات العقلية بنسبة 57،02%، وتمثلت في "تقديم أرقام وإحصائيات" في المرتبة الأولى بنسبة 27،19%، في المرتبة الثانية فقد جاءت "استشهاد بالمعلومات" بنسبة 10،53%. أما بالنسبة لاستخدام الصفحة "للإستمالات العاطفية" فقد بلغت نسبتها 42،98%، وتمثلت في "استخدام الرموز والشعارات" أولا بنسبة 31،57%، ثم في المرتبة الثانية جاء "استخدام الأساليب اللغوية" بنسبة 9،65%،

-أما صفحة "**le360**" ف جاءت "الاستمالات العقلية" بمختلف أنواعها بنسبة 56،90%، جاءت استمالة "تقديم أرقام وإحصائيات" أولا بنسبة 25%، ثم "استشهاد بالمعلومات" بنسبة 15،52%. ثم "الاستمالات العاطفية" بمختلف أشكالها في المرتبة الثانية بنسبة 43،10%، وتمثلت في "استخدام الرموز والشعارات" أولا بنسبة 27،58%، ثم في المرتبة الثانية جاء "استخدام الأساليب اللغوية" بنسبة 10،34%. و هي نفس النتيجة حصلنا عليها في صفحة "**هسبريس**" حيث جاءت "الاستمالات العقلية" بنسبة 51،61%، وتمثلت في "استشهاد بالمعلومات" أولا بنسبة 18،82%، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت استمالة "تقديم أرقام وإحصائيات" بنسبة 11،83%. ثم "الاستمالات العاطفية" بمختلف أنواعها في المرتبة الثانية بنسبة 48،39%، حيث تمثلت في "استخدام الرموز والشعارات" أولا بنسبة 22،04%، أما في المرتبة الثانية جاء "استخدام الأساليب اللغوية" بنسبة 20،96%.

سادسا:النتائج العامة للدراسة.

سعينا من خلال هذه الدراسة التعرف على واقع قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي، من خلال منشورات مجموعة من الصفحات التابعة لمؤسسات إعلامية جزائرية ومغربية، من الجانب المتعلق بمضمون هذه القضايا، بحيث حاولنا التعرف على أهم القضايا المتناولة، واتجاه هذه المنشورات وأهدافها نحو هذه القضايا، إضافة إلى الإطار المرجعي لتناول هذه القضايا، وكذا الجمهور المستهدف منها والقيم المتضمنة في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة، واتجاه التعليقات.

أما في الجانب الخاص بالناحية الشكلية، فقد حاولنا التعرف على اللغة والمصادر المستخدمة، إضافة للأجناس الصحفية والوسائط المرئية والإستمالات الموظفة في منشورات قضايا الهوية الثقافية في صفحات "أوراس، سبق برس، le360، هسبريس".

من جهة أخرى حاولنا من خلال المقابلة العلمية التعرف على أراء مجموعة من المتخصصين والخبراء في موضوع الدراسة، لإعطاء تفسير أعمق للنتائج التي توصلنا إليها في الدراسة التحليلية التي أجريناها على منشورات صفحات الدراسة.

- **انطلاقا من كل هذا خلصنا إلى مجموعة من النتائج تتمثل في ما يلي:**

1- النتائج العامة من حيث المضمون:

- كشفت نتائج الدراسة أن أكثر قضايا الهوية الثقافية تناولا في صفحات الدراسة، هي القضايا الدينية والتي تتصدر فئة القضايا الأكثر تناولا في عموم عينة الدراسة، ثم تأتي القضايا التاريخية بمختلف مؤشراتها ثانيا، إضافة إلى قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد فجاءت

في المرتبة الثالثة من حيث التناول بعد القضايا الدينية والتاريخية، ثم القضايا اللغوية أخيرا، وقد أرجع المبحوثون في المقابلة السبب الأساسي في هذا الاهتمام، هو أن الدين وأنماط التدين تحتل دائما في الجغرافيا العربية أوسع المساحات الاهتمام بحكم طبيعة هذه المجتمعات "المتدينة". فالدين هو المرجعية الأخلاقية للمجتمعات العربية.

- أظهرت النتائج المتحصل عليها أن القضايا اللغوية الأساسية الواردة في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، هي "قضايا اللغة الامازيغية" أساسا في المرتبة الأولى، تليها في المرتبة الثانية الفئة الفرعية "قضايا اللغة العربية"، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "قضايا اللغة الفرنسية"، تليه في المركز الأخير "قضايا الدارجة المحلية".

- بينت النتائج المتحصل عليها أن القضايا الدينية الأساسية الواردة في منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية هي "قضايا الأقلية اليهودية" في المرتبة الأولى، تليها في المرتبة الثانية الفئة الفرعية "أعياد ومناسبات دينية"، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت "تشبث ودفاع عن الدين الإسلامي"، تليه في المركز الرابع "قضايا التصوف". وأرجع المبحوثون في المقابلة غلبت قضايا "الأقلية اليهودية" الى أن الأمر له بعد تسويقي والطريقة التي تثار بها هذه النقاشات اليوم هو معادي للسامية لأنه لتبرير للتطبيع مع إسرائيل.

- كشفت النتائج التي تحصلنا عليها أن قضايا التراث المادي والعادات الأساسية الواردة في إجمالي العينة هي بالدرجة الأولى المنشورات التي تتناول "الأعياد والاحتفالات الشعبية"، تليها في المرتبة الثانية قضايا "الآثار"، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت المنشورات التي تتناول كل من "الحكايات والأساطير الشعبية " ثم قضايا "الصناعات التقليدية" و"الموسيقى تقليدية" رابعا.

- أظهرت النتائج التي تحصلنا عليها أن القضايا التاريخية الأساسية الواردة في إجمالي العينة هي قضايا "تاريخ الثورة والمقاومة الشعبية" في المرتبة الأول، تليها في المرتبة الثانية المنشورات التي تذكر "بذكرى تاريخية"، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت المنشورات التي تتناول "تذكير بجرائم الاستعمار"، في حين جاء المركز الرابع لقضايا "التاريخ الإسلامي". وقد أرجع

المبحوثون في المقابلة الأمر إلى مركزية الثورة الجزائرية في الهوية الثقافية الجزائرية التي يمكن أن تفسر جزء مهم من هذا الاهتمام، لكنهم أشاروا إلى أن هذه المواقع الالكترونية في الجزائر لا تخرج عن السياق العام الذي تسير فيه كل القنوات الإعلامية العمومية والخاصة كمصدر للمعلومة، فهي كذلك تحاول الحفاظ على وجودها في الساحة الإعلامية من خلال تحاشي طرح النقاش حول الوضع السياسي العام في البلاد، لذلك فهي كغيرها تحاول اجترار تاريخ ثورة التحرير كأحد أهم المواضيع قبولا لدى الهيئات الرقابية حول الإعلام المرئي والمسموع والرقمي.

- بينت النتائج التي تحصلنا عليها أن "الاتجاه الإيجابي المطلق" جاء في المرتبة الأولى، يليه في المرتبة الثانية فئة "الاتجاه الصفري" ثانيا، ثم "اتجاه إيجابي نسبي" ثالثا، يليها في المركز الرابع "اتجاه سلبي نسبي"، وأخيرا "الاتجاه السلبي المطلق". وقد أرجع المبحوثون في المقابلة الأمر إلى السياسة التحريرية للمؤسسات المذكورة، حيث لا يخلو الأمر من وجود مقص الرقيب وسيطرت أيديولوجية ما على المضامين المنشورة، من خلال استخدام مفاهيم مثل مفهوم الثوابت الذي تحتكر السلطة تفسيره، إضافة الى أن الأمر قد يكون الأمر مرتبطا بنوعية الأفراد الذين استدعتهم هذه المواقع للحديث عن الموضوع.

- تبين النتائج المتحصل عليها أن صفحات الدراسة، هدفت بالدرجة الأولى إلى "التعريف بأحد عناصر الهوية الثقافية" كهدف رئيسي لمنشوراتها، حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليه في المرتبة الثانية «الهدف إخباري"، ثم "الدعاية السياسية" ثالثا، تليها في المركز الرابع من حيث الأهداف "طرح مسائل الهوية للنقاش".

- أظهرت النتائج المتحصل عليها أن السياق الذي نشرت فيه هذه المنشورات في صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة، هو بالدرجة الأولى "الإطار السياسي" حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة، يليها في المرتبة الثانية "الإطار التاريخي"، ثم "الإطار الإخباري" ثالثا، يليه "الإطار الديني" في المركز الرابع. وقد أرجع بعض المبحوثين في المقابلة هذا الأمر لكون

هذه الصفحات أدوات تواصلية مرتبطة بالسلطة ولهذا هي تردد خطاب يتماشى مع التوجه الرسمي ولا يتعارض معه.

- تبين النتائج المتحصل عليها فيما يخص الفاعلين في منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، تنوع الفاعلين حيث جاء مؤشر "مسئول رسمي" في المرتبة الأولى، ثم جاء مؤشر "مفكرين وكتاب" ثانيا، في حين جاء مؤشر"السياسيين" ثالثا، ثم "قادة تاريخيين" رابعا، في حين جاء مؤشر "رجال الدين" خامسا. وهو الأمر الذي فسره المبحوثون إلى أن هذه الصفحات كغيرها من وسائل الإعلام تمثل إطار مغلق مفتوح أمام هؤلاء السياسيين والمسئولين الرسميين الذين يرددون خطاب يتماشى مع التوجه الرسمي ولا يتعارض معه.

- تبين النتائج المتحصل عليها في منشورات صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية أن "الجمهور العام" يمثل أغلبية الجمهور المستهدف، ثم جاءت "المنظمات الدولية" ثانيا، ثم تأتي فئة "المسئولين" ثالثا، إضافة إلى "منظمات وجمعيات" رابعا.

- أظهرت النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، نوعت في استخدامها لمختلف القيم حيث جاء "البعد الإيجابي للقيم" أكثر بروزا في إجمالي العينة، وتمثل أساسا في قيمة "الأصالة" أولا، كما أظهرت النتائج أن قيمة "الوفاء والإمتنان" جاءت في المرتبة الثانية، ثم "الاحتفاء بالاختلاف" ثالثا. في حين جاء "البعد السلبي للقيم" ثانيا، وتمثل في قيم مثل "الكراهية" التي جاءت في المرتبة الأولى، ثم "العنف " ثانيا، إضافة "للعنصرية" ثالثا. وأكد المبحوثون في المقابلة أن القيم المتضمنة في المنشورات الخاصة بوسائل الإعلام محل الدراسة ليس لها علاقة بالقيم السائدة في المجتمع المغربي والجزائري، وإنما هي مرتبطة أكثر بالسياق السياسي، حيث نجد فيما يخص المغرب أنها مرتبطة بسياق التطبيع، أما في الحالة الجزائرية فالامتنان للتاريخ ثورة التحرير هو الحالة الطبيعية إلا أن الغير الطبيعي هو الاختفاء وراء شجرة ثورة التحرير ورموزها من أجل إخفاء المشاكل السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها البلد.

- أظهرت النتائج المتحصل عليها أن التفاعل مع صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، جاءت الفئة الفرعية (محدود0-350) أولا فيما تعلق بفئة الإعجابات، كما تبين لنا النتائج المتحصل عليها أنه فيما تعلق بالتعليقات جاءت الفئة الفرعية (محدود 0-100) أولا، كما توصلنا أنه فيما يخص المشاركات جاءت الفئة الفرعية (محدود 0-50) أولا.

- توصلنا فيما يخص "التعليقات" أن "الاستهزاء والسخرية" جاءت أولا، ثم جاءت التعليقات التي تحمل "خطاب كراهية" في المرتبة الثانية، تليها تلك التي تحمل "تهجم شخصي" ثالثا. وقد أكد المبحوثون هذا التدني في التعليقات الواردة على بعض المنشورات طبيعي ومفهوم لأن نقاشات الهوية الثقافية في المنطقة أفرغت من محتواها، وتم استهلاكها واستغلالها بما يكفي مما أفقد المتفاعلين الثقة في هذه المضامين. كما أن الفضاء الافتراضي فضاء مفتوح، وللجميع الحق في التعليق سواء بالسخرية او الاستهزاء أو حتى خطاب الكراهية خاصة في هكذا مواضيع فحين تفتح هذه المواضيع لعامة الناس لا يجب انتظار حدود مقبولة من العقلانية والرزانة في الطرح.

2- النتائج العامة من حيث الشكل:

- توصلنا إلى أن "اللغة العربية الفصحى" هي الأكثر استخداما بين اللغات التي تم استعمالها في إجمالي منشورات الدراسة، أما فيما تعلق بفئة "المزج بين العامية والفصحى" فقد جاء في المرتبة الثانية، إضافة إلى استعمال "الدارجة المحلية" في منشورات عينة الدراسة جاء ثالثا. وقد أكد المبحوثون في المقابلة أن استخدام العامية في وسائل الإعلام عموما شي إيجابي ومهم لما للعامية من حمولة عاطفية أقوى من الفصحى.

- تبين النتائج التي تحصلنا عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة، تعتمد بالدرجة الأولى على "وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" كمصدر لمنشوراتها، حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية فئة "الصحفيين"، ثم "المؤسسات الرسمية" ثالثا، تليها في المركز الرابع من حيث الاستخدام "الكتب والدراسات".

- تبين النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، تعتمد بالدرجة الأولى على "الخبر" كنوع صحفي تقدم من خلاله منشوراتها، يليه في المرتبة الثانية "البورتريه"، ثم "التقرير" ثالثا. وأشار بعض المبحوثين أن السبب في هذه النتائج هو أن جل مضامين الهوية الثقافية تعتمد على الأحداث المناسباتية وهو ما يجعل هذه الفنون تسيطر تقديم مضامين الهوية، كما أن ما يلفتهم في الأرقام التي حصلنا عليها من تحليل كل هذه المضامين هو غياب الصحافة الاستقصائية بأنواعها.

- أظهرت النتائج المتحصل عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، اعتمدت بالدرجة الأولى في ما تعلق بنمط المنشورات على "فيديو+نص" كشكل للنشر تقدم من خلاله منشوراتها، حيث جاء هذا الشكل في المرتبة الأولى، تليها في المرتبة الثانية فئة "نص+صورة+رابط"، ثم "نص+فيديو+وسم" ثالثا.

- تبين النتائج التي حصلنا عليها أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، اعتمدت بالدرجة الأولى في ما تعلق بالوسائط المرئية المستخدمة في المنشورات على "صور أرشيفية" حيث جاء هذا الشكل من الوسائط في المرتبة الأولى، تليه في المرتبة الثانية فئة "فيديو قصة" ثانيا، ثم "فيديو تسجيلي" ثالثا.

- أظهرت النتائج أن صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية، نوعت في استخدامها لمختلف الاستمالات، حيث اعتمدت بالدرجة الأولى في ما تعلق بالاستمالات الاقناعية على "الاستمالات العقلية" بمختلف أنواعها، حيث جاءت عبارة عن "الاستشهاد بالمعلومات" أولا، يليها في المرتبة الثانية "تقديم أرقام وإحصائيات"، "ثم الاستشهاد بآراء مثقفين وكتاب" ثالثا. ثم الاستمالات العاطفية بمختلف مؤشراتها ثانيا، وتمثل بالأساس في "استخدام الرموز والشعارات" في المرتبة الأولى، ثم "استخدام الأساليب اللغوية" ثانيا، ثم "عرض الآراء أنها مسلمات" ثالثا. وقد أكد بعض المبحوثين أن هذه الصورة غير حقيقية حيث تسعى النخب السلطوية من خلال كل الأدوات التواصلية تصوير همجية وتدني الخطاب المتعلق بالمجتمع. لضرب فكرة أهلية المجتمع للديمقراطية، في حين أرجعها أخرون إلى كونها نتيجة طبيعية وواقعية بعد إفراغ نقاشات قضايا الهوية الثقافية من مضامينها، وسيطرت الاتجاه الأحادي، وتغييب المختصين والمثقفين وأهل العلم والاختصاص وتغول السياسيين والخطابات الشعبوية على قضايا الهوية.

خاتمة

خاتمة:

إن البحث في موضوع الهوية الثقافية من المواضيع المهمة جدا، لأنه يطرح علينا العديد من الإشكالات المرتبطة بجوانب مختلفة من مجالات بحث العلوم الإنسانية والاجتماعية، وقد أعيد فتح النقاش بشكل واسع في هذا المفهوم مع ظهور الشبكات الاجتماعية الرقمية والتي أصبح لها دور كبير في تشكيل وبلورة هذه الهوية الثقافية من جهة، وكذا في سمحت بفتح المجال العام أمام المستخدمين لمناقشة هذه القضايا، سواء من خلال صفحاتهم الخاصة أو من خلال الاستفادة من مختلف الخصائص والأدوات التي تتيحها هذه الشبكات الاجتماعية، وفي المقدمة منها خاصية التعليق على مختلف المضامين المرتبطة بموضوع الهوية الثقافية، و التي تقدمها مختلف الصفحات سواء تلك الصفحات التي يقوم عليها مدونون، أو تلك التابعة لمؤسسات إعلامية تقليدية و رقمية.

هذه المحتويات الرقمية التي تنشرها هذه المؤسسات الإعلامية في كثير من الأحيان يمكن اعتبارها أداة سياسية وهو ما يتضح على عدة مستويات، أولها المبالغة في إغراق المحتوى الذي تقدمه بمثل هذه القضايا على حساب بقية المواضيع السياسية والاقتصادية، والمستوى الثاني محاولتها إبراز قضايا هوياتية معينة دون غيرها، وهو ما يتبين من خلال هذه الدراسة أساسا في الحالة المغربية، بتركيز وسائل الإعلام المعنية على البعد اليهودي في الهوية المغربية من خلال إبراز قضايا الأقلية اليهودية على حساب بقية العناصر المرتبطة بالعنصر الديني في الهوية الثقافية المغربية. أما في الحالة الجزائرية فالحديث عن المواضيع التاريخية ليست هي التي تخلق إشكالا بالنسبة لنا، لما لتاريخ الجزائر بشكل عام و تاريخ الثورة التحريرية بشكل خاص من مكانة محورية في الهوية الثقافية الجزائرية، لكن الإشكال يتمثل عملية المبالغة في الحديث عن هذه القضايا بمقابل تحاشي طرح النقاش حول الوضع السياسي والاقتصادي والاجتماعي في البلاد، وهو ما يعطي انطباعا أنها تحاول من خلال هذه المواضيع أن تهرب من الوظائف الأساسية التي جعلت من أجلها الصحافة، والتي ربما لا يسمح السياق الذي تعيش فيه هذه المؤسسات الإعلامية بهامش حرية لتناول مواضيع أخرى ربما تكون أكثر أهمية للمجتمع.

تغييب مسألة التنويع في الآراء على الكثير من المحتويات الرقمية ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية، و التي تقوم بنشرها صفحات هذه المؤسسات الإعلامية، حيث يغلب على الكثير منها غياب أي وجهة نظر غير ما تتبناه هذه الوسائل، كما يلاحظ أيضا أن الإطار أو السياق الذي يتم فيه تناول قضايا الهوية الثقافية في وسائل الإعلام هو في الأساس السياق السياسي، كما يعتبر السياسيون والمسؤولين

الرسميين أكثر الفاعلين في هذه القضايا، وهو الأمر الذي يتشابه فيه الوضع في بلدي الدراسة، كما توفر تعليقات المتابعين نظرة مهمة عن المحتوى المقدم وكذا عن ردود وتفاعل المتابعين مع هذه المنشورات، وهي تعليقات تغلب عليها الانفعالية والردود التي تحمل بعض العنف الرمزي وحتى يمكن أن تصل أن تتحول إلى خطابات كراهية.

إن أهم ما يمكن استخلاصه في ختام هذا البحث هو أن واقع قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي من خلال صفحات المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة، هو واقع يتسم بأنه في كثير من الأحيان ليس الهدف منه تقديم خدمة مجتمعية من خلال تثبيت عناصر الهوية الثقافية، ولا العمل على فتح المجال أمام المتخصصين لتنوير الرأي العام حول المسائل الخلافية في هذه القضايا، بل يغلب عليه سمتين أساسيتين الأولى مسألة الاستغلال السياسي لإخفاء إخفاقات في مجالات أخرى مختلفة و تبرير سياسات ما تتبناها الأنظمة السياسية، والثانية هي أن الكثير من هذه المضامين لا تخرج عن الطابع الفلكلوري المرتبط بالأحداث المناسباتية مثل الاحتفالات الشعبية والأعياد المختلفة.

الأفاق المستقبلية للدراسة:

من خلال دراستنا لموضوع قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي صادفتنا العديد من الجزئيات والقضايا التي لم يمكنا الوقت من تناولها بشكل كافي، ولهذا نرى أنها لا تزال تستحق البحث والدراسة بشكل أكبر من الباحثين الذين سيطلعون على هذه الدراسة مستقبلا.

- ✓ البحث بعمق أكبر في كل عنصر من العناصر الهوياتية التي تناولتها دراستنا بشكل مجمل نتيجة لطبيعة الدراسة.
- ✓ الاهتمام بدراسة السياقات التي يتم فيها إنتاج المحتويات الإعلامية ذات العلاقة بموضوع الهوية الثقافية.
- ✓ دراسة مسألة الإستغلال السياسي و الأيديولوجي لقضايا الهوية الثقافية في المعارك السياسية اليومية.
- ✓ التركيز على تحليل التعليقات على مختلف المنشورات التي تتناول قضايا الهوية الثقافية في الشبكات الاجتماعية الرقمية.

- ✓ الاهتمام بدراسة مسألة خطابات الكراهية المرتبطة بقضايا الهوية الثقافية، سواء في المحتويات الرقمية المنشورة أو في التعليقات الواردة عليها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1. المراجع باللغة العربية:

1- ابراهيم علي بسيوني محمد، الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر) العدد55 – ج 4 – أكتوبر 2020.

2- إبراهيم لونيسي، ظهور جبهة التحرير الوطني وتطوراتها إلى غاية 1956، مجلة المصادر، المجلد 07، العدد 02، 2005.

3- أبو القاسم سعد الله، الحركة الوطنية، ج3، ط4، بيروت، دار الغرب الإسلامي، 1992.

4- أحمد الشحات هيكل، يهود المغرب تاريخهم وعلاقتهم بالحركة الصهيونية، مركز الدراسات الشرقية، القاهرة، 2007.

5- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

6- أحمد طيلب، البعد الأمني في السياسات الثقافية في ظل عولمة القيم، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، المجلد01، العدد01، 2013.

7- أحمد عزوز، محمد خاين، العدالة اللغوية في المجتمع المغاربي–بين شرعية المطلب ومخاوف التوظيف السياسوي– المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2014.

8- أحمد محمد عبد الله، توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، المجلد 01، العدد01، 2020.

9- أحمد وادي، أبعاد الهوية وعلاقتها بالدولة وعملية بناءها، المجلة الجزائرية للدراسات السياسية، المجلد 07، العدد 01، 2020.

10- إدريس كسيكس، عبد الفتاح بنشنة، دومينيك ماركيتي، حالة الصحافة الورقية والإلكترونية في المغرب: اقتصاد سياسي بامتياز، مركز الجزيرة للدراسات الاعلامية، الدوحة، نشر في فيفيري2019، روجع بتاريخ 24ديسمبر 2021، متاح على:
https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/02/190220130247546.html

11- أسماء ابراهيمي، العلاقة بين الثقافة والهوية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد08، العدد01، جامعة المسيلة، 2018.

12- إسماعيل بن حفاف، ممارسة حق إنشاء الأحزاب السياسية في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة الجلفة، المجلد 09، العدد 03، 2016.

13- اسماعيل سامعي، جهود الاستعمار في تأصيل تاريخ الجزائر لمشروع الاستلاب الثقافي، مجلة المعيار، المجلد 05، العدد 10، 2005.

14- ألاء بنت علي بن محمد الغامدي، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية لمدينة الرياض، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد 34، العدد 02، 2018.

15- إلياس بلكا، محمد حراز، إشكالية الهوية والتعدد اللغوي في المغرب العربي: المغرب نموذجا، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2014.

16- أليكس ميكشيللي، الهوية، تر:علي وطفة، دار الوسيم للنشر والتوزيع، دمشق، 1993.
17- أم الخير العقون، يناير" حقيقة أم مغالطة تاريخية: أو الحقيقة بين الرواية الشفوية والكتابة التاريخية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 08، العدد01، 2019.
18- أماريتا صن، الهوية والعنف: وهم المصير الحتمي، تر: سحر توفيق، منشورات عالم المعرفة، 2008.
19- آمال معوشي، يهود الجزائر وموقفهم من الاحتلال الفرنسي، المجلة التاريخية الجزائرية، المجلد05، العدد01، 2021.
20- أمين معلوف، الهويات القاتلة، ورد للطباعة والنشر، دمشق، 1999.
21- أمينة يحيى نبيح، الاتصال الرقمي والإعلام الجديد، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
22- إيمان مختاري، حوض المتوسط بين الأهمية الجيوسياسية وتعدد المخاطر، دفاتر المتوسط، المجلد 03، العدد 02، 2016.
23- باسم سرحان، طرائق البحث الاجتماعي الكمية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2017.
24- البخاري حمانة، فلسفة الثورة الجزائرية، ابن النديم للنشر والتوزيع، وهران، 2012.
25- بسام بركة وأخرون، اللغة والهوية في الوطن العربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2013.
26- بغداد كرنيش، سبل إعادة بعث إتحاد المغرب العربي الكبير، مجلة دائرة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية، المجلد 01، العدد03، 2017.
27- بنجامين ستورا، تاريخ الجزائر بعد الاستقلال، تر: صباح ممدوح كعدان، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2002.
28- بوجمعة وعلي، الفرنكوفونية: انفتاح لغوي أم استعمار ثقافي بأبعاد سياسية واقتصادية؟، مجلة الإشعاع، المجلد 04، العدد 09، 2017.
29- تامي نصيرة، التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية، مجلة معارف، المجلد17، العدد01، 2022.
30- التقرير الدولي للحرية الدينية في الجزائر ، وزارة الخارجية الأمريكية، 2019، ص02، روجع بتاريخ 2022/11/26، متاح على: https://dz.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/236/2019-IRFR-Algeria-Arabic.pdf
31- تونغ تشاو، تحليل مفهوم الجمهور في العصر الرقمي، تر: منال كبور، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 03، العدد03، 2022.
32- ثناء محمد هاشم، الهوية الثقافية والتعلم في المجتمع المصري، مجلة كلية التربية، جامعة بني سويف، المجلد 16، العدد84، 2019.
33- جمال مخلوفي، السياسة الثقافية الاستعمارية في الجزائر خلال الفترة، أطروحة دكتوراه في التاريخ الحديث والمعاصر، جامعة وهران، 2019.
34- الجمعي قبوج، بوزبرة خليفة، الإسلام السياسي في الجزائر: من الفكر إلى الممارسة في ظل التغيرات الداخلية و الخارجية "حركة مجتمع السلم أنموذجا"، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد09، العدد 02، 2020.
35- جون جوزيف، اللغة والهوية، تر:عبد النور خراقي، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، الكويت، 2007.

36- جوني دانييل، أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، تر: طارق عطية عبد الرحمن، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 2015.
37- جيلالي بن يشو، الوضع اللغوي في الجزائر بين الازدواج والتعدد، مجلة المعيار، المجلد 03، العدد05، 2012.
38- حاييم الزعفراني، ألف سنة من حياة اليهود بالمغرب، تر: أحمد شحلان و عبدالغني أبوالعزم، دار قرطبة، الدار البيضاء، 1987.
39- حسان رمعون، تدريس حرب التحرير ضمن كتب التاريخ القديمة و الجديدة في المدرسة الجزائرية، مجلة إنسانيات، المجلد 12، العدد 40، 2008.
40- حسن عالي، التحليل الفلسفي الوظيفي للدين، مجلة متون، المجلد07، العدد01، 2014.
41- حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ليلى حسين السيد، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
42- حسين عبد دخيل، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط الأردن، 2016.
43- حسين علي إبراهيم، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
44- حسين مجدوبي، عندما تصبح اللغة الإسبانية عنوانا لآفاق الفشل، القدس العربي، نشر بتاريخ 2016/03/07، روجع بتاريخ 2022/06/12، متاح على https://cutt.us/GrdVQ
45- حسين محمود الهيثمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
46- حنان علال، عيادي منير، شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسة السمعية البصرية في الجزائر–الفيسبوك والتويتر أنموذجا، مجلة الصورة والاتصال، المجلد05، العدد17، 2016.
47- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
48- خديجة شرفية، عبد الرحمان زغدود بن مبارك، تطبيق انستغرام كمستحدث تكنولوجي يدعو للترويج السياحي الثقافي، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية و الإنسانية، المجلد03، العدد 01، 2021.
49- خديجة مرازقة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية، مذكرة ماستر، جامعة أم البواقي، 2015.
50- خرفية جودي، سارة خرشي، الخطاب الطائفي في الفضائيات العربية، مذكرة ماستر، 2017، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة.
51- الداودي الصادقي، الكتابة التاريخية بالمغرب–من تاريخ سياسي إلى تاريخ هامشي، مجلة مدارات تاريخية، المجلد 01، العدد 02، 2019.
52- درويش شريف اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، دار العالم العربي القاهرة،2011.
53- دنيس كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية ، تر: منير السعيداني، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007.
54- ذهبية سيدهم، الأساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، مذكرة ماجستير علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2005.

55- رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
56- رضوان بوجمعة، أزمة الصحافة الورقية في الجزائر ومسار الانتقال الرقمي من 1997 إلى 2017، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 20، العدد02، 2018.
57- رفيق بن حصير، الأمازيغية و الأمن الهوياتي في شمال افريقيا، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2013.
58- رماح الدلقموني، وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام، مقال منشور على موقع الجزيرة نت، نشر2021/10/6 ، روجع بتاريخ 2021/12/14، متاح على https://cutt.us/gDe3j
59- رمزي منير بعلبكي، حسن حنفي وآخرون، اللغة والهوية في الوطن العربي "إشكاليات تاريخية وثقافية وسياسية"، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2013.
60- رياض بهاء، قوعيش جمال الدين، التربية الإعلامية والإعلام الرقمي، مبحث في التحديات والاستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 02، العدد02، 2017.
61- زهيرة مزارة، ازمة الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة، ملتقى القراءة للتراث و الهوية في زمن العولمة، جامعة خميس مليانة، 2017.
62- زينب محمد حسن خليفة، جودة المحتوى الالكتروني، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، جامعة اسيوط، مصر، العدد48، المجلد 48، 2018.
63- سارة غربي، خديجة زياني، إدارة التعدد الثقافي واللغوي في الجزائر، الفكر المتوسطي، المجلد 07، العدد 01، 2019.
64- سعاد بن قفة، علي شريف حورية ، أزمة الهوية في المجتمع الجزائري في ظل التعديدية اللغوية، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، العدد 02، 2017.
65- سعاد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الالكترونية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006.
66- سعد بن الحاج جخدل، العينة والمعاينة، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2019.
67- سعيد الحاجي، المسألة الدينية والهوية الوطنية من خلال فكر الحركة الوطنية المغربية، مجلة دراسات محكمة، مركز تكامل للدراسات والأبحاث، 2021.
68- سلمى عليوان، شريفي رحمة، واقع الاتصال الشخصي في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام نموذجا، مذكرة ماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2020/2019.
69- سليم بعلوج، تأثير التعليم العربي الحر في الجزائر خلال الفترة الاستعمارية 1931-1954: تجربة جمعية العلماء المسلمين أنموذجا، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية، المجلد 12، العدد 02، 2020.
70- سليم جهان، عبد الله الدائم وآخرون، الثقافة العربية وأسئلة التطور والمستقبل، بيروت: مركز الدراسات الوحدة العربية، ط2، 2003.
71- سليمان قوراري، قـراءة في عـوامل انتشار المذهب المالكي، الحوار الفكري، العدد 11، المجلد11 ،2016 .
72- سمية بورقعة، إشكالية الأسس الفنية للكتابة الإلكترونية : مواقع الأخبار الجزائرية "أنموذجا". مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد07، العدد 21، 2015.

73- سهام عاشور، فتحي بحة، سياسة التعريب في الجزائر قراءة في الواقع والآفاق، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها، المجلد 13، العدد 01، 2021.

74- سوتيريوس سارانتاكوس، البحث الاجتماعي، تر: شحدة فارع، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2017.

75- سوهام بادي، سامية بادي، إثراء المحتوى الرقمي العربي من خلال المنصات الالكترونية العربية، مجلة اللغة العربية، مجلد 22، العدد 49، 2020.

76- شادية شقروش، حركة التعريب في المغرب بين الواقع والآفاق في ظل العولمة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد01، العدد02، 2007.

77- شارلين هس، باتريشيا ليفي، البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، تر: هناء الجوهري، المركز القومي للترجمة، مصر، 2011.

78- الشريفة بريجة، تحديات الهوية الثقافية أمام الحدود السياسية بالمجتمعات الحدودية، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، مجلد18، عدد02، جوان 2019.

79- شفيعة حداد، تأثير العولمة في بعدها الثقافي الهوياتي على الهوية الثقافية الوطنية، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد04، العدد02، 2019.

80- شفيقة مهري، صورة المرأة العربية عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات بموقع يوتيوب، حوليات جامعة الجزائر، المجلد 35، العدد01، 2021.

81- الصادق الحمامي، الميديا الجديدة: الابستومولوجيا والإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس، 2012.

82- صبرينة عيساوي، عفاف الواعر، استخدامات النخبة الأكاديمية الجزائرية لموقع تويتر twitter والاشباعات المحققة منه، مذكرة ماستر، جامعة أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية قسم العلوم الإنسانية، 2016/2015.

83- صلاح محمد العقبي، الطرق الصوفية والزوايا في الجزائر: تاريخها ونشاطها، دار البراق، بيروت، 2002، ص17.

84- الطيب معاش، المسألة الأمازيغية في الجزائر من المطلب إلى الترسيم، مجلة أنسنة للبحوث و الدراسات، المجلد 13، العدد 01، 2022.

85- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.

86- عباس مصطفى صادق، توظيف الوسائط المتعددة في مواقع الإذاعات العربية على شبكة الإنترنت، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2009.

87- عبد الإله بلقزيز، الفرنكوفونية: أيديولوجيا، سياسات، تحد ثقافي–لغوي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2011.

88- عبد الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2014.

89- عبد الحكيم حذاقة، هل يطيح الدعم الحكومي للإعلام الإلكتروني بالصحافة الورقية في الجزائر؟، مدونة الجزيرة، نشر في تاريخ 2020/2/7، روجع بتاريخ 2021/06/12. متاح على: https://aja.me/aks4f .

90- عبد الرحمن الجيلالي، تاريخ الجزائر العام، منشورات مكتبة دار الحياة، ج01، 1965.

91- عبد الرزاق الديليمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، دار اليازوري، عمان، 2016.

92- عبد السلام المسدي، الهوية العربية والأمن اللغوي: دراسة وتوثيق، المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات، بيروت، 2014.

93- عبد السلام فيلالي، الاتحاد المغاربي: من الطموح إلى عدم الانجاز، دفاتر المتوسط، المجلد 01، العدد 01، 2014.

94- عبد العزيز العاشوري، اللغة العربية والهوية الثقافية، الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر، رياض زكي قاسم واخرون، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.

95- عبد العزيز خواجة، عمر داود، الدين، التاريخ، الثقافة: أي علاقة؟ نحو مقاربة سوسيولوجية للمعطى الجزائري، مجلة الحقيقة، المجلد 10، العدد02، 2011.

96- عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والاشكاليات، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2016.

97- عبد القادر جغلول، تاريخ الجزائر الحديث دراسة سوسيولوجية، تر: فيصل عباس، ط2، دار الحداثة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1982.

98- عبد القادر مباركية، بين جبل الأوراس والواحات: ظهور وانتشار واختفاء الجماعات الاباضية بالزاب، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، المجلد 03، العدد 01، 2017.

99- عبد الكريم عنيات، الهوية والتفتح: دراسة فلسفية في مفهوم الهوية ، مجلة دراسات فلسفية, المجلد15، العدد02، 2018.

100- عبد الكريم مغاوري، حليلي بن شرقي، الظهير البربري، مجلة تاريخ المغرب العربي، المجلد04، العدد02، 2018.

101- عبد الله العروي، مجمل تاريخ المغرب، ج1، المركز الثقافي العربي، ط5، الدار البيضاء، 1996.

102- عبد الله بن عمر، شويتي أمينة، أصل الدين: المشكل المقصود للأنتروبولوجيا الدينية، مجلة أنثروبولوجية الأديان المجلد17، العدد 01، جامعة تلمسان، 2021.

103- عبد الوهاب الرامي، علي الباهي وآخرون، الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية، منشورات وزارة الاتصال المغربية، الرباط، 2013.

104- عبدالله مقلاتي، المرجع في تاريخ المغرب الحديث والمعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر، 2013.

105- عبدالله بن صفية، مرجعيات النص التعليمي المغاربي: المشترَك وسؤال الهوية، مجلة المقرى للدراسات اللغوية النظرية و التطبيقية، المجلد 02، العدد02، 2019 .

106- عثمان عبد العزيز صالح المحمدي، أثر اللغة العربية في تعزيز الوحدة الوطنية بين أفراد المجتمع: المغرب والأندلس أنموذجا، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد 02، 2014.

107- عز الدين العلام، الديني والدنيوي في الدولة المغربية، مجلة دراسات محكمة، مركز تكامل للدراسات والأبحاث، ديسمبر 2021.

108- عز الدين عتيقة، موقع التواصل الاجتماعي "يوتيوب" ودوره في تفعيل العملية التعليمية، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، المجلد 02، العدد 02، 2019.

109- عفاف كلاش، الحركة الوطنية في المغرب الأقصى، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، قسم العلوم الانسانية، 2013.

110- علي الكنز، الاسلام و الهوية..ملاحظات للبحث: الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر، ورقة مقدمة إلى ندوة الدين في المجتمع العربي، الجمعية العربية لعلم الاجتماع، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.

111- علي موريف، إشكالية الهوية وامتداداتها التربوية تحليل بعض مضامين الخطابين السياسي والتاريخي المدرسيين، مجلة دراسات محكمة، مركز تكامل للدراسات والأبحاث، عدد جانفي، 2022.
112- عمار بوحوش، التاريخ السياسي للجزائر، بيروت: دار الغرب الإسلامي، 1997.
113- عمر فاسي، التعريب والفرنكوفونية في الجزائر: تعايش أم صراع ؟، مجلة الرواق، المجلد 07، العدد 02، 2021.
114- عيسى شنوف، يهود الجزائر 2000سنة من الوجود، دار المعرفة، الجزائر، 2008.
115- غالب كاظم جياد الدعمي، الإعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة–وسائل متجددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
116- فاطمة درعي، المذهب المالكي وجهود علمائه في ترسيخ ثقافة التعايش في الجزائر خلال العهد العثماني، مجلة الآداب و الحضارة الإسلامية، المجلد 13, العدد02، 2021.
117- فائزة تونسي، ادريس حران، علي بوخلخال، البرامج التلفزيونية وانعكاساتها على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد10، العدد01، 2018.
118- فتحي المسكيني، الهوية والحرية نحو أنوار جديدة، جداول لنشر والتوزيع، لبنان، 2011.
119- فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة، الجزائر، 2014.
120- فطيمة شيخ، قانون كريميو 24 أكتوبر 1870م أو تجنيس اليهود: الاختيارات الصعبة في ظل الهيمنة الاستعمارية، الحوار المتوسطي، المجلد 08، العدد 01، 2017.
121- فيصل حصيد، اللغة والهوية: جدل الثابت والمتغيرة، مجلة كلية الآداب واللغات، جامعة خنشلة، المجلد01، العدد02، 2016.
122- فيصل محمد عيسى عسيري، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي الطفل والاستقرار الأسري في المملكة العربية السعودية، مطبعة النهضة العربية، مصر، 2019.
123- فيصل محمد عيسى عسيري، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي الطفل والاستقرار الأسري في المملكة العربية السعودية، مطبعة النهضة العربية، مصر، 2019.
124- قادة دين، جيش تحرير المغرب العربي في المغرب، ظروف التأسيس والدور والمصير 1947- 1960م، مجلة عصور الجديدة، المجلد 12، العدد 01، 2022.
125- قاسم الحادك، البعد الروحي في العلاقات المغربية الإفريقية: السياق والرهانات، مدارات سياسية، المجلد 02، العدد 01، 2018.
126- كريمة غديري، هيمنة العامية على وسائل الإعلام وانعكاساتها على اللغة العربية، مجلة اللّغة العربية، المجلد 21، العدد 03، 2019.
127- كمال بحو، محمد البالي، تقرير مفصل حول الجلسة الأولى من المؤتمر السنوي السادس لمركز الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية (تجاذبات الهوية، الدلالات والتحديات: الهوية المغربية نموذجا)، 2017.
128- كمال بوقرة، المسالة الثقافية وعلاقتها بالمشكلات التنظيمية في المؤسسة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج الخصر، باتنة، 2007.
129- كمال طيرشي، أسئلة فلسفة الدين في كتابات عزمي بشارة: قراءة في الجزء الأول من كتاب الدين والعلمانية في سياق تاريخي، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، المجلد 06، العدد 02، 2020.

130- لمياء مرتاض نفوسي، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار هومة لطباعة والنشر، الجزائر، 2016.
131- ليليا يديوي، نعيمة جيدال، استعمال العامية في وسائل الإعلام الجزائرية المسموعة وانعكاساتها على الفصحى، مذكرة ماستر، كلية اللغات والأدب العربي، جامعة البويرة 2020/2019.
132- ماجد الزبيدي، الإنترنت والتدريب في علوم المعلومات والمكتبات، مجلة رسالة المكتبة، المجلد 34، العدد01، 2004.
133- مارك بالنافز، ستيفاني هيميلرمك وأخرون، نظريات ومناهج الإعلام، تر: عاطف حطيبة، دار النشر للجامعات، مصر، 2017.
134- مالك بن نبي، شروط النهضة، تر: عبد الصبور شاهين، دمشق، دار الفكر، ط2، 1960.
135- مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دار الفكر، دمشق، ط4، 1984.
136- مبارك بن محمد الميلي، تاريخ الجزائر في القديم والحديث، الجزء 01، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1964.
137- محمد أبو دون، البروفيل الصحفي.."السهل الممتنع"، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، نشر في 2019/12/24، روجع بتاريخ 2022/09/15، متاح على https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/927
138- محمد أبو رمان، أفاق الإسلام السياسي في إقليم مضطرب، مؤسسة فريديش ايبرت، عمان، 2017، ص68.
139- محمد الأمين فارلو، رابحي بوعبدالله، أثر استعمال تطبيق انستغرام في تعزيز ولاء الزبون، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد02، المجلد 10، 2021.
140- محمد السويدي، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991.
141- محمد الفاتح حمدي، واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية، مجلة التراث، المجلد04، العدد 17، 2015.
142- محمد الكوخي، سؤال الهوية في شمال إفريقيا، منشورات أفريقيا الشرق، المغرب، 2014.
143- محمد المكي الناصري، فرنسا وسياستها البربرية في المغرب الأقصى، الطبعة02، منشورات شركة بابل، مراكش، 1993.
144- محمد بلبيض، تحولات مفهوم الهوية الثقافية في المغرب، مجلة التاريخ المتوسطي، المجلد02 ،العدد02، 2020.
145- محمد بودهان، في الهوية الأمازيغية للمغرب، منشورات تاويزا، المغرب، 2013.
146- محمد جناي، الصحافة الإلكترونية المغربية ومعركة التحول الرقمي، تاريخ النشر 16 /12/ 2020، روجع بتاريخ 2022/11/15، موقع بريس، متاح على https://tinyurl.com/55d6fwb7
147- محمد حربي، الثورة الجزائرية سنوات المخاض، تر: نجيب عياد وصالح المثلوثي، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، 1994.
148- محمد حربي، جبهة التحرير الوطني الأسطورة والواقع، تر: كميل قصير داغر، مؤسسة الأبحاث العربية، دمشق، 1983.
149- محمد حسين سمير، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة ، 1995.
150- محمد شبوب، جمعية العلماء المسلمين الجزائريين ودورها في إعادة بعث الهويّة الوطنية، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية، المجلد 10، العدد 01، 2018.

151- محمد عابد الجابري، العولمة و الهوية الثقافية: عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي، مجلد20، العدد228، 1998.

152- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت عالم الكتب، القاهرة، 2007.

153- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 2004.

154- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط2، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2009.

155- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2004.

156- محمد فؤاد العشوري، السيادة في المغرب: بين الشرعية الملكية و الشرعية الديمقراطية، مجلة المستقبل العربي، المجلد41، العدد480، 2019.

157- محمد كنيب، يهود المغرب(1912-1948)، تر: إدريس بنسعيد، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الرباط، 1998.

158- محمد محمدي، الأقليات الذمية في الجزائر وموقفها من الثورة التحريرية 1954-1962 "الأقلية اليهودية نموذجاً"، دراسات تاريخية، المجلد09، العدد01، 2021.

159- محمد ناصر عبد الباسط، الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2015.

160- محمد ولد إمام، بين الفصحى والعامية.. كيف نصيغ اللغة الأقرب إلى الجمهور؟، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، نشر في 2019/10/29، روجع في 2022/09/15، متاح على https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/885

161- محمود الذوادي، اللغة الفرنسية في المغرب العربي: غنيمة حرب أم استلاب هوية؟، مجلة المستقبل العربي، المجلد 32، عدد 368، 2009.

162- محمود السيد، طبيعة العصر والمحتوى الرقمي، المجلة العربية للثقافة. مج 33، ع 62، 2016.

163- محمود خضر حامد، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

164- محمود عزت، مروى عصام صلاح، الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، عمان، 2014.

165- المرجعيات والفكر والثقافة والإعلام والانسية المغربية والتنوع الثقافي، لجنة الثقافة والهوية والانسية المغربية والتنوع الثقافي،كتاب صادر عن المؤتمر 17 لحزب الاستقلال، منشورات المركز العام لحزب الاستقلال، الرباط، 2017.

166- مزوار الإدريسي، احتضار الإسبانية في المغرب، العربي الجديد، نشر 2018/11/07، روجع بتاريخ 2022/06/12، متاح على https://cutt.us/JfWwE

167- مسعودة خلاف، التعليمية وإشكالية التعريب في الجزائر، بحث مقدم لنيل شهادة دكتوراه علوم في اللسانيات، جامعة منتوري، قسنطينة ، 2010/ 2011.

168- مصطفى بلعور، حزب جبهة التحرير الوطني ومسار الإصلاحات السياسية في الجزائر، مجلة الباحث، المجلد04، العدد04، 2006.

169- مصطفى بوعناني، السياسة اللغوية في المغرب: بين المرجعية الدستورية واقتضاءات التعدد اللساني والثقافي، مجلة الصوتيات، المجلد 14، العدد 03، 2018.

170- مليكة عالم، سياسة التعريب في الجزائر بين الأمس واليوم: التاريخ، الرهانات، التحديات والآفاق، مجلة التحبير، المجلد 03، العدد 01، 2021.

171- مليكة ناعيم، التعدد اللغوي وأثره في تدريس اللغة العربية بالمغرب، مجلة التعليمية، المجلد 04، العدد 01، 2014.

172- منال حساني، تفاعل المستخدمين على الصفحات الإخبارية لمواقع الفايسبوك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2019/2018.

173- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، الأردن، 2012.

174- منصور حسام، الإعلام الرقمي: مفهومه وسائله نظرياته، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد03، العدد02، 2022.

175- منير عيادي، استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للخبر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد02، العدد01، 2018.

176- مهدي محمد القصاص، الهوية الثقافية والعولمة دراسة سوسيولوجية، المجلس الأعلى لرعاية الفنون والآداب والعلوم الاجتماعية، دمشق، سوريا، 2005.

177- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة، الجزائر، 2004.

178- مولاي احمد نكاع، ملامح الهوية في السينما الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية اللغات والأدب والقنون، جامعة وهران، 2013.

179- نادية موسلي، الهوية الوطنية من خلال أفلام مرزاق علواش، جامعة الجزائر 3 ، كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2009/ 2010.

180- نادية نهيدلي، الحركات الإسلامية في المغرب والمشاركة السياسية، دفاتر السياسة والقانون، العدد19، 2018.

181- نازلي معوض احمد، التعريب والقومية العربية في المغرب العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986.

182- ناصر الدين سعيدوني، المسألة الثقافية في الجزائر: النخب، الهوية، اللغة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2021.

183- ناصر جابي، الحركات الأمازيغية في شمال افريقيا، منشورات الشهاب، 2018.

184- نبيل حميدشة، المقابلة في البحث الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد 04، العدد 08، 2012.

185- ندى عمران حسين، الصورة الرقمية إحدى ملامح الإعلام الجديد: دراسة الصورة الخبرية في موقع المدى برس، مجلة بحوث الشرق الأوسط. العدد 51، 2019.

186- نزار الحافظ، واقع المحتوى الرقمي العربي على شبكة الإنترنت، المؤتمر السنوي العاشر لمجمع اللغة العربية بدمشق واقع اللغة العربية في عصرنا الحاضر، 2019.

187- نصر الدين بن عميروش، رانية أحمية، مساهمة صحافة المواطن في صناعة المضامين الإعلامية على الفيسبوك، مذكرة ماستر، جامعة جيجل ، 2019/2018.

188- نصر الدين لعياضي، الإتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل، (سلسلة كتاب الرافد) دائرة الثقافة والإعلام الشارقة، 2015.
189- نور الدين لبصير، تجاذبات اللغة والهوية بين الأصالة والاغتراب، جسور المعرفة، المجلد 01، العدد 04، 2015.
190- نور الهدى بوخالفة، استقرار العرب وإنشاء المدن والقرى في المغرب الوسيط، ورقة علمية في ملتقى "التغيرات الاجتماعية في البلدان المغاربية عبر العصور "، منشورات مخبر الدراسات التاريخية والفلسفية، جامعة قسنطينة، 2001.
191- هارلمبس وهولبورن، سوشيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة :حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2010.
192- هناء عاشور، التدوين المرئي في الجزائر ودوره في تعليم اللغة الإنجليزية: دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات التعليمية بقناة اليوتيوب Mister Amine، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد05، العدد01، 2021.
193- هند علوي، محمود مسروة، المحتوى الرقمي العربي عبر شبكة الإنترنت : اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي، المجلة الأردنية للمكتبات و المعلومات. مجلد 52، العدد03، 2017.
194- وجيه كوثراني وآخرون، الدولة و سؤال الهوية في المنطقة المغاربية، منشورات مركز تكامل للدراسات والأبحاث، المغرب، 2021.
195- وردة مداح، عبد القادر دامخي، الثقافة والهوية: قراءة نقدية لواقع الثقافة و المثقف من خلال التجربة النقدية عند إدوارد سعيد، مجلة مقاليد، المجلد06، العدد06، 2018.
196- وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد.. تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، المؤلفين، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.
197- وفاء بن طراد، قراءات في مفهوم الهوية ومكوناتها: اللغة، الدين، الثقافة، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 20، 2017.
198- وليد شايب الدراع، بخوش نجيب، الاستعمال السياسي لقضايا الهوية الثقافية الجزائرية في ظل وسائل التواصل الاجتماعي، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 59، العدد 03، 2022.
199- وليدة حدادي، الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، مجلة دراسات، العدد 36، 2015.
200- يوسف تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
201- يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.

2. المراجع باللغات الأجنبية:

202- Abdulhadi Shoufan ,What motivates university students to like or dislike an educational online video? A sentimental framework, Computers & Education, Volume 134, 2019.
203- Abraham Das, IMPACT OF DIGITAL MEDIA ON SOCIETY, IntroductionINTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS(IJCRT), Volume 8, Issue 5, May 2020.

204- Ally McCrow Young, Instagram: Visual social media cultures,New Media & Society, Volume 23, issue 9, 2021.
205- Bahiyah Omar, Wang Dequan, Watch Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage, International Association of Online Engineering, Vol 14, No 04, 2020.
206- Carmen Lee ,Dennis Chau, Language as pride, love, and hate: Archiving emotions through multilingual Instagram hashtags, Discourse, Context&Media, Volume 22, 2018.
207- Christian Montag, Haibo Yang, Jon D Elhai, On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings, Frontiers in public health, Volume09, 2021.
208- Daryl D Green, Richard Martinez, In a World of Social Media: A Case Study Analysis of Instagram, American Research Journal of Business and Management, Volume 04, 2018.
209- Farisha Sestri Musdalifah, Consumerism on Clubhouse Exclusivity from Jean Baudrillard's Perspective, iski (Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia), Vol 4, No 01, 2021.
210- John Paolillo, Sharad Ghule, Brian Harper, A network view of social media platform history: Social structure, dynamics and content on youtube ،Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences, 2019 Hawaii International Sciences HICSS.
211- Joseph B.Walther ,Social media and online hate, Opinion in Psychology, Volume 45, 2022 .
212- Laeeq Khan, Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube?, Computers in Human Behavior, Volume 66, 2017.
213- Markus Appel, Affective resistance to narrative persuasion, Journal of Business Research, Volume 149, October 2022.
214- Ozanne, M., Navas, A.C, An investigation into facebook" liking "behavior an exploratory study,Social Media and Society, Volume 3, Issue, 2017 .
215- Pierre-Emmanuel Mérand, Le récit journalistique et son impact sociétal à l'heure du web participatif, Management des technologies organisationnelles, N 13, 2021.
216- Strielkowski Wadim, The Clubhouse Phenomenon: Do We Need Another Social Network?, Preprints, v1, 2021.
217- Véronique et Charlotte Lalanne, France-Algérie : le malaise des historiens après les propos d'Emmanuel Macron, Journal LEXPRESS, publié le 14/10/2021 , revu 5/10/2022, Disponible à https://2u.pw/3cA9q

الملاحق

الملحق رقم (01): دليل إستمارة تحليل المضمون.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر – بسكرة –

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي

دراسة تحليلية على عينة من الصفحات الالكترونية الإخبارية على الفيسبوك.

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه LMD في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مكتوبة

بين أيديكم دليل استمارة تحليل مضمون معدة في إطار التحضير لأطروحة دكتوراه LMD تخصص إعلام واتصال.

من إعداد الطالب:

وليد شايب الدراع

إشراف الدكتور:

– نجيب بخوش

–سعاد سراي

السنة الجامعية 2022/2021

أولا: بيانات أولية لصفحات الجرائد الالكترونية، أوراس، سبق برس، هسبريس، le360.

اسم الصفحة	نوع الصفحة	رمز الصفحة	رابط الصفحة
أوراس awras	جريدة الكترونية		https://www.facebook.com/AwrasMedia
سبق برس sabqpress	موقع إخباري		/https://www.facebook.com/sabqpress
هسبريس hespress	جريدة الكترونية		https://www.facebook.com/Hespress
le360 عربي	موقع إخباري		https://www.facebook.com/Le360ar

– المحور الأول: البيانات الخاصة بالصفحات:

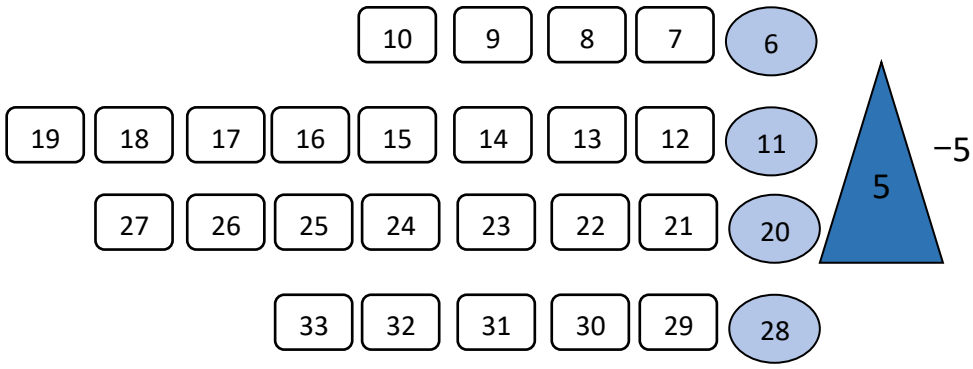
1– أسماء الصفحات: 1

2– أنواع الصفحات: 2

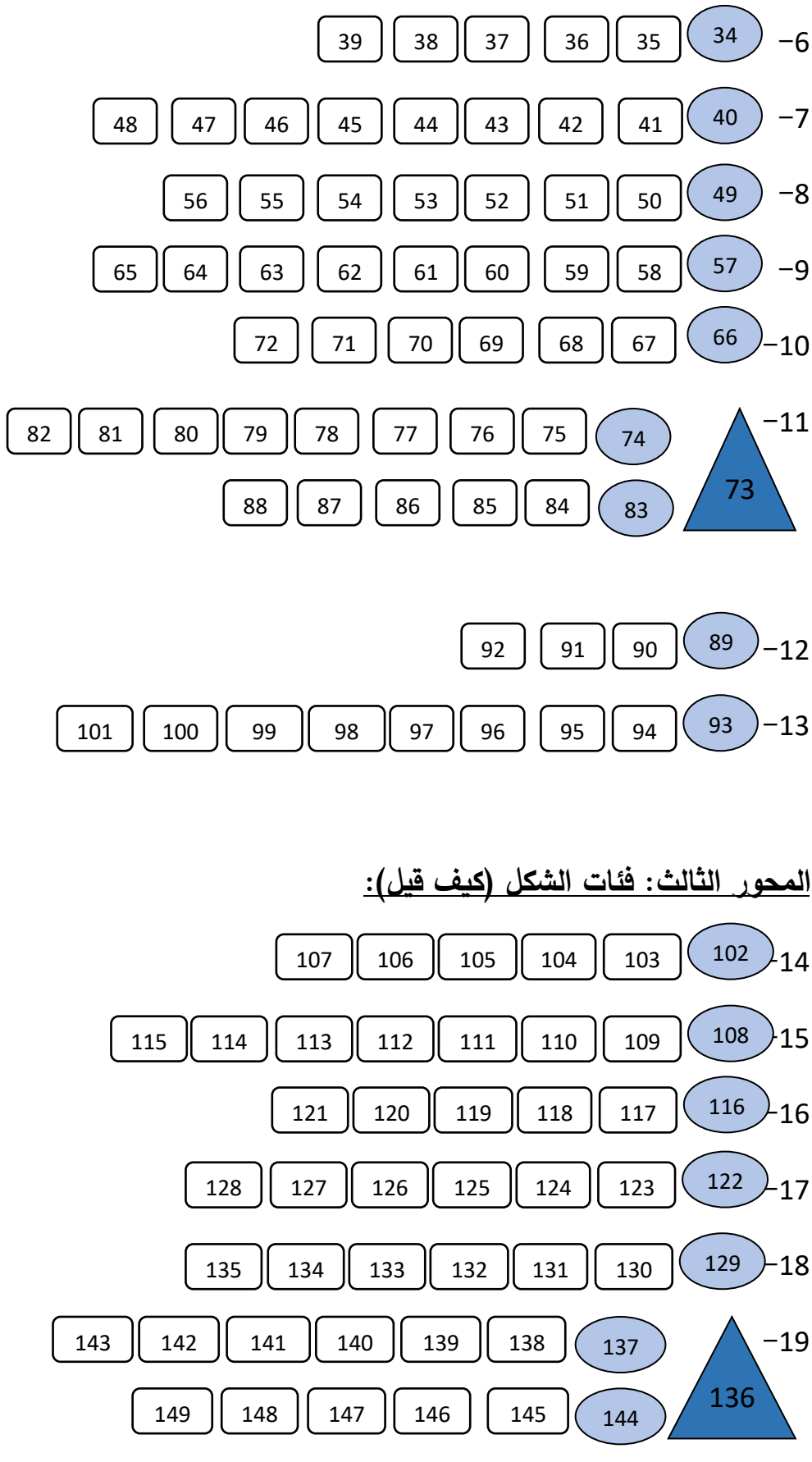
3– رموز الصفحات: 3

4– روابط الصفحات: 4

– المحور الثاني: البيانات المتعلقة بفئات المضمون (ماذا قيل؟)



–5



المحور الثالث: فئات الشكل (كيف قيل):

دليل الاستمارة:

- المحور الأول: البيانات الخاصة بالصفحات:

1- المربع رقم 1: يشير إلى أسماء الصفحات.

2-المربع رقم 2: يشير إلى نوع الصفحة.

3-المربع رقم 3: يشير إلى رمز الصفحات.

4-المربع رقم 4: يشير إلى روابط الصفحات.

ثانيا: البيانات المتعلقة بفئات المضمون: (ماذا قيل؟)

5-المثلث رقم 5 يشير إلى **فئة قضايا الهوية الثقافية** في صفحات الدراسة ونقصد بهذه الفئة مجموع القضايا والمواضيع المطروحة في صفحات الدراسة ويضم الدوائر رقم 28/20/11/6 وهي تمثل الفئات الفرعية التالية، قضايا لغوية، قضايا دينية، قضايا التراث المادي والمعنوي، قضايا تاريخية.

الدائرة رقم 6 و تضم المربعات من الرقم 7 الى الرقم 10 تمثل الفئات الفرعية لفئة القضايا اللغوية وهي على التوالي: قضايا اللغة العربية، قضايا اللغة الأمازيغية، الدارجة المحلية، قضايا اللغة الفرنسية.

الدائرة رقم 11 و تضم المربعات من الرقم 12 إلى 19 تمثل الفئات الفرعية للقضايا الدينية وهي على التوالي: أعياد ومناسبات، تعريف بالإسلام، تشبث ودفاع عن الدين الإسلامي، مؤسسات دينية، طرق الصوفية، دعوات تجديد ديني، أقلية يهودية، أقلية مسيحية.

الدائرة رقم 20 وتضم المربعات من الرقم 21 إلى الرقم 27 تمثل الفئات الفرعية لفئة قضايا التراث المادي والمعنوي و هي على التوالي: أثار، عمران تقليدي، طعام تقليدي، موسيقى تقليدية، أعياد واحتفالات شعبية، صناعات تقليدية، حكايات وأساطير شعبية.

الدائرة رقم 28 وتضم المربعات من 29 الى الرقم 33 وتمثل الفئات الفرعية لفئة **قضايا تاريخية:** و هي على التوالي: تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية، تذكير بجرائم الاستعمار، تاريخ قديم، ذكرى تاريخية، تاريخ إسلامي.

6–الدائرة رقم 34 تمثل **فئة اتجاه** المواضيع المنشورة وتضم المربعات من 35 إلى 39 وتمثل تواليا الفئات الفرعية التالية: اتجاه ايجابي مطلق، اتجاه ايجابي نسبي، اتجاه سلبي مطلق، اتجاه سلبي نسبي، اتجاه صفري.

7–الدائرة رقم 40 تمثل **فئة الأهداف** وتضم المربعات من 41 إلى 48 وتمثل تواليا المؤشرات التالية: طرح مسائل الهوية الثقافية للنقاش العام، الدعوة لفكرة معينة، التعريف بعنصر من عناصر الهوية الثقافية، هدف إخباري، دعاية سياسية، نشر الوعي بمسائل الهوية الثقافية، تحليل ونقد، أهداف أخرى.

8–الدائرة رقم 49 تمثل **فئة الإطار المرجعي** وتضم المربعات من 50 إلى 56 وتمثل تواليا الفئات التالية:إطار سياسي، إطار تاريخي، إطار حقوقي، إطار إخباري، إطار صراع إطار ديني، الجمع بين أكثر من إطار.

9–الدائرة رقم 57 تمثل **فئة الفاعلين** وتضم المربعات من 58 إلى 65 وتمثل تواليا الفئات التالية: سياسيين، رجال دين، مفكرين وكتاب، قادة تاريخيين، موسيقيين، مسئول رسمي، جمعيات ومنظمات، أخرى.

10–الدائرة رقم 66 تمثل فئة **الجمهور المستهدف** وتضم المربعات من 67 إلى 72 وهي تمثل تواليا: مسئولين، جمهور عام، جمعيات محلية، منظمات دولية، هيئات حكومية، أخرى.

11–المثلث رقم 73 يمثل **فئة القيم** ويضم الدائرة رقم 74 التي تمثل البعد الايجابي لفئة القيم ويضم المربعات من 75 إلى 82، وهي تمثل على التوالي: الأصالة، التنوع، الاحترام، التعايش، التجديد، الوفاء والامتنان، الاحتفاء بالاختلاف، أخرى، في حين تمثل الدائرة رقم 83 البعد السلبي، وتضم المربعات من 84 إلى 88 وهي على التوالي: الكراهية، العنف اللفظي، العنصرية، الجهوية، أخرى.

12–الدائرة رقم 89 تمثل فئة **آليات التفاعل** وتضم المربعات من 90 إلى 92 وتمثل تواليا المؤشرات التالية: الاعجابات، التعليقات، المشاركات.

13–الدائرة رقم 93 تمثل **فئة اتجاه التعليقات** وتضم المربعات من 94 إلى 101 وتمثل تواليا المؤشرات التالية: تأييد الفكرة الواردة مع تقديم حجج، تأييد الفكرة الواردة دون تقديم حجة، استهزاء وسخرية و تشكيك، تهجم شخصي، خطاب كراهية، معارضة مع تقديم حجج، نصح ديني، سرد تجربة شخصية.

ثالثا: فئات الشكل : (كيف قيل؟)

14-الدائرة رقم 102 تمثل **فئة اللغة المستخدمة** وتضم المربعات من 103 إلى 107 وتمثل تواليا المؤشرات التالية: اللغة العربية، الدارجة المحلية، لغة أمازيغية، لغة فرنسية، المزج بين عدة لغات.

15-الدائرة رقم 108 و تمثل **فئة المصادر** المعتمد عليها وتضم المربعات من 109 إلى 115 وتمثل تواليا الفئات الفرعية التالية: وسائل إعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، مؤسسات رسمية، شخصيات سياسية، كتب ودراسات أكاديمية، هيئات ومنظمات حقوقية، صحفيين، مصدر مجهول.

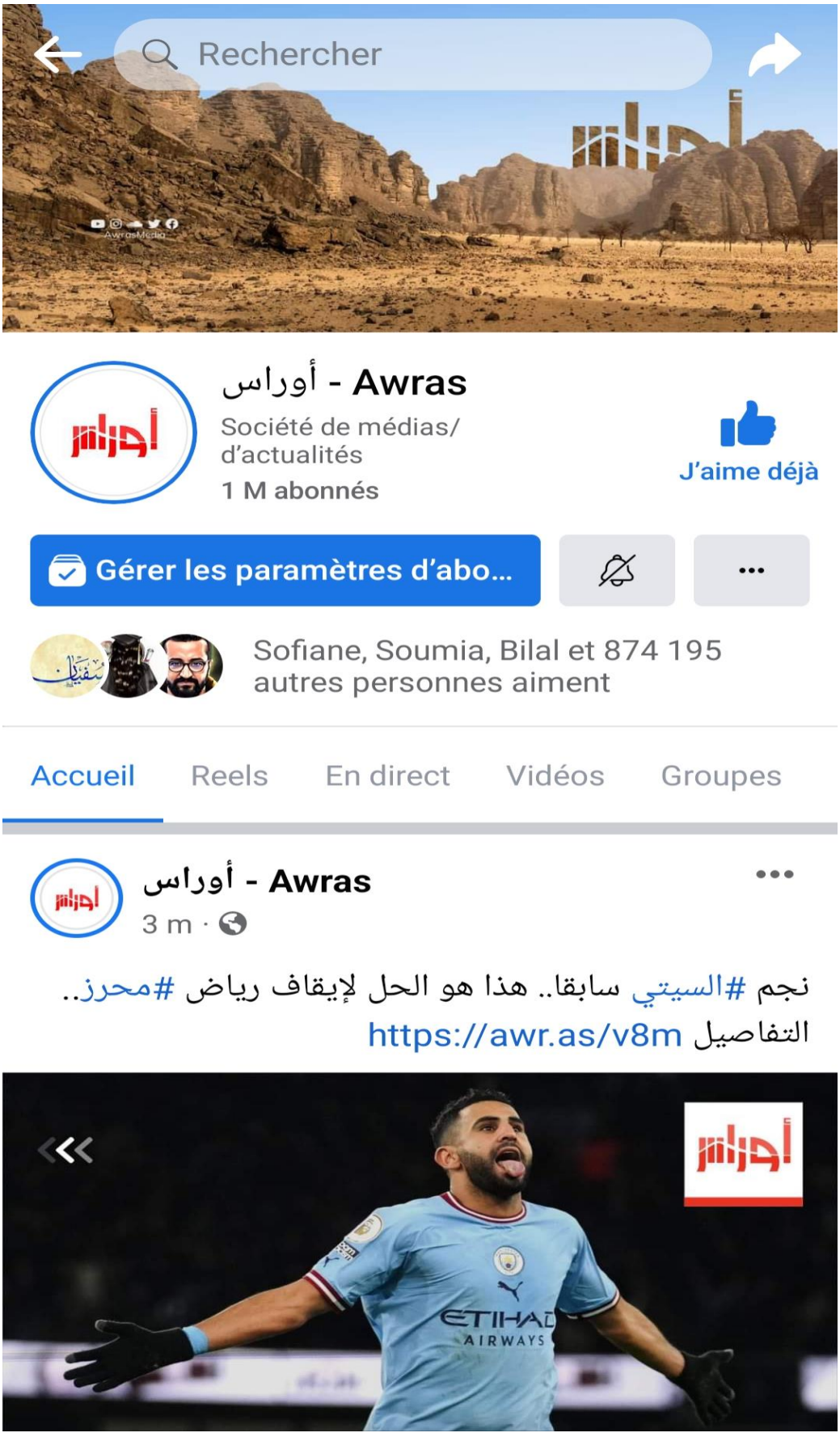
16-الدائرة 116 وتمثل **فئة الأجناس الصحفية** وتضم المربعات من 117 إلى 122 وتمثل تواليا المؤشرات التالية: خبر، تعليق، تقرير، مقال، بورتريه، المقابلة.

17-الدائرة رقم 123 تمثل **فئة نمط عرض المنشورات** وتضم المربعات من 124 الى128 وتمثل تواليا المؤشرات التالية: صورة+نص/ فيديو +نص/ نص +صورة + رابط/ نص + صورة +وسم/ نص+ فيديو+ رابط.

18-الدائرة رقم 129 تمثل **فئة الوسائط المرئية** وتضم المربعات من 130 إلى 135 وتمثل تواليا المؤشرات التالية:فيديو قصة، فيديو تسجيلي، فيديو مباشر، صور أرشيفية، صور موضوعية خاصة، صور معدلة.

19-المثلث رقم 136 يمثل **فئة الإستمالات الإقناعية** ويضم دائرتين، الأولى رقم 137 تمثل الإستمالات العقلية وتضم المربعات من 138 إلى 143، وتمثل تواليا المؤشرات التالية: استشهاد بمعلومات، تقديم الأرقام والإحصائيات، الاستعانة بدراسات وكتب علمية، الاستعانة بالنصوص القانونية والدينية، الاستعانة بآراء مثقفين وكتاب، أخرى. الدائرة الثانية رقم 144 وتمثل الإستمالات العاطفية وتضم المربعات من 145 إلى 149 وتمثل تواليا المؤشرات التالية: استخدام الرموز والشعارات، استعمال الأساليب اللغوية، عرض الآراء على أنها مسلمات، التخويف.

-**الملحق رقم (02) واجهة الصفحات محل الدراسة.**



سبق برس
Société de médias/
d'actualités

J'aime déjà

Gérer les paramètres d'abo...

Sofiane, Ferhat, Amer et 786 042
autres personnes aiment

Accueil Publications Vidéos Photos À propo

À propos

رقم 75 شارع محمد الخامس الجزائر
الوسطى, Alger, Algérie 16000

ITINÉRAIRE

http://www.sabqpress.dz/

Envoyer un message

023 49 08 55

Le360 بالعربية

Société de médias/
d'actualités

J'aime déjà

Gérer les paramètres d'abo...

Malek, Yasmine, Nabil et 3 518 670
autres personnes aiment

Accueil | À propos | Publications | Reels | Vidéos

À propos

https://ar.le360.ma/

Découvrez l'activité de Le360 بالعربية sur Messenger
Commencer

Société de médias/d'actualités

https://www.instagram.com/le360ar

Voir tout

Transparence de la Page

HESPRESS
Société de médias/
d'actualités

J'aime déjà

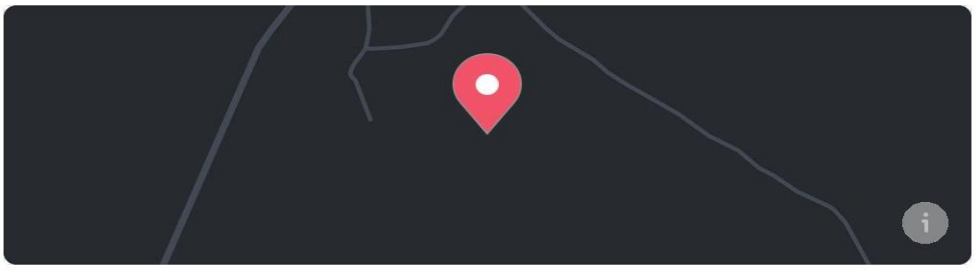
Utiliser l'application

appurl.io

Élite, محمد البشير, Fouzi et 17 205 099 autres personnes aiment

Accueil Vidéos En direct Reels Photos À

À propos



Immeuble Omniprise. Angle avenue Al Alaouiyine et, Rue Al Marinvine. 10000 Rabat. Maroc — ITINÉRAIRE

https://www.hespress.com/

Découvrez l'activité de HESPRESS sur Messenger

–الملحق رقم (03) نماذج من المنشورات عينة الدراسة.

Le360 بالعربية
24 déc. 2020 ·
في خطوة مهمة للحفاظ على معالم الثقافة والتراث اليهودي بالمغرب، تقرر في بداية السنة الدراسية 2020/ 2021، إدماج برنامج للتعريف بالثقافة اليهودية في مناهج التعليم بالمراحل الأساسية، وذلك لنشر مجموعة من القيم بين الأطفال، وللتعرف على تاريخهم الزاخر بالتعدد الثقافي.
Voir la traduction
63
63
5
7

Le360 بالعربية
10 janv. 2021 ·
بناء متحف يهودي - فيديو
Voir la traduction
AR.LE360.MA
بالفيديو: انطلاق أشغال تهيئة وبناء متحف الثقافة اليهودية بفاس
أعلنت وكالة التنمية ورد الاعتبار لمدينة فاس، عن انطلاقة أشغال تهيئة...
15

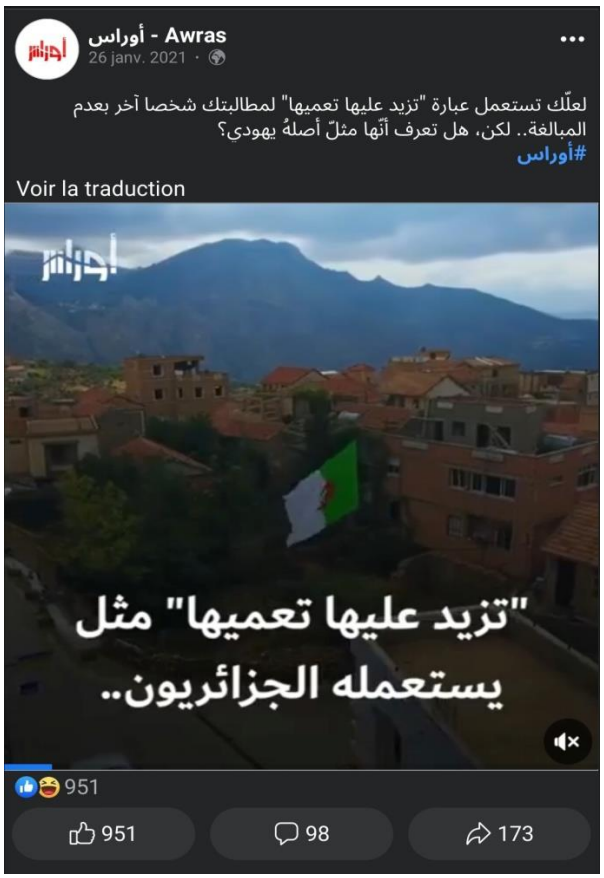
Le360 بالعربية
22 mai 2021 ·
جولة داخل المتحف الجامعي للآثار والتراث بوجدة
. شوفو .
Voir la traduction
روبورتاج
AR.LE360.MA
بالفيديو: جولة داخل المتحف الجامعي للآثار والتراث بوجدة
أنشأت جامعة محمد الأول بوجدة بشراكة مع كلية العلوم، متحفا جامعي...
16
16

Le360 بالعربية
7 janv. 2021 ·
مبديع : اليهود المغاربة لهم حقوق
Voir la traduction
AR.LE360.MA
بالفيديو: مبديع يشرح موقف حزبه حول فلسطين واليهود المغاربة
العلاقات اليهودية-المغربية عمرها قرون، غنية ومتنوعة، حسب محمد ...
32

أوراس - Awras
24 juin 2021 ·
مؤسسة الأمير عبد القادر تكشف حقيقة وثيقة آيت حمودة عن الأمير
Voir la traduction
AWRAS.COM
مؤسسة الأمير عبد القادر تكشف حقيقة وثيقة آيت حمودة عن الأمير
اتّهمت مؤسّسة الأمير عبد القادر، آيت حمودة، بتزييف الوثيقة التي تف...
1,5 K
1540
500
64

أوراس - Awras
26 oct. 2021 ·
مصادر تكشف عزم #الجزائر على اتخاذ قرار جريء تجاه #فرنسا مع نهاية السنة القادمة.. تفاصيل القرار في الفيديو
Voir la traduction
الجزائر تعتزم إلغاء استعمال الفرنسية بكل دوائرها الرسمية..
1,4 K
1442
203
111

أوراس - Awras
12 nov. 2020 ·
تضاف إلى جرائمها الوحشية خلال حقبة #الاستعمار.. تحويل عظام #الجزائريين إلى سكر وصابون من بين الأسباب التي تجعل #فرنسا تتماطل في ملف #الذاكرة
Voir la traduction
"نعم.. فرنسا الاستعمارية صنعت السكر والصابون من عظام الجزائريين"!
عبد المجيد شيخي-مستشار رئيس الجمهورية
376


أوراس - Awras
26 janv. 2021 ·
لعلّك تستعمل عبارة "تزيد عليها تعميها" لمطالبتك شخصا آخر بعدم المبالغة.. لكن، هل تعرف أنّها مثلٌ أصلهُ يهودي؟
#أوراس
Voir la traduction
"تزيد عليها تعميها" مثل يستعمله الجزائريون..
951
951
98
173

سبق برس
بعد سنوات من نضال عبد الحفيظ بوصوف في الحركة الوطنية، عين نائبا للشهيد العربي بن مهيدي في الولاية الخامسة عند اندلاع الثورة، ثم تولى منصب وزير للاتصالات العامة والتسليح في الحكومة المؤقتة وأسس جهاز المخابرات الجزائرية عام 1957
www.sabqpress.net
ذكرى رحيل مؤسس المخابرات الجزائرية
عبد الحفيظ بوصوف
1926 - 1980

سبق برس
في ذكرى استشهاده، نرصد لكم في هذا الفيديو مسيرة الشهيد البطل مصطفى بن بولعيد
يوم 5 فيفـــــري 1917
ولد مصطفى بن بولعيد
في أريس بولاية باتنـــــة

سبق برس
تنظيم ثالث مهرجان دولي لأشهر طبق في الجزائر، فهل تصنف اليونسكو "الكسكسي" تراثا إنسانيا
الجزائر تحتضن ثالـــث
مهرجان دولي للكسكسي

سبق برس
المنظمة الوطنية للمجاهدين تندد بتصريحات ماكرون
SABQPRESS.NET
المنظمة الوطنية للمجاهدين تندد بتصريحات ماكرون — سبق برس
المنظمة الوطنية للمجاهدين تندد بتصريحات ماكرون

الملحق رقم (04): دليل المقابلة.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر – بسكرة –

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي

دراسة تحليلية على عينة من الصفحات الالكترونية الإخبارية على الفيسبوك.

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه LMD في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مكتوبة

بين أيديكم دليل مقابلة معدة في إطار التحضير لأطروحة دكتوراه LMD تخصص إعلام واتصال.

من إعداد الطالب:

–وليد شايب الدراع

إشراف الدكتور:

–نجيب بخوش

– سعاد سراي

السنة الجامعية 2022/2021

بيانات أولية لصفحات الجرائد الالكترونية، أوراس، سبق برس، هسبريس، le360.

اسم الصفحة	نوع الصفحة	رمز الصفحة	رابط الصفحة
أوراس awras	جريدة الكترونية		https://www.facebook.com/AwrasMedia
سبق برس sabqpress	موقع إخباري		/https://www.facebook.com/sabqpress
هسبريس hespress	جريدة الكترونية		https://www.facebook.com/Hespress
le360	موقع إخباري		https://www.facebook.com/Le360ar

1) ملخص إشكالية الدراسة: إن الفكرة الرئيسية للدراسة هي التعرف على واقع النقاش حول قضايا الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية من خلال مجموعة من صفحات مؤسسات إعلامية على الشبكات الاجتماعية، وقد تم هذا من خلال إجراء دراسة وصفية تحليلية باستخدام أداة "تحليل المضمون" لعينة من(367) منشور من صفحات أربع مؤسسات صحفية على الفيسبوك هي: أوراس وسبق برس الجزائريتين، و هسبريس و le360 المغربيتين، في الفترة من 01 نوفمبر 2020 الى 31 أكتوبر 2021، هذه المنشورات تتناول مختلف قضايا الهوية الثقافية، وقد قمنا بتحديد هذه القضايا عن طريق مؤشرات مستخلصة من التعريف الإجرائي الذي قدمناه للهوية الثقافية، وتتمثل هذه القضايا في: القضايا اللغوية، القضايا الدينية، القضايا التاريخية، قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد.

التساؤل الرئيسي: ما هو واقع قضايا الهوية الثقافية على الشبكات الاجتماعية الرقمية في المنطقة المغاربية من خلال صفحات الدراسة ؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي عدة أسئلة فرعية متعلقة بالمضمون والشكل نذكر منها:

أسئلة المضمون (ماذا قيل)

1) ما هي أهم قضايا الهوية الثقافية المطروحة في عينة الدراسة؟

2) ما هو الإطار المرجعي لتناول قضايا الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة؟

3) من هم أهم الفاعلين في قضايا الهوية الثقافية من خلال منشورات عينة الدراسة؟

4) ما هي أهم القيم المتضمنة في منشورات قضايا الهوية الثقافية من خلال عينة الدراسة؟

5) ما هي أهداف مضامين الهوية الثقافية من خلال عينة الدراسة؟

6) ما هي أشكال التفاعل واتجاه التعليقات على قضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة؟

الأسئلة المتعلقة بالشكل (كيف قيل؟)

1)ما هو أسلوب عرض قضايا الهوية الثقافية في منشورات عينة الدراسة؟

2) ما هي أهم الإستمالات الإقناعية المتضمنة في منشورات عينة الدراسة؟

3) ما هي اللغة المستخدمة في منشورات قضايا الهوية الثقافية في عينة الدراسة؟

4) ما هو نوع المنشورات التي تتناول قضايا الهوية الثقافية من خلال عينة الدراسة؟

5) ما هي مساحة منشورات الهوية الثقافية في عينة الدراسة؟

2) أهداف الدراسة: إن لكل عمل علمي أكاديمي منظم أهداف يسعى إلى الوصول إليها، وتشكل هذه الأهداف نقطة الوصول التي تقود البحث وتمنعه من أن يتشعب أو أن يحيد عن طريقه وعموما يمكن تلخيص أهداف بحثنا في مجموعة نقاط هي:

1-التعرف على واقع النقاش حول قضايا الهوية الثقافية في المنصات الرقمية في المنطقة المغاربية.

2-دراسة طبيعة استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية في نقاش قضايا الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية من خلال عينة الدراسة.

3-التعرف على الخلفية التاريخية والمعرفية لمسألة الهوية الثقافية في المنطقة المغاربية.

4-التعرف من ناحية الشكل والمضمون على أهم قضايا الهوية الثقافية المطروحة للنقاش إضافة للأساليب المستعملة في نقاش مسائل الهوية الثقافية في الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال عينة الدراسة.

3) أسئلة المقابلة: فيما يلي مجموعة من أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال تحليل مضامين صفحات المؤسسات الإعلامية المذكورة سابقا، نرجو من حضرتكم قراءتها بتمعن، وكذا قراءة الأسئلة المرفقة وتسجيل ملاحظاتكم، وتحديد الوقت الذي يناسبكم من أجل إجراء مقابلة عبر أحد تطبيقات الاجتماعات المتاحة أو بأي طريقة أخرى تناسبكم، وهذا بوصفكم "خبير في موضوع الدراسة"

-السؤال الافتتاحي:

- كثير من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الهوية الثقافية، كانت تتحدث وتتنبأ على أننا نسير نحو عالم معولم بدون خصوصيات ثقافية، وبدون هويات فرعية، وأن أداة العولمة في هذا هي بالأساس التكنولوجيات الحديثة والشبكات الاجتماعية الرقمية، لكن الملاحظ خصوصا في السنوات الأخيرة عودة الاهتمام والنقاشات حول مسائل الهوية الثقافية في مختلف المجتمعات عبر العالم، ولعل أبرز تعبير على هذا الاهتمام، الحركات السياسية الشعبوية في الغرب، والنقاشات الدينية والطائفية واللغوية في المنطقة العربية خصوصا بعد موجات الحراك السياسي والاجتماعي في العقد الأخير، انطلاقا من هذا:

1-كيف يمكن تفسير عودة النقاشات الهوياتية بقوة عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية في المنطقة العربية؟

-المحور الأول: المتعلق بفئات المضمون.

- من خلال الدراسة التي قمنا بها على مضامين صفحات المؤسسات الإعلامية المذكورة سابقا، توصلنا إلى مجموعة نتائج متعلقة بطبيعة قضايا الهوية الثقافية المطروحة نلخصها في ما يلي:

-أكثر القضايا تناولا في عموم عينة الدراسة هي القضايا الدينية بنسبة 30%، ثم القضايا التاريخية بنسبة 29%، ثم قضايا التراث المادي والعادات والتقاليد ثالثا بنسبة 23%، وأخيرا القضايا اللغوية بنسبة تقارب 18%.

-القضايا الدينية هي الأكثر تناولا في صفحتي "هسبريس" و "le360" المغربيتين بنسبة تتجاوز 44%. تتمثل هذه القضايا الدينية أساسا في قضايا "الأقلية اليهودية" بنسبة تقارب 47% من مجموع القضايا الدينية المتناولة في الصفحتين.

2-بماذا يمكن تفسير هذا الاهتمام بالقضايا الدينية عموما، و بقضايا الأقلية اليهودية على وجه الخصوص في صفحتي هسبريس و "le360" ؟ وهل هو اهتمام حقيقي؟

- من خلال تحليل مضامين " أوراس" و"سبق برس" الجزائريتين، توصلنا إلى أن موضوع القضايا التاريخية، أخد الحيز الأكبر في قضايا الهوية الثقافية في الصفحتين بنسبة 42%، وتتمثل هذه القضايا في الأساس في: تاريخ الثورة والمقاومات الشعبية بنسبة تقارب 50%.

3-كيف يمكن تفسير هذا الاهتمام الكبير بالتاريخ عموما، وبتاريخ الثورة الجزائرية في صفحتي" أوراس" و"سبق برس" الجزائريتين ؟

- من خلال تحليل اتجاه صفحات المؤسسات الإعلامية المذكورة نحو قضايا الهوية الثقافية في كل من الجزائر والمغرب، لاحظنا أن اغلب المنشورات كانت في "اتجاه إيجابي مطلق" بنسبة تقارب 41%، أي أن تناول الموضوع أخد منحنى واتجاه أحادي مؤيد أو إيجابي بشكل كامل دون وجود وجهات نظر أخرى، خصوصا في القضايا ذات العلاقة بالجانب السياسي مثل: قضايا الأقلية اليهودية في المغرب، ومسائل المتعلقة بتاريخ الثورة الجزائرية، في حين جاء الاتجاه الايجابي النسبي ثالثا بنسبة تقارب 15%، وكانت في الأساس منشورات تتحدث عن قضايا مثل: التعريب والمسائل المرتبطة باللغة والثقافة الأمازيغية، حيث لاحظنا أنه رغم توجه المادة الإعلامية المقدمة نحو تثمين الانجازات التي حققتها الدولة في كل من المغرب والجزائر للغتين العربية والأمازيغية، إلا أن هناك إيراد لأراء أخرى وانتقادات من طرف جمعيات ومثقفين و أكاديميين، انطلاقا من هذا:

4-بماذا يمكن تفسير تغييب الآراء المختلفة في مجموعة قضايا هووية وبالخصوص تلك القضايا التي لها ارتباط بمسائل سياسية؟

– توصلنا من خلال الدراسة إلى أنه في ما تعلق بفئة الإطار المرجعي، وهي فئة ذات أهمية كبيرة لأنها تحدد السياق العام الذي تم فيه تناول قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة، توصلنا الى أن "الإطار السياسي" هو أكثر إطار تم تناول قضايا الهوية الثقافية فيه بنسبة تقارب 27%، وفي نفس السياق توصلنا الى أن أهم الفاعلين في هذه القضايا هم: السياسيون بنسبة 22%، و المسؤوليين الرسميين بنسبة 15%.

5–هل من الطبيعي أن سياق تناول قضايا الهوية الثقافية الرئسي هو الإطار السياسي؟ وأن تكون الشخصيات الفاعلة في هذه القضايا بالأساس هم السياسيون و المسؤوليين الرسميين بالدرجة الأولى؟

– توصلنا من خلال الدراسة إلى أن أكثر من 64% من عينة التعليقات على المنشورات التي تناولت قضايا الهوية الثقافية في صفحات الدراسة، هي عبارة عن استهزاء وسخرية بنسبة 28%، خطاب كراهية بنسبة 19%، تهجم شخصي بنسبة 17%.

6–كيف يمكن تفسير هذا التدني في النقاش من خلال التعليقات المتمثلة أساسا في التهجم والسخرية و خطاب الكراهية في مواضيع الهوية الثقافية التي يفترض أنها مواضيع جادة تتطلب حد أدنى من الرزانة والعقلانية؟ وهل ترى أن النقاش حول قضايا الهوية الثقافية تحول من نقاش نخبوي في العقود الماضية الى نقاش شعبي وشعبوي عنيف ومتزمت بسبب الشبكات الاجتماعية الرقمية ؟

– لاحظنا فيما تعلق بالقيم أن اغلب القيم الواردة في المنشورات محل الدراسة هي ذات بعد إيجابي بنسبة 79%، ومن خلال النتائج التفصيلة لاحظنا أن قيم مثل(الاحتفاء بالاختلاف) بارزة بقوة في كل من "**هسبرس و le360**" المغربيتين بنسبة تقارب 17%، كما نجد أن قيم مثل " الوفاء والامتنان" جاءت أولا بنسبة 25%، في كل من "**أوراس و سبق برس**" الجزائريتين، والجدير بالذكر أن أغلب هذه القيم واردة في المنشورات المتعلقة بقضايا الأقلية اليهودية في المغرب، وفي المنشورات المتعلقة بتاريخ الثورة الجزائرية و رموزها.

7– هل ترى من خلال الملاحظة ومن خلال خبرتكم أن مثل هذه القيم هي السائدة فعلا في التعامل مع مسألة الأقليات أو مع قضايا التاريخ في المنطقة المغاربية؟

-المحور الثاني: المتعلق بفئات الشكل.

- لاحظنا من خلال نتائج الدراسة فيما تعلق باللغة المستخدمة أنه على الرغم من أن أغلب المنشورات بنسبة 59%، تستخدم اللغة العربية الفصحى، إلا أن المزج بين بين الفصحى والعامية جاء أيضا بنسبة مرتفعة تقدر بنسبة 22%، ثم استعمال الدارجة المحلية بنسبة 14%.

8-كيف يمكن تفسير تنامي استخدام العامية في وسائل الإعلام عموما و في الإعلام الالكتروني على الخصوص؟

- توصلنا من خلال الدراسة فيما يتعلق بالأنواع الصحفية المستخدمة، إلى أن ما يقارب 39% من المواضيع المنشورة هي عبارة عن خبر، ثم البورتريه ثانيا بنسبة 21%، ثم التقرير بنسبة 16%، ثم المقابلة بنسبة 8%، والمقال بنسبة7%.

9-كيف ترى هذا التنويع في الأنواع الصحفية المستعملة في صفحات الدراسات؟ وهل هذا التنويع يدخل في التوجه العالمي نحو صحافة متحررة من سطوة وهيمنة الخبر الذي فقد بريقه بفعل وسائط التواصل الاجتماعي؟

- من خلال نتائج الدراسة توصلنا إلى أن ما يقارب 48%، من الاستمالات الإقناعية المستخدمة في المنشورات محل الدراسة، هي عبارة عن إستمالات عاطفية، وهو ما يتضح من خلال كثرة إستخدام الرموز والشعارات، ومختلف الأساليب اللغوية.

10-ألا يفترض أن موضوع الهوية الثقافية هو موضوع يتطلب تناوله و نقاشه استخدام أساليب إقناع عقلانية بعيدا عن الشعارات اللغوية و العبارات العاطفية؟

-ملحق رقم (05): تفريغ المقابلات التي تم إجرائها.

- ✓ **مقابلة رقم (01):**

أ.د أبو بكر الجامعي، صحفي وأستاذ العلوم السياسية، كلية إدارة الأعمال والعلاقات الدولية- اكس أون بروفانس- مارسيليا- فرنسا.

السؤال الافتتاحي:

- س1/كيف يمكن تفسير عودة النقاشات الهوياتية بقوة عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية في المنطقة العربية؟

ج1/ إن هذه الظاهرة مرتبطة بطبيعة الشبكات الاجتماعية وهذا من خلال تفكيكنا للمفاهيم التي تؤكد على أن فكرة العولمة التواصلية الحديثة تجعل من الإنسان يتعرض أكثر للآراء الأخرى والهويات الأخرى، وبهذا فمن طبيعة الإنسان أنه يعمل على تكريس هويته ويهتم بها خاصة لما يواجه بهويات أخرى، فعندما يكون في محيط تتمظهر فيه العديد من الهويات الأخرى مما يزيد حدة تفكيره بهويته، ومن خلال التعرض لفكرة الجانب التقني للشبكات الاجتماعية نجد أنه هو الذي أدى إلى أتاح لنا بؤر للنقاشات مع الآخرين خاصة الذين يقتربون من رؤيتنا للأفكار، وبهذا أصبح هناك أقطاب للتواصل بين الأفراد خاصة الذين يتشابهون مع بعضهم في الأفكار والعادات والإيديولوجيات، وهي هنا فيها نوع من الخطر لان المجتمعات السليمة هي المجتمعات التي يكون فيها تداول بين كافة الأطياف بتعدد انتماءاتها الأيديولوجية والدينية المختلفة مما يعني وجود مواجهة سلمية بين جل الرؤى والمواقف ...الخ، بمعنى التعايش مع المختلف عني في الرأي، كذلك يجب أن تكون هناك قابلية للإقناع من خلال المعلومات والآراء والرؤى التي تجعل من الرأي الذي أحمله يتغير عبر هذا النقاش، لكن بمجيء الشبكات الاجتماعية أصبح الفرد غير ملزم بالاستماع لأراء الآخرين.

المحور الأول: الأسئلة المتعلقة بفئات المضمون.

س2/ بماذا يمكن تفسير هذا الاهتمام بالقضايا الدينية عموما، و بقضايا الأقلية اليهودية على وجه الخصوص في صفحتي هسبريس و "le360" ؟ وهل هو إهتمام حقيقي؟

ج2/الأمر هنا يعود إلى طبيعة الصفحات التي اهتممت بها أنت، فمن المعروف أن هتين الصفحتين هما أداة دعاية للنظام المغربي، يعنى لا يمكن أخذها كمعيار أساسي للحكم على طبيعة النقاش الحقيقي الذي يوجد داخل المجتمع المغربي، وهنا يجب أن تفهم كأداة تواصلية للنظام السياسي وليست أداة إعلامية، وبذلك نجد أن التشبث بالهوية هو مورد أساسي من الموارد المهمة للسلطة، خاصة بما يخدم النخب والسلطة الحاكمة في إطار سلطوي، أي توجه هذه الهوية في الإطار الذي يكرس سلطتها، فمثلا لو نرى استطلاعات الرأي التي تقول بأن الجزائريين هم أكثر الأفراد تشبث بالدين ونفس الفكرة بالنسبة للمغرب الذي نجد فيه نسبة كبيرة جدا من الاهتمام بالعامل الديني وهو عامل مختلف عن البلدان الأخرى فهو البلد الوحيد في المنطقة والعالم الإسلامي الذي يعتبر فيه الملك أمير المؤمنين، أي أن من ركائز الشرعية في الحكم بالمغرب هو الدين الإسلامي بصفة مباشرة، وهي تتفق ونظام الحكم الموجود من خلال التسويق لفكرة أن المغاربة مسلمين، سنيين، مالكيين، بغض النظر عن كل التوجهات والرؤى الأخرى التي يتم اقصائها وفق رؤية السلطة. بمعنى انه إذا قلت أن هذه الأدوات التواصلية خاضعة للسلطة بحيث يتم استخدامها من طرف النخب الحاكمة والسلطة في إرساء وجهت نظرها وبالتالي فهدفها هو ترسيخ خطاب الدولة والنخب السلطوية الحاكمة ضد كل الخطابات المعارضة. وهذا التشبث بالقضايا الدينية هو عبارة عن ردود فعل لسيرورة أخرى التي أتت بها الانترنت والشبكات الاجتماعية التي خلقت نوعا من الدمقرطة للولوج للفضاء العمومي الذي يتيح للأفراد إمكانية التعبير عن آرائهم المعارضة لما هو سائد من خلال صفحاتهم عبر الفايسبوك وتويتر... الخ. وهذا دفع بالنخب الحاكمة إلى تكثيف نشر الخطاب الديني لمواجهة انتشار هذا الأفكار المعارضة أكثر من اللزوم. أما القضية اليهودية أعتقد لها بعدين، الأول تسويقي لأنني شخصيا اعتبر أن العامل اليهودي هو عامل مكون للهوية المغربية، لكن المشكل الذي تثيره النقاشات اليوم ليس هو اليهودية بل الصهيونية فالمشكل هو التعسف على الشعب الفلسطيني وأنا أعتبر أن التشبث باليهودية بهذه الطريقة التي تفعلها هذه الأدوات التواصلية ومن خلفها السلطوية هو معادي للسامية لأنه لتبرير المصيبة العظمة وهي التطبيع مع إسرائيل يستعملون العامل اليهودي، لكن اليهودية ليست هي الصهيونية، وبهذا إنك هنا تستعمل فكرة التعددية الثقافية والهوياتية واليهود كمبرر للتعامل مع دولة للتمييز العنصري التي تتعسف على الشعب الفلسطيني وهذي جريمة في حق الفلسطينيين وحق اليهود المغاربة.

س3/ كيف يمكن تفسير هذا الاهتمام الكبير بالتاريخ عموما، وبتاريخ الثورة الجزائرية في صفحتي" أوراس" و"سبق برس" الجزائريتين ؟

ج3/ تقريبا ما قلته تعليقا على هسبريس وle360 ينطبق شيئا ما على "سبق برس" و "أوراس" بمعنى أن وسائل الإعلام فيها بعض الجوانب التواصلية للحكم السلطوي وبالتالي فخطابها مبني على هذه الهوية التي تعرضها السلطة، والقضية هنا أن النخب الحاكمة لا تستمد طبيعة النقاش حول القضايا الهوياتية من فراغ بل من خلال ما هو موجود عند شعوبها، في المغرب هناك اهتمام كبير بالدين وفي الجزائر هناك اهتمام كبير بالتاريخ وفكرة مقاومة الاستعمار نظرا لما لاقاه الشعب الجزائري من عنف شديد من قبل فرنسا الاستعمارية وهذا ما يشكل هوية الشعب الجزائري، وهذا شي مبرر أيضا لطبيعة بناء هوية النظام الجزائري. وبما أنك قلت أن أوراس مقربة من الإسلاميين فهذا يجعل الدين هو الأمر الوحيد الذي يمكنهم الكلام حوله وأيضا محاربة الفرنكوفونية تستغله كفكرة هوياتية من خلال استحضار التاريخ والدين كعاملين مؤثرين في ذلك.

س4/ بماذا يمكن تفسير تغييب الآراء المختلفة في مجموعة قضايا هووية وبالخصوص تلك القضايا التي لها ارتباط بمسائل سياسية؟

ج4/ نبدأ من خلال كلمة واحدة وهي الثوابت وأنت تعرف أن مفهوم الثوابت هي أيضا من الأدوات السلطوية، بمعنى هي لما تختار مجموعة من العوامل وتقول لك هذه هي الثوابت وبالتالي هنا مسألة الثوابت هي من تحددها، ومسألة الثوابت هنا هي وسيلة لإقصاء الرأي الأخر، بمعنى فكرة المعارضة هنا للثوابت المتعلقة بهوية المجتمع تحولك أنت أيضا إلى معارض لهوية المجتمع وليس معارض للسلطة فقط، وبالتالي تكون مسألة تحديد الثوابت هي احتكار للسلطة وما يرتبط بها ولذلك فهناك إقصاء للمثقف في وسائل الإعلام لأنه هو الذي يساءل هذه الثوابت وهذا لا يخدم السلطة المحددة للثوابت.

س5/ هل من الطبيعي أن سياق تناول قضايا الهوية الثقافية الرئيسي هو الإطار السياسي؟ وأن تكون الشخصيات الفاعلة في هذه القضايا بالأساس هم السياسيون و المسؤولية الرسميين بالدرجة الأولى؟

ج5/ في البداية السياسي شخص متحكم فيه من طرف السلطة وبالتالي هنا إجابة السؤال السابق تنطبق على هذا السؤال أيضا، لان هذا المواقع الإعلامية هي أدوات تواصلية مرتبطة بالسلطة في إطار مغلق، وبالتالي هؤلاء السياسيين والمسئولين الرسميين يرددون خطاب يتماشى مع التوجه الرسمي ولا يتعارض معه.

س6/ كيف يمكن تفسير هذا التدني في النقاش من خلال التعليقات المتمثلة أساسا في التهجم والسخرية وخطاب الكراهية في مواضيع الهوية الثقافية التي يفترض أنها مواضيع جادة تتطلب حد أدنى من الرزانة والعقلانية؟ –وهل ترى أن النقاش حول قضايا الهوية الثقافية تحول من نقاش نخبوي في العقود الماضية الى نقاش شعبي وشعبوي عنيف و متزمت بسبب الشبكات الاجتماعية الرقمية ؟

ج6/هنا لا يوجد جواب واحد ثابت، أولا الاستهزاء راجع للرداءة التي تتناول بها هذه الصحف والمواقع الالكترونية المحتويات الهوياتية والتي هي مواضيع مهمة هو في حد ذاته هو استهزاء. وقلة احترام بالنسبة للمجتمع، ولذلك يقابل المحتوى باستهزاء وسخرية من قبل المتلقين أيضا، ثانيا توجد هنا قضية أخرى وهي أنه في غالب الأحيان التعاليق تكون حادة لان أفراد المجتمع التي توجد عندهم قدرة التعبير عن الرأي هم من الناس الذين عندهم أراء حادة ومتزمتة لاتجاه معين، وهذا ما يعني أنه يوجد كم كبير من الآراء المملوءة بالعنف الرمزي في تعليقات المستخدمين. وبالتالي هنا هو تفاعل هنا هو تفاعل انفعالي من خلال الموالاة المطلقة أو المعارضة المطلقة.

أما بخصوص الجزء الثاني من السؤال، هنا لا يوجد رأي ثابت لكن ما أرى أنه لا يجب أن نعتبر أن النقاش من قبل كان سليم ونخبوي بمعنى أن أراء العامة كانت لا توجد عندها أراء متطرفة، بل كانت هذه الآراء موجودة ولكن وسائل التعبير لم تكن، الآن الوسائل موجودة وبالتالي أصبحت الأبواب مفتوحة لإمكانية دخول الجميع للفضاء العمومي وهنا توفرت المساحة للتعبير عن الآراء الكامنة داخل الأفراد تحت غطاء الدمقرطة، وبالتالي هذا التعاليق التي لها مستوى غير لائق موجودة ومبنية على أفكار ومعرفة حقيقية بالموضوعة وبالتالي هذه تكلفة الحرية والدمقرطة للفضاء العمومي.

س7/ هل ترى من خلال الملاحظة ومن خلال خبرتكم أن مثل هذه القيم هي السائدة فعلا في التعامل مع مسألة الأقليات أو مع قضايا التاريخ في المنطقة المغاربية؟

ج7/ هو في الحقيقة لا توجد هناك خطابات عنصرية مفرطة ضد اليهود المغاربة لكن هم ما يريدون التسويق له هو ذلك التعاطي الإيجابي مع الأقليات هو وليد من النظام السياسي لكن نحن كشعوب نرى أن العامل اليهودي كان موجود في المجتمعات التي نعيش فيها من قديم الزمان ولكن هم يتعاملون معها بشكل إيجابي من خلال عملية تسويقية لخطابهم السلطوي ورؤيتهم لقضية احترام الأقليات، وبأنهم الضامنين الوحيدين لها وهذا لأنهم يرون أن هذا هو عمل النظام الحاكم وليس عمل شعبي.

المحور الثاني: المتعلق بفئات الشكل.

س08/ كيف يمكن تفسير تنامي استخدام العامية في وسائل الإعلام عموما وفي الإعلام الالكتروني على الخصوص؟

ج08/ الجواب أنه تأتي إرادة لولوج أسرع للرأي العام من طرف هذه الصحف وهذا في حد ذاته هو إشكال تعاني منه بلدان المنطقة المغاربية بالأساس، فنحن من البلدان القليلة في العالم التي يولد فيها الطفل ياعلم لغة ولما يدخل القسم لأول مرة يجد أن مدرسه أو مدرسته يتكلم معه بلغة غير لغة أمه وهذا عائق لغوي كبير، وهذا إشكال كبير لأنه يؤدي إلى إخفاق مدرسي بنسبة عالية جدا ولا تعكس المستوى الفكري للتلاميذ وهذا ما لا يوجد في البلدان الأخرى التي لا توجد لها إشكالية لغوية، وبالتالي فالعائق اللغوي يلعب دورا كبيرا في الانحطاط التربوي خاصة في بلدان المغرب العربي نظرا للتنوع اللغوي في جل مناطقه، وبالتالي لما يكون هناك مجهود لاستعمال لغة مفهومة أكثرا أنا أعتبره إيجابي جدا، وبالتالي فهذا المزج بين العربية الفصحى واللغة العامية هو من المسالك التي يمكن اعتبارها تساعد على الخروج من هذا المأزق اللغوي.

وأيضا يمكن تفسير هذه المعاداة للغة الفرنسية بتبرير معقول وهي أن اللغة الفرنسية تستعمل كأداة إقصاء لان الطفل الذي لا يترعرع في العائلة التي تتحدث الفرنسية صعب جدا أنه يتعلم هذه اللغة مع اللغة العربية الفصحى وبالتالي تسببت في إقصاءه ويدخل المسار الدراسة بإخفاقات متعلقة باللغة وليست مرتبطة بذكائه أو تمكنه من المفاهيم، وهنا نجد أن هناك نوع من الحقد الذي يتنامى تجاه الفرنسية واتجاه الفئة المتعلمة بالفرنسية.

س09/ كيف ترى هذا التنويع في الأنواع الصحفية المستعملة في صفحات الدراسات؟ وهل هذا التنويع يدخل في التوجه العالمي نحو صحافة متحررة من سطوة وهيمنة الخبر الذي فقد بريقه بفعل وسائط التواصل الاجتماعي؟

ج09/ الإشكال الذي يتعلق بهذه الأرقام راجع إلى الهوية التحريرية للصفحات الذي تعاملت معها والتي لها خط تحريري معروف، بمعنى إذا كانت غلب المحتويات أخبار فهذا يعود إلى طريقة صيانة هذه الأخبار بشكل موضوعي أو غير موضوعي وهذا راجع للجهات المسيطرة على هذه الصفحات، بمعنى أن هذه المحتويات لا يوجد فيها أي توجه تحريري، والأشكال الثاني إذا اعتبرنا بأن المحتويات الأكثر هي إخبارية مقارنة مع البلدان الديمقراطية فهذا يعتبر شيء بسيط جدا، وهذا من الطبيعي جدا أن الخبر ليست له أهمية عند البلدان السلطوية مقارنة بالبلدان الديمقراطية.

والنوع الصحفي الغائب في كل هذه المضامين هو الصحافة الاستقصائية نظرا لعدت اعتبارات أما مع واقع الانترنت تغير كل شيء خاصة مع الصحافة التقليدية حيث حدث عدم مواكبة لهذه التطورات الالكترونية خاصة في العالم الرقمي

فبالتالي فالمسألة الانترنت تقضي على الأنواع الخبري أمر غير صائب فالواقع يثبت العكس والصحافة لم تتغير إلى حد الآن والناس تتابع الصحافة الالكترونية خاصة الجادة منها والتي هي في حاجة إلى استثمار من أجل الحفاظ على سيرورتها.

✓ **مقابلة رقم (02):**

أ.د نصر الدين بوزيان، أستاذ الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 03

السؤال الافتتاحي:

س01/ كيف يمكن تفسير عودة النقاشات الهوياتية بقوة عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية في المنطقة العربية؟

ج01/أقدر أن النقاشات الهوياتية عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية في المنطقة العربية هي امتداد طبيعي للواقع بمزايا إضافية، وقوة النقاش مستمدة –في تقديري– مرتبطة بعدد من الاعتبارات العلمية بداية والمقترنة بالارتفاع المتواصل في مستويات التعليم في المنطقة العربية وخصوصا من فرص المتعلمين والمثقفين في إيصال مجموعة من الهواجس والإشكاليات للرأي العام. فأنا ألاحظ في الفترة الأخيرة استعادة المثقف والعلم لجزء من مكانته التي فقدت لاعتبارات عدة.

فمن الطبيعي أن تحرك نقاشات النخب عامة الجماهير إذا وجدت وسائل إعلام تنشر أفكارها، وهو ما أتاحته الشبكات الاجتماعية التي سمحت بالتفاعل مع بعض المسائل الهوياتية ومنها الدينية والاجتماعية، فهناك نوع من الاندماج في منظومة اتصالية عالمية محملة بتناقضات دينية واديولوجية.

المحور الأول: الأسئلة المتعلقة بفئات المضمون.

س02/–بماذا يمكن تفسير هذا الاهتمام بالقضايا الدينية عموما، وبقضايا الأقلية اليهودية على وجه الخصوص في صفحتي هسبريس و "le360" ؟ وهل هو إهتمام حقيقي؟

ج02/الاهتمام بالقضايا الدينية جد منطقي من وجهة نظري، ففي ظل التطور الفكري والعلمي وانتشار الثقافة الدينية موازاة مع تعارض وتباين الواقع والممارسات مع بعض الأحكام الدينية، برز النقاش حول عدد من القضايا الدينية.

أما تفسير الاهتمام بقضايا الأقلية اليهودية، فأرجعه إلى الاهتمام بالقضية الفلسطينية وتتبع ما يتصل بها وما يثار من قضايا.

يبقى في الأخير من الصعب الحكم اذا ما كان الاهتمام حقيقي، فهذا الاهتمام ظاهريا يبدو حقيقي لكن قد لا يعبر عن الحقيقة الموضوعية، بمعنى أن الدين من المواضيع العامة المشتركة لذلك قد تستهوى النقاش العام سواء لوجود خصائص مشتركة بين الجماهير ولكن خصوصا لضمان انتشار وتفاعل واسع، فقد يكون الاهتمام بالتالي مصطنع.

س03/–كيف يمكن تفسير هذا الاهتمام الكبير بالتاريخ عموما، وبتاريخ الثورة الجزائرية في صفحتي" أوراس" و"سبق برس" الجزائريتين ؟

ج03/بالنسبة للقضايا التاريخية فهي موضوع دائم الحضور إعلاميا وحدثيا، لذلك تستقطب الاهتمام، فحضورها في الشبكات الاجتماعية هو تفاعل مع الحدث وبعض التصريحات.

س04/–بماذا يمكن تفسير تغييب الآراء المختلفة في مجموعة قضايا هووية وبالخصوص تلك القضايا التي لهاارتباط بمسائل سياسية؟

ج04/أقدر أن الرقابة الذاتية هي السبب، فلتجنب تبعات محتملة من طرف السلطات تقل الآراء. أما السبب الثاني فهو مقترن بدوامة الصمت أي الخوف من العزلة والنبذ أو التعليقات السلبية، لذلك هو ميل للآراء المتقاربة لا المختلفة.

س05/–هل من الطبيعي أن سياق تناول قضايا الهوية الثقافية الرئسي هو الإطار السياسي؟ وأن تكون الشخصيات الفاعلة في هذه القضايا بالأساس هم السياسيون والمسؤوليين الرسميين بالدرجة الأولى؟

ج05/–في تقديري لا، فالمسالة ليست سياسية لكنها تعاني من التوظيف السياسي لذلك يستثمر فيها السياسيون. قضايا الهوية هي مسائل ثقافية وعلمية أساسا والسياسي يبني عليها مشروعه السياسي على نحو يخدمها لا للمتاجرة بها.

س06/–كيف يمكن تفسير هذا التدني في النقاش من خلال التعليقات المتمثلة أساسا في التهجم والسخرية وخطاب الكراهية في مواضيع الهوية الثقافية التي يفترض أنها مواضيع جادة تتطلب حد أدنى من الرزانة والعقلانية؟/ وهل ترى أن النقاش حول قضايا الهوية الثقافية تحول من نقاش نخبوي في العقود الماضية الى نقاش شعبي و شعبوي عنيف و متزمت بسبب الشبكات الاجتماعية الرقمية ؟

ج06/طبيعي، السخرية للتنفيس إذا كان فيها احترام، وهي وسيلة تعبيرية مهمة ذات دلالة. لكن التهجم وخطاب الكراهية أمر مرفوض ويبرز ضعف قيم الحوار والتسامح والإحساس بالخطر، فبعض المسائل أريد لها أن تكون عميقة في طرحها على نحو يشعر بعض الفئات بالتهديد، وفي ظل غياب قدرة على الرد العقلاني يتم اللجوء للتهجم ونشر الكراهية والعنف خطابا وقد يتطور للسلوك.

أما بخصوص الجزء الثاني من السؤال، النقاش فيه وعليه، وهو في مجمله شعبوي، فيه بعض العنف والتزمت لكنه محدود في تقديري ولا يشكل خطورة كبيرة، لكنه مع ذلك يستدعي الاهتمام.

س07/– هل ترى من خلال الملاحظة ومن خلال خبرتكم أن مثل هذه القيم هي السائدة فعلا في التعامل مع مسألة الأقليات أو مع قضايا التاريخ في المنطقة المغاربية؟

ج07/الاحتفاء بالاختلاف ليس قيمة بارزة أو معبرة بالضرورة، ينبغي التفريق بين الشعارات والممارسات في هذه الحالة، في حين أن الوفاء والامتنان قد تبدو أكثر تعبيرا، فهناك وفاء وامتنان خصوصا لقضايا التاريخ مع تسجيل بعض التناقض مرة أخرى بين الفكرة والمبدأ من جهة والتوظيف السياسي من جهة أخرى.

المحور الثاني: المتعلق بفئات الشكل.

س08/–كيف يمكن تفسير تنامي استخدام العامية في وسائل الإعلام عموما وفي الإعلام الالكتروني على الخصوص؟

ج08/أمر واقع سيما في ظل القبول الجماهيري وتراجع الضوابط والصرامة المهنية .

س09/-كيف ترى هذا التنويع في الأنواع الصحفية المستعملة في صفحات الدراسات؟ وهل هذا التنويع يدخل في التوجه العالمي نحو صحافة متحررة من سطوة وهيمنةالخبر الذي فقد بريقه بفعل وسائط التواصل الاجتماعي؟

ج09/هل فعلا يمكن الحديث عن أنواع صحفية؟ الكتابة الصحفية في المواقع تعاني من الكثير من الاختلالات في التحرير وهناك تداخل في الأنواع. أشكال النشر تتباين بالنظر لطبيعة المضامين وأهداف القائمين عليها ولكن لا زال الخبر لم يفقد بريقه في المواقع الالكترونية فهو ما زال يمثل اساس عملها

س10/-ألا يفترض أن موضوع الهوية الثقافية هو موضوع يتطلب تناوله و نقاشه استخدام أساليب إقناع عقلانية بعيدا عن الشعارات اللغوية و العبارات العاطفية؟

النقاش النخبوي يجب أن يكون عقلانيا لكن الجماهيري صعب، لذلك يطغى العبارات العاطفية والشعارات اللغوية وكلها جزء من الاستمالات العاطفية

✓ **مقابلة رقم (03):**

– د. ريم فتيحة قدوري، أستاذة محاضرة (أ) في علوم الإعلام والاتصال، جامعة غليزان.

–السؤال الإفتتاحي:

–س1/كيف يمكن تفسير عودة النقاشات الهوياتية بقوة عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية في المنطقة العربية؟

–ج1/أعتقد أنها نتاج طبيعي لما أتاحته منصات شبكات التواصل الاجتماعي من فرصة لعرض القضايا وتبادل النقاشات حولها، والتفاعل مع مضامينها. حتى أنها نجحت فيما لم تنجح فيه وسائل الإعلام التقليدية بالتحرر من الرقابة وطرح النقاشات مختلفة وغنية ومتنوعة معلنة كسر حجز الخوف والقيد الذي كان مفروضا في بيئة الإعلام التقليدي.

–المحور الأول: المتعلق بفئات المضمون.

–س2/بماذا يمكن تفسير هذا الاهتمام بالقضايا الدينية عموما، و بقضايا الأقلية اليهودية على وجه الخصوص في صفحتي هسبريس و "le360" ؟ وهل هو اهتمام حقيقي؟

–ج2/لا نفسر ذلك إلا بسيطرة القضايا الدينية على العقل العربي في جميع المجالات ولعل الهوية أحد مجالات النقاش العمومي التي تجلت فيها النزعة دينية بوضوح. ورغم تحفظنا الشخصي حول إقحام النزعة الدينية بشكل مفرط إلا أنها واقع لا مفر منه نستشفه من خلال ما يطرح من فكر والردود الواردة عليها. حتى أننا نلاحظ أن من يخرج عن نطاق إقحام العنصر الديني قد يلاقي هجوما واسعا من قبل الرأي العام المهتم بقضايا الهوية، وهذا الرأي لا يقف عند العامة من الناس بل يتجاوزه إلى الكثير ممن ينتمي إلى النخبة.ولعلنا لا نبالغ في قولنا إن توظيف الدين في مناقشة الهوية عبر منصات شبكات التواصل الاجتماعي هو أداة يستخدمها البعض لجذب الجمهور وإغراقه في كثير من الأحيان في خطابات خشبية غير واقعية.

-س3/ كيف يمكن تفسير هذا الاهتمام الكبير بالتاريخ عموما، وبتاريخ الثورة الجزائرية في صفحتي" أوراس" و"سبق برس" الجزائريتين ؟

-ج3/ لعله توجه خاص بالصفحات المذكورة (أوراس، وسبق برس) خاصة أننا نعلم ما تحمله منطقة الأوراس من تاريخ غني يتعلق بالثورة الجزائرية. وتوظيف هذا التاريخ مهم جدا لهذه الصفحات باعتبارها تنتمي لهذه المناطق بدرجة أولى. كما يمكننا اعتبار المضامين التاريخية خاصة ما تعلق منها بالثورة الجزائرية مضامين تمس عاطفة الرأي العام وهي مادة غنية وفعالة في جذب المتلقي الافتراضي. إلا أننا نلاحظ أن طرح المضامين التاريخية لهذه الصفحات لا زال حبيس الطرح التقليدي والمتعارف عليه. ولم يتجاوزه لأجل توظيف هذه القضايا في المساهمة الحقيقية لبناء هوية ثقافية يعتبر التاريخ جزءا اساسيا ومحفزا فيها.

-س4/ بماذا يمكن تفسير تغييب الآراء المختلفة في مجموعة قضايا هووية وبالخصوص تلك القضايا التي لها ارتباط بمسائل سياسية؟

-ج4/إن الصفحات محل تحليل تنتمي إلى مؤسسات إعلامية رقمية، بالتالي هو يعكس السياسة التحريرية في تقديم المضامين المتعلقة بالهوية، ولا يخلو الأمر من وجود مقص الرقيب وسيطرت أيديولوجية ما على المضامين المنشورة. وهو ما يفسر سيطر الاتجاه الأحادي والإيجابي وفق رأيكم في التحليل... وشخصيا أعتقد أن تغييب الآراء المختلفة وسيطر الاتجاه الأحادي فقط هو اتجاه سلبي وليس ايجابيا. رغم علمي المسبق بما تقصدون من جملة إيجابي.

-س5/ هل من الطبيعي أن سياق تناول قضايا الهوية الثقافية الرئسي هو الإطار السياسي؟ وأن تكون الشخصيات الفاعلة في هذه القضايا بالأساس هم السياسيون و المسؤولين الرسميين بالدرجة الأولى؟

-ج5/ في ظل انسحاب النخبة وأهل الثقافة من نقاشات الهوية الثقافية، فإنه من الطبيعي أن يصبح مجال الهوية الثقافية بيئة وفرصة سانحة لأهل السياسة. وهو واقع وأمر طبيعي في دولنا العربية، نظرا أن قضايا الهوية الثقافية تعتبر مجالا خصبا للسياسيين والمسؤولين يعملون على هذا الوتر لتحقيق أهداف وفق برنامجهم أو انتمائهم أو اشتغالهم في المجال السياسي.

-س6/ كيف يمكن تفسير هذا التدني في النقاش من خلال التعليقات المتمثلة أساسا في التهجم والسخرية وخطاب الكراهية في مواضيع الهوية الثقافية التي يفترض أنها مواضيع جادة تتطلب حد أدنى من الرزانة والعقلانية؟ -وهل ترى أن النقاش حول قضايا الهوية الثقافية تحول من نقاش نخبوي في العقود الماضية الى نقاش شعبي وشعبوي عنيف و متزمت بسبب الشبكات الاجتماعية الرقمية ؟

-ج6/ لا نفسر ذلك إلا أن الرأي العام المتفاعل مع مضامين القضايا الثقافية أصبح يعتبر أن نقاشات ومضامين الهوية الثقافية شعارات أفرغت من محتواها، وتم استهلاكها واستغلالها بما يكفي مما أفقده الثقة في هذه المضامين. كما أن السخرية والاستهزاء هي إحدى الصور التعبيرية للرأي العام المتعارف عليها والأكثر انتشاراً، أما مسألة التفاعل بتعليقات تحمل خطاب كراهية هنا يحتاج الأمر إلى دراسة معمقة في المضامين واتجاهات المتفاعلين ومعرفة خلفيتهم المعرفية والثقافية لنعرف سبب تبنيهم هذا الخطاب الذي وإن كان مرفوضا من قبلنا إلا أننا نعتقد أنه يعبر عن فئة قد تشعر بالاضطهاد أو التهميش (الحقرة) أو الإقصاء. وفي بعض الأحيان قد لا تفقه شيئا في المضامين التي تم التعليق عليها.

أما بخصوص الجزء الثاني من السؤال، لا أعتقد ذلك، فلطالما كان نقاش قضايا الهوية الثقافية مقتصراً على فئة معينة من أفراد المجتمع ممن ينتمون إلى الحقل الثقافي أو المعرفي وإلى أهل السياسية بالدرجة الأولى. وإن كنت لا أرى نقاش رأي عام حقيقي متنوع وغني في طرح قضايا الهوية الثقافية، واعتبار الهوية ترفا ثقافيا لا غير، إلا أن النقاش الشعبوي إن وجد فهو طرح سياسي بالدرجة الأولى. والجميع يعلم مستوى الخطاب السياسي المستغل للشعبوية في جل القضايا ولعل الطرح الشعبوي لقضايا الهوية يعتبر مكسبا لأهل السياسة والمشتغلين بها.

-س7/ هل ترى من خلال الملاحظة ومن خلال خبرتكم أن مثل هذه القيم هي السائدة فعلا في التعامل مع مسألة الأقليات أو مع قضايا التاريخ في المنطقة المغاربية؟

-ج7/ إن القيم السائدة تختلف من مجتمع لأخر، ومن نظام سياسي، وسياسة تحريرية وإعلامية إلى أخرى، والناظر في الصفحات محل الدراسة والتحليل يجد أن هذه النتيجة منطقية جدا وواقعية وموضوعية وهذا بالنظر لخصوصية كل بيئة على حدة.

فالبيئة المغربية تحتفل وتتفاخر باختلافها التي تعتبره مصدر قوتها، خاصة مع معرفتنا إلى السياقات التاريخي والتوجهات السياسية للمملكة المغربية فيما يخص قضايا الأقلية اليهودية، وأعتقد أنها نجحت في

الاستفادة من تنوعها الديني اجتماعيا وسياسيا وإعلامياً، وهو ما يدفع مؤسساتها الإعلامية إلى الحشد الإعلامي لإنجاح ذلك من خلال نشر مضامين الهوية الثقافية تقوم على قيم الاحتفاء بالاختلاف والتنوع الديني.

-في حين أن السياق العام للمجتمع الجزائري سياسياً واجتماعياً يقوم على النقيض مما تطرحه المملكة المغربية، حيث نجد رفضا للنقاشات حول موضوع الأقلية اليهودية كأحد مضامين الهوية الثقافية، وخطاب سياسي ووطني واجتماعي ضد هذا التوجه، خاصة وأنه مرتبط بشكل مباشر وغير مباشر بالكيان الصهيوني. وهو ما يفسر سيطرت القيم التاريخية المتعلقة بتاريخ الثورة الجزائرية ورموزها التي تعتبر مقدسة ولا يمكن المساس بها.

المحور الثاني: المتعلق بفئات الشكل.

-س08/ كيف يمكن تفسير تنامي استخدام العامية في وسائل الإعلام عموما وفي الإعلام الالكتروني على الخصوص؟

-ج08/ هو راجع أولاً لتدني أو ضعف المستوى اللغوي لصناع المضامين المتعلقة بقضايا الهوية الثقافية، وثانياً لتدني المستوى اللغوي للجمهور المستخدم للإعلام الإلكتروني.

-س09/ كيف ترى هذا التنويع في الأنواع الصحفية المستعملة في صفحات الدراسات؟ وهل هذا التنويع يدخل في التوجه العالمي نحو صحافة متحررة من سطوة وهيمنة الخبر الذي فقد بريقه بفعل وسائط التواصل الاجتماعي؟

-ج09/ التنوع في استخدام الفنون الصحفية مهم جداً في نشر مضامين الهوية الثقافية، ومن المهم أن ننوه أن قضايا الهوية الثقافية تقوم بالأساس على فن الخبر والمقابلة والمقال، باعتبارهم أهم الأنواع الصحفية التي يمكن استخدامها، ونلاحظ تزايد استخدام فن البورتري في الإعلام الإلكتروني مقارنة بالإعلام الرقمي في حين تراجع فن المقال والتقرير. ومن المهم أن نذكر أن جل مضامين الهوية الثقافية تعتمد على الأحداث المناسباتية وهو ما يجعل هذه الفنون تسيطر تقديم مضامين الهوية.

شخصياً أعتقد أن الخبر لا زال يحتل مكانة مهمة وهو ما تؤكده نتيجة دراستك ولم يتراجع كما تدل عليه مرتبته الأولى بنسبة 39%. في حين أن المقال وهو أهم الفنون الصحفية القادرة على بناء رأي عام حقيقي

قد تراجع بفعل القراءة السريعة التي فرضتها منصات التواصل الاجتماعي، وهو عكس المتعارف عليه في الصحف التقليدية حيث للمقال مكانته ووزنه الذي يقوم بجذب جمهور له من الوعي ما يكفي لأجل متابعة مقال كاتب أو صحفي ما.

س10/ ألا يفترض أن موضوع الهوية الثقافية هو موضوع يتطلب تناوله و نقاشه استخدام أساليب إقناع عقلانية بعيدا عن الشعارات اللغوية و العبارات العاطفية؟

ج10/ إن سيطرت الاستمالات العاطفية هو نتيجة طبيعية وواقعية بعد إفراغ نقاشات قضايا الهوية الثقافية من مضامينها، وسيطر الاتجاه الأحادي، وتغييب المختصين والمثقفين وأهل العلم والاختصاص وسيطر السياسيون والخطابات الشعبوية على قضايا الهوية.وهو ما نلاحظه بشكل مباشر وقوي خلال تعرضنا لهذه المضامين.

✓ **مقابلة رقم (04):**

د.حامي حسان، أستاذ محاضر (أ) في علم الإجتماع جامعة محمد لمين دباغين سطيف (2).

السؤال التمهيدي:

-س01/ كيف يمكن تفسير عودة النقاشات الهوياتية بقوة عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية في المنطقة العربية؟

-ج01/ أعتقد أن المجتمعات العربية بعد انطلاق الربيع العربي في العقد الماضي عرفت تحولات عميقة مست أولا الرموز والشخوص والتاريخ والهوية التي كانت مصادرة قبل ذلك من طرف الدولة. فالدولة/السلطة هي من تكتب التاريخ الرسمي وتحدد ثوابت الهوية وفقا لتوافقات تراها مناسبة حتى تضمن الحد الأدنى من الانسجام المجتمعي الذي يضمن بقاءها وهي الوحيدة التي كان لها القدرة على إثارة هذه المسائل في ظروف معينة وفي حدود مؤطره حتى تقول لرعاياها وتذكرهم بأنها هي الجهة الوحيدة التي يمكنها حماية الجميع من الجميع.

بعد الربيع العربي تراجع دور الدولة في ضبط تلك التناقضات الهوياتية التي كان يمكن أن يتم تسويتها بطرحها للنقاش العام في فضاء عمومي حرّ يسوسه مجتمع مدني مستقل، وبالتالي كان من الممكن للمجتمع أن يتعرف على نفسه ويقبل تنوعه وتناقضات مصالح أفراده وجماعاته وكان من الممكن أن يكون السوق والاقتصاد هو مسرح التنافس بينهم وفي نفس الوقت هو مجال إذابة وقبول كل تناقضات المصالح والتعدد الهوياتي الذي هو الحالة الطبيعية في المجتمعات السويّة، حيث أن الحالة الغير السوية هي الأحادية والشمولية والشوفينية التي تؤدي منطقيا إلى الفاشية.

لقد لعبت صدمة الربيع العربي والاضطرابات السياسية والاقتصادية التي عرفتها البلدان العربية، إلى انفجار هذه النقاشات التي تنحو في الغالب الى العنصرية وامتهان الاخر والتحقير وهو أمر أراه حالة ليست شاذة إذ عرفت المجتمعات الأوربية هذه الحالة في القرن الماضي مع تصاعد الأزمات الاقتصادية ووصول الأحزاب القومية واليمينية للسلطة. إن ما يميز الحالة العربية هو أداوت التعبير الحديثة أي وسائل التواصل الاجتماعي التي آتاحت فتح هذه النقاشات فيما يمكن تسميته بالفضاء العمومي الافتراضي والتي أخذت مناحي خطيرة في بعض الأحيان عن قصد بشكل غير بريء أو عن غير قصد على الأقل في الحالة الجزائرية التي أعرفها جيدا غير أن المهم في رأيي هو السياق المتأزم التي عرفته البلاد سنتي 2019 و 2020 وموجة الحراك الشعبي التي عرفتها البلاد وما أشاحت عنه من تناقضات واختلافات بين الجزائريين

حاولت السلطة لعقود منع طرح النقاش حوله فكانت فرصة الحراك السياق الزمني الذي ظهرت فيه هذه النقاشات على الأقل منذ سنة 2001. غير أنه يمكن ملاحظة تراجع هذه النقاشات في المدة الأخيرة طبعا بعد حالة "الاستقرار" السياسي التي تعرفه البلاد خاصة بعد سن قانون تجريم خطاب الكراهية الذي يعاقب على أي مناشير تمس بثوابت الدولة الجزائرية أو تدعو لعنصرية.

المحور الأول: المتعلق بفئات المضمون.

س02/ بماذا يمكن تفسير هذا الاهتمام بالقضايا الدينية عموما، و بقضايا الأقلية اليهودية على وجه الخصوص في صفحتي هسبريس و "le360" ؟ وهل هو اهتمام حقيقي؟

ج02/ لطالما كانت المسألة الدينية في العالم العربي بشكل عام أحد أهم قضايا النقاش باعتبار الدين وأنماط التدين يحتل دائما في الجغرافيا العربية أوسع المساحات الاهتمام بحكم طبيعة هذه المجتمعات " المتدينة". فالدين هو المرجعية الأخلاقية للمجتمعات العربية وهو من يحدد سلم القيم والمعايير وهو من يعرف الخير والشر والصواب والخطأ، والمزاج المجتمعي العام هو مزاج متدين إن لم نقل أنه انزاح في السنوات الماضية إلى مزاج سلفي. نضيف أن القضايا الدينية والمرأة والفضائح هي أكثر المواضيع أمانا للطرح والنقاش من القضايا السياسية أو مناقشة الوضع العام للبلاد، والمغرب كدولة يحكمها نظام كغيرها من النظم العربية نظام مغلق بواجهة ديمقراطية شكلية، لذا فإن الأفراد في الفضاء الافتراضي يتحاشون الخوض في الوضع السياسي مقابل حالة من الإفراط في الخوض في الشأن الديني والمرأة والأخبار الفضائحية. تبقى مسألة الأقلية اليهودية لا اعتقد أني على علم بالتفاصيل ولا أعرف سياقات النقاش حول الموضوع غير أنني أعتقد أن هنالك أمور أهم تخص الوضع المغربي ولعل المسألة اللغوية الأمازيغية أحدها. مع الإشارة إلى أن موقع هسبريس محظور في الجزائر.

س03/ كيف يمكن تفسير هذا الاهتمام الكبير بالتاريخ عموما، وبتاريخ الثورة الجزائرية في صفحتي" أوراس" و"سبق برس" الجزائريتين ؟

ج03/ لا أعتقد أن المواقع الالكترونية في الجزائر تخرج عن السياق العام الذي تسير فيه كل القنوات الإعلامية العمومية والخاصة كمصدر للمعلومة، فهي كذلك تحاول الحفاظ على وجودها في الساحة الإعلامية من خلال تحاشي طرح النقاش حول الوضع السياسي العام في البلاد، لذلك فهي كغيرها تحاول اجترار تاريخ ثورة التحرير كأحد أهم المواضيع قبولا لدى الهيئات الرقابية حول الاعلام المرئي والمسموع

والرقمي. الفضاء الإعلامي بكل أشكاله مغلق في الجزائر وليس المعيار عدد الصحف أو القنوات الإعلامية أو المواقع الالكترونية بل المعيار هو ما هو سقف الحريات الممنوح لهذه القنوات؟ فالملاحظ في كل القنوات أو المواقع الالكترونية هو ذلك التشابه الغريب في المواضيع وطريقة الطرح وحتى نوعية المحللين أو الضيوف وكأننا أمام مدير تحرير واحد يوجه الرأي العام لمواضيع وأراء بعينها دون غيرها، ولعل من أكثر هذه المواضيع التي يمكن أن تملأ بها هذه المواقع صفحاتها دون خوف أو توجس من صاحب السيادة هو موضوع الذاكرة وحرب التحرير وجرائم فرنسا....

س04/ بماذا يمكن تفسير تغييب الآراء المختلفة في مجموعة قضايا هووية وبالخصوص تلك القضايا التي لها ارتباط بمسائل سياسية؟

ج04/ لا أعرف الحيثيات، قد يكون الأمر مرتبطا بنوعية الأفراد ممن استدعتهم هذه المواقع للحديث عن الموضوع وأنها اختارت من سيثمن جهود الدولة في إطار حماية اللغة العربية واللغة الأمازيغية من أجل توجيه الموضوع نحو هدف بعينه فالأمور لا يمكن أن تترك للصدفة فهنالك مصالح لهذه القنوات أكثر قيمة من حرية التعبير.

س05/ هل من الطبيعي أن سياق تناول قضايا الهوية الثقافية الرئيسي هو الإطار السياسي؟ وأن تكون الشخصيات الفاعلة في هذه القضايا بالأساس هم السياسيون و المسؤولين الرسميين بالدرجة الأولى؟

ج05/ لأن السياسي والسياسي الرسمي ليس حرا في إبداء أي رأي إنه يتحدث باسم المؤسسة أو الهيئة التي يشتغل بها والتي هي تابعة للدولة، ولهذا قلت سابقا أن هذه المواقع تعرف حدود اشتغالها سابقا فهناك ما يمكن تسميته بشروط العمل الغير مكتوبة والتي تحدد ما ينشر وما لا ينشر وما يقال وما لا يقال لهذا فإن اختيار هذا النوع من المتدخلين يعفي هذه المؤسسات عناء ضبطهم فهم منضبطون بحكم مناصبهم.

س06/ كيف يمكن تفسير هذا التدني في النقاش من خلال التعليقات المتمثلة أساسا في التهجم والسخرية و خطاب الكراهية في مواضيع الهوية الثقافية التي يفترض أنها مواضيع جادة تتطلب حد أدنى من الرزانة والعقلانية؟ وهل ترى أن النقاش حول قضايا الهوية الثقافية تحول من نقاش نخبوي في العقود الماضية الى نقاش شعبي وشعبوي عنيف ومتزمت بسبب الشبكات الاجتماعية الرقمية؟

ج06/ الفضاء الافتراضي فضاء مفتوح، وللجميع الحق في التعليق سواء بالسخرية او الاستهزاء أو حتى خطاب الكراهية خاصة في هكذا مواضيع وحين تفتح هذه المواضيع للعامة فلا يجب انتظار حدود مقبولة من العقلانية والرزانة في الطرح أو على أسس أكاديمية رصينة، النقاش سيأخذ منحاه الطبيعي كما لو أنه في الشارع أو على الأقل جزء من هذا الشارع ما تسميه تدني هو الصورة الحقيقية للتناقضات التي يعيشها المجتمع والتي لم يكن بالإمكان فكها لأن الفضاء العام مغلق من عقود فلم يكن بالإمكان تفكيك الخطاب العنصري وبالتالي هو يظهر إلى العلن على الفضاء الافتراضي، أما بالنسبة للجزء الثاني من السؤال أعتقد نعم هو كذلك في حالات كثيرة بفعل فاعل و أحيانا بشكل عفوي.

س07/ هل ترى من خلال الملاحظة ومن خلال خبرتكم أن مثل هذه القيم هي السائدة فعلا في التعامل مع مسألة الأقليات أو مع قضايا التاريخ في المنطقة المغاربية؟

ج07/ فيما تعلق بالحالة المغربية ليس لدي معرفة بالموضوع غير أنني أراها تسير في سياق سياسة عامة اختارها المغرب وهو سياق التطبيع، أما في الحالة الجزائرية فالامتنان للتاريخ ثورة التحرير هو الحالة الطبيعية إلا أن الغير الطبيعي هو الاختفاء وراء شجرة ثورة التحرير ورموزها من أجل إخفاء المشاكل السياسية والاقتصادية ولاجتماعية التي يعيشها البلد.

المحور الثاني: الأسئلة المتعلقة بالشكل.

س08/ كيف يمكن تفسير تنامي استخدام العامية في وسائل الإعلام عموما و في الإعلام الالكتروني على الخصوص؟

ج08/ أرى أن العامية لها حمولة عاطفية أقوى من الفصحى فهي لغة التداول اليومي بين الناس فالفصحى هي لغة التعليم والإدارة ولكنها ليست لغة الشارع والبائع والخباز وسائق التاكسي وحتى الأستاذ و الإداري خارج أماكن عملهم. لذا فإن تداولها في الفضاء الافتراضي هو في سياق نقلها من الشارع إلى هذا الفضاء

كما أن المسألة مرتبطة بطبيعة المعلقين والناشرين وبطبيعة الحال فإن غالبيتهم لهم مستوى تعليمي وثقافي ولغوي محدود جدا فمن الطبيعي أن ترى تزايدا للعامية في مقابل الفصحى في هذه المواقع.

س09/ ألا يفترض أن موضوع الهوية الثقافية هو موضوع يتطلب تناوله و نقاشه استخدام أساليب إقناع عقلانية بعيدا عن الشعارات اللغوية و العبارات العاطفية؟

ج09/ طبيعة الموضوع وطبيعة الضيوف هي من تتحكم في شكل الخطاب في الغالب الحديث عن مواضيع الهوية كموضوع حساس يمس والدين واللغة والتاريخ ينحو به الى الاستمالات العاطفية والشوفينية في بعض الأحيان.

س10/ ألا يفترض أن موضوع الهوية الثقافية هو موضوع يتطلب تناوله و نقاشه استخدام أساليب إقناع عقلانية بعيدا عن الشعارات اللغوية و العبارات العاطفية؟

ج10/ هذا السؤال مبنى على توجه معياري وليس توجه خاص بما هو مجود في الواقع، فهناك الكثير من النقاشات العقلانية أيضا، النخب السلطوية تستقوى بضعف الشعب وهذا من أجل ترعيبها وتشويهها خاصة فيما يتعلق بفكرة الحرية والديمقراطية من خلال كل الأدوات التواصلية وتحاول تصوير همجية وتدني الخطاب المتعلق بالمجتمع.