



العدد الثاني - أكتوبر - ٢٠٢٠ - السنة الأولى مجلة علمية فصلية محكمة

المجلة الأمريكية الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية

American International Journal of Humanities and Social Sciences

تصدر عن الأكاديمية الأمريكية الدولية
للتعليم العالي والتدريب

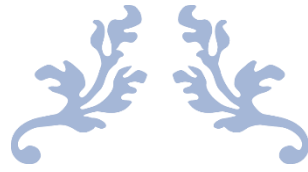
ISSUED BY AMERICAN INTERNATIONAL ACADEMY
OF HIGHER EDUCATION AND TRAINING

رقم الابداع في دار الكتب والوثائق العراقية 2460



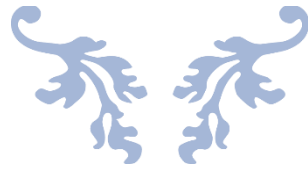
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

A decorative flourish consisting of symmetrical, flowing lines in shades of purple, red, and yellow, centered below the text.



عدد خاص

بأبحاث المؤتمر العلمي الدولي الأول
نحو رؤية مستقبلية للعالم ما بعد كوفيد 19
الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب
مع بعض الأبحاث الأخرى



حقوق النشر محفوظة

لا يجوز نسخ هذه المجلة او اعادة طباعتها

الا بأذن خطي من رئاسة هيئة التحرير

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق بغداد (2460) لسنة 2021



رئيس التحرير- أ.د. حاتم جاسم الحسون، رئيس الاكاديمية الامريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب.
 مدير التحرير- أ.د. حسام الدين جاد الرب، أستاذ ورئيس قسم الجغرافيا. كلية الآداب. جامعة أسيوط،
 جمهورية مصر العربية.
 نائب مدير التحرير. أ.د. هند عباس الحمادي ، استاذ بقسم اللغة العربية وعلومها - جامعة بغداد ، كلية
 التربية للبنات / الجمهورية العراقية. (المدقق اللغوي)

سكرتارية التحرير

1. أسكينة إبراهيم الصبري. الشؤون الإدارية. الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب.
2. أ.م.د. محمد حسن أبو رحمة. وزارة التربية - فلسطين

أعضاء هيئة التحرير

1. أ.م.د. حقي إسماعيل إبراهيم ، كلية التربية ، الجامعة المستنصرية ، جمهورية العراق (المدقق العام)
2. أ. خالد الانصاري- كلية علوم التربية. جامعة محمد الخامس. الرباط، المملكة المغربية. (التنضيد)
3. أ.م.د. خالد ستار القيسي . عميد كلية الاعلام . الاكاديمية الامريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب. الاشراف الفني
4. أ. مجدي عبد الله الجايح- كلية اللغات والعلوم الانسانية . الأكاديمية الامريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب. (مدقق اللغة الانكليزية)
5. أ.محمد تايه محمد. بك إدارة أعمال. كلية الإدارة والاقتصاد. جامعة الكوفة. (التصميم).

أعضاء الهيئة العلمية

1. أ.د. أبكر عبد البنات آدم . مدير جامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم . جمهورية السودان .
2. أ.د. إلهام شهرزاد رواج . محاضر في كلية الحقوق والعلوم السياسية . جامعة البليدة 2 .
الجمهورية الجزائرية .
3. أ.د. أمال العرابوي مهدي - رئيس قسم التربية المقارنة بكلية التربية - جامعة بورسعيد ، جمهورية
مصر العربية .
4. أ.د. أمل مهدي جبر - رئيس قسم العلوم التربوية والنفسية . كلية التربية للبنات . جامعة البصرة ،
جمهورية العراق .
5. أ.م.د. آوان عبد الله محمود الفيضي . دكتوراه قانون خاص . كلية الحقوق . جامعة الموصل .
العراق .
6. أ.د. إيمان عباس على حسن الخفاف - عميد كلية التربية الأساسية . الجامعة المستنصرية ،
جمهورية العراق .
7. أ.د. برزان ميسر حامد أحمد الحميد . كلية التربية للعلوم الإنسانية . جامعة الموصل . جمهورية
العراق .
8. م.د. تارا عمر أحمد - كلية العلوم السياسية . جامعة السليمانية . جمهورية العراق .
9. أ.د. حسين عبد الكريم أبو ليله . وزارة التربية والتعليم . فلسطين .
10. أ.د. خليفة صحراوي . رئيس قسم اللغة العربية وآدابها . كلية الآداب والعلوم الإنسانية
والاجتماعية . جامعة باجي مختار عنابة . الجمهورية الجزائرية .
11. أ.د. داود مراد حسين الداودي . دكتوراه العلوم السياسية . مدير وحدة البحوث والدراسات .
جامعة القادسية . كلية القانون . جمهورية العراق .
12. أ.د. راشد صبري محمود القصبي - أستاذ التخطيط التربوي واقتصاديات التعليم بكلية التربية .
جامعة بورسعيد . جمهورية مصر العربية .
13. أ.د. سندس عزيز فارس الفارس - خبير تربوي - عميد كلية الدراسات العليا والبحث العلمي في
الأكاديمية الأمريكية . جمهورية العراق .
14. م.د. عبد الرزاق عامر عدنان - كلية شط العرب الجامعة . جمهورية العراق .
15. أ.د. عدنان فرحان الجوراني . أستاذ الاقتصاد . جامعة البصرة . جمهورية العراق .
16. أ.د. غادة غازي عبد المجيد - أستاذ في كلية التربية للعلوم الإنسانية - جامعة ديالى . جمهورية
العراق .

17. أ.د. ماجدولين محمد النهيبي- كلية علوم التربية . جامعة محمد الخامس . الرباط، المملكة المغربية.
18. أ.د. ماهر إسماعيل صبري محمد يوسف- أستاذ ورئيس قسم المناهج وطرق التدريس وتكنولوجيا التعليم ، رئيس رابطة التربويين العرب . كلية التربية . جامعة بنها . جمهورية مصر العربية.
19. أ.د. ماهر مبدر عبد الكريم العباسي . نائب عميد كلية التربية للعلوم الإنسانية . جامعة ديالى . جمهورية العراق.
20. أ.م.د. محمد ماهر محمود الحنفي . رئيس قسم أصول التربية . كلية التربية . جامعة بور سعيد . جمهورية مصر العربية.
21. أ.د. ناهض فالح سليمان- كلية التربية للعلوم الإنسانية . قسم اللغة الإنجليزية . جامعة ديالى . جمهورية العراق.
22. أ.د. نبيل محمد صالح العبيدي . عميد كلية الدراسات العليا . الجامعة اليمنية . الجمهورية اليمنية.
23. أ.د. نزهة إبراهيم الصبري . عميد الشؤون الأكاديمية . الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب- المملكة المغربية.
24. أ.د. نصيف جاسم أسود سالم الأحبابي . كلية التربية للعلوم الإنسانية . قسم الجغرافية . جامعة تكريت . جمهورية العراق.
25. أ.د. نورة محمد مستغفر . أستاذ التعليم العالي مؤهل ، المركز الجهوي لمهن التربية والتكوين ، المملكة المغربية.
26. أ.د. هاله خالد نجم- رئيس قسم الترجمة . كلية الآداب- جامعة الموصل – جمهورية العراق .
27. أ.د. وسن عبد المنعم ياسين- أستاذ الأدب العربي – كلية التربية للعلوم الإنسانية . جامعة ديالى . الجمهورية العراقية .

أعضاء الهيئة الاستشارية

- 1- أ.م.د. آرام نامق توفيق . كلية العلوم . جامعة السليمانية . جمهورية العراق .
- 2- م. د. بلال حميد داوود- أستاذ بالمركز الجهوي لمهن التربية والتكوين – مدير المركز المتوسطي للدراسات والأبحاث- المملكة المغربية.
- 3- د. جميلة غريب . قسم اللغة العربية و آدابها . جامعة باجي مختار . عناية . الجمهورية الجزائرية .

- 4- أ.د. حورية ومان. أستاذ التاريخ المعاصر. جامعة محمد خيضر. بسكرة الجمهورية الجزائرية.
- 5- أ.د. خالد عبد القادر التومي- باحث في المركز القومي للبحوث والدراسات العلمية. ليبيا.
- 6- أ.د. رائد بني ياسين- عميد كلية الأعمال. قسم نظم المعلومات. الجامعة الأردنية- فرع العقبة. المملكة الأردنية الهاشمية.
- 7- أ.م.د. رشيدة علي الزاوي- أستاذ التعليم العالي. المركز الجهوي لمهن التربية والتكوين. الرباط. المملكة المغربية.
- 8- أ.م.د. رضا قجة. علم الاجتماع – كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة محمد بوضياف – المسيلة – الجمهورية الجزائرية.
- 9- د. صفاء محمد هادي هاشم- معاون عميد الشؤون الادارية والطلبة. كلية التقنية الإدارية. جمهورية العراق.
- 10- أ.د. كامل علي الويبة- رئيس جامعة بنغازي الحديثة – ليبيا.
- 11- أ.د. علي سموم الفرطوسي. كلية التربية الأساسية. الجامعة المستنصرية. جمهورية العراق.
- 12- د. حدة قرقور. كلية الحقوق. جامعة محمد بوضياف. المسيلة. الجمهورية الجزائرية.
- 13- أ.د. مازن خلف ناصر. كلية القانون. جامعة المستنصرية. جمهورية العراق.
- 14- د. محمد عيد السريحي. مستشار وعضو مؤسس لجمعية البيئة السعودية. المملكة العربية السعودية.
- 15- أ.م.د. محمد عبدالفتاح زهري- رئيس قسم الدراسات الفندقية- كلية السياحة والفنادق – جامعة المنصورة- جمهورية مصر العربية.
- 16- م.د. محمد مولود امنكور. كلية العلوم الإدارية والمالية والاقتصادية. الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب.
- 17- م.د. مروة إبراهيم زيد التميمي. كلية الكنوز. الجامعة الأهلية. جمهورية العراق.
- 18- أ.م.د. هلال قاسم أحمد المريسي. عميد الشؤون الأكاديمية الأمريكية للتعليم العالي والتدريب. جامعة العلوم الحديثة. الجمهورية اليمنية.
- 19- أ.د. نادية حسين العفون، كلية التربية للعلوم الصرفة. ابن الهيثم- جامعة بغداد، الجمهورية العراقية.

مقال العدد

بسم الله الرحمن الرحيم ، الحمد لله على فضله ونعمته ، والصلاة والسلام على رسوله الكريم وآله ، أما بعد ..

شهد عالم الكرة الأرضية جائحةً أوقفته عن الحركة ، فبات كل شيء بظرف زمني لا يمكن أن نقول عنه إنه طويل حتى اجتاحت الجائحة COVID-19 العالم بأسره ، فعزلته عن بعضه ، وجمدت مفاصل الحياة فيه ، وفرضت عادات معيشية لم تكن مألوفة في نسق الحياة وتفاصيلها قبل ظهورها ، ودخلنا في دوامة الاستتار كي نبعد شبح الموت عن ديمومة البشر .

ولأجل أن يدافع الإنسان عن حقه في الوجود ، ويعيد وتيرة حياته ، وقوابله المادية والمعنوية للحياة مرة أخرى بوجود الجائحة ، لذا بدأت المؤسسات الطبية أولاً بالمواجهة ؛ لإيجاد حلول طبية سلمية وواقية للعالم ، وعلى الضفة الثانية بدأ العالم بأسره يتحرك وفقاً لمتغيرات الوباء نحو نقاط التقاء آمنة يتحدث فيها مع الآخر رافضاً الانعزال القسري .

وهنا .. بدأت عقد الورش ، والندوات ، والمؤتمرات العلمية عبر المنصات الإلكترونية في أغلب المؤسسات التعليمية والمراكز البحثية ، والأكاديميات العلمية ؛ لتدق الجرس بين الأكاديميين لتعلن البداية لقول كلمتهم حتى وإن استتروا خلف الأبواب .

فكانت للأكاديمية الأمريكية للتعليم العالي والتدريب دورها في إنعقاد مؤتمرها الدولي الأول " نحو رؤية مستقبلية للعالم ما بعد Covid-19 " ، فانضم المئات من أساتذة الجامعات ومراكزها من جامعات الوطن العربي الكبير المختلفة ؛ ليقولوا كلمتهم الفصل ؛ لبيان الآثار التي خلفها الوباء على الأصعدة المختلفة العلمية ، والتعليمية ، والاقتصادية ، والبيئية ، والثقافية ، والإعلامية ، والفنية . فخصص العدد الأول والثاني من المجلة الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب للبحوث المشاركة ، فضم العدد الأول من المجلة التي أصدرت ثلاثاً وعشرين بحثاً علمياً محكماً من خبراء وأكاديميين يشار لهم بمكانتهم العلمية في حقل تخصصهم .

و جاء العدد الثاني من المجلة تكملة لنشر البحوث المشتركة في المؤتمر ، فضم اثني عشر بحثاً علمياً محكماً وفقاً للقواعد الأكاديمية التي خصصتها ساسية المجلة في قبول الأبحاث المنشورة وإعدادها ، أما نسخة العددين المنشورين فستكون على الموقع الإلكتروني الرسمي للأكاديمية الأمريكية للتعليم العالي والتدريب <https://www.aijhssa.us> ، ونتقدم بأمنيات الشكر والتقدير لجميع الباحثين الذين أسهموا في إعداد العدد الأول والثاني .

رئيس تحرير المجلة

2020/ 10 /15 المغرب

الملاحظة القانونية

البحوث المنشورة في المجلة لا تعبر عن وجهة نظر المجلة ، بل عن رأي كاتبها .

الفهرس

- تأثير جائحة كورونا في البيئة الأمنية العراقية (التحديات - والمعالجات)
 أ.م.م. زيد رافع سلطان / أ.م.د. بان غانم الصائغ 9
- الرقابة الدستورية على المعاهدات الدولية في العراق
 د. بوتان عثمان دزه بي خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- دورالمدن الذكية في الحد من آثارالبيئة الحضرية
 أ.م. د حسون عبود دبوعون الجبوري / م. م كفاء عبد الله لفلوف الجياشي خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- التأمين التكافلي ودوره في الأزمة الراهنة مسعودي سناء خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- الدراسة الإحصائية لاختبارات الكترونية محكية المرجع وقدرتها التنبؤيّة بالتحصيل الدراسي لدى عينة من متعلمي الصف الرابع الأساسي في ظل الحجر الصحي المفروض على الطلاب بسبب أزمة كوفيد19 / د.شذى الميداني / د.غسان صيداوي خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- الإعلام الليبي ورهان تغطية النزاع بين جدلية خطابات العنف وتوجهات التسوية، دراسة تطبيقية لمقاربة يوهان غالتونغ في إعلام الحرب والسلام عدنان شيبين 10
- الخطاب الإعلامي العربي بين بناء التعلّمات وتأطيرالرأي العام "دراسة في مرحلة تفشي كوفيد19" عزيز أوسو 10
- الإشاعة في ظل انتشارفيروس كورونا المستجد " كوفيد-19 "
 (دراسة تحليلية لمضامين الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي)
 أ.م. قاسم حسين السعدي خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- دوروسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى المواطن الفلسطيني للوقاية من وباء كوفيد19 (دراسة ميدانية على المحافظات الجنوبية)
 أ.م.د / محمد حسن أبورحمة / أ.م.د / حسين عبد الكريم أبوليلة خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- تحليل جغرافي سياسي للقوة الناعمة الأمريكية الصينية وانعكاسها ما بعد كوفيد19
 أ. د. نصيف جاسم اسود سالم خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- واقع التعليم عن بعد من وجهة نظرالمعلمين بدولة فلسطين، في ظل جائحة COVID-19
 د. همام عبدالله خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.

دراسة تقييمية في لكفاءة منصات التعليم الإلكتروني من حيث الإيجابيات والسلبيات والمعوقات من وجهة

نظر الطلبة

أ.د. موفق عبدالعزيز الحساوي / م.د. إيثار عبدالمحسن المياحي 238

FINDING OUT THE UNIVERSITY STUDENTS' RECOGNITION OF CONFESSIONAL
EXPRESSIONS IN SYLVIA PLATH'S POEMS 'LADY LAZARUS' AND 'DADDY'

INSTRUCTOR AFRAH ADIL MAHMOOD..... خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.

الإعلام الليبي ورهان تغطية النزاع بين جدلية خطابات العنف وتوجهات التسوية، دراسة تطبيقية لمقاربة يوهان غالتونغ في إعلام الحرب والسلام

عدنان شنين

الخطاب الإعلامي العربي بين بناء التعلّمات وتأطير الرأي العام "دراسة في مرحلة تفشي كوفيد 19"

عزيز أوسو

Arab media discourse between instructions' building and public-opinion framing:

A study during the COVID 19 Outbreak

azizoussou17@gmail.com / aziz oussou

طالب باحث بسلك الدكتوراه/ مختبر البحث في علوم التربية والعلوم الإنسانية واللغات.

جامعة محمد الخامس - المدرسة العليا للأساتذة، الرباط-المغرب.

ملخص البحث:

إن الثقافة العربية المعاصرة عرفت تحولات جذرية مع مطلع القرن الواحد والعشرين، ومن أبرز المؤشرات الدالة على ذلك اعتمادها أساساً على ثقافة الإعلام والاتصال، إذ أصبح المجتمع العربي يعتمد على الإعلام بكثرة في كل المجالات، وما دام أن المجتمعات العربية لا يمكن إخراجها من دائرة العولمة التكنولوجية، فإن هذا ما أعطى للخطاب الإعلامي حضوراً قوياً في الثقافة العربية المعاصرة؛ فأصبح يحظى باهتمام متزايد من لدن مختلف مكونات المجتمع العربي، ولذلك أصبح وسيلة ناجعة يمكن توظيفه في نشر الأخبار وترويج الأفكار وتسويق المنتجات.. إلخ.

إن الخطاب الإعلامي بمختلف تجلياته صار، مع ثقافة الإعلام والاتصال، يشكل الأداة التي يمكن العبور إلى بيوت وعقول الأفراد، ولعل ما يسوغ هذا هو الخصائص التي تميزه، وكثرة الوظائف التي يؤديها، فضلاً عن الإقبال المتزايد عليه من طرف مختلف شرائح المجتمع العربي. ولعل من أهم الخصائص المميزة للخطاب الإعلامي قدرته الفائقة على نشر أخبار كثيرة في أوقات وجيزة، فضلاً عن إرسالاته المقنعة.

وبناء عليه، أمكننا القول إن الخطاب الإعلامي العربي لعب دوراً مركزياً في مرحلة تفشي فيروس كوفيد 19؛ فقد تم الاعتماد عليه كوسيلة للإخبار والتواصل في ظل انعدام الحركة والتنقل في المرافق العمومية، وأخذ كوسيط بيداغوجي لضمان استمرار بناء التعلّمات عن بعد. ومنه، جاء هذا البحث ليقدم دراسة تحليلية لفعالية ونجاعة الخطاب الإعلامي العربي في تأطير وتنوير الرأي العام العربي بخصوص تفشي فيروس كوفيد 19، مساءلة المردودية التربوية أيضاً التي أداها هذا الخطاب في إطار التعلم عن بعد.

الكلمات المفتاحية: الخطاب، الإعلام، التعليم، تأطير الرأي العام، كوفيد 19.

Research Summary:

It is doubtless that modern Arabic culture is gone through profoundly ongoing changes at the beginning of the 21st century. Its media and communication culture dependency was a prominent indication of these developments. As a result, Arab society is heavily depending on media in all different fields. As long as Arab societies cannot be excluded from the technological globalization circle, the media discourse was given a significant presence in modern Arab culture. It, thus, receives much attention from the different components of Arabic society. These media tools became an effective means in news spreading, ideas dissemination, and products marketing... ect

The media discourse, in its various manifestations, has become, along with the culture of media and communication, the tool that enables crossing into individuals' homes and minds. Its distinguishable characteristics, its large number of functions that it performs, the increasing demand for it by various segments of Arab society justify this high demand for it. Its extraordinary ability to easily and shortly widespread the news as well as its convincing messaging effectiveness are all what makes it a unique communication tool.

Accordingly, it can be said that the Arab media discourse played a central role in the pandemic of the COVID-19 virus. This discourse was relied upon as a means of news and communication while the public utilities were paralyzed. It was also used as a pedagogical medium to ensure the continuation of distance learning.

The present research paper will be presenting an analytical study of the effectiveness and efficacy of the Arab media discourse in framing and enlightening Arab public opinion regarding the outbreak of the Covid 19 virus. It also tends to question the educational effectiveness of this discourse on the light of distance- learning.

KEY Terms: Discourse, Media, Learning, Public Opinion-framing, Covid-19.

مقدمة:

أدى الخطاب الإعلامي العربي أدوارا مهمة في مرحلة تفشي فيروس كوفيد 19؛ بحيث مثَّلَ الأداة التي تم بها التواصل بين شرائح المجتمع، شكلت المنابر الإعلامية أيضا مقاما للتفاعل بين الجهات المسؤولة في الدول العربية ومختلف مكونات المجتمع العربي. وبذلك فقد استجاب الخطاب الإعلامي العربي للأزمة التي خلقها الفيروس جراء توقف فعل الحركة الناتج عن الحجر الصحي الذي كانت المجتمعات العربية تعيشه في مرحلة تفشي الفيروس. وإلى جانب هذا، فقد تم التوسل بالخطاب الإعلامي (التربوي) كوسيلة لضمان الاستمرارية البيداغوجية بعدما تم توقيف التعليم الحضوري بالمؤسسات التعليمية. ومنه، يتضح أن الخطاب الإعلامي كان له دخل كبير في تأطير الرأي العام العربي، كما أنه ساهم في الاستمرارية البيداغوجية وبناء التعلّيمات في مرحلة تفشي الفيروس. إذن فم تجليات تأطير الخطاب الإعلامي العربي للرأي العام العربي؟ وكيف ساهم في الاستمرارية البيداغوجية من أجل ضمان استمرار بناء تعلّيمات المتعلمين؟

1. الخطاب الإعلامي: سؤال التحديد والوظيفة.

يُعدّ الخطاب الإعلامي تجلياً من تجليات الثقافة التكنولوجية المعاصرة؛ هذه الثقافة التي وصلت أوج عطائها مع ظهور مجتمع المعرفة الذي يعتمد على المعرفة في تسيير شؤونه العامة والخاصة، ويسعى إلى إنتاجها (المعرفة). ومن هذا المنطلق دخل الإنسان عصر الثورة الإعلامية متجاوزاً الطرائق التقليدية في التواصل؛ على اعتبار أن الصيغ التعبيرية في الثقافة البشرية مرت "بأربع صيغ جذرية تمثل أربع مراحل مختلفة في التصور البشري، وهي مرحلة الشفاهية ثم مرحلة التدوين وتتلوها مرحلة الكتابية وأخيراً مرحلة ثقافة الصورة"¹. ومنه، يلاحظ أن الخطابات التواصلية التعبيرية تجددت بتجدد إمكانيات العصر، ذلك أنها بدأت بالكلمة المنطوقة وانتقلت إلى الكلمة المكتوبة لتصل إلى الكلمة المجسدة في الصورة. ولعل هذا التحول يبرز مدى قوة الخطابات الإعلامية في إيصال قصد ومبتغى المخبر أو الباث؛ فالإنسان مع تقدم ثقافته و ضرورة حاجته صار يبحث عن أرقى وسيلة يتوسل بها لممارسة كفاياته التواصلية. وعليه، اتخذ الصورة الإعلامية وسيلة يوصل بها أخباره وإعلاناته، ويعبر بها عن قناعاته و توجهاته و أدواقه.

فالحديث إذن عن الصورة، كأداة للتعبير والتأثير، هو حديث بالدرجة الأولى عن الخطاب الإعلامي، نظراً لكون الصورة مكون من مكوناته، وتشارك معه في الإخبار و الإقناع والتأثير في المشاهدين، إذ لا يختلف اثنان في " أن الصورة اليوم تعد من أنجع التقنيات التي يعتمد عليها الإعلام، سواء في شقه المكتوب (الصورة الثابتة) أو في شقه المرئي (الصورة المتحركة)، وأكثرها فعالية في توطئة الطريق نحو وجدان المتلقي وحمله على الإقناع بما تعرضه على أنظاره"². ومنه، فالخطابات الإعلامية صارت تفرض هيمنتها في تشكيل ثقافتها المعاصرة، كما أنها أصبحت تحظى باهتمام وإقبال متزايد من لدن شرائح اجتماعية مختلفة، إذ لا يمكن، اليوم، أن ننفي المساحة التي تكسحها هذه الخطابات في مجتمعاتنا، بدءاً بالملصقات واللافتات في الشوارع وصولاً إلى القنوات الإعلامية في المنازل، مما يعني أن الخطاب الإعلامي باختلاف تلويناته أصبح يحيط بنا من جميع الزوايا، فهو إذن "منبع المعرفة وأداة التوجيه والتأثير في جميع الأمم، وتنبع أهميته من كونه يخاطب كل شرائح المجتمع وفئاته، ويعد . في عصرنا هذا . صناعة إعلامية وثقافية بامتياز؛ وذلك لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي وتشكيل الوعي وفي التأثير على الثقافة وتوجيهها في أبعادها المختلفة"³، و بهذا التحديد أمكننا تصنيف الخطاب الإعلامي ضمن الخطابات الرامية إلى التأثير في المشاهدين بغية تأطير عقولهم.

إن الخطاب الإعلامي في شموليته يتخذ وسائط متعددة ومتباينة؛ إذ قد "يكون في شكل نص مطبوع يوجه إلى المتلقي القارئ، أو نص بالصوت للمتلقي المستمع أو نص بالصوت والصورة للمتلقي المشاهد _المستمع أو نص مطبوع بالصوت والصورة للمتلقي القارئ . المستمع، ومن هنا تكون وسائطه عبارة عن صحيفة أو مجلة أو إذاعة وتلفزيون وأنترنت. وهذا ما يجعل الخطاب الإعلامي نسقاً سيميائياً قابلاً للقراءة والتأويل"⁴، ورغم تباين وسائله إلا أن وظائفه يمكن حصرها في وظيفتين مركبتين هما نقل الأخبار والتأثير في المشاهدين. وبذلك، فهو خطاب حجاجي من جهة، وخطاب إخباري جهة أخرى، نظراً لكون "صناعة الإعلام في العالم ليست عملية عبثية لا هدف لها، وليست ممارسة عدمية لا طائل من ورائها، بل هي صناعة مقننة ذات أهداف محددة و واضحة، تستهدف التأثير على المتلقي بالدرجة الأولى"⁵.

1 _ عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة و بروز الشعبي، ط2، المركز الثقافي العربي، 2005، ص 9.

2 _ عبد القادر ملوك، حجاجية الخطاب الإعلامي، الطبعة الأولى، المغرب، دار الأمان، 2018، ص 176.

3 _ هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي دراسة في ضوء البلاغة الجديدة، مجلة الخطاب، 2011، ص 256.

4 _ هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي، ص 257.

5 _ فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، 2010، ص 42.

ولعل ما يثير التساؤل في هذا السياق هي الكيفية التي يُمارس بها الخطاب الإعلامي تأثيره وإقناعه، ومدى مصداقية الأخبار التي يقدمها. فلا شك أن المتبعين أو "الجماهير حينما ترى في المنابر الإعلامية قنوات للإخبار، فهي تنتظر منها نقل "الحقيقة"، وتبليغ الأخبار والمعلومات بأمانة وبشكل دقيق"¹، إلا أنه في أحيان عدة يحدث العكس، الشيء الذي يستوجب التعامل مع المنابر الإعلامية بحذر وعين وأذن فاحصة وناقدة؛ إذ لا يجب التسليم بكل ما تقدمه المنابر الإعلامية، كما يستوجب على الجمهور المشاهد ألا يعتبر كل ما تصرح به المنابر الإعلامية يصب في الحقيقة، نظرا لكون الحقيقة آخر ما يمكن أن تنشده المنابر الإعلامية. ولعل من هذا المنطلق يفتح الخطاب الإعلامي مجالاً للفهم والتحليل والتأويل. أما عن الكيفية التي تعتمد عليها المنابر الإعلامية في تحقيق أهدافها وغاياتها، فإن يمكن التأكيد على أن قَصْدَ المنبر الإعلامي "لا يتحقق (...). من خلال مخاطبة العقل وحده، أو من خلال استهداف الجوانب الانفعالية وحدها، بل يراهن على المزج بين ما هو عقلي وما هو عاطفي انفعالي"²، وهذا يعود أساساً إلى كون المشاهد يوظف قدراته العقلية وانفعالاته السيكولوجية في تلقي الخطاب الإعلامي، الشيء الذي يجعل المنبر الإعلامي يستهدف استمالة مشاهديه من أجل فرض هيمنته عليهم.

وعليه، "اعتُبرت لغة الخطابات الإعلامية أداة لتأطير الرأي العام وترويج الأفكار والمذاهب، فلقت بالسلطة الرابعة في الحياة الاجتماعية والسياسية"³. وعلى هذا الأساس، فإنه لا يمكن الحديث عن الحيادية المطلقة في الخطاب الإعلامي ما دام كل خطاب وليد ايديولوجية معينة لها أهدافها وغاياتها، "فليس صحيحاً ما يردده البعض بأن الحيادية هي أساس عمل الإعلام، فهذا غير صحيح، بل إن الحيادية المطلقة شيء يتعذر وجوده في الحياة، فكل إعلام في هذا العالم هو بالضرورة إعلام منتمي، إما لثقافة، أو وطن، أو مصلحة تجارية، أو وجهة شخصية، أو مزيج من الانتماءات"⁴.

ولعل ما يزيد من استفحال الهيمنة الإيديولوجية وبروزها في الخطابات الإعلامية كون أرباب المنابر الإعلامية يفرضون على الصحفيين والعمال الامتثال لخلفيتهم الفكرية، حيث إن "الصحفيين يجدون أنفسهم مكرهين على الامتثال في ممارستهم المهنية لإيديولوجيا الجهة التي يشتغلون لحسابها، وحتى عندما تنتفي صفة الإكراه، فإن الممارسة تجعلهم يخضعون لنوع من الاضطرار اللاشعوري في غالب الأحيان، يلتزمون بمقتضاه بالإيديولوجية المهيمنة التي يحدد المنبر الإعلامي الحاضر لها قواعد ممارستها"⁵. ومنه، يمكن التأكيد على أن المنبر الإعلامي "يراهن في تحقيق الإقناع بالخطاب على توظيف تقنيات عديدة، تتجاوز الوصف والسرود والتعليق على الأحداث نحو توجيه الأخبار وجهة تحقق مرامي وأهداف القائمين على المنبر الإعلامي، الاقتصادية والايديولوجيا وغيرها"⁶. وما دام أن الخطاب الإعلامي السمعي البصري يعتمد أساساً على الصورة في إيصال محتواه، وتعد "الصورة مصدراً قوياً لإثارة الانفعالات واستفزاز الأهواء"⁷، فإن هذا ما يجعل قوته التأثيرية والإقناعية تستهدف عدداً كبيراً من المشاهدين لأن "الصورة

1 _ عبد القادر ملوك، حجاجية الخطاب الإعلامي، ص 50.

2 _ نفسه، ص 72.

3 _ هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي، ص 262.

4 _ فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، ص 43.

5 _ عبد القادر ملوك، حجاجية الخطاب الإعلامي، ص 53-54.

6 _ نفسه، ص 121.

7 _ نفسه، ص 177.

تخاطب كل البشر، المتعلم والأمي، الصغير والكبير، وتكسر حاجز اللغات، لذلك فهي الأوسع انتشاراً¹. إن الخطاب الإعلامي بهذا المعنى يؤسس لثقافة جديدة تتعدى ثقافة الكتابة والقراءة إلى ثقافة بصرية، الشيء الذي يُمكنه من تمرير إرسالياته بشكل فائق ومُضَمَّر في أحيان عدة، وهذا راجع إلى سلطة الصورة في التأثير، فهي "لغة من نوع جديد وخطاب حديث له صفة المفاجأة والمباغثة والتلقائية مع السرعة الشديدة ومع قوة المؤثرات المصاحبة وحدية الإرسال وقربه الشديد حتى لكأنك في الحدث المصور من دون حواجز"². ونشير هنا إلى أنه ثمة تفاوت بين الصورة المتحركة (التلفزيونية) والصورة الثابتة في قوة التأثير، حيث إن الأولى "أخذت بعداً جديداً يزيد عن الصورة الثابتة، فهي صورة حية تتكلم وتتحرك، وهذا ما جعلها تستفز أحاسيس المشاهد البصرية والسمعية وتستحوذ عليه. فهي إذن بالغة التأثير، بسبب سرعتها الخاطفة، وتعاقبها الشديد، فلا يجد الذهن وقتاً للتفكير والتمعن والتأمل"³ حتى يسلم بما تقدمه له من معطيات.

و بناء عليه، فإن الثقافة البصرية تظل مكنسحة لكل المقامات التي يحيا فيها الإنسان، إذ يمكن اعتبارها "مرحلة ثقافية بشرية تغيرت معها مقاييس الثقافة كلها، إرسالا واستقبالا وفهما وتأويلا (...). والحق أن الصورة تعتدي علينا فعلا، فهي تقتحم احساسنا الوجداني وتتداخل في تكويننا العقلي"⁴. ومن الخصائص المميزة أيضا للخطاب الإعلامي قدرته الفائقة على نشر خبر ما أو الترويج لمنتوج ما وجعلهما ينتشران على نطاق أوسع وفي وقت وجيز، وأيضا نجاعته في إعطاء قيمة لأشخاص معينين والرفع من قيمتهم وجعلهم يتمتعون بمصداقية تمكنهم من فرض آرائهم ومواقفهم على الناس، ومن هذا المنطلق تترأى لنا مجموعة من الأسماء والأعلام في بعض المنابر الإعلامية دون أن نعرفها بشكل كلي فتشرع في ممارسة رقابتها على المجتمع وتوجيه وعيه. إن الخطاب الإعلامي بهذا التحديد، يساهم في صناعة الرموز والزعماء والقادة ويُحوِّل لهم فرصة التأثير على الناس فكريا وفنيا وسياسيا.

يتحصل مما سبق، أن الخطاب الإعلامي ظل يؤسس لثقافة جديدة يمثل فيها التأثير والإقناع والاستمالة والتوجيه الهدف المركزي الجدير بالاهتمام، وتبقى الميزة التي تميزه عن باقي الخطابات المجاورة له كونه يتميز بإقبال متزايد ملفت للنظر ويحظى بمكانة مهمة، وينتشر في أوسع المقامات التواصلية داخل المجتمع المعاصر، وينفتح على كل المجالات، فهو إذن "صنف من الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المؤثرة فيها والمتأثرة بها، مقامه من المقامات التي لها السيادة في سلم الخطابات المعرفية الأخرى"⁵. وبذلك فهو يتخذ طريقة خاصة في تشكيل مادته الإعلامية، وهاته المادة عادة ما تعمل على إثارة المتلقي واستمالاته سواء بالاعتماد على ما هو عقلائي أو وجداني أو هما معا. وفي هذا يقول السوسولوجي الفرنسي بيير بورديو Pierre Bourdieu: "يُلقي المجال [الإعلامي] على مختلف مجالات الإنتاج الثقافي بمجموعة من التأثيرات المرتبطة في شكلها وكفاءتها بتركيبه الخاص"⁶.

II. الخطاب الإعلامي العربي: وسيلة لتنوير وتأطير الرأي العام.

سبقت الإشارة إلى أن الخطاب الإعلامي له وظيفة إقناعية تأثيرية أكثر منها ترفيهية. وعليه، فإذا كان "يهدف إلى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة

1 _ فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، ص 78.

2 _ عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية، ص 24.

3 _ فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، ص 79، بتصرف.

4 _ نفسه، ص 7.

5 _ هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي، ص 257.

6 _ بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، تر درويش الحلوجي، ط1، دار كتعان، 2004، ص 126.

من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير، واتجاهاتهم وميولهم¹ فإن هذا ما دأب إليه الخطاب الإعلامي العربي إبان تفشي فيروس كوفيد 19. ولا بد أن نؤكد ههنا بأن الإعلام العربي، عبر مَرِّ العصور، أدى "دوراً محورياً إزاء القضايا الاجتماعية والثقافية والصحية نتيجة ما توفره وسائله من سرعة وشيوع (...)، فالإعلام ينهل من الواقع بإفرازاته ومعطياته (...). ويعيد صياغة هذا الواقع ومعطياته بطريقة تسهم في بلورة المواقف والاتجاهات والحلول للقضايا المأخوذة أساساً من الواقع، ولعل الإعلام أبرز أدواراً مهمة (...). إزاء العديد من المظاهر السلبية في المجال الصحي، وخصوصاً خلال انتشار الأوبئة في العديد من دول العالم"².

وعلى هذا الأساس فقد عُدَّ وسيلة ناجعة لتأطير الرأي العام العربي وتنويره، في مرحلة تفشي كوفيد 19، فعبره استطاع الأطباء والخبراء والعلماء أن يُقنعوا الناس بمدى خطورة الفيروس وبحدة انتشاره، متوسلين في ذلك بمادة إعلامية تخاطب الوجدان كما تخاطب العقل³، على اعتبار أن إقناع الرأي العام العربي بخطورة كوفيد 19 لن يتأتى إلا إذا تم التنوع من الحجج والآليات الإقناعية. ويبدو أنه من الاستراتيجيات الإقناعية التي اعتمدها الخطاب الإعلامي العربي هو الإحاطة الشاملة بكل الأخبار والمعطيات المتعلقة بالفيروس على الصعيد العالمي⁴؛ وقد أعطت هاته الإحاطة مؤشراً دالاً على أن فيروساً خطيراً يكتسح بقاع العالم، ولعل ما زاد من حدة الخطورة عند الرأي العام العربي هي لغة الأرقام التي تثبت عدد الإصابات والوفيات على صعيد الدول الأوروبية والأمريكية والصين وغيرها، إذ باتت تتضاعف يوماً بعد يوم بل ساعة بعد ساعة. فضلاً عن هذا شكل نقل عملية الدفن الجماعي لضحايا الفيروس⁵، على المنابر الإعلامية العربية استراتيجية إقناعية قوية دفعت معظم المواطنين العرب إلى اليقظة والتنبه إلى ما يجري في العالم، آخذين بعين الاهتمام بأن هذا الفيروس الصغير فرض سطوته على الدول العربية العظمى، ولم تستطع توقيفه والحد من انتشاره، فكيف للدول العربية ذات النظام الصحي غير المتطور أن تتصارع مع الفيروس من أجل منع انتشاره، فضلاً عن إيجاد اللقاح المضاد له.

إن الخطاب الإعلامي العربي في مرحلة تفشي كوفيد 19 عمل على تشكيل ما يمكن أن نصلح عليه بالتواصل الجمعي المنبثق من الوعي الجمعي؛ إذ ظهرت خطابات إعلامية توعوية من مختلف الجغرافيات العربية تتحدث عن فيروس كورونا من حيث أصوله وأسباب ظهوره والتدابير الاحترازية لمكافحة الإصابة به ومنع انتشاره، الشيء الذي جعل خطاب الفيروس يزيح الخطابات السياسية والدينية والرياضية.. إلخ عن المنابر الإعلامية العربية، ولعل تلك الخطابات ذات البعد التوعوي هي التي جعلت ثلثة من الدول العربية

1 _ محمد البكاي، اللغة والإعلام مستويات اللغة والتطبيق، دار نينوى، سوريا، 2010، ص 5.

2 _ شعيب الغباشي، الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2013، ص 29.

3 _ نشير هنا إلى ما تم بثه على " قناة العربية " الفضائية، حيث تم تقديم جملة من المعطيات الخاصة بالفيروس و كيفية الوقاية منه، وأيضاً كيفية التعامل معه.

<https://www.youtube.com/watch?v=K27w0Pz-S2E>

<https://www.youtube.com/watch?v=cL8Y0XsQcCc>

ونشير أيضاً إلى الحوار الذي ما قدمته " قناة Leberto " الفضائية مع الداعية الإسلامية محمد راتب النابلسي:

<https://www.youtube.com/watch?v=o6be44Y0iTo>

4 _ نخيل على سبيل المثال إلى ما قدمته " قناة الحرة " الفضائية : <https://www.youtube.com/watch?v=XUF5YGKy-vA>

5 _ نشير هنا إلى البث الذي قدمته قناة "دجلة" الفضائية، ونود لفت الانتباه إلى القوة التأثيرية لطبيعة الموسيقى والتعليق اللذان رافقا عملية الدفن.

https://www.youtube.com/watch?v=kD5Kle_H3gM

تكتسب ثقافة التصدي لانتشار الفيروس، لكي لا يصل إلى المستوى الذي عرفته مختلف الجغرافيات الغربية¹. ومن ثم كانت " أهم خصائص وسائل الإعلام قدرتها على الوصول إلى قطاع كبير من الناس، بل إن التسمية الدقيقة لها هي وسائل الاتصال الجماهيري"². ومن هذا المنطلق، أمكننا أن نتحدث عن الدور التثقيفي التوعوي الذي لعبه الخطاب الإعلامي العربي من أجل مكافحة تفشي انتشار الفيروس في مختلف البقع العربية. ذلك أنه خلق تواصلاً إعلامياً فعالاً بين الدول العربية، إيماناً بأن الاتصال في المجال الإعلامي " هو الطريقة التي تنقل بها المعرفة والأفكار من شخص (أو جهة) إلى شخص آخر (أو جهة أخرى) بقصد التفاعل والتأثير المعرفي أو الوجداني في هذا الشخص، أو إعلامه بشيء، أو تبادل الخبرات والأفكار معه، أو الارتقاء بمستواه الجمالي والقيمي، أو إقناعه بأمر ما أو الترفيه عنه"³.

ويظهر أن الخطاب الإعلامي العربي في إطار توجيه الأفراد وحثهم على الوعي بخطورة المرض اعتمد على خطابين توعويين؛ الأول أطلقنا عليه خطاب الوعي بالترغيب؛ ونقصد به تلك التدابير الاحترازية الأولى التي تبنتها مختلف الدول العربية، حيث إذ تم الاعتماد على نشر فيديوهات وصور وأشرطة إعلامية قصيرة وأخبار إعلامية بهدف تقوية رغبة المواطنين بضرورة الامتثال للقرارات التي تقترحها الجهات المعنية من أجل مكافحة انتشار الفيروس والحد من عدد الإصابات ما أمكن ذلك⁴. ويبدو أن الوعي بالترغيب الذي سار الخطاب الإعلامي العربي يؤسس له خصوصاً مع بداية انتشار الفيروس نتج عنه وعي كبير من لدن شريحة واسعة في المجتمعات العربية. والخطاب الثاني أسميناه بخطاب الوعي بالترهيب ونقصد به تلك القرارات القانونية الجزرية التي اتخذتها معظم الدول العربية من أجل ترهيب وتخويف المواطنين بقصد الامتثال للتدابير الوقائية المحافظة على سلامتهم الصحية و إبعادهم من الإصابة بالفيروس⁵. ومن هذا المنطلق، يمكن التأكيد على أن الخطاب الإعلامي اعتُبر صناعة ثقافية؛ أي أنه صار يؤسس للوعي الذي يشكله الفرد داخل مجتمعه، إذ يصبح الفرد ينظر إلى المجتمع من زاوية الإصلاح و التوعية، واستحضار المصلحة العامة. ومن تجليات هذا الوعي نذكر: البقاء في المنزل؛ فأن التزام المواطنين منازلهم شكل إجراء احترازي ناجعاً للتصدي للفيروس الذي ينتقل بواسطة التقارب الجسدي والاجتماعي. وإلى جانب هذا الإجراء الناتج عن وعي ثقافي متقدم نذكر أيضاً روح التأزر والتعاون والتآخي بين المواطنين؛ إذ نتج عن انتشار فيروس كورونا توقيف العمل من طرف الشركات الإنتاجية والمعامل الصناعية الشيء الذي ترتب عنه تسريح العمال والمستخدمين، وهذا التوقيف عن العمل (الأزمة) دفع المواطنين إلى تبادل المساعدات المادية والمعنوية في ما بينهم، بغرض ضمان التوازن الاجتماعي والاستقرار المادي وتحقيق المساواة بين مختلف طبقات المجتمع⁶. وبذلك، فإن الخطاب الإعلامي

¹ _ نشير هنا إلى التقرير الذي قدمته قناة " العربية " الفضائية، وقد خصصته للكشف عن عدد الإصابات في مختلف الدول العربية، وقد أبان التقرير على أن الدول العربية لم يصل عدد إصاباتها أكثر من الإصابات في الدول الغربية (إسبانيا، إيطاليا، بريطانيا، فرنسا).

<https://www.youtube.com/watch?v=TTzx2eo2fns>

² _ محمد بن عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في لنظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، ط2، 1998، ص 36.

³ _ اللغة والإعلام، محمد البكاي، ص 17.

⁴ _ يمكن أن نشير هنا، تمثيلاً لا حصراً، إلى الفيديو الذي يشرح كيف ينتقل الفيروس من الشخص المصاب إلى الشخص السليم.

<https://www.youtube.com/watch?v=nIn6qpcO2w>

⁵ _ نقصد ههنا القوانين التي وضعتها وزارة الداخلية المغربية، وقد تم نشرها على الموقع الإلكتروني الآتي:

<https://www.skynewsarabia.com/middle-east/1339300->

⁶ _ نمثل في هذا السياق بالحملة المدنية التضامنية التونسية التي بثتها قناة الحرة الفضائية

<https://www.youtube.com/watch?v=N65Sn89KMBM>

عُدَّ من هذه الزاوية المعبرَ الموضوعي عن ثقافة الجماهير وروحها وميولها وأهدافها في الوقت نفسه، بحيث صرنا نتحدث عن المواجهة العامة للفيروس من طرف ثلة من الدول العربية، هذا فضلاً عن تلك الاجراءات السياسية التي قامت بها الدول العربية في علاقتها ببعض الدول الأوروبية المتضررة من انتشار الفيروس؛ إذ دأبت ثلة من الدول إلى التنسيق في ما بينها بهدف رفع بيانا استنكاريا لمنظمة الصحة الدولية قصد اتخاذ اجراءات استباقية للحد من الزيادة في انتشار الفيروس بين دول العالم عموماً والدول المتضررة تحديداً¹.

إن الإعلام العربي في مرحلة تفشي الفيروس سعى إلى تحقيق ما يسمى بالضبط الاجتماعي؛ فانحصر " دور وسائل الإعلام في عملية الضبط الاجتماعي عبر قيامها بتوحيد الناس على (ثقافة) واحدة يصبح الخروج عليها أمراً صعباً ومتعذراً (...)"²، ونعني هنا ثقافة التباعد الاجتماعي والتنظيف والوقاية من عدوى الفيروس، وكذلك العمل على إدخال التدابير الاحترازية ضمن السلوكات العادية للفرد داخل المجتمع. ويبدو أن الخطاب الإعلامي في إطار عملية تأطير الرأي العام التي أسندت إليه، بعدد المقام التخاطبي الذي تلتقي فيه الجهات المسؤولة مع المواطنين، تبنى خطاباً استعطافياً عميل عبره على جعل الرأي العام يتبنى موقفه، وينخرط في الحملة التي تدعو إليها الجهات الرسمية للدول العربية، حيث لعب دور " الناصح المرشد الذي يأخذ بيد الجمهور ويوجهه ويحرص على كسبه بتجنب إثارة عداوته وإحساسه بالدونية"³، وبذلك فقد راهن على التوجيه والنصح والاستعطاف والتحذير.. إلخ⁴. فمن أجل التأثير في الرأي العربي وتنويره انطلق من الافتراضات المسبقة والمعارف المشتركة بين مكوناته وشرائحه، ومن هذه الافتراضات نذكر: المصلحة العامة للمواطنين، مصلحة الوطن، عدم تعريض النفس إلى التهلكة، حب الذات وحمايتها، التغلب على الفيروس.. إلخ. إن انطلاقه من هذه المنطلقات التي يشترك فيها الوعي الجمعي ألزم المواطنين على الامتثال لأوامر الخطاب الإعلامي الرسمي للدولة، فأصبح المواطن حليف الدولة في مواجهة الفيروس، وأن هذا الهدف تحول إلى سلوك فردي يسم سلوك الفرد داخل الجماعة، الشيء الذي ترتب عنه تغليب الجانب الإنساني على الجوانب الأخرى أثناء التعامل والتفاعل داخل المجتمع، ومن هذا المنطلق يمكن الإقرار على أن الانطلاق من الأفكار المشتركة والافتراضات المسبقة بين المواطنين والمسؤولين مكن الخطاب الإعلامي من ممارسة وظائفه الحجاجية التأثيرية الهادفة إلى التحكم في سلوك الأفراد داخل المجتمع، ولعل كل هذا يعود في تقديرنا إلى حُسن استهداف المنابر الإعلامية لموطن الاتفاق والاشتراك بين الدولة و الرأي العام؛ لأنه " من دون هذا الاتفاق في حدوده الدنيا، لن يكون هناك حوار أو جدل، بل عنف أو تجاهل"⁵. ومنه، صار الرأي العام العربي تابع لما تقدمه المنابر الإعلامية من إرشادات وأخبار وتوجيهات.

ومن مظاهر تأطير الخطاب الإعلامي للرأي العام العربي أيضاً، اعتماده على الازدواجية اللغوية؛ فأصبحنا أمام المزوجة بين اللغة العربية الفصحى والدارجة الخاصة بكل بلد على حدة؛ مما يعني أن المنابر الإعلامية لم يعد يهيمها البعد الرسمي الاستقلالي

و يمكن أن نمثل أيضاً بالحملة التضامنية التي قامت بها الدولة المغربية في علاقتها بالدول الإفريقية من أجل تفادي انتشار الفيروس.

<https://www.youtube.com/watch?v=0nmh434xJw4>

¹ _ نقصد ههنا الخطوة التي أقدم عليها رئيس الدولة التونسية عندما دأب يُستق مع رؤساء الدول لكي يتم اتخاذ إجراء سياسيا لواجهة الفيروس.

² _ محمد بن عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل، ص 41.

³ _ محمد مشبال، منزلة الإيتوس في البلاغة الجديدة، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، عدد10، ص 107.

⁴ _ يمكن التمثيل هنا بالخرجات الإعلامية التي قدّمها بعض الباحثين والخبراء، وقد حملت هذه الخرجات عناوين مثل: ماذا تفعل إذا أصبت بفيروس

كورونا ؟ <https://www.youtube.com/watch?v=LBpRvJZX-28> وكيف تحمي نفسك من كورونا ؟

<https://www.youtube.com/watch?v=s39yPVWGfWo>

⁵ _ محمد مشبال، في بلاغة الحجاج نحو مقارنة بلاغية حجاجية لتحليل الخطابات، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2016، ص 51.

الذي أديرت من أجله سلفاً، بل أصبحت تراهن على البعد التوعوي التثقيفي، وبذلك أصبحت مختلف المنابر الإعلامية السمعية البصرية مليئة بشعار: خليك في دارك / ابقى في دارك / خليك بالبيت وأحياناً باللغة الإنجليزية **stay at home**. إن هذا التهجين اللغوي في الخطاب الإعلامي يكشف عن مقصدية مفادها أن اتخاذ الحيطه والحذر مسؤولية الجميع؛ مسؤولية الصغير والكبير، المثقف والأمي، المواطن القروي والحضري. ويتضح أن الخطاب الإعلامي من هذه الزاوية عميل على تكريس وعي إنساني موحد تجتمع فيه مختلف شرائح المجتمع. وإن التمحيص في دلالة تلك الشعارات التي امتلأت بها مختلف المنابر الإعلامية العربية سواء السمعية أو البصرية يكشف عن فكرة مفادها أن منتجي الخطاب الإعلامي انطلقوا من مقصدية واضحة تجلت في استهداف الطبقة الشعبية، أو طبقة الهامش بتعبير غرامشي، في إطار التوعية والحث على الالتزام بالتدابير الاحترازية، وما يسوغ هذا المعطى هو طبيعة تلك الشعارات تم نحتها بالدارجة أو العامية الخاصة بكل دولة، مما يعني أنها تستهدف الفئة الشعبية العريضة في المجتمع العربي. ومنه، يمكن القول إن نوع الجمهور وطبيعته أحد أهم العوامل التي تحدد طبيعة وحجم تأثير الرسالة الإعلامية¹.

و وقفاً على البنية اللغوية لتلك الشعارات يتبدى بأنها ذات صيغة أمرية (خليك، ابقى، الزم)، وإذا كان الأمر هو طلب حصول الشيء على وجه الاستعلاء والالزام، والأمر يقتضي أمراً ومأموراً، فإن الجهات المعنية الرسمية في هذا السياق هي الأمر أي الذي يقدم الأمر ويأمر بالامتثال له، والمأمور هم المواطنون الذين وجب عليهم تنفيذ الأمر، مما يعني أن تلك الشعارات بالرغم على الرغم من بساطتها وسهولة فهمها فإنها تحمل قوة حجاجية ذات بعد إقناعي تأثيري. ومن هذا المنطلق، يمكن أن نتحدث عن القوة التأثيرية للخطاب العامي بحيث لا ينبغي أن ننظر إلى الدارجة أو العامية " نظرة علمية صحيحة من مختلف جوانبها، لأنها ليست مجموعة القواعد اللغوية (...)"، بل إنها بمفهومها الاجتماعي (سلوك فردي وجماعي) وليس مجرد إفادة عقلية، أو مجرد انبعاث صوتي منظم²؛ وهذا يعني أن غايتها هي تحقيق الفعل التواصلية.

وإلى جانب هذا المعطى، يبدو أن الخطاب الإعلامي العربي في مرحلة تفشي فيروس كوفيد 19 عميل على توحيد التصورات والمواقف والآراء؛ إذ لم يعد أفراد المجتمع يعيرون اهتماماً لمرجعياتهم السياسية أو الدينية أو الأيديولوجية بل اجتمعت مواقفهم حول شعار واحد ووحيد هو "جميعاً من أجل محاربة الفيروس"، ولعل هذا المعطى نلمسه في الخرجات الإعلامية التي قام بها رجال الدين والفنانين والسياسيين والشخصيات المشهورة، فقد ساروا يقومون بخرجات إعلامية يستعطفون بها الرأي العام العربي من أجل الالتزام بالمسؤولية أمام تفشي الفيروس³. وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن اختلاف المرجعيات والخلفيات المعرفية لدى الرأي العام العربي خلق نقاشاً إعلامياً موسعاً حول كيفية التعاطي مع الفيروس من حيث مظاهره وتجلياته وموقف الدين والعلم منه⁴. ويبدو أن هذا النقاش خرج بمجموعة من الاستنتاجات شكلت قناعات الرأي العام العربي يمكن حصرها كالآتي:

¹ _ محمد بن عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل، ص 59.

² _ محمد البكاي، اللغة والإعلام، ص 53-54، بتصرف.

³ _ نشير هنا إلى الحلقة التي قَدَمَتها "قناة 4 الفضائية، وقد عنونتها بـ " المشاهير يواجهون فيروس كورونا بالبقاء في المنزل".

<https://www.youtube.com/watch?v=KEtHMVKAEZg>

ويمكن أن نحيل هنا إلى الفيديو الذي أخرجه المنبر الإعلامي المغربي "chouf TV"، وقد عنونه بـ " أشهر الفنانين والرياضيين المغاربة يواجهون رسالة مؤثرة للمغاربة: فيقو وبقا وفديوركوم" (استيقظوا، والزموا بيوتكم). <https://www.youtube.com/watch?v=4CnvBnNWkqM>

⁴ _ نقصد هنا الخرجات الإعلامية التي قام مجموعة من الدعاة الإسلاميين على صفحاتهم الإعلامية، ومختلف القنوات الفضائية الإسلامية مثل: الرسالة و الحمد وإقرأ وغيرها. روابط توثق ذلك: <https://www.youtube.com/watch?v=PDPzpOOGnVg>

- الفيروس مرض عالمي
- الفيروس سريع الانتشار وجب محاربته
- الفيروس يقتضي التعاون والمساعدة بين الشعوب
- الفيروس يستدعي الوعي الجمعي البعيد عن الفردانية
- الفيروس يقتضي المقاربة العلمية المخبرية وليس مقاربات أخرى
- الفيروس له مرحلة مؤقتة، وهو محطة لإعادة مراجعة الذات،
- الفيروس سيغير مجرى السياسة والثقافة العالميتين.
- الفيروس فرض توطيد العلاقة بالثقافة الإعلامية و التكنولوجيا.

وإذا تساءلنا عن الدوافع الكامنة وراء توظيف الرأي العام العربي للمنابر الإعلامية في سياق تفشي الفيروس، فيمكن إجمالها في ما يأتي :

- الحصول على المعلومة وإبصارها
- تأطير الرأي العام عبر توجيه الفهم وتنوير الوعي
- تقويم السلوك الفردي والجماعي داخل المجتمعات
- تنظيم التفاعل والتعايش الاجتماعي داخل المرافق العمومية.

وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن الخطاب الإعلامي العربي من أجل بلوغ غايته التأثيرية في الرأي العام العربي اعتمد على التكرار كآلية حجاجية، لأن " الإعلان لا يكتسب تأثيراً فعلياً إلا بشرط تكراره باستمرار الكلمات نفسها والصياغات ذاتها ما أمكن ذلك (...) فالشيء المؤكد يتوصل عن طريق التكرار إلى الرسوخ في النفوس إلى درجة أنه يُقبل كحقيقة برهانية"¹. ويظهر أن المنابر الإعلامية العربية عملت على تكرار جملة من العبارات لعل أهمها عبارة: "كتبغي بلادك خليك في دارك"؛ فهذه العبارة بحكم كثرتها في المنابر الإعلامية، المغربية تحديداً، جعلت المواطنين يستشعرون عمقها وأثرها الإقناعي، فهي تخاطب حسّهم الوطني، وترتبط سلامة ومصالحة وطنهم بالبقاء في المنازل، وبذلك التزم الناس منازلهم واعتبروا أن مصلحة بلادهم و وطنهم رهينة بالبقاء في المنازل، حتى أصبح لديهم البقاء في المنازل سلوكاً اعتيادياً. ومن هذا المنظور يتحصل أنه "عندما نكرر الشيء مراراً وتكراراً ينتهي به الأمر إلى الانغراس في تلك الزوايا العميقة للاوعي حيث تصنع دوافع كل أعمالنا، فبعد أن تمر فترة من الزمن ننسى من هو مؤلف

<https://www.youtube.com/watch?v=hPvWZx2-11E>

ويمكن التمثيل هنا بالحلقات التي تم تقديمها على " قناة الجزيرة"، في برنامج الاتجاه المعاكس: فيروس كورونا: مؤامرة أم حرب تجاه الإنسانية. حقيقة كورونا: طبيعي أم معدل. هل فيروس كورونا طبيعي أم مصطنع؟. هل فيروس كورونا طبيعي أم ملعوب فيه؟

<https://www.youtube.com/watch?v=VxTykXjI3PI>

<https://www.youtube.com/watch?v=1GNx4-N7Y8c>

<https://www.youtube.com/watch?v=O5uQGzkHmts>

¹ _ غوستاف لوبون، سيكولوجيا الجماهير، تر هاشم صالح، ط، 1 دار الساقى، 2007، ص 133.

القول المكرور وينتهي بنا الأمر إلى حد الإيمان به"¹، وهذا ما وقع للرأي العربي في مرحلة تفشي فيروس كوفيد 19. ويلاحظ أيضا أن الأسلوب الذي تبناه الخطاب الإعلامي العربي كان مقنعا ومؤثرا من حيث طبيعته الدلالية والتداولية؛ إذ كان أسلوبا ذا أهمية بالغة، يجذب الجمهور ببساطته واعتماده على التعابير غير المعقدة التي تجعل الجمهور ينجذب إلى الأخبار والأفكار التي تقدمها وسائل الإعلام.

وبناء عليه، يتحصل أن الرأي العربي تفاعل إلى حد كبير مع الخطابات الإعلامية في مرحلة تفشي الفيروس، حيث أخذ بنهيتها وامتهل لأوامرها، وإن الانخراط الفعال الذي دأب عليه الرأي العربي جعله جمهورا واعيا أشادت به بعض المنابر الإعلامية،² وذلك بسبب التجمهر المنظم وراء الخطاب الإعلامي الذي شكل حلقة وصل بين الجهات المسؤولة والمواطنين العرب، "فيكفي أن يجتمع بعض الأفراد لكي يشكلوا جمهوراً، وحتى لو كانوا علماء متميزين، فإنهم [يصفون ذواتهم] بكل صفات الجماهير فيما يخص الموضوعات الخارجة عن دائرة اختصاصهم. ذلك أن ملكة الملاحظة والروح النقدية التي يمتلكها كل واحد منهم تضمنحل وتبخر"³. وعلى هذا الأساس، اضمحل آراء كل فئات المجتمع العربي (الأستاذ، المهندس، المهني، البيطري، الطبيب النفسي، العامل...) وراء تصريحات الأطباء والخبراء المتخصصين في أمراض الفيروسات التي كانت تُنقل باستمرار على المنابر الإعلامية العربية.

إن ما يمكن أن نستخلصه مما سبق هو أن الرأي العام العربي اتسم بالتلاحم والتماسك الاجتماعيين في مرحلة تفشي الفيروس، متخذاً موقفاً واحداً هو مناهضة انتشار الفيروس داخل المجتمعات العربية، إذ لم يعد التوجه أو التخصص العلمي يتحكم في منطق تعامل الفرد مع تفشي الفيروس، بل أصبح خطاب الخبراء والأطباء خطاباً يعلو ولا يُعلَى عليه، وصارت مواقف المواطنين بمثابة فهم وإدراك وإعادة نقل لما صرّحت به أبحاث وتقارير الخبراء والأطباء والمختصين. وإن هذه الالتفاتة والتضامن الاجتماعي الذي عبّر عنهما الرأي العربي أمام تفشي الفيروس لدليل على الوعي والنضج الذي ميّز المجتمعات العربية في مرحلة انتشار الفيروس، ولعل هذا ما جعل معظم الدول العربية تغلبت على انتشار الفيروس بشكل كلي، ومنذ وقت مبكر (تونس)⁴. ومن هذا المنطلق، يمكن التأكيد على أن الرأي العربي بنى وعياً مُناهضاً لتفشي الفيروس، وكل ذلك استناداً إلى الحضور التوعوي والتنويري الذي لعبه الخطاب الإعلامي في زمن كورونا. وتأسيساً عليه، فإن الخطاب الإعلامي العربي في مرحلة تفشي جائحة كوفيد 19 لعب أدواراً في غاية الأهمية، إذ عمل على نشر الأخبار والمعلومات والتوصيات، فضلاً عن تعبيره عن الوعي الجمعي بين مختلف الدول العربية في علاقتها بالدول الغربية. ومنه، فإن الفيروس استطاع أن يتغلب عن الإنسان ويثقل حركته ويؤثر على اقتصاده وسياسته، إلا أنه لم يقو على السيطرة على الخطاب الإعلامي، وبذلك فإنه هزم الإنسان ولم يهزم الخطاب. وبهذا المعنى نستطيع الإقرار على أن للخطاب الإعلامي سلطة معنوية متعددة الأبعاد يدركها من يُنتجه ويحلله ويؤوله.

¹ _ نفسه، ص 133.

² _ نشير هنا إلى التقرير الإعلامي الذي قدّمته قناة " دبي DUBAI " الفضائية، وقد عنونته ب " تونس: عودة تدريجية للحياة في البلاد بعد السيطرة على الفيروس ". <https://www.youtube.com/watch?v=t1vsXwk9cqA>

و نشير في هذا الصدد أيضاً إلى ما قدمته قناة " MEDI 1 TV " الفضائية في نشرة اقتصادية، أكدت فيها بأن المغرب تصدر الوجهة السياحية العالمية الآمنة لقضاء العطلة ما بعد كورونا. https://www.youtube.com/watch?v=gZYRZQ_EXOc

³ _ غوستاف لوبون، سيكولوجيا الجماهير، ص 69.

⁴ _ نشير هنا إلى ما أكدته قناة " العربي " الفضائية <https://www.youtube.com/watch?v=WQ13CFs9zcv>

III. الخطاب الإعلامي: آلية بيداغوجية للتعليم.

لاشك أن التعليم يعد من أهم القضايا التي تسعى مختلف الدول إلى الحفاظ عليها وتجويدها وتطويرها، إن التعليم قضية ملازمة لقضية السلم والأمن داخل الدولة، ولذلك فإنه لا يمكن أن نتحدث عن نخوض المجتمعات وتقدمها بدون تعليم، ولذلك فإن التعليم يضعنا أمام حقل دلالي دال على التغيير والتنوير والتحضر، إذ بدونه تتلاشى الثقافة وتتخلف الحضارة، وبه تُبنى الحضارات لكي تتجاوز الانحطاط. فالتعليم إذن يمثل المشترك الإنساني في مختلف الأزمنة و الأمكنة.

ومادام أن إصلاح أحوال المواطنين داخل الدول رهين بإصلاح تعليمهم، والحرص على ضمان استمراريته، على اعتبار أنه " بالتعليم و التربية تتحسن الجماهير أو تفسد"¹، فإن هذا ما دفع مختلف الدول العربية إلى اتخاذ قرارات متعددة في المرحلة التي عرف فيها فيروس كوفيد 19 تفشيا واسعا وسط المرافق العمومية، ومن أهم هذه القرارات توقيف الدراسة الحضورية، وتعويضها بالدراسة عن بعد أو ما اصطلح على تسميته بالتعليم الإلكتروني.

إن انتشار فيروس كوفيد 19 دفع المجتمعات العربية إلى الحد من فعل الحركة، ويبدو أن أول المؤسسات التي استُهدفت حركتها منذ البداية هي المؤسسات التعليمية، وبذلك وجد المتعلمون أنفسهم أمام توقيف الدراسة ضمانا لسلامتهم الصحية، ولعل هذا ما حتم على الجهات المسؤولة عن قطاع التربية والتعليم في مختلف البلدان العربية التفكير في الوسيلة التي تُمكن من ضمان استمرارية تعليم المتعلمين أو الطلاب. وعلى هذا الأساس تم الاعتماد على التعليم عن بعد، وقد شكلت منابر الإعلام قناة تواصلية استطاع من خلالها المدرس والمتعلم والطالب أن يجتمعوا فيها من أجل التحصيل العلمي، واستئناف الدراسة بدل توقيفها. ومنه، تم التركيز على الخطابات «الإعلامية التربوية» كآلية بيداغوجية تضمن استمرارية التعليم. وقد اتضح أن الصيغة التي تم الاعتماد عليها في هذا الصدد هي تصوير الدروس من لدن الأساتذة في مراكز مخصصة لذلك، وبعد ذلك يتم بثها في القنوات الإعلامية العمومية²، وذلك وفق جداول زمنية محددة. وإضافة إلى هذه الصيغ تم الاعتماد على تطبيق الواتساب والفيسبوك باعتبارهما وسيلة تكنولوجية تواصلية تساعد على ضمان التفاعل بين المدرس والمتعلم. وإلى جانب هذا لجأت وزارة التربية والتعليم إلى اعتماد مسطحات إلكترونية تتضمن أقساما افتراضية يمكن من خلالها أن ينجز المدرس الدروس بحضور المتعلمين، وذلك وفق تفاعل ديدكتيكي إلكتروني³.

ويظهر أن التعليم عن بعد يعدّه التدبير البيداغوجي الذي سهّل عملية ضمان بناء التعلّمات هو ما أعطى لوسائل الإعلام والاتصال (القنوات التعليمية، فيديوهات تعليمية، وسائل التواصل الاجتماعي، المنصات الإلكترونية، المسطحات الرقمية.. إلخ) إقبالا متزايدا شجع المتعلم والطالب على التعلم وعدم الانشغال بهوس الفيروس ومستجداته، وقد نتج عن كل هذا التزام المتعلمين بالتدابير الاحترازية القاضية ببقائهم في بيوتهم هذا من جهة، ومن جهة أخرى شكل التعليم بواسطة منابر الإعلام البديل الحقيقي الذي فتح

1 _ غوستاف لوبون، سيكولوجيا الجماهير، ص 114.

2 _ نقصد في هذا السياق تجربة وزارة التربية و التكوين المغربية التي اعتمدت على القنوات الفضائية الرسمية كوسيلة للإبصال الدروس إلى المتعلمين (الثقافية، العيون، الأمازيغية).

3 _ نقصد في هذا الصدد تجربة وزارة التربية و التكوين المغربية، التي أدخلت على موقعها المنظمّ للشؤون التربوية، تطبيقا يضمن إنشاء أقسام افتراضية عبر شبكة الأنترنت.

أفق تفكير المدرس والمتعلم على تطوير العملية التعليمية التعلمية بواسطة الاعتماد على الوسائل التكنولوجية في ضمان الاستمرارية البيداغوجية للتعليم، وفتح أفق التفكير بالنسبة للمهتمين والباحثين بالشأن التربوي.

إن التعليم عن بعد جعل المناير الإعلامية تمثل المقام التربوي الذي تتم فيه العملية التعليمية التعلمية، وأنه جعل الأسرة ، بعدها مؤسسة لها دورها في التربية والتعليم، تنخرط في عملية التعليم، إذ أصبح المتعلم والطالب في جو دراسي (أسري تربوي) مخالف لما هو معتاد؛ إذ صار بإمكانه أن يتخذ والديه أقراناً له في التعلم عوض زملائه. ولعل هذا ما زاد من حافزية المتعلم في بناء تعلماته، خصوصاً في التعليم الابتدائي¹، نظراً لكونه أصبح يتمتع بحرية مطلقة، ولا يشعر بتلك الرقابة التي قد يفرضها الفصل الدراسي. فالتعليم عن بعد بهذا المعنى أقحم المتعلم في وسط بيداغوجي جديد لم تكن للمتعمّل سابق تجربة به. وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن التعليم عبر وسائل الإعلام والاتصال ترتبت عنه أكرهات وصعوبات تجاه المتعلم وتجاه أسرته، لأنهما لا يتوفران على سابق تجربة بالتعليم عبر وسائل الإعلام². وعليه، أدخل التعليم عن بعد استراتيجية بيداغوجية جديدة على الأسر الشيء الذي نتج عنه إعادة التفكير في طرائق جديدة من شأنها أن تواكب وتطوّر التعليم عن بعد مستقبلاً³.

ولعله من المفيد من الناحية المنهجية والتحليلية أن نرصد بعض الجوانب السلبية واليجابية للتعلم عبر وسائل الإعلام انطلاقاً من التجربة التي خاضتها مختلف الدول العربية في مرحلة تفشي فيروس كوفيد19 فبخصوص السلبيات يمكن القول :

- إن التعليم عبر وسائل الإعلام يُغيّب دور المتعلم في العملية التعليمية؛ بحيث يصبح المتعلم يتلقى المعرفة دون التفاعل في إنتاجها في علاقة بمدرسه
- التعليم عبر وسائل الإعلام لا يحافظ على مبدأ تكافؤ الفرص بين الطلاب والمتعلمين
- التعليم عبر وسائل الإعلام يغيّب مفهوم التربية ويقتصر فقط على مفهوم التعليم، ولعل هذا ما سيؤثر على بناء شخصية المتعلم؛ بحيث يُفقد جانب مهم ألا وهو التربية والأخلاق
- التعليم عبر وسائل الإعلام يؤثر سلباً على القيمة الاعتبارية للمؤسسات التعليمية، بحيث تفقد قيمتها الرمزية كفضاء خاص ببناء التعلّمات واكتساب المعرفة

¹ _ نمثل هنا بالفيديو الذي تم الترويج له إعلامياً عبر وسائل الإعلام والاتصال المغربية، وقد تمت عنونته بـ "آباء و أمهات التلاميذ يشيدون بتجربة التعليم عن بعد". <https://www.youtube.com/watch?v=T19IOc628S4>

² _ نستشهد هنا بالتصريحات الإعلامية لبعض الآباء و الأمهات من مختلف دول العالم العربي. <https://www.youtube.com/watch?v=sidm21fHwCI>
<https://www.youtube.com/watch?v=wGH57IijPmE>
<https://www.youtube.com/watch?v=aLJsqIL7Ujc>

³ _ نشير هنا إلى الحلقات الإعلامية التي قدمتها بعض المناير الإعلامية بقصد التعريف بالتعليم عن بعد، وقد اتسمت هذه الحلقات بـ : مهارات التعليم عن بعد- أساليبه وطرقه و بعض النصائح/ تطوير التعليم عن بعد عبر الأنترنت وسلوك استخدام الوسائط المتعددة في التعليم غير التقليدي/ كيف تساعد أبنائك على التكيف مع نظام التعليم عن بعد.

<https://www.youtube.com/watch?v=9m2ItzOQIA0>
<https://www.youtube.com/watch?v=aLJsqIL7Ujc>
https://www.youtube.com/watch?v=Gk4_mXfQUcI

- التعليم عبر وسائل الإعلام يسلب من المتعلمين والطلاب البعد الاجتماعي في تكوين شخصيتهم؛ بحيث يصير كل متعلم يتفاعل وحاسوبه أو لوحته الإلكترونية من داخل منزله.

أما بخصوص إيجابيات هذا التعلم فإنه:

- يجعل المتعلم أو الطالب يفتح على الموارد الرقمية والتكنولوجية بشكل إيجابي
- يمنح للمتعملم فرصة تعميق معرفته بكيفية استخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيا
- يمكنه من تلقي الدروس وإعادة الرجوع إليها في كل زمان ومكان
- يعطي للأسر إمكانية مواكبة بناء تعلمات أبنائها عن قرب وبشكل فعال
- يسمح للمتعملم أو الطالب بالبحث عن المعرفة أكثر
- يُسهّل على المدرس عملية الشرح بالبيانات والأشكال والموارد الرقمية السمعية البصرية.

وتأسيساً على كل هذا، يظهر أن التعليم عبر وسائل الإعلام له إيجابيات وسلبيات، ولذلك وجب استثمار إيجابياته والعمل على تجاوز سلبياته. لكن تبقى الإشارة التي تفرض ذاتها في هذا السياق هي أنه على الرغم من كل هاته الأدوار المهمة التي لعبتها وسائل الإعلام والاتصال في ضمان استمرارية التعليم في زمن تفشي كوفيد 19، فإنه ينبغي التأكيد على أن التعليم عن بعد في المجتمعات العربية مازال يطرح جملة من الاشكالات التي تستدعي مزيداً من البحث والتفكير، لا لشيء لأن الوعي العربي عموماً مازال لم يجعل لثقافة الإعلام والتكنولوجيا أهمية في برامج التعليم والتربية والوثائق المرجعية المؤطرة للشأن التربوي، فضلاً عن المضي قدماً من أجل تشكيل ثقافة إعلامية لدى المتعلمين الذين يفكرون في لعبتهم قبل قلمهم¹.

IV. خلاصات و مقترحات:

يُستنتج مما سبق، أن الثقافة الإعلامية والتكنولوجية أصبحت تمثل حاجة ضرورية بالنسبة للإنسان العربي، فهي بمثابة الحاسة السادسة التي يتمتع بها الإنسان في ظل ما تعرفه الثقافة الحديثة من تغيرات وتحولات مستجدة. وإذا كان الأمر كذلك، فإنه وجب على المرء أن يكون فطنا وحذقاً في حُسن استعمالها والتعامل معها، والعمل على تجاوز هيمنتها وسلطتها التي تفرضها بشكل مباشر أو غير مباشر. وبناء على هذا، يمكننا الخروج ببعض الاقتراحات عساها تنظم علاقة الرأي العربي بالمنابر الإعلامية وهي على النحو الآتي :

- عدم الانغماس في الثقافة الإعلامية بإرادة غير مُعقّنة
- مساءلة المرجعيات السياسية والدينية والايديولوجيا للمنابر الإعلامية قبل تبني مواقفها وآرائها

¹ _ نود في هذا السياق أن نؤكد على أن الإعلام " مؤسسة اجتماعية محكومة للقوى الاجتماعية التي تعمل على نقل الثقافة و تجديدها، وهي تشق أهدافها من نفس المصادر التي تشق منها التربية، وبالتالي فإن رسالتها وغايتها تنصب على خدمة المجتمع كما هو الحال بالنسبة للمؤسسة التربوية، ولذلك يمكن الحديث عن وجود أرضية مشتركة بين التربية والإعلام تجز لنا القول بأن العملية الإعلامية هي في بعض جوانبها عملية تربوية، وإن العملية التربوية في بعض جوانبها هي عملية إعلامية، فلا تعارض إذن بين الإعلام والتربية من ناحية المفهوم العام" (الاعلام التربوي (مدخل نظري، راجي اسماعيل وآخرون، دفا تر مجر المسألة التربوية في التحديات الراهنة، عدد5، 2013، ص 126).

- العمل على تطوير المهارات والكفايات الذاتية في مجال ثقافة الإعلام و التكنولوجيا، لأن المستقبل القريب سيكون إعلاميا وتكنولوجيا
- إدراج وسائل الإعلام والتكنولوجيا في منظومة التربية والتعليم، مع مراعاة الأثر الإيجابي على المتعلم
- تأسيس منابر إعلامية مختلفة تهتم أساسا بالمجال التربوي التعليمي (الإعلام التربوي)
- العمل على تطوير التعليم عن بعد بابتكار برامج وموارد رقمية جديدة تُيسّر العملية التعليمية التعلمية.

تأسيسا على ما أسلفنا ذكره، أمكننا القول إن فيروس كوفيد 19 استطاع أن يُريك حسابات مختلف دول العالم، نظرا لكونه جاء بغتة بدون سابق إنظار، كما أنه اتخذ لنفسه غموضا استعصى على العقل البشري، في بداية انتشاره عبر القارات، أن يفهمه ويدركه من أجل التغلب عليه واختراع اللقاح المضاد له. إن فيروس كوفيد 19، بالصورة التي برز بها، غيّر مجرى العالم، حيث إذ خلق أشياء لم يكن العقل البشري يفكر فيها إطلاقا، كما أنه سيغير، لا محالة، أشياء كثيرة في الثقافة العالمية بعد مروره، وذلك راجع إلى التغييرات الثقافية التي أحدثها في الوعي الإنساني عموما والعربي خصوصا.

ويبدو أن البيئة العربية نالت حصتها من تفشي الفيروس، الشيء الذي نجم عنه توقف حركة كل المجتمعات العربية عدا حركة الفيروس الذي دأب يتنقل بين الأشخاص بدون رقيب أو حسيب، وبدون أن يُميز بين الصغير والكبير أو الذكر والأنثى. ويبقى القول مؤكداً بأن الفيروس تغلب عن حركة الإنسان العربي لكنه لم يستطع التغلب على دينامية الخطاب الإعلامي، بدليل أن الحياة الطبيعية للمواطنين لم تتوقف بل تم استبدالها بما أطلقنا عليه في هذه الدراسة ب"الحياة الإعلامية والتكنولوجية" للمواطنين. ومنه، ظل الناس يتواصلون ويعبرون ويتعلمون ويعملون ويمارسون كل مهامهم بشكل إعلامي وتكنولوجي. وبناء على هذا، أمكننا الإقرار على أن ثقافة الإعلام والتكنولوجية أنقذت الإنسان في زمن كورونا. وإلى جانب هذه الاستنتاجات، يتحصل أن الخطاب الإعلامي العربي مثَّل حلقة وصل بين جميع مكونات الرأي العربي، بحيث تم اتخاذه وسيلة للتنوير والتأطير، كما عمل على تيسير المهام المؤسساتية، فضلا عن الدور البيداغوجي الذي استطاع من خلاله المتعلم ضمان دراسته بعد التوقف الذي فرضه انتشار الفيروس. إن الخطاب الإعلامي، بناء على هذه الدراسة، يمكن وصفه بأنه وسيلة تثقيفية وعى من خلالها الصغير (المتعلم) و الكبير (المواطن الراشد).

• لائحة المراجع المعتمدة.

✓ الكتب:

- بيبور بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، تر درويش الحلوجي، ط، 1 دار كنعان، 2004.
- شعيب الغباشي، الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2013.
- عبد القادر ملوك، حجاجية الخطاب الإعلامي، ط1، المغرب، دار الأمان، 2018.
- عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط، 2المركز الثقافي العربي، 2005.

- غوستاف لوبون، سيكولوجيا الجماهير، تر هاشم صالح، ط، 1 دار الساقى، 2007.
- فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، 2010.
- محمد البكاي، اللغة والإعلام مستويات اللغة والتطبيق، دار نينوى، سوريا، 2010.
- محمد بن عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في لنظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، ط2، 1998.
- محمد مشبال، في بلاغة الحجاج نحو مقارنة بلاغية حجاجية لتحليل الخطابات، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2016.

✓ المقالات:

- راجي اسماعيل وآخرون، الاعلام التربوي (مدخل نظري)، دفا تر مخبر المسألة التربوية في التحديات الراهنة، عدد5، 2013.
- محمد مشبال، منزلة الإيتوس في البلاغة الجديدة، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع 10.
- هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي دراسة في ضوء البلاغة الجديدة، مجلة الخطاب، 2011.



The Second issue - October 2020 - The First Year **Refereed Quarterly Scientific Journal**

American International Journal of Humanities and Social Sciences

**ISSUED BY AMERICAN INTERNATIONAL ACADEMY
FOR HIGHER EDUCATION AND TRAINING**

**QUARTERLY JOURNAL ON HUMANITARIAN
AND SOCIAL AFFAIRS**

