

جامعة بادي مختار - عنابة
مديرية النشر



التفواصل

فيا

العلوم الإنسانية والاجتماعية

مجلد 29

عدد 01 - مارس 2023

مجلة علمية محكمة ومفهرسة

التواصل

مجلة محكمة موهرة تصدر عن جامعة باجي مختار - عنابة - الجزائر

مدير المجلة

أ.د. محمد مانع

رئيس جامعة باجي مختار - عنابة

مدير النشر

أ.د. جمال شاي

رئيس هيئة التحرير

أ.د. سميرة صويلح

أعضاء هيئة التحرير

- | | |
|---|---------------------------------------|
| أ.د. الشريفة بوشيدان - جامعة عنابة | أ.د. عمر شريف - جامعة باتنة 1 |
| أ.د. حليلة عمارة - جامعة البلقاء التطبيقية - الأردن | أ.د. جمال قريوح عليوش - جامعة عنابة |
| أ.د. دنيس لقرو - جامعة باريس 8 | أ.د. محمد دقسي - الأردن |
| أ.د. زمام نور الدين - جامعة بسكرة | أ.د. محمد طاري - جامعة سوق أهراس |
| أ.د. شارف عبد القادر - جامعة الشلف | أ.د. نوال بودشيش - جامعة الطارف |
| أ.د. شبيرة بوعلام - جامعة باجي عنابة | أ.د. يوسف سعدون - جامعة عنابة |
| أ.د. صادق فوضيل - جامعة تيزي وزو | أ.د. سميرة صويلح - جامعة عنابة |
| أ.د. عبد الرحمان خلفي - جامعة بجاية | د. علي الوحشي - جامعة الزاوية - ليبيا |
| أ.د. عبد القادر جفلات - جامعة ليل - فرنسا | |

الأمانة

السيدة: أميرة منصوري

السيدة: أنيسة دريوش

السيدة: رندة ناصري

الآنسة: آمال داودي

مديرية النشر

جامعة باجي مختار - عنابة، ص.ب. 12-23000، عنابة

الهاتف / الفاكس: 04 57 00 213 (038) +

الموقع الإلكتروني: tawassol.univ-annaba.dz

البريد الإلكتروني: revue.tawassol@gmail.com

اللجنة العلمية

أ.د الشريفة بوشعدان	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د بوعلام عمار شبيبة	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د دنيس لقرو	جامعة باريس 8 - فرنسا
أ.د حليلة عمايرة	جامعة البلقاء التطبيقية - الأردن
أ.د رحاب يوسف	جامعة بني سويف - مصر
أ.د سميرة صويلح	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د عبد الرحمان خليف	جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية
أ.د عبد القادر شرف	جامعة حسنية بن بوعلي - الشلف
أ.د عبد القادر جفلاط	جامعة ليل - فرنسا
أ.د عمر شريف	جامعة الحاج لخضر - باتنة 2
أ.د قدور مريبوع	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د كمال عليوش قربوع	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د محمد بوادي	جامعة محمد لمين دباغين - سطيف 2
أ.د محمد دقسي	الجامعة الأردنية
أ.د محمد صاري	جامعة محمد الشريف مساعدية - سوق أهراس
أ.د نوال بودشيش	جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
أ.د نور الدين زمام	جامعة محمد خيضر - بسكرة
د. آسيا واعر	جامعة باجي مختار - عنابة
د. رحمة بن سماحيل	جامعة باجي مختار - عنابة
د. عبد الصمد سعودي	جامعة محمد بوضياف - مسيلة
د. علي الوحيشي	جامعة الزاوية - ليبيا
د. فتحة أوهابية	جامعة باجي مختار - عنابة
د. مراد بن حرز الله	المركز الجامعي تندوف
د. نسرين حوار	جامعة باجي مختار - عنابة
د. نوال بوطرفة	جامعة باجي مختار - عنابة

تدقيق لغوي:

أ.د كمال عطاب	جامعة عنابة
د. هاجر ديبج	جامعة عنابة
د. أمينة طالبي	جامعة سطيف 2

قواعد النشر بالمجلة

- 1- تنشر مجلة التواصل الأبحاث المبتكرة الأصلية في اللغات والآداب وفي العلوم الإنسانية والاجتماعية وفي العلوم القانونية والاقتصادية باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية والإيطالية.
- 2- على أصحاب البحوث أن يلتزموا بالقواعد الآتية:
 - 1- أن تكون المادة المرسله للنشر أصيلة لم يسبق نشرها ولم تُرسل إلى جهات أخرى. وعلى صاحبها (أصحابها) تقديم إقرارا خطي بذلك.
 - 2- أن يكتب البحث بلغة سليمة وجمل قصيرة مع الاحترام التام لعلامات الوقف (النقطة، الفاصلة، .. إلخ).
 - 3- ألا يتجاوز حجم البحث اثنين وعشرين (22) صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والهوامش والجدول والأشكال والصور، وألا يقل عن اثنتي عشرة (12) صفحة.
 - 4- أن يذكر في الورقة الأولى من البحث: عنوانه، اسم و(أسماء) المؤلف (ين)، ورتبته(هم) العلمية مرقمين بالترتيب، على أن يكون رقم (1) هو المؤلف المراسل (corresponding author)، المؤسسة التي ينتمي (ون) إليها (مركز بحث/ مخبر، قسم، كلية، جامعة)، رقم الهاتف، والبريد الإلكتروني.
 - 5- ينبغي أن يكون عنوان البحث وملخصه والكلمات المفاتيح بثلاث لغات من اللغات الأربع (العربية، الإنجليزية، والفرنسية، الإيطالية) على أن تكون العربية والإنجليزية إجباريتين.
 - 6- أن لا يتجاوز حجم الملخص سبعة (07) أسطر وأن لا يقل عن أربعة (04).
 - 7- توضع الملخصات الثلاث في الصفحة الأولى ويتقدمها المكتوب بلغة البحث.
 - 8- تعرض الكلمات المفاتيح مباشرة بعد كل ملخص وبلغته، على أن لا تزيد عن ستة (06) كلمات ولا تقل عن أربعة (04).
 - 9- أن يتبع المؤلف(ون) الأصول العلمية في إعداد الأبحاث وكتابتها وخاصة فيما يتعلق بإثبات المصادر وتوثيق الاقتباسات. يشار إلى المراجع المذكورة في النص برقم يوضع بين معقوفين ويثبت في الهامش:
 - إذا كان المرجع كتابا: يذكر اسم المؤلف ولقبه، سنة النشر، عنوان الكتاب، الناشر، مكان النشر، رقم الصفحة/ الصفحات.
 - إذا كان المرجع بحثا: يذكر اسم المؤلف ولقبه، ثم عنوان البحث، اسم المجلة، المجلد(العدد)، الناشر، مكان النشر وتاريخه، رقم الصفحة/ الصفحات.
 - إذا كانت المعلومة مأخوذة من الإنترنت، لابد - إضافة إلى بيانات المراجع - من ذكر عنوان الموقع الإلكتروني كاملاً متبوعاً بتوقيت وتاريخ الاطلاع على المرجع.
 - 10- توضع الإحالات والهوامش التي ترقم بشكل متسلسل من أول البحث إلى آخره مباشرة بعد نص البحث.
 - 11- يحق للمجلة (إذا تطلب الأمر) إدخال بعض التعديلات الشكلية على البحث دون المساس بمضمونه.
 - 12- على الباحث أن يتقيد بالعناصر الآتية وطريقة ترقيم عناوين بحثه الأساسية والفرعية وفق ما يلي:
 - * توطئة (مقدمة): يُطرح فيها الموضوع والإشكالية، وأهمية الدراسة، والدراسات السابقة في الموضوع(إن وجدت).
 - * عرض البحث بعناصره ومباحثه، وينبغي أن ترتب فيه العناوين الرئيسية والفرعية. وترقم وفق تسلسل كل منها مثال ذلك:
 - 1- التحليل الداخلي لمبنة إيدوغ وأدواته:
 - 1-1 تحليل موارد مبنة إيدوغ:
 - 1-2 تحليل كفاءات تسخير الموارد:
 - 1-2-1 من المؤسسة:

1-2-2- من الأشخاص:

.

3- وهكذا

* **الخاتمة:** وتتضمن أساساً النتائج والتوصيات (الاقتراحات).

13- أن يكتب المقال بحسب المواصفات الآتية:

• إعداد الصفحة: (A4)

• **نمط الخط:** (Simplified Arabic) باللغة العربية/ و (Times New Roman) باللغات اللاتينية.• **حجم الخط:**

- عنوان البحث ونصه بالعربية: 13 | - عنوان البحث ونصه باللغة الأجنبية: 12

- الملخص والكلمات المفتاح: 12 | - الملخص والكلمات المفتاح: 12

• بين السطور: 0.0 نقطة.

• هامش الصفحات: اليسار: 2,5 سم، اليمين: 2,5 سم، الأعلى: 2 سم، الأسفل: 2 سم.

• ترقيم الصفحات في الوسط/ أسفل الصفحة.

14- البحث الذي يستجيب لقواعد النشر يخضع إلى عملية الإغفال (Anonymat) ثم يرسل إلى لجنة التحكيم. ويُقبل للنشر إذا حظي بموافقة عضوين منها على الأقل. وفي حال رفض عضو منهما يعرض على محكم ثالث للفصل في مدى صلاحية البحث للنشر. وفي حال قبول البحث بتعديلات يطلب من المؤلف إدخالها في مدة لا تتجاوز الشهر، ثم يتم إطلاع الخبير (ين) عليها قبل أن تنال القبول النهائي للنشر.

15- ترسل الأبحاث في شكل ملف مرفق حصرياً على موقع المجلة بالبوابة الجزائرية للمجلات العلمية (ASJP):

<https://www.asjp.cerist.dz>

16- ما ينشر في المجلة يعبر عن آراء أصحابها ولا يمثل بالضرورة رأي المجلة أو الناشر.

Consignes de rédaction de la revue EL-TAWASSOL

I. La revue El-Tawassol publie des articles originaux dans le domaine des langues, lettres, sciences humaines, et sociales, juridiques et économiques, en langue arabe, anglaise, française et italienne.

II. Les auteurs d'articles s'engagent à :

1. Ne pas avoir soumis et publié leurs articles dans d'autres revues et présentent une déclaration écrite, sur l'honneur à ce sujet.
2. Rédiger un article linguistiquement correct en utilisant des phrases courtes, tout en respectant les signes de la ponctuation. L'article n'excèdera pas vingt-deux (22) pages (incluant bibliographie, marges, tableaux, graphiques et images) et ne doit pas être inférieur à douze (12) pages.
3. La première page doit contenir: le titre complet de l'article, le(s) nom(s) et le(s) prénom(s) de(s) l'auteur (s), son (leur) grade énumérés respectivement, à condition que le premier auteur soit l'auteur correspondant à l'institution à laquelle il(s) appartient (nent) centre de recherche/ laboratoire, département, faculté, université), son (leur) numéro de téléphone, et son (leur) adresse (s) électronique (s).
4. L'intitulé de l'article, le résumé et les mots-clés doivent être rédigés dans trois langues parmi ces quatre langues proposées: l'arabe, l'anglais et le français ou l'italien, l'arabe et l'anglais sont obligatoires.
5. Chaque résumé ne doit pas dépasser sept (07) lignes et inférieur à quatre (04) lignes.
6. Les résumés doivent être insérés dans la première page et devancés par celui rédigé dans la langue de l'article.
7. Les mots-clés doivent être rédigés dans la langue de chaque résumé et insérés au-dessous, variant entre quatre (04) à six (06) mots.
8. L'auteur s'engage à respecter les normes et techniques de la rédaction scientifique, notamment en matière du protocole bibliographique. Les références citées dans le texte doivent être accompagnées d'un numéro inséré entre crochets référant à une note de fin d'article :
 - Si la référence correspond à un livre : le nom et le prénom de l'auteur, l'année de publication, le titre de l'ouvrage, l'éditeur, le lieu de l'édition, et le(s) numéro(s) de (la) page(s) doivent être mentionnés.
 - Si la référence correspond à un article : le nom et le prénom de l'auteur, l'intitulé de l'article, le nom de la revue, le numéro de la revue, l'éditeur, le lieu et la date de l'édition, et le(s) numéro(s) de (la) page(s) doivent être mentionnés.
 - Si l'information est extraite d'un site internet : les données bibliographiques des références ainsi que les sites-web doivent figurer dans la bibliographie suivis de la date et l'heure de consultation.
- 10 Toutes les notes doivent être numérotées successivement et insérées directement à la fin du texte.
- 11 La revue El-Tawassol se réserve le droit, si nécessaire, de modifier la forme sans nuire au contenu de l'article.
- 12 L'auteur s'engage à respecter, d'une part, la numérotation des titres principaux et secondaires de son article et d'une autre part, les éléments suivants conformément à ce qui suit :

- L'avant-propos (l'introduction) comporte le sujet, la problématique, l'objectif de l'étude et les travaux précédents relatifs à la question (s'il y a lieu).
- Les titres principaux et secondaires doivent être successifs, structurés et numérotés selon un ordre bien précis dans le corps du texte, à titre d'exemple :

1. Analyse intrinsèque de la laiterie Edough et ses outils :

1.1. Analyse des ressources de la laiterie Edough :

1.2. Analyse des compétences de mobilisation des ressources :

1.2.1. De l'entreprise :

1.2.2. Des personnes :

2. Et ainsi de suite...

- La conclusion comporte essentiellement les résultats et les recommandations (les suggestions).

13. L'article doit être rédigé comme suit :

- **Mise en page :** (A 4)
- **Police :** Pour la langue arabe Simplified Arabic/ Pour les langues latines Times New Roman
- **Taille de police :**
 - En langue arabe :
 - Intitulé de l'article et son texte : 13
 - Résumé et mots-clés : 12
 - En langues étrangères :
 - Intitulé de l'article et son texte : 12
 - Résumé et mots-clés : 12
- **Interligne :** 0.0 point.
- **Marges :** Gauche: 2,50 cm. Droite: 2,50 cm. Haut: 2 cm. Bas: 2 cm.
- Les pages doivent être numérotées au milieu/en bas.

14. L'évaluation des manuscrits d'articles respectant le présent protocole de rédaction se fait de manière anonyme. Les manuscrits seront envoyés par la suite au comité d'experts et soumis à deux expertises. En cas d'avis clairement contradictoires des deux premiers évaluateurs, une troisième expertise peut être sollicitée. Si l'article est publiable sous réserve de modifications, l'article révisé devra être rendu par l'auteur dans un délai d'un mois au plus tard pour une dernière relecture de la part d'un (des) experts avant son acceptation finale.

15. Les propositions d'articles doivent être exclusivement adressées à la revue via la Plateforme Algérienne des Revues scientifiques (ASJP), à savoir :

<http://www.asjp.cerist.dz>

16. Les opinions émises et publiées dans la revue ne sont pas nécessairement celles de la rédaction et n'engagent que leurs auteurs.

الفهرس

1	مساهمة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في بناء نموذج المدن المستديمة عبد الرحيم سعدي، د. نجاه ساسي
16	استثمار الموارد الحاسوبية في التحليل التداولي للخطاب الأدبي العربي في ظل لسانيات المدونة - أفعال الكلام والإشارات في معلقة طرفة بن العبد أنموذجا- عبد الوهاب معيفي، د. نسيمه قطاف
30	الخطاب الأدبي في ضوء المقاربة التداولية د. مجاهد بوسكين
47	التصنيف النحوي للأفعال الإنجازية في التراث العربي - بحثٌ في آليات التصنيف بين النحاة والبلاغيين- د.محمود طلحة
60	الاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية (الجنس والتخصص) فايزة بلخير
76	الملل المدرسي ومؤشراته - دراسة ميدانية بالمدارس الابتدائية- أمال طاهري، عقيلة خباب
88	علاقة الإعلام الرياضي المرئي بالاتجاه نحو الممارسة الرياضية التنافسية - دراسة ميدانية لتلاميذ المرحلة الثانوية- د. سعيد بن البار، د. النذير بوصلاح، د. رحيمه بن بوسته
110	الثقافة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: مقدمة لقراءة سوسيولوجية د. نوال بوطرفة
119	أثر الذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الاقتصادية - دراسة ميدانية لعينة من مؤسسات جزائرية- د. باية وقتوني، د. عبد الرزاق حميدي
	l'usage des technologies de l'information et de la communication: un défi pour les établissements publics de santé en Algérie HENANE ALDJIA
	139

مساهمة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في بناء نموذج المدن المستدامة

عبد الرحيم سعدي⁽¹⁾ د. نجات ساسي⁽²⁾

1- كلية الحقوق - جامعة الجزائر 1 abd.saadi@univ-alger.dz

2- كلية الحقوق - جامعة الجزائر 1 sacinadjet07@gmail.com

تاريخ الإيداع: 2022/07/20

تاريخ المراجعة: 2023/03/20

تاريخ القبول: 2023/03/28

ملخص

إن ضرورة تصميم مدن ذكية ومستدامة، تصبح قابلة للمشى فيها جنباً لجنب بين تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وجميع عناصر التخطيط البيئي للمدن والبنية التحتية المستدامة، وأعمق من ذلك محاولة غلق دائرة احتياجات المدن وتوفيرها في داخلها بهدف تحسين نوعية الحياة وزيادة جودة المنتجات وخدمات مواصلات عامة وخفض عميق ومتواصل في استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية، والسعي إلى استقرار في النمو السكاني والاستخدام الأمثل للموارد المائية. وهذا يؤكد بدرجة كبيرة أهمية الذكاء الاصطناعي والذي يمكن ترجمته في التخطيط المدمج والمتكامل.

الكلمات المفتاحية: مدن مستدامة، ذكاء اصطناعي، تنمية مستدامة، تكنولوجيا حديثة، وظائف.

Employing artificial intelligence technology within the framework of the sustainable cities model

Abstract

The necessity of designing smart and sustainable cities, which is aligned with artificial intelligence technology and the elements of environmental planning for cities and sustainable infrastructure, in addition to define and provide them for the needs of cities within it, in order to improve the quality of life, besides to the quality of products and public transportation services, in addition to continuous reduction in the consumption of energy and natural resources, to seek stability in population growth and optimal use of water resources. This underlines the importance of artificial intelligence, which can be translated into integrated planning.

Keywords: Sustainable cities, artificial intelligence, sustainable development, modern technology, jobs.

Contribution de la technologie de l'intelligence artificielle dans le cadre du modèle des villes durables

Résumé

La nécessité de concevoir des villes intelligentes et durables qui deviennent praticables en tandem entre la technologie de l'intelligence artificielle et tous les éléments de la planification environnementale des villes et des infrastructures durables, et plus profonde que cela, est la tentative de fermer le cercle des besoins des villes et de les fournir en leur sein. Et une réduction profonde et continue de la consommation d'énergie et de ressources naturelles, Cela souligne grandement l'importance de l'intelligence artificielle, qui peut se traduire par une planification intégrée.

Mots-clés: Villes durables, intelligence artificielle, développement durable, technologies modernes, emplois.

توطئة:

تعتبر المدينة منذ زمن حقلًا هامًا للبحث العلمي بصفاتها ظاهرة قديمة، فهي تمثل نموذجًا للمجتمع الحضري، وهي انعكاس لتزايد التعقد الاجتماعي، واستجابة لظروف اجتماعية وثقافية وجغرافية، وقد انعكس هذا على وظيفتها وعلى كيانها العمراني الذي يختلف باختلاف الزمان والمكان فوظائف مدينة 1950 تختلف عن وظائف مدينة 2020، بالرغم من احتفاظها بالمكان الذي تقوم فيه.

وكمفهوم جديد في تخطيط المدن، أصبح الذكاء الاصطناعي ضرورة ملحة للحفاظ على البيئة الطبيعية واستدامة الموارد، وحل مشاكل المدن القائمة وتحسين الإطار المعيشي للسكان، ومن التخطيط للنمو الحضري المستدام وتوازن بيئي عمراني.

ذلك أن المدن خاصة الكبيرة منها تستهلك كميات كبيرة من الموارد الطبيعية في سبيل تنفيذ خططها للتنمية عن طريق تزايد استهلاك الموارد والطاقة وإنتاج كميات كبيرة من النفايات التي تتسبب في تلوث الهواء والماء والتربة. ومن أجل تحقيق هذا الاستهلاك المفرط وتعزيز إدارة متكاملة لاستهلاك الموارد والحفاظ على البيئة عن طريق تطوير المدن وفق معايير وتقنيات للمدن الذكية والمستدامة وربطها بالذكاء الاصطناعي أصبح أولوية رئيسية للانتقال من المدينة بوضعها الحالي والارتقاء بها إلى مدن ذكية ومستدامة.

وهذا يدفعنا إلى البحث في الإشكالية التالية: كيف يمكن أن تساهم تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير المدن للاستدامة؟.

للإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا المنهج الوصفي، ودراسة النقاط التالية:

أولاً- مدخل مفاهيمي للمدن المستدامة:

ترى بوجو غار نبيه أن المدينة هي بمثابة⁽¹⁾، عناصر لمنظومة عمرانية تنشأ عبر حقبة تاريخية دائمة التغير بتطور الإنتاج، وإعادة الإنتاج والتوزيع، وشبكات الاتصال. فالمدينة هي تعبير عن مجموعة من المعايير الوصفية (منزل، هيكل، مشهد وأنشطة) التي تميزها عن غيرها من التجمعات البشرية الأخرى. ويمكن تعريف المدينة بعدة طرق منها- رسمية حسب السكان، جغرافية أو اقتصادية حيث تتسم جميع التعريفات بسمة رئيسية مشتركة في كون المدينة مكانًا لتركز السكان والنشاطات الاقتصادية، السكن، العمل وغيرها⁽²⁾.

1- مفهوم المدن المستدامة:

كأحد الأفكار الحديثة في مجال التنمية المستدامة، والسعي لتحقيق مدن مستدامة، تجمع بين الاستدامة ومتغيراتها وأهدافها، والحفاظ وحماية البيئة الطبيعية والبيئة الحضرية داخل المدينة. ودمج أبعاد وأهداف التنمية المستدامة في مجال المدن بصورة أكثر فاعلية وتأثيرًا مع المتغيرات المرتبطة بتطور المدينة.

- بؤادر ظهور المدن المستدامة⁽³⁾:

بدأ البحث والتفكير في المدن المستدامة من خلال عقد العديد من المؤتمرات أهمها مؤتمر الأمم المتحدة

المتعلق بالبيئة والتنمية المستدامة سنة 1992 والذي أنعقد بربو ديكا نيرو بالبرازيل حيث تم دعوة المدن

للمشاركة في الأجندة 21 دون أن يتطرق المؤتمر إلى إشكالية الحضرية بصفة مباشرة.

ويتطور خطاب الاستدامة، تم إطلاق أكبر حملة أوربية للمدن المستدامة من خلال أول مؤتمر للمدن

المستدامة الذي كان بالمدينة الدنماركية ألبرغ سنة 1994، حيث التزمت 80 مدينة مشاركة بترقية التنمية

المستدامة من خلال المصادقة على الميثاق الأوروبي للمدن المستدامة وسمي بميثاق ألبرغ وقد تمحورت أفكار

كل المشاركين حول البعد الاجتماعي لسياسات التنمية المستدامة، والبعد النظامي البيئي لهذه التنمية، كما تمت الإشارة لأول مرة في هذا المؤتمر إلى فكرة التخطيط العمراني المستدام⁽⁴⁾.

وفي أواخر التسعينيات اقترح على أن كل مدينة ينبغي أن تكفل حياة صحية وبيئات للعمل وتوفر بيئة تحتية للخدمات الأساسية مثل المياه النظيفة والصرف الصحي وإدارة النفايات، وتماشيا مع المبادئ الأساسية للتنمية المستدامة. يجب أن تكون أي مدينة في حالة توازن مع النظم البيئية.

لذا ظهرت تسميات عديدة للمدن، كالمدن الخضراء والمدن الإيكولوجية والمدن الصديقة للبيئة والمدن الذكية والمدن المستدامة، ولكنها لا تحمل بالضرورة نفس المعنى.

- تعريف المدن المستدامة:

تتلخص فكرة المدن المستدامة في أن المدن تحتاج إلى تلبية الأهداف الثقافية والسياسية والبيئية والاجتماعية إلى جانب تلك الاقتصادية والفيزيائية، فهي تنظيم ديناميكي معقد ومتجاوب مع المتغيرات⁽⁵⁾، وتعرف بأنها المدينة التي تحترم مبادئ التنمية المستدامة والعمران البيئي، وتعمل من أجل تسهيل أساليب العمل والتنقل، ومن أجل تفعيل استهلاك الطاقات المتجددة. وهي في غالب الأحيان عبارة عن تجمع من الأحياء البيئية التي تهدف إلى تقليص بصمتها البيئية، والتي تعتمد على ديموقراطية المشاركة⁽⁶⁾.

ونخلص إلى أنها مدينة خطط لها مع الأخذ بعين الاعتبار الأثر البيئي، وهي التي يقطنها أناس غايتهم تقليل المدخلات المطلوبة من الطاقة والمياه والمواد الغذائية والنفايات الناتجة من الحرارة وتلوث الهواء والمياه من دون أن يترك هذا عبئا على الأجيال القادمة.

2- مميزات وخصائص المدن المستدامة:

مصطلح المدن المستدامة مصطلح سياسي أكثر منه علمي، مثل مفهوم التنمية المستدامة لأنه يخضع للمتغيرات الاقتصادية أساسا، حيث نجد مميزاته في⁽⁷⁾:

- _ مدينة نشطة اقتصاديا.
- _ المدينة المستدامة هي مدينة مكتفية ذاتيا.
- _ مدينة تتولى نفقات التنمية المستدامة.
- _ مدينة متجانسة: وهي المدينة التي تتضمن التجانس الاجتماعي، والاقتصادي، والبيئي والمجالي ومختلف النشاطات الحضرية وإنعاش التركيبة الحضرية بهدف تصحيح الاختلالات المجالية.
- _ لها القدرة على تلبية الاحتياجات المحلية الأساسية.
- _ تعمل على التخفيف من بصمتها البيئية وعلى ترميم الإرث الطبيعي.
- ترتبط أبعاد المدن المستدامة بنظريات التنمية المستدامة، كالاقتصاد، والموارد الطبيعية، ونوعية المعيشة، والنقل، وغيرها من أبعاد التنمية المستدامة، ونذكر فيما يلي على سبيل المثال بعض خصائص المدن المستدامة:
- _ **الاقتصاد الذكي والمستدام:** هو الاقتصاد المشجع للابتكار والزيادة والإنتاجية، زيادة على ريادة الأعمال وتنمية روح الابتكار والتنافس على الإنتاج الممتاز بواسطة استخدام أحدث البرامج التكنولوجية، والتي تراعي البعد البيئي في عملية التنمية⁽⁸⁾.
- _ **البيئة المستدامة والذكية:** هي البيئة الطبيعية أو العمرانية، لتمثل البيئة المادية للمدينة التي يتم إجراء جميع الأنشطة من خلالها، أي جعل البيئة الطبيعية والمشيدة في محور التنمية الشاملة للمدينة لا خارجها.

ـ **الحكومة الذكية:** هي تطوير منظومة العمل الحكومي باستخدام الوسائل الإلكترونية من خلال:

- تقديم المعلومات: وذلك بإتاحة كافة الفعاليات والمعلومات المتعلقة بسكان المدينة.
- الاتصالات: القدرة على تبادل المعلومات والتواصل بين السكان والحكومة.
- التعاملات الإلكترونية: من خلال تأدية الخدمات الإلكترونية⁽⁹⁾.

ـ **الحياة الذكية:** وتتمثل في تدريب الأفراد المستخدمين للتطبيقات المتعددة لتحويلهم إلى مستخدمين أذكياء، مهيئين للاستفادة من كل الخدمات والتطبيقات التي توفرها المدينة، فضلا عن التجهيزات التي تبدأ من الأجهزة الذكية المحمولة لتنتهي بالخدمات الضخمة مثل تمديدات الألياف البصرية الخاصة بمعدات الأنترنت⁽¹⁰⁾.

ـ **المواطن الذكي:** المواطن يمثل المجتمع في المدن الذكية، حيث يلعب الدور الأكثر أهمية في تحول المدينة، وهو المصدر الرئيسي لمعظم البيانات اللازمة لتوجيه المدينة للاستدامة، وهو المسؤول عن تحويل المدينة من التقليدية إلى المتطورة والذكية والمستديمة القائمة على ابتكار التكنولوجيا التي تقدم حلولاً للمشاكل داخل المدينة وتنمية مستقبله ليستطيع ممارسة كافة الأنشطة والخدمات مثل مؤسسات الحكومة والبريد والتجارة والخدمات الإلكترونية، وغيرها من الخدمات⁽¹¹⁾.

3- مكونات المدن المستديمة:

للمدينة المستديمة حجم حضري يختلف عن حجمها التقليدي غير الذكي بالشكل الذي يميزها عن نظيرتها من المدن الأخرى، يكمن هذا الاختلاف في طبيعة المكونات والمقومات الأساسية والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية⁽¹²⁾:

ـ **المدينة المادية:** هي المدينة الحقيقية مع سكانها والبنى التحتية مثل الطرق والمباني والمحلات والمدارس، والمستشفيات، والأماكن العامة، وكل ما يمكن أن يتواجد في بيئة المدينة وتشمل البنية التحتية والاتصالات والتكنولوجية المستخدمة، إضافة إلى المكونات المادية لتسهيل نشاطات النقل والتعليم والتجارة والحياة اليومية والعملية وغيرها⁽¹³⁾.

ـ **قابلية وإمكانات الابتكار:** من الممكن اعتبار هذا البند كمنظومة قائمة بذاتها، حيث إن هناك دورة نشاطات مستدامة تعمل لخدمة التنمية في المدينة الذكية وتتضمن هذه المبادئ الأساسية للمراقبة والحقائق الظاهرة وإحداث حياة في المدينة، والتي بدورها تقود إلى خلق ابتكار وتطور إستراتيجي يتوج بالاستخدام المناسب في مختلف مجالات المدينة.

ـ **التطبيقات والأنظمة:** كنتيجة للابتكار يجري اقتراح وتحديد تطبيقات وأنظمة، ومن ثم تطوير، ومن المتوقع عموماً التركيز على أربعة أنواع، وهي: الذكاء، والتعلم، والإبداع التشاركي، والتسويق⁽¹⁴⁾.

ويكمن الهدف من هذه العناصر المكونة للمدن المستدامة في عصر التكنولوجيا، تسهيل الخدمات المقدمة للمجتمع، وتمكينهم من ممارسة حقوقهم وحررياتهم بشكل أفضل إلى جانب زيادة كفاءة الوحدات المحلية، مما يترتب عليها⁽¹⁵⁾:

- التقليل (الحد من) نسبة انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون في الجو.
- تحقيق أفضل نوعية بيئية بما يحقق نمط الحياة المناسبة للسكان.
- تنمية وتطوير الأنظمة والخدمات المعلوماتية، ووضعها في متناول الجميع.
- تحقيق النمو الاقتصادي، بما يوازي جودة ونمط الحياة.

- تنمية شاملة للمجتمعات المحلية للمدينة المستدامة.
- ضمان الانسجام والتنسيق بين الفئات المختلفة للسكان.
- تطوير المدينة، بوصفها مختبرا لتشجيع الاستدامة.
- رفع مستوى مهارات الأفراد خاصة الفئات العمالية.

نخلص إلى أن المدينة المستدامة هي نموذج لمستقبل مستدام، ليكون مكانا للعيش والعمل والتعلم للأجيال الحاضرة والمستقبلية، ويشتمل على أكثر المفاهيم والممارسات القيمة للتنمية المستدامة، في جميع أنحاء العالم والمجتمعات. للوصول إلى مدن مستدامة قائمة على مجموعة المعارف وأنظمة الذكاء الاصطناعي، التي تضع البيئة في محور التنمية الشاملة، وتحقق العدالة الاجتماعية لسكانها وتعزز مفاهيم الديمقراطية والمشاركة في صنع القرار، واعتماد المواطن على الذات في تلبية الحاجات الأساسية، وضمان الحدود الدنيا من نوعية الحياة المقبولة لكافة أفراد المجتمع.

ثانيا- الذكاء الاصطناعي في منظومة المدن المستدامة:

الذكاء الاصطناعي هو علم هدفه الأول جعل الحاسوب وغيره من الآلات تكتسب صفة الذكاء، ويكون لها القدرة على القيام بأشياء ما زالت إلى عهد قريب حصرا على الإنسان كال تفكير والتعلم والإبداع والتخاطب. وجدير بالذكر أن دمج هذه التكنولوجيا في نموذج إطار المدن سوف يؤدي دورا مهما في إستراتيجية الذكاء الاصطناعي في تطوير نظم المدينة لكي تتواءم مع التغيير المستدام في الحاضر والمستقبل.

1- مفهوم الذكاء الاصطناعي:

يعد عالم الذكاء الاصطناعي المبهر شأنه شأن المجالات الجديدة التي لم يتم تناولها بكثرة، ويمكن نقل هذا موضوع إلى القارئ بشكل غير تقني وبأسلوب خال من المصطلحات المعقدة خاصة في مجال العلوم القانونية، لأنه يعد من أهم التحديات التي لم تواجه البشرية مثلها من قبل.

- تعريف الذكاء الاصطناعي⁽¹⁶⁾:

دائما ما يعد الذكاء الاصطناعي مجالا متشعبا، حيث إنه يجمع في الوقت نفسه بين الفن والعلم وبين الهندسة والنفس، وإذا كان هذا الزعم مبالغ فيه على مستوى النظري، فيجب أن تكون على دراية بأن الذكاء الاصطناعي قد أثمر بالفعل عددا من البرامج التي تحاكي المشكلات وكذلك مراحل تطورها التي تمر بها، مثل البرامج التي تكشف المعاملات المالية المزيفة وظهور الروبوت الذي يمكنه دخول المعامل لتنظيفها من النفايات الضارة نظرا لما تمثله من خطر على الإنسان، كذلك هناك برامج يمكنها رسم الصور، وأخرى يمكنها القيام بالتشخيص الطبي، وبرامج يمكنها التدريس وأخرى يمكنها التعليم.

لذا يعد الذكاء الاصطناعي دراسة للسلوك الذي في البشر والحيوانات، كما أنه يمثل محاولة لإيجاد السبل التي يمكن بها إدخال مثل هذا السلوك على الآلات الاصطناعية، علاوة على ما سبق، يعد الذكاء الاصطناعي من أصعب الموضوعات وأكثرها إثارة للجدل للبشرية بأسرها⁽¹⁷⁾.

وأفضل ما يقال إن هذه النجاحات تعرض بعض الصور لما يمكن تحقيقه ذات يوم، والأهم من ذلك أنها تعد دليلا على وجود رؤية واسعة وجلية تحت على دراسة الذكاء الاصطناعي.

- أساليب وأدوات الذكاء الاصطناعي⁽¹⁸⁾:

لم يحدد باحثو الذكاء الاصطناعي مجالات عملهم على الإطلاق من حيث مجموعة معينة من أساليب البحث، قد نقول إنه يوجد في مجال الذكاء الاصطناعي على الأقل الكثير من الأساليب مثلما يوجد الكثير من الباحثين، وهناك عدد من الأسباب وراء ذلك، لأنه علم دراسة وتصميم الأنظمة الذكية وصنع الآلات الذكية. أولاً، يجب أن يتسم مثل هذا الموضوع متعدد المجالات بالانتقاء في اختياره للأساليب.

ثانياً، دائماً ما يكون من السهل على الباحثين في مجال الذكاء الاصطناعي السعي وراء أهداف متعددة. وعلى مدار تاريخ الذكاء الاصطناعي بأكمله، لم تسفر هذه الإنجازات الكبيرة عن شيء سوى التقدم قليلاً إلى الأمام. حتى الآن، هناك تقدم مستمر في الذكاء الاصطناعي، لكن دون وجود أية طفرات. إن الأداة الأساسية المستخدمة في أبحاث الذكاء الاصطناعي تتمثل في أجهزة الكمبيوتر الرقمية، وهذا لا يعني بالقطع الاعتماد كلياً عليها. ففي المقام الأول، ما الكمبيوتر إلا أداة. ويتم استخدامه نظراً لأنه يمكن الباحثين من إنشاء "أنماط سلوك" بصورة سريعة ودراستها، وهي تشكل جوانب العالم الفعلي⁽¹⁹⁾.

2- أهمية الذكاء الاصطناعي لاستدامة المدن⁽²⁰⁾:

باختصار شديد فإن أهمية الذكاء الاصطناعي أكبر من أن تحصى في نقاط سريعة، ولكن يمكن الإشارة إلى بعض الجوانب منها:

- _ من المتوقع أن يساهم الذكاء الاصطناعي في المحافظة على الخبرات البشرية المتراكمة بنقلها للآلات الذكية.
- _ بسبب الذكاء الاصطناعي سيتمكن الإنسان من استخدام اللغة الإنسانية في التعامل مع الآلات عوضاً عن لغات البرمجة الحاسوبية مما يجعل الآلات واستخدامها في متناول كل شرائح المجتمع حتى من ذوي الاحتياجات الخاصة بعد أن كان التعامل مع الآلات المتقدمة حكراً على المختصين وذوي الخبرات.
- _ سيلعب الذكاء الاصطناعي دوراً مهماً في الكثير من الميادين الحساسة كالمساعدة في تشخيص الأمراض ووصف الأدوية، والاستشارات القانونية والمهنية، والتعليم التفاعلي، والمجالات الأمنية والعسكرية⁽²¹⁾.
- _ ستسهم الأنظمة الذكية في المجالات التي يصنع فيها القرار، فهذه الأنظمة تتمتع بالاستقلالية والدقة والموضوعية وبالتالي تكون قراراتها بعيدة عن الخطأ والانحياز والعنصرية أو الأحكام المسبقة أو حتى التدخلات الخارجية أو الشخصية.
- _ ستخفف الآلات الذكية عن الإنسان الكثير من المخاطر والضغطات النفسية وتجعله يركز على أشياء أكثر أهمية وأكثر إنسانية ويكون ذلك بتوظيف هذه الآلات للقيام بالأعمال الشاقة والخطرة واستكشاف الأماكن المجهولة والمشاركة في عملية الإنقاذ أثناء الكوارث الطبيعية.

3- مظاهر الذكاء الاصطناعي في المدن المستدامة:

يمكن النظر لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتحويل مدنها إلى مدن مستدامة، أنها تضيف أهدافاً جديدة، أو بمعنى أدق تضيف معايير جديدة لضمان جودة الحياة (اقتصادياً، واجتماعياً، وبيئياً) بالمدن واستمراريتها للأجيال القادمة.

- **المدينة المعلوماتية:** هي البيئات الرقمية التي تجمع معلومات، وتسلمها إلى المجتمع عبر شبكة الإنترنت، وتعتبر المدينة المعلوماتية مركزاً حضرياً للتجارة والخدمات الاجتماعية، والتفاعلات الاجتماعية بين الناس والشركات والمؤسسات الحكومية، كأحد مظاهر الاستدامة في المدن⁽²²⁾.

- **المدينة الرقمية:** هي مجتمع متصل يجمع بين البنية الأساسية للاتصالات، والبنية الأساسية للخدمة الرقمية، والخدمات المبتكرة لتلبية احتياجات الحكومة وموظفيها والمواطنين والشركات، وتهدف لخلق البيئة المناسبة لتبادل المعلومات والتعاون وتبادل الخبرات بين جميع سكان المدينة⁽²³⁾.

- **المدينة التعليمية:** هي التي تحشد كل مواردها في كل القطاعات لتطوير وإثراء قدراتها البشرية لتعزيز النمو الشخصي، والحفاظ على التماسك الاجتماعي، وخلق الازدهار، ويرتبط هذا المفهوم إلى حد كبير بمفهوم المعرفة، والتي تمثل السمات الرئيسية للذكاء الاصطناعي⁽²⁴⁾.

- **المدينة الإبداعية:** هي المدينة التي تضم المعنيين بخدمات الابتكار، والاقتصاد القائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وعلى الرغم من أنها تلعب دورا هاما، إلا أن الإبداع يمكن أن يأتي من أي مصدر بما في ذلك أي شخص يتناول القضايا بطريقة مبتكرة، تسمح بإشراك المواطنين في تنمية المدينة، واكتساب القدرة الشخصية في تلبية احتياجاتهم داخل المدينة⁽²⁵⁾.

- **المدينة البيئية:** هي المدينة التي يتلاقى فيها الاهتمام بمبادئ المعيشة مع وسائل الحفاظ على البيئة، من خلال القضاء على جميع النفايات، وإنتاج الطاقة من مصادر متجددة، وإدماج البيئة في عملية التنمية في المدينة، وتقليل المدخلات (الموارد) والمخرجات (النفايات) للحد الأدنى. وتمتلك الدافع لتحفيز النمو الاقتصادي، والحد من الفقر والجوع، وتنظيم المدن بحيث تكون صديقة للبيئة، وبالتالي الوصول إلى أعلى كفاءة في حماية البيئة والحفاظ عليها واستدامتها للأجيال القادمة⁽²⁶⁾.

ثالثا- توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في استدامة المدن:

إن استعمال التكنولوجيا الحديثة يتحقق على مستوى القطاعات كافة، وذلك باستثمار الإمكانيات الهائلة التي تنتج عن تلاقي الذكاء الاصطناعي وكل مجال يمس البشرية، سعيا لتوظيفها في مجالات العمل البيئي بما يحقق التنمية المستدامة.

1- مجالات توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي:

نعتمد على ضرورة الربط بين تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وأسس ومعايير استدامة المدن في المجالات التالية:

أ- **الطاقات المتجددة:** تعد مصادر الطاقة المتجددة أحد أهم البدائل الصديقة للبيئة والتي يمكن الاعتماد عليها بديلا عن الطاقة التقليدية غير المتجددة لتقليل الأضرار التي تتعرض لها البيئة، وذلك بالاستعمال الأمثل لهذه المصادر من أجل تقليص غاز التدفئة، وتحقيق بنايات وتجهيزات بنسبة صفر كربون⁽²⁷⁾، والعمل على تحسين طرق توليد الطاقة مع التركيز على استخدام الطاقة المتجددة وتنظيم الطلب عليها، من خلال نشر أجهزة الاستشعار والعدادات الذكية داخل المباني لجمع البيانات ومراقبة التحليل وتحسين طرق استخدام الطاقة داخل المباني.

ب- **النفايات:** يعتبر إعادة تدوير النفايات أمرا في غاية الأهمية بسبب تأثير النفايات السليبي على البيئة وعلى حياة الإنسان، وذلك بالاعتماد على الأجهزة التي تعمل بالذكاء الاصطناعي لتحذير الأشخاص الذين يعيشون في المدن والمناطق الحضرية حول مستويات التلوث في مناطقهم، وهناك أدوات موجودة حاليا يمكنها الكشف عن مصادر التلوث بشكل سريع ودقيق، في الهواء والنفايات المنزلية والخطرة... الخ⁽²⁸⁾.

ج-المياه⁽²⁹⁾: اتحظى لموارد المائية بأهمية كبيرة، وذلك لاعتبارها أساس حياة كل الكائنات، وبالتالي فندرتها مشكلة كبيرة تؤرق كاهل كافة الدول. وهو ما أدى بالباحثين في هذا المجال إلى القيام بأبحاث وتجارب، والوصول إلى تقنيات وتكنولوجيا حديثة، للحد من هذه المعضلة، والوصول إلى إرساء وتعزيز الأمن المائي، ومن بين هذه التجارب نذكر:

_ تكنولوجيا التحكم في الطقس في الصين (تلقيح السحب) من أجل إحداث هطول الأمطار خلال فترات الجفاف والحد من البرد، من أجل تحقيق نسب إضافية مرتفعة في معدل هطول الأمطار، لذلك خصصت الصين مبلغا قدره 30 مليون دولار لإنفاقه على برنامجها المخصص للتحكم بالطقس.

_ استخدام التكنولوجيا في معالجة مياه الصرف الصحي في كل من بلجيكا والهند، وتحويل مياه الصرف الصحي إلى مياه نقية للشرب وسماد باستخدام الطاقة الشمسية. وهي التكنولوجيا الحيوية أو ما يعرف بالبيو تكنولوجيا والتي تعرف بأنها العلم الذي يتناول طرق استعمال النظم الحيوية (كاننا أو أجزاء منه) لإنتاج منتج مفيد أو خدمة مفيدة، فهناك العديد من تطبيقات التكنولوجيا الحيوية التي يمكنها أن تؤدي دورا مفيدا في معالجة مياه الصرف الصحي منها استخدام النباتات والميكروبات. ولقد تم تطوير سلالات من الطحالب تعمل على إزالة المعادن الثقيلة والنيتروجين والفسفور من مياه الصرف لجعلها آمنة لإعادة استخدامها، وما زالت البحوث جارية في مجال استخدام البكتيريا الزرقاء المعروفة أيضا بقدرتها على امتصاص المعادن الثقيلة كمرشحات حيوية.

_ استخدام كرات الظل لمنع تبخر مياه الشرب في أمريكا، هي فعالة وقليلة التكلفة، لم تتجاوز قيمة المشروع بأكمله مبلغ 35 مليون دولار أمريكي، حيث يكلف استخدام الوسائل التقليدية الوزارة 300 مليون دولار أمريكي. ومدة صلاحياتها 10 سنوات. إذ ألقت وزارة المياه والطاقة في لوس أنجلوس 96 مليون كرية بلاستيكية سوداء في خزان مجمع " فان نورمان" للمياه الصالحة للشرب بمدينة سيلمار. وهي مادة مسرطنة تتشكل عندما تتفاعل مادة البروميد والكلور مع أشعة الشمس في مياه الخزان، والبروميد موجود بشكل طبيعي في المياه الجوفية، فيما الكلور لقتل البكتيريا، ولكن ضوء الشمس هو العنصر الذي يهدد هذا المزيج.

_ تحلية المياه باستخدام تقنية الكيمياء الكهربائية في السعودية، لا تستهلك إلا القليل من الطاقة، حيث لا تتعدى 3 فولت، وتم تسجيلها كبراءة اختراع ويتم تطويرها حاليا من خلال شركة ناشئة يطلق عليها okeanos technologies، تعتبر تقنية الكيمياء الكهربائية من أبرز التقنيات الحديثة المستخدمة في تحلية المياه، حيث تحتوي على تطبيق جهد كهربائي على شريحة بلاستيكية مليئة بمياه البحر المالحة، وتنقسم إلى فرعين، ويعمل هذا التغير على توجيه الأملاح في الفرع الأول للقناة والمياه العذبة في الفرع الآخر.

_ المصفاة البحرية لتحويل مياه البحر الى مياه صالحة للشرب في بريطانيا، وهي مصنوعة من مادة " الغرافين" إحدى صور الكربون ويعرف بأنه أرقى مادة في العالم ويبلغ سمكه ذرة واحدة علما أنه أقوى 200 مرة من الصلب. بما يسمح بزيادة قدرته على التنقية وبات بإمكان الغشاء الجديد أن ينقي مياه البحر ويجعلها صالحة وآمنة للشرب، ويعتبر العالم أندره غيم وكوستيا نوفو سيلوف أول من استطاع فصل مادة الغرافين، وهما من جامعة مانشستر وكان ذلك في عام 2004، وحصل على جائزة نوبل في الفيزياء لهذا السبب.

د- المناطق الخضراء: تعد المناطق الخضراء والحدائق والمنتزهات العامة من أساسيات التخطيط للمدن الحديثة عند إنشائها لخلق بيئة عامة لقضاء أوقات الراحة والترفيه للسكان ومرافق الدولة الأخرى، مع التركيز على التنوع

البيولوجي المحلي والحياة البرية وإعادة تأهيل الغابات وحمايتها من الخصائص الإقليمية المكونة لها لتحقيق مدينة صحية، كنموذج لمدينة خضراء كأحد متطلبات التنمية المستدامة في ضوء المتغيرات البيئية⁽³⁰⁾. ومن بين التجارب لتطبيقات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ما يلي⁽³¹⁾:

– استخدام الميكوريزا لمساعدة النباتات للتغلب على ندرة المياه في الهند، وهو يظهر الإمكانيات التي توفرها علوم التكنولوجيا الحيوية وعلوم الميكروبيولوجي للحد من آثار الجفاف على النباتات، وزيادة النمو وتحسين قدرة النبات على امتصاص الماء من أكثر المواضع إثارة، لخفض كمية المياه اللازمة للري وتقليل الإصابة بالأمراض والآفات وتحسين إنتاجية وجودة المحاصيل. فعلى سبيل المثال، فإن تطبيق استخدام الميكوريزا يمكن أن يساعد في زيادة كفاءة استخدام المياه خصوصا عند تطبيقه مع استخدام غيرها من الكائنات المفيدة مثل البكتيريا العقدية عندما تقترن بتعزيز النمو عن طريق استخدام مصادر رخيصة الثمن من مصادر مثل الفوسفور والفوسفات الصخري.

– ابتكار "أوبا بكتين" في كاليفورنيا، وهو ابتكار خارج من جامعة كاليفورنيا حديثا، إذ يتمثل في ابتكار مادة كيميائية يمكن وصف وظيفتها بأنها تقوم بمساعدة النبات في امتصاص المياه والاحتفاظ بها، بما يمكن أن يساعد في وقف موجة الخسائر السنوية الهائلة للمحاصيل، بسبب تداعيات الجفاف. وتحاكي هذه المادة حمض الأبسيسيك وهو الهرمون الطبيعي الذي تنتجه النباتات استجابة لضغط الجفاف، حيث يبطئ هذا الهرمون من نمو النبات، لذلك لا يستهلك ماء أكثر مما هو متاح وبالتالي لا يذبل، وهو ما دعا الباحثين لابتكار خيار أقل تكلفة وهو "أوبابكتين". بما يشكل رابطتين محكمين مثل الأيدي التي تمسك بالمقبض وبالبحث في ملايين الجزئيات المختلفة التي تحاكي الهرمونات.

– انتهاج تقنية الزراعة الذكية في الهند، في ضوء التغيرات المناخية وما أحدثته من تحديات لقطاع الزراعة، ظهر ما يعرف بالزراعة الذكية وتعني انتهاج أساليب زراعية جديدة تأخذ في الحسبان التغيرات المناخية، ويقوم نهج الزراعة الذكية على تطوير إستراتيجيات زراعية تضمن الأمن الغذائي المستدام.

تعتبر الهند من الدول التي حققت تقدما كبيرا في مجال الزراعة الذكية، ففي مزارع كارنال بالهند يستخدم المزارع جهاز Green Seeker لقياس صحة محاصيله، وتتيح هذه الأداة المحمولة تحديد أفضل كمية من الأسمدة للمحاصيل ويساعد الجهاز المزارعين على تحسين إنتاجيتهم بمرونة ويحد من الآثار المترتبة عن التغيرات المناخية وبالتالي تحسين الإنتاجية.

تجدر الإشارة إلى أن مفهوم الزراعة الذكية تم إطلاقه من خلال برنامج البحوث التابع لمنظمة الزراعة والأمن الغذائي والتي تضم 20 دولة، وتقوم اللجان التابعة لهذه المنظمة بمساعدة الدول على تبني سياسات الزراعة الذكية.

و- **النقل المستدام**: يمكننا أن نصنف النقل الحضري كأحد أهم عناصر التخطيط المستدام، من خلال توفير الاحتياجات الحياتية من مسافة قريبة وزيادة جودة المنتجات المقدمة وتوفير خدمات مواصلات عامة مع الاهتمام بالغطاء الأخضر، وهذا يقلل من الاعتماد على وسائل النقل الحضري وتكوين أنماط الشوارع ذات ممرات خضراء يشجع على السير على الأقدام بحيث تكون سريعة ومباشرة⁽³²⁾.

النقل المستدام هو مفهوم يشير إلى أي وسيلة نقل ذات تأثير منخفض على البيئة، ويشمل النقل غير الميكانيكي والمشبي وركوب الدراجات والمركبات الخضراء، وبناء أو حماية أنظمة النقل في المناطق الحضرية وحفظ المساحات وتعزيز أنماط الحياة الصحية.

حيث تحاول تقليل الاعتماد على المدينة واستخدام الغازات المسببة للاحتباس الحراري عن طريق استخدام التخطيط الحضري الصديق للبيئة⁽³³⁾. وهنا نشير إلى بعض التجارب فيما يخص التخطيط للنقل المتكامل وهي⁽³⁴⁾:

__ خطة النقل المتكاملة المحددة الخاصة بدولة نيوزيلاندا.
__ منهج أي اس أي (المنهج الشامل والمستدام لتخطيط النقل الحضري) التي اقترحتها الوكالة، Giz الألمانية للتعاون الدولي.
وكلاهما يربط تخطيط النقل المتكامل بين عمليتي تخطيط النقل، وتخطيط الاستغلال على الأرض، ويهدفان إلى:

__ إمكانية الوصول.

__ الصحة والأمان.

__ التكلفة.

__ استهلاك الموارد الطبيعية.

__ التأثيرات البيئية المحتملة.

وهذه المعايير تستخدم لقياس الاستدامة في جوانبها المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية.
ي- الصحة⁽³⁵⁾: يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين جودة الخدمات بأسعار معقولة، وتحسين توزيع الموارد في المجتمعات المحلية التي لديها نقص في التنمية والعمالة، وتوفير حلول شاملة ومتجاوبة فيما يتعلق بقرارات الرعاية الصحية أو التشخيص أو الفرز أو العلاج. ومع ذلك، لا يكفي نشر هذه الحلول بشكل عشوائي إذ يجب علينا دراسة كيف يمكن لهذه التطبيقات أن ترفع من جودة عمل الممارسين الطبيين وحياتهم في الميدان، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر الحد من الإرهاق وإنشاء مزيد من السبل لتحسين التوازن بين العمل والحياة. وتحقيقاً لهذه الغاية سيوسع مسار حلول الذكاء الاصطناعي من أجل الصحة نطاق هذا العمل من خلال تحديد سبل جديدة يمكن للذكاء الاصطناعي من خلالها تحسين خدمات الرعاية الصحية والمهنة بشكل عام.

2- دور الذكاء الاصطناعي في استدامة المدن:

إن للذكاء الاصطناعي القدرة على تسريع الجهود العالمية في جعل المدن مستدامة والحفاظ على الموارد من خلال مراقبة وإزالة الغابات، والتنبؤ بالظروف الجوية القاسية، ويستخدم في⁽³⁶⁾:

__ جمع وتحليل البيانات للمساعدة في مكافحة التغير المناخي.

__ المحافظة على التنوع البيولوجي من خلال مراقبة التغيرات في استخدام الأراضي ومراقبة الغطاء النباتي، والتنبؤ بالكوارث الطبيعية ومراقبة وتحليل أثرها...، عن طريق الذكاء الاصطناعي المتصل بالأقمار الاصطناعية.

__ في مجال تحسين نوعية الهواء، عن طريق الأجهزة التقنية الذكية للهواء التي تستخدم الذكاء الاصطناعي لقياس (جودة الهواء، البيانات البيئية).

__ وضع مواقع بيانات بيئية طويلة المدى، لفهم كيفية تغير النظم البيئية بشكل أفضل.

- _ جمع البيانات حول مجموعة متنوعة من العوامل، مثل درجة الحرارة، والهواء وسرعة الرياح واتجاهها والرطوبة، والتي قد تؤثر على انبعاثات الكربون ومستويات الضوضاء والتلوث.
- _ تقدير التأثير المحتمل للتعرض للتلوث على الصحة العامة للإنسان.
- _ تساعدنا الأنظمة التي تعمل بالذكاء الاصطناعي في الحد من كمية الطاقة المهدرة في المنزل من خلال إيقاف تشغيل أنظمة التدفئة والأضواء عندما يغادر المنزل.
- _ ف تساعد هذه الأنظمة ي جميع أنحاء العالم، في مكافحة الجفاف من خلال مراقبة المناطق المتأثرة بالتصحر.
- _ أهمية وضع محطات قياس في النظم البيئية الحضرية، لأنها المكان المناسب والمثالي لدراسة التأثير المتبادل بين الإنسان والبيئة المحيطة.

ويعتمد تحقيق هذه الإمكانيات على عدة عوامل منها تهيئة بيئة سياستية تمكينية تشجع الاستثمار والابتكار من خلال المنافسة وبناء القدرات والشفافية والمرونة والمشاركة النشطة لجميع أصحاب المصلحة المعنيين، بما يشمل إزالة الحواجز لتحقيق التنمية المستدامة من خلال سياسات متوازنة ومدرسة. وتشمل الاعتبارات المتعلقة بوضع السياسات عدة أمور منها احتياجات البنية التحتية، والاستثمار، والبيئة التنظيمية، والتدريب وتنمية المهارات، وحماية المستهلك، والمساواة بين الجنسين، والبيئة السوقية، والتعاون المؤسسي، ودور المعونة الإنمائية. لأن حلول الذكاء الاصطناعي وتكنولوجياته تنطوي على إمكانيات كفيلة بإحداث تحول في مجالات متنوعة وبالغة الأهمية، وتجلب هذه الحلول معها فرصا وتحديات ومخاطر⁽³⁷⁾.

ومن هنا تأتي أهمية استخدام أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا وصولاً إلى الاستدامة التي تسعى لتحقيقها الأمم المتحدة، وفي هذا السياق، على الباحثين وضع تقارير ومنصات توضح كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتحقيق التنمية المستدامة في مجال المدن.

3- مسارات الذكاء الاصطناعي لتحقيق التنمية المستدامة في المدن:

يتسارع الابتكار في مجال الذكاء الاصطناعي، ويتجلى ذلك من خلال المساهمات في مجال تنسيق الشبكات وإدارتها وتشغيل الوسائط المتعددة، وتقييم جودة الخدمة والجوانب التشغيلية لتقديم الخدمات وإدارة الاتصالات، والصحة الرقمية والكفاءة البيئية، والقيادة الذاتية. ويتضمن هذا العنصر مسارات حلول مفصلة ومصممة من أجل الصالح العام وتحقيقاً للتنمية المستدامة، تتمثل في⁽³⁸⁾:

- من أجل المساواة بين الجنسين: تتناول قضايا الجنسين في مجال الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك على سبيل المثال التحيز الخوارزمي وشمولية البيانات، والهدف هو تحديد حلول الذكاء الاصطناعي التي تمكن المجتمعات ذات التمثيل الضعيف ونتيح تحقيق مستقبل عادل للبشرية.
- من أجل الغذاء: تتعلق بانعدام الأمن الغذائي بما في ذلك تأثير أزمة كوفيد-19 على النظم الغذائية، والهدف منه تحديد الكيفية التي يمكن من خلالها أن يساعد الذكاء الاصطناعي في الوصول إلى القضاء على الجوع وتشكيل المشهد الغذائي للمستقبل.
- من أجل البيئة: إلقاء الضوء على الممارسات المدمرة للبيئة، وعلى كيفية حماية عالمنا، والهدف منها اتخاذ إجراءات عاجلة لمكافحة تغير المناخ وتحديد الحلول من أجل استخدام مستدام لموارد كوكبنا، وإعادة تصور مستقبل الأرض بوجود الذكاء الاصطناعي.

- من أجل مستقبل التنقل الذكي: المساعدة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من أجل تحسين سلامة حركة العبور وإنشاء مركبات وأنظمة نقل وبنى تحتية ذات كفاءة على مستوى الطاقة والبيئة، وتوفير فرص تنقل شاملة ومتاحة للجميع⁽³⁹⁾.

- من أجل الحفاظ على الثقافة والتراث الطبيعي: بشأن الحلول القائمة على الذكاء الاصطناعي لتعزيز نفاذ الجمهور إلى معلومات موثوقة وحماية التراث الطبيعي والثقافي. ومناقشة ملموسة وشاملة وقابلة للتنفيذ بشأن كيف يمكن للحلول القائمة أن تساعد في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتعزيز نفاذ الجمهور إلى معلومات موثوقة في إطار حماية الحريات الأساسية المرتبطة بالمجتمع الرقمي⁽⁴⁰⁾.

نظرا لما يشهده العالم من تطورات كبيرة في التكنولوجيات والاتجاهات التي باتت تحدث تحولاً في الاقتصاد الرقمي العالمي، فإن من اللازم معالجة القضايا في مختلف القطاعات من قبيل الصحة، والتعليم، والعمالة، والبيئة، والنقل، والزراعة، والتغذية، والإعاقة، وتمكين الشباب، والشمول الاجتماعي، والحد من الفقر، والطاقة⁽⁴¹⁾.

خاتمة:

الذكاء الاصطناعي ليس سوى أداة واحدة ضمن تحليل أسباب مواجهة تحديات استدامة المدن، ولكن قدرته على معالجة كم كبير من البيانات واكتشاف أنماط تتيح لنا الفرصة لفهم النظم والآثار والمعايير بشكل أفضل على مستوى القطاعات وكافة المجالات. وهذا ما يبرز أن الذكاء الاصطناعي نبع نتيجة مجهودات كبيرة وفي ميادين علمية متعددة، وعندما بدأت نتائج هذه الجهود في الظهور أصبح جلياً أن تأثيراته تعدت الميدان العلمي لتمس جانبا كبيرا من مجالات الحياة اليومية. إن ما سيفرزه الذكاء الاصطناعي من تقنية متطورة حتى وإن لم تهدد بقاءنا على وجه الأرض، قد تجهض الإنسانية داخلنا، فجهاز صغير كالهاتف أو التلفاز قتل علاقتنا الأسرية والاجتماعية، وجهاز كالحاسوب أنسى أطفالنا ألعابهم وجعل المطالعة إضاعة للوقت لا تتماشى وروح العصر.

رغم ذلك يجب الاستثمار في الإمكانيات الهائلة التي تنتج عن تلاقي الذكاء الاصطناعي وكل مجال يمس البشرية، سعياً لتوظيفها بما يحقق التنمية المستدامة ويعود بأثار إيجابية على البيئة المحيطة بالإنسان، وهذا ما يطرح اعتماد المدن المستدامة في بنائها على التكنولوجيا عملية طويلة الأجل، فتحويل أو بناء مدينة لتكون أكثر ذكاء واستدامة تشمل إجراءات لا تتيح المقارنة فحسب، بل من شأنها تعزيز التنمية المستدامة.

أصبح الذكاء الاصطناعي حقيقة لا خيالاً، ولم يعد يحتل مكاناً في عالم الثقافة الشعبية فقط، فقد نمت هذه التكنولوجيا بشكل كبير على أرض الواقع حتى أصبحت أداة رئيسية تدخل في صلب جميع القطاعات. ومن هذا المنطلق خرج الذكاء الاصطناعي من مختبرات البحوث ومن صفحات روايات الخيال العلمي، ليصبح جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، إبتداءً من مساعدتنا في التنقل في المدن وتجنب زحمة المرور، وصولاً الى استخدام مساعدين افتراضيين لمساعدتنا في أداء المهام المختلفة، واليوم أصبح استخدامنا للذكاء الاصطناعي متأصل من أجل الصالح العام للمجتمع. ونتج عن هذا:

_ تتطوي أعظم التحديات هذه الأيام على مشاقات لا تجد حلولاً سهلة، حلولاً قد تتطلب أنظمة تعتمد على التفكير ومعدات معقدة تسمح بجمع وتحليل كم هائل من البيانات للتوصل إلى رؤى جديدة وإحداث تغييرات مؤثرة.

_ تقدم برامج الذكاء الاصطناعي فوائد عديدة في مجالات مختلفة من الحياة المعاصرة التي اكتسبت الصيغة الرقمية القائمة على التقنية المتطورة، فبالرغم أن لا أحد يستطيع أن يتنبأ بتفاصيل المستقبل، إلا أنه من الواضح

أن الحاسوب مع الذكاء الإنساني سيكون لهما تأثير ضخم وبالغ الأثر في مستقبل الحياة اليومية للبشرية، وفي صناعة أنماط وقوالب جديدة من التطور العلمي والحضاري في المستقبل المنظور للإنسان.

– يمكن أن يؤدي التنبؤ المبكر لأدوات الذكاء الاصطناعي في مجالات مثل الزراعة والحفاظ على الموارد إلى تحقيق فوائد بيئية واقتصادية، وذلك انطلاقاً من إتاحة القدرة على إدارة الموارد الطبيعية بشكل أفضل وصولاً إلى رفع مستوى القوى العاملة.

– إن الذكاء الاصطناعي وعلوم البيانات، بالإضافة إلى الخبرة المتمثلة في العلوم البيئية والمساعدات الإنسانية، ستساعد على إنقاذ المزيد من الأرواح وتخفيف المعاناة وذلك عن طريق تحسين الطرق التي تنتجاً بحدوث وتعزيز وسائل للتعامل مع الكوارث قبل أو بعد وقوعها.

– الهوامش:

- 1- فوزي بودقة، التخطيط العمراني لمدينة الجزائر – تحديات وبدائل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015، ص 12.
- 2- عادل عبد الغني، سهام صديق خروقة، الاقتصاد الحضري "نظرية وسياسة"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص 34، 2008.
- 3- د. مصطفى عابدة، مفهوم المدن المستدامة، مجلة القانون العقاري، جامعة البليدة 2، الجزائر، ص 17.
- 4- فؤاد بن غضبان، المدن المستدامة والمشروع الحضري، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 150.
- 5- نور الدين قالحيل، حوكمة المدن والتنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الجزائر 2018، ص 164.
- 6- فؤاد بن غضبان، المدن المستدامة والمشروع الحضري، نفس المرجع □ 153.
- 7- فؤاد بن غضبان، المدن المستدامة والمشروع الحضري، نفس المرجع، ص 154.
- 8- يوسف حسن، إبراهيم جود، محمد مهدي، المدن الذكية المستدامة، آفاق وتطلعات مدن القرن الواحد والعشرين.
https://www.researchgate.net/publication/322745960_Schematic_thought_of_cities_according_to_Hermann's_theory_alfkr_alkhtyty_llmdn_wfq_nzryt_hyrma.
- 9- القاضي أحمد، العراقي محمد، خصائص المدن الذكية ودورها في التحول إلى استدامة المدينة المصرية، المجلة العلمية الدولية في العمارة والهندسة والتكنولوجيا، بدون عدد، جامعة الأزهر، كلية الهندسة، قسم العمارة والتخطيط، ص 6.
<https://press.ierek.com/index.php/Batheth/download/2014pdf>.
- 10- د. محمد بن إبراهيم السويل، المشرف العام لمجلة العلوم والتقنية، المدن الذكية، العدد 111، الرقم 28، مايو 2014، ص 4.
- 11- أ.د. رياض كاظم سلمان الجميلي، المدينة الذكية في دول مجلس الخليج (تجارب مختارة)، المجلة العربية للدراسات الجغرافية، المجلد 03، العدد 02، يوليو 2020، ص 7.
- 12- د. محمد بن إبراهيم السويل، المشرف العام لمجلة العلوم والتقنية، المدن الذكية، مرجع سابق، ص 5 – 6.
- 13- القاضي أحمد، العراقي محمد، خصائص المدن الذكية ودورها في التحول إلى استدامة المدينة المصرية، مرجع سابق، ص 7.
- 14- أ.د. رياض كاظم سلمان الجميلي، المدينة الذكية في دول مجلس الخليج (تجارب مختارة)، مرجع سابق، ص 8.
- 15- komninos, N2006. <https://www.urenio.org/wp-content/uploads/2008/11/2006-the-Architecture-of-Intel-cities-IE-06pdf>.
- 16- بلاي ويتباي، الذكاء الاصطناعي، إعداد قسم الترجمة بدار الفاروق للنشر، الطبعة الأولى، القاهرة 2003 □ 18.
- 17- أ.د. محمد محمد الهادي، تأثير الذكاء الاصطناعي وآثاره على العمل والوظائف، المجلة المصرية للمعلومات كمبيوتر، العدد 24، مايو 2021، ص 16، 17.
- 18- محمد السيد الطوخي، تقنيات الذكاء الاصطناعي والمخاطر التكنولوجية، الفكر الشرطي، المجلد رقم 30، العدد رقم 116، يناير 2021، ص 61، 62.
- 19- بلاي ويتباي، الذكاء الاصطناعي، مرجع سابق، ص 24.
- 20- الذكاء الاصطناعي، اطلع عليه يوم: 29 مارس 2022 على الساعة 13:50، ص 9. www.j4know.com
- 21- د. جباري لطيفة، دور نماذج الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرار، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 01، جوان 2017، ص 125 – 126.

- 22- Nam,T.Pardo,T.A.Conceptualizing Smart city with dimensions of technology,people,and Institutions.12th Annual international conference on Digital Government Research. New York: centre for technology in govrnment, State University of New York, U.S, 2011, pp 282-291.
- 23- Nam,T.Pardo,T.A.Conceptualizing Smart city with dimensions of technology, people, and Institutions.12th Annual international conference on Digital Government Research. New York: centre for technology in govrnment, State University of New York, U.S, 2011, pp 185-194.
- 24- Papa,R. Gargiulo,C.& Galderisi,A. Towards an Urban planners on smart city. Tema journal of land use Mobility of land Environment-Vol6-n1, April 2013, pp 5-17.
- 25-Nam,T. Pardo,T.A. Understanding smart cities: An Integrative Framwork. 45th Hawaii International conference on sustem Sciences. Hawaii: iEEE computer society. 2012, pp 2289-2297.
- 26- Papa,R. Gargiulo,C.& Galderisi,A. Towards an Urban planners on smart city. Tema journal of land use Mobility of land Environment-Vol6-n1, April 2013, pp 5-17.

27- د. مصطفى عايدة، مفهوم المدن المستدامة، مرجع سابق، ص 21.

28 - تم دخول الموقع يوم: 07-50-2022 على الساعة: 18:40 http://atozofai.withegoogle.com/int/at/climate/

- 29- سارة بن غيدة، سعيدة حركات، توظيف التكنولوجيا الجديدة في تحقيق أمن الموارد المائية- عرض تجارب عالمية-مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 05، العدد 20، ديسمبر 2020، ص 556، 558، 559، 560.
- 30- هيفاء جواد الشيخ حسن، أسس ومعايير تخطيط المناطق الخضراء داخل المدن، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 38، 2014، ص 180.

31- سارة بن غيدة، سعيدة حركات، مرجع سابق، ص 557، 558، 562.

32- إنجي محمد البرملجي / علي محمود حاتم الصرفي، أسس النقل الحضري المستدام للمدينة العربية الجديدة، ص 3، Journal of urban lesearch.

33- د. مصطفى عايدة، مفهوم المدن المستدامة، مرجع سابق، ص 23.

34- إنجي محمد البرملجي/علي محمود حاتم الصرفي، مرجع سابق، ص 5، 6.

35- الذكاء الاصطناعي من أجل الصالح العام: الأثر العالمي ITU News Magazine No.02/2020، ص 8.

36- مرجع سابق، http://atozofai.withegoogle.com/int/ar/climate/.

37- المنتدى العالمي السادس لسياسات الاتصالات/ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لعام 2021، الاتحاد الدولي للاتصالات، تقرير الأمين العام للاتحاد، جنيف سويسرا، 16-18 ديسمبر 2021، ص 4.

38- الذكاء الاصطناعي من أجل الصالح العام: الأثر العالمي ITU News Magazine No.02/2020، ص 8.

39- بن عثمان فريدة، الذكاء الاصطناعي (مقاربة قانونية)، دفا تر السياسة والقانون، المجلد 12، العدد 02، 2020، ص 159.

40- بن عثمان فريدة، الذكاء الاصطناعي (مقاربة قانونية)، مرجع سابق، ص 160.

41- المنتدى العالمي السادس لسياسات الاتصالات/ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لعام 2021، ص 4.

- قائمة المصادر والمراجع:

1- المؤلفات:

_ الذكاء الاصطناعي من أجل الصالح العام: الأثر العالمي ITU News Magazine No.02/2020

_ بلاي ويتباي، الذكاء الاصطناعي، إعداد قسم الترجمة بدار الفاروق للنشر، الطبعة الأولى، القاهرة 2003.

_ عادل عبدالغني، سهام صديق خروفة، الاقتصاد الحضري "نظرية وسياسة"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان 2008.

_ فؤاد غضبان، المدن المستدامة والمشروع الحضري، دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان 2014.

_ فوزي بودقة، التخطيط العمراني لمدينة الجزائر - تحديات وبدائل -، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2015.

2- الأطروحات والرسائل الجامعية:

_ نور الدين قالقيل، حوكمة المدن والتنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الجزائر 2018.

3- المقالات:

- القاضي أحمد، العراقي محمد، خصائص المدن الذكية ودورها في التحول إلى استدامة المدينة المصرية، المجلة العلمية الدولية في العمارة والهندسة والتكنولوجيا، بدون عدد، جامعة الأزهر، كلية الهندسة، قسم العمارة والتخطيط.

https://press.ierek.com/index.php/Batheth/download/2014pdf.

إنجي محمد البرملجي/علي محمود حاتم الصرفي، أسس النقل الحضري المستدام للمدينة العربية الجديدة،

Journal of urban lesearch 2017.

- بن عثمان فريدة، الذكاء الاصطناعي (مقاربة قانونية)، دفاثر السياسة والقانون، المجلد 12، العدد 02، 2020.
- د. جباري لطيفة، دور نماذج الذكاء الاصطناعي في إتخاذ القرار، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 01، جوان 2017.
- سارة بن غيده، سعيدة حركات، توظيف التكنولوجيا الحديثة في تحقيق أمن الموارد المائية - عرض تجارب عالمية - مجلة الإقتصاد المال والأعمال، المجلد 05، العدد 02، ديسمبر 2020.
- د. محمد بن إبراهيم السويل، المشرف العام لمجلة العلوم والتقنية، المدن الذكية، العدد 111، الرقم 28، مايو 2014.
- أ.د. محمد محمد الهادي، تأثير الذكاء الاصطناعي وآثاره على العمل والوظائف، المجلة المصرية للمعلومات كمبيوتر، العدد 24، مايو 2021.
- محمد محمد السيد الطوخي، تقنيات الذكاء الاصطناعي والمخاطر التكنولوجية، الفكر الشرطي، المجلد رقم 30، العدد رقم 116، يناير 2021.
- د. مصطفى عايدة، مفهوم المدن المستدامة، مجلة القانون العقاري، جامعة البليدة 02، الجزائر.
- أ.د. رياض كاظم سلمان الجميلي، المدينة الذكية في دول مجلس الخليجي (تجارب مختارة)، المجلة العربية للدراسات الجغرافية، المجلد 03، العدد 02، يوليو 2020.
- هيفاء جواد الشيخ حسن، أسس ومعايير تخطيط المناطق الخضراء داخل المدن، مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 38، 2014.
- يوسف حسن، إبراهيم جود، محمد مهدي، المدن الذكية المستدامة، آفاق وتطلعات مدن القرن الواحد والعشرين.
- https://www.researchgate.net/publication/322745960_Schematic_thought_of_cities_according_to_Her_mann's_theory_alfkr_alkhtyty_llmdn_wfq_nzryt_hyrma.
- Papa,R. Gargiulo,C.& Galderisi,A. Towards an Urban planners on smart city. Tema journal of land use Mobility of land Environment-Vol6-n1, April 2013.

4- التقارير:

- المنتدى العالمي السادس لسياسات الاتصالات/ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لعام 2021، الاتحاد الدولي للاتصالات، تقرير الأمين العام للاتحاد، جنيف سويسرا، 16-18 ديسمبر 2021.
- Nam, T.Pardo,T.A.Conceptualizing Smart city with dimensions of technology,people,and Institutions.12th Annual international conference on Digital Government Research. New York : centre for technology in govrnment, State University of New York, U.S, 2011.
- Nam,T. Pardo,T.A. Understanding smart cities: An Integrative Framwork. 45th Hawaii International conference on sustem Sciences. Hawaii: iEEE computer society. 2012.

5- المواقع:

- www.j4know.com (الذكاء الاصطناعي)
- <http://atozofai.withgoogle.com/int/ar/climate/>.
- komninos, N2006.https://www.urenio.org/wp-content/uploads/2008/11/2006-the-Architure-of-Intel-cities-IE_06pdf.

استثمار الموارد الحاسوبية في التحليل التداولي للخطاب الأدبي العربي في ظل لسانيات المدونة
- أفعال الكلام والإشارات في معلقة طرفة بن العبد أنموذجاً -
عبد الوهاب معيفي⁽¹⁾ د. نسيم قطاف⁽²⁾

1- جامعة باجي مختار - عنابة، abmaifi2014@gmail.com

2- جامعة باجي مختار - عنابة، nassimaguettaf23@gmail.com

تاريخ القبول: 2023/03/27

تاريخ المراجعة: 2023/03/26

تاريخ الإيداع: 2022/01/26

ملخص

يرمي البحث إلى تسليط الضوء على سبل استثمار لسانيات المدونة في ميدان التداولية، محاولاً في ذلك الإجابة عن تساؤل مهم مفاده: ما مدى إمكانية استثمار لسانيات المدونة في إجراء التحليل التداولي للنصوص الأدبية العربية؟ متخذاً بهذا الصدد "معلقة طرفة بن العبد" أنموذجاً لإجراء تطبيقات عملية عليها؛ ومن المفترض أن الموارد الحاسوبية يمكن أن تفيد في تيسير الحصول على المعلومة، وسرعة الوصول للبيانات والإحصاءات المرغوبة، وعليه يصل البحث إلى ضرورة التأكيد على بناء المدونات اللسانية العربية المختلفة أدبية كانت أو غيرها، واستثمار الموارد الحاسوبية في تيسير عمليات البحث والتحليل في المجال التداولي خصوصاً، وفي شتى مجالات البحث والتحليل اللساني والأدبي عموماً.

الكلمات المفتاحية: لسانيات مدونة، موارد حاسوبية، تداولية، أفعال كلام، إشارات، خطاب أدبي.

Computational resources investment in pragmatic analysis of Arabic literary discourse in Corpus Linguistics

-Acts of speech and Deixis in TARAFA IBN ALABD poetry as example-

Abstract

The research aims to show the ways to benefit from corpus linguistics in the field of pragmatics, it investigates an important question: What are the possibilities to investing corpus linguistics in conducting pragmatic analysis of Arabic literary texts? "TARAFA ibn al-Abd poetry" was taken as a model for the practical applications Accordingly, the research findings emphasized the necessity of construction of various Arabic, be it literary or others, and investing computer resources to facilitate the research and the analysis in the pragmatic field particularly and in various fields of linguistic research and literary analysis in general.

Keywords: Corpus linguistics, computational resources, pragmatics, speech Acts, deixis, literary discourse.

L'investissement des ressources informatiques dans l'analyse pragmatique du discours littéraire Arabe in linguistique de corpus

-Les actes de parole et les deixis dans le poème de TARAFA IBN ALABD exemple-

Résumé

La recherche a pour but de présenter les méthodes de profiter de la linguistique de corpus dans la pragmatique; en posant une importante question: quel sont les possibilités d'investir la linguistique de corpus dans l'analyse des textes littéraires Arabes? pour cela, il prend le poème de TARAFA IBN ALABD come exemple dans les procédures pratiques. Et finalement, la recherche assume la nécessité de construire des corpus arabiques différentes dans toutes les matières, et de profiter dans les ressources informatiques pour faciliter les recherches et les analyses pragmatiques et autres.

Mots-clés: Linguistique de corpus, ressources informatiques, pragmatique, actes de parole, deixis, discours littéraire.

المؤلف المرسل: عبد الوهاب معيفي abmaifi2014@gmail.com

لقد أصبحت بحوث لسانيات المدونة وتطبيقاتها في مختلف مناحي التحليل اللساني والأدبي محط أنظار الكثير من الباحثين في العالم الغربي، حيث بدأت الجهود تركز على الموارد الحاسوبية البارزة التي توفرها لسانيات المدونة، متمثلة في المدونات المحوسبة، والأدوات الحاسوبية التي تتفاعل مع هذه المدونات؛ كما أن تطبيق الدراسات الكمية والنوعية في الإحصاء والتحليل أثمرت كثيرا في نتائج البحوث، ولم يكن مجال التداولية بمنأى عن محور الاستقطاب الجديد هذا، بل عكفت الدراسات الغربية على بحث إمكانية إجراء التحليلات التداولية المتنوعة -من أفعال الكلام، إلى الحجاج، إلى الإشارات...- باستخدام البرامج الحاسوبية والمدونات التي تتم حوسبتها مسبقا؛ وعليه يأتي هذا البحث بهدف تسليط الضوء على سبل استثمار لسانيات المدونة في ميدان التداولية، مبرزاً كنهه فيما يلي:

1-1- إشكالية الدراسة:

يحاول هذا البحث الإجابة عن تساؤل مهم: ما مدى إمكانية استثمار لسانيات المدونة في إجراء التحليل التداولي على النصوص الأدبية العربية؟ وإن لم يكن هناك سبيل لاستثمار الموارد الحاسوبية في تحليل النصوص الأدبية العربية، فما العوائق والإشكالات التي تقف دون ذلك؟ وما السبل الكفيلة بالحد منها؟

2-1- هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى خلق مجال للاهتمام ببحوث لسانيات المدونة، بصدد تطبيقها في تحليل النصوص الأدبية، على غرار ما يتم إجراؤه في التحليلات اللسانية المختلفة، ذلك أن الموارد الحاسوبية من برامج وتطبيقات وبرمجيات وغيرها، المستعملة في مختلف صنوف التحليل توفر على الباحث كثيرا من الجهد والوقت، وتقود في كثير من الأحيان نحو نتائج أكثر دقة وتركيز، مما يؤدي لأحكام أو نظريات تتسم بالصرامة العلمية، بعيدة عن الارتجال والميولات الذاتية؛ ولعل لسانيات المدونة هي الأنسب لاستثمارها باعتبارها مسلكا جديدا في البحث اللساني، تستثمر في التجميعات اللسانية المحوسبة في شكل نصوص أو مدونات، وتوظف أدوات حاسوبية (Computational Tools) في شكل تطبيقات (Applications) أو برمجيات (Software) أو غيرها، لتسهيل إجراءات البحث والتحليل.

3-1- منهج الدراسة:

تتبع الدراسة المنهج الوصفي في تحليل بنية القصيدة واستخراج المعلومات المطلوبة منها، باستعمال برامج حاسوبية، حيث تمر بإجراءات الإحصاء، وتحليل النسب والأرقام، واستقراء النتائج.

4-1- إجراءات الدراسة:

ستقوم الدراسة على تحليل نص قصيدة طرفة بن العبد "المعلقة"، تحليلًا تداوليًا ينتبع نظريتين أساسيتين في البحث التداولي هما الإشارات، وأفعال الكلام، وعليه مرت إجراءات الدراسة بخطوات عديدة نجلها في: أولاً: جمع مادة القصيدة، والتي تم تحميلها من موقع المكتبة الشاملة على الإنترنت، غير أن القصيدة على الموقع مضبوطة بعلامات التشكيل العربي (الفتحة، والضمة، والكسرة، والسكون، والتتوين...)، وهي التي لا تتعرفها البرامج الحاسوبية في كثير من الأحيان، وعليه قمنا بإعداد نسختين: واحدة بإزالة علامات التشكيل عنها، وأخرى بإبقاء علامات التشكيل فيها كما هي، لاستعمالهما حسب الحاجة.

ثانياً: إحصاء مختلف الألفاظ الدالة على أنواع الإشارات العربية التي سيتم البحث عنها في صلب النص لاحقاً باستعمال برامج الحاسوب.

ثالثاً: إحصاء مختلف صنوف أفعال الكلام التي تتدرج ضمن البحث التداولي للكشف عن تواجدها بالنص من خلال برامج الحاسوب دائماً.

رابعاً: استقراء نتائج البحث التي حصلنا عليها بتطبيق وظيفة الكشف وإحصاء كلمات المدونة التي أنجزتها الأداة الحاسوبية.

ولكن قبل الانطلاق في إجراء هاته الخطوات العملية للتحليل والوصف، كان لزاماً توضيح بعض المفاهيم النظرية المتعلقة بالبحث، من تعريف بالمدونة وأداة البحث اللسانية، وقبلهما تجلية مفاهيم: لسانيات المدونة، والمدونة اللسانية، ومجالات الدراسة التداولية (الإشارات وأفعال الكلام).

2- مفاهيم أساسية في لسانيات المدونة:

قبل الخوض في مسار الإجراءات التطبيقية وجب تقديم لمحة وجيزة عن بعض المصطلحات التي تتعلق بمجريات البحث، ولئن كانت بعضها قد نالت حظها من الشرح والتوضيح في كثير من الكتابات العربية على غرار التداولية، وأفعال الكلام، والإشارات؛ فإن الجانب الآخر من مصطلحات البحث- لسانيات المدونة- لا يزال غريباً عن البيئة العربية رغم مرور عقود على انتشاره في البيئة الغربية، وعليه سنمر على مختلف مفاهيم مصطلحات البحث مروراً سريعاً تمهيداً لما بعدها.

1-2 لسانيات المدونة (Corpus linguistics):

على الرغم من مرور أزيد من نصف قرن على ظهور أول مدونة لسانية محوسبة، وكذا مرور عقود على استعمال مصطلح لسانيات المدونة لأول مرة، إلا أن الاختلاف على طبيعته لا يزال قائماً في العالم الغربي الموطن الأول للمصطلح، فمن الباحثين من يعرفه بأنه مقاربة (Approach)⁽¹⁾، ومنهم من يعرفه بأنه بحث لساني (Linguistic research)⁽²⁾، ومنهم من يراه منهجاً (Method)⁽³⁾، وأنى بلغت مسألة الاختلاف هذه فإنها لم تقف حائلاً دون استقطاب اهتمام الباحثين في العالم الغربي لهذا التوجه اللساني الجديد واستثمار بحوثه في مختلف ميادين البحث اللسانية النظرية والتطبيقية؛ ومن بين التعريفات التي قدمت لهذا المصطلح نقراً بأنه: «مشروع أكاديمي يهتم بتشكيل وتحليل المدونات (...)، وهي دراسة اللسان التي تقوم على نماذج من الاستعمال الفعلي للسان الطبيعي، وهي منهجية أكثر منها جانباً من جوانب اللسان الذي يتطلب شرحاً ووصفاً...»⁽⁴⁾.

من خلال هذا التعريف يمكننا أن نلاحظ بأن لسانيات المدونة تهتم بمسألتين هامتين؛ أولاًهما تجميع المعطيات اللسانية وهو ما يعرف ببناء المدونات اللسانية المحوسبة، والأخرى تتمثل في تحليل هذه المادة اللسانية التي يتم تجميعها وهو ما تقوم به الأدوات الحاسوبية، ثم إنها تقوم على جمع وتحليل نماذج الاستعمال الفعلي للسان البشري، منطقاً كان أو مكتوباً، ومن اهتماماتها دراسة اللسان البشري موضوع اللسانيات بصورة عامة؛ ولهذا استطاعت لسانيات المدونة أن تتداخل في علاقات بحث وتحليل مع مختلف ميادين اللسانيات النظرية والتطبيقية ولم تقتصر على جانب دون آخر.

2-2 المدونات اللسانية (Corpora):

ما يجدر التنبيه إليه في بداية الأمر هو أن لفظة المدونة حديثاً تقابل مسميين مختلفين لمصطلحين إنجليزين هما: (Corpus, Blog)، أما المصطلح الأول (Blog) فيشير إلى المدونات الشخصية التي يتم إنشاؤها من

طرف محترفي الإنترنت، وهي عبارة عن صفحات واب (Web pages) يقوم بإنشائها شخص ما أو مجموعة أشخاص متعاونين فيما بينهم، وتحمل هذه الصفحات معلومات عديدة في مجالات متنوعة، وهي مفتوحة بشكل مباشر للانضمام إليها أو الاطلاع على معلوماتها أو للتحميل منها أو للإضافة إليها والتعليق على مختلف الموضوعات المطروحة فيها وغيرها من الإمكانيات المتاحة على شبكة الإنترنت.

أما المصطلح الدال على المدونة اللسانية التي تعتبر مرتكزا للدراسات والبحوث العلمية فهو المصطلح الثاني (Corpus) وهو موضوع بحثنا هذا؛ كما أن هذا المصطلح قد ترجم إلى عدة مسميات في اللسان العربي⁽⁵⁾، ليس هذا مجال مناقشتها، غير أننا انتقينا منها لفظة "مدونة" والتي تعرف ببساطة على أنها: «تجميع لعينات لسانية طبيعية الحدوث، والتي جمعت ورتبت لتيسير الولوج إليها من طرف الباحثين ومطوري الوسائل الذين يودون معرفة عدد الكلمات والعناصر اللسانية الأخرى المستعملة حاليا، ويمكن أن تتنوع المدونة ابتداء من جمل قليلة إلى غاية مجموعة كبيرة من النصوص المكتوبة أو التسجيلات الصوتية؛ وتشكل المدونات غالبا -في التحليل اللساني- تجميعا واسعا ومرتبيا من النصوص أو أجزاء منها، مخزنة عن طريق الحاسوب وسهلة الوصول إليها، وهي مصممة لتمثل مختلف أنواع استعمالات اللسان مثلها: المحادثات العادية، والرسائل التجارية»⁽⁶⁾؛ إذن فالمدونة هي ببساطة تجميع لعينات من الاستعمال الفعلي للسان ما أو ألسن طبيعية، منطوقة أو مكتوبة أو هما معا، قد تكون كبيرة الحجم أو صغيرتها، ويتم جمعها وفق معايير لسانية مضبوطة مسبقا، حتى تشكل هذه التجميعات تمثيلا للسان المعني ببناء المدونة، ويتم حوسبتها حتى يتيسر للباحثين الولوج إليها مستقبلا وتحليلها واستنتاج المعلومات اللسانية منها؛ وللمدونات أنواع عديدة، وخصائص مميزة، ومعايير ثابتة في بنائها⁽⁷⁾.

3-2- أدوات المدونات (Corpora Tools):

تظل المدونات اللسانية مادة خاما لا تعبر عن مكنوناتها ولا تفصح عن المعلومات المكتنزة في صلبها، ما لم يتصد المتخصصون لهذه المهمة بالبحث والتحليل والتنقيب عن مختلف المعطيات اللسانية التي يمكن أن تمدها بهم هذه المدونات، وبصدد تيسير مهمات البحث والتحليل فيها اجتهد المتخصصون اللسانيون والحاسوبيون في إنشاء أدوات حاسوبية في شكل تطبيقات وبرمجيات...، إما مدمجة في المدونة ذاتها، أو مستقلة عنها كما سنراه لاحقا في التطبيق، وكانت هذه البرامج -في بدايتها- تؤدي وظيفة واحدة تمثلت في إحصاء كلمات المدونة، أو الكشف السياقي لمختلف السياقات التي وردت فيها كلمة ما، وأخذت هذه الأدوات في التطور جيلا بعد آخر مواكبة التطورات التكنولوجية وتأثيراتها على تطور الحواسيب⁽⁸⁾، فأصبحت هذه الأدوات تؤدي العديد من المهام دفعة واحدة في حزمة حاسوبية واحدة.

تعرف الأداة الحاسوبية الخاصة بالمدونة بأنها: «كل جزء من برمجية يمكنه أن يتحكم آليا في المعطيات الإلكترونية (عادة تكون نصية)، بعض الأدوات يمكن استعمالها في بناء المدونات، على سبيل المثال في جمع الملفات من الأنترنت؛ وبعضها الآخر يستعمل في ترميز معطيات المدونة على غرار توسيم أقسام الكلام، بينما أدوات أخرى تهتم بتحليل معطيات المدونة، وتوفير معلومات حول التردد، والتوافقات، والكلمات المفاتيح، والمتصاحبات، أو تهتم بالاختبارات الإحصائية»⁽⁹⁾؛ من خلال هذا التعريف يمكننا أن نقف على الوظائف العديدة التي باتت أدوات المدونات قادرة على إنجازها، وهي: معرفة تردد كلمات المدونة، حيث تسمح أغلب الأدوات بتقديم قائمة كاملة بكلمات المدونة، مرفقة بعدد مرات تكرارها في السياقات المختلفة، وتكون مرتبة إما بحسب بدايات حروف الكلمة أو نهايتها أو بحسب قوة تردها أو ضعفه، ومن المهام أيضا تقديم قائمة بالكلمات المفاتيح

في المدونة ونسبة ترددها أيضا، كما يمكننا أيضا معرفة المتصاحبات اللفظية لأي كلمة نبحث عما يصاحبها قبلها وبعدها، ومن جهة أخرى تقوم أغلب الأدوات بإعداد لائحة عن توافقات كل كلمة مدخلة للبحث؛ أي الكشف السياقي عما وردت فيه من سياقات متنوعة ضمن المدونة، وأكثر من كل هذا فإن كثيرا من الأدوات خاصة في اللسان الإنجليزي باتت تسمح بتزويدنا بالأرقام والنسب، ونتائج لعدة اختبارات ومعادلات إحصائية، ويبدو أن الأمر مع الأدوات الحاسوبية لن يتوقف عند هذا الحد، بل إن كل تطور جديد في مجال التكنولوجيات والحواسيب يفرض معه تطورات أخرى في هذه البرمجيات والتطبيقات والبرامج الحاسوبية، وعليه يمكن أن نشهد كثيرا من وظائف التحليل والبحث التي ستؤيدها هذه البرامج لتيسير عمليات البحث اللساني خاصة في اللسان الإنجليزي الذي يشهد تطورات متسارعة في هذا المجال.

3- بعض المفاهيم التداولية:

في هذا العنصر سنتطرق للقضايا المفاهيمية التي تتعلق بأفعال الكلام والإشارات، بشيء من الإيجاز على اعتبار أنها قضايا مطروحة ومطروقة بكثرة بين طيات الدراسات العربية أو الغربية المختلفة.

3-1- أفعال الكلام (Speech Acts):

تعد نظرية أفعال الكلام واحدة من أهم اهتمامات الدراسات التداولية، إن لم تكن أهمها جميعا، فلقد كانت النشأة الأولى -في الحقيقة- للدراسات التداولية مبنية على فكرة أفعال الكلام، التي تحدث عنها جون أوستن (J. Austin) سنوات خمسينيات القرن الفائت⁽¹⁰⁾، وإن كان البعض لا يقر بكون أفعال الكلام نظرية لسانية محضة، بل يعتبرها مقارنة فلسفية لقضايا لسانية بعينها⁽¹¹⁾؛ وأنى كان تصور أفعال الكلام في مختلف الدراسات فإنه مبحث لساني مهم جدا في عملية التواصل، إذ يفيد بأن الكلام الذي يصدر عن المتخاطبين لا يحمل فقط كتلة لغوية ونحوية في تركيب لغوي سليم، إذ إن الكثير من كلامنا يحمل شحنة من النوايا أو القصد لإنجاز فعل ما، يكون متضمنا في القول المصرح به؛ «وتعرف الأفعال المنجزة من خلال الألفاظ عموما، بأفعال الكلام (Speech Acts)، وتعطي في الإنجليزية [والعربية] غالبا أوصافا أكثر تحديدا مثل الاعتذار، الشكوى، الإطراء، الدعوة، الوعد أو الطلب»⁽¹²⁾، وفي الحقيقة فإن أوستن بعد دراسة مستفيضة لأفكاره التي لخصها في كتابه الشهير "How to do things with words?" توصل إلى فكرة أن ملفوظات كلامنا ليس كلها أوصافا أو أخبارا تحتل الصدق والكذب، بل الكثير منها -وحتى كثير من الأوصاف والأخبار- تحتل نية التأثير في المتلقي لأداء عمل ما أو القيام بإنجاز فعل ما، وعليه قسم الملفوظ إلى ثلاثة أقسام⁽¹³⁾:

✓ **فعل القول:** وهو ما يتم التلفظ به من كلام وفق قواعد اللسان المتواضع عليها، فالأصوات التي تصدرها في شكل كلمات وعبارات تمثل فعل القول.

✓ **فعل الإنجاز:** وهو صلب التحليل التداولي، ويشير إلى نية أو قصد المتكلم من كلامه، فقد يلفظ الجملة في شكل خبر لكن قصده يكون استفهاما، أو وعدا أو تحذيرا أو أمرا...، وقد صنّفه أوستن إلى خمسة صنوف بحسب ما يصدر في العبارة من دلالات فعلية من المتكلم⁽¹⁴⁾، كما عمد تلميذه جون سول إلى نفس عدد التصنيفات الخمسة أيضا مع اختلافات بسيطة⁽¹⁵⁾، وهي التي ستكون محور هذه الدراسة في عنصر التطبيق.

✓ **فعل التأثير:** ويعني الأثر الذي يحدثه الملفوظ في المتلقي، وردة فعله حول ما تضمنه القول من فعل إنجازي.

2-3- الإشارات (Deixis):

تحيل الإشارات في مفهومها إلى كل الوحدات اللغوية التي يمكن أن تشكل إشارة إلى شيء محدد، واللغات كلها غنية بهذه العناصر الإشارية التي «تعتمد اعتمادا تاما على السياق الذي تستخدم فيه، ولا يستطيع إنتاجها أو تفسيرها بمعزل عنه، فإذا قرأت جملة مقتطعة من سياقها مثل:

"سوف يقومون بهذا العمل غدا، لأنهم ليسوا هنا الآن"

وجدتها شديدة الغموض لأنها تحتوي على عدد كبير من العناصر الإشارية التي يعتمد تفسيرها اعتمادا تاما على السياق المادي الذي قيلت فيه، ومعرفة المرجع الذي تحيل عليه...»⁽¹⁶⁾، وهذه الوحدات اللغوية الإشارية في هذا النص تتنوع بين ظرف المكان: هنا، وظرفي الزمان غدا والآن، وضمير جماعة الغائبين هم؛ وعليه تنقسم الإشارات حسب الباحثين إلى ثلاثة مجمع عليها واثنين اختلف في قبولهما؛ أي أن من الباحثين من يجعل الإشارات ثلاثة أنواع، وآخرين يجعلونها أربعة، والبعض يجعلها خمسة أنواع⁽¹⁷⁾، وسنقتصر على الثلاثة الأولى المجمع حولها تقريبا باعتبار أنها ستكون فحوى التحليل في هذه الدراسة.

✓ **الإشارات الشخصية:** تتشكل أساسا في اللسان العربي من الضمائر الظاهرة والمضمرة، وهي كذلك في مختلف الألسن الحية، وتعتبر ضمائر المخاطب والمتكلم إحالات شخصية باعتبارهما طرفي الحوار، فالضمير "أنا" و"أنت" يحيلان مباشرة إلى أصحابهما في الخطاب⁽¹⁸⁾، إلا إذا احتاج الخطاب إلى سياق دال في حال عدم بروزهما، أما ضمائر الغائب فإنها في الغالب إشارات موضوعية، إضافة إلى كونها تحيل على الأشخاص في حال دل عليه السياق، غير أن نوعا آخر من الإشارات يبرز عادة في هذه الحالة يسمى بالإشارات الاجتماعية والذي يدل على مخاطب ذي مكانة مرموقة أو مهينة، وعلى كل فالضمائر هي مرتكز الإشارات الشخصية، غير أن المضمرة في اللسان العربي تشكل صعوبة في استقراء الخطابات والحوارات نظرا لغنى العربية باستعمال هذه المضمرات.

✓ **الإشارات الزمانية:** يعتبر زمان التكلم هو مركز الإشارات الزمانية ومحورها، ومن خلاله يمكن التعرف على مختلف إشارات الزمان التي يحيل إليها السياق، الذي يحتمل وجود الكثير من الألفاظ الدالة على زمن ما، وبالتالي وجب التعرف على الوقت الذي تحيل عليه بالضبط، "فقولك مثلا: بعد أسبوع يختلف مرجعها إذا قلتها اليوم أو بعد شهر أو بعد سنة..."⁽¹⁹⁾، وتظهر إشارات الزمان عادة في السياق من خلال أزمنة الأفعال، وظروف الزمان، ولها في الحقيقة الكثير من الصيغ الدالة على الزمن، غير أن تفسيرها كما ذكرنا لا يتم إلا من خلال مركز الإشارات أي زمن التكلم⁽²⁰⁾.

✓ **الإشارات المكانية:** لا يختلف الأمر في الإشارات المكانية عنه في إشارات الزمان، فهي "عناصر إشارية إلى أماكن يعتمد استعمالها وتفسيرها على مكان المتكلم ووقت التكلم، أو على مكان آخر معروف للمخاطب أو السامع..."⁽²¹⁾، وعلى الرغم من أن ظروف المكان وأسماء الإشارة تبرز فيها الإحالات المكانية إلا أن عناصر لغوية أخرى يمكن أن تندرج ضمن إشارات المكان مثل أداة التعريف (الـ) التي تسبق الكلمات⁽²²⁾.

4- إجراءات التطبيق:

ستمر إجراءات التطبيق بخطوات تقنية وحاسوبية عديدة تتلخص في ثلاث عمليات كبرى، تمر عبرها هذه الإجراءات وهي:

1- التمثيل لبعض وظائف الأدوات الحاسوبية وما تقدمه من معلومات مفيدة في تحليل النص تداوليا، من خلال فتح النص عن طريق الأداة الحاسوبية وتحليله.

2- استخراج مختلف كلمات النص التي يمكن أن تكون مشحونة بالحمولة التداولية وترتيبها وتصنيفها.

3- مراجعة السياقات النصية التي وردت فيها هذه الكلمات في القصيدة، واستقراء دلالاتها وإحالاتها المرجعية التداولية إن توفرت من النص.

وقبل مباشرة هذه الإجراءات العملية الحاسوبية، من خلال هذه العمليات الثلاث، كان لزاما الحديث عن مدونة الدراسة [القصيدة] والأدوات الحاسوبية المستخدمة في تحليلها.

1-4- المدونة والأدوات الحاسوبية:

- مدونة الدراسة: هي قصيدة طرفة بن العبد المعلقة⁽²³⁾، التي مطلعها:

لخولة أطلال ببرقة تهمد تلوح كباقي الوشم في ظاهر اليد

وعدد أبياتها خمسة ومائة بيت شعري، تم تحميلها من موقع المكتبة الشاملة على الشبكة، وقد تم إزالة علامات التشكيل عنها توافقا مع بعض البرامج الحاسوبية التي لا تقرأ علامات التشكيل العربي، فأصبحت لدينا نسختان من القصيدة واحدة مشكلة والأخرى غير مشكلة للعمل عليها حسب الحاجة.

هذه القصيدة هي إحدى المعلقات السبع التي تعد من أجود أنواع الشعر العربي الجاهلي، والتي تتسم بمقدماتها الطللية التي ينطلق فيها الشاعر من الوقوف على الأطلال واستحضار ذكرياته وأيامه الخوالي، وبعدها ينطلق في نسج أبيات موضوعات قصيدته إن كانت وصفا أو مدحا أو هجاء وغيرها؛ وينطلق شاعرنا في قصيدته بالوقوف على أطلال، ثم ينطلق في بناء موضوعات القصيدة التي بدأت بوصف والدته التي سهرت على رعايته وتربيته بعد وفاة والده وهو حدث السن، وبعدها وصف ناقته وأسفاره، لينتقل بعدها إلى موضوع الفخر والاعتزاز بالنفس، ثم علاقته بقبيلته، وأخيرا لوحات من الحكمة، لم تخبر المصادر عن زمن إلقاء القصيدة بالضبط لكن المؤكد أن نسجها وهو شاب حدث السن لم يتعد العشرينات من عمره لأنه مات صغيرا.

- أدوات المدونة: ستحاول الدراسة استغلال ثلاث أدوات حاسوبية في تحليل نص الدراسة هذه، ليس إلا بغرض توضيح مدى قدرات البرامج الحاسوبية على إمدادنا بالمعلومات الأولية التي نجري من خلالها عمليات الإحصاء والتحليل والاستقراء، لوصف القصيدة تداوليا؛ وهاته البرامج هي: برنامج نوج⁽²⁴⁾، وبرنامج غواص العربي⁽²⁵⁾، وبرنامج يونيتاكس⁽²⁶⁾، فمن خلالها سنرى بعض الوظائف التي تؤديها البرامج الحاسوبية والاستفادة منها في تحليل النص.

2-4- استطلاع بعض مهام الأدوات الحاسوبية:

تؤدي هذه الأدوات الحاسوبية - في الحقيقة - كثيرا من المهام التحليلية والإحصائية، وتوفر الأرقام والمعطيات التي نستخدمها في عرض الأوصاف والتعليقات والقراءات لنتائج البحث والتحليل، والتي يمكن أن نسقطها على النص الأدبي محل الدراسة، ومن هذه المهام: الحصول على المعلومات الأولية للنص أي عدد محتوياته من كلمات ورموز وعلامات وقف وأرقام وغيرها، وتقديم قائمة بكلمات المدونة مع احتساب تكرارات كل كلمة، والكشف السياقي لكل كلمة وردت فيها، والمعادلات الإحصائية لكلمات المدونة، وغيرها من الوظائف التي سنمثل لبعضها في العناصر الآتية.

4-2-1- فتح المدونة في البرنامج والحصول على المعلومات الأولية:

في هذه المرحلة قمنا بقراءة نص القصيدة باستعمال البرامج الحاسوبية الثلاث، لمعابنة الفروق بينها في التحليل الأولي لوحداث النص، حيث لم نقف على فروق كبيرة؛ وتُظهر الصورة في الملحق رقم (01) نموذجاً لنص القصيدة بعلامات التشكيل بعد فتحها على برنامج يونيتاكس وإجراء التحليل اللساني الأولي لها للتعرف على مختلف وحداتها اللسانية.

وأول ما يلفت الانتباه في هذا الإجراء هو السرعة التي أنجز بها الحاسوب مهمة عرض نص القصيدة ومعلوماته الأولية، التي لم تتجاوز الدقيقة الواحدة في البرامج الحاسوبية الثلاثة، فعلى واجهة برنامج نوح مثلاً تم عرض سرعة إنجاز المهمة والتي بلغت (0.3 ثانية)، ولنا أن نتخيل الفارق بين الجهد البشري لاستخراج مختلف العناصر اللسانية للنص وبين جهد الحاسوب في ذلك، وفي الجدول الموضح في الملحق رقم (02) تظهر بعض المعلومات الأولية عن نص القصيدة مقارنة بين البرامج الثلاثة التي تم استخدامها.

وبحسب هذه المعلومات الأولية نلاحظ أن القصيدة تحتوي على أزيد من ألف عدد لهياكل الكلمات التي تضم: كل كلمات النص مكررة، بالإضافة إلى الرموز وعلامات الترقيم وغيرها، أما الكلمات لوحدها ودون تكرار فهي حوالي ثمانمائة كلمة؛ وما يجدر التنبيه إليه في هذا المقام أن مختلف البرامج الحاسوبية للمدونات -بما فيها البرنامج العربي (غواص)- تعتمد في تحليلها للعناصر اللسانية لأي نص على المسافة الفاصلة بين الكلمات على غرار اللغات الأجنبية، أي أنها تعتبر كلمة كل مجموعة حروف مترابطة مع بعضها تفصلها مسافة عما قبلها وما بعدها، غير آخذة بعين الاعتبار أن اللسان العربي يتسم بخصيصة الإلصاقية، إذ يمكن أن تحتوي لفظة واحدة مترابطة الحروف على مجموعة من الكلمات، وهو ما يعيب التحليل اللساني للعربية في هذه الأدوات الحاسوبية، حتى العربية منها كما لاحظنا.

4-2-2- تصدير كلمات المدونة إلى بيئة الإكسل، واستخراج العناصر التدولية:

لأجل تسهيل عملية إحصاء الكلمات وتصنيفها إلى أسماء وأفعال وأدوات، ومن ثمة معرفة العناصر التداولية في النص، أو الوحدات اللسانية التي يمكن أن تشكل قيمة تداولية؛ قمنا في هذه المرحلة بالإجراءات التالية:

✓ تصدير كلمات المدونة إلى ملف إكسل الذي يندرج ضمن حزمة ملفات الأوفيس 2019، وأطلقنا على الملف اسم "ترتيب مفردات النص".

✓ داخل الملف السابق، في العمود الذي بين كل كلمة وعدد تكرارها في النص، أدرجنا اختصارات بالعربية دالة على نوع الكلمة (اسماً أو أداة أو فعلاً) وتصريفها، وكذا القيمة التداولية للكلمة إن وجدت ظاهرة أو مضرة (إشارات شخصية أو مكانية أو زمانية)، وهو ما يوضحه جدول الملحق رقم (03)، فيما سيأتي.

✓ قمنا بنسخ ولصق كل قائمة للعناصر اللسانية ذات القيمة التداولية في عمود خاص بها، لإظهارها فيما بعد ضمن سياقاتها التي وردت ضمنها إن كانت غائبة عن ذهننا، واستخراج دلالاتها من سياقاتها وإحالاتها المرجعية إن وجد لها أثر في النص.

وفي الملحق رقم (03) جدول يحدد الاختصارات التي تم إضافتها أمام كل كلمة في جدول الإكسل، ومعنى كل اختصار منها.

وبعد القيام بهذه الخطوات حصلنا على النتيجة الموضحة في الصورة المبينة في الملحق رقم (04) أدناه، حيث توفرت لدينا قائمة بمختلف العناصر التي يمكن بحثها في سياقاتها ضمن النص لاستخراج قيمتها الدالية.

وتلخص هذه الصورة نتيجة الإجراءات العملية التي شرحناها سابقا، حيث تظهر في الجهة اليسرى من ملف الإكسل ثلاثة أعمدة: الأول لكلمات المدونة، والثاني وضعنا به الاختصارات الدالة على نوع الكلمة أو قيمتها التداولية، والثالث عدد مرات تردد الكلمة في النص، ومنه قمنا بالإجراءات التالية:

- تصفية الكلمات ذات القيمة التداولية عن طريق الأمر (تصفية Filtre) واحدة تلو الأخرى.
- نسخ ولصق (Copier et Coller) كل صنف في عمود خاص به يظهر عنوانه باللون الأصفر من الجهة اليمنى لصفحة الإكسل.
- ضبط الضمير الإشاري لكل لفظة لمعرفة نوع الإحالة التي يشير إليها.
- إظهار طبيعة الفعل الإنجازي أمام كل فعل مضارع أو أمر إن أمكن ذلك.
- استظهار السياقات التي وردت فيها الكلمات داخل النص حال غيابها عن الذهن، لأجل معرفة دلالاتها وإحالتها المرجعية إن وجد دليل عليه من النص، وهو ما تظهره الصورة في الملحق رقم (05).
- استخلاص نتائج الدراسة.

5- خاتمة: نتائج الدراسة والتوصيات:

بعد الدراسة والتحليل لمختلف الوحدات اللسانية التي وردت في القصيدة، والتي يمكن أن تحمل شحنة دلالية تداولية، سواء فيما تعلق بأفعال الكلام، أو بالإشارات؛ تبين أن القصيدة مشحونة بالعناصر التداولية، التي نجملها فيما يلي:

*أفعال المضارع: بلغت مائة وخمسة أفعال غلبت عليها النزعة الإخبارية لما شملت عليه من محاولات وصف الشاعر لناقته وما يحيط به في طريق سفره، كما شملت بعض التوجيهات للمضارع في غرض الأمر مثل قوله: "ولا تكفوا" وهو طلب للكف، كما تضمنت بعض الالتزامات في الوعود التي كان يقطعها الشاعر على نفسه لإثبات شجاعته ومروءته منها مثلا: "أبادرها بما ملكت يدي"، كما أن بعض التعبيرات قد ظهرت في القصيدة من خلال الإفصاح عن الحالة النفسية للشاعر التي تعبر عن حسرتة وألمه من بني عمومته، وقد برزت في قوله مثلا: "فما لي أراني وابن عمي مالكا"، فقد تنوعت أفعال الكلام في صيغة المضارع غير أن الغالب عليها كان الإخباريات.

*أفعال الأمر: بلغت في القصيدة ثمانية أفعال، كلها كانت توجيهات طلب فيها الشاعر إلى مخاطبيه بأن يقوموا بفعل ما، مثل طلبه: "وشقي علي الحبيب يا ابنة معبد"، فيه طلب لأن تحزن عليه حزنا شديدا حال موته.

*الإشارات الشخصية: بلغ تعداد الضمائر فيها مائة وأربعة وتسعين ضميرا ظاهرا ومضمرا، بلغ تعداد ضمير المتكلم المفرد فيها اثنتين وستين مرة، أين كان يتحدث فيها الشاعر عن نفسه، أما ضمائر الغائب على كثرتها فقد كانت أغلبها تشير لناقته وهو يصفها، أما القلة منها فقط فقد كانت ذات دلالات موضوعية لا تحيل لمرجعياتها.

*الإشارات الزمانية: بلغ تعدادها في القصيدة خمسة عشر عنصرا إشاريا غلب عليها ظروف الزمان (يوم، ليل، نهار، غد) وبعض الأسماء الدالة على الزمن مثل: طورا، موعد، تارة...؛ غير أنها كلها تبقى مبهمة في ظل عدم معرفة السند المرجعي لزمن القصيدة ولذلك لا يمكن تفسيرها بزمن محدد طالما أن سياق زمن القصيدة غير معلوم بدقة.

*الإشارات المكانية: أحصت القصيدة تسعاً من الإشارات المكانية مثل: تحت، موطن، واسط، بين...؛ وينطبق عليها ما ينطبق على الإشارات الزمانية، فما لم يتحدد مكان الخطاب، سيبقى متعذراً معرفة الاتجاهات والأماكن بدقة.

بانتهاه هذه القراءة المفصلة لمركبات القصيدة -باستثمار الموارد الحاسوبية من برمجيات وأدوات حاسوبية- في جانبي: أفعال الكلام والإشارات، تبين لنا أن ألفاظها مفعمة ومشبعة بالعناصر اللسانية ذات الإيحاءات التداولية، وقد ساعدت البرامج الحاسوبية كثيراً على إبرازها وتصنيفها وسرعة تحليلها، والوقوف على سياقاتها في وقت قصير جداً؛ غير أن الكثير من النقائص والعيوب لا زالت تعترى هذه البرمجيات الحاسوبية، وأهمها:

- أنها لا تراعي خصائص اللسان العربي في التحليل، منها خصيصة الإلصاقية كما ذكرنا سالفاً.
- يصعب إجراء تحشية النصوص فيها (Annotation) ووسمها (Tagging) بأقسام الكلام، مما يجعل الباحث هو من يقوم بتصنيف وحدات النص، بدل أن يصنفها البرنامج مباشرة.
- صعوبة التعامل مع النصوص المشكلة في كثير من الأحيان.
- وعليه يوصي البحث بـ:

- ضرورة الاهتمام ببناء المدونات العربية الأدبية واللسانية المختلفة، وخاصة الموسومة منها لتسهيل إجراءات دراستها والبحث فيها والتحليل اللساني لها.
- العمل على بعث مشاريع حاسوبية لبناء أدوات التحليل مختلفة الوظائف والتي تراعي خصوصيات اللسان العربي.

- بعث الاهتمام بمجال لسانيات المدونة تدريجياً وبحثاً لما له من فوائد عملية في مختلف ميادين البحث.
- **الإحالات والهوامش:**

1- See: Jack C. Richards & Richard Schmidt, (2010), Longman Dictionary of language teaching and applied linguistics, Pearson Education Limited, 4th edition, Great Britain, p 138.

2- See: Patrick Colm Hogan, (2011), The Cambridge Encyclopedia of the Language Sciences, Cambridge university press, 1st published, New York, USA, p 231.

3- Ibid, p 231.

4- Paul Baker and all, (2006), A glossary of corpus linguistics, Edinburgh University Press, UK, p 50.

[هذه ترجمتنا].

وينظر مثلاً للاستزادة في مفهوم لسانيات المدونة وطبيعتها:

- Graeme Kennedy, (1998), An introduction to corpus linguistics, Pearson education limited & Addison Wesley Longman limited, 1st edition, UK & USA, p 7.

- Eric Frigal, (2018), Corpus Linguistics for English teachers: New Tools, Online Resources, and Classroom Activities, Routledge Taylor & Francis Group, 1st published, New York, USA, p 12-15.

- Paweł Szudarski, (2018), Corpus Linguistics for Vocabulary: A Guide for Research, Routledge: Taylor & Francis Group, First published, New York (USA), p 4.

5- ينظر: صالح فهد العصيمي، (د.س)، لسانيات المتن وعلوم اللغة، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، ظهر المهرز فاس المغرب، السنة الخامسة والثلاثون، العدد التاسع عشر، ص 41.

6- Jack C. Richards & Richard Schmidt, Longman Dictionary of language teaching and applied linguistics, P137. [هذه ترجمتنا]

7- يراجع في هذه المسائل مثلاً:

- محمود إسماعيل صالح (الصيني) وآخرون، (2015)، المدونات اللغوية العربية بناؤها وطرائق الاستفادة منها، منشورات مركز الملك عبد الله ابن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الطبعة الأولى، الرياض السعودية، ص 22-28، وص 150-165.

8- ينظر في مسألة تطور أدوات المدونات الحاسوبية:

- Tony McEnery & Andrew HARDIE, (2012), Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice, Cambridge University Press, 1st Published, UK & USA, PP 37-48.

9- Paul Baker and all, A glossary of corpus linguistics, P160. [هذه ترجمة] [هذه ترجمة]

- 10- محمود أحمد نحلة، (2002)، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية مصر، ص 41.
- 11- ينظر: جواد ختام، (2016)، التداولية أصولها واتجاهاتها، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، ص 86.
- 12- جورج يول، (2010)، التداولية، ترجمة قصي العتاي، الدار العربية للعلوم ناشرون، ودار الأمان، الطبعة الأولى، بيروت لبنان، والرباط المغرب، ص 81.
- 13- ينظر: جواد ختام، التداولية أصولها واتجاهاتها، ص 89-91.
- 14- ينظر: المرجع نفسه، ص 90.
- 15- ينظر: المرجع نفسه، ص 93-94.
- 16- محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، ص 16.
- 17- ينظر: المرجع نفسه، ص 17.
- 18- ينظر: جورج يول، التداولية، ص 28.
- 19- محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، ص 20.
- 20- ينظر لمزيد من التفصيل:
- جورج يول، التداولية، ص 34-36.
- محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، ص 20-21.
- 21- المرجع نفسه، ص 22.
- 22- ينظر للتوسع:
- المرجع نفسه، ص 22-23.
- جورج يول، التداولية، ص 31-33.
- 23- هو طرفة بن العبد بن سفيان بن سعد بن مالك بن ضبيعة بن قيس بن ثعلبة بن عكابة بن صعبين علي بن بكر بن وائل، ولد في البحرين في بيت عريق الأصل والمحتد، نشأ يتيم الوالد فضيق عليه أعمامه ورفضوا أن يعطوه حقه لإسرافه في الإنفاق، وجاروا على أمه فهضموها حقها، وقد برز ذلك في شعره، من بين أجود الشعراء قصيدة، ويصنف في الطبقة الرابعة من رهط فحول الشعراء في تصنيف طبقات الشعراء لابن سلام الجمحي، كان حاد الذكاء فخوراً بتياها بشعره، وتذكر المصادر أن الشاعر قدم كتاب مقتلته بيده من قبل الملك عمرو بن هند إلى عامله بالبحرين، فلما وصل الشاعر إلى البحرين وقدم كتاب الملك له، فقرأه وكانت فيها نهايته.
- ينظر لمزيد من المعلومات عن الشاعر:
- مهدي محمد ناصر الدين، (2002)، ديوان طرفة بن العبد، دار الكنب العلمية، الطبعة الثالثة، بيروت لبنان، ص 3-9.
- أبي زكريا يحيى بن علي التبريزي (502 هـ)، (1980)، شرح القصائد العشر، تحقيق فخر الدين قباوة، منشورات دار الآفاق الجديدة، الطبعة الرابعة، بيروت لبنان، ص 9-11.
- 24- برنامج نوج: هو أحد الأدوات الحاسوبية لتحليل المدونات سهر على برمجته وتطويره الأستاذ ماكس سيلبرشطاين بجامعة كومي بفرنسا، وهو عبارة عن بيئة تفاعلية تطويرية للتعامل مع المدونات والنصوص اللسانية بامتدادات مختلفة ويؤدي وظائف عديدة لتحليل ودراسة المدونات.
- 25- برنامج غواص: هو برنامج عربي للتفاعل مع النصوص والمدونات تم إنشاؤه من طرف فريق عمل بإشراف عبد المحسن الثبيتي، ضمن مشاريع مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنيات، مع العلم أنه يتوافق في تشغيله مع برنامج (Java).
- 26- برنامج يونيتاكس: هو عبارة عن بيئة تفاعلية مفتوحة المصدر تأسس بداية سنة 2002 على أساس معجمي ونحوي لتحليل المدونات، ثم تطور في نسخ متتالية، ليحوي حالياً عديد التطبيقات في حزمة واحدة، وهي حويلة أعمال تخصصت للسان الفرنسي

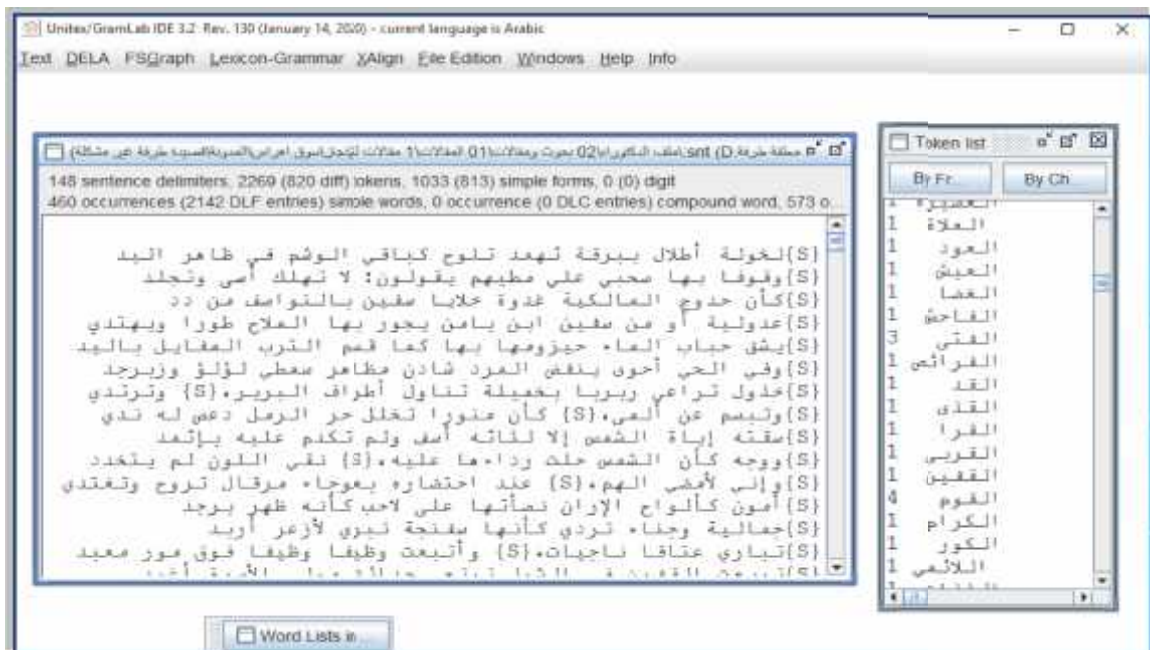
بمبادرة من الأستاذ موريس غروس، عن مخبر المعالجة التوثيقية واللسانية، وقد شارك في إنجازه وإثرائه وتطويره العديد من المتخصصين.

- قائمة المصادر والمراجع:

- أبو زكريا يحيى بن علي التبريزي (502 هـ)، (1980)، شرح القصائد العشر، تحقيق فخر الدين قبادة، منشورات دار الآفاق الجديدة، الطبعة الرابعة، بيروت لبنان.
- جواد ختام، (2016)، التداولية أصولها واتجاهاتها، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن.
- جورج يول، (2010)، التداولية، ترجمة قصي العتاي، الدار العربية للعلوم ناشرون، ودار الأمان، الطبعة الأولى، بيروت لبنان، والرباط المغرب.
- صالح فهد العصيمي، (د.س)، لسانيات المتن وعلوم اللغة، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، ظهر المهرز فاس المغرب، السنة الخامسة والثلاثون، العدد التاسع عشر.
- محمود أحمد نحلة، (2002)، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية مصر.
- محمود إسماعيل صالح (الصيني) وآخرون، (2015)، المدونات اللغوية العربية بناؤها وطرائق الإفادة منها، منشورات مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الطبعة الأولى، الرياض السعودية.
- مهدي محمد ناصر الدين، (2002)، ديوان طرفة بن العبد، دار الكتب العلمية، الطبعة الثالثة، بيروت لبنان.
- Eric Friginal, (2018), Corpus Linguistics for English teachers: New Tools, Online Resources, and Classroom Activities, Routledge Taylor & Francis Group, 1st published, New York, USA.
- Graeme Kennedy, (1998), An introduction to corpus linguistics, Pearson education limited & Addison Wesley Longman limited, 1st edition, UK & USA.
- Jack C. Richards & Richard Schmidt, (2010), Longman Dictionary of language teaching and applied linguistics, Pearson Education Limited, 4th edition, Great Britain.
- Patrick Colm Hogan, (2011), The Cambridge Encyclopedia of the Language Sciences, Cambridge university press, 1st published, New York, USA.
- Paul Baker and all, (2006), A glossary of corpus linguistics, Edinburgh University Press, UK.
- Paweł Szudarski, (2018), Corpus Linguistics for Vocabulary: A Guide for Research, Routledge: Taylor & Francis Group, First published, New York (USA).
- Tony McEnery & Andrew HARDIE, (2012), Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice, Cambridge University Press, 1st Published, UK & USA.

- الملاحق:

ملحق رقم (01): صورة نص القصيدة على واجهة برنامج يونيتاكس



ملحق رقم (02): جدول يوضح بعض المعلومات الأولية عن مكونات نص القصيدة

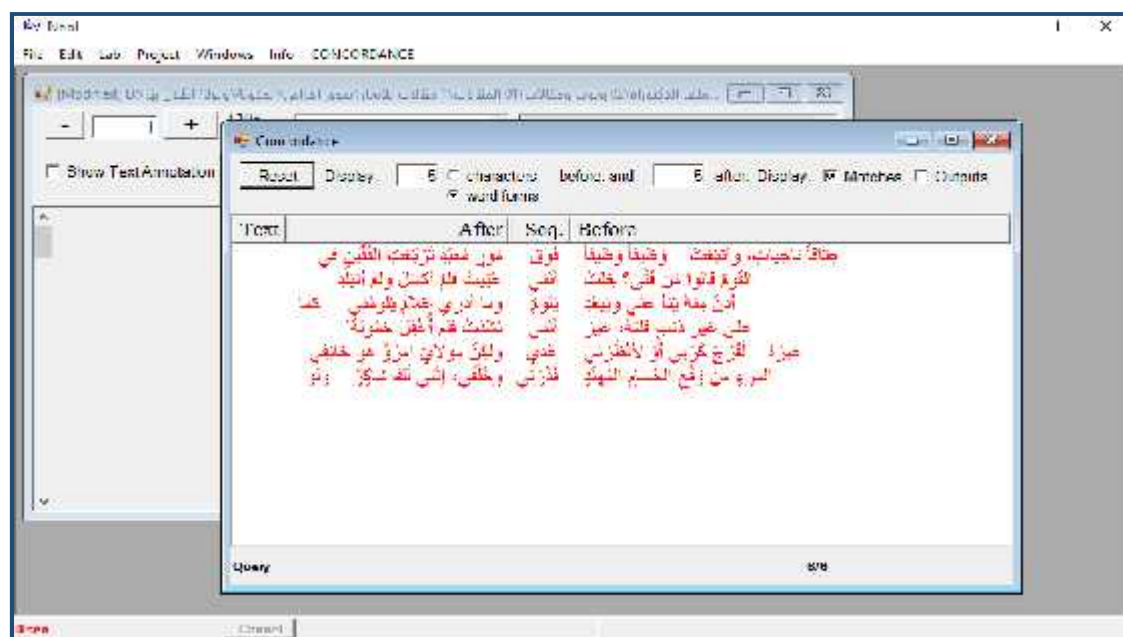
المعلومة	على برنامج نوج	على برنامج يونيتاكس	على برنامج غواص
عدد هياكل الكلمات (Tokens)	1087	1033	1033
عدد الكلمات (Word forms)	813	813	817
عدد وحدات القصيدة (Text Units)	105	148	/

ملحق رقم (03): جدول يوضح اختصارات نوع كلمات نص القصيدة والقيمة التداولية لها.

ملحق رقم (04): صورة توضح كلمات نص القصيدة مرتبة ومصنفة في صفحات ملف إكسل.

الاختصار	معناه	قيمه التداولية
أد	أداة	منعدمة
س	اسم	منعدمة
ف م	فعل مضارع	احتمال وجود فعل إنجازي
ف أ	فعل أمر	احتمال وجود فعل إنجازي
ف ض	فعل ماض	منعدمة
ف ب	فعل مبني	منعدمة
إش	إشارات شخصية	احتمال إحالة على أشخاص
إم	إشارات مكانية	احتمال إحالة على مكان
إز	إشارات زمانية	احتمال إحالة على زمن

ملحق رقم (05): نموذج لسياقات بعض الكلمات في النص باستخدام برنامج نوج



الخطاب الأدبي في ضوء المقاربة التداولية

د. مجاهد بوسكين

جامعة مصطفى اسطمبولي - معسكر، medjahed.bouskine@univ-mascara.dz

تاريخ الإيداع: 2022/01/31

تاريخ المراجعة: 2023/03/14

تاريخ القبول: 2023/03/29

ملخص

يعالج هذا البحث الموسوم: "الخطاب الأدبي في ضوء المقاربة التداولية" إشكالية تلقي الخطاب الأدبي في كنف البرامج الإجرائية للدرس التداولي، باعتباره نظرية نقدية معاصرة، أفرزتها الدراسات اللسانية ويشكل خاص السيميائية منها، تنغياً قراءة النص الأدبي في ضوء المعايير التداولية التي تضطلع بتدارس الخطاب في سياقه الواقعي، وليس مجاله المعجمي أو تركيبه النحوية.

الكلمات المفتاحية: تداولية، خطاب، سياق، نص، استعمال.

*Literary Discourse in the Light of the Pragmatic Approach***Abstract**

This paper, under the heading: *Literary Discourse in the Light of the Pragmatic Approach*, addresses the question of receiving literary discourse with the support of the procedural programs of the pragmatic course, since it is a contemporary critical theory sorted out by linguistic studies, the semiotic ones in particular. It seeks to decipher the literary text through the lens of the pragmatic standards that takes over studying the discourse in its factual context, not in its lexical domain or grammatical structures.

Keywords: Pragmatics, discourse, context, text, use.

*Discours littéraire dans une approche pragmatique***Résumé**

Cette recherche aborde la question du «discours littéraire dans une approche pragmatique», traitant la problématique de sa réception, à travers les programmes procéduraux, considéré comme une théorie critique contemporaine. Cette dernière ayant mis en évidence les études linguistiques, notamment la sémiologie, qui tente de faire une lecture du texte littéraire, par le biais des paramètres pragmatiques dans un contexte réel, loin des considérations lexicologiques ou les constructions grammaticales.

Mots-clés: Pragmatique, discours, context, texte, usage.

مقدمة:

تأتي المقاربة التداولية (Pragmatique) في طليعة المناهج القرائية والدراسات اللسانية التي استوعبت الدرس اللساني، وفتحت آفاقه - في الوقت نفسه - على سائر العلوم الإنسانية والحقول المعرفية، فامتدت دائرة بحثها لتشمل الظواهر الأدبية والثقافية، والفنية، والجمالية، والخطاب، وأشكال التواصل، والتلقي. الخ، وبهذا الشكل تعددت مباحث التداولية ومفاهيمها، وأضحى لها باع في نظريات الاتصال والتعليمية وتحليل الخطابات، مستمدة آلياتها وأدواتها من مشارب متنوعة منها الأدب والفلسفة والنقد واللسانيات وعلم النفس وعلم الاجتماع. مولية في خضم ذلك أهمية قصوى لدراسة الاتصال وأنظمة الاتصال، من خلال الاضطلاع بدراسة استعمال اللغة في الطبقات المقامية المتنوعة، التي تعرج على الملفوظ اللغوي، والمتكلم/المرسل للملفوظ/الخطاب، والمخاطب/متلقي الملفوظ/الخطاب، وكذا المقام التواصلية الذي احتضن الخطاب، والغرض التواصلية للخطاب، لتكون دراسة التواصل شاملة كاملة، تسلط الضوء على التواصل اللغوي منذ لحظة انطلاقه إلى لحظة وصوله وإبلاغه؛ أي تتباحث كيفية توليده أول الأمر، فملابسات تلقيه وسياق تلقيه ثانيا، ثم مقصديته التواصلية أخيرا، فضلا عن ذلك تتدارس التداولية في هذا المضمار الأثر الذي يتركه الخطاب في الآخرين، من قبيل توجيه حيواتهم، أو سلوكياتهم. وما شبه ذلك، تحت مظلة البرامج الإجرائية لـ "الفعل الإنجازي" و "الفعل التأثيري"، وهو ما يعني أن اللغة في النظرية التداولية ليست أداة تواصل وتخابط فقط، بل أداة تأثير تتطوي على قصيدة معينة.

وبشكل عام تتطلع هذه الدراسة الموسومة: "الخطاب الأدبي في ضوء المقاربة التداولية" بحث إشكالية التواصل في كنف البرامج الإجرائية للدرس التداولي، باعتباره نظرية لسانية معاصرة، أفرزتها الدراسات اللسانية وبشكل خاص السيميائية منها، تستهدف دراسة التواصل الإنساني في ضوء المعايير التداولية التي تضطلع بتدارس الخطاب بمختلف أشكاله في أسبقته الواقعية؛ أي تتدارس الخطاب في نطاق التوظيف والفهم والمقصدية المتوخاة منه أناء مواضع ومواقف الإرسال والتواصل، كما تبحث في طبيعة العلاقات القائمة بين المتكلم والمخاطب، فهي تتقصى المعنى من خلال الوقوف على العلاقة بين الخطاب ومستعمله والسياق.

وهذه الدراسة الشاملة والمتنوعة هي التي تجعل النظرية التداولية تمدّ جسورا مع ميادين الفكر والمنطق، والعلوم الإنسانية، وفي مقدمتها علم الاجتماع وعلم النفس والفلسفة وعلوم الاتصال. مؤسسة بذلك لحقل معرفي جديد ينهض بدراسة أنظمة التواصل اللغوي وتفسيرها. وبهذا المنظور تخطى البحث التداولي إشكال البنية والدلالة إلى إشكال الوظيفة والمقصدية والتأثير، ليكون السؤال الإشكالي ههنا هو: ماهي المفاهيم والتصورات النظرية التداولية التي تنهض بدراسة التواصل؟ وماهي آلياتها الإجرائية ومدى فعاليتها؟ وإلى أي مدى يستوعب الخطاب النظريات الذهنية، وهو يقبع تحت طائل السلطة الإيديولوجية وسلطة التحليل؟

وهو الإشكال الذي سيحاول هذا البحث الإجابة عليه من خلال النقاط الأساسية التالية:

1- التداولية بين النظرية والتطبيق.

2- الآليات الإجرائية للمقاربة التداولية.

1- التداولية بين النظرية والتطبيق:

لعل أول ما يطالع المتأمل في الدرس التداولي في علاقته بتحليل الخطاب بشكل خاص والإجراء بشكل عام، هو تعدد المقاربات التداولية بتعدد الاتجاهات والتيارات المتبينة لها، وبتنوع المرجعيات المحتضنة لها، من قبيل المقاربة اللسانية، الحجاجية، المنطقية، التداولية، السياقية، التخاطبية. الشأن الذي خلق رؤى تداولية لا حصر

لها، لكل منها تصوره للنص/الخطاب، وأنتج بالمقابل مفاهيم نظرية متنوعة أفرزت مناهج وتيارات عدة، يأتي في صدارتها:

1-1- التداولية ومقاربة الكلية/الخطاب جملة نصية كبرى:

تتعامل هذه المقاربة مع الخطاب/النص ككل متكامل وليس كأجزاء، أو بالأحرى ككيان يتمتع بالوحدة العضوية، باعتباره كلا متكاملًا يتسم بالخصوصية الدينامية للجملة اللسانية، وبالتالي إذا كانت هذه الأخيرة في منطق اللسانيات البنوية والتوزيعية والتوليدية هي بنية عضوية متسقة ومنسجمة. فإن النص في المنطق التداولي هو كذلك بناء لغوي يتمتع بالوحدة العضوية أو الكلية العضوية، مما يستوجب إخضاع شفراته للجوانب: الوظيفية، والسياقية، والمفاهيمية، والطريقة الإخراجية، بما في ذلك مكوناته الحجاجية، وآراؤه الحوارية والتخاطبية التفاعلية، وكذا مرامييه القصدية والتداولية.

ويعني هذا أن المقاربة التداولية تعالج الخطاب، سواء كان شفويا أم مكتوبا بمنطق أنه خطاب قبل كل شيء، يجري عليه ما يجري على الجملة وفي مقدمة ذلك التركيب والدلالة والوظيفة، فهو كيان خطابي وفي نفس الوقت ظاهرة تواصلية واجتماعية أيضا، وبهذا الشكل تجاوز درس التداولي الجملة إلى الاضطلاع بالخطاب؛ أي تجاوز اهتمامات التصور اللساني "السوسييري" (Ferdinand de Saussure) أو التوزيعي "هوكيت" (Charles Francis Hockett) وبلومفيلد (Leonard Bloomfield)، أو التوليدي "نوام تشومسكي" (Noam Chomsky's).

1-2- التداولية والمقاربة السياقية الوظيفية:

بعكس ما جادت به قريحة اللسانيات البنوية، والبنوية الوظيفية، والتوزيعية، والتوليدية⁽¹⁾، التي كانت تعتبر أن اللغة ليست إلا مجموعة من الرموز المجردة الصورية، تتطوي على "دال" صوتي و"مدلول" معنوي تجمع بينهما الاعتبارية أكثر من أي شيء آخر؛ أي أن اللغة ليست إلا ظاهرة اجتماعية قارة وثابتة لا تتأثر بالمرجع الحسي المادي، فإن التداولية تنظر إلى النص بوصفه خطابا لغويا ينطوي على الوظيفية التلغظية والمقصدية السياقية، وبعبارة أوضح إذا كانت اللسانيات السوسيرية لا تغير السياق الوظيفي المرجعي كبير اهتمام، ونخص بالذكر هنا الكلام بوصفه ظاهرة فردية تحتكم إلى ما هو مرجعي وسياقي وإحالي، وهامشي يتغير من هذا إلى ذلك⁽²⁾، بالقدر الذي اهتمت بالملفوظ الصوتي والصورة الذهنية وربطهما باللغة، فإن النظرية التداولية تعد النص كيانا دالا، كل محتواه يدل على مضمون بعينه، ويؤشر على تجليات تداولية ومقصدية متوخاة، ولا يحتوي شيئا اعتباريا أو مجانيا أو فوضويا أو هامشيا أو إضافيا بل على العكس من ذلك تماما كل محتويات النص تدلل على مدلولات بعينها، وهذه المدلولات على علاقة عضوية وطيدة بالحمولة السياقية والمقاصد الواضحة للعيان المفهومة ببسر، والأخرى المستعصية المستترة.

فبعكس البنية المغلقة التي كانت تروج لها اللسانيات البنوية والسيمانيات، أضحت "لغة النص الأدبي وظيفية وتداولية، تحمل في مضانها أبعادا سياقية سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية وتاريخية، ونفسية وجنسية وعقائدية أي لم يعد النص الأدبي علامات وبنيات داخلية مغلقة بل النص الأدبي بنية ودلالة وتركيب ووظيفة سياقية"⁽³⁾.

ومن ثم تقتضي الضرورة الإجرائية آناء تحليل النصوص الاضطلاع بالسياق والوظيفة، ذلك أن النظرية التداولية تعتبر النص فعالية تلفظية ذات تمظهرات سياقية، أو بتعبير أحمد المتوكل: "ليس مجرد سلسلة لفظية

تحكمها قوانين الاتساق الداخلي بل إنتاج لغوي يربط فيه ربط تبعية بين بنيته الداخلية وظروفه المقامية بالمعنى الواسع⁽⁴⁾.

إن الخطاب/النص لا يُختزل في قاعدة لسانية منطقية وتجريدية، وبالمقابل ليس هواجس نفسية أو عبقرية إبداعية ذاتية فحسب، بل يتضمن مقصدية تستهدف الفعل والإثارة والتفاعل وتميرير الرسائل المشفرة، ولذلك ينبغي أن يوضع تحت مجهر النظرية التداولية للوقوف على التفاعل الذي يضمّره، وفحوى الرسائل التي يوجهها باعتباره ظاهرة اجتماعية وإيديولوجية وشعرية، تتوخى استفزاز المتلقي/القارئ وانتشاله من موضع إلى موضع، وتتحرى استقطابه وتوجيه سلوكه والتأثير في اعتقاداته ورغباته وذائقته.

والقصيدة هنا في مضمار النص والتفاعل يشغلان وفق متطلبات الخطاب النصي ونوعه، أين تتخرط المرجعية الخطابية والقوى المجتمعية والإيديولوجية والمرامي المتوخاة في تحديد طريقة التعبير والهدف المنشود، فيكونا بذلك هما "البوصلة التي توجه تلك العناصر، وتجعلها تتضام وتتظافر وتتجه إلى مقصد عام، فالمقصدية تحدد اختيار الوزن والألفاظ الملائمة، وتركيبها بطرق معينة لتؤدي المعنى العام المتوخى، ولذلك نجد البحر الواحد ينظم عليه الشاعر مدحا أو فخرا أو هجاء أو رثاء .. فالمقصد يتحكم في نسيج القصيدة أو المقطوعة، بل في البيت أو شطره مبنى ومعنى"⁽⁵⁾.

ومفاد هذا أن اللغة الأدبية/الشعرية ليست في حل من الحمولة السياقية أو الحجاجية والتداولية، وكذا الفكرية والوجدانية، ولهذا مع مرور الزمن يتغير مسار التقى، فالنص "نتاج مترابط متسق ومنسجم، وليس تتابعا عشوائيا لألفاظ وجمل وقضايا وأفعال كلامية"⁽⁶⁾، وهو ما يسوق النص إلى النصية بتعبير "هاليداي"، (Michael Alexander Kirkwood Halliday)، لأنه "ليس سلسلة من الجمل، أو وحدة نحوية كبرى، ولا نوعا من الجملة، النص وحدة دلالية لها وحدة المعنى في السياق"⁽⁷⁾، إنه تعبير ذو معنى له غرض تواصلية، ينطلق من الحدث اللغوي لينتهي بمقصده عند متلقيه، وبالمختصر المفيد هو المعادل الموضوعي للواقع الإنساني والكوني.

1-3- التداولية والمقاربة التواصلية:

يعتبر أنصار هذا التوجه مثلما هو الشأن لـ"رومان جاكوبسون" (Roman Jakobson) أن النص الأدبي، بصرف النظر عن جملة الوظائف التي تؤثثها ثنائاه هو في المقام الأول ينهض بوظيفة تواصلية إبلاغية تحدها عناصر التواصل الستة، "المرسل ووظيفته انفعالية، والمرسل إليه ووظيفته تأثيرية، والرسالة ووظيفتها جمالية، والمرجع، ووظيفته مرجعية، والقناة ووظيفتها خطاطية وتواصلية، واللغة ووظيفتها وصفية تأويلية وتفسيرية"⁽⁸⁾، وهي العناصر التي تضاعفت مع مرور الزمن، كما طالها بعض التعديل، ويمكن إجمال ذلك في التالي:

- ترنس هوكس (Terence Hawkes): أضاف إلى العناصر الستة الوظيفة الأيقونية التي استلهمها من سيميائية التواصل.

- هاليداي (Halliday): اختزل وظائف اللغة في ثلاث: الوظيفة التمثيلية التي تحيل على تمظهرات الأنا المتحدثة المعبرة داخليا وخارجيا أثناء نقل المعلومات وطلبها.

والوظيفة التعالقية: وتحيل على الشخصية المجتمعية التي يتقمصها المتكلم (الناقل للمعلومات، الباحث عن الخبر، الأمر النهائي)، والوظيفة النصية: وتعني أن يحتكم تأثيث النص وترتيبه إلى متطلبات مقام إنتاجه.

- فان ديك (Van Dyke): صنّف ملابسات التخاطب والتواصل إلى معلومات عامة تتعلق بالعالم ككل، ومعلومات موقفية تتعلق بمضمون فعل التواصل، ومعلومات سياقية تتصل بما هو بجعبة الذاكرة عن ملابسات

ووضعية الخطاب القديم بين المتكلم والمخاطب ويتم استحضاره لحظة الحديث الجديد، وحسب "فان ديك" تتغير هذه المعلومات تبعاً "للعلاقة القائمة بين المتكلم والمخاطب، أو بالنظر إلى فحوى الخطاب ذاته، وفي هذه الحالة الثانية يكون القصد من الخطاب حمل المخاطب على القيام بفعل ما، سواء أكان الفعل المطلوب عملاً أم قولاً، كما يكون القصد منه الإخبار عن شيء، أو التعبير عن إحساس أو استثارة إحساس"⁽⁹⁾.

- **بوبر (Popper):** في واقع الأمر "بوبر" أخذ بتقسيم أستاذه "كارل بوهلر" اللغوي وعالم النفس الذي أشرف عليه في رسالة الدكتوراه، وهو تقسيم ثلاثي قسّم بموجبه "بوهلر" وظائف اللغة إلى: (تعبيرية، وإشارية، ووصفية)، وأضاف إليه "بوبر" وظيفة المحاجة⁽¹⁰⁾.

- **عبد الله الغدامي:** أقحم إلى جانب العناصر الستة عنصراً سابغاً، تمثل في الوظيفة الثقافية أو النسق الثقافي. وبإسقاط المقاربة التواصلية لجاكسون على العمل الأدبي تكون وظيفة التواصل على النحو التالي، حيث يغتدي المؤلف هو المرسل باعتباره صاحب المضمون الذي ينطوي عليه كتابه، والمرسل إليه هو القارئ/المتلقي كونه هو مقصد الكتاب، وحيز الكتابة ونوعيتها وطريقتها المسجلة هي وسيلة "الإرسال"، واستمرار الكتاب مطبوعاً أو إعادة طبعه هو الذي يضمن للكتاب الديمومة عبر الزمن والمكان، وردود فعل القراء هي الصدى، أو الأثر الذي يتركه الكتاب فيهم، وبهذا المنطق فإن الاتصال سواء كان شفويًا أو نصيًا يشتمل على مرحلتين اثنتين هما: التشفير (codage)، وفك التشفير (décodage).

وبتعبير مواز تكون الكتابة هي عملية وضع للصياغة، والقراءة هي عملية تفكيك لها، والكلام أيضاً هو عملية صياغة للمعطيات التي تتاب ذهن برمز عربية أو أجنبية، ووعي المتلقي لها يعدّ كشفاً لتلك الرموز، ومن ثم فإن الرسالة أياً كان نوعها، شفوية أم مكتوبة هي في الأصل مسيجة بشفرة لغوية يقوم المتلقي بتفكيك تشفيرها ثم يفسرها بلغته الواصفة، وهي العملية اللغوية التي تحتكم حسب "غرايس" (Paul Grice) إلى "مظاهر ثلاثة، هي الدلالة التواصلية (signification) والإشارة (indication) والقصد (vouloir)"⁽¹¹⁾.

ووفق مسار التواصل الجاكسوني نكون إزاء جملة من الوظائف التي تتعالق بالرسالة/النص.

الوظيفة المرجعية

الوظيفة الانفعالية

الوظيفة التأثيرية

الوظيفة الجمالية/الشعرية

الوظيفة الوصفية

الوظيفة البصرية الأيقونية.

فأما الوظيفة المرجعية فمفادها: أن مضمون النص المعبر عنه يعدّ مرجعاً أساسياً لعملية التواصل.

أما الوظيفة التعبيرية/الانفعالية: فتتعلق بعلاقة النص/الرسالة بمرسله/الناص، وتشبي هذه الوظيفة بالانفعالات الجوانية الذاتية للمتكلم/الناص، كما تتضمن جملة الهواجس والمكونات النفسية والشعورية والعاطفية التي يؤثّر بها المتكلم/الناص مضمون رسالته/نصه.

الوظيفة التأثيرية: وهي وظيفة ذاتية تحدد طبيعة العلاقة الكامنة بين المرسل/الناص والمتلقي/القارئ في مضمون أفعال وحيثيات الاستقزاز، والاستقطاب، وعناصر الإثارة، والتوجيه التي يسيجها مضمون النص.

الوظيفة الشعرية: تطلعوننا بالعلاقة الواصلة بين النص والجمالية/الأدبية الكامنة فيه، وتتجسد كوظيفة عند ربط المحور الاختياري على المحور التركيبي، وأثناء خروج الرسالة عن المعتاد والمتعارف عليه، وفي حالات الانزياح، وتعمل هذه الوظيفة على تحقيق التواصل الشعري/الجمالي، وبالمقابل استمرار الإخبار بفحوى الرسالة وترسيخه أو تعطيله.

الوظيفة الوصفية: تتعلق باللغة التي تعمل على تفكيك تشفير الرسالة المشفرة عبر وصف الرسالة لغويا وتأويلها في ظل المعجم اللغوي وملابساته النحوية والتركيبية المشتركة بين المرسل والمتلقي.

الوظيفة البصرية/الأيقونية: وتهض بتأويل مقاصد الأشكال البصرية ودلالة الألوان والرموز الأيقونية، تقصياً عما يصل بين العلامة البصرية وإحالتها المرجعية.

1-4- التداولية والمقاربة التلفظية:

وتعرف هذه المقاربة بالمقاربة التلفظية أو القرائية، ويتجه صلب اهتمامها إلى دراسة أسيقة التلطف وربطها بأطراف فعل التواصل اللغوي عبر الاضطلاع بثلاثة محاور أساسية كآليات للتحليل القرائي، هي البنية والدلالة والوظيفة المرجعية، وتحاكي في تطبيقاتها السيميائيات النصية/الخطابية والدرس التداولي، ويتضح ذلك بشكل جلي في مدارستها للأثر الأدبي من خلال القرائن الإشارية والملحوظات اللغوية أو بالأحرى المؤشرات التلفظية، التي بواسطتها تتأتى الإحاطة بالسياق اللساني، من قبيل الضمائر، وأسماء الإشارة وظروف الزمن والمكان، وصيغ التعجب والانفعال الذاتية، وصيغ القرابة "فكل ملفوظ يتكون من مرسل ومستقبل ومكان التلطف وزمانه، وهذه المؤشرات السياقية هي التي تسمى بالمعينات أو القرائن السياقية، وبتعبير آخر، فالمعينات هي مجموعة من العناصر اللسانية التي تحيل على السياق المكاني والزمني لعملية التلطف الجارية بين المتكلمين أو المتحدثين أو المتلفظين"⁽¹²⁾، وقد تباحثتها وتناولتها الدراسات النحوية والفلسفية أول الأمر وتجاوزت علاقتها بمسألة الدلالة والإحالة والمرجعية، ثم أصبحت لاحقاً مبحثاً لسانياً يحاول استقرار أبعادها المتنوعة، ولاسيماً بعدها الذي يجنح إلى استيعاب القضايا التداولية والإمام بها، ويعود قصب السبق في هذا المجال إلى "شارل موريس" عندما أشار إلى "أن البعد الثالث في دراسة السيميوزيس يبحث العلاقة بين العلامات ومؤوليتها، وقد اتضح له في تلك الأثناء أن مجال التداولية لا يعدو العناية بضمائر الكلام وظروف الزمان والمكان، ومختلف التعبيرات التي تستقي مرجعيتها من مقامات التواصل"⁽¹³⁾.

إن الإشارات في تفاصيلها الدقيقة هي علامات تربط فعل الإشارة إلى حدث ما، أو فكرة ما، أو مفهوم ما، وهي قرائن محيلة غير منفصلة عن فعل التلطف الذي هو في الأساس (الفعل) يستوجب متكلماً يرسل خطاباً إلى المتلقي في مضمار حيز زمني ومكاني معين، وبتعبير مبسط هي جملة الكلمات أو الملفوظات أو الوحدات التعبيرية التي تأتي في خطاب شفوي أو مكتوب لتبين ظروف التلطف وتبين الشروط المميزة لفعل القول ضمن سياق تواصل معين، ومن ثم لا يتحدد مرجع هذه القرائن والمعينات الإشارية دلالياً وإحالياً إلا بوجود المتكلمين في وضعية التلطف والتواصل المتبادل .. فالمعينات هي وحدات التلطف ومؤشراته، التي تساهم في تحيين فعل التلطف إنجازاً وقولاً وفعلًا عن طريق الضمائر، وأسماء الإشارة، وظروف المكان والزمان"⁽¹⁴⁾، ولا يمكن إلحاق معنى ما بملفوظ ما دون الاحتكام إليها، وإلى سياق إرسال الملفوظ/الخطاب أيضاً، ومن ذلك مثلاً: أن الضمير "أنا" لا معنى له مالم ينخرط في سياق محدد يعرفه المرسل والمتلقي/المخاطب، وما يقال عن أنا المتكلم في هذا الشأن يقال عن "الآن" و"هنا" وباقي الروابط والتعبيرات الإشارية، كما أن هذه القرائن تظل جافة ولا تدل على شيء

إلا إذا اقترنت بموضوع واقعي أو خيالي تمثله، ولعل هذا السبب هو الذي جعل "جاكسون" يعتبرها ذات طابع كوني، ولها حضور في جميع اللغات⁽¹⁵⁾، ولاشك أنها كذلك باعتبارها تهض بدور على درجة كبيرة من الأهمية في عملية التواصل، وهو دور مفصلي بالمقابل ييسر التأشير على مرجعية الموضوعات بالنسبة للشخصين المتواصلين، والمرجعية هي الخطاب في الأساس لأنها هي من تعمل على إيصاله على صورته الحقيقية، وتجسد عملية التواصل.

إن الإشارات تنغياً تحديد الظروف المتصلة بالأشخاص والأحداث والمواضيع الجاري الحديث عنها شفويا أو كتابيا، وتتم الإحالة إليها في علاقتها بالسياق الزمني والمكاني المحتضن لخطاب التواصل أو بالأحرى لفعل التلفظ⁽¹⁶⁾، وتبعا لهذه المعطيات حدد الباحثون في حقل التداوليات الإشارات إلى ثلاثة مستويات:

"الإشارات الشخصية"، "الإشارات الزمانية"، "الإشارات المكانية".

أ- الإشارات الشخصية:

وهي قرائن الضمائر المتصلة والمنفصلة (أنا، أنت، نحن، أنتم)، وأدوات التملك المتعلقة بضمير المتكلم وضمير المخاطب (قلمي، قلمك، قلمنا، قلمكم ..)، وقد أشار النحاة إلى هذا النوع من الإشارات في باب الضمائر بشكل واضح، حيث وصف "السكاكي" الضمير بـ"الاسم المتضمن الإشارة إلى المتكلم أو إلى المخاطب أو إلى غيرهما بعد سابق ذكره"⁽¹⁷⁾، ووضح من قول "السكاكي" أن الضمير يقترب بالإحالة التي تحدد السابق باللاحق، ويؤشر على فعل معلوم تم ذكره مسبقا.

وفي تحديد شامل لإشارية الضمائر، وخصائصها التداولية أشار "بنفنيست" "Emile Benveniste" إلى أن هناك علاقة عضوية متينة بين الضمائر وأسيقة التلفظ، وهي علاقة ليست ثابتة وإنما متغيرة تبعا للاستعمال، ومن ذلك أن الضمير سواء كان "الأنا" المتكلم أو "الأنت" المخاطب، لا يؤشر على حدث أو فعل معين وإنما على ملفوظ شخصي فردي يمتاز بميزة معينة، مما يعني أن أنا المتكلم يخضع لمستعمله؛ أي بوسع كل متكلم أن يوظفه بطريقته الخاصة ويسمه بميزاته الخاصة، وأن يؤشر بواسطته إلى خطابه الخاص.

وإذا كان هذا فيما يتعلق بـ "الأنا" و"الأنت" فإن ضمير الغائب "هو" "il" في تقدير "بنفنيست" يكتسي ميزة موضوعية، كونه لا يشير إلى حدث تلفظي محدد، وبالمقابل المرجعية في هذا الضمير لا معنى لها لأنها هي الأخرى لا ترتبط بسياق تلفظي معين، ولهذا يسمى "بنفنيست" الضمير الغائب بـ"اللاشخص" (non personne) وعموما بهذه الطريقة أو تلك تضي الضمائر البعد التداولي على الحدث التلفظي، أو الخطاب اللغوي ككل، وفي الوقت نفسه تتحول إلى روابط معجمية مجردة ولا تفيد أي دلالة في حال لم تقترب بمرجعيتها الإحالية، "ويأتي هذا الإقرار متساقا مع الاعتراف بأن الضمائر عبارة عن وحدات لا تشير إلى شخص معين، كما أنها لا ترتبط بمعطى ما من معطيات التجربة الإنسانية، لأنها ليست في نهاية المطاف سوى علامات يتوسل بها المتكلمون لإضفاء بعد تداولي على خطابهم"⁽¹⁸⁾.

ب- الإشارات الزمنية والمكانية:

يلعب الوضع الزمني والمكاني دورا كبيرا في تحديد البعد التداولي للخطاب، ومن أمثلة ذلك أن دلالة الزمن لا يحددها زمن الفعل أو الظرف، وإنما نستشفها من خلال زمن التلفظ، فإذا وظفنا "زمن أمس فإن دلالاته تتحدد بالزمن الذي أنتج فيه الملفوظ؛ أي أنه يدل على اليوم الذي سبق يوم إنتاج الملفوظ، وبالمثل فإن غدا تدل على اليوم الذي يلي زمن الحدث، ومن هذا المنظور يتضح أن الزمن بقدر ما يمثل عنصرا ملازما لكل لغة وحدث

لغوي، بقدر ما تتصل دلالاته بالخطاب والاستعمال⁽¹⁹⁾، والإشارات المكانية في هذا سياق، فهي الأخرى لا دلالة لها إلا ضمن سياق الخطاب والقول.

فعندما يقول أحدهم "أنا أمام الباب"، لا يعني ظرف المكان "أمام" شيئاً إلا في خضم مكان القول/الكلام، وهو ما يدل بأن تعيين المرجعية المكانية تقتضي من المتلقي تحديد سياق مجريات الملفوظ؛ أي متى قيل ولأي غرض قيل.

ج- أسماء الإشارة:

لا تقل هي الأخرى أهمية في تحديد المسار التداولي للخطاب، فهي كذلك قرائن معجمية تضطلع بدور الإحالة، ويتم توظيف اسم الإشارة للتأشير على شيء بعينه مشار إليه (شخص، شيء، مكان)، و"استخدامها يظل رهينا بمقاصد المتكلم، وسياق الكلام، ومن ثم فأسماء الإشارة لا تحيل بذاتها بقدر ما تعتمد اعتمادا كلياً على غيرها للانتقال من حالة الإبهام إلى حالة التعيين والتحديد"⁽²⁰⁾؛ أي لا دور لها ولا معنى لها إلا في نطاق ملفوظها وسياق إنتاجه.

وبناء عليه لا مندوحة القول، بأن الإشارات تنهض بدور تفسير الحدث التلفظي، لأنها تحدد مرجع القرائن اللغوية أثناء مزاوله الكلام والتواصل، ولكن هذا الدور يظل مرهونا بظروف التواصل وشروطه. وخذ على سبيل المثال الجملة: "أنا خارج" فإذا كان زيد هو القائل، فإن ضمير "الأنا" المتكلم يعود عليه سياقاً ومقاماً وتأثيراً، وعلى العكس من هذا إذا كانت الجملة من دون قائل فإننا نجعل على من يعود الضمير إياه. والخلاصة هي: أن الوحدة الإشارية تستدعي حضور المتكلم والمخاطب حتى يكون لها معنى وإحالة ومرجع، أو بتعبير "بنفنيست" (Benveniste) الإشارات تعين الظرف المكاني والزمني الآتي أثناء التكلم بأحد الضمائر⁽²¹⁾، ومن ثم لا تنهض الإشارات بدورها إلا إذا تزامن فعل الكلام/الخطاب مع فعل التواصل؛ أي بحضور أطياف التواصل والقرائن والسياق الذي يوجه الخطاب/الكلام، ذلك أن الإشارات في تفاصيلها الدقيقة على علاقة عضوية وجدلية بزمن لحظة الخطاب/التلفظ الآتي للكلام، وبنقيض هذا إذا كان الخطاب سردياً أو خطاباً غير مباشر في شكل كلام يورده المرسل (أ) عن المرسل (ب)، فإن الإشارات لا محل لها من الإعراب؛ أي لا دور لها لأنها تختفي في هذا النمط من الخطاب.

ولنا ان نقارن بين الخطابين التاليين:

الخطاب الأول:

"محمد: غدا سأبشر عملي في الحقل"

"علي: سأكون برفقتك غدا هناك لمساعدتك إن شاء الله".

الخطاب الثاني:

"قال محمد بأنه سيأبشر عمله في الحقل، وبأدركه علي بأنه سيكون برفقته"

فالأول: خطاب مباشر، يطالعنا بجملة من القرائن الإشارية التي هي على علاقة بطرفي الاتصال (محمد وعلي) من بينها ضمير (الأنا) المتكلم، والوحدات المحيلة على المكان (هناك) والمحيلة على الزمن (غدا).

بينما في الخطاب الثاني الذي يتراءى في نمط خطاب سردي غير مباشر (منقول) يسوقه ضمير الغياب لا تظهر الوحدات الإشارية، مما يعني أن القرائن الإشارية توجد مع الخطاب في حالات المناجاة/الحوار الداخلي،

وفي الحوار المباشر بين المتواصلين، فيما تتوارى عن الأنظار في الخطاب السردى مع ضمير الغياب وفي الخطاب غير المباشر.

ويجلى هذا التمييز أن الوحدات الإشارية هي وحدات لسانية تنهض بوظيفتين اثنتين، إحداها دلالية وأخرها إحالية مرجعية، الشأن الذي يجعلها جزءاً لا يتجزأ من المكونات الأساسية للاتصال، ودليل ذلك احتقال اللسانيات المعاصرة بشكل عام والتداولية بشكل خاص بوظائفها وإحالاتها وما يتصل بالأدوار التي تقوم بها على صعيد الوضعيات المختلفة للتواصل (التكلم، التخاطب، التواصل المباشر، المناجاة).

ويمكن إيجاز الحالات التي تتمظهر فيها الوحدات الإشارية (déictique) بشكل صريح، محيلة على سياق خاص أو مطلق، أو تتقصد التحديد أو التعيين في التالي:

الدور الذي يضطلع به أطراف التواصل أثناء مزولة الخطاب/التلفظ.

الحال الزمنية والمكانية لطرفي الاتصال (المرسل والمرسل إليه)، ويعني هذا أن القرائن الإشارية إما أن تنهض بإحالة عامة أو إحالة إشارية تفيد التحديد والتعيين، أو إحالة سياقية خاصة.

إن الإشارات سواء أكانت الضمائر بشقيها المتصلة والمنفصلة، أو كانت الظروف الزمكانية، أو أسماء الإشارة، أو مفردات القرابة (أبي، أخي، أمي ..)، أو التعجب والانفعال، أو أدوات التقييم والحكم الذاتية، جميعها ملفوظات أو تعابير تستقي مرجعيتها من مقامات التواصل، وهي وحدات معجمية لا تتفصل عن سياقات إنتاج الملفوظ.

وعليه وإذا جاز التقسيم يمكن ترتيب الوحدات الإشارية بالاحتكام إلى طرفي الاتصال إلى:

- الإشارات المحيلة على مرسل الخطاب/المتكلم.

- الإشارات المحيلة على المرسل إليه/المخاطب.

- الإشارات المحيلة على الوظيفة المرجعية: وتنهض بتعيين سياق التواصل والتخاطب (شخصي، زمني، مكاني) الذي ييسر تحديد المعنى، لأن الإحالة بالأداء الكلامي تقتضي الإحالة بالمحيط غير الكلامي حسب "أوريكيوني" (C. KERBRAT-ORECCHIONI)، ومن ثم "لا يمكن دراسة المعنى دون تحديد صلته بالمرجع؛ ولا يمكن تحديد القدرة اللسانية بتفريغ القدرة الإيديولوجية التي تنتظم عليها، ولا يمكننا وصف الإرسالية دون الاهتمام بالمقام الذي تأسست عليه، والنتائج التي تهدف إليها"⁽²²⁾.

د- وظائف الإشارات:

تنهض الإشارات بوظائف مهمة في نطاق التواصل والإرسال الخطابي، يمكن رصدها مجملًا في الآتي:

وظيفة التعيين والتحديد، ووظيفة الإحالة المقامية والنصية، ووظيفة تحديد الوضعية المكانية، ووظيفة تحديد الوضعية الزمنية، ووظيفة تحديد مسافة العنصر المشار إليه (القرب، البعد)، ووظيفة تحديد الحضور والغياب، والإشارة إلى الذاتية والموضوعية، وتحديد الوظيفة الدلالية، وتحديد الوظيفة المرجعية، وتحديد الوظيفة اللسانية التداولية، وتؤدي وظيفة بلاغية (في الحالات التي تتجاوز التعيين إلى الإيحاء)، والتمييز بين التعابير والخطابات الأدبية والأجناس الأدبية.

ومن ذلك أن الحوار يستدعي الإشارات الحضورية من قبيل: (أنا، أنت، نحن، أنتم، أنن ..)، واستخدام الزمن الحاضر وصيغ الانفعال، وأدوات الاستفهام والتعجب، بينما في خطاب السرد تغيب بعض هذه الإشارات مفسحة المجال لضمائر الغياب (هو، هي، هم).

1-5- التداولية ومقاربة الأفعال اللغوية:

من مسلمات المنطق والفلسفة أن الإنسان يستخدم اللغة لوصف الواقع، وعليه إذا واكب الملفوظ/النص الواقع ونسخه نسخاً مطابقاً للأصل يكون الملفوظ/النص صادقاً، وإذا خالفه يكون نصاً كاذباً، والرأي عينه أو بالتقريب تطالعنا به البلاغة العربية في معرض توصيفها للخبر والإنشاء، إذ تعتبر "الخبر" تعبيراً يحتمل الصدق أو الكذب⁽²³⁾، ولكن عندما نتأمل النصوص والجمل بمختلف أشكالها وألوانها نجد كثيرها لا يحتكم لقواعد الصدق أو لآليات الوصف المطابق للواقع، بل تصبو إلى التغيير والثورة عليه موظفة الإيهام الوصفي (l'illusion des the descriptive pallacy/criptive) بتعبير "ج، أوستين" (John Langshaw Austin).

ومعنى هذا أن الأثر الأدبي بقدر ما يحمل بداخله الأخبار والأقوال بقدر ما يتضمن جملة من الأفعال الإنجازية ذات الشحنة التداولية، التي تستهدف إثارة المتلقي وتغيير وضعه والتأثير في شخصيته ومعتقداته بطريقة أو أخرى من قبيل "افعل هذا" و"تجاوز هذا"⁽²⁴⁾.

ولهذا ذهبت التداوليات التحليلية سواء مع "أوستين" في كتابه "نظرية أفعال الكلام" (1962)، أو "سيرل" (John Searle) في كتابه "أفعال اللغة" (1969) إلى اعتبار الإنتاج الأدبي أفعالا لغوية تتعدى كونها ملفوظات ومفردات إلى أنها أفعال إنجازية تتمتع بالقوة الإنجازية ذات التأثير في المتلقي. وفي خضم هذا المنطق موضعت نظرية الأفعال اللغوية في تصورهما للجمل والأفعال ثلاثة مستويات للأداء الكلامي/الفعلي:

*التلفظي/الكلامي (le locutoire)

*الإنجازي/التكلمي (l'illocutoire)

*التأثيري بالقول/التكلمي (le perlocutoire)

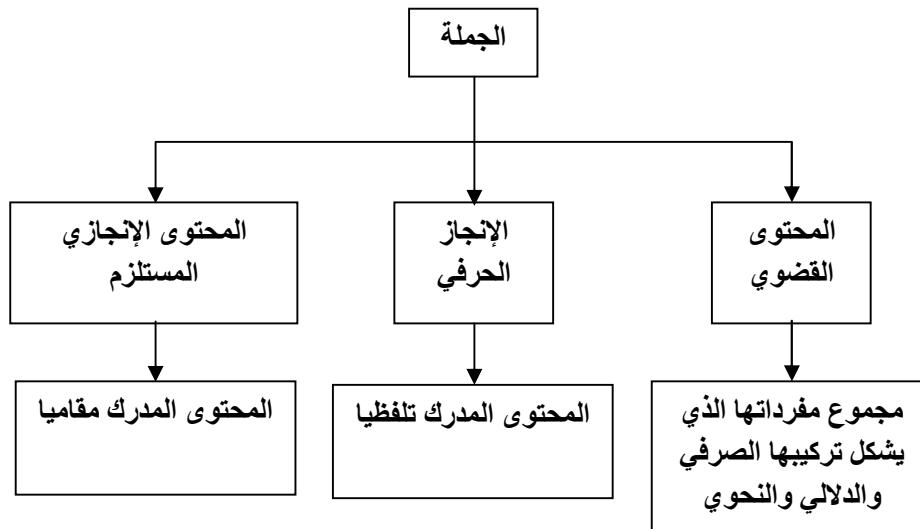
فأما المستوى الأول (فعل التلفظ الكلامي) فهو الجمل المفيدة التي تتضمن عبارات تتميز بحسن الصياغة والتركيب، ذات محتوى قضوي/تنغيياً الإبلاغ، من قبيل: "حسنا فعلت يا زيد".

أما المستوى الثاني (الفعل الإنجازي) فيعني المقصدية المتوخاة التي ينشدها المتكلم من فعل القول، من قبيل: الأمر والتحذير والوعد على شاكلة هذه الجملة: "لا تختبر صبري".

بينما المستوى الثالث: فعل التأثير: فالمقصود به القوة الإنجازية لفعل التأثير؛ أي الأثر الذي يتركه في المتلقي/المخاطب، فيقوم باستجابة ما أو فعل ما، كما هو الشأن لـ: (الإرشاد، التوجيه، التلاعب).

وقد تشتمل الجملة نفسها على المستويات الثلاثة في الآن ذاته، وبذلك تكتمل القوة الإنجازية للفعل الكلامي، وخذ على سبيل المثال الجملة التالية: "لا تقتل الفوضى داخل المدرج".

وواضح من الجملة أنها تحتوي على فعل لغوي في جملة مفيدة، تشتمل على المستويات (الصوتية والتركيبية والدلالية)، هو فعل يقتضي الإخبار مجسداً فعل القول، وبالموازاة وذلك يؤدي فعل الإنجاز المتمثل في القصد الذي ينطوي عليه الملفوظ، والذي يفيد تحذير الطالب من افتعال الفوضى، كما ينهض بفعل التأثير، من خلال الصدى الذي سيتركه المقول في الطالب فيردعه ويجعله يستجيب لمطلب الأستاذ.



2- الآليات الإجرائية للمقاربة التداولية:

قد تتعدد أدوات تحليل الخطاب تداوليا وتتشعب، بالشكل الذي تتعدد وتتعدد التطبيقات والمفاهيم في هذا الحقل، ولكنها تتقاطع في فكرة جوهرية مؤداها: أن كل كلام لا يترأى بوصفه جملا أو متتاليات من الجمل، بل باعتباره نصا، وخارج كل نص يوجد صيغة من الصيغ ينتظم فيها بشكل من الأشكال، وهذه الصيغة هي التي من خلالها ينبغي مقارنة النص، عبر وصله مع كافة الشروط التي واكبت إنتاجه وولادته والأسيفة التي أحاطت بهما. وأول ما ينهض به الإجراء التداولي أنه يطرح جملة من الأسئلة الجوهرية ليجيب عنها بالتفصيل، يأتي في طليعتها: من يتكلم؟ من يتلقى الكلام، ما هو المقول/الكلام؟ كيف تتم عملية التواصل؟ ماذا يشوب عملية التواصل؟ ما هو مقام التواصل؟ وعبر الإجابة عن هذه الأسئلة، يقوم التحليل التداولي بتوصيف الآليات اللغوية، وإلحاقها بأهدافها ومقاصدها ومقاماتها المحددة.

وقد حدد "تشارلز موريس" (Charles Morris) ثلاثة مستويات للإجراء التداولي:

- المستوى التركيبي/النحوي (العلاقة التركيبية والنسقية للدوال اللسانية)

- المستوى الدلالي (علاقة الدوال اللسانية بمدلولاتها)

- المستوى التداولي (علاقة الدوال بمستعملها ومفسريها).

ويعبر الإجراء التداولي المحطات الآتية:

- آليات اشتغال الخطاب

- علاقة الخطاب بمستعمله/الناص/السارد

- شروط إنتاج الخطاب

- الأسيفة التي أحاطت بإنتاج الخطاب

- الموقف الذي يتبناه الخطاب

- مرجعية الخطاب المعرفية التي يتقاطع فيها وأطراف الاتصال (المواضعات، المعتقد، الثقافة ..) بما في ذلك المقام السوسيونيصي، وأفعال الكلام والمقصدية الظاهرة والضمنية، والمجازية، أو بتعبير "محمد مفتاح" "الخطاب الخيالي يكون محتويا بلا شك على قسط واقعي، وعلى هذا فإن هناك في النص الأدبي ما يحكم بقواعد الخطاب الواقعي (وهذا) "سورل" بدأ يفتح عليه أخيرا بوضع مفاهيم إجرائية مفيدة لدراسة النص الأدبي، وبخاصة في كتابه

المعنى والتعبير والمقصدية، كما نجد لدى "غرايس" مفهوم التضمين الذي يتيح الفرصة للبحث عن التشاكل الجامع وتربط الكلام بعضه ببعض⁽²⁵⁾، ويقف الإجراء التداولي في مثل هذه المقاربات عند:

- ماهية الفعل (وظائف اللغة، إنجاز الأفعال)
- ماهية السياق (حاضنة القصد التي تشتمل على الزمن والأفعال وهوية المتكلمين)
- ماهية الإنجاز (أن ينجز الفعل في السياق المشتمل على كفاية المتحدثين، ومدى استيعابهم للقواعد)، ويعني هذا أن الخطاب -بصرف النظر عن نوعه- يشتمل على رسالة مرسل من طرف مرسل إلى مرسل إليه تتضمن ثلاث وظائف رئيسية هي:
- الوظيفة المعرفية المرجعية: تعنى بمضمون الخطاب وخاصة بجوانب الإبلاغ والتوصيل والعلاقة الموجودة بين طرفي الاتصال لتيسير وصول الخطاب.
- الوظيفة التداولية: تعنى بجانب يتعلق بالمرسل/المتكلم وكيف يعبر عن أناه، وبجانب آخر يتعلق بالمتلقي ممثلاً في أثر الخطاب/الرسالة عليه ومن ثم رد فعله.
- وظيفة صورية/شكلية: تعنى بنوع الرسالة وشكلها، وقدرة القناة التي تحملها، وفعالية الرموز اللسانية التي تؤدّيها⁽²⁶⁾.

وهي النقاط التي -بشكل أو بآخر- تتقاطع فيها نظرية الاتصال مع اللسانيات مع الإجراء التداولي قديماً وحديثاً، إذ جميعهم يحتكم إلى أطراف الاتصال، فسوسير "حدد دورة الاتصال بين المرسل والمرسل إليه من المتصور الذهني إلى صورة صوتية ينقلها المتكلم إلى صورة سمعية بالنسبة للمتلقي، فتصور ذهني، كما أن "مارتينيه" (André Martinet) أقرّ بأن "إحدى وظائف اللغة الاتصال، وهي الوسيلة التي تسمح لمستعملها الدخول في علاقات مع بعضهم بعض، وهي التي تضمن التفاهم المتبادل بينهم"⁽²⁷⁾، أما "جاكسون" فربط الانفعال بالمتكلم (وظيفة انفعالية)، والفهم بالمتلقي (وظيفة إقهامية)، والرسالة بالأدبية (وظيفة شعرية)، والمرجع بالسياق (وظيفة مرجعية)، والسنن باللغة (وظيفية ميتا لغوية)، فأداة الاتصال (بالوظيفة اللغوية). وقد اختزل "بوبر" وظائف استعمال اللغة في أربع وظائف مرتبة من الأدنى إلى الأعلى هي:

- *الوظيفة التعبيرية: (التعبير عن الذات)
- *الوظيفة الإشارية: (إخبار المتكلم الآخرين بالمعطيات المتعلقة بحالته الداخلية)
- *الوظيفة الوصفية: (توصيف أشياء الواقع)
- *الوظيفة الحجاجية: (المبررات والبراهين)⁽²⁸⁾ وعلى هذه الشاكلة فإنّ الاتصال أيّاً كان شكله ومضمونه هو منوط بعناصر الاتصال، والبلاغة والشعرية في ذلك سيان، فهما أيضاً مرتبطتان بوظيفة الإقهام التي يتكفل بها المتكلم/المرسل، ووظيفة الفهم التي ينهض بها المرسل إليه/المتلقي، وقدرة الرسالة ومحتواها، "وفي هذا الإطار التبادلي تنطبق صفة بليغ على المتكلم إن أحسن أداء دوره متكلماً، ولا يكون ذلك له إلا إذا وُجد لسانٌ مشترك بينه وبين السامع، أي قواعد صوتية وصرفية وتركيبية وظيفية واحدة يحسن المتكلم استعمالها، ويحسن السامع فهمها"⁽²⁹⁾، وذلك ضمن (حاضنة) المقام بما ينطوي عليه من حيثيات سوسيوثقافية ونفسية، وكذا خبرات معرفية ورصيد لغوي.. الخ.

والجدير بالتنويه إليه أنه بنقيض التواصل الخارجي المباشر بين المتكلم والمستمع، فإنّ النص الأدبي يقيم تواصله داخلياً عبر جملة من العناصر والعلاقات تتشاكل على مستوى المضمون والبناء، بعضها يحيل على

السياق، وبعضها على المقام؛ حيث تؤثر البنية اللسانية بدوالها ومدلولاتها وشبكاتها العلائقية التي تسيجها على السياق، بينما تؤثر الأحداث والأفعال الكلامية والشخصيات على المقام النصي الداخلي، مما يعني أن الخطاب الأدبي يحيل على مقام نصي داخلي وآخر خارجي، قوامه العلاقة بين النص الأدبي والمتلقي/القارئ.

والإشكال الذي يطرح على هذا المستوى، أنه في التواصل المباشر بين طرفي الاتصال تكون أمور التفاهم ميسرة، لمعرفتهم ببعض البعض التي تجعلهما يتبادلان الخطاب بينهما وفق مقتضيات أحوالهما، ومقامات يتقاطعان فيها، ومعارف وخبرات يشتركان فيها، بينما في حالة الإبداع الأدبي، المبدع/الناص لا يعرف قدرات وخبرات ووضعية قرائه/المتلقين لخطابه، ومقامات تلقيهم*، أو يعرف النزر القليل فقط، ولهذا السبب تراه يلجأ إلى العديد من الطرائق والحيل، من قبيل الاستطراد، التكرار، الشرح.. الخ.

والإشكال الآخر الذي يطالعه به النص وخاصة ذلك النوع الذي لا يقدم نفسه بسهولة، هو كيفية تحديد مرسل الخطاب الذي ينهض بوظيفة الإرسال وتأثير الرسالة، وبالمقابل تحديد موضع المتلقي الذي يقوم بتلقي الخطاب، الأمر الذي جعل العديد من نظريات القراءة والتلقي تفترض وجود ناص/ضمني يتوجه بالخطاب إلى قارئ ضمني، الأول يتقاطع مع المبدع في المرجعية والمرامي والأفكار والثاني يشترك مع المتلقي المقصود في النقاط ذاتها، ووفق هذا المنوال نكون أمام الكاتب الحقيقي والقارئ الحقيقي من جهة، والكاتب الضمني والقارئ الضمني من جهة ثانية، كما نكون أيضا أمام الخطاب الأدبي والخطاب الضمني، الأول يحتكم إلى السياق المقدم/المكتوب الذي يقدمه النص، والثاني يحتكم إلى السياق الضمني الذي نستشفه من المضمون المشفر، أو المسكوت عنه في ثنايا الخطاب، ولتحديدهما يقتضي الإجراء التداولي طرح الأسئلة التالية:

- من هو المرسل الحقيقي والمرسل الضمني، وفيه تتمثل الرسالة، ومن هو المنوط بها/المتلقي؟
- ما هو مضمون التواصل .. (محتوى الرسالة وتفاصيلها)؟
- تقنيات التواصل (التقنيات التي أثنت الرسالة، ثم هل هي شفوية أم منسوخة، قناة الإرسال ..).
- ما هي مقصدية التواصل (الإبلاغ، التعليمية، التوجيه).

وطبعا بتحديد المتكلم/الباطن/المرسل في الخطاب، والمتلقي/القارئ، وزمن ومكان إنتاج الخطاب، يعني هذا أن المؤول يقوم بملزمة شتات السياق الذي يخوله فهم الخطاب وتحيينه، أو بعبارة أوضح هو يوضع الخطاب باعتباره قناة تواصل في سياق بثه وتلقيه للوقوف على الدلالة والمقصدية المتوخاة من طرف مرسله، ذلك أن بعض المعاني في الأعمال الأدبية تشي بإرهاصات سياقية وتداولية، فاللغة العادية تؤثر على الواقع، بينما اللغة الإنزياحية خاصة في المسرح والرواية تهجس بمعان سياقية، هي على علاقة بسياقها الإنجازي الوظيفي الذي يتطلب تجاوز مستوى الدلالة إلى مستوى التداول، للوقوف على امتداداتها الوظيفية والسياقية زمنا ومكانا ومقاما. ويأتي السياق مصاحبا للنص خارجيا وداخليا، إنه ظله الدائم الحضور بل هو الذي يجعل النص يتأسس كنص، وهو الذي يحدد دلالاته ويمكن من تحيينه وتأويله.

والحري بالذكر أن دلالة السياق لا تستقر على مفهوم محدد بل على تعداد مفاهيمي، فهو أحيانا الحيز الحاضن لإنتاج المعنى، وأحيانا مجمل المؤثرات والنواحي السياسية والاجتماعية والنفسية، وأحيانا أخرى العوامل اللغوية التي أدت إلى ظهور نمط بعينه من المعاني المدللة على فكرة ما، ولهذا السبب تظل مميزات وملامح الأسيقة عرضية بالنسبة للنص، وفي الغالب الأعم هي تقع خارجه في شكل أنشطة أو مكونات تؤثر في الموقف وتنتج اللغة/الخطاب.

وتبعا لهذه الحقائق رتب "هنسن" (Hanson) السياق في ثلاث درجات من التداولية⁽³⁰⁾:

- 1- التداولية الأولى: تضطلع بدراسة الضمائر وإحالاتها في السياق.
 - 2- التداولية الثانية: تنهض بدراسة المعلومات والعوالم الفكرية والإيديولوجية التي يتقاطع فيها المتخاطبون مع التركيز على عناصر الحجاج والتأثير في المتلقي.
 - 3- التداولية الثالثة: تدارس الأفعال الكلامية باعتبارها ملفوظات تؤثر على أفعال ذات امتدادات اجتماعية، تهجس بدلالة ضمنية لا يمكن الإمساك بها إلا عبر الوقوف على ظروف الأفعال الكلامية/الاجتماعية.
- وبشكل عام اختزل "جورج بول" (George Paul) التحليل التداولي الذي تمتعنه اللسانيات التداولية في أربع مستويات أساسية هي:

- التداولية تدارس المقصدية: الدلالية المتوخاة من طرف المتكلم/الناص؛ أي تهتم بالدلالة التي يحاول المتكلم أو المبدع تبليغها ويقوم المتلقي/القارئ بتأويلها.
- التداولية تدارس المعنى السياقي: حيث تقوم بتأويل وتحديد مقتضيات أسئلة الكلام الذي يجري بين الأفراد والأثر الذي يلعبه السياق في توجيه الكلام، كما تدرس الآلية التي تضبط ما يرغب في قوله المتكلمين احتكاما إلى انتماء وهوية المخاطبين والزمن والمكان، والظروف المحيطة بملابسات الكلام.
- التداولية تدرس الاستدلال المصاحب للمتلقى: إذ تحاول الوقوف في هذا المقام على الطرائق التي يوظفها المتلقي/المستقبل للخطاب لإدراك الدلالة التي يتوخاها المتكلم، بما في ذلك دراسة ما لا يقال ويمر من المتكلم للمتلقى في شكل إيماءات أو إشارات أو تضمين في القول أو شيء من هذا القبيل، مما يدخل في المعنى غير المرئي.
- التداولية تدرس علاقة القول بالتباعد: والمقصود بالتباعد هو مسافة القرب أو البعد المادي أو المعنوي (الاجتماعي، المفاهيمي) الموجود بين المتكلم والمتلقي، والذي من خلاله يحدد الطرفان حجم الكلام الذي يفهم بالغرض⁽³¹⁾.

ومن ناقل القول في الختام أن المقاربة التداولية في واقع الأمر - بتعبير "فرستشيرن" (Je F. Verschueres) لا تملك آليات إجرائية بعينها، "ولا موضوعات مترابطة، فهي تدرس اللغة من وجهة وظيفية عامة (التوظيف، الاستعمال، القصدي، السياق السوسيو ثقافي)، وهي بعد ذلك تمثل نقطة التقاء مجالات العلوم ذات الصلة باللغة بوصفها وصلة بينها وبين لسانيات الثروة اللغوية"⁽³²⁾، واللغة بشكل عام يتجاذبها اتجاهان أحدهما يتدارسها بنبؤيا ونسقا، والآخر يتدارسها سياقيا في مضمار الاستعمال/التداول والتواصل المجتمعي.

خاتمة:

من أهم النقاط التي استوقفتني في ختام البحث جملة من النتائج، بعضها يتعلق بالجانب النظري للدراسة التداولية، وبعضها الآخر بالجانب التطبيقي، يمكن إيجازها في المحاور الأساسية التالية:

* البحث التداولي ليس حقلا لسانيا فحسب، لا يتعدى الوصف والتفسير، وإنما يتدارس الظاهرة اللغوية والخطابات في نطاق توظيفها واستعملاتها المختلفة، وبمعنى أدق تجاوز أسئلة البنية والدلالة إلى الاضطلاع بأسئلة الوظيفة والتأثير والمقصدية المتوخاة من الخطاب وشروط إنتاج الكلام وتأويله، ولهذا السبب هو مفتوح على الحقول المعرفية الأخرى، الفلسفة والمنطق، والأدب، والنقد، واللسانيات، وعلم النفس، وعلم الاجتماع، وفي خضم انفتاحه

يؤثت برامجة القرائية؁ وأدواته الإجراءية؁ ويحدث مباحثه الدراسية؁ الأمر الذي جعله يزخر بمفاهيم عديدة سياقية ونفسية واجتماعية وثقافية وإعلامية تواصلية.

* لا تعد الدراسات التداولية إضافة هامة للمباحث اللسانية فقط؁ وإنما أكثر من ذلك بكثير فتحت أمامها الأبواب على مصرعيها؁ جاعلة إياها تتفتح على آفاق جديدة واهتمامات أخرى؁ مسلطة الضوء على ما كان في تعداد المهمش والمراتب الثانوية؁ متوخية الإجابة على الإشكالات الوظيفية والسياقية للخطاب في إطار برنامج بحث جديد يعنى بتداولية الخطاب؁ ويموضع آليات إجرائية فعالة لتأويل الخطابات بمختلف أشكالها وألوانها.

* إن تحليل الخطاب الذي تجاذبته البلاغة الكلاسيكية أول الأمر؁ ثم اللسانيات البنوية؁ والبنوية النقدية؁ فالسيمانيات لاحقاً؁ وظل يترنح بين الجانب الشكلي والعلاماتي والتركيبية والأسلوبي؁ قد أخذ في الحقل التداولي لتحليل الخطاب بعداً آخر؁ تخطى آليات البلاغة البنوية الشكلية والنقدية إلى السيميانيات التداولية ونظرية التواصل؁ فاتحاً حقلاً جديداً عنوانه الاتجاه التداولي في تحليل خطاب؁ يضطلع بدراسة الخطاب وفق مستويات متنوعة تفيد من اللسانيات والسيمانيات ونظرية التواصل؁ وتجاوز حدود الجملة إلى الإحاطة بنسق التواصل اللساني الشامل؁ الذي يتضمن النسق اللغوي في جملة معطياته الفكرية؁ فالتحليل التداولي لا يقتفي بالمعنى والعناصر التي تحدده في النص؁ بل يسعى إلى الكشف عن قصدية المتكلم عبر إحالة الملفوظ/الخطاب إلى السياق والمجال الوظيفي لتحري طبيعة العلاقة التي تصله بظروف السياق؁ وحيثيات التوظيف؁ بغية الإمساك بالقوانين التي تقف وراء برمجة دلالاته.

* غيرت المقاربة التداولية التصورات النظرية للكثير من المفاهيم اللسانية؁ وحدثت مفاهيم أخرى؁ من قبيل نقلها الاهتمام في مضمار التعامل مع اللغة/الخطاب من الاحتفال بالعوامل الداخلية للغة إلى التفاعل مع العوامل الخارجية والوظيفية؁ والإحاطة بطبيعة العلاقة الواصلة ما بينهما؁ الشأن الذي وسع دائرة الاشتغال على الخطاب وفتح مجال التأويل أمامه لاستقراء مكنوناته وفهم مقاصده وإدراك أغراضه؁ والوقوف على أسبقته وحيثياته ومراميها؁ من خلال برامج مقارنة عدة تدارس التواصل وأنظمة التواصل؁ منها المقاربة الشاملة؁ والمقاربة السياقية الوظيفية؁ والمقاربة التلفظية؁ والاستلزام الحواري؁ ومقاربة الأفعال الكلامية؁ والمعينات الإشارية.

* تعتبر أرضية منطلق التحليل التداولي أن الخطاب اللغوي بقدر ما هو نسق متشابك من العلاقات الصوتية والتركيبية والدلالية؁ هو في الوقت ذاته فعالية أداء وإنجاز متصلة بسياقات مقامية وكلامية؁ إنه ملفوظ لساني يحتكم إلى نظام خاص؁ واستعمال تداولي معين يرمي إلى مقصدية معينة؁ ويتوخى غاية محددة ضمن ظروف تواصل تحددها شروط وقوانين مشتركة بين المتحاورين (المتكلم والمخاطب/المتلقي).

* تستهدف المقاربة التداولية الإحاطة بملاسات العملية التخاطبية برمتها؁ وشروط إنتاجها؁ من خلال ربط العلامات اللغوية التي يسيجها الخطاب بمؤوليتها؁ مقفية أثر الناص؁ والخطاب؁ والمتلقي؁ والسياس؁ والمقام؁ والتفاعل؁ والأداء. بغية الإجابة على كل الأسئلة التي تتعلق بالخطاب؁ من قبيل: من يرسل الخطاب؟ من يتلقاه؟ ماهي مقاصده؟ كيف نفهم المضمهر والبنية العميقة من خلال البنية السطحية؟ ما طبيعة العلاقة الكامنة بين الظاهر والمضمهر؟ كيف نكتشف أن المرسل يدلي بمعنى؁ بينما يرمي إلى معنى آخر؟ ومتى يكون الخطاب واضحاً ومتى يكون مبهماً...؟؟

* سيكون للدراسات التداولية شأن هام في برامج الذكاء الاصطناعي، وبشكل خاص في ترتيب وصياغة التأويلات المتعلقة بالاستنتاجات التخاطبية، والاستدلالات الذهنية، أو بالأحرى التمثيلات الذهنية، مما يسمح بتشكيل قواعد بيانات معلوماتية تهض بتوصيف الخطاب تداوليا.

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- اللسانيات البنوية مع "سوسير"، والبنوية الوظيفية مع "سبنسر وبارسونز"، والتوزيعية مع "بلومفيلد" و"هوكيت"، والتوليدية مع "تشومسكي".
- 2- محمد الحناش، (1980)، البنوية في اللسانيات، دار الرشاد الحديثة، ط1، الدار البيضاء، المغرب، ص 189.
- 3- جميل حمداوي، (2010)، التداوليات وتحليل الخطاب، شبكة الألوكة، ط1، ص 10، (www.alukah.net).
- 4- أحمد المتوكل، (2001)، قضايا اللغة العربية في اللسانيات الوظيفية، بنية الخطاب من الجملة إلى النص، دار الأمان للنشر والتوزيع، الرباط، ص 16.
- 5- محمد مفتاح، (1989)، في سيمياء الشعر القديم، دار الثقافة، ط1، الدار البيضاء، المغرب، ص 53.
- 6- M.adam, Eloment de Linguistique Textuelle, Théorie et Pratique de L'analyse Textuelle, Ed Mardaga, Liège, 1990, p 28. Cf.Halliday M.A.K and Hasn, R, Cohesion in English, London, Langman, 1976, p 292
- 7- جميل حمداوي، التداوليات وتحليل الخطاب، ص 11.
- 8- أحمد المتوكل، (2010)، اللسانيات الوظيفية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط 2، بيروت، لبنان، ص 56.
- 9- وتعني الوظيفة التعبيرية (حديث المنكلم عما يختلج بذاته، وينتابه جوانيا)، والوظيفة الإشارية (إخبار الآخرين بشعوره الذاتي) والوظيفة الوصفية (وصف ما يجري حوله)، والحجاجية (تقديم خلاصة عن الحجج مبررة ومبرهنة).
- 10- آن ربول، وجاك موشلار، (2003)، التداولية علم جديد في التواصل، تر: سيف الدين غوس ومحمد البياني، المنظمة العربية للترجمة، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط1، بيروت لبنان، ص 55.
- 11- جميل حمداوي، التداولية وتحليل الخطاب، ص 16-17.
- 12- جمال ختام، (2016)، التداولية أصولها واتجاهاتها، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن، ص 76.
- 13- جميل حمداوي، التداوليات وتحليل الخطاب، ص 17.
- 14- Jakobson roman essais de linguistique générale «ed de minuit», 1963, p 180.
- 15- Lyons John sémantique linguistique «Larousse langue et langage», 1980, p 261.
- 16- السكاكي أبو يعقوب يوسف (ت 626 هـ)، (1987)، مفتاح العلوم، تحقيق، نعيم زرزور، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط 2، 1987، ص 116.
- 17- جواد ختام، التداولية أصولها واتجاهاتها، ص 80.
- 18- جمال ختام، التداولية أصولها واتجاهاتها، ص 81.
- 19- نفس المرجع السابق ص 82.
- 20- Émile Benveniste, problèmes de linguistique général 1, ed, Gallimard, parid, 1966, p, 253.
- 21- أوريكيوني كاريبرات، تر: محمد نظيف، فعل القول من الذاتية في اللغة، تر: محمد نظيف، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 2007، ص 11.
- 22- السكاكي أبو يعقوب يوسف (ت 626 هـ)، مفتاح العلوم، ص 16.
- 23- Cf-J-L Austin, Quand dire Dest faire, introduction, traduction et commentaire par Gille Lane, ed du seuil, paris, 1972, p 114.
- 24- محمد مفتاح، (1985)، تحليل الخطاب الشعري، استراتيجية التواصل، المركز الثقافي العربي، ط 1، الدار البيضاء، المغرب، ص 146.
- 25- يوسف آيت همو، (2010)، من التواصل إلى التواصل الشعبي، في كتاب التواصل نظريات وتطبيقات (03)، إشراف محمد عابد الجابري، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط 1، بيروت، ص 216.
- 26- عبد الجليل مرتاض، (2000)، اللغة والتواصل، دار هومة، د ط، الجزائر ص 38.

- 27- عبد الهادي بن ظافر الشهري، (2004)، استراتيجيات الخطاب، (مقاربة تداولية)، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، بيروت لبنان، ص 14.
- 28- حسن الأبيض وطلال وهبة، (2000)، علم التراكيب الوظيفي في مشكلة الحدود بين النحو وعلم المعاني، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ع 70، ص 141.
- * وإن كانت نظريات أخرى ترى أن الكاتب يتوجه إلى قراء يعرفهم (نظرية التلقي).
- 29- فرونسواز أرمينكو، المقاربة التداولية، تر: سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، (د ط)، بيروت، ص 38.
- 30- جورج يول، التداولية، (2010)، تر: قصي العتابي، دار الأمان، ط1، الرباط، ص 19-20.
- 31- عيد بلبع، (2009)، التداولية؛ البعد الثالث في سيميوطيقا موريس، من اللسانيات إلى النقد الأدبي والبلاغة، بلنسية للنشر والتوزيع، ط 1، مصر، ص 154.

التصنيف النحوي للأفعال الإنجازية في التراث العربي
 بحث في آليات التصنيف بين النحاة والبلاغيين
 د. محمود طلحة

جامعة عمار تليجي - الأغواط، m.talha@lagh-univ.dz

تاريخ القبول: 2023/03/15

تاريخ المراجعة: 2022/10/13

تاريخ الإيداع: 2022/01/01

ملخص

نحاول في هذا المقال أن نقترح تصنيفاً للأفعال الإنجازية يبنّي على بعض المبادئ الموجودة في التراث العربي ضمن ما أنجزه النحويون والبلاغيون، ويستند هذا التصنيف أولاً إلى التعرّف على مفهوم الإنجاز في نظرية الأفعال الكلامية، ثم محاولة المقارنة بثنائية الخبر والإنشاء في التراث العربي مع التركيز على الأساس النحوي في التصنيف.

الكلمات المفتاحية: إنجاز، أفعال كلامية، خبر، إنشاء، واسم نحوي، قوة إنجازية.

Grammar classification of the performative verbs in Arabic scientific heritage Research in the classification mechanisms between grammars and rhetorics

Abstract

In this article we try to propose a classification of the action verbs performative acts from some rules exist in the Arabic scientific heritage between grammarians and rhetoricians. This classification start with knowing the concept of performance in speech act theory, And trying to learn the relation can be exist between performative acts and the concepts of "Al-khabar" and "Al-Inchaa" in the Arabic scientific heritage, With the concentration in the grammar issue in this classification.

Keywords: Performance, speech acts, Al-khabar, Al-Inchaa, grammar indicator, illocutionary force.

Classification grammaticale des actes performatifs dans l'héritage scientifique Arabe Recherche sur les mécanismes de classification entre les grammairiens et les rhétoriciens

Résumé

Cet article propose une classification des actes performatifs par des mécanismes trouvés dans l'héritage scientifique Arabe au sein de ce qui a été accompli par les grammairiens et les rhétoriciens. Cette classification cherche l'explication du concept de performance dans la théorie des actes de parole, et de comprendre la relation entre le concept de performance et les concepts de «Al-Khabar» et «Al-Inchaa» dans l'héritage scientifique arabe. Cette étude s'intéresse au principe de grammaire de cette classification.

Mots-clés: Performance, actes de parole, Al-khabar, Al-Inchaa, marqueur grammatical, force illocutoire.

صار معروفاً في اللسانيات المعاصرة ما يُسمّى بنظرية الأفعال الكلامية (Speech acts theory) التي أتى بها الفيلسوف الإنجليزي "جون أوستين" (John Austin)، من خلال كتابه المشهور "ما نفعله من خلال الكلمات" (How to do things with words)، وواصل تقييمها وإعادة ضبطها "جون سيرل" (John Searle) عبر كتابيه الأساسيين "نظرية الأفعال اللغوية" (Speech acts)، و"المعنى والتعبير" (Sens and expression)، وحاول العديد من الباحثين اقتراح بعض التعديلات عليها، ويتركز بحثنا في هذا المقال حول مبدأ التصنيف الذي على أساسه اقترح صاحباً النظرية تصنيفاً للأفعال الإنجازية، فعلى أي أساس قدم كل من "أوستين" و"سيرل" تصنيفهما للأفعال المتضمنة في القول؟، ولعلّ اللافت للانتباه في البحوث الأكاديمية العربية هو مقاربتها بثنائية الخبر والإنشاء في التراث العربي، وهذا ما قام به كل من طالب سيد هاشم الطبطبائي في كتابه "نظرية الأفعال الكلامية بين فلاسفة اللغة المعاصرين والبلاغيين العرب"، وخالد ميلاد في كتابه "الإنشاء في العربية بين التركيب والدلالة"، ومسعود صحراوي في كتابه "التداولية عند العلماء العرب"، وشكري المبخوت في كتابه "دائرة الأعمال اللغوية، مراجعات ومقترحات"، ونودّ قبل الدخول في مسار بحثنا أن نشير إلى أننا نختار ترجمة المصطلح الأجنبي (Performance) بلفظ "الإنجاز"، وقد اختار بعض الباحثين العرب ترجمته بلفظ "الإنشاء"، ولعلّ اختيارنا إنما هو تمييزاً لمصطلح "الإنشاء" في العربية الذي يقابله "الخبر"، هذا وإن كان في هذه الثنائية شبهً واتفاقاً مع النظرية التداولية، إلا أننا نرجّح هذه الترجمة تمييزاً للثنائية العربية عن الاصطلاحات الغربية، لكن ما هو الإنجاز؟ وما هو موقعه من النظرية؟.

1- مفهوم الإنجاز في التداولية المعاصرة:

ظهر مفهوم الإنجاز (Performance) في الدراسات اللسانية المعاصرة باعتباره أهمّ المفاهيم التي نشأت في إطارها النظرية التداولية، والمصطلح الذي قدّمه التداوليون للتعبير عن هذا المفهوم هو مصطلح "الفعل الكلامي" Speech act، ويمكننا النظر أولاً في أصل الإنجاز في العربية فنجد في معنى تمام الحصول، يقول "ابن فارس" في "معجم مقاييس اللغة": «النون والجم والراء أصلٌ صحيحٌ يدلُّ على كمال شيءٍ في عجلةٍ من غير بُطءٍ، يقال: نَجَزَ الوعدَ يَنْجِزُ، وَأَنْجَزْتُهُ أَنَا: أَعْجَلْتُهُ، وَأَعْطَيْتُهُ مَا عِنْدِي حَتَّى نَجَزَ آخِرَهُ، أَي وَصَلَ إِلَيْهِ آخِرُهُ»⁽¹⁾، وفي "لسان العرب": «نَجَزَ ونَجَزَ الكلامَ: انْقَطَعَ، ونَجَزَ الوعدَ يَنْجِزُ نَجْزاً: حَصَرَ...»، قال ابن السكيت: كَأَنَّ نَجَزَ فَنِيَّ وانْقَضَى، وكَأَنَّ نَجَزَ قَضَى حَاجَتَهُ، وقد أَنْجَزَ الوعدَ ووَعَدَ نَاجِزٌ وَنَجِيزٌ وَأَنْجَزْتُهُ أَنَا وَنَجَزْتُ بِهِ، وَإِنْجَازُكَ: وفَاؤُكَ بِهِ»⁽²⁾، وقد احتفظ مصطلح الإنجاز بهذا المعنى الدالّ على تمام الحصول، ولذلك اختاره بعض الباحثين العرب ترجمةً للمصطلح اللساني "Performance" الذي يعني في التداولية إمكانية إيقاع الأفعال عبر التراكيب اللغوية التي ينطق بها متكلّمٌ ما، وقد حاول صاحب النظرية "أوستين Austin" الانطلاق من هذا التمييز بين الأفعال التي تتولّد عنها أفعال اجتماعية، والأفعال التي تصف الواقع، وقد اصطلح على تسمية النوع الأول بالأقوال الإنجازية (Performatif) وتسمية النوع الثاني بالأقوال الوصفية (Constatif)⁽³⁾، ومن أهمّ مميّزات النظرية عند أوستين هو أنه اشترط مجموعة من الشروط التي على أساسها يمكن أن تتحقّق الأفعال الإنجازية، وسماها بشروط النجاح وهي ستة شروط⁽⁴⁾، ورأى بأن مخالفة شرطٍ أو أكثر من هذه الشروط يؤدي إلى أن يكون الفعل "تعيساً" Unhappy، وفرّق في إطار ذلك بين مخالفة شروطٍ تؤدي إلى إخفاق الفعل "Misfires"، كأن لا يتمّ التلفظ الصحيح بالقول في عقد الزواج مثلاً، أو أن يكون في ظروفٍ غير مواتيةٍ كالنطق بألفاظ العقد والطرفان متزوّجان

فعلاً، ومخالفة لشروط أخرى تؤدي إلى فساد الفعل "Abuses" رغم تحققه، مثل ما نجده لدى شخص تلفظ بالوعد وهو ينوي أصلاً عدم الوفاء بالوعد⁽⁵⁾.

غير أن أهم ما أتى به "أوستين Austin" في صياغة النظرية من الناحية النحوية هو محاولته اكتشاف الصيغة التركيبية التي تميز الأفعال الإنجازية، فلاحظ أن الصيغة الغالبة في هذا النوع من الأفعال هي صيغة الفعل المضارع الدال على الحال والمسند إلى المتكلم الفرد والمبني للمعلوم مثل: أقبل، أو أعد، أو أبيع، وهي التي سماها بالإنجاز الصريح (Performatif explicite) ويقابلها مفهوم آخر هو الإنجاز الأولي أو الضمني (Performatif primaire ou implicite)، وقد كان قصد أوستين من اقتراح هذين المفهومين محاولة التفريق بين الصيغ التي تظهر قصد الإنجاز، وبين الصيغ التي أصلها الوصف غير أنها يمكن أن تكون إنجازاً⁽⁶⁾.

ثم وصل أوستين إلى اقتراح تصنيف يسعى إلى جمع أهم الأفعال الإنجازية، وانطلق في ذلك من تقسيم أساسي للفعل الكلامي الكامل إلى ثلاثة أفعال هي:

- 1- فعل القول (Acte locutoire) وهو إنتاج جملة ذات معنى وإحالة.
- 2- الفعل المتضمن في القول (Acte illocutoire): وهو الفعل الذي ينشأ عن التلفظ بجملة ذات قيمة تواضعية مثل الإخبار أو الأمر أو التحذير أو الالتزام إلخ.

ويتعلق التصنيف المقترح في النظرية أساساً بالفعل الثاني أي المتضمن في القول وسمى النظرية بنظرية القوى المتضمنة في القول (Forces illocutoires)، وأهم الأنواع التي رأى "أوستين Austin" أنها تندرج ضمن هذا التصنيف هي: 7: - الحكميات (Verdictives) و- الممارسيات (Exercitives)، و- الوعديات (Commissives)، و- السلوكيات (Behabitives)، و- التبيينيات (Expositives).

وقد استدرج "جون سيرل John Searle" على "أوستين Austin" بعض ما وصل إليه في النظرية، وانطلق في ذلك من محاولة ترتيب جديد لمباحثها، فاقترح مجموعة جديدة من المصطلحات لعل أولها هو "الأفعال اللغوية Les actes de language" الذي أراد من خلاله "سيرل Searle" أن يؤكد بأن دراسة الفعل المنجز بالجملة هي نفسها دراسة المعنى اللغوي للجملة، مع اشتراطه النظر في السياق الذي قيلت فيه الجملة، وليست نظرية الأفعال اللغوية بهذا الاعتبار إلا جزءاً من نظرية عامة هي "نظرية الفعل"⁽⁸⁾.

- ثم رأى سيرل بأن الفعل اللغوي بهذا الاعتبار يتكون من عنصرين هما:
- القوة المتضمنة في الفعل (Force illocutoire) ويمكن أن يرمز إليها ب: ق (F).
 - المحتوى القضوي (Proposition) ويمكن أن يرمز إليه ب: ض (P).
- وينتج عن هذا أن كل فعل لغوي هو اجتماع هذين العنصرين، ويمكن أن يرمز إليه بالتمثيل الرياضي الرمزي:
- ق (ض)⁽⁹⁾

وقد كان غرض "سيرل Searle" من هذا الاصطلاح أن يؤكد أن كل فعل لغوي يجب أن يحوي مؤشراً للقوة المتضمنة في القول، وهي التي تحدد نوع الفعل اللغوي إن كان استفهاماً أو أمراً أو تقريراً مثلاً، وليس المحتوى القضوي إلا المعنى المراد من التركيب اللغوي، فقولنا:

- 1- أعدك أن أزورك خلال هذا الأسبوع.
- فيها مؤشر للقوة المتضمنة في القول وهو الفعل "أعدك"، الذي يجعل الفعل اللغوي فرعاً من الوعديات، والقضية التي يدل عليها القول هي "الزيارة خلال الأسبوع الحالي"، ومؤشرها التركيب المصرح به، وقد نتج عن

هذا التفريق بين القوة المتضمنة في القول أو الإنجازية وبين المحتوى القضوي، الحكم بأن عدم توفر القوة الإنجازية يجعل الفعل ناقصاً، ونتج عن هذا أيضاً تقسيمه الفعل اللغوي إلى أربعة أنواع هي⁽¹⁰⁾:

- فعل القول: وهو التلّفظ بكلمات أو جمل.

- الفعل القضوي (Acte propositionnel): وهو فعل الإحالة والحمل على قضية ما، ويعادل هذا ما يسمّى بالتركيب الإسنادي بين موضوع ومحمول، فالحمل متعلّق بالمسند والإحالة متعلّقة بالمسند إليه.

- الفعل المتضمّن في القول: كالإثبات أو الوعد أو الاستفهام أو الأمر.

- الفعل الناتج عن القول: وهو الأثر الناتج عن التلّفظ بالفعل.

وقد اقترح "سيرل Searle" أيضاً تعديلات ناشئة عن هذا التقسيم متعلّقة بالشروط التي يصير منها القول فعلاً إنجائياً، وربطها بالفعل المتضمّن في القول، كما اقترح تصنيفاً آخر للأفعال اللغوية وفق معايير وشروط متعدّدة⁽¹¹⁾، خلّص من تلك الشروط إلى التصنيف التالي⁽¹²⁾: - التقريريّات (Les assertifs)، و- التوجيهيّات (Les directifs)، و- الوعديات (Les promissifs)، و- البوحيات (Les expressifs)، و- الإيقاعيات (Les déclaratifs).

ونخلّص هنا إلى أنّ مفهوم الإنجاز متعلّق بالفعل الذي يمارسه الإنسان باستعماله اللغوي، ولما كانت اللغة المستعملة ناشئة عن المواضعة الاجتماعية، تبيّن لنا وجود تلك المواضعة في اعتبار الجملة مُنجزَةً لفعل ما، أي ما يمكن أن يتحقّق بواسطتها من أفعال، غير أنّ وجه الاختلاف هنا إنّما يكمن في أساس التصنيف، فإذا كان كلّ من "أوستين Austin" و"سيرل Searle" اقترحاً النظرية وحاولاً تصنيف الأفعال الناشئة عن الأقوال أو الجمل من اللغة التي انطلقا منها، إلّا أنّ هذا التصنيف بقي مقصوراً على أساس دلاليّ معجميّ، وهو تصنيف إن تمّ قبوله يبقّى ناقصاً من الناحية النحوية، ذلك أنّ منطلق "أوستين Austin" في النظرية يتعلّق بجزء من الإنشاء في اللغة العربية وهو الإنشاء الإيقاعي أو صيغ العقود، ومن هذه الجهة تظهر سعة ثنائية الخبر والإنشاء في استيعاب ظاهرة الإنجاز كما قدّمته نظرية الأفعال الكلامية، ولذا ننقل إلى بيان هذه الثنائية والتعرّف على تصوّرها في التراث العربي.

2- ثنائية الخبر والإنشاء في التراث العربي:

يظهر لنا من خلال بحوث سابقة أنّ نظرية الأفعال الكلامية بتلك المبادئ العامة لمفهوم الإنجاز مع التصنيف المتفرّع عنها، قد تكون شبيهةً بثنائية الخبر والإنشاء في التراث العربي، في علوم النحو والبلاغة وأصول الفقه، فكلّ علم من هذه العلوم قد أفرد جملةً من مباحثه لهذه الثنائية، ونودّ أن نعرّج على المبادئ الأولية التي تجعلنا نرى إمكانية استيعاب هذه الثنائية والوصف النظري لها، والقواعد المتولّدة عنها لمفهوم الإنجاز عبر النظر في مفهومي الخبر والإنشاء ووصفهما النظري، ثمّ الإشارة إلى تصنيف ممكن للأفعال المتضمنة في الأقوال استناداً إلى هذه الثنائية.

2-1 مفهوم الخبر:

استقرّ الخبر مصطلحاً في أوائل الكتب النحوية للدلالة على المسند في علاقة الإسناد المكوّنة للجملة، على أنّهم خصّوه بما كان اسماً كما هو معروف في "كتاب سيبويه" أو "المقتضب" للمبرّد، غير أنّ هناك استعمالاً آخر وُجد أيضاً لدى سيبويه يتمثّل في "الوظيفة الدلالية للقول باعتباره خبراً واستخباراً وأمرأً ونهياً"⁽¹³⁾، وهو استعمال لم ينفرد به "سيبويه" ولم يقف عند كتب النحويين كذلك، وفي نفس الفترة التاريخية نجد "الجاحظ" مثلاً وهو من أقدم

المؤلفين في البلاغة يصطلح على إطلاق لفظ الخبر ليدلّ على القول المروي⁽¹⁴⁾، غير أنّ المعنى الذي أخذه مصطلح فيما بعد ليكون دالاً على نوع من الكلام، ظهرت أولى الإشارات إليه في كتب الأصوليين، ذلك أنّ هذا التقسيم لأنواع الكلام هو الذي استقر لديهم وصار متداولاً بينهم، والعجيب أن نجد "ابن قتيبة" (ت 276 هـ) مثلاً يشير إلى هذا التقسيم في "أدب الكاتب" حيث يقول: «والكلام أربعة: أمر، وخبر، واستخبار، ورغبة، ثلاثة لا يدخلها الصدق والكذب، وهي الأمر، والاستخبار، والرغبة، وواحد يدخله الصدق والكذب وهو الخبر»⁽¹⁵⁾، كما يورد "ابن وهب" (ت 272 هـ) تقسيماً مثيلاً لهذه الأنواع⁽¹⁶⁾، وتظهر لديه بدايات التقابل الاصطلاحي بين الخبر والطلب الذي صار فيما بعد تقابلاً بين الخبر والإنشاء، كما نستطيع أن نجد لدى المتقدمين من الأصوليين مثل هذا التقسيم الذي يضم مفهوم الخبر⁽¹⁷⁾، وهو دالٌّ على أنّ التقسيم صار متداولاً بين الأصوليين.

وفي استعمال "عبد القاهر الجرجاني" (ت 474 هـ) لمصطلح الخبر يكشف لنا عن أنّه لم يتجاوز الاستعمال الذي كان شائعاً قبله، أي اعتباره إمّا نوعاً من "الحديث المروي" أو اعتباره "مسنداً" في علاقة الإسناد، على أنّنا نجده كثيراً ما يستعمل مصطلح "الإخبار" للدلالة عن الإنشاء بمعلومة ما، واستعماله لهذا المصطلح؛ الذي نرى أنّه موافق لتصور الخبر باعتباره نوعاً من الكلام؛ هو استعمال كثير ومتداول لم يقتصر على "دلائل الإعجاز" بل وجد أيضاً في كتابه "المقصد في شرح الإيضاح"، يقول في أحد تلك النصوص التي استعمل فيها المصطلح: «اعلم أنّ الإسناد مجراه مجرى الإخبار، فكأنّه قال: وأمّا الفعل فما كان خبراً عن شيء ولم يكن مخبراً عنه، غير أنّ في الإسناد فائدة ليست في الإخبار، وهي أنّ من الأفعال ما لا يصح إطلاق الإخبار عليه كفعل الأمر نحو: ليضرب زيد، إذ الأمر لا يكون من حيث إنّ الخبر ما دخله الصدق والكذب، ويصح أن يُطلق عليه الإسناد، لأنّ حقيقة الإسناد إضافة الشيء إلى الشيء ... وإذا كان كذلك جاز أن نقول في "ليضرب زيد" أنّ الفعل مسندٌ إلى زيد، لأنّك أضفته إليه وعلّفته به، فالإسناد إذاً يصلح لما يصلح له الإخبار، والإخبار لا يصلح لكلّ ما يصلح له الإسناد»⁽¹⁸⁾، وفي هذا النصّ كما نلاحظ تأكيداً لمسلّم يقوم عليها مفهوم الخبر، وهي كونه مبنياً على ما احتمل الصدق أو الكذب، وكذا بما يقابله من أنواع الطلب أي الأمر.

ومما وجدناه في نصوص "دلائل الإعجاز" ذلك التصرُّو الخاص لمفهوم الخبر الذي يتراوح فيه المصطلح بين الدلالة على مفهوم المسند باعتباره أحد ركني الإسناد المكوّنين لظاهرة الكلام، وبين الدلالة على نوع معيّن من الكلام ينقسم إلى إثبات أو نفي، يقول "عبد القاهر": «اعلم أنّ معاني الكلام كلّها معانٍ لا تتصوّر إلّا فيما بين شيئين، والأصل والأوّل هو الخبر، وإذا أحكمت العلم بهذا المعنى فيه، عرفته في الجميع، ومن الثابت في العقول والقائم في النفوس، أنّه لا يكون خبرٌ حتّى يكون مخبرٌ به ومُخبرٌ عنه، لأنّه ينقسم إلى إثبات ونفي، والإثبات يقتضي مُثَبِّتاً ومُثَبَّتاً له، والنفي يقتضي مُنْفِيّاً ومُنْفِيّاً عنه، فلو حاولت أن تتصوّر إثبات معنى أو نفيه من دون أن يكون هناك مُثَبِّت له ومنفِيٌّ عنه، حاولت ما لا يصح في عقلٍ ولا يقع في وهم، ومن أجل ذلك امتنع أن يكون لك قصدٌ إلى فعلٍ من غير أن تريد إسناده إلى شيءٍ مظهرٍ أو مُقَدَّرٍ وكان لفظك به، إذا أنت لم ترد ذلك، وصوتاً تصوّته سوءاً»⁽¹⁹⁾، و"عبد القاهر" بهذا التصوّر كأنّه يحاول أن يلخص كلّ التراكيب في أصلٍ واحدٍ هو الخبر، ويجعل له نوعين أساسيين هما الإثبات والنفي، غير أنّه بحكم النظرية التي كان يخوض فيها من خلال كتاب "الدلائل" ربط هذا الكلام بالمتكلم ومقاصده والمقامات التي يتلفظ بها، يقول "عبد القاهر" في نصّ آخر أكثر تفصيلاً في بيان أهمية الخبر: «وجملة الأمر، أنّ الخبر وجميع الكلام، معانٍ يُنْشِئُهَا الإنسان في نفسه ويصرفها في فكره، ويناجي بها قلبه، ويراجع بها عقله، وتوصّف بأنّها مقاصد وأغراض، وأعظمها شأنًا الخبر، فهو الذي

يتصور بالصور الكثيرة، وتقع فيه الصناعات العجيبة، وفيه يكون في الأمر الأعم، المزايا التي بها يقع التفاضل في الفصاحة»⁽²⁰⁾.

والذي نخلص إليه بالنظر المختصر في التطور التاريخي لمفهوم الخبر أن هذا المفهوم شأنه شأن كثير من المصطلحات التي شاعت في التراث العلمي العربي، حمل أصله اللغوي واستعمله العلماء الأوائل في عصر تدوين العلوم للدلالة على بعض الظواهر، وهي إما للدلالة على المأثور من الحديث المروي أو المنقول، أو للدلالة على مفهوم نحوي تقوم به التراكيب أي: عنصر المسند في علاقة الإسناد، أو للدلالة على نوع من أنواع الكلام هو الإخبار، وقد وصل المصطلح بهذا المفهوم وهو الأكثر قرباً من مفهوم الإنجاز كما سنرى لاحقاً.

2-2- مفهوم الإنشاء:

يعني الإنشاء في اللغة الإحداث والإيجاد، ومن هذا المعنى ما حمله عليه "ابن فارس" في "معجم مقاييس اللغة": «النون والشين والهمزة أصل صحيح يدل على ارتفاع في شيء وسمو، ونشأ السحاب: ارتفع، وأنشأ الله: رفعه»⁽²¹⁾، ويقول ابن منظور في "لسان العرب": «أنشأ الله: خلقه، ونشأ ينشأ نشأ ونشوءاً ونشأ ونشأة ونشأة: حيي، وأنشأ الله الخلق أي ابتداء خلقهم،...، ونشأ السحاب نشأ ونشوءاً: ارتفع وبدأ، وذلك في أول ما يبدأ...، ومنه نشأ الصبي ينشأ، فهو ناشئ، إذا كبر وشب، ولم يتكامل... وأنشأ داراً: بدأ بناءها. وقال ابن جني في تأدية الأمثال على ما وضعت عليه: يؤدى ذلك في كل موضع على صورته التي أنشئ في مبدئه عليها، فاستعمل الإنشاء في العرض الذي هو الكلام. وأنشأ يحكي حديثاً: جعل. وأنشأ يفعل كذا ويقول كذا: ابتداء وأقبل. وفلان ينشئ الأحاديث أي يضعها. قال الليث: أنشأ فلان حديثاً أي ابتداء حديثاً ورفعاً»⁽²²⁾، وفي هذا المعنى أخذ المصطلح يستعمل للدلالة على أمرين: الأول منهما هو للدلالة على كتابة الرسائل في الدواوين، والثاني وهو الأكثر قرباً من اهتمامنا، للدلالة على صيغ معينة من العقود هي المعروفة بالإنشاء الإيقاعي، كقولنا "بعت" و"اشتريت" و"زوجت" و"طلقت"، والنحاة لم يستعملوا هذا المصطلح للدلالة على هذه الصيغ إلا في فترة لاحقة، الراجح فيها أنهم نقلوه عن الفقهاء والأصوليين، فحين نبحت في كتب الأصوليين عن بدايات استعمال هذا المصطلح نجد أنهم ربما اصطالحوا على تلك الصيغ بـ"صيغ العقود"، وربما وجدت أثناء ذلك بعض الإشارات إلى مصطلح الإنشاء، من ذلك مثلاً قول الإمام "الغزالي" (ت 505 هـ) في "المستصفى" في إشارة إلى صيغ العقود وأن الأصل فيها الإخبار: «ثم يبطل عليهم بالبيع والإجارة والنكاح، إذ ليس لها إلا صيغة الإخبار، كقولهم "بعت" و"زوجت" وقد جعله الشرع إنشاءً، إذ ليس لإنشائه لفظ»⁽²³⁾، وشبيه بهذا الاستعمال العرضي ورود المصطلح لدى "الفخر الرازي" (ت 606 هـ) في "المحصول" ⁽²⁴⁾، وقد كان نقاش النحاة حين بدؤوا في استعمال هذا المصطلح للدلالة على هذا المفهوم، هو نقاشهم حول أصل صيغ العقود ودلالات الأفعال فيها، فهي أفعال ماضية صارت دالة على معانٍ معينة، ويمكن أن نشير إلى نص "لابن الحاجب" (ت 646 هـ) في كتابه "الإيضاح في شرح المفصل" يناقش هذه القضية إذ يقول: «والجواب أن هذه الأشياء دالة على الأزمنة في أصل الوضع تقديرًا في بعضها وتحقيقًا في بعضها، والألفاظ إذا خرجت عن دلالتها الأصلية لغرض آخر من الدلالة لا يخرجها ذلك عن حدها وإعرابها، ألا ترى أنك إذا قلت "بعت" وأنت تريد الإنشاء فإنه لا دلالة على زمان أصلاً، ومع ذلك فإنك تحكم بأنه فعل ماض»⁽²⁵⁾.

ونستطيع أن نقول ههنا إن بدايات الإشارة البلاغية إلى مصطلح "الإنشاء" قد بدأت في تلك الفترة الزمنية المحددة بين إدراك "الفخر الرازي" و"السكاكي" و"ابن الحاجب" للمفهوم مع اختلاف في الاصطلاح بينهم، ولكننا

نجد "رضي الدين الإستراباذي" (ت حوالي 688 هـ) صاحب "شرح كافية ابن الحاجب" يطلق استعمالاً خاصاً للمصطلح حيث يجعل الكلام شاملاً لكل من الخبر والإنشاء والطلب، يقول: «والمراد بالإسناد أن يخبر في الحال أو في الأصل بكلمة أو أكثر عن أخرى، على أن يكون المُخْبَر عنه أهم ما يُخْبَر عنه بذلك الخبر في الذكر وأخص به، فقولنا أن يخبر، احتراز عن النسبة الإضافية وعن التي بين التابع ومتبوعاتها، وقولنا في الحال، كما في "قام زيد" و"زيد قائم"، وقولنا أو في الأصل ليشمل الإسناد الذي في الكلام الإنشائي نحو "بعت" و"أنت حر" وفي الطلبي نحو "هل أنت قائم" و"لينك" أو "لعلك قائم" وكذا نحو "اضرب"»⁽²⁶⁾، ثم أطلق مصطلح "الإنشاء الإيقاعي" على صيغ العقود، يقول في ذلك: «وأكثر ما يستعمل في الإنشاء الإيقاعي من أمثلة الفعل هو الماضي نحو "بعت" و"اشتريت" والفرق بين "بعت" الإنشائي و"أبيع" المقصود به الحال أن قولك "أبيع" لا بد له من بيع خارج حاصل بغير هذا اللفظ، تقصد بهذا اللفظ مطابقته لذلك الخارج، فإن حصلت المطابقة المقصودة فالكلام صدق، وإلا فهو كذب، فلماذا قيل: إن الخبر محتمل للصدق والكذب، فالصدق مُحتمل اللفظ من حيث دلالاته عليه، والكذب مُحتمله ولا دلالة لللفظ عليه، وأما "بعت" الإنشائي فإنه لا خارج له تقصد مطابقته، بل البيع يحصل في الحال بهذا اللفظ وهذا اللفظ موجد له، فلماذا قيل إن الكلام الإنشائي لا يحتمل الصدق والكذب، وذلك لأن معنى الصدق مطابقة الكلام للخارج، والكذب عدم مطابقته له، فإذا لم يكن هناك خارج فكيف تكون المطابقة وعدمها، واعلم أن الماضي ينصرف على الاستقبال بالإنشاء الطلبي إما دعاء نحو "رحمك الله..."⁽²⁷⁾، ونستطيع أن نتلمس في هذا النص نوعاً من التحديد لمجال مفهوم الإنشاء بحيث صار نوعين إنشاء إيقاعياً وإنشاء طلبياً، وهو الذي تحول إلى إنشاء طلبي وإنشاء غير طلبي عند البلاغيين منذ تأليف "الفرويني" لمتن التلخيص.

والذي نخلص إليه أن الإنشاء قد ظهر مصطلحاً لدى الفقهاء والأصوليين للدلالة على مفهوم صيغ العقود، ثم انتقل هذا المفهوم إلى الدرس النحوي والبلاغي فاستعمل حتى جرى تعميمه ليدل على صيغ معينة غير صيغ العقود هي صيغ الطلب.

3- التصنيف النحوي للأفعال الإنجازية:

إذا كنا فيما سبق قد حاولنا التعرف على التطور الذي اتسم به مصطلحا الخبر والإنشاء في دلالتهما على المفهومين، فإن تصورنا في هذا المبحث يبتغي التعرف على تصور علماء التراث للمفهومين أولاً، ثم الكلام عن وجه المقاربة بين الإنجاز عموماً وثنائية الخبر والإنشاء ثانياً.

ينطلق علماء التراث من فكرة أساسية هي أن الكلام ينقسم إلى قسمين أصليين هما الخبر والطلب أي الإنشاء، والاختيار المنهجي الذي أخذوا به هو اختيار ينبنى على ثنائية الأصل والفرع، وهي ثنائية تعبر عن "منطلق منهجي يقوم على الإقرار بالتمييز بين الظاهرة في الواقع وما تتسم به من فوضى وبين المعالجة العلمية لتلك الظاهرة بمقولتها"⁽²⁸⁾، كما أنها ثنائية معرفية نجدها في الكثير من العلوم، تسهم في بناء النظريات وإدراك الظواهر، وللتساؤل عن أوجه اعتبار الخبر والإنشاء أصلاً تتبني عليه التراكمات فإن علماء التراث حددوا الأصل باعتبارين اثنين:

- الأول: التركيب الإسنادي الذي يقتضي وجود نسبة بين طرفين مسند ومسد إليه هي تعلق أحد الطرفين بالآخر على وجه التمام⁽²⁹⁾، وهي نسبة قائمة بنفس المتكلم، وهي تعلق أحد الشئيين بالآخر بحيث يصح السكوت عليه، سواء كان إيجاباً أو سلباً أو غيرهما كما في الإنشائيات⁽³⁰⁾.

- الثاني: إمكانية المطابقة للواقع التي تقتضي إما صدق النسبة أو كذبها هذا من جهة الخبر، أما من جهة الإنشاء فهو عدم إمكانية المطابقة أصلاً باعتبار أنه إيجاد، "وتحقيق ذلك أن الكلام إما أن تكون نسبته بحيث تحصل من اللفظ ويكون اللفظ موجداً لها من غير قصد إلى كونه دالاً على نسبة حاصلة في الواقع بين الشئتين وهو الإنشاء، أو تكون نسبته بحيث يقصد أن لها نسبة خارجية تطابقه أو لا تطابقه وهو الخبر" (31).

وإذا كان هذان الاعتباران هما اللذان حدداً الأصلين (الخبر والإنشاء) وفي نفس الآن الفرق بينهما عبر الاعتبار الثاني خصوصاً، إذ اعتمد التمييز بين الخبر والإنشاء على المعنى و"لم يرتبط بالصيغة التركيبية للجملة المفيدة بحيث تكون الصيغة بذاتها كاشفة عن كون المعنى خبرياً أو إنشائياً" (32)، فإن نظرة الباحثين المحدثين الذين عالجوا القضية وكتبوا فيها تتفق في أن المتأخرين من علماء التراث قد تأثروا بالمنطق في بيان التفريق بين الخبر والإنشاء، وقد ناقش طالب سيد هاشم الطبطبائي ومسعود صحراوي المعايير التي استند إليها البلاغيون مثلاً في إجراء هذا التمييز، وهذه المعايير هي (33):

- معيار قبول الصدق والكذب.

- مطابقة النسبة الخارجية.

- إيجاد النسبة الخارجية.

وخلاصة الرأي في هذه المعايير السابقة الذكر في الفرق بين الخبر والإنشاء أن مناقشات علماء التراث أدت بهم إلى التطرق إلى معيار الصدق والكذب لينتج عنه معيار آخر هو معيار المطابقة للنسبة الخارجية، ثم نتج عن هذا المعيار أيضاً معيار آخر هو معيار إيجاد النسبة الخارجية، وحين ننظر إلى هذه الفروق من جهة البناء المنهجي نجد أن علماء التراث خصوصاً قد تعاملوا مع الفرق بين الخبر والإنشاء على أنه مسلمة توجد لها معايير عديدة لتأكيدھا.

ولعل بيان هذه المعايير ومناقشتها يمهّد لنا الفكرة مبدئياً للكلام عن التصوّر التراثي للأفعال الإنجازية الذي من الممكن إيجاده، وبالتالي نجد أنه علينا إثبات:

1- أن الخبر والإنشاء أصلان للأفعال الإنجازية.

2- أن معيار التفريق بينهما يتجاوز المعايير السابقة أعلاه.

3- أن التفريق بينهما هو تفريق بين أصلين تتبني عليه تفريقات أخرى.

ونحن نزع أن إثبات هذه المقولات لا يخلو من مقارنة بين ما شاع في نظرية الأفعال الكلامية عند "أوستين" و"سيرل" خصوصاً، وبين الكمّ المعرفي الذي يوجد في تراثنا العربي.

أما المقولة الأولى فهي تقتضي منا تذكيراً ببعض ما أورده "أوستين" في سبيل إثباته الفرق بين الأقوال الوصفية والأقوال الإنجازية، فقد حاول أن يسلك طريقين في إثبات هذا التفريق:

- الأول منهما دلاليّ متملّ في وجود بعض الأقوال ذات الطابع الاجتماعي التي لا تصف ولا تقبل التصديق والتكذيب، ويمتثل التلفظ بها إنجازاً لأفعال مّا، وأبرز مثال في اللغة العربية لهذه الأقوال هو ما أسلفنا الإشارة إليه تحت مسمى "صيغ العقود" كقولنا: "بعت" و"زوجت" وغيرها.

- الثاني نحويّ خالص متملّ في الصيغة التي اعتمدها للدلالة على الأفعال الإنجازية وهي صيغة الفعل المضارع الدال على الحال المسند إلى المتكلم المفرد والمبني للمعلوم، وبناءً على هذه الصيغة نشأ لديه تفريق بين

الأفعال الدالة على الإنجاز مباشرة المسماة بالصريحة، والأفعال التي ليست في الأصل للإنجاز غير أنها يمكن أن تدلّ عليه والتي أسماها ضمنية.

وسبيل المناقشة هنا أمران اثنان: الأول أن "أوستين" حاول التدليل على أفعال إنجازية تسمى في العربية بصيغ العقود أو الإنشاء الإيقاعي (كما هو في اصطلاح الرضي الإستراتيجي)، والحاصل أنها فرع عن أصل، وهي إضافة إلى ذلك تثبت خروجاً معيناً عن الأصل، لأن الأصل فيها أنها أخبار انتقلت إلى الإنشاء، وهذا يؤدي بنا إلى الإقرار مبدئياً بوجود أصليين للفعل الإنجازي هما الخبر والإنشاء.

والأمر الثاني أن الصيغة النحوية التي حاول "أوستين" الاستدلال بها على التعرف على الأفعال الإنجازية لا تكفي إذا نظرنا إليها من جهة اللغة العربية، ذلك أن الإنشاء الذي هو أصل صيغ العقود له مقومات نحوية معينة تتمثل أساساً في حروف الصدارة التي وضعت للدلالة عليه، وأبرز مثال على وجود هذه الحروف هو الإنشاء الطلبية، وهو النوع الأبرز من الإنشاء.

إذن فما يحتاج إلى الإثبات في سبيل اعتبار الخبر والإنشاء أصليين للفعل الإنجازي، هو ما نلخصه في التساؤل التاليين:

- كيف تتجلى القوة الإنجازية باعتبارها أهم مؤشرات الفعل الإنجازي في الأخبار والإنشاءات؟
 - ما هو الواسم النحوي الأوضح لمؤشر القوة الإنجازية في الأخبار والإنشاءات؟
- أما بخصوص التساؤل الأول فإن القوة الإنجازية التي اعتمدها "أوستين" هي معيار دلالي للحكم بأن عبارة ما هي فعل إنجازي، وإذا كان الإنشاء في التعريفات البلاغية المتأخرة والتي ناقشناها سابقاً يظهر على أنه إنجاز لفعل ما محكوم بقواعد ومميزات، فإن الحديث عن الخبر يقودنا إلى استنتاج المدونات التراثية لعلنا نجد فيها ما يعبر عن إدراك لمفهوم القوة الإنجازية في الخبر، ولابد أن نذكر في هذا السياق بأن "سيرل" أيضاً لم يخرج كثيراً عن الأساس النظري الذي اعتمده "أوستين" في تمثيل الفعل الإنجازي، فقد أكد على مفهوم القوة الإنجازية غير أنه ربطه بالمحتوى القضوي كما أشرنا إليه، والمهم لدى "سيرل" هو أنه حاول أن يربط بين الفعل اللغوي acte de langage (بدل الكلامي) وبين التراكيب أي الجمل تحديداً، فإذا أردنا أن نحدد المقصود بالقوة الإنجازية فقد نذهب إلى ما ذهب إليه شكري المبخوت حين رأى أن المقصود بها عند "أوستين وسيرل" هو "الوظيفة التي يحققها القول عند استعماله"⁽³⁴⁾، وإذا أردنا التعبير عن شيء قريب منها في التراث العربي سنرى أنه علينا التفريق بين مستويات معينة لئلا يقع الخلط لدينا بين الأفعال الكلامية والأفعال اللغوية، وهذه المستويات هي⁽³⁵⁾:

- المستوى الإعرابي الدلالي.
- المستوى النظمي البلاغي.
- المستوى التخاطبي المقامي.

وليس عمل المحلل اللغوي في التفريق إلا توضيحاً لمجال كل مستوى من المستويات الثلاثة، واستناداً إلى هذا التفريق المنهجي نزع تبعاً لسيرل أن هناك فرقاً بين الفعل اللغوي الذي ينتمي إلى النظام أي: المستوى الثاني خصوصاً، والفعل الكلامي الذي ينتمي إلى المقام التواصلية أي المستوى الثالث، والتفريق بينهما يستند إلى ما نجده في ما ذهب إليه البلاغيون من علاقة بين النحو وعلم المعاني، وبناءً على ذلك نرى أن علينا البحث عن مؤشر القوة الإنجازية في الصيغة النحوية، ولتوضيح التداخل الذي نراه بين بنية القول في صيغته النحوية الإعرابية، وبين القوة

الإنجازية التي نبحت عن مؤشّرها، سنأخذ مثلاً بسيطاً عن بعض الأخبار تتراوح بين صيغ الإثبات والنفي والتوكيد كما نجدها في الجدول التالي:

نوع الإخبار	المعنى	العبرة
الإثبات	1- أثبت أنّ محمداً سافر	1 أ- سافر محمد 1 ب- محمد سافر
التأكيد	2- أوكد أنّ محمداً سافر	2 أ- إنّ محمداً سافر 2 ب- إنّ محمداً قد سافر
النفي	3- أنفي أنّ محمداً سافر	3 أ- ما سافر محمد 3 ب- إنّ محمداً لم يسافر

إنّ المحتوى القضوي المشترك بين الأمثلة (1) و(1أ) و(1ب) و(2) و(2أ) و(2ب) هو أنّ محمداً قد سافر، والاختلاف بينها هو اختلاف بين مجرد الإثبات وبين التوكيد، أمّا المحتوى القضوي للأمثلة (3) و(3أ) و(3ب) فهو عكس المحتوى القضوي السابق أي نفي سفر محمد، والملاحظة البسيطة التي يمكننا تسجيلها هي الفرق بين الفعل الإنجازي في صيغته التي قدّمها "أوستين" للدلالة على القوة الإنجازية، وبين ما نجده في نظام اللغة العربية الذي يفرّق بين المعاني بما يوجد في صدر الكلام من حروف أو كلماتٍ عموماً، وهذا يقودنا إلى الإقرار مبدئياً بأنّ الواسم النحوي للقوة الإنجازية في العربية، كما رأينا سابقاً، هو حرف الصدارة الذي إنّ وُجد دلّ على الفعل المتضمّن في القول، أي القوة الإنجازية منظوراً إليها مع المحتوى القضوي، ولتقريب هذا السبيل من النظر في واسم القوة الإنجازية في الجملة العربية سنأخذ الأمثلة التالية:

4- زيد قائم

5- إنّ زيدا قائم

6- ليس زيد بقائم

7- ما زيد إلا كاتب

8- ليت لي مالا - التمني

9- أزيد قائم؟ - الاستفهام

10- قم - الأمر

11- لا تقم - النهي

12- يا زيد - النداء

فمن جهة النموذج النحوي البلاغي فإنّ الجمل (4) و(5) و(6) و(7) جملٌ خبريةٌ إلا أنّ الفرق بينها في الصيغة فالجملة (4) لمجرد الإثبات وهو ما يسمّيه البلاغيون بالخبر الابتدائي، أمّا الجملة (5) فهي للتوكيد وضرب الخبر فيها طلبياً، أمّا الجملة (6) فهي للنفي أي لنفي المضمون أو المحتوى القضوي، والجملة (7) من باب قصر صفةٍ على موصوفٍ، أمّا الجمل المتبقية فهي من باب الإنشاء الطلبي، كما بيّنا مقابل كلّ جملة، والذي نريد الوصول إليه هو أنّ كلّ الجمل تبتدئ بحرفٍ دالّ على المعنى الأولي الذي يراد منها أن تؤدّي وهو ما نظنّ أنّه مؤشّر للقوة الإنجازية، بقي هناك استثناءان من الجمل السابقة ليس فيهما حرفٌ دالّ على المعنى المراد، وهما الجملة (4) الدالة على الخبر الابتدائي، والجملة (10) الدالة على الأمر، أمّا الخبر الابتدائي فنحن نزعّم أنّه الأصل الأول الذي ترجع إليه كلّ

التركيب⁽³⁶⁾ بما أن خلو الجملة فيه من أي حرف دال على معنى مراد يميزه للدلالة على هذا الأصل، وبما أن مجال استدلالنا هنا هو البحث عن مؤشر للقوة الإنجازية في الخبر، فإن ما نستنتجه تبعاً لما ذهب إليه شكري المبخوت هو أن الحرف يغير معنى الكلام ويؤثر في مضمونه، "أما تغيير معنى الكلام فيقتضي اعتبار الإثبات أصلاً وبقية أنواع الكلام بما في ذلك النفي فروعاً، والوجه في ذلك أن الإثبات لا يحتاج إلى واسم، إذ يكفي في ذلك خلو الصدر من معيّنات الكلام، وهو أمر مطرد في لغات كثيرة وليست العربية في ذلك نشازاً، فتغير معنى الكلام يعني الانتقال به من الإثبات إلى غيره من المعاني...، أما التأثير في مضمون الكلام فهو أمر يتصل بالبنية الإعرابية الدالية، وله صور عديدة منها الأثر الإعرابي... ومنها الأثر الدلالي كالانتقال من الخبر إلى الطلب، أو من مجرد الإثبات والنفي إلى تأكيدهما"⁽³⁷⁾، وقد ندعم هذا الحل لقضية مؤشر القوة الإنجازية في الإثبات بمقارنته بما يحصل للجملة الاسمية، وهي أصل في بابها من حيث خلوها من عامل نحوي لفظي، ولذلك فسرها النحاة بعامل نحوي يُقدّر أسموه بالابتداء. أما جملة الأمر فهي طلب، والطلب نوع من الإنشاء، والصيغة الدالة عليه المرشحة له هي صيغة معينة تكون في الفعل، وقد توجد له في بعض الأحيان صيغة فيها حرف يتصدر الكلام مثل: (10) لَتَقُمْ.

وبناءً على هذا أيضاً يمكننا أن نستنتج أن القوة الإنجازية هي الأساس في التعرف على الفعل المتضمن في القول، وقد رأينا أنه لا خلاف بين الأخبار والإنشاءات في تضمن المقصود بالقوة الإنجازية بما أنه إيجاداً لمعنى مراد من الكلام، ولذلك أطلق الشراح في بعض المواضع على الخبر مصطلح الإخبار، والإخبار إحداث لفائدة هي مضمون الجملة، يقول الدسوقي: «تقرر أن المركب التام المحتمل للصدق والكذب يسمى خبراً من حيث احتماله لهما، ومن حيث اشتماله على الحكم قضية، ومن حيث إفادته الحكم إخباراً»⁽³⁸⁾، كما أن الإنشاء في تعريفاته الاصطلاحية والمفهومية لدى الشراح قد "يطلق على إلقاء هذا الكلام وإيجاده وهو فعل المتكلم"⁽³⁹⁾.

خاتمة:

يمكننا في ختام هذا المقال أن نستخلص ما نتج لدينا في النقاط التالية:

- أن الإخبار والإنشاء فعالان إنجازيان أصليّان، والدال على ذلك هو معيار القوة الإنجازية الذي يوجد فيهما باعتبارهما فعلين يُحدثهما المتكلم.
- أن مؤشر القوة الإنجازية في نظام العربية هو حرف الصدر الذي يسمُّ أهم الأفعال الإنجازية سواءً أكانت أخباراً أم إنشاءات.
- أن الإثبات الذي هو صيغة الخبر البسيطة لم يتوفّر فيه حرف الصدر، من حيث كونه الأصل الذي إليه يرجع التركيب المفيد.
- لعل الفرق الذي يمكن تسجيله بين التصنيف التداولي المعاصر والتصنيف التراثي هو الفارق في الواسم النحوي، فقد لاحظنا كيف استند "أوستين" إلى صيغة الفعل ليحاول تصنيف الأفعال المتضمنة في القول تصنيفاً مستقراً، وهو تصنيف رغم ما ظهر عليه من تعديل عند "سيرل"، إلا أنه بقي عبارة عن حقول دلالية تحتكم إلى المعجم، بينما يستند التقسيم في التراث العربي إلى أصول نحوية ودلالية، هي ما تؤدّي حروف الصدارة التي تأتي في أول الجملة للدلالة على الفعل المتضمن في القول.
- أننا نوّكد في إطار المقاربة مع التراث العربي أن هناك تفرقاً أولياً بين الفعل اللغوي الأساسي والفعل اللغوي الفرعي، ولعل إعادة قراءة التراث تفتح الباب واسعاً لتصنيف آخر مع هذا الأساس الذي نقترحه.

- قائمة المصادر والمراجع:

- الإسترباذي (رضي الدين محمد بن الحسن) (ت حوالي 688 هـ)، 1996، شرح الرضي على الكافية، تحقيق: يوسف حسن عمر، منشورات جامعة قاريونس بنغازي، ط 2، ليبيا.
- البصري (أبو الحسين محمد بن علي بن الطيب المعتزلي) (ت 436 هـ)، 1964/1384، كتاب المعتمد في أصول الفقه، تحقيق: محمد حميد الله، المعهد العلمي الفرنسي للدراسات العربية، ط 1، دمشق سوريا.
- التفتازاني (سعد الدين مسعود بن عمر) (ت 792 هـ)، دت، مختصر السعد في شرح تلخيص المفتاح، ضمن: شروح التلخيص، دار السرور، بيروت، لبنان.
- الجرجاني (أبو بكر عبد القاهر بن عبد الرحمن) (ت 474 هـ)، 1982، المقتصد في شرح الإيضاح، تحقيق: كاظم بحر المرجان، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، الجمهورية العراقية.
- الجرجاني (أبو بكر عبد القاهر بن عبد الرحمن) (ت 474 هـ)، 1992/1413، دلائل الإعجاز، تحقيق: محمود محمد شاكر، مطبعة المدني، ط 3، القاهرة.
- الجصاص (أبو بكر أحمد بن علي الرازي) (ت 370 هـ)، 1994/1414، الفصول في الأصول، تحقيق: عجيل جاسم النشمي، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ط 2، الكويت.
- ابن الحاجب (أبو عمرو عثمان بن عمرو) (ت 646 هـ)، 1982، الإيضاح في شرح المفصل، تحقيق: موسى بناي العليلي، منشورات وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، مطبعة العاني، ط 1، بغداد، الجمهورية العراقية.
- الخطيب القزويني (جلال الدين محمد بن عبد الرحمن) (ت 739 هـ)، الإيضاح في علوم البلاغة، ضمن: شروح التلخيص.
- الخطيب القزويني (جلال الدين محمد بن عبد الرحمن) (ت 739 هـ)، متن تلخيص المفتاح، ضمن: شروح التلخيص.
- الدسوقي (محمد بن عرفة) (ت 1230 هـ)، حاشية الدسوقي على مختصر السعد، ضمن: شروح التلخيص.
- الرازي (فخر الدين محمد بن عمر بن الحسين) (ت 606 هـ)، دت، المحصول في علم أصول الفقه، تحقيق: طه جابر فياض العلواني، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان.
- السبكي (بهاء الدين أحمد بن علي بن عبد الكافي) (ت 773 هـ)، عروس الأفراح في شرح تلخيص المفتاح، ضمن: شروح التلخيص.
- السكاكي (سراج الدين أبو يعقوب يوسف بن محمد) (ت 625 هـ)، 1407 هـ/1987م، مفتاح العلوم، تحقيق: نعيم زرزور، دار الكتب العلمية، ط 2، بيروت، لبنان.
- سيبويه (أبو بشر عمرو بن عثمان بن قنبر) (ت 180 هـ)، 2004/1425، الكتاب، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، مكتبة الخانجي، ط 4، القاهرة، مصر.
- صحراوي (مسعود)، 2005، التداولية عند العلماء العرب، دار الطليعة، ط 1، بيروت، لبنان.
- الطبطبائي (طالب سيد هاشم)، 1994، نظرية الأفعال الكلامية بين فلاسفة اللغة المعاصرين والبلاغيين العرب، مطبوعات جامعة الكويت، ط 1، الكويت.
- الغزالي (أبو حامد محمد بن محمد) (ت 505 هـ)، 2008/1429، المستصفى من علم الأصول، تحقيق: ناجي السويد، المكتبة العصرية، ط 1، صيدا، بيروت، لبنان.
- ابن فارس (أبو الحسين أحمد بن زكريا) (ت)، دت، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، بيروت، لبنان.
- القاضي (محمد)، 1998، الخبر في الأدب العربي، دراسة في السردية العربية، منشورات كلية الآداب، منوبة. تونس، ودار الغرب الإسلامي، ط 1، بيروت، لبنان.
- ابن قتيبة (أبو محمد عبد الله بن مسلم) (ت 276 هـ)، دت، أدب الكاتب، تحقيق: محمد الدالي، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان.
- المبخوت (شكري)، 2006، إنشاء النفي وشروطه النحوية الدلالية، مركز النشر الجامعي، وكلية الآداب والفنون والإنسانيات جامعة منوبة، ط 1، تونس.
- المبخوت (شكري)، 2010، دائرة الأعمال اللغوية، مراجعات ومقترحات، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط 1.

- المبخوت (شكري)، 2008، نظرية الأعمال اللغوية، مسكيلياني للنشر، ط 1، تونس.
- ابن منظور (أبو الفضل جمال الدين محمد الأفريقي المصري) (ت 711 هـ)، دت، لسان العرب، تحقيق: مجموعة من الأساتذة، دار المعارف، القاهرة، مصر.
- ابن وهب (أبو الحسين إسحاق بن إبراهيم) (ت 272 هـ)، 1969، البرهان في وجوه البيان، تحقيق: حفني محمد شرف، مطبعة الشباب، ط 1، مصر.
- ميلاد (خالد)، 2001/1421، الإنشاء في العربية بين التركيب والدلالة، دراسة نحوية تداولية، كلية الآداب بمنوبة، والشركة العربية للتوزيع، ط 1، تونس.
- ابن يعقوب المغربي (أبو العباس أحمد بن محمد بن محمد) (ت 1128 هـ)، مواهب الفتاح في شرح تلخيص المفتاح، ضمن: شروح التلخيص.

- Austin (J.L), 1962, How to do things with words, Oxford University Press.
- Austin (J.L), 1970, Quand dire c'est faire, traduit par: Gilles Lane, éditions du Seuil, Paris.
- Searle (John), 1972, Les actes de langage, Essai de philosophie du langage, traduction française: Hélène Pauchard, Edit: Hermann, Paris.
- Searle (John), 1982, Sens et expression, traduction française: Joëlle Proust, Edit Minuit, Paris.

الاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية (الجنس والتخصص)

فايزة بلخير

جامعة أحمد زبانه - غليزان، faiza.belkheir@univ-relizane.dz

تاريخ الإيداع: 2022/07/30

تاريخ المراجعة: 2022/07/30

تاريخ القبول: 2023/01/08

ملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة حسب متغير الجنس (ذكر، أنثى)، والتخصص (علوم اجتماعية وإنسانية، علوم والتكنولوجيا). ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي على عينة مكونة من 135 طالب وطالبة من جامعة أحمد زبانه غليزان بالجزائر ينتمون إلى كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وكلية العلوم والتكنولوجيا باستخدام مقياس كورنل للاضطرابات النفسية والجسمية، فأُسفرت نتائج الدراسة عن عدم وجود فروق بين الجنسين في الاضطرابات النفسية، ووجود فروق في الاضطرابات النفسية ببعديه الخوف والشك وفرط الحساسية لصالح طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية.

الكلمات المفتاحية: اضطرابات نفسية، خوف، ذعر، اكتئاب، طلبة جامعة.

Psychological disorders of university students in light of some demographic variables (sex and specialization)

Abstract

The current study aimed to reveal the differences with statistical significance in the psychological disorders of university students according to the gender variable (male, female), and specialization (social and human sciences, science and technology). To achieve this goal, the descriptive analytical approach was used on a sample consisting of 135 students from Ahmed Zabana Relizane University in Algeria belonging to the College of Social and Humanities, and the College of Science and Technology using the Cornell Station for psychological and physical disorders. The results showed the absence of gender differences in the Psychological disorders, and the presence of differences in psychological disorders with a dimension of fear, suspicion and hypersensitivity in favour of the specialization of social and human sciences.

Keywords: Psychological disorders, fear, panic, depression, university students.

Les troubles psychologiques chez des étudiants universitaires à la lumière de certaines variables démographiques (sexe et spécialisation)

Résumé

La présente étude vise à révéler les distinctions de la signification statistique des troubles psychologiques chez des étudiants universitaires selon la variable du genre (hommes, femmes) et selon la spécialité (sciences sociales et humaines, science et technologie). Pour atteindre cet objectif, l'approche analytique descriptive a été utilisée sur un échantillon composé de 135 étudiants de l'Université Ahmed Zabana Relizane en Algérie, en s'appuyant sur l'échelle de Cornet des troubles psychologiques et physiques. Les résultats de l'étude ont donc abouti à l'absence de différences entre les sexes pour les troubles psychologiques et la présence de différences des troubles psychologiques où une certaine dimension de peur, de suspicion et d'hypersensibilité a été décelée en faveur de la branche des sciences sociales et humaines.

Mots-clés : Troubles psychologiques, peur, panique, dépression, étudiants universitaires.

المؤلف المرسل: فايزة بلخير، faiza.belkheir@univ-relizane.dz

مقدمة:

تعد المرحلة الجامعية من المراحل المهمة التي يتحدد فيها مستقبل الطالب الجامعي ومساره المهني، والرغبة في إثبات الذات وتحقيق النجاح، وتكوين علاقات اجتماعية جديدة من مختلف الثقافات بانتقاله من المرحلة الثانوية إلى المرحلة الجامعية، فتواجهه العديد من التغيرات منها في الجانب النفسي الشعور بالملل والخوف، والوحدة النفسية وقلق الانفصال عن الوالدين لاسيما إذا كان يدرس بعيدا عن أسرته، أو الجانب الاجتماعي كالفشل في إقامة علاقات اجتماعية، وعدم القدرة على التكيف الاجتماعي والتأقلم، أما فيما يخص الجانب المعرفي أو الأكاديمي فيجد الطالب نفسه يدرس نظاما دراسيا جديدا يختلف عن النظام الدراسي السابق بحيث أنه أكثر تفصيلا وتخصصا في المحتوى والمنهاج مما قد يسبب له ضغوطات.

"فطلبة الجامعات ليسوا في منأى عن هذه الصراعات والتناقضات والتغيرات، حيث يكونون عرضة للعديد من المشكلات النفسية والاجتماعية والاقتصادية، بالإضافة إلى العديد من التغيرات النمائية والفسولوجية، وما ينتج عنها من مطالب وحاجات تستدعي إشباعا، وطموحات وأهدافا تستدعي تحقيقا، ورغبة ملحة لتحقيق الاستقلالية والتفرد والبحث عن الذات ككيان مستقل متميز"⁽¹⁾، أضف إلى ذلك تحمل أعباء الحياة والمسؤولية من خلال التعرض إلى خبرات جديدة بعد تركهم لمنزلهم واستخدامهم لوسائل المواصلات، وتغطية مصاريفهم المالية لسد حاجاتهم الدراسية مما قد يزيد من صعوبة التوافق مع هذه الأحداث والتغيرات التي تجعلهم عرضة للعديد من الاضطرابات النفسية.

1- مشكلة الدراسة:

إن ما يعيشه الفرد اليوم من تغيرات وتحديات في مواكبة مختلف التطورات العلمية والتقدم التكنولوجي، وتعد الحياة المعاصرة التي تتطلب من الفرد أن يواجهها، وأن يسعى إلى تحقيق رغباته وأهدافه لاسيما في مرحلة مفصلية من حياته وهي المرحلة الجامعية التي يسعى فيها الطالب الجامعي إلى التطلع نحو مستقبله، وتحديد مشروعه المهني الذي قد تعثره العديد من الصعاب كتحمل أعباء الدراسة والمتطلبات الجامعية، بالإضافة إلى مواجهة ضغوط الحياة اليومية الأخرى، كما يتطلب ذلك أيضا رضا الطالب واقتناعه بالتخصص الذي يدرسه مما قد تؤثر بشكل أو آخر على صحته النفسية، فقد تعرضه إلى الإصابة ببعض الاضطرابات النفسية. وفي هذا الصدد قام العديد من الباحثين في مجال علم النفس بدراسة هذا المتغير منها دراسة العيسوي سنة 1992 التي هدفت إلى دراسة مدى انتشار الاضطراب النفسي على مجالات (الفوبيا، والهستيريا، والاكتئاب، وتوهم المرض، والوساوس، والقلق) وعلاقتها بالجنس والمستوى الدراسي والتخصص على عينة من طلبة جامعة الاسكندرية قوامها (420) طالبا وطالبة باستخدام مقياس أعدّه الباحث وتوصلت الدراسة إلى أن الإناث أكثر إصابة من الذكور في جميع الاضطرابات، وأن طلبة السنة الأولى أكثر إصابة في هذه الاضطرابات باستثناء، توهم المرض والوساوس فكان طلبة السنة الرابعة الأكثر إصابة بهذين الاضطرابين، بينما قام حسين 1997 بدراسة هدفت إلى معرفة حجم الاضطرابات النفسية بين أوساط طلبة جامعة اليرموك، وعلاقتها بمتغيرات الجنس والتخصص والمستوى الدراسي لعينة مكونة من 735 طالبا وطالبة، استخدم الباحث مقياس كراون كرسب للخبرة العصبية والذي يتكون من 48 فقرة موزعة على الأبعاد (المجالات) التالية (القلق، والمخاوف، والوساوس، والاكتئاب، والهستيريا والنفجيمية)، وأظهرت النتائج أن هناك أثرا لمتغير الجنس حيث إن الذكور أكثر اضطرابا من الإناث باستثناء مجال المخاوف، وأن هناك اثر لمتغير المستوى الدراسي على جميع مجالات المقياس باستثناء مجال القلق، حيث أظهرت النتائج

أن طلبة السنة الثانية هم الأكثر اضطراباً، كما أظهرت النتائج أن طلبة الكليات الأدبية أكثر اضطراباً من طلبة الكليات العلمية، ووجد أن نسبة الأفراد الذين يعانون من الاضطرابات النفسية العالية بين أفراد العينة بلغت 21% وهي نسبة عالية، في حين أجرى نيدر مورستون ورونستاد **NERdrum, Rustoen&Ronestad, 2006** دراسة في النرويج هدفت إلى الكشف عن أثر بعض المتغيرات الديمغرافية مثل: الجنس، والحالة الاجتماعية، ومكان الولادة، ومستوى تعليم الأب على الشعور بالضيق والقلق النفسي لدى الطلبة الجامعيين في النرويج، حيث طبق مقياس الصحة العامة على عينة مكونة من (1750) طالباً وطالبة. أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ليست قوية بين كل من الجنس، والحالة الاجتماعية، ومكان الولادة، ومستوى تعليم الأب وبين الشعور بالضيق والقلق النفسي.

وفي نفس السياق أشارت دراسة الطويلة ومحادين (2013) إلى الكشف عن الفروق في الاضطرابات النفسية للطلبة المتميزين عندما كانوا في المدرسة العادية ومقارنته بوضعهم النفسي في مدرسة التميز، وفي مجالاته، وهي: القلق، والجهد الدراسي المبذول، والتكيف، والدافعية والإنجاز، والانضباط المدرسي والتعاون، والفروق التي تعزى لجنس الطلبة والمرحلة الصفية فيها. قام الباحثان ببناء مقياس الاضطرابات النفسية العام، ومجالاته لدى الطلبة المتميزين قبل التحاقهم بمدرسة المتميزين، وبعد التحاقهم بها، واختيرت العينة بطريقة عشوائية من طلبة الصفين: السابع والعاشر وبلغ عدد أفرادها (135) طالباً من مدرسة الملك عبد الله الثاني للتميز في محافظة الزرقاء/ الأردن، وطبق عليها مقياس الاضطرابات النفسية، أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات الاضطرابات النفسية العام، وفي مجالات القلق، والدافعية والإنجاز، والانضباط المدرسي والتعاون، لصالح وضع الطلبة المتميزين في المدرسة العادية. كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة الذكور والإناث باستثناء مجال الدافعية والإنجاز، الذي كان لصالح الذكور، أما متغير المرحلة الصفية فقد أظهر أن له تأثيراً في الاضطرابات النفسية العامة، وفي المجالات كلها، ولصالح طلبة الصف السابع باستثناء القلق الذي انخفض لدى طلبة الصف العاشر. وكذلك أجرى سايد وكيريوبوما **said,kypri&bowman** 2013 بأستراليا دراسة على عينة مكونة من 24209 طالب وطالبة، حيث تم المسح عن طريق شبكة الانترنت، وبعد تطبيق مقاييس الاكتئاب والقلق والاضطرابات الناتجة عن تعاطي الكحول، أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسب انتشار الاضطرابات الاكتئاب والقلق، واضطراب الأكل والاضطراب الناتج عن تعاطي الكحول هي: 8% و 13% و 14% و 8% على التوالي، وأن الطالبات اللواتي تراوحت أعمارهن بين (25-34) عاماً كن أكثر معاناة من الاضطرابات النفسية، يليهن الطلاب ذوي الدخل المحدود، ومن ثم مثليي الجنس والمخنثين، ولم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الاضطرابات النفسية تعزى لكل من السنة الدراسية، ومكان السكن، والتربية الوالدية.

بينما كانت دراسة عمر موسى محاسنة وآخرون (2018) بالأردن حول الاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة التي هدفت إلى التعرف على الاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على أداة جمع البيانات والمعلومات (الاستبانة)، وتكونت عينة الدراسة من (1110) طالب وطالبة من طلبة جامعة البلقاء التطبيقية وجامعة الحسين بن طلال، وتم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية الطبقية. وأظهرت النتائج أن الطلبة لديهم الاضطرابات النفسية الآتية (المرتبطة، الانعزالية، الفصامية، النرجسية، الهستيرية، التجنبية، الاعتمادية، الوسواسية، العدائية السلبية) بدرجة متوسطة، حيث جاءت اضطرابات الشخصية الانعزالية بأعلى

متوسط حسابي بلغ (2,13)، في حين جاءت اضطرابات الشخصية الهستيرية بأدنى متوسط حسابي بلغ (1,88)، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر كل من متغير النوع الاجتماعي، ومكان السكن، ومتغير الالتحاق بالدراسة الأكاديمية على كل من الاضطرابات التالية: الشخصية المرتابة، الشخصية الفصامية، الشخصية الاعتمادية، وكانت الفروق لصالح الموقف السلبي على اضطرابات الشخصية (المرتابة، الفصامية، الاعتمادية)، بالإضافة إلى أن الاضطرابات النفسية تؤثر سلباً على تكيف الطلبة، وينعكس ذلك على تدني التحصيل، وعدم الاهتمام بالدراسة، والعزلة الاجتماعية، والمشاكل المجتمعية كالعنف.

أظهرت نتائج الدراسات السابقة إلى أن هناك العديد من المتغيرات الديمغرافية التي تؤثر في ظهور الاضطرابات النفسية كالجنس ومكان السكن، والمستوى الدراسي كدراسة العيسوي (1992) ودراسة حسين (1997) بحيث كشفت عن وجود علاقة بين الجنس والمستوى الدراسي في اتجاه الذكور أو الإناث، أو لصالح سنة أولى جامعي أو سنة ثانية بحيث إنهم أكثر عرضة للإصابة بالاضطرابات النفسية، وأيضاً أوضحت دراسة نيدرمرورستونورونستاد 2006, **NErdum, Rustoen& Ronestad** أن عامل الجنس ومستوى تعليم الأب ليس له دور كبير في ظهور القلق النفسي، بينما بينت دراسة الطوالبة ومحادين (2013) التي كانت على الطلبة المتميزين أنهم أكثر عرضة للاضطرابات النفسية بما فيها القلق، وتأثير عامل كل من الجنس والمرحلة الصفية بحيث إن الذكور والصف السابع هم أكثر إصابة بهذه الاضطرابات، في حين اختلفت دراسة سايد وكيريوبواومان 2013 **said, kypri&bowman** التي كانت على الطلبة المتعاطين للكحول التي أظهرت أنهم أكثر إصابة بالاضطرابات النفسية كالقلق والاكتئاب، وعدم تأثير عامل السنة الدراسية ومكان السكن في ظهور الاضطرابات النفسية، وإنما كان لعامل السن و المستوى الاقتصادي خاصة ذوي الدخل المحدود تأثير في ظهور هذه الاضطرابات. وفي نفس السياق كشفت دراسة عمر موسى محاسنة وآخرون (2018) على جانب مهم من الاضطرابات النفسية وهي اضطرابات الشخصية لاسيما عند فئة مهمة في المجتمع وهم طلبة الجامعة فأُسفرت النتائج أن أكثر الشخصيات المضطربة المصابين بها هي الشخصية الانعزالية والشخصية المرتابة (الشكاكة)، وأن هناك عوامل أخرى تؤثر بدورها في ظهور هذه الشخصيات المضطربة كعامل الجنس والسكن. ولأهمية صحة الفرد الجسمية والنفسية، ومدى سلامته وخلوه من الاضطرابات النفسية، فقد تم دراستها ومعرفة مدى انتشارها على شرائح عمرية مختلفة كمرحلة المراهقة كدراسة الطوالبة ومحادين (2013)، وفي مرحلة الرشد كدراسة العيسوي (1992) وحسين (1997) ونيدرمرورستونورونستاد 2006, **NErdum, Rustoen& Ronestad** سايد وكيريوبواومان 2013 **said, kypri & bowman** وعمر موسى محاسنة وآخرون (2018) عند الطلبة الجامعيين، كما تباينت فئات الدراسة من حيث الجنس أو السن و مكان السكن أو الحالة الاجتماعية والمستوى الدراسي، وكذلك اختلاف وسائل القياس بحسب هدف الدراسة ما بين مقاييس تقيس الاضطرابات النفسية أو تقيس القلق النفسي والاكتئاب أو اضطرابات الشخصية. واستكمالاً للدراسات السابقة حول الاضطرابات النفسية، سنحاول تسليط الضوء إلى شريحة مهمة في المجتمع وهم طلبة الجامعة لاسيما في مرحلة مفصلية وهي المرحلة الجامعية التي يتبلور فيها شكل مستقبلهم ومسارهم المهني والأكاديمي من خلال التركيز على متغير مهم وهو الاضطرابات النفسية التي قد تنعكس على مسارهم الدراسي وتكيفهم الجامعي محاولين بذلك الكشف عن تأثير كل من الجنس والتخصص في ظهور الاضطراب النفسي لديهم، مما جعلنا نشر التساؤلات التالية:

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى) عند طلبة جامعة أحمد زبانة غليزان؟.

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية تعزى لمتغير التخصص (علوم اجتماعية وإنسانية، علوم وتكنولوجيا) عند طلبة جامعة أحمد زبانة غليزان؟.

2- فرضيات الدراسة: للإجابة عن التساؤلات المطروحة صغنا الفرضيات الآتية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى) عند طلبة جامعة أحمد زبانة غليزان.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية تعزى لمتغير التخصص (علوم اجتماعية وإنسانية، علوم وتكنولوجيا) عند طلبة جامعة أحمد زبانة غليزان.

3- أهداف وأهمية الدراسة:

- الكشف عن الفروق في الاضطرابات النفسية عند طلبة جامعة أحمد زبانة غليزان (كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وكلية التكنولوجيا والعلوم) حسب متغير الجنس والتخصص.

- تستمد أهمية النظرية لهذه الدراسة بالتركيز على المرحلة الجامعية التي تعد مرحلة مهمة في حياة الطالب الجامعي فيبني فيها مستقبله المهني، ويحقق طموحاته وآماله إلا أنه قد تعتريه بعض الاضطرابات النفسية مما قد يعيق مساره الدراسي.

- تبرز أهمية الدراسة في تناولها بعض المتغيرات الديمغرافية المؤثرة في الاضطرابات النفسية كالجنس والتخصص.

- تكمن الأهمية التطبيقية للدراسة في النتائج التي ستفسر عنها، والتوصيات والمقترحات التي تعد نقطة انطلاق لإنشاء برامج توعوية وإرشادية، وحتى علاجية تهدف إلى توعية الطلبة الجامعيين في التعرف على مختلف الاضطرابات النفسية التي قد يتعرضون لها خلال مسارهم الدراسي، ومحاولة إيجاد طرق وحلول نفسية للتخلص منها من أجل التكيف وتحقيق صحة جسمية ونفسية سليمة.

4- التعاريف الإجرائية لمتغيرات الدراسة:

- **الاضطرابات النفسية:** ويعبر عنه إجرائيا من خلال الدرجة التي يحصل عليها الطالب الجامعي على مقياس كورنل للاضطرابات النفسية والسيكوسوماتية.

- **طلبة الجامعة:** هم الأشخاص الذي يزاولون دراستهم بجامعة أحمد زبانة غليزان (الجزائر) بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وكلية العلوم والتكنولوجيا للعام الدراسي 2021-2022.

أولا: الإطار النظري للدراسة

يعد الاضطراب النفسي من المفاهيم المهمة التي شغلت حيز علم النفس المرضي وميدان العلاج النفسي من خلال الأبحاث السريرية والدراسة العلمية لاسيما حول تحديد ماهيته ومعايير تشخيصه، فاختلقت وتباينت الأطر النظرية في تعريفه ما بين علماء النفس.

1- **تعريف الاضطرابات النفسية psychological disorders:** تعددت التعاريف ونذكر منها تعريف أبو غزالة 1992 بحيث يعرف الاضطراب النفسي بأنه جميع التصرفات التي تصدر عن الفرد بصفة متكررة أثناء تفاعله مع البيئة الاجتماعية بحيث لا تتناسب مع عمره، وتجعل لديه مشاعر شخصية من المعاناة والألم وعدم قبوله

اجتماعيا وعدم قبول نفسه، وكذلك تجعله عاجزا تماما عن حسن الاتصال بالآخرين وعن استمرار النمو والتقدم نحو النضج، وتظهر في أعراض سلوكية متصلة ظاهرة، ويمكن ملاحظتها مثل الاكتئاب والخوف المرضي وغيرها⁽²⁾، بينما يعرف الدليل التشخيصي والإحصائي الخامس DSM5 الذي أصدرته جمعية الطب النفسي الأمريكية سنة 2013 الاضطراب النفسي بأنه "مجموعة أعراض مرضية تعبر عن خلل كبير يصيب الفرد على مستوى الإدراك أو التوازن العاطفي أو السلوك، والتي تعكس اختلالا في السيرورات النفسية أو البيولوجية أو النمائية الكامنة وراء أدائه النفسي. ويرافق الاضطراب النفسي عموما، اختلالات وصعوبات تؤثر على العلاقات الاجتماعية للمصاب وعلى مساره المهني أو الدراسي⁽³⁾، في حين تشير منظمة الصحة النفسية للاضطرابات النفسية بأنها جملة من الأعراض أو التصرفات التي يمكن تمييزها سريريا إكلينيكيًا، والتي تكون مصحوبة في معظم الحالات بضائقة وتشوش في الوظائف الشخصية⁽⁴⁾.

ركزت التعاريف السابقة حول الاضطرابات النفسية على أنها سلوك تظهر على شكل أعراض تعيق حياة الفرد الاجتماعية أو المهنية وحتى الدراسية وتسبب له معاناة وألما نفسيا. ويمكن تعريف الاضطرابات النفسية على أنها مجموعة من الأعراض تسبب ضيقا ومعاناة نفسية لدى الفرد مما تؤدي إلى خلل في وظائفه الاجتماعية والمهنية والأسرية والدراسية.

1-1- أعراض الاضطرابات النفسية: تختلف الأعراض التي تظهر على مرضى الاضطرابات النفسية اختلافا بينا، فقد تكون الأعراض شديدة واضحة حتى يدركها العامة لأول وهلة، وقد تختفي لدرجة يصعب تمييزها إلا لذوي الخبرة المتمرسين على اكتشافها، وإدراكها، مما يضطرننا أحيانا إلى إعطاء بعض العقاقير المثيرة كي تساعد على ظهورها وتمييزها، وكذلك قد تكون الأعراض مقنعة (المخفية) وهي لا نقل أهمية عن الأعراض الظاهرة، بل قد تزيد، إذ إن إدراكها يكون في المراحل الأولى للمرض، تلك المراحل التي يمكن أن يعالج فيها المريض علاجا ناجحا إذا نحن بذلنا الجهد الكافي للوصول إلى التشخيص المبكر⁽⁵⁾.

وسنقتصر في دراستنا على بعض الاضطرابات النفسية حسب ما يقتضيه موضوع دراستنا وهي كالآتي:

2- تعريف القلق ANIETY: يعرف راجح القلق بأنه خوف داخلي المصدر غير مفهوم لا يعرف له الفرد أصلا أو سببا ولا يستطيع أن يجد له مبررا موضوعيا واضحا صريحا، فهو خوف أسبابه لاشعورية مكتوبة⁽⁶⁾، بينما يعرف القلق وفق الدليل التشخيصي والإحصائي الخامس (DSM5) بأنه توجس من مشكلة ما، وعادة ما يتعلق بخطر في المستقبل، ويصاحب القلق استثارة، أي نشاط في الجهاز العصبي الودي، وكثيرا ما تكون درجة الاستثارة متوسطة، ويؤدي القلق إلى اضطراب في النشاط وتوتر فسيولوجي⁽⁷⁾.

يمكن تعريف القلق على حالة انه حالة انفعالية غير سارة داخلية غير معلومة المصدر تزعج الفرد وتسبب له ضيقا وألما نفسيا من خلال ظهور أعراض جسمية كتسبب العرق، وزيادة نبضات القلب بسبب استثارة الجهاز العصبي الذاتي.

1-2- أعراض القلق: يمكن تصنيف أعراض القلق إلى عدة أشكال هي:

- **الأعراض البدنية:** وتتمثل في ضربات زائدة أو سرعة في دقات القلب، ونوبات من الدوخة والإغماء، وتتميل في اليدين أو الذراعين أو القدمين، وغثيان أو اضطراب المعدة والشعور بألم في الصدر، وفقد السيطرة على الذات، ونوبات العرق التي لا تتعلق بالحرارة أو الرياضة البدنية، وسرعة النبض أثناء الراحة، والأحلام المزعجة، والتوتر الزائد.

- **الأعراض النفسية:** وتمثل في نوبة من الهلع التلقائي، والاكتئاب، والانفعال الزائد، وعدم القدرة على الإدراك والتمييز، ونسيان الأشياء، واضطراب التفكير، وزيادة الميل إلى العدوان.

- **الأعراض السلوكية:** وتظهر في سلوكيات الفرد مثل: تجنب المواقف المثيرة للقلق كالانسحاب من الحديث مع الآخرين أو الحوار مع عدد كبير من الأفراد، وقد تظهر على الفرد أشكال من العدوان أو الحركة الزائدة.

- **الأعراض المعرفية:** ويظهر على الفرد تذبذب التفكير بين العميق والسطحي، وتباين أفكاره من قلق خفيف إلى قلق شديد، ويصاب الفرد أحيانا بالوهم وقرب الأجل ونهاية الحياة، أو الخوف من فقدان السيطرة على الوظائف الجسمية أو العقلية⁽⁸⁾.

3- تعريف الخوف: عرف الشفير وميلمان (1989) بأنه انفعال قوي غير سار ينتج عن الإحساس بوجود ظرف ما وتوقع حدوثه⁽⁹⁾.

4- نوبة الذعر (الهلع) panic attack: يعرف ريد 1996 reid بأنها نوبة مفاجئة، وتمتد لفترات من الخوف الشديد أو الخوف المفاجئ ولمدة وجيزة من الزمن، وتبدأ هذه النوبة عادة بصوت سريعة تصل ذروتها 10 دقائق، ثم تبدأ بالهدوء والانسحاب خلال الساعات التي تليها، وغالبا ما يواجه المصابون بهذه النوبات توقعات بوقوع خطر القلق وأعراض النوبة المحددة من الهجمات، وفي المواقف التي حدثت فيها الهجمات السابقة، ويشعر الذين يختبرون نوبة الهلع للمرة الأولى أنهم سيصابون بنوبة قلبية أو انهيار عصبي، وقد يتصلون بخدمات الطوارئ⁽¹⁰⁾، كما تعرف على أنها خوف شديد أو حالة من عدم الارتياح مصحوبة بأربعة إلى ثلاثة عشر عرضا بدنيا أو معرفيا وتفاقم النوبة الفرد وتتمو بسرعة حتى تصل إلى الذروة في خلال عشرة دقائق وغالبا يصاحبها الغضب والاستياء وحاجة ملحة للهروب⁽¹¹⁾، كما تظهر نوبة من القلق المرضي الشديد بطريقة عنيفة وموجزة⁽¹²⁾.

يمكن تعريف نوبة الذعر أو الهلع على أنها مجموعة من الأعراض مترابطة في الظهور تظهر بطريقة مفاجئة تسبب خوفا شديدا تستمر بعض الدقائق بظهور أعراض جسمية مع الإحساس بالجنون أو الموت.

4-1 أعراض نوبة الذعر: تصنف أعراض نوبات الهلع أو الذعر كما يذكر أكثر المصابين بأنهم يشعرون بالخوف، أو أنهم يشعرون ويحسون بالموت، أو أنهم سيصابون بالجنون، أو بنوبة قلبية، أو رؤية وميض ما، كذلك يشعرون بالإغماء والاشمئزاز، ويحسون بخدر في جميع أنحاء الجسم، ويصبح تنفسهم ثقيلًا أو يشعرون بزيادة في سرعة التنفس، وفقدان السيطرة على أنفسهم، فضلا عن ذلك يتصور بعض المصابين رؤية نفق أمامهم، وفي أغلب الأحيان ينحلب الدم من الرأس ويتدفق إلى أكثر أجزاء الجسم من أجل الدفاع عنه وهذه الخبرات قد تثير رغبة قوية في الهرب والفرار من مكان بدأت فيه نوبة الهلع⁽¹³⁾.

5- تعريف الاكتئاب depression: يعرف الدليل التشخيصي والإحصائي الخامس (DSM5) الاكتئاب بأنه يعبر عن المزاج الحزين مع فقدان المتعة في الأنشطة وقلة النوم أو الإفراط فيه، وتناقل الحركة وفقدان الوزن أو تغير في الشهية، وفقدان الطاقة والشعور بالذنب وتكرار التفكير في الموت والانتحار وصعوبة التركيز⁽¹⁴⁾، كما أنه حالة انفعالية وقتية دائمة، يشعر فيها الفرد بالانتقاض والحزن والضيق وتشيع فيها مشاعر الهم والغم والشؤم فضلا عن مشاعر القنوط والجزع واليأس والعجز، وتصاب هذه الحالة أعراض محددة متصلة بالجوانب المزاجية والمعرفية والسلوكية ومنها نقص الاهتمامات، وتناقص الاستمتاع بمباهج الحياة، وفقدان الوزن، واضطرابات في النوم والهئية، بالإضافة إلى الشعور بالتعب، وضعف التركيز، والشعور بنقص الكفاءة، والميل للانتحار⁽¹⁵⁾.

يمكن تعريف الاكتئاب على أنه اضطراب في المزاج يسبب لدى الفرد الشعور بالحزن والبكاء مع انخفاض الاستمتاع بالأنشطة اليومية المعتادة، وتدني تقدير الذات والشعور بتأنيب الضمير.

5-1- مظاهر الاكتئاب: قام بيك BEACK بوصف مظاهر الاكتئاب بشكل واضح وكامل كالآتي:

- **المظاهر الانفعالية:** منها المزاج المغتم الذي تم وصفه من جانب بعض المرضى بمصطلحات مثل: ورم في الحنجرة أو شعور بثقل في الصدر وهنالك بعض المرضى الذين يستخدمون صفات وجدانية مألوفة أكثر على سبيل المثال: حزين، غير سعيد، خجل ومهموم، وشاعر بالذنب وتعييس وكئييب.

- **المظاهر الدافعية:** فقد أشار بيك إلى أن الدافعيات المميزة للمكتئب تكون نكوصية في طبيعتها، فالإكتئاب يميل نحو الأدوار الطولية أكثر، وإلى تفضيل السلبية في النشاط والاعتماد على الاستغلال، ويبحث عن اللهو من خلال تفاعل سلبي مثل الذهاب إلى السينما واستخدام العقاقير وأحلام اليقظة.

- **المظاهر الفسيولوجية:** وأولها فقدان الشهية، وثانيهما الانزعاج في النوم، وفقدان الليبدو أو فقدان الاهتمام بالجنس الآخر وسرعة التعب⁽¹⁶⁾.

6- تعريف الحساسية المفرطة: عرف الشاذلي بأنها ردود فعل واستجابات مميزة وحادة للمثيرات المختلفة النفس حركية والحسية والتخيلية والعقلية والانفعالية في إطار من الوعي بالذات وانفعالاتها، والوعي بالآخرين وانفعالاتهم⁽¹⁷⁾، بينما يعرف بيك beck أنها رد فعل مفرط، نتيجة تقويم سلبي انعكاسا للنظام المعرفي تجاه الأحداث الطبيعية الهادئة، والحفاظ على مساحة من الخصوصية والابتعاد لتجنب الخجل والإهانة⁽¹⁸⁾.

ثانيا: الإطار الميداني للدراسة:

1- منهج الدراسة: تم اختيار منهج الدراسة اعتمادا على الموضوع المراد دراسته والهدف من الدراسة، ولقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على وصف وتحليل المعلومات بجمع البيانات المتعلقة بالاضطرابات النفسية وعلاقتها ببعض المتغيرات كالجنس والتخصص عند طلبة الجامعة وتحليلها في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة.

2- مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وكلية التكنولوجيا والعلوم بجامعة أحمد زيانة غليزان للموسم الجامعي 2021/2022 م.

3- أدوات الدراسة: تم الاعتماد على الأدوات الآتية:

3-1- مقياس كورنل للاضطرابات النفسية والسيكوسوماتية: لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على قائمة كورنل الجديدة والقائمة من إعداد كيف برودمان وزملاؤه keev brodman et al 1986 وهي صورة مطورة من نسخة كورنل الأصلية الصادرة العام 1946 والتي كانت تضم 101 سؤال و10 مقاييس فرعية وأصبحت تضم الآن 223 سؤالاً و18 مقياساً فرعياً، أعدها للعربية محمود السيد أبو النيل (1995) جامعة عين الشمس⁽¹⁹⁾. ولقد قام محمود الزيايدي رحمه الله بنقل هذا الاختبار إلى اللغة العربية وتحليل فقراته ووصل الاختبار إلى (82) سؤالاً، وتم وضع صدق وثبات معايير للاختبار⁽²⁰⁾.

3-2- كيفية تطبيق المقياس: تعد قائمة كورنل من المقاييس التي تطبق بشكل فردي أو جماعي. تعطى الأسئلة للمبحوث، ويطلب منه الإجابة عن أسئلتها بعد إعطائه التعليمات التي تتمثل في وضع علامة x أمام الإجابة المناسبة، يستغرق وقت الإجابة عن الأسئلة ما بين 10-30 دقيقة، ويعتمد ذلك على درجة التعليم، والحالة النفسية للمفحوص⁽²¹⁾.

3-3- طريق التصحيح: استخدم في هذه الدراسة الجزء المتعلق بالاضطرابات النفسية فقط. ويتضمن هذا الجزء أبعاداً متضمنة أسئلة تتوزع على النحو التالي: استجابات الخوف وعدم التوافق (18 فقرة)، استجابات باتولوجية وخاصة الاكتئاب (7 خمس فقرات)، استجابات عصبية وقلق (7 فقرات)، استجابات الذعر (8 فقرات)، الشك والحساسية المفرطة (16 فقرة). ويطلب من الفرد أن يختار إجابة واحدة من الاختيارين وذلك على النحو التالي: درجة واحدة (1) للإجابة بنعم والدرجة صفر للإجابة بلا.

3-4- الخصائص السيكومترية لمقياس كورنل لتشخيص الاضطرابات النفسية والسيكوماتية: قامت الباحثة بتطبيق المقياس بطريقة جماعية على عينة استطلاعية قوامها (40) طالباً وطالبة جامعية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية علوم التكنولوجيا والعلوم بجامعة أحمد زبانة (غليزان) خلال الموسم الجامعي 2021/2022 م وللتأكد من الخصائص السيكومترية لأداة القياس اعتمدنا على طريقة صدق المقياس تم إثباته باستخدام طريقة المقارنة الطرفية:

- الصدق التمييزي (المقارنة الطرفية):

تم حساب الفروق بين متوسطات الفئة العليا (الحاصلين على أعلى الدرجات على المقياس) والفئة الدنيا (الحاصلين على أدنى الدرجات على المقياس) بعد ترتيب الدرجات وأخذ (27%) من عينة الدراسة وجاءت الفروق كلها دالة لكل المقاييس الفرعية (الاضطرابات) كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): الصدق التمييزي لمقياس كورنل للاضطرابات النفسية

المقياس	الفئة العليا		الفئة الدنيا		درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
الاضطرابات النفسية كورنل	41.23	8,30	27.36	4,57	38	6,70-	دالة عند 0.01

يتضح من الجدول رقم (01) وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الفئة العليا ومتوسط الفئة الدنيا لمقياس كورنل للاضطرابات النفسية حيث جاءت قيم "ت" دالة إحصائية لمقياس كورنل عند مستوى الدلالة (0,001) ودرجة الحرية (38)، ونستدل من هذه النتائج على تمتع هذا المقياس بقدرة جيدة للتمييز بين الفئتين المتطرفتين، وبالتالي مقياس كورنل للاضطرابات النفسية صادق باستخدام طريقة المقارنة الطرفية.

✓ ثبات المقياس (Validity):

تم حساب ثبات مقياس كورنل للاضطرابات النفسية اعتماداً على طريقة معامل الثبات ألفا كرونباخ (Alfa Cronbach) وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (02): قيم ثبات مقياس كورنل للاضطرابات النفسية

الطريقة	المتغيرات
ألفا كرونباخ	الاضطرابات النفسية كورنل
0,72	

نلاحظ من الجدول رقم (02) أن معامل ثبات مقياس كورنل للاضطرابات النفسية مقبولة، إذ قدرت قيم ثبات مقياس كورنل بطريقة ألفا كرونباخ (0,72) ونستدل من هذه النتائج على تمتع المقياس بدرجة مقبولة الثبات. بعد حساب الخصائص السيكومترية لأدوات القياس وهي مقياس كورنل لتشخيص الاضطرابات النفسية، تبين لنا أن المقياس يتمتع بخصائص سيكومترية مقبولة تسمح لنا باستخدامه في الدراسة الأساسية.

4- **عينة الدراسة الأساسية:** سحبت عينة الدراسة الأساسية، حيث بلغ قوامها (135) طالبة وطالبا جامعيًا بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة أحمد زبانة غليزان بالجزائر للموسم الجامعي 2021/ 2022، حيث اختيرت العينة بطريقة العينة العشوائية الطبقية وذلك من خلال التركيز على طبقتين في المجتمع هما: الجنس والتخصص. والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (03): خصائص عينة الدراسة الأساسية

المتغير	الجنس		التخصص	
	ذكر	انثى	علوم اجتماعية وإنسانية	العلوم والتكنولوجيا
التكرارات	26	109	88	47
النسبة المئوية	19.3%	80.7%	65.2%	34.8%
المجموع	135	135		

نلاحظ من الجدول رقم (03) الخاص بتوزيع عينة الدراسة الأساسية أن أغلب أفراد العينة من الإناث إذ بلغت نسبتهن 80.7% يقابلها عند الذكور بـ 19.3%، بينما فاق عدد طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية عدد طلبة تخصص العلوم والتكنولوجيا بنسبة 65.2% يقابلها نسبة 34.8%

5- الأساليب الإحصائية:

5-1- الإحصاء الوصفي:

➤ التكرارات (Effectifs).

➤ النسبة المئوية (Pourcentage).

➤ المتوسط الحسابي (Moyenne).

➤ الانحراف المعياري (Ecart type).

5-2- الإحصاء الاستدلالي:

➤ معامل ارتباط بيرسون (Person Corrélation).

➤ معامل ألفا كرونباخ (Alfa Cronbach).

➤ اختبار "ت" (Test t) للفروق بين المجموعتين المستقلتين.

وتمت المعالجة الإحصائية للبيانات من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS 22"

III- النتائج ومناقشتها:

6-1- عرض نتائج اختبار الفرضية الأولى: تنص الفرضية الأولى على أنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)". لاختبار هذه الفرضية استخدمنا اختبار "T" لعينتين مستقلتين، حيث دلت النتائج على ما يلي:

جدول رقم (04): الفروق في الاضطرابات النفسية تبعاً لمتغير الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	متوسط حسابي	انحراف معياري	متوسط حسابي	انحراف معياري		
الخوف وعدم التوافق	6.04	3.35	7.73	2.77	-2.68	غير دالة
الاكتئاب	2.23	1.98	2.28	1.42	-1.32	غير دالة
العصبية والقلق	2.58	2.04	3.32	1.74	-1.89	غير دالة
الذعر	2.42	2.30	3.08	1.81	-1.57	غير دالة
الشك والحساسية المفرطة	5.50	3.58	6.93	3.58	-1.85	غير دالة
الاضطرابات النفسية	26.88	15.70	34.69	12.95	-2.64	غير دالة

يتضح من الجدول رقم (04) أن قيمة "ت" قدرت ما بين ب (-1.32-2.68-) في الاضطرابات النفسية بأبعاده (الخوف والذعر والشك والاكتئاب والعصبية والقلق)، وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يعني عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في الاضطرابات النفسية. وبالتالي نستدل على عدم تحقق الفرضية.

6-2- عرض نتائج اختبار الفرضية الثانية: تنص الفرضية الثانية على أنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية تعزى لمتغير التخصص (علوم اجتماعية وإنسانية، العلوم والتكنولوجيا) لاختبار هذه الفرضية استخدمنا اختبار "T" لعينتين مستقلتين، حيث دلت النتائج على ما يلي:

جدول رقم (05): الفروق في الاضطرابات النفسية تبعاً لمتغير التخصص

المتغير	علوم اجتماعية وإنسانية		علوم والتكنولوجيا		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	متوسط حسابي	انحراف معياري	متوسط حسابي	انحراف معياري		
الخوف وعدم التوافق	7.86	2.78	6.55	3.11	2.49	دالة عند 0.01
الاكتئاب	2.39	1.49	2.04	1.61	1.23	غير دالة
العصبية والقلق	3.34	1.68	2.87	2.02	1.43	غير دالة
الذعر	3.09	1.68	2.70	2.31	1.11	غير دالة
الشك والحساسية المفرطة	7.11	3.51	5.79	3.48	2.09	دالة عند 0.05
الاضطرابات النفسية	35.20	12.28	29.40	15.74	2.36	دالة عند 0.05

يتضح من الجدول رقم (05) أن قيمة "ت قدرت مابين ب (1.11-1.43) في بعد الاكتئاب والعصبي والقلق والذعر وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يعني عدم وجود فروق في هذه الأبعاد مابين طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية والعلوم والتكنولوجيا، بينما كانت قيمة ت ب (2.59) في بعد الخوف، وفي بعد الشك بقيمة (2.09)، وفي الاضطراب النفسي قدرت قيمة ت ب (2.36)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 و 0.01 لصالح تخصص العلوم الاجتماعية والإنسانية، وبالتالي نستدل على تحقق الفرضية جزئياً.

7- مناقشة وتفسير نتائج الدراسة:

7-1 مناقشة وتفسير نتائج اختبار الفرضية الأولى: أسفرت نتائج التحليل الإحصائي على عدم تحقق الفرضية التي تنص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية تعزى لمتغير الجنس عند طلبة الجامعة"، فأسفرت عن عدم وجود فروق في الاضطرابات النفسية بأبعاده (الذعر والخوف والعصبي والقلق والاكتئاب والشك) مما يعني أن عامل الجنس لا يؤثر في ظهور الاضطرابات النفسية، فسواء كان الطالب الجامعي ذكراً أم أنثى فهو عرضة للإصابة بالاضطرابات النفسية. وتغزو الباحثة هذه النتيجة لطبيعة هذه المرحلة الجامعية التي تعرف بكثرة الضغوطات والالتزامات سواء كان ذكراً أو أنثى، وتحمل المسؤولية لتوفير الاحتياجات المادية التي تضطر الطالب في بعض الأحيان إلى العمل خارج أوقات الدراسة، والضغوطات الدراسية من جهة أخرى ما بين القيام بالبحوث العلمية وعرضها، وكثافة المناهج الدراسية التي تجعل الطالب يدرس إلى غاية المساء بكثرة المقاييس مما تزيد من مستوى ضغطه الذي ينعكس على معاناته العديد من الاضطرابات النفسية، فقد تجعله يشعر بالقلق والعصبي لعدم القدرة على التحكم وضبط انفعالاته، أو الشعور بالإحباط مما تجعله يشعر باليأس والاكتئاب أو الخوف الشديد والذعر لاسيما من الفشل في الامتحان.

"فقد تصبح الحياة الجامعية بأبعادها الأكاديمية والاجتماعية والإدارية من مصادر الضغوط التي يتعرض لها الطلبة الجامعيون في هذه المرحلة، حيث تعد مرحلة حرجية تصبح مطالب النمو خلالها أكثر إلحاحاً من المراحل السابقة، كما أن الضغط النفسي جزء لا يتجزأ من حياة الطلبة الجامعيين، فهم يواجهون حالات خاصة عند تركهم لمنازلهم واستخدامهم لوسائل المواصلات، بالإضافة إلى العلاقات الاجتماعية الجديدة التي يتوجب عليهم التعامل معها. وقد تؤثر الظروف الأسرية والصحية بشكل أو بآخر على صحتهم النفسية، بالإضافة إلى القضايا المالية التي تواجههم في رحلتهم الدراسية"⁽²²⁾. وتتفق نتائج دراستنا مع دراسة خالد محمد عبد الغني، ولطيفة ماجد النعيمي 2008 في عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في القلق، وأظهرت نتائج دراسة ضياء عثمان أبو ججوح (2012) أيضاً عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في مستوى الأعراض المرضية تعزى لاختلاف الجنس. ومع دراسة علال بن العزيمة وعيسى محمد المحتسب (2014) في عدم وجود فروق في مؤشرات الاضطراب النفسي تعزى لمتغير الجنس. وكذلك أشارت نتائج دراسة غان وآخرون 2013 **ghen et al** عدم وجود فروق في الاكتئاب تعزى للنوع (الذكور - الإناث). وتتعارض نتائج دراستنا مع دراسة سمير عجاج حسين (1992) أن الإناث أقل اضطراباً من الذكور. وأيضاً تختلف مع دراسة سايد وكيبريويابومان **& said, kypri** 2013 **bowman** التي أشارت نتائجها أن الطالبات أكثر معاناة من الاضطرابات النفسية. ومع دراسة العيسوي (1992) الذي توصل إلى أن الإناث أكثر إصابة من الذكور في جميع الاضطرابات النفسية، وكذلك مع دراسة الطوبالة ومحادين (2013). ومع دراسة أحمد الشرفين وآخرون (2015) في وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للجنس ولصالح الذكور على أعراض التجسد، والاكتئاب، والحساسية التفاعلية. وأيضاً تتعارض نتائج

دراستنا مع دراسة ويللز (2015) WELLS على عينة من طلبة الجامعة مكونة من (250) طبق عليهم مقياس بيك الاكتئاب ومقياس الانطواء ومقياس القلق وأسفرت النتائج عن أن الذكور المصابين أكثر اكتئابا وقلقا من الإناث. وأيضا مع دراسة أسماء بنت فراح بن خليوي (2017) في وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في إصابتهم بالقلق حيث يتبين أن الذكور أكثر قلقا من الإناث، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في إصابتهم بالاكتئاب حيث تبين أن الذكور أكثر اكتئابا من الإناث، وعدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في إصابتهم بالانطواء. وتختلف نتائج دراستنا مع العديد من الدراسات التي أشارت إلى أن الإناث يعانون من الاضطرابات النفسية كدراسة إيني وآخرون 2012 *ayeni et al*، ودراسة سيسمان ويوركوالرن 2013 *sisman, yoruk, eleren* ودراسة نسمة لطفي شعبان 2015، ودراسة أسامة الجبلي يوسف 2016، ودراسة فارر وآخرون 2016 *farrer et al*، ودراسة سان وآخرون 2017 *sun et al*، ودراسة دينا صلاح الدين إبراهيم معوح 2018، ودراسة جان وآخرون 2018 *gang et al* ودراسة ناريمان محمد رفاعي، ومصطفى علي مظلوم، وحازم محمد الطنطاوي 2018، ودراسة ابرمس ومهتا 2019 *abrams & mehta*. وأيضا مع دراسة رمضان محمود درويش (2021) في وجود فروق في الاضطرابات النفسية المتمثلة في القلق، الاكتئاب، الوسواس القهري، الخوف المرضي، الهستيريا بين الذكور والإناث لصالح الإناث.

7-2- مناقشة وتفسير نتائج اختبار الفرضية الثانية:

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي على تحقق الفرضية جزئيا التي تنص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية تعزى لمتغير التخصص (علوم اجتماعية وإنسانية، العلوم والتكنولوجيا)" فأُسفرت النتائج في عدم وجود فروق في بعد الاكتئاب والعصبية والقلق والذعر ما بين طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية، والعلوم والتكنولوجيا. ووجود فروق في بعد الخوف والشك وفي الاضطرابات النفسية ما بين طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية مما يعني أن طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية هم أكثر معاناة من الاضطرابات النفسية لاسيما الخوف والشك والحساسية المفرطة من طلبة العلوم والتكنولوجيا. وتغزو الباحثة هذه النتيجة إلى كثرة التفكير والانشغال في الحصول على الوظيفة مستقبلا، وقلة فرص العمل مقارنة بتخصص العلوم والتكنولوجيا، كما أن نظرة طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية بطريقة سلبية لحياتهم المستقبلية تجعلهم يعانون من الخوف في الفشل في ظل ما يفرضه عالمنا اليوم من الإقبال على التخصصات العلمية، وتزايد الطلب عليها خاصة ما نعيشه اليوم من تقدم تكنولوجي وتطور علمي يجعل طلبة التخصصات العلمية أكثر طلبا وحظوظا في العمل مقارنة بطلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية مما قد تجعل الطالب الجامعي يشعر بالخوف على مستقبله المهني، ويشك ويرتاب من مصيره وحياته المستقبلية مما ينعكس على حالته النفسية فيعرضه للاضطرابات النفسية.

"فقد يفسر الأثر الذي قد يتركه نوع الكلية في تقسيم الحساسية التفاعلية من خلال ملاحظة ومقابلة بعض الطلبة، حيث الإشارة إلى أن هناك ميلا لدى الطلبة للتعامل مع من هم ضمن كليتهم، وأن هناك نظرة دونية في بعض الأحيان من قبل الطلبة باعتبار البعض ذوي تخصصات علمية ولها مستقبل، في حين أن الآخرين لا تحتاج تخصصاتهم إلى مجهود، أو ليس لديها مكانة اجتماعية، وبالتالي قد يكون هذا أحد الأسباب التي تدفع الطلبة لتجنب التعامل مع بعضهم بعضا، كما أن التعامل مع الطلبة ضمن نفس التخصص والانسجام الذي قد يكون بينهم نتيجة للاشتراك في دراسة عدة مساقات مع بعضهم بعضا"⁽²³⁾، كما أن معاناة طلبة العلوم الإنسانية من نقص الكفاية والشعور بالاكتئاب، أمر يدعو إلى التأمل والانتباه. وقد يرجع ذلك إلى أن طلاب العلوم

الإنسانية أكثر استبصارا بالواقع الذي يعيشونه، والمجالات والمواضيع التي يدرسونها، ومن ثم هم أكثر وعيا وانفعالا بما يحيط بهم من تهديدات حالية ومستقبلية، في حين لا يملكون القدرة على التغيير من جهة وصعوبة توظيف معارفهم ميدانيا من جهة أخرى⁽²⁴⁾. وتتفق نتائج دراستنا مع دراسة سمير عجاج حسين (1992) إن طلبة التخصصات العلمية هم أقل اضطرابا من طلبة التخصصات الأدبية. وأيضا مع دراسة فقيه العيد (2007) أن طلبة العلوم الإنسانية أكثر اكتئابا وعدم الكفاية مقارنة بطلبة العلوم التقنية.

خاتمة:

إن تمتع الطالب الجامعي بصحة نفسية سليمة تجعله يحقق ذاته وينجح في مساره الدراسي والمهني، إلا أنه قد تعثر به بعض الصعاب وبعض التغيرات لاسيما في المرحلة الجامعية مما قد تعرضه للعديد من الاضطرابات النفسية، فتؤثر بشكل سلبي على تحصيله الدراسي، وتخلق نوعا من النفور والانسحاب من الدراسة، ومن المقررات الدراسية والبحوث العلمية لاسيما إذا كان غير راضٍ عن التخصص الذي يدرس فيه. ولا شك أن هناك العديد من العوامل التي تتداخل في تأثيرها على ظهور الاضطرابات النفسية كالعوامل الوراثية والبيئية لاسيما في مرحلة عمرية مهمة وهي مرحلة الرشد بما في ذلك مرحلة الجامعة التي لا تخلو من الضغوط والمواقف والأزمات اليومية الضاغطة فتخلق بعض الاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة. ولقد حاولنا من خلال دراستنا الميدانية الكشف عن الفروق في الاضطرابات النفسية حسب متغير الجنس والتخصص. ولتحقيق هذا الهدف تم تطبيقه على عينة مكونة من 135 طالب جامعي يدرسون بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وكلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة أحمد زبانة بغيلزان، فتوصلنا إلى عدم وجود فروق في الاضطرابات النفسية حسب الجنس، ووجود فروق في الاضطرابات النفسية ببعديها الخوف والشك والحساسية المفرطة لصالح طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية، فهم أكثر معاناة بسبب نظرتهم السلبية نحو تخصصهم لاسيما في ظل نقص فرص العمل في هذا المجال مقارنة بالتخصصات العلمية بما تفرضه تعقد الحياة المعاصرة والاهتمام أكثر بالتخصصات العلمية التي تساهم في تطور المجتمعات متناسين أهمية العنصر البشري الذي له دور مهم في ارتقائها خصوصا ما يشهده العالم اليوم من الكثير المشكلات النفسية، وانتشار الاضطرابات النفسية وفي مقدمتها اضطراب القلق والاكتئاب. والتي تحتاج إلى الوقوف وإعادة النظر في الاهتمام بمجال العلوم الإنسانية والاجتماعية ودورها في خلق حلول لتحقيق الراحة النفسية للإنسان بما في ذلك الطالب الجامعي من خلال العمل على التخلص من حالة القلق والاكتئاب والخوف بتدريبه على ممارسة الاسترخاء بنوعيه العضلي والذهني، وأيضا تشجيعه على المشاركة والانخراط في الأنشطة الرياضية الموجودة في الجامعة من أجل القضاء على حالة الملل، والشعور بالضيق النفسي والغضب الذي ينتابه بسبب الضغوطات الحياتية اليومية والدراسية، وأيضا العمل على إنشاء مراكز نفسية في الوسط الجامعي تحت إشراف فريق عمل مكون من مختص نفسي وطبيب نفسي ومختص اجتماعي وأساتذة جامعيين في علم النفس العيادي يعملون على التخفيف وعلاج مختلف المشكلات النفسية والأكاديمية وحتى الاضطرابات النفسية التي يعاني منها الطالب الجامعي من أجل تحقيق التكيف لديه، كما نقترح دراسات مستقبلية منها الاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في ضوء متغيرات أخرى كعدد الأخوة والمستوى الاقتصادي والمستوى الدراسي، والاضطرابات النفسية وعلاقتها بالتدين لدى الطالب الجامعي.

قائمة المراجع:

- 1- الشامي (2015) بعض المشكلات النفسية والاجتماعية والتربوية في ضوء المتغيرات الديموغرافية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، مجلة كلية التربية، العدد 165، الجزء الثاني، جامعة الأزهر، ص 740.

- 2- علي عبد الرحيم صالح (2014). علم نفس الشواذ (الاضطرابات النفسية والعقلية). ط 1. عمان. الأردن. دار صفاء، ص 50.
- 3- خالد احاجي وآخرون (2019)، تشخيص بعض أعراض الأمراض النفسية لدى التلميذات والتلميذات المراهقين كمقاربة للأمن التعليمي، المجلة المغربية للتقييم والبحث التربوي، العدد الأول، ص 6.
- 4- محمد فتحي علي (2022). المخططات المعرفية اللا تكيفية والكفاءة الذاتية وعلاقتها ببعض الاضطرابات النفسية لدى عينة من طلاب الجامعة. مجلة كلية الآداب. العدد 57. الجزء الثالث، ص 22.
- 5- علي عبد الرحيم صالح (2014). علم نفس الشواذ (الاضطرابات النفسية والعقلية)، ص 56.
- 6- عبد السلام جودت جاسم (2009). مستويات القلق لدى طلاب جامعة بابل. مجلة كلية التربية الأساسية. عدد خاص بالمؤتمر العلمي السنوي الثاني لكلية التربية الأساسية 2008/5/5. العدد 01، ص 335.
- 7- حسن السيد الموسوي (2015). القلق والاكتئاب بوصفهما من منبئات اضطرابات النوم دراسة مقارنة بين عينات من الأسوياء ومرضى القلق. مجلة بحوث كلية الآداب. مجلد 26. العدد 102، ص 533.
- 8- شريف عمر دراوشة (2012). المساندة الاجتماعية وعلاقتها بالقلق لدى الطلبة. رسالة ماجستير في علم النفس التربوي (نمو وتعلم). كلية العلوم التربوية والنفسية. عمان العربية، ص 18-19.
- 9- أنوار فاضل عبد الوهاب. (2016). قياس الخوف من بعض الظواهر الطبيعية لدى أطفال الرياض، مجلة البحوث التربوية والنفسية. العدد 50. ص 406.
- 10- علي عبد الرحيم صالح (2014). علم نفس الشواذ (الاضطرابات النفسية والعقلية)، ص 223.
- 11- عبد الستار إبراهيم، عبد الله عسكر. (2008). علم النفس الاكلينيكي في ميدان الطب النفسي. ط 4. مصر. مكتبة الأنجلو، ص 51-52.
- 12- Michel Delbrouck (2019), psychopathologie (manuel a l'usage du medecin et du psychotherapeute, 3édition, de boeck, paris, p 300.
- 13- علي عبد الرحيم صالح (2014). علم نفس الشواذ (الاضطرابات النفسية والعقلية)، ص 224.
- 14- حسن السيد الموسوي. (2015). القلق والاكتئاب بوصفهما من منبئات اضطرابات النوم دراسة مقارنة بين عينات من الأسوياء ومرضى القلق. مجلة بحوث كلية الآداب. مجلد 26. العدد 102، ص 535.
- 15- أسماء بنت فراح (2017). الاضطرابات النفسية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة. مجلة التربية والعلوم التربوية IUG، المجلد 25، العدد 4، ص 66.
- 16- زينب هاشم (2020). معنى الحياة وعلاقته بالاكتئاب النفسي لدى عينة من طلبة الجامع. مجلة جامعة دمشق. المجلد 336. العدد 1. ص 313.
- 17- مريم إبراهيم عبد الله (2021). العلاقة بين الحساسية المفرطة والكمالية لدى الطلبة الموهوبين في المرحلة المتوسطة بمدينة الدمام، المملكة العربية السعودية. المجلة العربية لعلوم الإعاقة والموهبة. المجلد الخامس. العدد 16. ص 252.
- 18- مهدي كاظم داخل، صفاء حسين محمد (2015). الأفكار الوسواسية وعلاقتها بالحساسية المفرطة لدى طلبة الجامعة. مجلة آداب المستنصرية. العدد 68. ص 6.
- 19- كامل حسن كتلو، ناهدة العرجا (2016)، الصحة النفسية لدى المسنين الفلسطينيين / دراسة ميدانية لواقع الصحة النفسية لدى المسنين الفلسطينيين (في بيوت المسنين ونوادي المسنين وفي البيوت في محافظة بيت لحم)، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 9، العدد 2، ص 183-184.
- 20- ضبع مريم (2012)، الضغط المهني وعلاقته بالاضطرابات السيكوسوماتية (دراسة ميدانية بمؤسسات سونغاز الجلفة)، أطروحة دكتوراه في علم النفس العمل والتنظيم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، ص 238.
- 21- فقيه العيد (2007). أهمية الصحة النفسية للطلاب الجامعي (دراسة ميدانية لواقع الصحة النفسية لدى طلاب الجامعة-جامعة تلمسان - الجزائر)، مجلة جامعة دمشق، المجلد 23، العدد الثاني، ص 258.
- 22- خليف نادية (2018). الصحة النفسية وعلاقتها بالضغوط النفسية لدى طلبة الجامعة (دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية)، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، العدد الثامن، ص 43.

- 23- أحمد الشريفين وآخرون (2015)، القدرة التنبؤية لبعض المتغيرات النفسية والاجتماعية والديمغرافية في أعراض الاضطرابات النفسية لدى طلبة جامعة اليرموك: دراسة ميدانية. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 37 (2)، ص 245.
- 24- فقيه العيد (2007). أهمية الصحة النفسية للطلاب الجامعي (دراسة ميدانية لواقع الصحة النفسية لدى طلاب الجامعة-جامعة تلمسان - الجزائر)، ص 295.

الملل المدرسي ومؤشراته - دراسة ميدانية بالمدارس الابتدائية -

أمال طاهري⁽¹⁾ أ.د. خباب عقيلة⁽²⁾

1- جامعة باجي مختار - عنابة، tahri.amel83@gmail.com

2- جامعة باجي مختار - عنابة، akila.khebbab@gmail.com

تاريخ القبول: 2023/01/18

تاريخ المراجعة: 2022/09/15

تاريخ الإيداع: 2022/09/15

ملخص

تهدف الدراسة الحالية إلى وصف حد الظواهر النفسية المعيقة للاكتساب المدرسي ولسير العملية التعليمية، هي ظاهرة الملل المدرسي، هذه الظاهرة التي تحول دون الوصول إلى تعلم جيد خاصة بالمرحلة الابتدائية، لذلك سعت الدراسة الحالية إلى معرفة هم مؤشرات الملل لدى التلاميذ بالوسط المدرسي، استخدمنا المنهج الوصفي، كما استخدمنا أدوات جمع البيانات المتمثلة في: المقابلة، الملاحظة العلمية وفق شبكة ملاحظة لمؤشرات الملل المدرسي، ولقد أسفرت نتائج الدراسة على أن الملل المدرسي يظهر لدى التلاميذ بمؤشرات عديدة في الوسط المدرسي.

الكلمات المفتاحية: ملل مدرسي، مؤشرات الملل المدرسي.

Boredom at school and its Indicators – a Field study in primary schools-**Abstract**

The present study aims to describe one of the phenomena hindering school acquisition and learning, namely the phenomenon of school boredom, which can prevent access to good school learning, especially in primary school. Consequently, the present study sought to find out the indicators of school boredom and its effects on pupils. We used the descriptive approach, the tools used are: interview and scientific observation according to a continuous observation grid. The results of this study led to the presence of the phenomenon of boredom in primary school, with several indicators in the students including: inattention, passivity, avoidance, disinterest, hyperactivity, and somatic manifestations.

Keywords: School boredom, indicators of school boredom.**L'ennui scolaire et ses indicateurs - Etude sur terrain dans les écoles primaire-****Résumé**

La présente étude vise à décrire un des phénomènes gênants l'acquisition et l'apprentissage scolaire, c'est le phénomène de l'ennui scolaire. Notre propos est de décrire les indicateurs de l'ennui scolaire, et leurs effets chez des élèves de l'école primaire. Notre recherche est basée sur l'approche descriptive. Nous y avons utilisé l'entretien et l'observation scientifique selon une grille d'observation continue. Les résultats auxquels nous avons abouti indiquent, la présence du phénomène de l'ennui, avec plusieurs indicateurs chez les élèves.

Mots-clés: Ennui scolaire, indicateurs de l'ennui scolaire.

المؤلف المرسل: أمال طاهري، tahri.amel83@gmail.com

توطئة (مقدمة):

إن الحديث عن المدرسة وبالأخص الصفوف الأولى بالمرحلة الابتدائية هو حديث عن بداية التعليم المنظم بالنسبة للطفل، وانفتاحه على عالم جديد، عالم المدرسة بمدخلاته ومكوناته ومتطلباته، فالمدرسة هي تلك المؤسسة التربوية التي يقع عليها العبء الأكبر في تحقيق مهمات التربية الصحيحة، وإعداد التلاميذ بأفكار وقيم ومهارات جديدة، ومن جهة أخرى هي الوسط الذي يتم فيه التعلم، كما تعتبر وسيلة نقل وتبادل للمعارف، القيم القواعد، تاريخ ومعايير المجتمع، إضافة للمعارف الأكاديمية⁽¹⁾، والمدرسة تبني شخصية الطفل وثقافته، وتظهر معالم ذكائه وتحدد اتجاهاته، وهي قاعدة استراتيجية لتعلم المهارات وتطبيقها في الحياة، وانتقال الطفل من بيئته التي عاش فيها إلى بيئة أخرى مختلفة شكلا ومضمونا ليس بالأمر السهل⁽²⁾، لذلك لا بد من توفير وتهيئة المناخ التربوي الملائم الذي يجذبه إلى التفاعل معه، والانخراط فيه، وتوفير كل الشروط التي تمكن الطفل من التعلم والنمو، باستخدام شتى الوسائل والطرق التربوية، وتوفير الفرص التعليمية المناسبة بالنسبة للتلاميذ، ومن ذلك فدور المدرسة هو تكوين وإعداد متواصل للتلاميذ مع توفير لكل واحد منهم نفس الفرص التعليمية وحظوظ النجاح رغم ما بينهم من فروق فردية.

إلا أن بنية ونظام النسق المدرسي المعقد نوعا ما بالنسبة للتلاميذ بما يحمله من قواعد، قوانين، حقوق واجبات ومعايير، قد يجد التلميذ صعوبة في قبولها أو التأقلم معها، ومن الصعب أن يدرك أن المدرسة ليست عالما آخر منفصلا بل هي امتداد وانعكاس للمجتمع بقواعده ومعاييره⁽³⁾، ولكي يتمكن التلميذ من بناء هوية إيجابية، يجب أن يجد في الوسط التعليمي الوسائل والشروط الضرورية، التي تساعد على إعطاء معنى أو قيمة للتعلم، ولكن أحيانا يجد التلميذ صعوبة في إيجاد هذا المعنى والعلاقة مع التمدرس والمعارف المدرسية، وبالتالي يعيش تدمسه بمشاعر مملّة، بالعجز والكسل، ويصبح التمدرس بالنسبة له عبئ مفروض عليه.

-أولا: إشكالية الملل بالمدرسة

الفشل المدرسي مرتبط إلى حد كبير بالعلاقة السلبية مع المعارف، وبنقص المعنى لهذه المعارف بالنسبة للتلاميذ، وبالعلاقة مع المدرسة⁽⁴⁾، وقد أصبح اليوم من السهل ملاحظة نقص الاهتمام ونقص الدافع للتعلم من قبل تلاميذنا رغم تنوع المعارف، طرق وبيداغوجيا التدريس⁽⁵⁾، هذا الشعور "بحاضر فارغ ومستقبل بعيد"⁽⁶⁾، هو الشعور بالملل، الذي غالبا ما يمر بصمت رغم أنه معاناة نفسية حقيقية بالنسبة للتلميذ وسبب مباشر للتسرب المدرسي⁽⁷⁾، يرجعه العلماء والتربويون إلى انخفاض الدافعية للتعلم، وبمعنى المعرفة والتعلم بالنسبة للتلاميذ⁽⁸⁾.

ظاهرة الملل المدرسي هذه الإشكالية الحقيقية في الوسط المدرسي التي أصبحت محل تساؤل وتذمر فاعلي العملية التربوية وحتى أولياء الأمور⁽⁹⁾، وموضوع جدال ونقاش بين كافة أطراف العملية التعليمية، ومشكلة لا بد من الوقوف على أسبابها وإيجاد الحلول المناسبة لها، لأن ما تغير هو تواجد الملل بمدارسنا بمؤشرات أو تظاهرات جديدة، أحيانا تخرج عن المعايير المدرسية، وفي أغلب الأحيان صامتة⁽¹⁰⁾ وأصبحت تستخدم كنظام تحليل وكمؤشر وترجمة للأداء البيداغوجي وكعامل جديد لتفسير الظواهر المتعلقة بالمشاركة في النشاطات المدرسية⁽¹¹⁾ فالملل بالمدارس ظاهرة سلبية، تتطلب فهمها من مختلف أبعادها، ومسبباتها قبل التفكير في إيجاد حلول لها، يقول Joël Clerget: "الملل بالقسم ليس لمحاربه بل لمعرفته من خلال الفهم الدقيق لمختلف أبعاده"⁽¹²⁾ وباعتباره مشكلة غير مفسرة تعترض سبل تعلم التلميذ للمهارات القاعدية، كما يعد كصعوبة أو عرقلة

أو مشكلة أمام نقل المعارف، والاكْتساب، والأداء المدرسي للتلميذ⁽¹³⁾، وبالتالي مضاعفات أو نتائج خطيرة إذ ربطه التربويون والبيداغوجيون بالفشل المدرسي، بصعوبات التعلم وبالتسرب المدرسي⁽¹⁴⁾.

فإن نقول إن مادة دراسية ما أو معرفة "مملة" يتطلب منا العودة إلى نوعية التدريس، معنى المعارف، قيمتها العملية في الحياة اليومية للتلاميذ، لأن الملل بالمدرسة علامة لوجود خلل في نظام التدريس أو عرقلة أمام نقل المعارف⁽¹⁵⁾ وعلى هذا الأساس نطرح التساؤل: ما المقصود بالملل المدرسي؟ وماذا لومست هذه الظاهرة تلاميذ المدرسة الابتدائية، إلى أي مدى سيؤثر ذلك على اكتسابهم للمهارات الأساسية؟ ما مدى تواجد هذه الإشكالية لدى تلاميذ المدرسة الابتدائية؟ ما هي مؤشرات بالوسط المدرسي الجزائري؟

-ثانيا: بعض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الملل المدرسي

-دراسة بوخطة وآخرون، (2018): والتي هدفا من خلالها إلى معرفة مستوى الملل الأكاديمي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية والكشف عن الفروق تبعا لمتغير التخصص الدراسي (علمي / أدبي) ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على مقياس الملل الأكاديمي لـ "تيسير الخوالدة (2013)" والمكون من (31) فقرة موزعة على ثلاثة مجالات، وبعد التأكد من خصائصه السيكمترية طبق على عينة قوامها (100) تلميذ بمدينة ورقلة - للموسم الدراسي 2017 / 2018 اختيروا بالطريقة العشوائية وباستخدام الأساليب الإحصائية المتمثلة في اختبار "ت" لعينة واحدة، اختبار "ت" لعينتين مستقلتين، وتم التوصل إلى النتائج التالية: مستوى الملل الأكاديمي لدى عينة الدراسة مرتفع، كما وجدت فروق دالة إحصائية في الملل الأكاديمي تبعا لمتغير التخصص الدراسي⁽¹⁶⁾.

-دراسة بن يمينه وآخرون، (2018): في ورقة بحثية هدفا من خلالها إلى الإشارة للطرق البيداغوجية داخل الفصل الدراسي بين المتعة والملل حيث أشارا إلى أهمية المدرسة كمؤسسة للتنشئة الاجتماعية، لما لها من خصوصيات تجعل منها فريدة من نوعها مقارنة بباقي المؤسسات الاجتماعية، وكذلك هدفا من خلال هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على بعض عناصر العملية التعليمية لفهم ما يحدث داخل المؤسسات التربوية في ظل الإصلاحات الجديدة، وأشارت الباحثتان في نتائج هذه الورقة البحثية إلى أنه كلما كانت الطريقة تعتمد على التفاعل التربوي الإيجابي بين العناصر الثلاث (المعلم، المتعلم والوسيلة التعليمية)، كلما كانت المدرسة أقرب إلى المتعة بالنسبة للتلميذ؛ ومن النتائج كذلك توصلا على أنه كلما كانت الطريقة مبنية في اتجاه واحد عمودي منحدر من المعلم وصولا إلى المتعلم دون أية بؤاد للحوار والنقاش، كلما جلبت هذه المؤسسة الملل والنفور، وبالتالي الابتعاد عن تحقيق الأهداف والغايات التربوية المسطرة في البداية⁽¹⁷⁾.

-دراسة زروالي، (2018): حيث تعالج الدراسة القائمة الملل عند تلاميذ المرحلة الثانوية في السياق المدرسي وتأثيراته المحتملة على سلوكيات التسرب المدرسي، من خلال تطبيق استبيان على عينة مكونة من (226) تلميذ، حيث أوضحت النتائج وجود مشاعر ملل قوية لديهم، وأن من بين الأسباب المذكورة: ثقل الدروس وتدهور المناخ المدرسي وكذلك العلاقة السلبية والصراعية مع الأساتذة والزملاء. وكذلك فيما يخص ردود أفعال التلاميذ اتجاه المشاعر السلبية للملل يذكر التلميذ: الغياب المدرسي، الاستكانة ورفض بذل أي مجهود وكذا السلوكيات المنحرفة اتجاه المعيار المدرسي: النوم داخل الأقسام، اللعب، الترتبة، النظر عبر النافذة وسماع الموسيقى⁽¹⁸⁾.

-دراسة البديري، (2017) هدف من خلالها إلى معرفة مستوى النزعة للملل لدى طلبة الجامعة، وقد اقتصر حدود البحث على طلبة الصفوف الثانية في كليات التربية بجامعة تكريت، وقام الباحث ببناء مقياس النزعة للملل يحوي (31 فقرة) في صيغته النهائية، كما استخدم الباحث مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل بياناته

المجموعة، وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها: هنالك مستوى عالي لنزعة الملل لدى طلبة الجامعة، ووجدت فروق في نزعة الملل بين الذكور والإناث لصالح الذكور، كما أسفرت النتائج على وجود تفضيل العادات الأربعة وهي: التفكير التبادلي، التفكير في التفكير، التفكير بمرونة والمثابرة، كما وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين نزعة الملل وعادات العقل⁽¹⁹⁾.

1- الملل المدرسي ومؤثراته:

"الملل بالمدرسة ظاهرة قديمة بتظاهرات جديدة"⁽²⁰⁾، فرغم قدم تواجد هذه الظاهرة بالوسط المدرسي إلا أنه لا يوجد تعريف محدد لها مقارنة بموضوع الدافعية الذي يعد حقلًا نظريًا واسعًا⁽²¹⁾، فمصطلح الملل يعتبر مسألة قديمة تاريخيًا، درس منذ العصور الكلاسيكية إلى يومنا هذا تحت عدة تسميات، وعرف بتعاريف مختلفة، واختلف التربويون والبيداغوجيون والنفسانيون حول إيجاد رأي موحد أو تعريف دقيق لإشكالية الملل بالمدرسة فمثلا الملل عند الطفل حسب Winnicott: يعتبر ضروريا، مرحلة من مراحل النمو، من الطبيعي المرور بها، وكشرط ضروري لتكوين شخصيته. أما Françoise Dolto، فتعتبره كعلامة من علامات الذكاء، ضروري عندما لا تجلب المواضيع المدروسة اهتمام الطفل.

أما Jean Pierre Durif Varembo: فيعتبر أن الملل لدى الطفل ناتج عن فراغ علائقي، نقص في العلاقات ونخفف من مؤثراته بتوفير أكبر عدد ممكن من العلاقات للطفل، كذلك تعتبره S.Leloup: كإشكالية مدرسية، وكسبب للسلوكات الخارجة عن المعايير المدرسية مثل: الخمول والكسل، الهيجان والشغب، السرحان، عدم الاهتمام، ويربط بمعنى المعرفة والتعلم (sens des savoirs et apprentissages)، وبالعلاقة مع المعارف (rapport aux savoirs)، بينما أكدت عدة تعاريف ودراسات على سلبية هذه الظاهرة ومؤثراتها على التعلم والأداء المدرسي⁽²²⁾.

نقص المعنى هو ما يخلق الملل فالمعنى هو الهدف الذي يساعد على الدافعية، ولكن التلاميذ اليوم أصبحوا يجدون صعوبة بإسقاط ما يتعلمونه في المستقبل، وإعطاء معنى لما يتعلمونه، إذن فالمعنى للتعلم هو أهم أسباب الملل المدرسي حسب مجموعة من العلماء⁽²³⁾.

حسب Bruno Hourst: أن فقدان المعنى في أي تعلم يتطلب من المتعلم جهدا مفروضا، فالمعنى هو الذي يساعد على الدافعية⁽²⁴⁾.

وحسب Meirieu Philippe: "المسألة الحقيقية ليست الملل، بل هي معنى التعلم، والملل هو فقط عرض" وحسب Meirieu لمحاربة الملل الأمر لا يتعلق بتغيير البرامج إلى ألعاب بل البحث مع التلاميذ عن معنى حضورهم للقسم، وتعلمهم⁽²⁵⁾. وكما عرف Jack Long, Luc Ferry الملل بأنه: "كسل فكري، فراغ في الوقت والمعنى" إذن فهما يرجعان الملل المدرسي لفقدان المعنى لما نتعلم⁽²⁶⁾.

-وحسب Charles Magnin الملل اليوم ينتج عن فقدان المعنى للمدرسة في المجتمعات، والمدرسة ليست وحدها مسؤولة لكن من واجبها تعزيز القيم الاجتماعية للدراسة وإعطاء معنى للمعارف المدرسية.

Philippe Perrenoud وضع ما سماه بـ حقوق التلميذ:

-وأول نقطة هي: حق أن يتعلم فقط ماله معنى، لأن مدارسنا أصبحت تواجه مشكلة متعلقة بمعنى العمل المدرسي وبالعلاقة بالمعرفة والتعلم، حيث أصبحت مهمة التلميذ عائق كبير، وأنه باحترامنا لما سماه بحقوق التلميذ أي إعطاء معنى للتعلم لهم قد تجعل مهمة التلميذ أكثر حيوية وفعالية.

وحسب Gravel Céline المشكل متعلق بها تقدمه من معارف، والوسائل التي نستخدمها كذلك، بمدى ملائمتها، فالدراسات تبين أن النشاطات والمعارف المقدمة للتلاميذ يجب أن تكون لها معنى ودلالة بالنسبة لهم⁽²⁷⁾. كثير من التربويين أكدوا كذلك على أهمية العلاقة بالمعرفة وبالتدريس وتأثيرها في حدوث الملل المدرسي.

نبدأ أولاً بتعريف مصطلح العلاقة بالمعرفة أو Rapport aux savoirs فهو كنتيجة "علاقة ذات معنى وذات قيمة بين الفرد (أو جماعة) وبين سيرورات أو نتائج معرفية أو معارف ومن ذلك فالعلاقة بالمدرسة Rapport à l'école هي: علاقة معنى، وقيمة بين فرد أو جماعة، والمدرسة كوسط، مجموعة وضعيات، وأفراد⁽²⁸⁾ ومصطلح العلاقة بالمعرفة أصبح مرتبط بتفسير العوامل التي قد تؤدي إلى النجاح أو الفشل المدرسي، باعتبار التدريس ليس فقط كإطار بل كنشاط⁽²⁹⁾.

وبالنسبة لـ Jacky Beillerot: مؤسس فريق " المعارف والعلاقة بالمعرفة"، تعرف العلاقة بالمعرفة أنها: "سيرورة بمقتضاها فرداً، عبر المعارف المكتسبة، ينتج أو يصل إلى معارف جديدة، تسمح له بالتفكير، بالتغيير، وبالإحساس بالعالم الخارجي والاجتماعي" والعلاقة بالمعرفة تتميز بالذاتية والخصوصية، فهي تبنى وفق تاريخ كل فرد فكل فرد مدمج ضمن دينامية عائلية، اجتماعية، تاريخية⁽³⁰⁾.

-أصبحت النظريات المعرفية الجديدة تنمي لدى الطفل ما يسمى بما وراء المعرفة وهي القدرة على أن يكون التلميذ واعياً بطريقة تعلمه والقدرة على الاستقادة من الخبرات السابقة وأفعال التعلم، أي أن يصبح مسؤولاً عن تعلمه وبالتالي ينتج لديه الرغبة في المعرفة، التعلم والاستمتاع بطعم المعرفة فيبذل الجهد المرغوب في التعلم⁽³¹⁾.
- "لأن التلاميذ لديهم دائماً إحساس أنهم يمرون من قسم إلى آخر، من معرفة إلى أخرى، بدون أن يفهموا الرابط وهذا يشبه التراكم للمعارف" ويؤكد على أهمية " العلاقة الليبيردية بالمعرفة"⁽³²⁾.

-والمهم أن هذه العلاقة ذات المعنى يجب أن تدعم في المدارس كوسيلة لمحاربة الملل المدرسي وكل ما قد يقلل من دافعية التلاميذ⁽³³⁾.

ثالثاً: الجانب الميداني للدراسة

وبغرض فهم أكثر لظاهرة الملل المدرسي، ومدى تواجدها في المدرسة الجزائرية، وفهم المعلمين لها وتعاملهم مع التلاميذ الذين لديهم مللاً مدرسياً، إضافة إلى ملاحظة أهم المؤشرات التي يظهرها التلاميذ الذين لديهم مللاً استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي.

1- عينة الدراسة ومواصفاتها:

أجريت الدراسة في 3 مؤسسات ابتدائية بمدينة عنابة (البرتنال 1 و2، وديدوش مراد).

تمت الدراسة من خلال القيام بمجموعة من المقابلات مع معلمي التعليم الابتدائي بغرض استطلاع مدى فهمهم لظاهرة الملل المدرسي ولسبب عزوف وابتعاد تلاميذهم عن التعلم، والمؤشرات التي يبديها التلاميذ، ومدى تفهم المعلم لها والتعامل معها، ومعرفة وجهة نظرهم عن الحلول التي قد تخفف من ملل التلاميذ، إضافة إلى ملاحظة التلاميذ داخل الأقسام لمعرفة أهم المؤشرات التي يبديونها.

2- أدوات الدراسة:

اعتمدنا خلال دراستنا على أدوات البحث التالية:

2-1- مقابلات مع معلمي المدارس: وفق دليل مقابلة يقدم إليهم عن الملل المدرسي ومدى تواجده في المدرسة الابتدائية وأهم مؤشرات ومدى فهم الأساتذة له، وكيفية تعاملهم إزاءه، قسم إلى محاور ألا وهي:

- حول مؤشرات الملل المدرسي من وجهة نظر الأساتذة.
- حول تمثيلات الأساتذة لأسباب الملل المدرسي في الابتدائية.
- حول كيف يتعامل الأساتذة إزاءه.
- حول أهم الحلول المقترحة من وجهة نظر الأساتذة.

2-2- الملاحظة: استخدمنا شبكة ملاحظة لجمع بيانات متعلقة بدراستنا حول مؤشرات الملل المدرسي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية، حيث تم بناؤها اعتمادا على مجموعة من الدراسات السابقة.

رابعاً: عرض النتائج ومناقشتها

ونعرض نتائج الدراسة الحالية كما يلي:

عرض البيانات العامة للدراسة:

المقابلة مع المعلمين:

- البند (1): مدى تواجد الملل المدرسي كظاهرة بالمدرسة الابتدائية:

جدول رقم (01) يوضح تكرارات مدى تواجد الملل بالمدرسة من وجهة نظر المعلمين

الأجوبة	موجود كظاهرة	غير موجود
التكرارات	19	11
عدد التكرارات	63,33	36,67
النسبة المئوية		

- البند (2): حول مفهوم الأساتذة (تعريفهم) للملل المدرسي:

جدول رقم (02) يوضح عدد التكرارات للملل المدرسي حسب مفهوم الأساتذة

الأجوبة	هو نقص الدافعية للتعلم	نقص نشاط التلميذ	فقدان الاهتمام بالدرس	عدم وجود معنى للتعلم	ظاهرة سلبية للتعلم	ظاهرة تعيق الاكتساب والتحصيل
عدد التكرارات	11	14	17	10	22	11

- البند (3): حول مؤشرات الملل بالمدرسة الابتدائية من وجهة نظر المعلمين

جدول رقم (03) يوضح تكرار مؤشرات للملل المدرسي بالمدرسة الابتدائية من وجهة نظر المعلمين

الإجابات	مؤشرات نشطة	مؤشرات خاملة	السرحان (نقص الانتباه)	التجاهل (عدم الاهتمام)	سلوكيات التجنب (النوم، الحديث)	عدم المشاركة	الشغب أو العنف	فراط النشاط الحركي	تظاهرات جسدية (نوم، ألام بطن)	الانعزال
عدد التكرار	19	22	12	18	16	22	6	10	5	3

- البند (4): حول أسباب الملل المدرسي من وجهة نظر الأساتذة

جدول رقم (04) يوضح عدد التكرارات لأسباب الملل المدرسي بالمدرسة الابتدائية من وجهة نظر المعلمين

الإجابات التكرارات	التوقيت الزمني	اكتظاظ الأقسام	البرامج (المعارف)	الاستراتيجيات التعليمية	أسباب تخص التلاميذ	أسباب متعلقة بمعنى المعرفة
عدد التكرارات	16	10	18	12	6	11

البند (5): حول المواد التي يلاحظ فيها الأساتذة أكثر ملل التلاميذ:

جدول رقم (05) يوضح عدد التكرارات حول المواد الأكثر ملل من وجهة نظر المعلمين

الإجابات التكرارات	الحساب	الإملاء والتعبير الكتابي	القراءة	التربية المدنية	اللغة الفرنسية
عدد التكرارات	19	16	18	8	6

البند (6): حول كيف يتعامل الأستاذ إزاء هذه الظاهرة:

جدول رقم (06) يوضح عدد التكرارات حول كيفية تعامل الأساتذة إزاء هذه الظاهرة

الإجابات التكرارات	الاستعانة بأطراف أخرى (أخصائيين)	تحفيز التلميذ	اثارة دافعية التلميذ	لا مبالاة تجنب إهمال
عدد التكرارات	10	15	12	5

البند (7): حول أهم الحلول المقترحة من وجهة نظر الأساتذة للوقاية من الملل المدرسي:

جدول رقم (07) يوضح عدد التكرارات حول أهم الحلول المقترحة من وجهة نظر المعلمين

الأجوبة التكرارات	تغيير البرامج	استخدام طرق تدريسية جديدة	تكوين أفضل للأستاذ	تغيير التوقيت الزمني	تحسين ظروف البيئة المدرسية	إعطاء معنى للمعارف المدرسية
عدد التكرارات	10	15	10	6	12	4

نتائج المقابلة مع المعلمين:

* من خلال إجابات المعلمين بالمقابلات أول ما نستنتجه أنهم يلاحظون منذ المدرسة الابتدائية أن تلاميذهم يبدون مللا مدرسيا، إذن فالملل موجود لدى التلاميذ منذ المدرسة الابتدائية، ويعتبرونه ظاهرة سلبية تعيق الاكتساب والتحصيّل المدرسيين، وأنه سبب رئيسي حسبهم للفشل المدرسي وهذا توافق مع رأي (Caroline Ricard et Françoise Dubet) الذين يعتبران أن "الملل عامل من عوامل التسرب المدرسي، والفشل المدرسي".

* كما لاحظنا أن الملل المدرسي حسب أغلب المدرسين هو نقص دافعية التلاميذ نحو تعلم مادة أو نشاط ما وأنه يعيق الاكتساب المدرسي.

* والملل من وجهة نظر المعلمين يعد ظاهرة سلبية، كونه يظهر بمؤشرات تؤثر على تحصيل التلميذ، وعلى مشاركته في الأنشطة المدرسية، وأن أهم هذه المؤشرات تظهر في شكل صامت في المرحلة الابتدائية، وأهم مؤشر للملل المدرسي بالمدرسة الابتدائية هو: السلبية، الخمول، الكسل، وعدم المشاركة في النشاطات الصفية، فقدان الاهتمام والتجاهل لمعرفة ما أو مجموعة معارف، وكذلك الانعزال وعدم الانتباه أو السرحان والشرود، وسلوكيات التجنب، فيبدوا التلميذ حالما، ينظر إلى النافذة بكثرة، وقليل ما تكون المؤشرات في شكل نشط فتظهر في شكل فرط حركي، شغب، فوضى، ضرب الزملاء، اللعب بأشياء أخرى، كما أعلن اعتبر المعلمون أن السلوكيات المنحرفة الخارجة عن المعايير الصفية كالشغب، الفوضى والعنف، يعود سببها للملل لتلاميذهم.

* إضافة إلى مؤشرات أخرى ذكرها المعلمون للملل التلاميذ متمثلة في: التظاهرات الجسدية كالتعب، والنوم والذهاب للمرحاض باستمرار، وآلام الرأس.

* كما أرجع المعلمون أسباب الملل المدرسي إلى البرامج كونها طويلة وغير مفهومة، وأحيانا لا فائدة لها كما يعتبرونها مجردة، مكثفة وثقيلة.

كذلك إلى التوقيت ويصفونه ب: متعب، ساعات طويلة، غير ملائم لإيقاعات التلاميذ البيولوجية والتوزيع الزمني الغير ملائم لبعض المواد.

وسبب آخر ذكره المعلم هو: الاكتظاظ في الأقسام، والعدد الكبير للتلاميذ، مما يجعلهم غير قادرين على الاهتمام ومراعاة جميع احتياجاتهم، إضافة إلى وجود فروقات فردية بينهم، وصعوبات يعانون منها لأن المعلمون مطالبون بتكملة البرامج فقط، وهذا ما يعجزهم عن الكشف عن مشكلات تلاميذهم، فصرح أغلبهم أنه في حالة وجود مؤشرات ملل لدى أحد تلاميذه يحاولون تحفيزه وإثارة دافعيته، ولكن ذلك يكون صعب أمام عدد التلاميذ الموجودين بالقسم وبالتالي يحاولون استدعاء الأولياء، أو الاستعانة بالأخصائيين، ولكن صرح بعض المعلمون أيضا أنهم أحيانا يتجاهلون ولا يبالون بمؤشرات ملل تلاميذهم، وهذا قد يؤدي إلى تفاقمها، فقد تؤدي إلى مضاعفات خطيرة، واقترح المعلمون طرقا من وجهة نظرهم بغرض التخفيف من مؤشرات الملل المدرسي، كتنويع الأستاذ، والتنويع في الاستراتيجيات التعليمية.

شبكة الملاحظة:

بهدف معرفة أهم المؤشرات التي يبديها التلاميذ الذين لديهم ملل مدرسيا خلال نشاط ما واخترنا نشاط الكتابة باعتباره نشاط معقد بالنسبة للتلاميذ.

أجرينا الملاحظة وفق شبكة ملاحظة مستمرة، تدمج أهم مؤشرات الملل المدرسي خلال حصص الكتابة (التعبير الكتابي) مربوطة بالوقت (مدى تكرار المؤشرات وفق عامل الزمن)، لملاحظة أهم مؤشرات الملل المدرسي لديهم.

لذلك سنطوي أمثلة ب 3 تلاميذ أبدوا حسب المعلمين انخفاض دافعية للتعلم ومؤشرات الملل المدرسي تم اختيارهم قصديا.

الحالة رقم: 01: Observation continue: grille de fréquence

إسم التلميذ: ريان ب

المادة: لغة عربية

الوقت: من 10 H — H 11

النشاط: نشاط كتابي

جدول التكرارات لمؤشرات الملل المدرسي:

جدول رقم (09) يوضح التكرارات لمؤشرات الملل المدرسي (النشاط الكتابي)

60	50	40	30	20	10	
6	4	3	3	1	0	السلبية والكسل وعدم المشاركة
7	6	6	4	3	4	
6	6	5	4	5	3	الشغب والهيجان
6	5	5	4	0	2	
1	2	2	1	0	0	
4	4	3	2	1	2	نشاطات حركية
5	4	4	3	2	0	تظاهرات جسدية

الحالة رقم: 02:

إسم التلميذ: محمد (س)،

المادة: لغة عربية

الوقت: من 10 H ____ H < 11

* جدول التكرارات لمؤشرات الملل المدرسي:

جدول رقم (10) يوضح التكرارات لمؤشرات الملل المدرسي (تعبير كتابي)

60	50	40	30	20	10	
6	4	3	2	2	0	السلبية والكسل وعدم المشاركة
6	6	5	3	4	4	
6	6	4	4	5	3	الشغب والهيجان
4	4	3	2	1	2	
3	2	2	0	1	0	
5	4	4	3	2	2	نشاطات حركية
4	3	2	2	1	0	تظاهرات جسدية

الحالة رقم: 03:

إسم التلميذ: وسام (ش)

المادة: لغة عربية

الوقت: من 10 H ____ H < 11

النشاط: نشاط كتابي

* جدول التكرارات لمؤشرات الملل المدرسي:

جدول رقم (11) يوضح التكرارات لمؤشرات الملل المدرسي (لغة عربية)

60	50	40	30	20	10	
5	4	3	3	1	1	السلبية
6	5	5	4	3	4	الشغب والهيجان
4	4	3	3	2	0	نشاطات حركية
3	3	1	2	0	0	تظاهرات جسدية
4	3	3	1	2	0	
5	4	4	3	2	0	

مناقشة نتائج شبكة الملاحظة:

من خلال ملاحظتنا للتلاميذ السابقين ورغم اختلاف سياقهم المدرسي، إذ أخذنا أمثلة لـ: 3 تلاميذ كل تلميذ من مدرسة، إلا أنهم تشابهوا في المؤشرات التي ظهرت عندهم من خلال شبكة الملاحظة، والتي وضحت لنا أن لديهم مللا خلال حصة الكتابة (التعبير الكتابي) وأبدوا المؤشرات التالية أو أغلبها:

* السلبية، عدم المشاركة والخمول خلال الحصة: وقد لاحظنا هذا المؤشر لدى أغلب التلاميذ منذ بداية الحصة ثم تكرر باستمرار خلال حصة التعبير الكتابي، ويظهر من خلال عدم المشاركة في النشاطات الصفية، قليل التكلم مع المعلم، ينظر غالبا للصف، لا يبالي عند طرح سؤال له، لا ينغمس في العمل المطلوب منه ولا ينهي أعماله.

* السرحان أو نقص الانتباه: الذي تجلى لنا من خلال أن التلميذ يظهر غير مصغ، يتشوش انتباهه نتيجة مثيرات خارجية، يفكر في أشياء أخرى خلال الدرس، يبدو حالما لا يلتزم بالإرشادات الموجهة له، يظهر غير مصغ خلال الحديث معه، وقد ظهر هذا المؤشر لدى التلاميذ خاصة بعد الربع ساعة الأولى من الدرس وتكرر كلما زاد الوقت.

* الشغب والهيجان: الذي لاحظناه منذ بداية الحصة لدى التلاميذ وتجلى خاصة خلال سلوكيات شغب يقوم بها التلميذ باستمرار خلال الساعة، كترك مقعده والتجول في غرفة الصف التحدث بصوت عال، الإجابة على سؤال المعلم دون إذن، التكلم مع الأقران بصوت عال، يتحرك باستمرار، يتشاجر مع أقرانه، يكثر المعلم من ملاحظاته له.

* سلوكيات التجنب: التي لاحظناها كذلك من خلال أن التلميذ يحاول الهروب من الحصة بأية حجة، ينزل أسفل الطاولة لربط حذائه، يخرج باستمرار من القسم خلال الحصة، لا يشارك في نشاطات الجماعة، وقد تجلى لنا هذا المؤشر لدى أغلب التلاميذ، خلال كامل الحصة وزاد مع مرور الوقت.

* تظاهرات جسدية: كالنوم، آلام البطن، الخروج للمرحاض بكثرة ولاحظنا هذا المؤشر طول الحصة.

* نشاطات حركية مفرطة: كاللعب باستمرار، ولمس كل ما هو موجود، يتحرك من مقعده، يقفز يجري.

* عدم الاهتمام أو تجاهل النشاط الكتابي: يبدو التلميذ نائما فوق الطاولة، أو ناظرا للنافذة ولا يبدي أي اهتمام بشرح المعلم ولا بأسئلته ولا بمشاركات زملائه وتجلى لنا ذلك لدى العديد من التلاميذ خلال نشاط الكتابة.

- مناقشة النتائج العامة:

إذن من خلال الدراسة الميدانية السابقة خلصنا إلى:

الملل المدرسي من بين المشكلات والظواهر الموجودة بالمدرسة الجزائرية، أحيانا يعجز المعلم عن كشفه لدى التلاميذ أو التعامل معه.

وهو موجود منذ المدرسة الابتدائية غالبا يمر بصمت، وأحيانا يخرج عن المعايير المدرسية ويثير تذمر وشكوى المعلمين.

الملل المدرسي يعرقل الاكتساب للمعارف الأساسية، مشكلة حقيقية تتطلب إيجاد حلول.

* أهم مؤشرات الملل المدرسي التي تظهر لدى تلاميذ الابتدائي من خلال شبكة الملاحظة وعموما كانت أهم تلك المؤشرات:

* سلوكيات التجنب، السرحان أو الشرود، عدم الاهتمام، النشاطات الحركية المفرطة، التظاهرات الجسدية كالنوم وآلام البطن، والخروج للمرحاض بكثرة، عدم الاهتمام أو تجاهل الأنشطة الصفية، عدم المشاركة والاندماج والنشاط في الأنشطة الصفية، ومؤشرات عنف أحيانا: كالشجار وضرب الرفقاء، تكسير ورمي الأدوات.

الملل بالمدرسة ظاهرة سلبية ومعقدة للاكتساب المدرسي، قد تتطور لمضاعفات أخطر تصل إلى التسرب المدرسي والفشل المدرسي.

خاتمة:

من بين المشكلات والظواهر المعقدة التي تتعرض لها العملية التعليمية، والتي تتعلق بمعنى المعرفة وبالعلاقة بالمدرسة والتعلم ظاهرة الملل المدرسي، ومن هذا لا بد من البحث عن الحلول المناسبة لها، خاصة ان الملل المدرسي له مؤشرات تقلق المعلمين وتعيق سير العملية التعليمية والاكتساب المدرسي، لكن رغم بعض المحاولات لتفادي الملل بالمدارس تبقى هناك معوقات تحول دون تطبيق هذه الحلول بمدارسنا، كنقص الوسائل التعليمية، كثافة البرامج، اكتظاظ الأقسام، مما قد يجعل التلميذ يبقى في الحلقة المفرغة للملل المدرسي. ومع تشعب هذه الظاهرة وتعقدها، لا يستطيع المعلم اللعب على كل العوامل المسببة للملل لدى التلاميذ، لأن ظاهرة الملل المدرسي بحد ذاتها تتعدى حدود السياق المدرسي كما أن أسبابها عديدة ومتشعبة.

من كل ذلك فموضوع الملل المدرسي يحتاج إلى دراسات أكثر توسعا وعمقا، وفق عدة اتجاهات علمية، وإعداد أدوات تقيس مؤشرات الملل بالمدرسة، إضافة إلى إيجاد حلول مناسبة لها، وحلول وقائية ضد الملل المدرسي خاصة أنها قد تؤدي بالتلاميذ إلى الفشل المدرسي أو التسرب المبكر عن الدراسة.

قائمة المراجع:

- 1- عبد الفتاح حسن، البجة، (2003)، "تعليم الأطفال المهارات القرائية والكتابية"، دار الفكر، ط 2، عمان، ص 12.
- 2- رابح عمارة تركي، (1992)، تطور التدريس في الجزائر، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، ص 43.
- 3- Marie Abu Samara, (2003), l'ennui à l'école, ces indicateurs et ces effets, Dunod, p 90-92.
- 4- Marcel Grahay, (2007), peut-on lutter contre l'échec scolaire?, DeBoeck, bruxelle, p 14-15.
- 5- Jean Pierre Durif Varemfont - Clerget Joel -Varemfont Cristiane,(2001)psychologie de l'éducation, Paris, Armand colin, p 50-55
- 6- Marie Abu Samara, Ibid, p 98.
- 7- Marie Abu Samara, Ibid, p112.
- 8- Marcel Grahay, Ibid, p 25-27.
- 9- عبد الفتاح حسن البجة، مرجع سبق ذكره، ص 15-17.
- 10- Marie Abu Samara, Ibid, p 112-113.

- 11- Séverine Ferrière (2009): thèse de doctorat sur: l'ennui en contexte scolaire: représentations sociales et attributions à l'école primaire, Université de Lyon2, France, p 1-15.
- 12- Durif-Varembont, J.-P., Clerget, J., Durif-Varembont, C. et Clerget, M.-P, L'ennui vu par les élèves: ses indicateurs et ses effets. Connexions, 2005, p 209-226.
- 13- Séverine Ferrière, Ibid, p 45-49.
- 14- Séverine Ferrière, Ibid, p 114-118.
- 15- عبد الفتاح حسن البجة، مرجع سبق ذكره، ص 32-33.
- 16- مريم بوخطة وربيعة جعفر، الملل الأكاديمي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، مجلة دراسات وأبحاث / المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 10 (4)، (2018)، ص ص 502 – 514.
- 17-رقية بن يمينه والزهرة وجير، الطرق البيداغوجية داخل الفصل الدراسي بين المتعة والملل / دراسة ميدانية بمتوسطة غلال زين العابدين بمعسكر، مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية، 9 (عدد خاص)، (2018)، ص ص 42 – 65.
- 18- L. Zerouali, «Sentiments d'ennui dans les milieux éducatif et décrochage scolaire /Etude de terrain sur un échantillon d'élèves du secondaire», Revue El-Hakika, 7(2)(2018), p 477 – 493.
- 19- البدرى، نبيل عبد العزيز عبد الكريم، نزعة الملل وعلاقتها بعادات العقل لدى طلبة الجامعة، مجلة الدراسات التاريخية والحضارية، جامعة تكريت، 9 (27)، (2017)، ص ص 380 – 420.
- 20- Séverine Ferrière, Ibid, p 120-125.
- 21- Séverine Ferrière, Ibid, p 195-198.
- 22-S.Leloup, (2003), l'ennui des lycéens; du manque de motivation au décalage des attentes, Thèse de doctorat de science de l'éducation non publiée, université de paris, reims, France.
- 23- Séverine Ferrière, Ibid, p 270-275.
- 24-S.Leloup, Ibid.
- 25-Serge Boimare, (2000), l'enfant de la peur d'apprendre, 2^e édition, Dunod, paris, p182-188.
- 26-R.Viau, (1994), La motivation en contexte scolaire, Bruxelles, DeBoeck, p 45-46.
- 27-Alain Lieury et Fabien Fenouillet, (1997), motivation et réussite scolaire, Dunod, Paris, p 118-120.
- 28- P. Perrenoud, (2004), Métier d'élève et sens du travail scolaire, Paris, ESF Ed.
- 29- L'ennui à l'école, Les débats du CNDP, Paris, Albin Michel.
- 30- Pierre Vianin, 8(2006), la motivation scolaire, de Boeck, Bruxelles, p 103-114
- 31- Durif-Varembont, Ibid,
- 32-L'ennui à l'école, Les débats du CNDP, Paris, Albin Michel.
- 33-Pierre Vianin,Ibid, p 192-193.

علاقة الإعلام الرياضي المرئي بالاتجاه نحو الممارسة الرياضية التنافسية دراسة ميدانية لتلاميذ المرحلة الثانوية

د. سعيد بن البار⁽¹⁾ د. النذير بوضياف⁽²⁾ د. رحيمة بن بوستة⁽³⁾

1- جامعة محمد بوضياف - المسيلة، said.benelbar@univ-msila.dz

2- قسم جامعة محمد بوضياف - المسيلة، nadir.bouslah@univ-msila.dz

3- معهد التربية البدنية والرياضية - جامعة الجزائر 3، benboust.rahima@gmail.com

تاريخ الإيداع: 2020/02/17

تاريخ المراجعة: 2022/10/20

تاريخ القبول: 2022/12/19

ملخص

تكمن أهمية هذه الدراسة، والتي تتناول العلاقة بين الإعلام والاتجاه نحو الممارسة الرياضية، والتي تهدف إلى الوقوف على واقع الإعلام الرياضي، وتشخيص النقائص التي تعيق تحقيق الأهداف المسطرة، وكذا معرفة تأثيره على اتجاه الشاب نحو الممارسة الرياضية، وخلصت النتائج إلى أن عادات المشاهدة للبرامج الرياضية المرئية لها علاقة في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية، كما نجد وجود علاقة ارتباطية موجبة بين الاتجاهات نحو المضامين الإعلامية المرئية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية.

الكلمات المفتاحية: إعلام رياضي، ممارسة رياضية، اتجاه، نشاط رياضي تنافسي.

The relationship of visual sports media with the trend towards competitive sports practice A field study for high school students

Abstract

This study deals with the relationship between the media and the trend towards sports practice. It aims to stand on the reality of sports media, and the diagnosis of deficiencies that hinder the achievement of the targeted goals, as well as knowledge of its impact on the young person's direction towards sports practice. The results showed a positive correlation between the trends towards the visual media implications and their attitudes towards Sports practice.

Keywords: Sports media, sports practice, direction, competitive sports activity.

La relation entre les médias sportifs visuels et la tendance à la pratique de sports de compétition

Une étude de terrain pour les lycéens

Résumé

L'étude traite de la relation entre les médias et la tendance à la pratique sportive, et vise à comprendre la réalité des médias sportifs, et à diagnostiquer les lacunes qui entravent la réalisation des objectifs, ainsi qu'à connaître son impact sur l'orientation du jeune vers la pratique sportive. Les résultats ont conclu que les habitudes de visionnement des programmes de sports visuels façonnent la tendance vers la pratique sportive, Nous trouvons également une corrélation positive entre les attitudes envers le contenu visuel des médias et leurs attitudes envers la pratique sportive.

Mots-clés: Médias sportifs, pratique sportive, direction, activité sportive de compétition.

توطئة (مقدمة):

من خلال الواقع الذي نعيش فيه ومختلف الدراسات التي عالجت موضوعات التلفزيون نجد أن له آثارا تربوية وثقافية على مشاهديه، تظهر من خلال تحديد اتجاهاتهم، مما يتمتع به، من قدرات فائقة في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام وتقديم ألوان من الخبرة والمعرفة الإنسانية لما تحدث في الحياة، وذلك عن طريق مجموعة الحوافز والمثيرات (الرسائل)، التي يضعها المصدر في موضعها الفعلي في فقرات الاتصال، والرسالة ليست ما يقصد أن يقوله، وكذلك ليست ما يضمن المستقبلون أنه قد قيل، إن هي إلا مجموعة من المنبهات والحوافز المادية الملموسة التي تكون في القناة، وهذه الطريقة في تعريف الرسالة تصبح نافعة إذا ما أمكن فهمها فهي تجعل من السهل أن نذكر أولا أن الرسالة المنتظرة أو المتوقعة موجودة فعلا منفصلة عن الناس، ولا يهم أن يتجاوب الناس معها، وثانيا أنها تؤكد أن المعاني لا توجد في الرسائل بل هي كائنة في عقول الناس، فالمعنى الذي ينسبه الشخص لرسالة ما، قد يختلف عن المعنى الذي ينسبه الشخص الآخر لها تمام الاختلاف⁽¹⁾.

ويتوقف نجاح عملية الاتصال، على اختيار المحتوى المناسب للرسالة والواقع أن قيمة أي رسالة، تتوقف على مدى فاعلية هذه الرسالة وتأثيرها ولا يمكن التأكد من ذلك إلا إذا عرفنا أثر الرسالة على الشخص المستقبل لها. والرياضة كظاهرة اجتماعية تمارس في نطاق مؤسسات لها خصائصها ومميزاتها وقواعدها فهي لن تشذ عن قاعدة التغيير والتطور والنمو كي تتوافق والتغييرات الحاصلة في عالم متغير، فاهتمام الشعوب بالرياضة، زاد من اهتمامهم بأخبارها على وجه المعمورة، مما أنتج عن ذلك ظهور تخصص إعلامي يتناول موضوعاتها، من إعلام رياضي مكتوب إلى مسموع إلى سمعي بصري (تلفزيوني).

كما يلعب الإعلام الرياضي التلفزيوني كأداة من أدوات التنقيف للجمهور الرياضي دورا بالغا في تنمية الفئة الصغرى المشاهدة عقليا وعاطفيا واجتماعيا، وذلك لأنها أداة توجيه وإعلام وإقناع وتنمية للذوق الفني ونقل قيم ومعلومات وأفكار وإجابة على كثير من الأسئلة لهؤلاء المشاهدين الصغار وإشباع مخيلاتهم وتنمية ميولاتهم الفكرية، وهي بهذا تؤلف واحدة من أبرز أدوات تشكيل ثقافة هذه الفئة، في وقت أصبحت فيه الثقافة أبرز الخصائص التي تميز الفرد عن الآخر وهذا الشعب عن ذلك⁽²⁾.

ويعتبر التلفزيون من المصادر الرئيسية التي تتعرض لها فئة المراهقين، والتي تؤثر في تكوينهم وبلورة أفكارهم، فهو الذي يعرض على المراهق مختلف المواد والبرامج ويعرفهم بحياة البالغين ويعطيهم صورة عامة وانطبعا كاملا عن المجتمع ويتم ذلك في أشد فترات تكوينهم، حيث يدخل التلفزيون حياة المراهقين عند بداية حسهم، واستعمال هذه الفئة للتلفزيون ودرجة تأثرهم واستجابتهم لما يشاهدونه من برامج تحدد درجة إدراكهم واستيعابهم إضافة إلى تجاربهم السابقة، والمعلوم أن التلفزيون والفضائيات أخذت في عصرنا هذا حيزا كبيرا في الحياة اليومية لأفراد المجتمع وتعتبر فئة المراهقين من أكبر المتابعين للبرامج التلفزيونية المختلفة والرياضية منها بصفة خاصة. ولهذا فإن هناك فوارق مميزة بين المراهقين عندما يشاهدون برامج التلفزيون، لا من حيث القيم والمستويات الاجتماعية فحسب، وإنما أيضا في مدى الخبرات التي مروا بها والأسس النفسية لحاجاتهم وقدراتهم، ولذا فإن ما يختارون من برامج وما يترتب عليه من سلوك هو بلا شك انعكاس لهذه الفروق، وهذا يعني أن الآثار التي يحدثها التلفزيون على سلوك المراهقين هي تفاعل بين خواصهم وخواص البرامج التلفزيونية المشاهدة⁽³⁾.

ويشير علماء النفس في هذا الشأن إلى أن المراهق لا يولد بطبيعة واحدة، أي أن خصائص سلوكه واتجاهاته وقيمه لا تولد جاهزة كاملة محددة معه، وإنما يكتسبها من البيئة الاجتماعية والمادية، والتي يصبح جزءا منها بمجرد مولده (4).

فتأثير التلفزيون على المراهقين بالذات أقوى وأعمق من تأثير أي وسيلة أخرى نظرا لارتباط الصوت بالصورة، وعدم الحاجة إلى إتقان القراءة والكتابة، وهناك من يشير إلى أن بعض المراهقين يقضون من الوقت في مشاهدة التلفزيون أكثر مما يقضونه في المدرسة أو في التحدث مع والديهم وعائلاتهم (5).

والتلميذ المراهق في طور الثانوي في هذه المرحلة التي يحدث له فيها نمو جسمي وعقلي وانفعالي يجعله أكثر تقبلا لما يعرض عليه من النماذج المقولبة عبر شاشة التلفزيون، وهذا بحكم تلقيه لكم من المعلومات من خلال البرامج التي تعرض له خصوصا، تلك التي على علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالمجال الرياضي، لأنه مراعاة لنموه الجسماني يجعلها أكثر ارتباطا بما هو خاص بممارسة الرياضة عن غيرها من الأمور الأخرى. وبما أن للرياضة أوجه نشاط متعددة يجب التعريف بها، ومن هنا تظهر أهمية وسائل الاتصال والإعلام كوسائل مهمة لنشر أوجه النشاط الرياضي وتوجيه وعي الشباب المراهق نحو الممارسة الرياضية وكيفية الاهتمام بنفسه.

ومما سبق يبدو أن وسائل الإعلام، والإعلام المرئي بالخصوص هي أحد الآليات المهمة في تحفيز الشاب بصفة عامة والمراهق بصفة خاصة إلى الممارسة الرياضية، ويمكن استغلاله في توجيه وإرشاد وتشكيل اتجاهات أكبر عدد ممكن في المجال الرياضي الاجتماعي، التي عبر عنها كينيون في البعد الأول من مقياسه الذي عرّبه محمد حسن علاوي، ومن هذه المنطلقات يمكن تحديد التساؤل العام للدراسة كالاتي:

ما علاقة الإعلام الرياضي المرئي في تشكيل اتجاهات المراهق الجزائري نحو الممارسة الرياضية التنافسية؟
وتفكك هذه الإشكالية إلى مجموعة من التساؤلات على النحو التالي:

- هل عادات المشاهدة للبرامج الرياضية المرئية لها علاقة في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية التنافسية؟
- هل توجد علاقة ارتباطية موجبة بين اتجاهات المتابعين للبرامج التلفزيونية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية التنافسية؟

- هل يوجد اختلاف بين اتجاهات المتابعين للبرامج التلفزيونية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية التنافسية تبعا لمتغير الجنس؟

الفرضيات:

الفرضية العامة:

للإعلام الرياضي المرئي علاقة في تشكيل اتجاهات المراهق الجزائري نحو الممارسة الرياضية التنافسية.

الفرضيات الفرعية:

- عادات المشاهدة للبرامج الرياضية المرئية لها علاقة موجبة في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية التنافسية.

- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين اتجاهات المتابعين للبرامج التلفزيونية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية التنافسية.

- يوجد اختلاف بين اتجاهات المتتبعين للبرامج التلفزيونية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية التنافسية تبعا لمتغير الجنس.

- أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة في أنها من الدراسات القليلة التي تربط بين الإعلام والاتجاه في الجزائر.

- تكمن أهمية الدراسة كذلك في كونها تتعرض لموضوع دور الإعلام المرئي في تشكيل الاتجاهات نحو الممارسة الرياضية، بما قد يعمل على توفير بعض المعلومات لدى الطلبة والشباب بصفة عامة حول الآثار التي يمكن للبرامج الرياضية أن تتركها على الفرد.

- أهداف الدراسة:

نهدف في هذا البحث إل هدف عام وهو إلى الوقوف على واقع الإعلام الرياضي في الوسائل الإعلامية المخصصة له وتشخيص النقائص التي تعيق تحقيق الأهداف المسطرة وكذا معرفة تأثيره على اتجاه المراهق نحو الممارسة الرياضية.

* وهناك أهداف عملية هي:

- التعرف على عادات المشاهدين للبرامج الرياضية السمعية بصرية.

- التعرف على أنماط البرامج الرياضية للمشاهدين للتلفزيون.

- التعرف على المعلومات المكتسبة للمشاهدين حول الرياضة من الإعلام التلفزيوني الخاص بها.

التعرف على اتجاهات أفراد العينة نحو المضامين الإعلامية الرياضية السمعية بصرية وكذا على اتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية وكذا العلاقة بينهما.

- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة نشوى إمام إمام إبراهيم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية الرياضية تحت عنوان تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية 2003 كلية التربية البدنية للبنات، قسم طرق التدريس والتدريب والتربية العملية بالقاهرة.

حيث توصلت الباحثة إلى النتائج:

- يؤثر الإعلام الرياضي تأثيرا إيجابيا على الثقافة الرياضية.

- يؤثر الإعلام الرياضي تأثيرا إيجابيا على تعديل الاتجاهات.

الدراسة الثانية:

وهي دراسة عادل حسن⁽⁶⁾. سنة 1991، الهدف منها التعرف على الوعي الرياضي وعلاقته بالممارسة الرياضية لدى تلميذات جامعة المنيا، واتبع المنهج الوصفي حيث تم اختيار العينة العشوائية من بين الطلاب المنتظمين مع استبعاد الطلاب الراسبين. وكان حجم العينة الممثلة بنسبة 10 % من مجموع كل فرقة. وكان من أهم النتائج أن التلفزيون من أكثر المصادر للحصول على الوعي الرياضي لطلاب كلية التربية الرياضية مقارنة بباقي طلاب الكليات الأخرى.

الدراسة الثالثة:

دراسة رمزي جابر (2008) بعنوان "دراسة تقييمية لدور الإعلام الفلسطيني في رفع المستوى الثقافي والمعرفي للرياضة الجماهيرية في فلسطين" هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الفلسطيني (التلفزيون، المذيع، الصحف والمجلات) في رفع المستوى الثقافي والمعرفي للرياضة الجماهيرية في فلسطين، ولتحقيق ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها (480) فردا موزعين على الفئات الآتية (الشباب من كلا الجنسين، كبار السن من كلا الجنسين)، ولجمع بيانات الدراسة وتحقيق أهدافها تم استخدام المنهج الوصفي، ومقياس دور الإعلام الفلسطيني في رفع المستوى الثقافي والمعرفي للرياضة الجماهيرية في فلسطين من تصميم الباحثين (2008)، وأظهرت النتائج أن دور الإعلام الفلسطيني في رفع المستوى الثقافي والمعرفي للرياضة الجماهيرية في فلسطين قليل جدا حيث وصلت النسبة المئوية للاستجابة لديهم إلى (42.8%).

الدراسة الرابعة:

هي رسالة لنيل شهادة الماجستير بقسم التربية البدنية والرياضية بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة الجزائر، من إعداد الطالب: أحمد فلاق والموسومة ب: تأثير الإعلام التلفزيوني على دوافع المراهقين لممارسة الرياضة، سنة 2001 والتي تناولت تأثير الإعلام التلفزيوني على دوافع المراهقين لممارسة الرياضة. وتوصل الباحث إلى أن حجم المشاهدة التلفزيونية يؤثر على دافع المراهقين لممارسة الرياضة، كما أن للتلفزيون أثرا في تكوين الدوافع لممارسة الرياضة.

الدراسة الخامسة:

خالد صلاح الدين حسن على. "دور التلفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر" رسالة ماجستير. (القاهرة: قسم الإذاعة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1997). تتكون هذه الرسالة من أربعة فصول هي:

مشكلة البحث ومنهجه، ونظرية "وضع الأجندة"، ونتائج الدراسة المسحية بشقيها (مسح المضمون الإخباري بوسائل الإعلام ومسح الجمهور)، واختبار فروض الدراسة من خلال الدمج بين نتائج كل من مسح المضمون الإخباري لوسائل الإعلام والدراسة المسحية للجمهور.

ولقد أجرى الباحث دراسة تحليلية وميدانية حيث استخدم المنهج المسحي واعتمد الباحث على البيانات التي يوفرها (التعداد العام والحصر الشامل) عن خصائص السكان بمدينة القاهرة واستخدم الباحث العينة العشوائية الطبقية ويبلغ قوام هذه العينة 400 مفردة.

نتائج الدراسة:

- 1- تحتل الموضوعات السياسية رأس قائمة الموضوعات التي ركزت عليها وسائل الإعلام خلال فترة الدراسة.
- 2- احتلت (ج م ع) في المجال الجغرافي للتغطية الإخبارية في وسائل الإعلام النصيب الأكبر من هذه التغطية في حين احتلت الدول العربية المرتبة الثانية وتليها الدول الإسلامية ثم الولايات المتحدة الأمريكية في حين جاءت الدول الأفريقية في مرتبة متأخرة.
- 3- احتلت الأخبار الإيجابية المرتبة الأولى في تغطية وسائل الإعلام للموضوعات المختلفة.
- 4- من الناحية المنهجية لم يكن هناك اختلاف بين أسلوبي ترتيب القضايا من حيث أهميتها النسبية والأسلوب الذي يعتمد على ترتيب القضايا على أساس عدد التكرارات التي تحظى بها كل قضية.

5- هناك ارتباط إيجابي بين أجندة وسائل الإعلام مجتمعة (الراديو والتلفزيون والصحف) (قومية وحزبية) من ناحية وأجندة المبحوثين من ناحية أخرى وذلك على مستوى كل من القضايا العامة فضلا عن القضايا الفرعية إلا أن الارتباط كان ضعيفا في قوته بسبب تأثير المتغيرات الوسيطة في عملية وضع الأجندة.

الدراسة السادسة:

دراسة عزيز لعبان: أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر 2008/2007 بعنوان، علاقة الإدمان على مشاهدة التلفزيونية ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية اختبار فرضية التثقيف على عينة من الطلبة الجامعيين والثانويين، حيث قام ببناء مقياس للمشاهدة التلفزيونية وبناء مقياس للاتجاه نحو الحياة ودرس العلاقات ما بين المقياسين.

- التعليق على الدراسات السابقة:
 - يتضح لنا من العرض السابق للدراسات ذات الصلة باهتمامات الدراسة الحالية أنها تميزت بما يلي:
 - اهتم عدد من هذه الدراسات بدراسة الإعلام الرياضي، ودور وسائل الإعلام.
 - التلفزيون وتأثيراته.
 - علاقة الإعلام بالاتجاهات.
 - معظم الدراسات حديثة.
 - وقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في:
 - تحديد مشكلة الدراسة.
 - صياغة تساؤلات وفرضيات الدراسة.
 - تحديد مفاهيم الدراسة.
 - اختيار أداة الدراسة المناسبة.
 - استثمرت نتائج هذه الدراسات في تفسير النتائج المتحصل عليها.
 - وتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في:
 - تناولها لدور الإعلام الرياضي.
 - تناولت أيضا إحدى وسائل الإعلام.
 - الدراسة الأخيرة مرتبطة بالدراسة الحالية.
 - المنهج المتبع.
 - اختيار العينة.
- 1- تحديد المفاهيم:**

1-1- الإعلام:

لغة:

- * "علم علما الرجل: حصلت له حقيقة العلم، وعلم الشيء: عرفه وتيقنه، وعلم الشيء وبه: شعر به وأدركه" (7).
- * "علم الشيء يعلمه (علما)، و(استعلمه) الخبر (فأعلمه) إياه" (8).
- * "إعلاما [علم] الأمر وبالأمر: أطلعه عليه" (9).

2-1- الإعلام الرياضي:

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية الرياضي، وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين⁽¹⁰⁾.

الإجرائي:

يعد الإعلام في المجال الرياضي تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال ويعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية وفي دراستنا هذه نقصد الإعلام الرياضي السمعي بصري.

التعريف الإجرائي للإعلام الرياضي المرئي:

من الناحية الإجرائية نعرف الإعلام الرياضي المرئي بأنه تزويد الفرد بالمعلومات الرياضية بالصورة والصوت حول الرياضات التي تعطي البعد الاجتماعي (كما حددها كينيون) لإعطائه الرغبة على الممارسة الرياضية ذات البعد التنافسي.

3-1- النشاط الرياضي التنافسي:

وهي ممارسة الرياضة لأسباب مختلفة، لكن بغض النظر عن السبب الذي يحفز على ممارسة الرياضة، فإنها ممتعة بكل المزايا التي تترتب على ممارسة نشاط رياضي مفضل لدى أي شخص ونقصد بها هنا الممارسة الرياضية الدائمة لنشاط رياضي قصد المنافسة والتفوق الرياضي لتخصص رياضي معين.

4-1- الاتجاهات:**لغة:**

يقابل مصطلح الاتجاه باللغة الفرنسية ATTITUDE والذي يستخدم في معاني مختلفة، فقد يقصد به الجهة أو القصد أو الرأي أو الميل أو القيمة، أما في الدراسة العلمية، فيستعمل كمرادف للرأي أو الميل أو القيمة⁽¹¹⁾.

اصطلاحا:

إن التعريف الذي شاع أكثر من غيره والذي لا يزال يحوز القبول لدى غالبية المختصين هو تعريف "جوردون ألبورت" والذي يعرف الاتجاه "على أنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثيرت وحيهي أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة"⁽¹²⁾.

الإجرائي:

وهو ميل واتجاهات نفسية أي استعدادات نفسية نحو النشاط تجعل الشخص يبحث عن أوجه نشاط ذا طابع اجتماعي في تخصصات رياضية معينة وهادفة.

5-1- العنوان الفرعي الثاني:

أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الثاني، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الثاني، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الثاني، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الثاني، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الثاني، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الثاني، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الثاني. هذه العبارة مكررة وناقصة.

2- الدراسة التطبيقية:

يسعى الباحث في الدراسات التي يقوم بها إلى إثراء موضوعه وإضفاء صفة البحث على العمل قيد الدراسة عندما يعطي للجانب التطبيقي الأهمية الكبرى في بحثه واستعمال الأدوات المناسبة للدراسة وعرض وتحليل النتائج المتوصل إليها مدعماً ذلك بالدراسات التي سبقته وكذا توظيف النتائج السابقة في الدراسة الحالية. وفي دراستنا هذه خصص الفصل الأول منها إلى تفصيل الإطار المنهجي للدراسة، حيث يرجع مصطلح: "منهجية (Méthodologie) إلى أصل يوناني تحت مصطلح (Logos) ويعني علم طريقة البحث، ويرجع مصطلح: منهج (Méthode) أيضاً إلى أصل يوناني تحت مصطلح: Odos، ويعني الطريقة التي تحتوي على مجموعة القواعد العلمية الموصلة إلى هدف البحث"⁽¹³⁾.

وعليه فإن "منهجية البحث تعني مجموعة المناهج والطرق التي تواجه الباحث في بحثه، وبالتالي فإن وظيفة المنهجية هي جمع المعلومات، ثم العمل على تصنيفها وترتيبها وقياسها وتحليلها من أجل استخلاص نتائجها والوقوف على ثوابت الظاهرة الاجتماعية المدروسة"⁽¹⁴⁾.

ولما كان هدف الدراسة الحالية هو محاولة معرفة الدور الذي يمكن أن يقدمه الإعلام الرياضي المرئي والاتجاه نحو ممارسة النشاط الرياضي التنافسي في الطور الثانوي ولهذا الغرض تم إتباع الخطوات التالية في هذه الدراسة:

2-1- الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية بمثابة الأساس الجوهري لبناء البحث كله، وهي خطوة أساسية ومهمة في البحث العلمي، إذ من خلالها يمكن للباحث تجربة وسائل بحثه للتأكد من سلامتها ودقتها ووضوحها⁽¹⁵⁾.

فالدراسة الاستطلاعية إذا هي عملية يقوم بها الباحث قصد تجربة وسائل بحثه لمعرفة صلاحيتها، وصدقها لضمان دقة وموضوعية النتائج المحصل عليها في النهاية وتسبق هذه الدراسة الاستطلاعية العمل الميداني، وتهدف لقياس مستوى الصدق والثبات الذي تتمتع به الأداة المستخدمة في الدراسة الميدانية، كما تساعد الباحث على معرفة مختلف الظروف المحيطة بعملية التطبيق.

- وبناءً على هذا قمنا قبل المباشرة بإجراء الدراسة الميدانية بدراسة استطلاعية كان الغرض منها ما يلي:

- معرفة حجم المجتمع الأصلي ومميزاته وخصائصه.

- التأكد من صلاحية أداة البحث، وذلك من خلال التعرض للجوانب التالية:

أ- وضوح البنود وملاءمتها لمستوى العينة وخصائصها.

ب- التأكد من الخصائص السيكومترية للاستبيان المستخدم (الصدق والثبات).

ج- التأكد من وضوح التعليمات.

- المعرفة المسبقة لظروف إجراء الدراسة الميدانية الأساسية، وبالتالي تفادي الصعوبات والعراقيل التي من شأنها أن تواجهنا.

2-2- حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: يتحدد الإطار المكاني لهذه الدراسة في ثانويات ولاية المسيلة.

- الحدود الزمنية: أجريت هذه الدراسة خلال السنة الدراسية 2016/2017.

2-3- الإجراء المنهجية للدراسة:

2-3-1- منهج الدراسة:

يعرف المنهج "بأنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبناها الباحث بغية تحقيق بحثه"⁽¹⁶⁾، حيث إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج المتبع، يمثل المنهج في البحث العلمي مجموعة من القواعد والأسس التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى الحقيقة انطلاقاً من مبدأ أن هذه الأخيرة ليست ملكاً لأحد لكن بناء دائم ومستمر. ويرى (بوحوش ودنيبات) "أنه الطريقة التي يتبناها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة" ويختلف منهج البحث باختلاف المواضيع المعالجة ولهذا توجد عدة أنواع من المناهج العلمية⁽¹⁷⁾.

وتستدعي دراستنا هذه استعمال المنهج الوصفي والذي يهتم بجمع أوصاف دقيقة علمية للظاهرة المقصودة، ووصف الوضع الراهن وتفسيره، كما يستخدم المنهج الوصفي في التعرف على الآراء والمعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات، ويستخدم الباحث الوصف من أجل التحقق وفهم أفضل لظاهرة موضوع البحث، وهو لا يقتصر على جمع البيانات وتدوينها إنما يمتد إلى ما هو أبعد من ذلك لأنه يتضمن تفسيرها كذلك، ومعرفة العلاقات التي توجد بين هذه الظاهرة وغيرها من الظواهر المتشابهة، ومقارنتها بما يجب أن يكون للتعرف على سبب حدوث المشكلة وطريقة حلها ووضع التنبؤات المستقبلية للأحداث⁽¹⁸⁾.

واخترنا المنهج الوصفي لكونه يساعدنا على تحقيق أهداف الدراسة، ونشير هنا أن أغلب الدراسات التي هي في مجال الإعلام والاتصال تعتبر من نوع البحوث الوصفية، حيث نسعى إلى التعرف على آراء شريحة مهمة في المجتمع حول علاقة الإعلام الرياضي المرئي والاتجاه نحو الممارسة الرياضية التنافسية.

2-3-2- مجتمع وعينة الدراسة:

هو الذي تجمع منه البيانات الميدانية، و"لكي يكون البحث مقبولا وقابلا للإنجاز، لابد من تعريف مجتمع البحث الذي نريد فحصه، وأن نوضح المقاييس المستعملة من أجل حصر هذا المجتمع"⁽¹⁹⁾، ومجتمع دراستنا يتكون من جميع تلاميذ الطور الثانوي لولاية المسيلة، ومن أجل معالجة هذا البحث اختار الباحث العينة القصدية أو العمدية والتي يعرفها محمد حسن عبد الرحيم أنها تلك العينات التي تشمل أسماء الصحف أو البرامج أو المقالات أو الأعداد أو الأيام ويلجأ إليها الباحث لاختيارها تبعا لمواصفات معينة محددة مسبقا، بحث لا يكون لفريق البحث الاختيار⁽²⁰⁾ وهي كذلك جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته⁽²¹⁾.

ويصنفها إلى نوعين عينات احتمالية وغير احتمالية، وتدرج عينة هذا البحث في إطار العينات غير الاحتمالية (القصدية) حيث يسمح هذا النوع من العينة بالتدخل الشخصي في الاختيار على عكس العينة الاحتمالية التي تخضع لقوانين الاحتمالات. والعينة القصدية أو العمدية هي العينة التي يعتمد الباحث في أن تكون من وحدات معينة لأنه يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا. وبلغ عددها في بحثنا 370 تلميذا. من خواصها أنها عينة تشمل تلاميذ الطور الثانوي لولاية المسيلة في جميع المستويات ولكن شرط أن يكون أفراد العينة من متبعي الحصص التلفزيونية الرياضية الجزائرية، وحتى أثناء فترة الدراسة الميدانية، وأثناء توزيع الاستبيان تمكن الباحث من توزيع 370 استبيان على التلاميذ الذين تتوفر فيهم شروط العينة.

2-3-3- أداة الدراسة: على ضوء أهداف البحث وطبيعة الدراسة، ولأجل اختبار فرضيات البحث والوقوف على مدى تحققها، قمنا باستخدام استبيان يتضمنها بعد التفوق الرياضي لمقياس كنيون للاتجاهات نحو النشاط

البدني والذي يتمشي وطبيعة العينة المدروسة والمجتمع الجزائري، وعلى ضوء المعلومات المستقاة من بعض البحوث والكتب والمقاييس التي عالجتها وتطرقنا إلى موضوع الإعلام والاتجاهات، تم وضع الصورة الأولية للأداة "الاستبيان"، والتي تكونت من 17 عبارة، وقد روعي في صياغة عباراتها على أن تكون العبارات واضحة ومفهومة، وأن لا تشمل العبارة أكثر من معنى ثم عرضت الصورة الأولية للأداة على عدد من الأساتذة المختصين في المجال، وذلك لإبداء الرأي في محاور الاستبيان، ومدى صلاحية ومناسبة المحاور والعبارات الموضوعة لقياس ما صمم من أجله، وكذا إضافة بعض العبارات والبندود التي من شأنها إثراء الاستبيان، وحذف أو تعديل بعض العبارات والبندود غير المناسبة، وقد أسفرت العملية على جملة من الملاحظات أخذت بعين الاعتبار حيث تم إجراء بعض التعديلات المناسبة والمتمثلة في:

تعديل صياغة التعليمة.

التعديل في صياغة بعض العبارات لتتواءم مع التعليمة.

حذف بعض العبارات غير المناسبة.

2-3-4- الصورة النهائية لأداة الدراسة:

بناءً على الخطوات سابقة الذكر تكونت الصورة النهائية للأداة من الأجزاء التالية:

أ- الجزء الأول:

ويحوي هذا الجزء البيانات الشخصية الخاصة بأفراد العينة: (الجنس)

ب- الجزء الثاني:

تناول عادات مشاهدة البرامج الرياضية السمعية بصرية وماهية البرامج الرياضية المرئية الأكثر مشاهدة والمفضلة، ومدة مشاهدتها بالساعات.

ج- الجزء الثالث:

ويحتوي هذا الجزء على البعد السادس لمقياس كينيون وهو بعد النشاط البدني كخبرة تنافسية- التفوق الرياضي- من مقياس الاتجاهات نحو الممارسة الرياضية لكينيون الذي عرّبه حسن علاوي.

جدول رقم (1): شرح الأبعاد الخاصة بمقياس الاتجاهات مع ذكر أرقام العبارات الإيجابية والسلبية وعدد العبارات.

المحور	أرقام العبارات الإيجابية	أرقام العبارات السلبية	عدد العبارات
النشاط البدني كخبرة التفوق الرياضي	43/34/9/2	52/42/24/5	8

وتتم الاستجابة لكل من العبارات السابقة ضمن مقياس خماسي متدرج على النحو التالي:

*أوافق تماما. *أوافق. *محايد. *غير موافق. *غير موافق تماما.

وتتم عملية التصحيح كما هو مبين في الجدول.

جدول رقم (2): يبين درجات الاختيارات المقابلة للعبارات المكونة للاستبيان.

الخيارات	أوافق تماما	أوافق	محايد	أعارض	غير موافق تماما
درجة العبارات الإيجابية	5	4	3	2	1
درجة العبارات السلبية	1	2	3	4	5

2-3-5- صدق الأداة: Validity

يعد صدق الأداة أحد أهم الشروط الواجب توافرها في أدوات القياس، وهو من أهم معايير جودة الاختبار، وتعرفه أنستازي Anastasi (1990) على النحو التالي: "إن صدق الاختبار يعني ما الذي يقيسه الاختبار وكيفية صحة هذا القياس"، ويعرفه ليندكويس Lindquist (1951): "هو الدقة التي يقيس بها الاختبار ما وُضِعَ من أجله" (22).

ويقبل الصدق على أساس معاملات الارتباط التي تشير إليه، ومن أجل التأكد من صدق الأداة تم حساب معامل صدق المقياس وهي كالتالي:

حيث جرى التحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة بتطبيقها على عينة استطلاعية بلغ حجمها (37) فردا من أفراد مجتمع الدراسة.

وقد تم حساب معامل ارتباط بيرسون "Person" بين درجات كل بعد من أبعاد المقياس، والدرجة الكلية للمقياس وكذلك تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة الذي تنتمي إليه وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) والجدول التالي توضح ذلك.

جدول رقم (3): معامل ارتباط درجة كل عبارة من عبارات البعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي مع درجته الكلية

العبارة	ترتيب العبارة	معامل الارتباط
أستطيع أن أمارس التدريب الرياضي الشاق يوميا إذا كان ذلك يعطيني فرصة عضوية إحدى الفرق الرياضية القومية	2	.847**
لا أستطيع أن أتحمّل التدريب اليومي العنيف طوال العام لكي أستعد للاشتراك في المنافسات الرياضية.	5	.669**
تعجّني الأنشطة الرياضية التي تحتاج إلى تدريب منتظم لفترات طويلة والتي يقيس فيها اللاعب قدرته في المنافسات ضد منافسين على مستوى عالم المهارة.	9	.880**
لا أفضل أي نشاط رياضي يزداد فيها لطابع التنافسي بدرجة كبيرة.	24	.740**
أعتقد أن النجاح في البطولات الرياضية يتأسس على إنكار الذات والتضحية وبذل الجهد.	34	.698**
نظرا لأن المنافسة مبدأ أساسي في المجتمع فعلى ذلك ينبغي التشجيع على ممارسة الأنشطة الرياضية التي يظهر فيها الطابع التنافسي بصورة واضحة.	43	.956**
أفضل مشاهدة أو ممارسة أنواع الأنشطة الرياضية التي لا تأخذ طابع الجدية ولا تحتاج إلى وقت طويل ومجهود كبير.	46	.956**
يجب عدم الاهتمام بمحاولة الفوز في الرياضة بدرجة زائدة عن الحد.	52	.956**
الدرجة الكلية		0.837

2-3-6- الإجراءات التنفيذية والإدارية للدراسة الميدانية:

تم إعداد أداة الدراسة وتحضيرها للتطبيق الميداني (إلغاء العبارات غير المرتبطة، إعادة كتابة وتوزيع العبارات على الاستبيان).

تم توزيع الاستبيان بطريقة قصدية على مجموعة من تلاميذ الطور الثانوي المشاهدين للتلفزيون الرياضي الجزائري وطلب منهم الإجابة على جميع عبارات الاستبيان.

استغرقت فترة توزيع وجمع الاستبيان حوالي 3 أشهر، بدءاً من جانفي 2016 إلى غاية أفريل من نفس السنة.

تم توزيع 370 استمارة استبيان لمختلف الثانويات قيد الدراسة، استعيدت كلها (370).

2-4- أسلوب التحليل والمعالجة الإحصائية:

بعد مرحلة التطبيق تم تفرغ بيانات في الحاسب الآلي بغرض تحليلها ومعالجتها عن طريق البرنامج الإحصائي SPSS، وهذا من أجل مناقشة الفرضيات في ضوء أهداف البحث، وقد استخدمنا الأساليب الإحصائية التالية:

حساب معامل ارتباط بيرسون Pearson، لدراسة الارتباطات بين عبارات محاور الاستبيان وبالتالي صدق الأداة.

حساب النسب المئوية لتكرار إجابات أفراد العينة على عبارات الاستبيان.

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

تحليل التباين الأحادي واختبار (Tukey) لقياس الفروق بين المتوسطات في استجابات أفراد العينة تبعا للمتغيرات الآتية: البرامج المفضلة، المشاهدة بالساعات، حجم المعلومات حول الرياضة عامة وتحديد لصالح أي فئة أو مجموعة.

2-5- إجراءات الدراسة الميدانية:

2-5-1- خصائص أفراد العينة:

الجدول رقم (4): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسب المئوية%
ذكر	100	27.03 %
أنثى	270	72.97 %
المجموع	100	100 %

على ضوء المعطيات التي تضمنها الجدول رقم (4)، يتبين أن نسبة 27.03% من مجموع أفراد العينة تمثل الذكور وهي نسبة أقل من الإناث والمقدرة بـ 72.97% وهي نسبة كبيرة في المؤسسات التربوية للطور الثانوي بولاية المسيلة، ومنه يلاحظ أن أغلب التلاميذ في ثانويات ولاية المسيلة هم إناث.

2-5-2- عادات مشاهدة أفراد العينة للإعلام الرياضي المرئي:

كما احتوى الاستبيان الذي وجهناه إلى تلاميذ الطور الثانوي بعض العبارة الخاصة بالمتغيرات المستقلة الخاصة بموضوع الدراسة والمتمثلة في العادات والأنماط الخاصة بالبرامج الرياضية المرئية المشاهدة من قبل أفراد العينة والمتمثلة في البرامج المفضلة لأفراد العينة، خبرة المشاهدة بالساعات، حيث كان الغرض منها معرفة علاقة المشاهدة الحالية لأفراد العينة للإعلام الرياضي المرئي والاتجاه نحو النشاط الرياضي الصحي. وقد استعنا في ذلك بجدول التكرارات وقمنا بحساب النسبة المئوية.

الجدول رقم (5): يوضح توزيع تكرارات اختيارات أفراد العينة حول البرامج الرياضية المرئية المفضلة لديهم.

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
البرامج التي تبين اشتراك الجماعة	11	3 %
البرامج التي تفيد صحة الإنسان	35	9.5 %
برامج تبين المخاطرة	9	2.4 %
برامج تبين جمال حركات اللاعب	154	41.6 %

برامج لخفض التوتر والترفيه	37	10%
برامج تنافسية	124	33.5%
المجموع	370	100%

من الجدول يتبين أن البرامج الرياضية المرئية المفضلة لدى أفراد العينة هي البرامج التنافسية بنسبة 33.5% أما البرامج الأخرى فتتفاوت من فرد إلى آخر.

الجدول رقم (6): يمثل خبرة أفراد العينة لمشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية بالساعات.

ساعات المشاهدة	التكرار	النسب المئوية
أقل من ساعتين	31	8.4%
ساعتين	292	78.9%
أكثر من ساعتين	47	12.7%
المجموع	370	100%

تبين البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن معظم أفراد عينة البحث لهم خبرة مشاهدة للبرامج الرياضية التلفزيونية لمدة ساعتين بنسبة 78.9% وتليها خبرة أكثر من ساعتين مشاهدة للبرامج الرياضية المرئية بنسبة 12.7% في حين نجد نسبة أقل، وهي 4.8% كخبرة مشاهدة لأقل من ساعتين وهذا يبين أن معظم أفراد العينة لهم خبرة مشاهدة ساعتين وأكثر.

2-5-3- تحليل فقرات بعد النشاط البدني كخبرة التفوق الرياضي:

جدول رقم (7): يوضح النسب المئوية للعبارات والمتوسط والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات بعد النشاط البدني كخبرة التفوق الرياضي.

الترتيب	العبارة	النسب المئوية	المتوسط	الانحراف المعياري	التقديرات			
					موافق تماماً	موافق	متوسط	موافق تماماً
عبارة 2	ت	83	121	127	39	0	370	0.883
		22.4	32.7	34.3	10.5	0	100	
عبارة 9	ت	61	37	209	47	16	370	1.015
		16.5	10	56.5	12.7	4.3	100	
عبارة 34	ت	70	87	127	84	2	370	1.102
		18.9	23.5	34.3	22.7	5	100	
عبارة 43	ت	60	90	156	64	0	370	0.912
		16.2	24.3	42.2	17.3	0	100	
عبارة 5	ت	53	118	143	56	0	370	0.839
		14.3	31.9	38.6	15.1	0	100	
عبارة 24	ت	66	117	148	39	0	370	0.815
		17.8	31.6	40	10.5	0	100	
عبارة 46	ت	0	39	148	117	66	370	0.815
		0	10.5	40	31.6	17.8	100	
عبارة	ت	66	117	148	39	0	370	0.815

52	%	17.8	31.6	40	10.5	0	100	27.82	7.19
المجموع									

تشير النتائج في الجدول (7) إلى أن العبارة 2 الأولى في الترتيب والتي تنص على: أستطيع أن أمارس التدريب الرياضي الشاق يومياً إذا كان ذلك يعطيني فرصة عضوية إحدى الفرق الرياضية القومية كأقوى نسبة مسجلة تقابل تقدير محايد حيث سجلنا نسبة 34.3% أبدت عدم إبداء رأيها حول هاته العبارات من إجمالي أفراد العينة، كما قبل هذه العبارات ما نسبته 32.7% بتقدير موافق ونسبة 22.4% أبدت الموافقة التامة حول هذه العبارات، وسجلنا متوسط حسابي هو الأقوى في عبارات البعد ب 3.58.

تليها العبارة 46 في المرتبة الثانية حول أفضل مشاهدة أو ممارسة أنواع الأنشطة الرياضية التي لا تأخذ طابع الجدية ولا تحتاج إلى وقت طويل ومجهود كبير، حيث بلغت نسبة المعبرين بعدم إبداء الرأي 40% والمعبرين بعدم الموافقة ما نسبته 31.6% من أفراد العينة مضافة إليها نسبة 17.8% أبدت عدم الموافقة التامة، في حين أن باقي التقديرات على التوالي 10.5% موافق و 00% موافق تماماً بمتوسط حسابي بلغ 3.57 مما يفسر أن أفراد العينة يفضلون الأنشطة الرياضية التي لا تأخذ طابع الجدية.

في حين نجد أن العبارتين 52/24 في المرتبة نفسها أي مرتبة العبارة السابقة، اللتان تتصان على التوالي: لا أفضل أي نشاط رياضي يزداد فيه الطابع التنافسي بدرجة كبيرة، العبارة: يجب عدم الاهتمام بمحاولة الفوز في الرياضة بدرجة زائدة عن الحد حيث بلغت نسبة المعبرين بعدم إبداء الرأي 40% والمعبرين بالموافقة ما نسبته 31.6% من أفراد العينة مضافة إليها نسبة 17.8% أبدت الموافقة التامة، في حين أن باقي التقديرات على التوالي 10.5% غير موافق و 00% غير موافق تماماً بمتوسط حسابي بلغ 3.57 مما يفسر من نتائج العبارة 46 أن أفراد العينة يفضلون الأنشطة الرياضية التي لا تأخذ طابع الجدية ونتائج العبارتين 52/24 أن أفراد العينة لا يفضلون الأنشطة التي يزداد فيها الطابع التنافسي الشديد، وتأتي العبارة 5 في المرتبة الثالثة حول لا أستطيع أن أتحمل التدريب اليومي العنيف طوال العام لكي أستعد للاشتراك في المنافسات الرياضية، حيث بلغت نسبة المعبرين بعدم إبداء الرأي 38.6% والمعبرين بالموافقة ما نسبته 31.9% من أفراد العينة مضافة إليها نسبة 14.3% أبدت الموافقة التامة، في حين أن باقي التقديرات على التوالي 15.1% غير موافق بمتوسط حسابي بلغ 3.45، ونجد العبارة 9 حول تعجبي الأنشطة الرياضية التي تحتاج إلى تدريب منتظم لفترات طويلة والتي يقيس فيها اللاعب قدرته في المنافسات ضد منافسين على مستوى عالٍ من المهارة حيث بلغت نسبة المعبرين بعدم إبداء الرأي 56.5% وباقي النسب موزعة على جانبي تقديرات المقياس ومتوسط حساب 3.22 هو الأخفض في عبارات البعد وهذا ما يدل على أن أفراد العينة غير مقتنعين بهذه العبارة، وتأتي العبارتين.

أعتقد أن النجاح في البطولات الرياضية يتأسس على إنكار الذات والتضحية وبذلاً لجهد، نظراً لأن المنافسة مبدأ أساسي في المجتمع فعلى ذلك ينبغي التشجيع على ممارسة الأنشطة الرياضية التي يظهر فيها الطابع التنافسي بصورة واضحة بمتوسطات حسابية على التوالي: 3.38/3.39 وهي ضعيفة.

ونظراً لملاحظة أن أفراد العينة في هذا البعد تفاوتت تقديراتهم لعبارات البعد بين المحايدة والموافقة والموافقة التامة لكن بنسب ضعيفة إذا ما قورنت بالأشخاص المحايدون، لكن نعتبر أنهم لهم اتجاهات إيجابية نحو هذا البعد.

2-6- وتحليل وتفسير نتائج:

2-6-1- عرض وتحليل وتفسير نتائج الفرضية الأولى:

- عادات المشاهدة للبرامج الرياضية المرئية لها علاقة موجبة في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية التنافسية.

جدول رقم (8): يوضح نتائج التباين الأحادي (anova) استخراج دلالة الفروق بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي تبعا لمتغير خبرة المشاهدة بالساعات.

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى الدلالة
بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي	بين المجموعات	625,857	2	312,928	7,954	0,000
	داخل المجموعات	14439,173	367	39,344		
	المجموع	15065,030	369			
المجموع					3.4	

يتبين من الجدول رقم (8) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05=\alpha)$ على البعد حيث سجلنا النتائج الآتية حيث f الجدولية تساوي (3.00):

بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي: تبين أن f المحسوبة تساوي 7,954 ومستوى الدلالة 0,000 وبعد قراءة قيم f في جداول توزيع قيم f لاحظنا أن f الجدولية أقل من f المحسوبة، يعني هذا وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول هذا البعد تعزى لمتغير خبرة المشاهدة بالساعات.

يمكن القول هنا بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05=\alpha)$ للبعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي، ونظرا لوجود فروق معنوية في تحليل التباين (anova) مما يعني وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية بالنسبة لبعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي. ولاختبار معنوية الفروق بين الأبعاد نلجأ إلى المقارنات المتعددة باستخدام طريقة L.S.D من خلال مخرجات برنامج الحزم الإحصائية spss 19.

جدول رقم (9): يبين المقارنات المتعددة L.S.D لمتغير خبرة المشاهدة بالساعات.

الأبعاد	المشاهدة بالسنتين	المشاهدة بالسنتين	(i-j) الفرق بين المتوسطات	مستوى الدلالة
بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي	أقل من سنتين	ساعتين	-4,15356*	001
		أكثر من ساعتين	-5,61771*	000
	سنتين	أقل من ساعتين	4,15356*	001
		أكثر من ساعتين	-1,46415	,138
	أكثر من سنتين	أقل من ساعتين	5,61771*	,000
		ساعتين	1.46415	,138

يتبين من الجدول رقم (9) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05=\alpha)$ عند بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي، ومنه سجلنا النتائج الآتية:

بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي: نلاحظ من الجدول أن مستوى الدلالة 0,001 و 0,000 ونفسره بوجود فروق ذات دلالة إحصائية حول هذا البعد تعزى لمتغير خبرة المشاهدين لدى كل المؤشرات ويرجع ذلك أن

أغلب البرامج الرياضية التي تعرض في التلفزيون عبارة عن ألعاب جماعية (مقابلات كرة القدم بالخصوص) وإهمال برامج الألعاب الفردية، هذا بالنسبة للاستخدام وسائل الإعلام، أما بالنسبة لإشباع المجتمع المدروس، فيمكن إرجاعه كذلك إلى أن أفراد العينة والذين هم مراقبون، أن الاتجاه نحو الممارسة الرياضية كخبرة للتفوق الرياضي هو مكتسب منذ الطفولة إلى مرحلة المراهقة وفي المراهقة نفسها وذلك لشعبية كرة القدم، ونفسه بنفس التفسير الذي سبقه في بعد الخبرة الاجتماعية.

2-6-2- عرض وتحليل وتفسير نتائج الفرضية الثانية:

- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين اتجاهات المتبعين للبرامج التلفزيونية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية التنافسية.

جدول رقم (10): يوضح نتائج معامل الارتباط بيرسون لإستبانة الاتجاه نحو المضامين الإعلامية وبعد التفوق الرياضي لمقياس كينيون للاتجاه نحو الممارسة الرياضية.

بعد التفوق الرياضي لمقياس كينيون للاتجاه نحو الممارسة الرياضية	أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز اشتراك الجماعة	أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تفيد الجسم صحيا	أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز المخاطرة	أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز جمال حركات اللاعبين	أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تخفض التوتر وتبرز الترفيه	أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز التنافس	استبانة الاتجاه نحو المضامين الإعلامية الرياضية السمعية بصرية	
بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي	0,144**	0,038	0,053	0,573**	0,751**	0,955**	0,799**	معامل الارتباط بيرسون
	0,006	0,461	0,307	0,000	0,000	0,000	0,000	مستوى الدلالة

**مستوى الدلالة عند 0.01

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أن العلاقة بين الاتجاه نحو المضامين الإعلامية الرياضية التلفزيونية وبعد التفوق الرياضي لمقياس كينيون للاتجاه نحو الممارسة الرياضية طردية وذات دلالة إحصائية عالية جدا، حيث نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون في بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي بمعامل ارتباط 0.955. كما نلاحظ أن معامل الارتباط لبيرسون لعبارة استبانة الاتجاه نحو المضامين الإعلامية الرياضية التلفزيونية مع بعد مقياس كينيون للاتجاه نحو الممارسة الرياضية إن مشاهدة البرامج التي تبرز التنافس وعلاقته ببعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي بمعامل ارتباط 0,955 يليه، وهذا ما يبين أن كل أنواع البرامج المشاهدة للإعلام الرياضي التلفزيوني لها علاقة مباشرة بالاتجاه نحو البعد الذي يتوافق نشاطه الرياضي ومضمون البرنامج المشاهد.

2-6-3- عرض وتحليل وتفسير نتائج الفرضية الثالثة:

- يوجد اختلاف بين اتجاهات المتبعين للبرامج التلفزيونية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية التنافسية تبعاً لمتغير الجنس.

جدول رقم (11): يوضح نتائج اختبار ت- (t-test) لاستخراج دلالة الفروق لعبارات الاستبانة نحو المضامين الإعلامية المرئية لأفراد العينة تبعا لمتغير الجنس.

العبارة	الجنس	المتوسط	الانحراف	قيمة T	قيمة F	مستوى الدلالة
أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز اشتراك الجماعة	ذكر	3,51	1,039	2,267	16,963	,000
	أنثى	3,29	,842	2,229		
أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تفيد الجسم صحيا	ذكر	3,44	,941	-,947	,448	,504
	أنثى	3,53	,879	-,941		
أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز المخاطرة	ذكر	2,44	,897	7,159	68,249	,000
	أنثى	1,93	,448	6,817		
أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز جمال حركات اللاعب	ذكر	2,81	,555	11,962	72,874	,000
	أنثى	3,72	,904	11,530		
أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تخفض التوتر وتبرز الترفيه	ذكر	3,92	,897	7,018	,352	,554
	أنثى	3,28	,863	6,996		
أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز التنافس	ذكر	4,06	,767	11,273	,066	,798
	أنثى	3,15	,786	11,295		
المجموع					,798	

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن قيمة F غير دالة إحصائيا في العبارات: أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تفيد الجسم صحيا وأميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تخفض التوتر وتبرز الترفيه وأميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز التنافس حيث نختار الحل الأول (حالة تجانس التباينات) ونجد أن قيمة T للعبارة أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تفيد الجسم صحيا تساوي -,947 والعبارة أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تخفض التوتر وتبرز الترفيه 7,018 والعبارة أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز التنافس 11,273.

وعليه نفسر ذلك على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$.

أما في حالة العبارات: أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز اشتراك الجماعة وأميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز المخاطرة وأميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز جمال حركات اللاعب فنجد أن قيمة F دالة إحصائياً وعليه يجب اختيار الحل الثاني (حالة عدم تجانس التباينات) وقيمة T لكل من العبارات السابقة على التوالي: 11,530، 6,817، 2,229.

وعليه نفس ذلك على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، لصالح مجموعة الذكور حيث إنها ذات المتوسط الأكبر وقيمة المتوسط لكل من العبارتين أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز اشتراك الجماعة وأميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز المخاطرة على التوالي: 3,51، 2,44.

ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الإناث ومتوسط درجات الذكور عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، لصالح مجموعة الإناث حيث إنها ذات المتوسط الأكبر وقيمة المتوسط 3,72 للعبارة أميل للبرامج الرياضية التلفزيونية التي تبرز جمال حركات اللاعب.

وهذا ما يرجعه الباحث إلى نوع المضامين الإعلامية المشاهدة من قبل الجنسين حيث يفضل الإناث مشاهدة المضامين الإعلامية ذات البعد الجمالي بينما يميل المراهقون الذكور إلى برامج المخاطرة وهذا شيء منطقي لمميزات فترة المراهقة.

جدول رقم (12): يوضح نتائج اختبار -ت- (t-test) لاستخراج دلالة الفروق لبعد التفوق الرياضي لمقياس كينيون للاتجاه نحو الممارسة الرياضية لأفراد العينة تبعا لمتغير الجنس.

العبارات	الجنس	المتوسط	الانحراف	قيمة T	قيمة F	مستوى الدلالة
بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي	ذكر	32,63	4,595	17,763	5,95	441,
	أنثى	23,93	4,778	17,820		

يتضح من الجدول رقم (12) أن قيمة F غير دالة إحصائياً في بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي حيث نختار الحل الأول (حالة تجانس التباينات) ونجد أن قيمة T للبعد تساوي 17,763.

وعليه نفس ذلك على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

وعليه نفس ذلك على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

من نتائج الجدولين 37/36 وبالمقارنة مع نتائج الجدول 35 الذي يمثل العلاقة الطردية لعبارات الاستبيان وبعد التفوق الرياضي لمقياس كينيون للاتجاه نحو الممارسة الرياضية نستنتج أن الإناث المشاهدات للمضامين الإعلامية ذات البعد التنافسي، مثلن مثل الذكور أي أن المضمون الإعلامي له علاقة في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية وفق المضمون المشاهد للفرد.

3- مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات:

3-1- مناقشة نتائج الفرضية الأولى:

نص الفرضية الأولى كالآتي: عادات المشاهدة للبرامج الرياضية المرئية لها علاقة موجبة في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية التنافسية، وبالرجوع إلى نتائج الجدول رقم (8) يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha=0.05)$ على بعد (بعد النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي)، نستنتج أن خبرة المشاهدة بالساعات لها دور إيجابي في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية.

ولاختبار معنوية الفروق لبعد (النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي)، والتي فيها دلالة، حيث باستخدام المقارنات المتعددة يتبين من الجدول رقم (9) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha=0.05)$ في البعد. وجدناها في بعد التفوق الرياضي في ساعتين وأكثر من ساعتين، حيث نستنتج بأن الخبرة الطويلة للتعرض بالسنين تكسب اتجاهات إيجابية نحو النشاط الرياضي المناسب.

وجدناها أن حجم التعرض للمضامين الإعلامية الرياضية التلفزيونية كان أكبر من ساعتين وأكثر مما أدى لكسب اتجاهات إيجابية نحو الممارسة الرياضية، حتى وإن كان منفرداً إلى نوع واحد من النشاطات الرياضية وهذا ما يثبت الجدول السابق في بعده الاجتماعي حول الخبرة في المشاهدة بالساعات. وبمقارنة هذه النتائج مع مضمون الفرضية نقول: إن الفرضية تحققت في أن عادات المشاهدة للبرامج الرياضية المرئية لها علاقة موجبة في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية التنافسية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي أجراها فلاق أحمد: حيث توصل الباحث إلى أن حجم المشاهدة التلفزيونية يؤثر على دافع المراهقين لممارسة الرياضة، كما أن للتلفزيون أثراً في تكوين الدوافع لممارسة الرياضة. كما تتفق هذه النتيجة كذلك مع نتيجة الدراسة التي أجراها الباحثان سالم سوران ومديحة الإمام: أن الصحف تلعب دوراً في تنمية الاتجاه نحو التربية الرياضية.

وتتعارض هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي أجراها على طاهر إسحاق: حيث توصل الباحث إلى عدم وجود ارتباط بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو والدوافع الطقوسية والنفعية للمبشرين للتعرض لهذه البرامج (انظر الدراسات السابقة).

3-2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية:

نص الفرضية الثانية كالآتي: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين اتجاهات المتابعين للبرامج التلفزيونية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية التنافسية.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أن العلاقة مابين الاتجاه نحو المضامين الإعلامية الرياضية التلفزيونية وبعد التفوق الرياضي لمقياس كينيون للاتجاه نحو الممارسة الرياضية طردية، ذات دلالة إحصائية عالية جداً حيث بلغ معامل الارتباط لبيرسون 0.837.

وبالرجوع إلى معاملات الارتباط لبيرسون لعبارات استبانة الاتجاه نحو المضامين الإعلامية الرياضية التلفزيونية وبعد التفوق الرياضي لمقياس كينيون للاتجاه نحو الممارسة الرياضية نجد علاقة ارتباطية موجبة بين اتجاهات المتابعين للبرامج التلفزيونية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية. وهنا نقول إن كل أنواع البرامج المشاهدة للإعلام الرياضي التلفزيوني لها علاقة مباشرة بالاتجاه نحو البعد الذي يتوافق نشاطه الرياضي ومضمون المشاهدة، وهنا نقول أن الفرضية الثانية محققة.

وتتوافق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي أجراها على طاهر إسحاق: حيث توصل الباحث إلى وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على البرامج الرياضية في التلفزيون ومستوى معرفتهم بالرياضة. وتتعارض معه في النتيجة التي مفادها عدم وجود ارتباط بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو والدوافع الطقوسية والنفعية للمبحوثين للتعرض لهذه البرامج.

وتتوافق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي أجراها سالم سوران ومديحة الإمام: حيث توصل الباحثان إلى أن اتجاهات المواطنين على قراءة صفحة الرياضة نحو التربية الرياضية أعلى ممن لا يقرؤون صفحة الرياضة بالصحف.

وتتوافق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي أجرتها دراسة نشوى إمام إمام إبراهيم 2003: حيث توصلت الباحثة إلى أن الإعلام الرياضي يؤثر تأثيراً إيجابياً على تعديل الاتجاهات.

3-3- مناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

نص الفرضية الثالثة كالآتي: يوجد اختلاف بين اتجاهات المتابعين للبرامج التلفزيونية واتجاهاتهم نحو الممارسة الرياضية التنافسية تبعاً لمتغير الجنس.

من نتائج الجدولين 10/8 وبالمقارنة مع نتائج الجدول 11 الذي يمثل العلاقة الطردية لعبارات الاستبيان وبعد الممارسة نستنتج أن المشاهدين للمضامين الإعلامية ككل لهم اتجاهات إيجابية مرتفعة نحو بعد الاتجاه نحو الممارسة الرياضية، أي أن المضمون الإعلامي له علاقة في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية وفق مضمونه، ولا يوجد اختلاف ومنه لم تتحقق الفرضية الثالثة.

ولا تتوافق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي أجراها على طاهر إسحاق: حيث توصل الباحث إلى أن هناك فروقاً بين الذكور والإناث في تعرضهم للبرامج الرياضية في التلفزيون وفي دوافعهم النفعية للتعرض لهذه البرامج. ولا تتوافق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي أجراها على طاهر إسحاق: حيث توصل الباحث إلى أن تصدر لمهنة الضابط قائمة المهن التي يميل الأطفال من الذكور لتقليدها إذ إنهم يعجبون بمظهرها والأعمال التي يقوم بها ويلبها الطبيب ثم لاعب الكرة ثم الطيار أما الإناث فيفضلن المضيئة والممرضة.

وتتوافق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي أجراها هارن: حيث لم تكشف الدراسة عن وجود فروق في الاتجاهات نحو النشاط الرياضي بين الذكور والإناث، وكذلك بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الكليات التي يدرسون بها.

خاتمة:

نتائج الدراسة:

نستنتج أن خبرة المشاهدة لها علاقة إيجابية في تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية التنافسية. نستنتج أن كل أنواع البرامج المشاهدة للإعلام الرياضي التلفزيوني له علاقة مباشرة بالاتجاه نحو الممارسة الرياضية ذات البعد التنافسي.

نستنتج أنه لا يوجد هناك اختلاف بين الذكور والإناث في الاتجاه في مشاهدة المضامين الإعلامية التلفزيونية ما يدفعهم إلى تشكيل الاتجاه نحو الممارسة الرياضية وفق المضمون المشاهد للذكر، والأنثى.

التوصيات:

من خلال هذا البحث أردنا أن نقترح بعض الاقتراحات والتي نراها مناسبة لكي نرقى بمستوى إعلامنا والذي ينبع من ثقافتنا وموجه مسطر لها. التعدد في وسائل الإعلام الرياضية.

يتحلى القائم بالإعلام فيها بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع ككل وكذا أخلاقيات المهنة. فتح مجال السمعي البصري ولا يكون ذلك إلا بالتشريع وضبط القانون الخاص بالإعلام. التعدد المتوازن في البرامج الرياضية حسب أوجه النشاط البدني الرياضي الهادف إلى التربية وفق مبادئنا وليس العكس.

في ظل العولمة الهدامة لآبد للجمهور المتلقي من انتقاء البرامج المفيدة للنفعية المعنوية والمادية في إطارها التربوي المراعي لثقافتنا. الاستعمال المناسب لوسيلة الإعلام وانتقاء البرامج الهادفة.

- قائمة المصادر والمراجع:

- 1- عبد العزيز شرف: المدخل لوسائل الإعلام، ط 2، دار الكتاب المصري، القاهرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1989، ص 124.
- 2- هادي الهمني، ثقافة الأطفال، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط 1، 1982، ص 129.
- 3- فتح الباب عبد الحليم وإبراهيم ميخائيل حفظ الله، الناس والتلفزيون، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، سنة 1963، ص 84.
- 4- عبد الله بوجلال: تأثير التلفزيون على الأطفال، بحث منشور في المجلة الجزائرية للاتصال، سنة 1992، ص 120.
- 5- سامية أحمد علي: نموذج القدوة في برامج التلفزيون، المكتبة المصرية للكتاب، القاهرة، سنة 1988، ص 19.
- 6- عادل حسن: الوعي الرياضي وعلاقته بالممارسة الرياضية لدى طلاب جامعة المنيا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، 1991م، في سحر محمد وهي، مرجع سابق، ص 64.
- 7- المنجد في اللغة والأدب والعلوم، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، 1960، ص 526.
- 8- محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، قاموس مختار الصحاح، مكتبة لبنان، بيروت، 1996، ص 397.
- 9- المنجد الأبجدي، دار المشرق، بيروت، ط 08، 1967، ص 108.
- 10- أديب خضور: الإعلام الرياضي، ط 1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 77.
- 11- صلاح مخيمر وعبدو ميخائيل: علم النفس الاجتماعي، مكتبة الأنجلومصرية، ط 2، 1968، ص 147.
- 12- عبد الرحمان محمد عيسوي: دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية القاهرة، 1964، ص 201.
- 13- Modleime grawits: lexique des sciences sociales; éd dalloz, 6ème edition, paris, 1994, p 265.
- 14- فريد يريك معتوق: معجم العلوم الاجتماعية، انجليزي-فرنسي-عربي، أكاديمي، بيروت، 1998، ص 231.
- 15- محي الدين مختار: 1995، ص 47.
- 16- mourice angers initiation, pratique a la methodologie des sciences humaines, éd. Casbah, alger/CEC-Quebec, 1996, p 58.
- 17- عمار بوحوش ومحمد دنيبات: منهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص 89.
- 18- بوداود عبد البمين، د عطاء الله أحمد: المرشد في البحث العلمي لطلبة التربية البدنية والرياضية، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص 123.
- 19- مورييس أنجرس، مرجع سابق، ص 85.
- 20- سمير محمد حسن: تحليل المضمون، عالم الكتب، القاهرة، دون دار نشر، 1983، ص 22.
- 21- محمد عبد الحميد في بحوث الإعلام: تحليل المحتوى، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 103.

22- محمد نصر الدين رضوان: مدخل إلى القياس في التربية البدنية والرياضية، ط 1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة مصر 2006، ص 177.

الملاحق:

ملحق 01: الاستبانة

البيانات الشخصية.

الجنس ☐ ذكر ☐ أنثى

عادات وأنماط مشاهدة الإعلام الرياضي السمعي بصري لأفراد العينة

1- ما هي البرامج التلفزيونية الرياضية المفضلة لديك؟

- ☐ البرامج التي تبين اشتراك الجماعة
☐ البرامج التي تفيد الجسم صحيا
☐ برامج تبين المخاطرة
☐ برامج تبين جمال حركات اللاعبين
☐ برامج لخفض التوتر والترفيه
☐ برامج تنافسية

2- ما عدد الساعات التي تخصصها عادة لمشاهدة البرامج الرياضية السمعية بصرية؟

☐ أقل من ساعتان ☐ ساعتان ☐ أكثر

معرفة المعلومات المكتسبة حول الرياضة

اتجاهات العينة نحو التفوق الرياضي بعد من مقياس كينيون

العبرة	موافق بدرجة كبيرة	موافق	لم أكون رأيا	غير موافق	غير موافق بدرجة كبيرة
الاتصال الاجتماعي الناتج عن ممارستي للرياضة له أهمية كبرى بالنسبة لي.					
أفضل ممارسة الأنشطة الرياضية الجماعية التي يشترك فيها عدد كبير من الأفراد.					
لا تعجبني بصفة خاصة الأنشطة الرياضية الجماعية التي يشترك فيها عدد كبير من اللاعبين.					
في المدرسة ينبغي الاهتمام بدرجة كبيرة بممارسة الأنشطة الرياضية التي تتطلب العمل الجماعي والتعاون.					
أهم ناحية تجعلني أمارس الرياضة أنني أستطيع من خلال ممارستي للرياضة أن اتصل بالناس.					
من بين الأنشطة الرياضية أفضل بصفة خاصة الأنشطة التي أستطيع ممارستها مع الآخرين.					
أفضل ممارسة الأنشطة الرياضية التي يستطيع الإنسان ممارستها بمفرده.					
إن الاتصال الاجتماعي الذي تنتجه ممارسة الرياضة لا يمثل بالنسبة لي أهمية قصوى.					

الثقافة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: مقدمة لقراءة سوسيولوجية

د. نوال بوطرفة

جامعة باجي مختار - عنابة، nawel_boutarfa@yahoo.com

تاريخ القبول: 2023/02/28

تاريخ المراجعة: 2022/12/12

تاريخ الإيداع: 2022/07/30

ملخص

عرف مفهوم الثقافة التنظيمية ازدهارا في سنوات السبعينيات والثمانينيات، وجندت فرق وهيئات بحثية لدراسته، لأهميته وفعالية دوره في نجاح المؤسسة واستمرارها، غير أن ظهور مفاهيم جديدة جعل البعض يفسر الأمر بأنه فشل وأقول لمفهوم الثقافة التنظيمية. لكن الواقع يشهد عكس ذلك إذ إن العولمة والنتائج التي حملتها وتحول العالم إلى سوق كونية قد أعاد للثقافة مكانتها المحورية في النقاشات والمشاريع العلمية، والاقتصادية والسياسية. وهذا ما سيعيد أيضا لمفهوم الثقافة التنظيمية وزنه وأهميته في المؤسسة. ومن هذا المنطلق تبدو حاجة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية للاهتمام بهذا الموضوع إذا ما أرادت البقاء والاستمرار. وتحاول هذه الورقة تقديم قراءة سوسيولوجية للثقافة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، إمكانيات إنشائها والرهانات التي يجب أخذها بعين الاعتبار.

الكلمات المفتاحية: ثقافة تنظيمية، مؤسسة اقتصادية جزائرية.

Organizational culture in the Algerian economic institution: an introduction to a sociological reading

Abstract

The concept of organizational culture reached its peak in the 1970s and 1980s, which is how many research teams was mobilized to study it, given its role in the success of the company. However, the emergence of new concepts made some interpret it as a fading of organizational culture. Nevertheless, the globalization will restore the concept's importance. This paper attempts to provide a sociological reading the organizational culture in the Algerian economic company, the possibilities of its creation and the issues to be taken into account.

Keywords: Organizational culture, Algerian economic company.

La culture organisationnelle dans l'entreprise économique algérienne: une introduction à une lecture sociologique

Résumé

Le concept de culture organisationnelle a connu son apogée dans les années 70 et 80, c'est ainsi que des équipes de recherche ont été mobilisées pour l'étudier compte tenu de son rôle dans la réussite de l'entreprise. Cependant, l'émergence de nouveaux concepts laisse croire à certains la disparition de la culture organisationnelle. Mais la mondialisation va redonner au concept son importance. Cet article tente alors de fournir une lecture sociologique de la culture organisationnelle dans l'entreprise algérienne, les possibilités de sa création et les enjeux à prendre en compte.

Mots-clés: Culture organisationnelle, entreprise économique algérienne.

مقدمة:

عرف مفهوم الثقافة التنظيمية انتشارا واسعا في المؤسسات الاقتصادية بشتى أنواعها الصناعية أو الخدمية، وبرغم أن جذور المفهوم تمتد للخمسينيات - لدراسات معهد تافستوك - إلا أن سنوات السبعينيات والثمانينيات شهدت فترة ازدهار حقيقي له، وذلك استجابة للظروف الاقتصادية والمعرفية التي شهدتها تلك الفترة. ومن المفارقات أن مفهوم الثقافة التنظيمية الذي ينتمي إلى الحقل السوسيولوجي بامتياز إلا أن الاختصاصيين في علوم التسيير كانوا السباقين لاستخدامه داخل فضاء المؤسسة الاقتصادية وذلك لما له من انعكاسات على استقرار المؤسسة وفعالية أدائها.

ومع تنامي العولمة وبرغم انشغال المؤسسة الاقتصادية بمفاهيم أخرى كالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، والتنمية المستدامة، والمواطنة المؤسسية، مما قد يفسره البعض بأنه أفول لمفهوم الثقافة التنظيمية، لكن المفاهيم السابقة لا يمكن تناولها وفهم مضامينها ودلالاتها بعيدا عن مفهوم الثقافة التنظيمية وهو ما يعكس محورية هذه الأخيرة وأهميتها لمشروع العولمة. وفي ظل هذه الظروف تبدو المؤسسة الجزائرية معنية بتبني هذا المفهوم وتبسيط الضوء عليه إذا أرادت الصمود في أجواء عمل تتميز بانفتاح السوق والمنافسة الشرسة بين مختلف المؤسسات الناشطة.

لكن الثقافة التنظيمية من حيث صياغتها وترسيخها لدى أعضاء المنظمة ليست مشروعاً وليد تفكير وتخطيط مقصود ومتحكم فيه، بل هي رهينة عوامل متعددة تتدخل في تشكيلها: كتاريخ المؤسسة، وطبيعة النشاط الذي تمارسه، والمنتج الذي تقدمه، بالإضافة إلى أهم عامل وهو السياق المجتمعي الذي تتواجد فيه. وفي هذا الإطار يبدو أن تدخل علم الاجتماع ضروري ليقدم قراءة لهذا المجتمع الذي يقدم منه الفاعلون الاجتماعيون الذين يشكلون أعضاء المنظمة، وللفضاء الخارجي الذي تتواجد فيه المؤسسة وتتعامل معه وتنتج لأجله.

1- مفهوم الثقافة التنظيمية وظروف نشأته:

لا يحظى مفهوم الثقافة التنظيمية أو ثقافة المؤسسة بإجماع المنشغلين بدراسة الموضوع، ويرجع ذلك للاختلاف حول المفهوم الأصلي وهو الثقافة، بالإضافة إلى اختلاف الرؤية للثقافة التنظيمية، نشوئها وأهميتها. وبرغم من أن المفهوم شهد ازدهاره في سنوات السبعينيات والثمانينيات لكن بداياته تعود لسنوات الخمسينيات مع "معهد تافستوك" للعلاقات الإنسانية في لندن، وذلك من خلال البحوث في الفحص النفسي والتحليل النفسي للسلوك البشري في إطار تنظيمي، والتي أجرتها شركة "غلاسيميتال" Glacier Metal حيث تم تقديم ثقافة المؤسسة لأول مرة في العلوم الإنسانية⁽¹⁾، وقد جاء ذلك على أساس التراث الذي خلفته مدرسة العلاقات الإنسانية في نهاية العشرينيات من القرن العشرين والتي أكدت على أهمية البعد الاجتماعي في مكان العمل وأن فضاء المؤسسة لا يحكمه التنظيم الرسمي فقط بمنطقه العقلاني الحسابي وإنما هو محكوم أيضا بالتنظيم غير الرسمي والذي يؤكد أن المؤسسة هي أيضا تنظيم اجتماعي.

وفي نفس الإطار جاء تعريف "إليوت جاك" Eliot Jacques للثقافة التنظيمية حيث يرى أن "ثقافة المؤسسة هي طريقته المعتادة والتقليدية في التفكير والتصرف التي يتقاسمها كل أعضائها والتي يجب أن تُعلم ويتم تبنيها - ولو جزئيا على الأقل - من قبل الأعضاء الجدد"⁽²⁾، وهنا يؤكد "إليوت" أن ثقافة المنظمة هي أسلوب مشترك للسلوك والتعامل تم بلورته في المنظمة ويتقاسمه جميع أعضائها سواء القدماء أو الجدد، ولم يحدد إليوت أن عملية نشوء هذه الثقافة كانت مقصودة من طرف إدارة المؤسسة أم أنها نتيجة تفاعل تلقائي بين العاملين.

وبرغم هذا الظهور لم يحظ مفهوم الثقافة التنظيمية في ذلك الوقت بالاهتمام بل تركزت الدراسات حول الحوافز، والحاجات وضغوط العمل... إلخ، إذ بدا في ذلك الوقت أن لهذه العناصر أثرا مباشرا على أداء العاملين. وكان لا بد من انتظار سنوات السبعينيات والثمانينيات ليعود المفهوم من جديد إلى الواجهة، وذلك في إطار التفوق الذي أظهرته الشركات اليابانية على نظيرتها الأمريكية، وفيما بدا أن هذا النجاح لا يمكن رده إلى الأبعاد المادية والتكنولوجية للمؤسسات وإنما يكمن السر في التزام الموظفين وانضباطهم، واقتراح كل من بيتر ووترمان Peter et Wattermen في كتابهما " البحث عن التميز " الذي كتبه في 1981 "أن هذا المستوى من تفاني الموظف الياباني يجب أن يتحقق على نطاق واسع في الولايات المتحدة الأمريكية من أجل نوع جديد من النهضة الاقتصادية والثقافية طويلة المدى"⁽³⁾. وعلى هذا الأساس صاغ "أوشي" Ouchi نظريته Z وفي هذا الإطار يعرف الثقافة التنظيمية بأنها " مجموعة من الرموز والاحتفالات والأساطير التي تتقل للموظفين القيم الجوهرية للمنظمة"⁽⁴⁾ مؤكدا بذلك على البعد الرمزي الطقوسي اللامادي لمفهوم الثقافة التنظيمية، وأن مفهوم المؤسسة كفضاء عقلائي نفعي بامتياز ترك مكانه للمؤسسة كفضاء لبلورة رموز، وممارسات ومعتقدات مشتركة يستعين بها العمال لمواجهة المشاكل والإشكالات التي يواجهونها في مكان العمل.

ويواصل "إدغار شين" Edgar Shein في هذا المعنى حيث يرى أن الثقافة التنظيمية هي "مجموعة من الافتراضات الأساسية التي قامت جماعة معينة باختراعها أو تشكيلها أثناء تعلم حل مشاكل التكيف مع بيئتها والتكامل الخارجي ... والتي ينبغي تلقينها للأعضاء الجدد على أنها الطريقة الصحيحة للإدراك والتفكير فيما يتعلق بهذه المشاكل"⁽⁵⁾، ويضيف "شين" على تعريفه للثقافة التنظيمية مزيدا من الوضوح بإبرازه للعناصر التي يتكون منها وهي:

"- الجوانب المادية: هي الجوانب المرئية للثقافة مثل السلوكيات التي يمكن ملاحظتها أو اللباس أو رموز اللغة أو الإشارات أو الأسطورة المؤسسة للمنظمة.

- القيم هي المصطلحات التي يتم اختيارها بوعي من قبل قادة المنظمة.

- المسلمات أو الافتراضات الأساسية وهي معتقدات تعمل بغير وعي وهي تسائل قضايا فلسفية مثل طبيعة الإنسان وعلاقته بالزمن، أو مفهوم العدالة"⁽⁶⁾.

ومع صعود العولمة وتزايد نشاط الشركات المتعددة الجنسيات والتي تفتح أبوابها لعاملين من جنسيات مختلفة، حاملين لثقافات متعددة، بالإضافة إلى الشركات العابرة للقارات والتي تنشط خارج حدودها الوطنية، وفي ظل هذه الظروف أصبح قادة هاته المؤسسات أكثر وعيا بمدى تأثير نشاطات الشركة وفعالية أدائها بالاختلافات الثقافية داخل فضاءها، وكيف يمكن توحيد هذه الثقافات المتعددة وبلورة معتقدات وقيم ورؤية مشتركة للمسائل التي تواجه العاملين في مكان العمل، وضمن هذا السياق ظهر عمل "جيرت هوفستيد" "Geert Hofstede" الذي أظهر تأثير ثقافة المؤسسة باختلاف الثقافات الوطنية والإقليمية، وذلك من خلال الدراسة التي قام بها في شركة آي بي إم IBM في 64 دولة مختلفة، ولمحاولة تجاوز هذه الاختلافات يرى " هوفستيد" أن الثقافة التنظيمية هي " البرمجة الجماعية للعقل التي تحدد طرق التفكير والشعور والتصرف والتي تميز أعضاء جماعة عن جماعة أخرى"⁽⁷⁾.

مما سبق يمكن بلورة تعريف إجرائي لمفهوم الثقافة التنظيمية بأنها مجموع القيم، والمعايير والمعتقدات، والرموز، والشعارات التي يشترك فيها أعضاء المنظمة الواحدة والتي تحدد نمط سلوكياتهم، وردود أفعالهم إزاء القضايا والمسائل التي يواجهونها في مكان العمل، وتميزهم عن غيرهم من أعضاء المنظمات الأخرى.

2- أهمية الثقافة التنظيمية:

تكتسي الثقافة التنظيمية أهمية بالغة نظرا للأدوار التي تلعبها والنتائج التي تقدمها لذلك تستقطب اهتمام المديرين والمسيرين، ويمكن إبراز هذه الأهمية في:

- إنتاج سلوكيات الأفراد وأفكارهم: بما أن الثقافة التنظيمية تتكون من مجموع القيم، والمعايير والمعتقدات تعمل هذه المكونات على لعب دور الموجهات السلوكية لأعضاء المنظمة الذين يستندون عليها للحكم على سلوكياتهم ما إذا كانت مرغوبة أو غير مرغوبة، مقبولة داخل المنظمة أو ممنوعة. أي أن كل ما ينتجه الأفراد من أفعال وأفكار ينتج عن هذه القيم والمعايير التي يحملونها. إن الثقافة التنظيمية إذن تنتج الواقع اليومي للمنظمة.

- توحيد أعضاء المنظمة من خلال اشتراكهم في نفس الأطر المرجعية للسلوك (القيم والمعايير) والتي توحد ردود أفعالهم تجاه المواقف والمسائل التي يواجهونها في مكان العمل، كما تمنحهم هوية مشتركة، لتساهم بذلك في إضفاء الانسجام والاتفاق بين العاملين المنتمين لنفس المؤسسة، وترسي بذلك الاستقرار في العلاقات وهو شرط ضروري لضمان بقاء المؤسسة واستمرارها.

- تحقيق الاندماج الاجتماعي: وذلك من خلال تشكيل الأعضاء لفريق عمل متلاحم باشتراكهم في نفس القيم والمعتقدات، ولهذا يعد تلقين الوافدين الجدد الثقافة التنظيمية للمؤسسة، أمرا ضروريا لضمان اندماجهم، وهو ما يوصي به أغلب المختصين في هذا المجال، وهو أيضا ما نصت عليه التعاريف المذكورة أعلاه.

- اعتبارها مصدرا لحل المشاكل، حيث تعمل على تعزيز بعض المواقف الاستباقية لتجهيز الأفراد لمواجهة هذه الوضعيات في المستقبل، وهو ما يقلل من حيرتهم ويساهم في كسب الوقت وحفظ الجهد الذي يمكن بذله في البحث عن حلول أخرى، مما يساعد على ترشيد استعمال موارد المؤسسة.

- دوره في تحقيق فعالية الأداء: وذلك بالتحكم في الثقافة التنظيمية وجعلها متوافقة مع البيئة الداخلية للمؤسسة، مما يضمن التزام الموظفين بأوامر وتوصيات القادة والمشرفين، وحماسهم وتقانيهم لأدائها.

- خلق ميزة تنافسية: تمنح الثقافة التنظيمية للمنظمة خصوصية تميزها عن باقي المؤسسات ويمكن أن تستند على هذه السمات الخاصة لتعزيز قدراتها التنافسية، وخلق ميزة تنافسية خاصة بها.

نظرا لهذه الأهمية فإن أي مؤسسة ملزمة بأخذ الثقافة التنظيمية بعين الاعتبار، والمؤسسة الاقتصادية الجزائرية غير مستثناة من هذه الضرورة، إذ عليها أن تركز اهتمامها على بناء ثقافة تنظيمية خاصة بها إذا ما أرادت البقاء والاستمرار، فما هي ممكنات نجاحها في هذه المهمة؟

3- الثقافة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية:

إن المؤسسة الاقتصادية الجزائرية مدعوة أكثر من أي وقت مضى لتسليط الضوء على الثقافة التنظيمية، وإنشاء واحدة خاصة بها، وذلك لسببين:

- أولهما موضوعي يتعلق بتحول الثقافة لمركز اهتمام المؤسسات والمنظمات، لما أظهره هذا الجانب من أهمية وأثر إيجابي على العملية الإنتاجية (مدرسة العلاقات الإنسانية والدراسات التي جاءت بعدها)، بالإضافة إلى ما أحدثته العولمة من تقلبات في عالم الشغل، كربط الأنشطة الاقتصادية للعالم بعضها ببعض وممارسة النشاط في نفس الفضاء وتحول العالم لسوق مفتوحة وظهور الشركات المتعددة الجنسيات التي تشغل عمالا من خلفيات ثقافية مختلفة، كل هذا وضع الثقافة في قلب اهتمام المؤسسات وأصبح إيجاد ثقافة تنظيمية جامعة للهويات الثقافية المختلفة للعمال أمرا ضروريا.

كما أن انفتاح الأسواق على بعضها وتحولها إلى سوق واحدة زاد من حدة المنافسة وسرعة التحولات التي تتعرض لها المؤسسات وهو ما يفرض وجود نقطة ثبات تستند عليها المؤسسة في ظل هذا الوسط المليء بالتقلبات والأحداث المفاجئة، وفي هذا الإطار شكلت الثقافة التنظيمية للمؤسسة هذا الملاذ الآمن بتوفيرها لهوية مشتركة للعمال والمؤسسة لتشكل مرجعية لسلوكياتهم ولقراراتهم.

ثانيهما ذاتي يتعلق بالمؤسسة الجزائرية وتجربتها والسياق الذي نشأت فيه، حيث تعد الثقافة وعدم أخذها بعين الاعتبار إحدى أسباب فشل التجربة التنموية الجزائرية، والتي أرادت من التصنيع والمؤسسة الصناعية القاطرة التي تقود بقية القطاعات الاقتصادية نحو التطور، منطلقة من مقارنة تقنية خالصة للمشروع التنموي، يظهر ذلك في تجنيدها لإمكانيات مادية ضخمة، بتشبيدها لمؤسسات صناعية وتجهيزها بأحدث التكنولوجيات في ذلك الوقت. غير أن الجانب البشري لم يكن بمستوى تطور الجانب المادي، إذ استقطبت هذه المؤسسات يدًا عاملة أغلبها ذات أصول ريفية، فاقدة للمهارات ولقيم الصناعية، وحتى لو كانت ذات أصول حضرية فإنها حاملة لقيم عمل ما قبل صناعية، كون الجزائر لم تشهد تجربة صناعية قبل الاستقلال لأن الاستعمار الفرنسي حرص على جعل الاقتصاد الجزائري في ذلك الوقت هشًا ومجرد مزود للاقتصاد الفرنسي بالمواد الأولية.

وقد خلق هذا الغياب للقيم الصناعية لدى اليد العاملة الجزائرية في بداية التجربة التنموية صراعا ثقافيا داخل المؤسسات والذي أسفر في النهاية عن ثقافة هجينة تمزج بين الثقافة الصناعية والثقافة الريفية ما قبل صناعية، وفي حالات كثيرة تتفوق هذه الأخيرة على الأولى. يظهر ذلك في تغليب قيم القرابة والزبونية على القيم العقلانية النفعية التي تفترضها المؤسسة الاقتصادية، وهو ما أفضى في النهاية إلى فشل التجربة التنموية الجزائرية وإفلاس أغلب المؤسسات وتسريحها لأعداد هائلة من العمال.

لأجل كل ما تم ذكره آنفا فإن المؤسسة الاقتصادية الجزائرية مطالبة بأخذ موضوع الثقافة بعين الاعتبار وخصوصا الثقافة التنظيمية. غير أن الاعتقاد بأن المؤسسة نسق مغلق وأن للمسيرين السلطة المطلقة في بناء وفرض الثقافة التنظيمية التي يرونها مناسبة هو اعتقاد خاطئ لأن المؤسسة هي نسق مفتوح تؤثر في المحيط وتتأثر به، كما أنها عرضة لتأثيرات البيئة الخارجية وتقلبات السوق.

الثقافة التنظيمية إذن هي رهينة ثلاث قوى: المجتمع، والدولة والمؤسسة، وانطلاقا من هذه القوى الثلاث المتفاعلة والمؤثرة يمكن دراسة الثقافة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

4- محددات الثقافة التنظيمية في السياق الجزائري:

يتميز السياق الذي تتواجد فيه المؤسسة الجزائرية بهيمنة فاعلين اثنين أساسيين هما المجتمع والدولة، وقد صنعت العلاقة والمواجهة بينهما ملامح الواقع الجزائري، حيث لم يحسم الصراع بعد بين الطرفين، فلا زالت الدولة تحاول فرض منطقها العقلاني ولأزال المجتمع يقاوم لتغليب منطق العشائري، وقد تشكلت طبيعة السياق الجزائري من إفرازات هذا الصراع، لذلك فإن أي قراءة له تفترض الأخذ بعين الاعتبار لهذين الفاعلين الرئيسيين.

4-1- الدولة:

يستمد الحديث عن الدولة وتأثيرها في الثقافة التنظيمية شرعيته من طبيعة الدولة ومكانتها وعلاقتها بالمجتمع والمهام المنوطة بها، حيث تتمتع بأسبقية على المجتمع باعتبارها تمثل قمة اكتمال العقل ومنتهى نضوجه، لذلك تضطلع بمهمة الإشراف على المجتمع والسهر على تسيير شؤونه وبذلك تطبعه بطابعها وتشكله وفق منطقها.

وفي الحالة الجزائرية، تعتبر الدولة الجزائرية تتوجها لمسار حركة التحرير الوطنية، بل واستمرارية لها، حيث تستمد شرعيتها ومرجعيتها منها، وتقوم على المبادئ التي ناضلت حركة التحرير من أجلها. وتعد المساواة أحد أبرز هذه المبادئ، غير أن هذا المبدأ في تناوله، وفي المعنى الذي أضفي عليه، وفي طريقة تطبيقه أدى إلى إنتاج آثار انعكست على المجتمع وعلى المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. "فهذه المساواة كمشروع للمجتمع لم تعن مجتمعا غير قائم على الطبقات وإنما مجتمعا خاليا من اللادالة (الظلم) الاجتماعية، وفي ظل هذه الشروط تم رفض البرجوازية ليس كجماعة اجتماعية مستقلة ولكن كمبدأ للادالة وكرمز للامتيازات"⁽⁸⁾. هذا في حين أن البرجوازية هي التي حملت مشروع التصنيع في التجربة الغربية ورسخت قيم العقل والعقلانية في المؤسسات الإنتاجية وفي المجتمع - وقد ترجمت هذه الرؤية للمساواة في معاداة كل مظاهر الثراء والتماييز الاجتماعي القائم على الثروة المادية، مما أبطل كل محفزات المنافسة والتسابق نحو الريح وتحقيق التراكم المادي. وقد تم نقل ذلك إلى فضاء المؤسسة.

كما تظاهرت نزعة المساواتية التي انتهجتها الدولة في سخائها تجاه جميع الفئات الاجتماعية والرعاية التي أضفتها على الجميع على حد السواء، وهو ما أدى إلى استفادة فئات مهيمنة ونشوء فئات طفيلية تستفيد من الربح وليست فئات منتجة مساهمة في خلق القيمة وفائض القيمة، وهو ما رسخ ميل اجتماعي نحو الكسل والتواكل والاعتماد الكلي على الدولة وعلى مساعداتها دون بذل جهد للعمل أو للمبادرة والاعتماد على الذات. بالإضافة إلى ذلك طبعت المساواتية سياسة التشغيل التي انتهجتها الدولة، حيث تم رفع شعار منصب العمل حق لكل مواطن، دون أخذ بعين الاعتبار لمعايير العقلانية، كالكفاءة والخبرة، والتخصص... إلخ، وبذلك تم إغراق المؤسسات بأعداد هائلة من العمال غير المؤهلين وغير المجهزين لتبني القيم الصناعية وإنما حاملين لقيم ريفية ماقبل صناعية حملوها معهم من المجتمع إلى فضاء المؤسسة.

4-2- المجتمع:

إن المجتمع الذي يمثل الحاضنة الأولى للمؤسسة حيث يتطلب نجاح هذه الأخيرة تعبئة كل القوى الاجتماعية وتواطؤ المجتمع ومساهمته خدمة لهذا المشروع، غير أنه في الحالة الجزائرية نجد أن هذه العلاقة مشوهة بل ومعادية، إذ تصدى المجتمع ببناء التقليدية لمشروع التنمية الصناعية في بداياته، من خلال تعبيره عن معاداته له، سواء:

- بشكل صريح وواضح بإنتاجه لخطاب يصور المؤسسة الصناعية على أنها مصدر كل المشاكل التي يعاني منها المجتمع، وتتعمق هذه المواجهة خصوصا في البيئات المحلية الريفية التي أنشئت فيها المؤسسات الصناعية، ففي دراسة قام بها " جمال قريد " أظهر هذا الصراع بين المؤسسة والمجتمع المحلي، إذ أن المساجد في هاته المدن لم يذكر التصنيع فيها إلا وذكرت معه المشكلات الاجتماعية التي رافقته... وبذلك بدت المؤسسة كجزيرة وسط محيط غير موات إن لم نقل معادٍ لها وبشكل صريح"⁽⁹⁾.

- أو بشكل ضمني وربما غير واضح من خلال القيم التي تسود المجتمع والتي يعمل على نقلها لأفراده الذين يشكلون العمال الذين يعملون في المصنع أو الزبائن الذين ينتج لهم أو الذين يشكلون المحيط الذي يتواجد فيه، إن هذه القيم نابغة من مرحلة ماقبل صناعية، ذلك أن المجتمع الجزائري لم ينجح بعد في العبور إلى حالة المجتمع ولا زالت البنى العشائرية الماقبل مجتمعية مهيمنة - أو على الأقل متواجدة وناشطة - بقيمتها الماقبل صناعية حيث يسود منطق اجتماعي لا عقلاني، يمنح الأولوية لمصالح القبيلة والأسرة والجماعة المرجعية. لذلك

فإن فضاء المؤسسة الاقتصادية صار مخترقا بالتنظيمات العشائرية التي نقلت قيمها من المجتمع إلى فضاء المؤسسة، واتخذت منها حلبة جديدة للمواجهة ولفرض منطقها، ومصدرا للربح ولإعادة إنتاج ذاتها وهو ما يبرر انتشار ممارسات غير عقلانية، كالزبونية والمحسوبية... إلخ.

وحتى حين تراجعت الدولة عن سياستها في التنمية الاقتصادية وعن النهج الاشتراكي نتيجة لاعتبارات داخلية وخارجية، أنتج المجتمع ممارسات ربحية لكن غير عقلانية وغير متمشية مع مبادئ السوق وقيم العمل، حيث نشأت نزعة الربح، لكنه ربح لا يمر عبر عملية إنتاجية، بل نتيجة للربح، حيث أصبح كل مجال هو فرصة لهذا النوع من الربح، وحتى المهنة نشأ منها ما يسميه علي الكنز "ربح المكانة" "فكل ما كان مجانيا أصبح مدفوع الثمن وكل مهنة تبحث عن زيادة مداخيلها... كل مهنة تطالب بالدفع أكثر مقابل سلعها وخدماتها من أجل الوصول إلى سلع وخدمات الآخرين... وهكذا ابتلع القطاع غير الرسمي القطاع الرسمي" (10).

3-4- المؤسسة:

إن المؤسسة وكما سبقت الإشارة إليه، وإن كانت تملك هامشا من الفعل في تشكيل الثقافة التنظيمية الخاصة بها، تبقى محددة ومرهونة بالسياق الذي تنشط فيه، وفي حالة المؤسسة الجزائرية فقد كانت عرضة لتأثيرات المجتمع الذي زودها بيد عاملة حاملة لقيم عشائرية ماقبل مجتمعية، قيم ريفية ماقبل صناعية، كما كانت فضاء تابعا للدولة تفرض عليه منطقها وتغلب فيه أهدافها، لذلك تم تسويق السياسي على الاقتصادي، وتحولت المؤسسة إلى جهاز إيديولوجي للدولة بدل أن تكون فضاء إنتاجيا. وقد انعكس ذلك على وعيها بدورها وعلى ممارساتها وبالتالي على الثقافة التنظيمية التي تتبلور داخل فضائها، يظهر ذلك مثلا: من خلال عملية التوظيف، ففي إطار المشروع الاجتماعي للدولة الذي جعل من منصب العمل حقا لكل مواطن باشرت المؤسسات تشغيل أعداد كبيرة من العمال دون إخضاع العملية لمعايير عقلانية كالكفاءة، والخبرة أو مراعاة لاحتياجاتها الحقيقية لليد العاملة، مضفية بذلك طابعا اجتماعيا على دورها الاقتصادي.

وبالإضافة إلى التشغيل اللامشروط كان على كل مؤسسة "اعتماد سياسة اجتماعية نشيطة تميزت بإنشاء مراكز لتكوين مستخدميها ومراكز للطب الاجتماعي لفائدة العمال وعائلاتهم وكذا تعاونيات للمواد الاستهلاكية... إلخ" (11)، والمفارقة أن مصدر هذه الخدمات ليس فائض القيمة الذي تنتجه المؤسسة، إنما خزينة الدولة أي أن المؤسسة الاقتصادية تحولت من مؤسسة إنتاجية إلى جمعية خيرية لتوزيع الربح، ومن فاعل مساهم في إنتاج الثروة إلى كائن طفيلي يعتاش على خزينة الدولة.

أما مسألتا الأجور وأساليب التشغيل فهما الآخران يسبحان في فلك آخر غير المنفعة المادية، فالأجور كانت في تحرر تام من علاقتها بالإنتاجية والمردودية "بل كانت تتناسب مع حاجات العمال ومع ارتباطهم وعلاقتهم بالمصنع أكثر من علاقتها بالإنتاجية، وتنوعت حسب الوقت الذي يقضيه العامل في مكان العمل وليس حسب الجهد المبذول" (12)، كما كانت المكافآت والحوافز المادية حقا لكل عامل في المؤسسة وارتبطت قيمتها بالرتبة المهنية والموقع في السلم التنظيمي وليس بالمجهودات المقدمة من طرف العامل. أما فيما يخص التسيير وبرغم إظهار بعض المسيرين نوايا وإرادة لإضفاء طابع العقلانية والجدية والانضباط في مكان العمل "بإدخال بعض المبادئ التaylorية التي تتعلق بالرقابة على العمال، غير أن التقنيات التaylorية الخالصة التي تهدف إلى تكثيف وتعظيم العمل لم تشكل يوما انشغالهم الأساسي" (13) وحتى بعد تراجع الدولة عن سياسة الدعم المطلق الذي كانت تقدمه للمؤسسات الاقتصادية، ومطالبتها بلعب دورها والتزام العقلانية، فإن ذلك لم يكن نابعا من وعي المؤسسة

بذاتها وبدورها الإنتاجي وإنما نتيجة لظروف خارجية وداخلية أملت عليها ذلك كانهيار أسعار النفط وفقدان الدولة لمصدرها الأساسي في تمويل المشاريع الاقتصادية والاجتماعية، واضطرارها التخلي عن النهج الاشتراكي والدخول لاقتصاد السوق. وفي ظل هذه الظروف لم تتمكن المؤسسة الاقتصادية من التزام العقلانية في التسيير، أولاً لأن هذا الانتقال لم يكن نابعا من خيارها وإنما كان مفروضا عليها، وثانياً فقد كانت المؤسسة مخترقة ببنى عشائرية فرضت منطقها في التسيير كالمحابة وتغليب مصلحة العشيرة وجماعات الانتماء على حساب المؤسسة، كما تأثرت العلاقات وقيم العمل حيث "طور العمال في مكان العمل نظاماً للعلاقات غير الرسمية فأصبحت أخويات الأحياء، والروابط الجهوية وتضامانات الجيرة هي التي تنظم علاقاتهم" (14).

خاتمة:

برغم هذه الظروف التي تبدو مانعة لقيام ثقافة تنظيمية منتجة، بل إنها أسست لثقافة مؤسسة متشعبة بقيم العشيرة والمجتمع ما قبل الصناعي، تجد المؤسسة الاقتصادية نفسها مجبرة على تبني ثقافة تنظيمية متماشية مع متطلبات مجال الأعمال ومنطق العقلانية، والريح، والجودة، والتفوق والتنافسية، وذلك إذا ما أرادت فعلا البقاء والاستمرار.

وفي هذا الإطار على المؤسسة الاقتصادية الجزائرية الاستفادة من هامش الفعل الذي تتمتع به داخل فضائها، حيث تمتلك سيطرة مباشرة على أعضائها، وتتحكم في رموز ثقافتها التنظيمية كالشعارات، والخطابات المعلنة، وعليها أن تتخذ منها منطلقاً لإنشاء ثقافتها التنظيمية الخاصة بها لتكون بديلة للثقافة القائمة، لكن مع مراعاة هذه الأخيرة.

إن أولى خطوات هذا المشروع هو وعي القائمين على هذه المؤسسات، وعلى هذه العملية، بخصوصية الفضاء الجزائري الذي تنشط فيه المؤسسة، والرهانات التي تواجهها، وهنا تظهر أهمية القراءة السوسولوجية التي توفر للمسؤولين عنصر الوعي بهذا الواقع، من أجل اتخاذ الإجراءات التي يرونها مناسبة، وإنشاء ثقافة تنظيمية تتحو نحو قيم العمل والمنفعة المادية آخذة بعين الاعتبار خصوصيتها وثقافتها.

الاحالات والهوامش:

- 1- Bernard Massiera, Culture d'entreprise, l'échec d'un concept, <http://doi.org/10.4000.cmmunication.885.2021/07/20> اطلع عليه يوم
- 2- Anne Duigou, Le changement de la culture d'entreprise, p 14.
- 3- Martin Parker, Organizational culture and identity, SAGE Publications, London, Thousand oaks, New Delhi, 2000, p 11.
- 4- HomriSabiha, Culture de l'organisation, quel impact pour la gestion de la connaissance?.
- 5- نفس المرجع السابق.
- 6- Anne Duigou, op cit, p 14.
- 7- Nathalie Delobbe, Christian Vanderberghe, La culture organisationnelle, Researchgate.net/publications/291495529-, consulté le 25/06/2021
- 8- SaidChikhi, l'ouvrier, la vie et le prince ou la modernité introuvable; pp 178-212, dans, L'Algerie et la modernité, sous la direction d'Ali El kenz, CODESSERA, Dakar, 1989, p 188.
- 9- Djamel Guerid, l'entreprise industrielle en Algerie, les limites d'une acculturation, pp 117-131 in culture d'entreprise, sous la direction de Djamel Guerid, CRASC, Oran, 1991, p131.
- 10- Ali El kenz, La societéalgerienne aujourd'hui, esquisse d'un phénoménologie de la conscience nationale, pp 1-31, dans L'Algérie et la modernité, opcit, p 24-25;
- 11- علي الكنز (1990)، نهاية الشعبوية، ص ص 69-90، في حول الأزمة، دار بوشان، الجزائر ص 73.
- 12- SaidChikhi, opcit, p186
- 13- نفس المرجع السابق، ص 185. 186.

14- نفس المرجع السابق، ص 202.

قائمة المراجع:

1- بالعربية:

1- علي الكنز (1990)، حول الأزمة، دار بوشان، الجزائر.

2- بالفرنسية:

2- Anne Duigou, Le changement de la culture d'entreprise,

3- Bernard Massiera, Culture d'entreprise, l'échec d'un concept,

اطلع عليه يوم <http://doi.org/10.4000.cmmunication.885.2021/07/20>

4- Djamel Guerid, l'entreprise industrielle en Algérie, les limites d'une acculturation, pp 117-131 in culture d'entreprise, sous la direction de Djamel Guerid, CRASC, Oran, 1991, p131

5- L'Algérie et la modernité, sous la direction d'Ali El kenzi, CODESSERA, Dakar, 1989.

6- Nathalie Delobbe, Christian Vanderberghe, La culture organisationnelle, Researchgate.net/publications/291495529-, consulté le 25/06/2021

أثر الذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الاقتصادية

-دراسة ميدانية لعينة من مؤسسات جزائرية-

د. باية وقنوني⁽¹⁾ د. عبد الرزاق حميدي⁽²⁾

1- جامعة العقيد أكلي محند اولحاج- البويرة، ouaguenounia@gmail.com

2- جامعة العقيد أكلي محند اولحاج - البويرة، hamidi.abdo@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2023/03/13

تاريخ المراجعة: 2020/02/17

تاريخ الإيداع: 2020/02/17

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بمفهوم الذكاء التسويقي وإبراز أثره في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وقد اعتمدت الدراسة في جمعها للبيانات والمعلومات على عدة مصادر ومراجع مختلفة، كما تم الاعتماد على دراسة ميدانية لعينة من مؤسسات جزائرية، وبعد فرز وتحليل النتائج تم التوصل إلى وجود علاقة موجبة بين متغيرات الدراسة، كما تم تقديم مجموعة من التوصيات تدور في معظمها حول ضرورة إدخال نظام الذكاء التسويقي في تسيير وتنظيم مؤسساتنا الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: ذكاء منتج، ذكاء سوق، ذكاء زبون، ذكاء منافس، تفوق تنافسي.

Effect of marketing intelligence on achieving Competitive Superiority for economic organizations

- A field study of a sample of Algerian organizations -

Abstract

This study aimed to define the concept of marketing intelligence and to highlight its impact on achieving the competitive advantage of Algerian economic institutions. A strong correlation between the study variables amounted to 0.833, and a set of recommendations were presented, most of which revolve around the necessity of introducing the marketing intelligence system in the management and organization of our Algerian institutions.

Keywords: Product intelligence, market intelligence, customer intelligence, competitor intelligence, competitive superiority.

L'effet de l'intelligence marketing sur l'obtention d'un Supériorité compétitive pour les organisations économiques

- Une étude de terrain d'un échantillon d'organisations algériennes-

Résumé

Cette étude vise à étudier l'effet de l'intelligence marketing sur l'obtention de l'avantage concurrentiel des organisations économiques algériennes, la recherche était basée sur une étude de terrain d'un échantillon d'organisations algériennes, et l'étude a trouvé une relation positive entre ses variables, et a présenté un ensemble de recommandations dans la plupart d'entre elles liées à la nécessité d'introduire un système d'intelligence marketing dans la gestion de nos organisations Algérien.

Mots-clés: Intelligence produit, intelligence marché, intelligence client, intelligence concurrentielle, supériorité compétitive.

المؤلف المرسل: د. باية وقنوني، ouaguenounia@gmail.com

مقدمة:

لقد عرفت العشرية الأخيرة من القرن الماضي ازديادا كبيرا في حدة المنافسة العالمية، بسبب الانفتاح الكبير للأسواق، والتطور السريع في مجال التكنولوجيا، وظهر ما يسمى باقتصاد المعرفة، وأصبحت المؤسسات تعيش في بيئة تمتاز بدرجة كبيرة من عدم التأكد، مما حتم على المؤسسة السعي نحو تحقيق التفوق والتميز بغية البقاء في مجال الأعمال.

واستجابة لتلك الظروف بدأت المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تركز على مفهوم التفوق التنافسي، الذي يبنى على جملة من العوامل أساسها الميزة التنافسية، كما أنه يعتمد على معلومات استباقية، متجددة ومستمرة عن البيئة التسويقية والخارجية عموما، ويساهم نظام الذكاء التسويقي في توفيرها وإيصال المؤسسات الاقتصادية إلى تحقيق أهدافها.

من هنا نتطرق إشكالية بحثنا التي يمكن صياغتها في السؤال الجوهرى التالي:

هل يؤثر الذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟

يندرج تحت هذا السؤال عدة أسئلة فرعية منها:

- ماذا نقصد بالذكاء التسويقي؟
- فيم تتمثل مؤشرات التفوق التنافسي؟
- هل تستخدم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية معلومات الذكاء التسويقي في سعيها للوصول إلى التفوق التنافسي؟

وكإجابة مؤقتة على هذه الإشكالية وضعنا الفرضيات التالية:

- لا توجد أهمية ذات دلالة إحصائية للذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الجزائرية عند مستوى الدلالة $\alpha \geq 0.05$

❖ أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من حداثة موضوع الذكاء التسويقي الذي شغل اهتمامات وقضايا الفكر التسويقي في السنوات الأخيرة، وأصبح التفوق التنافسي الذي سمة المؤسسات الرائدة في مجال الأعمال ومطلب أساسي لبقائها. وتتبع أهمية الدراسة أيضا من:

- التعرف على مدى إدراك المؤسسات الجزائرية محل الدراسة لأهمية معلومات الذكاء التسويقي؛
- دراسة ميدانية لعينة من مؤسسات اقتصادية جزائرية؛
- الاعتماد على برنامج الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، والذي ساهم في توسيع عملية تحليل البيانات للتأكد من صحة فرضيات الدراسة الميدانية؛
- توعية المؤسسات والإطارات المستقبلية الجزائرية بأهمية الاعتماد على الذكاء التسويقي كوسيلة عمل جديدة تتيح لمؤسساتنا الاقتصادية إمكانية التفوق التنافسي والتهيؤ المسبق لمواجهة تحديات البيئة التسويقية.

❖ محاور الدراسة:

لدراسة الموضوع قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاثة محاور أساسية تتمثل في:

- مدخل للذكاء التسويقي؛

- أساسيات حول التفوق التنافسي؛
- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية حول اثر الذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الاقتصادية.

❖ الدراسات السابقة:

لقد قمنا بالاطلاع على عدة دراسات تميزت بتركيزها على متغيرات الدراسة، ومن بين هذه الدراسات نجد: دراسة ديلمي فتيحة (2016-2017): قدمت الدراسة على شكل أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم التجارية، وقد جاءت بعنوان "أثر بناء قيمة للعلامة التجارية لدى المستهلك في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الاقتصادية"، ومن بين الأهداف الأساسية للدراسة اختبار العلاقة بين بناء قيمة للعلامة التجارية من منظور المستهلك والتفوق التنافسي في قطاع الأجهزة الكهرومنزلية بالجزائر وفقا لحساسية الزبون في هذا الصنف من المنتجات، وفي ظل هذا الهدف العام تم دراسة مجموعة من علامات الأجهزة الكهرومنزلية لمؤسسات جزائرية، وتم التوصل إلى جملة من النتائج أهمها: تأثير حساسية المستهلك للعلامة التجارية في صنف الأجهزة الكهرومنزلية على تحسن مؤشر استجابة السوق والمبيعات بالنسبة إلى المؤسسات المستجوبة، وأن هناك أثراً لأبعاد قيمة العلامة التجارية على مؤشر الربح المتحقق من الزبون، وعلى مؤشر استجابة السوق والمبيعات بالنسبة لعينة الدراسة.

لكن ورغم أن الدراسة تناولت موضوع التفوق التنافسي، إلا أن الباحث لم يركز عليه في الجانب النظري، ولم يتطرق إلى مؤشرات كثيرة للتفوق التنافسي.

دراسة قاشي خالد، زواغي سامية (2017): الدراسة عبارة عن ورقة بحثية بعنوان "مساهمة الذكاء التسويقي في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة كوندور"، وقد سعت الدراسة إلى توضيح أهمية اكتساب ميزة تنافسية وضرورة الحفاظ عليها عن طريق تطبيق الذكاء التسويقي، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة، قوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين كل من ذكاء الزبون، وذكاء المنتج، وذكاء السوق وذكاء المنافس مع المتغير التابع المتمثل في الميزة التنافسية.

ومن نقائص هذه الدراسة أنها ركزت على مؤسسة كوندور فقط، كما أنها لم تعرض وتحلل خصائص عينة الدراسة، وتوجهت مباشرة إلى توضيح النتائج النهائية للبحث.

1- مدخل للذكاء التسويقي:

يعتبر الذكاء التسويقي أسلوباً ومنهج عمل يجعل المؤسسة في حالة يقظة تامة ومستمرة لما يدور حولها، إذ يعد من أهم وأحدث الأنظمة التي تضمن الحفاظ على مكانة المؤسسة في سوق المنافسة.

1-1- نشأة الذكاء التسويقي، مفهومه ومصادره معلوماته:

تعد الاستخبارات العسكرية البداية الأولى لنشأة الذكاء التسويقي في منظمات الأعمال، وقد بدأ تطبيقها من قبل (Dr. William) عام 1961 في شركة (Adward Dalton)، وقد أشار (Dr. William) إلى أهمية هذا النظام في مراقبة السوق بصورة منتظمة، ومع اتساع المنافسة العالمية بدأت المؤسسات بمبادرات أولية لاستخدام تقنيات الذكاء التسويقي في مجال أعمالها، لمساعدة متخذ القرار في التحليل والإستراتيجية العامة، وبدأت تتشكل وحدات أعمال خاصة للذكاء التسويقي في مؤسسات مختلفة لجمع المعلومات حول المنافسين والبيئة التسويقية عامة لإدارة الصراع التجاري⁽¹⁾.

ويعرف Léonard Dumas الذكاء التسويقي على أنه "سيرورة مستمرة، تفاعلية وأخلاقية، بواسطته تراقب المؤسسة وتحلل عن قصد محيطها التسويقي، بهدف البحث عن الإشارات الملائمة لتكوين فرص يمكن أن تؤثر في استمراريتها، وتستخدم منتجات الذكاء التسويقي في توجيه قرارات المسيرين من أجل تطوير أداء المؤسسة"⁽²⁾. ومن هذا التعريف نستنتج أن الذكاء التسويقي موجه لجمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالمحيط التسويقي والمساعدة في اتخاذ القرارات التي من خلالها يتم تطوير المؤسسة.

ويشير Daniel Rouach إلى أن الذكاء التسويقي يقوم على جمع، واختيار، ومعالجة ونشر المعلومات المرتبطة بالمنتجات والأسواق.

- وتتفرد معلومات الذكاء التسويقي ببعض الخصائص عن غيرها من المعلومات، وفيمايلي أهم هذه الخصائص:
- ✓ متجددة ولها قيمة مضافة، تساهم في أخذ القرارات التسويقية الهامة وإعداد الإستراتيجيات والسياسات؛
 - ✓ تركز على متغيرات البيئة التسويقية للمؤسسة، وتوجه للكشف عن تغيرات وأخطار وفرص المحيط التسويقي؛
 - ✓ من أهدافها الكشف عن الغموض والتقليل من حالات عدم التأكد؛
 - ✓ متوفرة في الوقت الملائم وللشخص المناسب؛
 - ✓ استباقية، بحيث تركز أكثر على استشراف المستقبل والبحث عن إشارات الإنذار المبكرة؛
 - ✓ تقوم على المراقبة مع صعوبة قياسها وزيادة حجمها نظرا لاستمرارية تدفقها في الغالب؛
 - ✓ تنبيهية للتحذير من حدوث تهديد معين؛
 - ✓ تكتسب بطريقة قانونية وتحتاج إلى وقت طويل أحيانا، وجهد كبير.

وتتمثل أهم مصادر معلومات الذكاء التسويقي في: الوظيفة التسويقية والتجارية، ووظيفة البحث والتطوير المعارض والصالونات المحلية والدولية، ووسائل الإعلام المكتوبة، والمقروءة والمسموعة، والأنترنت (الشبكات الاجتماعية ومواقع المنافسين، وتدفقات RSS... إلخ)، وقوائم الزبائن، وتقارير رجال البيع، والمقابلة الشخصية مع الموردين والمستهلكين والمنافسين والموزعين والشركاء، والملاحظة والشائعات، واقتراحات وشكاوي الزبائن، وبحوث التسويق، وخلية اليقظة والذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة، ومؤسسات متخصصة في إعداد البحوث والدراسات التسويقية، ومؤسسات متخصصة في الذكاء الاستراتيجي والاقتصادي، ودراسات السوق المنشورة، والمجلات المتخصصة.

وباستخدام كل هذه المصادر الداخلية، والخارجية والالكترونية، تتمكن المؤسسة من خلال الذكاء التسويقي في الحصول على كم كبير من البيانات والمعلومات بأقل جهد وكلفة ممكنة، مما يؤدي إلى تحقيق أهدافها وتطوير علاقتها مع زبائنها.

1-2- مكونات نظام الذكاء التسويقي:

هناك العديد من النماذج التي حاولت توضيح مكونات الذكاء التسويقي، وقد تم تطوير أفضل نموذج بواسطة الباحث Crowley سنة 2004، ويعتبر النموذج الأفضل بالنسبة للعديد من الباحثين نظرا لاستيعابه للمتغيرات الأكثر تأثيرا في بيئة التسويق، وهي (الزبون، المنتج، السوق، المنافسين)، وتمثل هذه المكونات العناصر الأساسية التي تستخدمها المؤسسات في رسم سياسات واستراتيجياتها⁽³⁾. وعلى ضوء ذلك يمكن توضيح مكونات الذكاء التسويقي في الآتي:

1-2-1- فهم الزبون:

يمثل الزبون نقطة الانطلاق في المفهوم الحديث للتسويق وجوهر العملية التسويقية، وعلى المؤسسة تحديد حاجاته ورغباته قبل أن تقوم بإشباعها بطريقة أحسن من المنافسين الآخرين لكسب ولاء الزبون والمحافظة عليه وقد أشار (George S Day) إلى ضرورة اكتساب المديرين معرفة أكبر عن الزبائن وتفكيرهم السلوكي، وهذا يعني أنه من الضروري فهم ديناميكيات التفكير الواعي وغير الواعي للزبائن وهو النجاح التجاري النهائي⁽⁴⁾.

وتعتبر المعلومات المرتبطة بالزبون في غاية الأهمية بالنسبة لنجاح أعمال أي المؤسسة، ولقد استثمرت مؤسسات عديدة كميات لا يستهان بها من أنظمة قواعد بيانات الزبائن، بحيث تعمل هذه الأنظمة على جمع كميات كبيرة من البيانات عن الزبائن وتحويلها والاحتفاظ بها، فضلا عن استخدامها في سبيل تطوير الأداء أو الإبداع في المنتجات والخدمات، ويسمح فهم الزبون بتحديد اتجاه تطوير المنتجات والخدمات وتنويعها بشكل متكامل ومتزامن مع الاستراتيجيات التسويقية الموضوعة من قبل إدارة المؤسسة، لتكوين معرفة تسويقية جديدة وعندئذ يصبح من الممكن تماما أن تحقق المؤسسة تفوقا تنافسيا من خلال تحديد السلوك الشرائي للزبون عبر اختياره للمنتج المحدد، والعلامة التجارية ودرجة الولاء اتجاه منتجاتها وخدماتها⁽⁵⁾.

1-2-2- ذكاء السوق:

يعتبر أخذ الطبيعة المتغيرة للأسواق بعين الاعتبار عند إعداد الإستراتيجية التسويقية أمرا في غاية الأهمية ومن أهم المتغيرات المؤثرة في فهم السوق نجد: نمو السوق، والحصة السوقية، وحجم السوق وطبيعة الزبائن المحتملين، كما ينتج التعرف على هذه المتغيرات إدراكا واضحا من قبل وظيفة التسويق للأسواق المحيطة بها. وتمكن دراسة السوق من تحديد⁽⁶⁾:

- 1- احتياجات وخصائص ومصالح الزبائن؛
 - 2- تحديد ثغرات في سوق معين لم يلاحظها المنافسون؛
 - 3- تحديد الطلب على السلعة أو الخدمة التي سيتم تقديمها؛
 - 4- اكتشاف قطاعات السوق والاحتياجات أو الاتجاهات الجديدة داخل السوق والتي لم تكن معروفة قبل.
- ولهذا تساهم المعلومات المرتبطة بالسوق في تنمية الميزة التنافسية من خلال زيادة حصة السوق والمبيعات ولتحقيق ذلك، ينبغي للمؤسسة توفير معلومات قيمة لإعطاء صورة تحليلية لمختلف جوانب السوق والعوامل التي تؤثر عليه، بالاستمرار في جمع مختلف البيانات أو المعلومات المتعلقة بتلك الأسواق والوصول إلى فهم السوق المستهدف⁽⁷⁾.

1-2-3- ذكاء المنتج:

يلعب المنتج دورا حيويا ومهما في توجيه القرارات الإستراتيجية للمؤسسة وعملياتها لما له من تأثير في تحديد نوع الصناعة التي قد تنتمي إليها المؤسسة وبالتالي طبيعة ونطاق الأسواق التي تنتمي إليها، إضافة إلى أنه الأداة التي تقدمها المؤسسة لتلبية حاجات ورغبات الزبائن.

ويؤدي الذكاء التسويقي دورا أساسيا في صنع قرارات مزيج المنتج من خلال تقديم معلومات استباقية عن احتمال مواجهة المؤسسة لتقادم المنتجات الحاضرة أو عن طبيعة المنافسة، وبخاصة غير السعرية والتطورات التقنية والابتكارات الحديثة وغيرها من المعلومات الاستخبارية التي تتعلق بمزيج المنتج⁽⁸⁾.

1-2-4- ذكاء المنافس:

ذكاء المنافس هو فهم ومعرفة ما يجري في العالم الخارجي خاصة المنافسين في نفس الصناعة⁽⁹⁾، وهذا من خلال جمع البيانات المتحصل عليها بتحليل الصناعة والمنافسة واستخراج النتائج وتطبيقها في اتخاذ القرار. وتساهم معلومات ذكاء المنافس في تحديد طبيعة المنافسة في السوق، ونقاط القوة والضعف للمنافسين وطبيعة المنتجات المنافسة في السوق، وطبيعة المنتجات البديلة، وعدد المنافسين، والسياسات التسويقية للمنافسين واستراتيجياتهم...الخ

2- أساسيات حول التفوق التنافسي:

يمثل التفوق التنافسي في حياة منظمات الأعمال الغاية الأسمى التي تسعى للوصول إليها، من أجل ضمان استمرارها في إحراز التقدم والنجاح، فماذا نقصد بالتفوق التنافسي؟ وفيما تتمثل أهم مؤشرات؟

1-2- مفهوم التفوق التنافسي:

يعتبر التفوق التنافسي من المفاهيم الحديثة التي لاقت أهمية كبيرة في أدبيات الإدارة، ولم يتفق الباحثون في إعطاء تعريف موحد له، بل تعددت التعاريف بتعدد الباحثين في هذا المجال.

فيرى (Pitts & Lie) أن التفوق التنافسي "يرتبط بقدرة المؤسسة على استغلال نقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها لاستغلال الفرص وتجنب التهديدات، ضمن بيئة أعمالها، بحيث تخلق قيمة لا يستطيع بقية المنافسين تحقيقها في أدائهم لأنشطتها"⁽¹⁰⁾.

وعرفه (willow and al) بأنه القدرة على خلق قيمة يدركها الزبائن على أنها متفوقة على المنافسين، ويشير (safiullah) إلى أن التفوق هو امتلاك قدرة أعلى من المنافسين⁽¹¹⁾.

وفي نفس السياق يرى (Dilworth) بأن التفوق التنافسي يقتزن بقدرة المؤسسة على تحقيق منافع مضاعفة إلى منتجاتها بما يحقق جذبا للزبائن.

ويعبر التفوق التنافسي أيضا عن الموقع الفريد الذي تعمل المؤسسة على تطويره بوجه المنافسين عند استخدامها للمهارات والأساليب الفنية والإدارية والتنظيمية من خلال الموارد التي تمتلكها المؤسسة⁽¹²⁾.

وعرفه (fahey) بأنه أي شيء يميز المؤسسة أو منتجاتها تميزا إيجابيا عن منافسيها وذلك في نظر زبائنها النهائيين⁽¹³⁾.

كما يعرف بأنه " قدرة المؤسسة على تحويل المزايا التنافسية التي تكتسبها إلى ميزة تفوق"⁽¹⁴⁾.

نستنتج من التعاريف السابقة أن التفوق التنافسي هو عبارة عن القدرات الفريدة للمؤسسة التي تميزها عن المنافسين وتتفوق بها عليهم، من أجل تحقيق التفرد في الأداء والتميز في أذهان الزبائن. يمكن القول بأن التفوق التنافسي يمثل مؤشرا لـ:

- تفرد المؤسسة وتميزها في أداء أنشطتها مقارنة بالمنافسين لتحقيق موقع فريد في السوق؛
- الصورة المثلى في ذهن الزبون عن المؤسسة قياسا بالمؤسسات المنافسة لها؛
- مستوى أو درجة التمايز في منتجات المؤسسة.

2-2- التفوق التنافسي والميزة التنافسية: رغم أن بعض الكتابات لم تعط تمييزا واضحا ودقيقا بين مفهومي

التفوق التنافسي والميزة التنافسية إذ استخدم أحدهما ليكون مرادفا للآخر، إلا أنه يمكن القول إن التفوق التنافسي

يمثل النتيجة (الغاية) التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها عن طريق اعتماد أساليب أو وسائل تعبر عن أبعاد الميزة التنافسية.

ولقد أجمعت الدراسات على أن مفهوم الميزة التنافسية ليس سوى امتداد لمفهوم الميزة النسبية لصاحبه دافيد ريكاردو (David Ricardo)، بعدها ظهرت مع كتابات (Chamberlain) سنة 1939، ثم مع (Selznick) سنة 1959، وقد ربط هذا الأخير الميزة بالمقدرة، وتوالت بعدها المفاهيم من منظري الإدارة والتسيير الإستراتيجي أمثال: (Hofer et Schendel, Treacy et Bakos, Czepiel, Fahey, Day (1984), porter (1985)).

فهناك من يعتبرها "المقدرة على التميز وخلق ثروة أكبر من المنافسين في السوق المحلي أو الدولي من خلال تقديم الناتج للزبائن بالكفاءة المطلوبة (النوعية، السعر، الوقت) لاكتساب حصة سوقية ملائمة" (15). وهناك من يرى أنها "زيادة معدل الجاذبية التي تقدمها الشركة مقارنة بالمنافسين من وجهات نظر الزبائن" (16). والميزة التنافسية في نظرنا هي جملة من الخصائص والصفات التي تتفرد بها المؤسسة بالنظر لمنافسيها، والتي تجعلها في وضعية أحسن وتحقق لها رضا الزبون، وذلك بالاعتماد على الجودة أو السعر أو تقليص التكلفة، أو الحصة السوقية، أو القيمة المدركة أو التميز في التكنولوجيا المستخدمة أو المزيج التسويقي المعتمد بداية من تصميم المنتج إلى إيصاله وتقديمه إلى الزبون المستهدف.

2-3- مؤشرات التفوق التنافسي:

يتحدد التفوق التنافسي للمؤسسة من خلال عدة مؤشرات أهمها (17):

✓ **الحصة السوقية (Market Share):** وهي قياس حجم المبيعات في صيغة حصة سوقية من خلال قسمة حجم المبيعات الكلية للمؤسسة على حجم المبيعات الكلية في الصناعة، ذات العلاقة خلال مدة زمنية معينة، حيث يتم التوصل إلى نسبة معينة تمثل الحصة السوقية. وفي المنظمات التي تقدم الخدمات ونظرا لصعوبة قياس المبيعات في صيغة وحدات، يتم قياس الحصة السوقية بعدد الزبائن الذين تم تقديم الخدمة لهم بالنسبة لحجم السوق المستهدف.

✓ **القيمة السوقية للسهم (Market Value):** وهي قيمة السهم العادي في السوق المالي، والتي تتحدد من خلال عملية العرض والطلب على السهم أثناء عملية التداول اليومية، وهي غير ثابتة نتيجة توقعات المستثمرين بخصوص عائد ومخاطر السهم، فضلا عن طبيعة الأوضاع الاقتصادية والسياسية في الدولة.

✓ **العائد على الاستثمار (Return on Investment):** ويعد من المقاييس المهمة للربحية، والذي يعكس النشاط التشغيلي للمؤسسة، ويحسب عن طريق قسمة الأرباح قبل الفوائد والضرائب على مجموع التمويل المستثمر في موجودات المؤسسة.

✓ **التحالفات (Alliance):** هي ائتلافات تعقدتها المؤسسة مع مؤسسات أخرى من أجل تحقيق واحدة أو أكثر من استراتيجياتها، سواء كان ذلك من خلال المشاريع المشتركة، أو الاندماج مع مؤسسات أخرى، أو بالاستحواذ على مؤسسات أخرى، وذلك بشرائها بالكامل، كما يمكن أن يكون من خلال الاشتراك بنظم معلومات إستراتيجية أو أكثر.

ويضيف لشهب الصادق مؤشرات أخرى للتفوق التنافسي يمكن تمثيلها في (18):

- **الابتكار:** ويقصد به التجسيد الفعلي للأفكار الإبداعية في شكل منتجات تطرح في السوق أو طرق جديدة أكثر تكويناً للقيمة في مجال نشاط المؤسسة، وتختلف عن تلك الطرق المستعملة أو عمليات تمكن المؤسسة من تدعيم وتقوية ميزتها التنافسية.
 - **الإدارة التنافسية للوقت:** بموجبها تتم المنافسة على عنصر الزمن واستغلاله بشكل رشيد بشكل يمكن المؤسسة من تحقيق سبق فالوقت هو أكثر العناصر المتاحة ندرة للمؤسسة.
 - **أهمية المعرفة وظاهرة المؤسسات الساعية للتعلم:** ينظر للمعرفة اليوم كمصدر أساسي لخلق الثروة، ومن ثم اتجهت أغلب المؤسسات في الدول الصناعية العالمية إلى الاستثمار في المعرفة ورأس المال الفكري ما أفرز ما يسمى بالمؤسسات المتعلمة، أي الساعية إلى تنمية معارفها وتدريب موظفيها بشكل دائم أي الاهتمام بالكفاءات كموارد، لما لها من أدوار في خلق قيمة مضافة للمؤسسة.
 - **الاهتمام بالبيئة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:** تعمل المؤسسات بشكل متزايد للاستجابة للمعايير البيئية العالمية أو لكسب ولاء العملاء أو للتميز على هذا الأساس، فأصبح ما يعرف بالاقتصاد الأخضر محور اهتمام العديد من المؤسسات ومرتکز تنافس عليه.
- وبما أن التفوق التنافسي يتحقق بقدرة المؤسسة على اكتساب مزايا تنافسية مختلفة، فيمكن تمثيل مؤشرات التفوق التنافسي في (19).
- **الكلفة المنخفضة:** تُعد الكلفة المنخفضة البعد التنافسي الأول الذي تسعى إليه الكثير من المؤسسات المتميزة، ويقصد ببعد التكلفة قدرة المؤسسة على إنتاج وتوزيع المنتجات بأقل التكاليف مقارنة بالمنافسين في نفس الصناعة.
- **الجودة:** يسعى الزبون للحصول على منتجات ذات جودة أعلى اعتماداً على المفاضلة بين السعر والجودة ويمكن تحقيق الجودة من خلال:
- جودة التصميم: وتتمثل في ملاءمة مواصفات التصميم مع توقعات الزبائن؛
 - جودة المطابقة: وتتمثل بدرجة التوافق بين المنتج المقدم للسوق وحاجات ورغبات الزبائن من جهة وجعل نسبة المعيب إلى أدنى درجة ممكنة؛
 - جودة الخدمة: وتعني التوافق مع متطلبات الزبون للمنفعة التي سوف يحصل عليها من الخدمة.
- **المرونة:** أصبحت المرونة من المزايا التنافسية الحاسمة في الوقت الحاضر، ويقصد بالمرونة القدرة على إنتاج مدى واسع من المنتجات، وإدخال منتجات جديدة، وتعديل المنتجات الحالية بسرعة والاستجابة لحاجات الزبائن، ويتم تحقيق التميز على أساس المرونة من خلال عنصرين أساسيين هما:
- مرونة تطوير قدرات المؤسسة في تغيير نوع وحجم المنتج حسب رغبات الزبائن؛
 - مرونة الحجم: وتعني قدرة المؤسسة على مسايرة التغير في حجم الإنتاج وبحسب مستويات الطلب.
- **الوقت:** تسعى الكثير من المؤسسات لتوسيع قاعدتها مع الزبائن من خلال التركيز على:
- تقليص زمن التسليم للزبون؛
 - تخفيض زمن تقديم المنتجات الجديدة للأسواق؛
 - تخفيض زمن تحويل العمليات انطلاقاً من فلسفة الوقت المحدد؛
 - سرعة التطوير: ونعني بها القدرة المرتبطة بابتكار وتطوير المنتجات.

3- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية حول أثر الذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الاقتصادية:

بعدما قمنا بتقديم مفاهيم أساسية حول الذكاء التسويقي والتفوق التنافسي، سنقوم في هذا المحور بعرض وتحليل النتائج الميدانية لهذه الدراسة.

3-1- الإطار العام للدراسة الميدانية:

3-1-1- مجتمع وعينة الدراسة:

تم تحديد إطار مجتمع البحث بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة الموجودة في كل من ولاية الجزائر وولاية بومرداس وولاية البويرة.

وفقا لإحصائيات مديرية التجارة التابعة للولايات السابقة، بلغ عدد المتعاملين الاقتصاديين المسجلين بمركز السجل التجاري ما يقارب 206010 مؤسسة اقتصادية بولاية الجزائر⁽²⁰⁾ و 47006 مؤسسة اقتصادية بولاية بومرداس⁽²¹⁾ وما يقارب 34771 مؤسسة اقتصادية بولاية البويرة⁽²²⁾، غير أن دراستنا ركزت على المؤسسات الاقتصادية المتوسطة وبالأخص كبيرة، لاحتمال تبنيها للذكاء التسويقي.

من أجل إتمام البحث قمنا بالاعتماد على العينة المسيرة، وهي عينة غير احتمالية تعتمد على مبدأ ما هو متاح، بحيث يختار الباحث المفردات الميسرة.

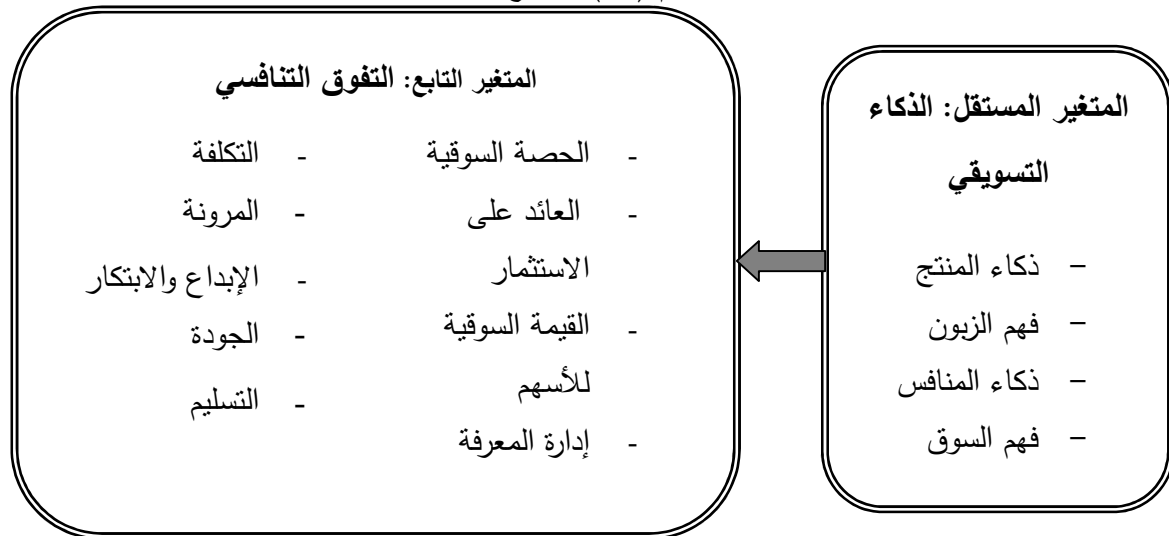
وقد تم استخدامها للحصول على أكبر قدر ممكن من الإجابات، ولتحقيق هذا الغرض، تم توزيع (80) قائمة استبيان، غير أنه تم استرجاع 41 منها فقط، وبعد تفحصها تم استبعاد (05) قوائم، لعدم اكتمال البيانات فيها وأيضا لعدم توافقها مع خصائص العينة المختارة.

وقد تمت عملية جمع الاستبيانات خلال الفترة الممتدة من 2018/12/23 إلى غاية 2019/05/13.

3-1-2- نموذج الدراسة:

يتكون نموذج الدراسة من متغيرين، أحدهما مستقل يتمثل في الذكاء التسويقي، والآخر تابع يتمثل في التفوق التنافسي، والشكل الآتي يوضح ذلك.

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الدراسة.

يوضح الشكل أن المتغير المستقل والمتمثل في الذكاء التسويقي يتكون من متغيرات فرعية تتمثل في: ذكاء المنتج، وفهم الزبون، وذكاء المنافس وفهم السوق، أما المتغير التابع والمتمثل في التفوق التنافسي فينتكون من مؤشرات مختلفة تتكون من: الحصة السوقية، والعائد على الاستثمار، والقيمة السوقية للأسهم، وإدارة المعرفة، والتكلفة، والمرونة، والإبداع والابتكار، والجودة والتسليم.

وقد تم التعريف بكل هذه المتغيرات في الجانب النظري للدراسة.

3-1-3- اختبارات الصدق والثبات الخاصة بالاستبيان:

لقد تم التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة من خلال ما يلي:

➤ **اختبار الصدق:** من أجل التحقق من الصدق الظاهري للاستبيان، تمت الاستعانة بمجموعة من الأساتذة المحكمين في تخصص الإدارة التسويقية، وإدارة الأعمال والتسويق، بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة البويرة وجامعة الجزائر، وذلك للاستفادة من خبرتهم وإجراء التعديلات في ضوء المقترحات المقدمة، وقد كانت آراء المحكمين في عمومها إيجابية، وفي ضوء هذه الآراء قمنا بإعادة بناء أداة الدراسة وضبطها في صورتها النهائية، كما تم فحص صدق المحتوى منذ المراحل الأولى لإعداد الاستبيان، وذلك بمراجعتها بشكل مستقل لكل فقرة.

➤ **اختبار الثبات:** للتأكد من ثبات الإجابة، قمنا بإعادة توزيع الاستبيان على عينة استطلاعية، ورغم أن عدد الاستبيانات المسترجعة كانت قليلة، إلا أنه تم التأكد من خلالها أن هناك ثباتا نسبيا بين الإجابات. ولدعم اختبار صدق الأداة وثباتها، تم استخدام معامل الثبات الفايرونباخ (Alpha Cronbach's) لتقييم مدى الاتساق الداخلي لفقرات المقياس وقوة الارتباط فيما بينها.

وبعد حسابه باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) حصلنا على القيمة 0.7950 بالنسبة لبعد الذكاء التسويقي، وعلى القيمة 0.8150 بالنسبة لمؤشرات التفوق التنافسي، وتعتبر هذه القيمة مقبولة لأنها تجاوزت 0.60 والتي تمثل القيمة المعقولة في البحوث المتعلقة بالإدارة والعلوم الإنسانية.

3-2- عرض وتحليل نتائج الاستبيان:

3-2-1- عرض خصائص عينة الدراسة وتحليلها:

ركزت الدراسة الميدانية على بعض الخصائص التي يمكن أن يكون لها تأثير على اختلاف رؤية المؤسسات المبحوثة إزاء محاور الدراسة، ويوضح الجدول الآتي النتائج المتحصل عليها بعد فرز وتحليل الاستبيان.

الجدول رقم (01): خصائص عينة الدراسة

خصائص العينة		التكرار المطلق	التكرار النسبي
نوع القطاع	قطاع الخدمات	12	33.33%
	القطاع الصناعي	22	61.11%
	القطاع التجاري	02	5.56%
	قطاع آخر	00	00%
المجموع		36	100%
عدد المستخدمين	أقل من 50	10	27.78%
	من 50 إلى 250	24	66.67%

أكثر من 250	02	5.55 %
المجموع	36	100 %
أقل من 05 سنوات	07	19.44 %
من 05 إلى 10 سنوات	24	66.67 %
أكثر من 10 سنوات	05	13.89 %
المجموع	36	100 %

المصدر: من إعداد الباحثين بالباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتبين من الجدول أعلاه أن مؤسسات العينة تنتمي إلى ثلاثة قطاعات أساسية يترأسها القطاع الصناعي بنسبة 61.11%، ثم قطاع الخدمات بنسبة 33.33%، وأخيرا القطاع التجاري بنسبة 5.56%. وتعود هذه النتائج إلى نوع العينة المستخدمة، واستهداف المؤسسات التي يرتفع احتمال تبنيها للذكاء التسويقي وفي نفس الوقت تسعى إلى تحقيق التفوق التنافسي.

يتضح من الجدول أيضا أن معظم مؤسسات العينة هي مؤسسات متوسطة بنسبة 66.67%، تليها مؤسسات صغيرة بنسبة 27.78%، وأخيرا مؤسسات كبيرة بنسبة 5.55%، أما عن تاريخ الإنشاء فمعظم المؤسسات المستجوبة يتراوح تاريخ إنشائها من 05 إلى 10 سنوات بنسبة 66.67%، وحوالي 13.89% منها متواجدة في السوق الجزائري منذ أكثر من 10 سنوات.

ويمكن إرجاع النتائج إلى الاستهداف القصدي للمؤسسات التي لها مدة جيدة في السوق الجزائرية، اعتقادا منا أنها تدرك أهمية المعلومات الاستخبارية في تعزيز تفوقها وتميزها التنافسي.

3-2-2- تحليل العبارات المرتبطة بأبعاد الذكاء التسويقي:

لتحليل عبارات المحور المرتبط بالذكاء التسويقي، نستخدم البرنامج الإحصائي SPSS، والموضحة نتائجها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (02): نتائج أبعاد الذكاء التسويقي

الترتيب حسب المتوسط	مستوى الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	العبارات
ذكاء المنتج				
01	موافق بشدة	0.88	4.36	يعتبر تحسين جودة المنتجات من أولويات مؤسستنا.
03	محايد	1.24	2.74	تقوم مؤسستنا بتقييم منتجات المنافسين.
02	موافق	1.55	3.48	تعتمد مؤسستنا في إضافة منتجات جديدة على معلومات مستمرة واستباقية.
04	موافق	1.22	3.52	نتيجة بعد ذكاء المنتج
فهم الزبون				
01	موافق	0.66	3.98	تمكن معلومات الاستخبارات التسويقية من كسب زبائن جدد والاحتفاظ بهم.
03	موافق	1.43	3.50	تهتم مؤسستنا بالتعرف على سلوك زبائننا، والكيفية التي يقومون من خلالها بإشباع حاجاتهم ورغباتهم.
02	موافق	1.36	3.89	تسعى المؤسسة إلى تطوير علاقتها مع زبائننا وتحقيق رضاهم وولائهم.
03	موافق	1.15	3.79	نتيجة بعد فهم الزبون
ذكاء المنافس				

02	موافق	1.33	4.03	تهتم المؤسسة بمراقبة منافسيها للتعرف على خططهم وتحركاتهم.
03	محايد	0.96	3.19	يمكن التنبؤ باستراتيجيات المنافسين من خلال المعلومات المستمرة حول سلوكهم الماضي والحالي والمحتمل.
01	موافق بشدة	0.82	4.37	تساهم معلومات الاستخبارات التسويقية في تحديد مصادر الميزة التنافسية لدى المنافسين.
02	موافق	1.03	3.86	نتيجة بعد ذكاء المنافس
فهم السوق				
02	موافق بشدة	0.75	4.39	تساعد المعلومات التسويقية المستمرة التي تجمعها مؤسستنا في تحديد الحصة السوقية وحجم سوقها المستهدف
01	موافق بشدة	0.44	4.63	تهتم مؤسستنا بمتابعة التغيرات المحتملة في الأسواق.
03	موافق	1.29	3.33	تساهم المعلومات الاستباقية في الدخول إلى أسواق جديدة وتنمية الحصة السوقية.
01	موافق	0.82	4.11	نتيجة بعد فهم السوق
/	موافق	1.05	3.82	نتيجة أبعاد الذكاء التسويقي

المصدر: من إعداد الباحثين بالباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يشير الجدول رقم (02) إلى نتائج تحليل الإحصاء الوصفي المتعلقة بقيم المتوسطات الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية لإجابات مؤسسات العينة حول أبعاد الذكاء التسويقي، ولكون المقياس تضمن تدرج معدل الاستخدام من 01 إلى 05، فإن وسط المقياس هو 03.

ومن نتيجة أبعاد الذكاء التسويقي يتضح أن مؤسسات العينة تهتم بجمع وتحليل المعلومات حول البيئة التسويقية، وتوافق على أن هذا النوع من المعلومات مهم في فهم السوق، وفهم الزبون ومتابعة مستجدات المنافسين والسوق، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.82 في اتجاه عام موافق، وبلغ الانحراف المعياري 1.05 بمستوى تشتت صغير إلى متوسط.

ويلاحظ من الجدول أيضا أن بعد فهم السوق تصدر المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرجح 4.11، يليه بعد ذكاء المنافس بمتوسط حسابي مرجح 3.79، ثم بعد فهم الزبون وأخيرا بعد ذكاء المنتج بمتوسط حسابي 3.52 وبانحراف معياري 1.22، وهذا يدل على وجود تشتت متوسط في إجابات مؤسسات العينة حول بعد ذكاء المنتج.

3-2-3- تحليل العبارات المرتبطة بمؤشرات التفوق التنافسي:

يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): نتائج مؤشرات التفوق التنافسي

الترتيب حسب المتوسط	مستوى الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	العبارات
الحصة السوقية				
02	محايد	1.62	3.03	تتميز مؤسستنا بحجم مبيعات مرتفع
01	موافق بشدة	0.43	4.59	يعتبر توسيع الحصة السوقية هدفا استراتيجيا للمؤسسة
04	موافق	1.02	3.81	نتيجة بعد الحصة السوقية
العائد على الاستثمار				
02	محايد	1.59	2.85	تحقق مؤسستنا عائدا مرتفعا على استثماراتها المختلفة

01	موافق	0.82	3.83	تسعى المؤسسة إلى الرفع من العائد على الاستثمار
07	موافق	1.20	3.34	نتيجة بعد العائد على الاستثمار
القيمة السوقية للأسهم				
03	غير موافق بشدة	0.00	1.00	تمتلك مؤسستنا أسهما في السوق المالي
02	غير موافق بشدة	0.37	1.20	تهدف المؤسسة إلى نمو القيمة السوقية لأسهمها
01	محايد	0.82	3.10	تطمح مؤسستنا إلى دخول سوق البورصة
10	غير موافق بشدة	0.59	1.76	نتيجة بعد القيمة السوقية للأسهم
إدارة المعرفة				
02	موافق	0.68	4.18	تقوم مؤسستنا بمشاركة الخبرة الجماعية ونشر المعرفة من أجل اتخاذ القرارات وحل المشكلات وتحقيق الأهداف
01	موافق	1.05	4.12	تسعى المؤسسة إلى توفير بيئة ثقافية ملائمة لها، لتسهيل اكتساب المعرفة ونقلها والتشارك فيها.
02	موافق	0.86	4.15	نتيجة بعد إدارة المعرفة
المسؤولية الاجتماعية				
02	غير موافق	0.96	2.37	تسعى مؤسستنا إلى إنتاج منتجات صديقة بالبيئة
01	موافق	0.86	3.66	تعتبر المحافظة على مصلحة المجتمع من أولويات مؤسستنا
09	محايد	0.91	3.01	نتيجة بعد المسؤولية الاجتماعية
التكلفة				
01	موافق	1.33	3.44	تنتهج مؤسستنا إستراتيجية قيادة التكاليف لأجل زيادة المبيعات
02	محايد	0.84	3.06	تنسجم منتجاتنا بالتكلفة المنخفضة قياسا بالمنافسين
08	محايد	1.08	3.25	نتيجة بعد التكلفة
المرونة				
01	موافق	0.75	04.05	تقوم مؤسستنا بتعديل وتطوير منتجاتها بما يتلاءم والتغيرات البيئية المستمرة
02	موافق	0.92	3.97	نضع في الحسبان دائما مرونة الحجم والمرونة في العمليات الإنتاجية
03	غير موافق	1.44	2.37	تتفوق مؤسستنا على منافسيها بمرونتها العالية في التجاوب مع كل ما هو جديد
06	موافق	1.03	3.46	نتيجة بعد المرونة
الإبداع والابتكار				
03	محايد	1.17	2.93	يعد الإبداع منهجا استراتيجيا في مؤسستنا
01	موافق	0.91	4.09	لدينا القدرة على إيجاد طرقا مبتكرة في العملية الإنتاجية
02	موافق	0.87	3.49	تتفوق مؤسستنا على منافسيها بامتلاكها رأس مال فكري مبدع
05	موافق	0.98	3.50	نتيجة بعد الإبداع والابتكار
الجودة				
01	موافق بشدة	1.21	4.73	هناك إيمان من قبل الإدارة العليا بالتركيز على الجودة واعتبارها مطلبا استراتيجيا
03	موافق	1.38	3.60	ترتبط ربحية مؤسستنا بجودة المنتجات المقدمة وزيادة قيمتها.
02	موافق	1.09	4.01	تحقق الجودة العالية لمنتجاتنا تفوقا على المنافسين
03	موافق	1.22	4.11	نتيجة بعد الجودة
التسليم				
01	موافق بشدة	0.63	4.69	تركز استراتيجياتنا على التسليم في الوقت المناسب

03	موافق	0.91	3.80	نقوم بتبسيط الإجراءات الإدارية المعتمدة وتوفير وسائل النقل المتطورة لتسليم المنتجات في الوقت المحدد.
02	موافق بشدة	0.74	4.63	نحاول دائما تقليل وقت انتظار الزبون
01	موافق بشدة	0.76	4.37	نتيجة بعد التسليم
/	موافق	0.96	3.47	نتيجة بعد مؤشرات التفوق التنافسي

المصدر: من إعداد الباحثين بالباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول أعلاه أن المتوسطات الحسابية لمؤشرات التفوق التنافسي تراوحت بين (1.76-4.37)، وتراوحت الانحرافات المعيارية بين 0.59 و 1.22، وهذا يشير إلى وجود تشتت صغير إلى متوسط للإجابات المرتبطة بالمؤشرات.

وتحصل بعد القيمة السوقية للأسهم على أدنى متوسط حسابي بقيمة 1.76، وباتجاه غير موافق بشدة ويعود السبب إلى عدم دخول مؤسسات العينة إلى السوق المالي مع تصريح البعض منها بتموحيها في الدخول إلى هذا السوق والمشاركة فيه.

أما بعد التسليم فقد احتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.47 وباتجاه عام موافق بشدة، وهذا يدل على أن توصيل المنتجات للزبائن في الوقت المناسب من أولويات المؤسسات المستجوبة.

ونلاحظ من الجدول أيضا أن بعد التكلفة والمسؤولية الاجتماعية تحصلا على المرتبة الثامنة والتاسعة بمتوسطات حسابية 3.25 و 3.01 على التوالي، وقد تعود الأسباب إلى عدم التركيز الكبير لمؤسسات العينة على التكلفة أو على المسؤولية الاجتماعية في استراتيجياتها للتغلب على المنافسين.

يتبين لنا من الجدول أعلاه، أن مؤسسات العينة توافق على رغبتها في توفير بيئة ثقافية ملائمة لتسهيل اكتساب المعرفة ونقلها والتشارك معها، وتوافق أيضا على أهمية الجودة في التفوق على المنافسين، وتشير هذه النتائج إلى اهتمام مؤسسات العينة بتكوين موارد بشرية مؤهلة، وامتلاك المعرفة للوصول إلى إنتاج منتجات ذات جودة عالية.

3-3- اختبار فرضيات الدراسة:

3-3-1- اختبار الفرضية الأولى:

صيغت الفرضية على النحو الآتي: "لا توجد أهمية ذات دلالة إحصائية للذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي".

وتعتبر هذه الفرضية صفرية عند مستوى الدلالة $\alpha \geq 0.05$ ، ودرجة ثقة تساوي 95%. ومن أجل اختبار صدق هذه الفرضية، تم حساب معامل الارتباط ومعامل التحديد بين الذكاء التسويقي ومؤشرات التفوق التنافسي، كما تمت الاستعانة بنتائج التحليل الإحصائي المبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (04): وصف وتقييم أهمية الذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي

أبعاد الذكاء التسويقي	المتوسط الحسابي المرجح	مستوى الأهمية	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط
ذكاء المنتج	3.10	مهمة بشكل متوسط	0.81	04
فهم الزبون	3.36	مهمة جدا	0.60	02
ذكاء المنافس	3.86	مهمة جدا	1.30	01

03	0.95	مهمة جدا	3.31	فهم السوق
/	0.91	مهمة جدا	3.41	المتوسط الحسابي المرجح العام والانحراف المعياري العام

المصدر: من إعداد الباحثين بالباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تجدر الإشارة أننا استخدمنا مقياس التمثيل ذي التعداد الرباعي في تحديد درجة الأهمية كمايلي: مهمة جدا، مهمة بشكل متوسط، مهمة بشكل ضعيف، غير مهمة إطلاقا.

وعلى هذا الأساس يتم تفسير قيم المتوسط الحسابي المرجح كما في الجدول الموالي:

الجدول رقم(05): تفسير المتوسط الحسابي المرجح لمقياس التمثيل ذي التعداد الرباعي

المتوسط المرجح	مستوى الاستخدام أو الممارسة	مستوى الأهمية
من 1 إلى 1.75	منعدم أو ضعيف جدا	غير مهمة إطلاقا
من 1.76 إلى 2.50	ضعيف	مهمة بشكل ضعيف
من 2.51 إلى 3.25	متوسط	مهمة بشكل متوسط
من 3.26 إلى 4.00	قوي	مهمة جدا

المصدر: من إعداد الباحثين.

يتضح لنا من الجدول رقم (04) أن أهمية الذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي كانت عالية بمتوسط حسابي عام 3.41 واتجاه عام مهمة جدا، في حين بلغ الانحراف المعياري 0.91، وهذا يشير على وجود تشتت متوسط لإجابات المبحوثين حول أهمية أبعاد الذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي.

ويتضح من نفس الجدول أيضا أن مؤسسات العينة تعتقد أن ذكاء المنافس هو أكثر أهمية في الوصول إلى الريادة والتفوق في المجال التنافسي، يليه فهم الزبون بمتوسط حسابي 3.36، ثم بعد فهم السوق بمتوسط حسابي 3.31، وأخيرا ذكاء المنتج بمتوسط حسابي 3.10 واتجاه عام مهم بشكل متوسط.

ولعدم وتفسير علاقة الارتباط بين المتغيرين، قمنا بحساب معامل الارتباط والتحديد للمحورين المرتبطين بالذكاء التسويقي والتفوق التنافسي، وتم توضيح النتائج في الجدول التالي:

الجدول رقم(06): معاملي الارتباط والتحديد للمحورين المرتبطين بالذكاء التسويقي والتفوق التنافسي.

معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى المعنوي sig	نتيجة الفرضية الصفرية
0.833	0.693	0.000	رفض

المصدر: من إعداد الباحثين بالباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يشير الجدول رقم (06) إلى أن قوة العلاقة بين الذكاء التسويقي والتفوق التنافسي قد بلغت 0.833 في المؤسسات الجزائرية المستجوبة، وبلغ معامل التحديد 0.693، وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين المتغيرين.

وبما أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية وإيجابية، فهذا يعني أنه كلما ازداد الذكاء التسويقي للمؤسسات المستجوبة، ازدادت قدرتها على تحقيق التفوق التنافسي والعكس صحيح.

ومن قيمة معامل التحديد نصل إلى أن الذكاء التسويقي يفسر 0.693 من التغير الحاصل في التفوق التنافسي لعينة الدراسة، ومن خلال ما سبق نستنتج أنه توجد أهمية ذات دلالة إحصائية للذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي.

3-3-2- اختبار الفرضية الثانية:

استخدمنا تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الثانية، وقد اعتمدنا على قاعدة القرار التالية:

- إذا كانت قيمة مستوى الدلالة أكبر من (0.05) نقبل الفرضية الصفرية H_0 المبنية على صيغة (لا يوجد تأثير....).

- إذا كانت قيمة مستوى الدلالة أقل من (0.05) نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة H_1 المبنية على صيغة (يوجد تأثير....).

- وفيما يلي عرض للنتائج تحليل الفرضية الثانية المتمثلة في: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الجزائرية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ "

الجدول رقم (07): نتائج اختبار الفرضية الثانية

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	79.638	1	69.638	195.128	0.000
الخطأ	25.964	34	0.333		
الإجمالي	105.602	35			
المتغير	المعامل	الخطأ المعياري	(t) المحسوبة	مستوى الدلالة	
الثابت (Constante)	0.615	0.198	1.881	0.006	
الذكاء التسويقي	0.910	0.671	12.637	0.000	
معامل الارتباط ($R=0.833$)، معامل التحديد ($R^2=0.693$)، المتغير التابع: التفوق التنافسي					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS-22

ومن خلال الجدول أعلاه يمكن استخراج العلاقة التالية:

- Y: التفوق التنافسي

- X: الذكاء التسويقي

$$Y=0.615+0.910X$$

ويتبين من خلال الجدول أيضا أن قيمة F المحسوبة بلغت (195.128) وذلك بقيمة احتمال sig مقدارها (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) وهذا ما يثبت صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الثانية التي تم اختبارها باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط.

ومن خلال نفس الجدول نلاحظ أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتغير المستقل والمتمثل في الذكاء التسويقي والمتغير التابع المتمثل في التفوق التنافسي، إذ بلغت قيمة t

المحسوبة 12.6377 عند مستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية المبنية على عدم وجود أثر بين الذكاء التسويقي والتفوق التنافسي وعليه فإننا نقبل الفرضية البديلة التي تقول "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الجزائرية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ "

خاتمة:

مع تزامن التقدم العلمي والتطور التقني وثورة المعلومات، وتزايد حدة المنافسة وتنوع الأسواق والحاجات أخذت المؤسسات بعين الاعتبار أهمية الذكاء التسويقي كنشاط منظم للتوصل إلى الأسواق وتعزيز التميز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية.

ومن خلال هذه الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج النظرية والميدانية تتمثل في:

➤ النتائج النظرية:

- الذكاء التسويقي هو نشاط موجه لجمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالمحيط التسويقي والمساعدة في اتخاذ القرارات التسويقية التي من خلالها يتم تطوير المؤسسة؛
- يعتبر الذكاء التسويقي أحد مكونات نظام المعلومات التسويقي ونظام فرعي منه، يتصل ويتفاعل مع الأنظمة الفرعية الأخرى المتمثلة في: بحوث التسويق، والسجلات الداخلية، وتحليل البيانات؛
- من أهم مكونات نظام الذكاء التسويقي نجد: فهم الزبون، وفهم السوق، وذكاء المنتج وذكاء المنافس؛
- التفوق التنافسي هو عبارة عن القدرات الفريدة للمؤسسة التي تميزها عن المنافسين وتتفوق بها عليهم، من أجل تحقيق التفرد في الأداء والتميز في أذهان الزبائن؛
- يمثل التفوق التنافسي النتيجة (الغاية) التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها عن طريق اعتماد أساليب أو وسائل تعبر عن أبعاد الميزة التنافسية؛
- يتحدد التفوق التنافسي للمؤسسة من خلال عدة مؤشرات أهمها: الحصة السوقية، والقيمة السوقية للسهم العائد على الاستثمار، والتحالفات، والابتكار، وإدارة المعرفة، والمسؤولية الاجتماعية، والكلفة المنخفضة والجودة، والمرونة والوقت (التسليم).

➤ النتائج الميدانية:

- من نتيجة أبعاد الذكاء التسويقي يتضح أن مؤسسات العينة تهتم بجمع وتحليل المعلومات حول البيئة التسويقية، وتوافق على أن هذا النوع من المعلومات مهم في فهم السوق، وفهم الزبون ومتابعة مستجدات المنافسين والسوق، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.82 في اتجاه عام موافق، وبلغ الانحراف المعياري 1.05 بمستوى تشتت صغير إلى متوسط؛
- تحصل بعد القيمة السوقية للأسهم على أدنى متوسط حسابي بقيمة 1.76، وباتجاه غير موافق بشدة ويعود السبب إلى عدم دخول مؤسسات العينة إلى السوق المالي مع تصريح البعض منها بتموجها في الدخول إلى هذا السوق والمشاركة فيه، أما بعد التسليم فقد احتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.47 وباتجاه عام موافق بشدة، وهذا يدل على أن توصيل المنتجات للزبائن في الوقت المناسب من أولويات المؤسسات المستجوبة؛

- تعتقد مؤسسات العينة أن ذكاء المنافس هو أكثر أهمية في الوصول إلى الريادة والتفوق في المجال التنافسي، يليه فهم الزبون بمتوسط حسابي 3.36، ثم بعد فهم السوق بمتوسط حسابي 3.31، وأخيرا ذكاء المنتج بمتوسط حسابي 3.10 واتجاه عام مهم بشكل متوسط؛
 - بلغت قوة العلاقة بين الذكاء التسويقي والتفوق التنافسي 0.833 في المؤسسات الجزائرية المستجوبة وبلغ معامل التحديد 0.693، وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين المتغيرين؛
 - توجد أهمية ذات دلالة إحصائية للذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي؛
 - بلغت قيمة t المحسوبة 12.6377 عند مستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تقول "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التسويقي في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات الجزائرية عند مستوى الدلالة $0.05 \geq \alpha$ "
- التوصيات:**

- تنظيم الملتقيات والندوات العلمية للتعريف بالذكاء التسويقي ودوره في اكتساب وتنمية المزايا التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية؛
 - نوصي المؤسسات الجزائرية بضرورة إنشاء خلية خاصة بالذكاء التسويقي لما لها من أهمية في الحصول على المعلومات الاستباقية، والمتجددة، والتنبيهية والمستمرة عن البيئة التسويقية للمؤسسة؛
 - ضرورة الاقتداء بنماذج ناجحة في مجال الذكاء التسويقي والاستراتيجي لمنظمات الأعمال؛
 - تعزيز طرق كسب ولاء الزبائن والحفاظ عليهم، نظرا لما لهذا البعد من تأثير على التفوق التنافسي للمؤسسات محل الدراسة؛
 - ضرورة استخدام معلومات الذكاء التسويقي في تطوير منتجات المؤسسات الجزائرية، وفي فهم السوق وفهم الزبون من أجل التفوق على المنافسين والتنبؤ باستراتيجياتهم؛
 - يجب التركيز أكثر على إستراتيجية قيادة التكاليف والمسؤولية الاجتماعية للتغلب على المنافسين وتحقيق الريادة في السوق؛
- الإحالات والهوامش:**

- 1- علاء فرحات طال، محمد جبار الشمري (2009)، نظام الاستخبارات التسويقية، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 48.
- 2- Léonard Dumas: La veille marketing en hôtellerie: une pratique de gestion à exploiter, revue TEOROS pour la recherche en tourisme, presse de l'université de Québec, canada, 23/03/2004, pp 03-04; sur le site: <http://teoros.revues.org/775>, Le 26/07/2019.
- 3- Aram H. Massoudi: Detection of Marketing Intelligence Activities Carried Out By the Syrian Insurance Companies Post-Syrian Civil War, University-Erbil Scientific Journal, Special Issue No. 2 (Part-B), September 2018, p 05.
- 4- Ibid, p 05.
- 5- قاشي خالد، زواغي سامية: مساهمة الذكاء التسويقي في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة كوندور، مجلة معارف، جامعة العقيد أكللى محند اولحاج- البويرة-، العدد22، الجزء الثاني، جوان 2017، ص 192.
- 6- Aram H. Massoudi, op-cit, p 06.
- 7- Ibid, p 06.
- 8- علاء فرحات طال، محمد جبار، مرجع سبق ذكره، ص ص 95-96.
- 9- Aram H. Massoudi, op-cit, p 07.

- 10- زمالة عمر: أثر البعد البيئي على تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الصناعية (دراسة حالة مؤسسة الاسمنت ومشتقاته بالشلف)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، فرع الإدارة البيئية والسياحية، جامعة الجزائر 03، 2012-2013، ص 54.
- 11- أحمد علماوي، مصطفى طويطي: مساهمة إدارة المعرفة في تعزيز التفوق التنافسي للمؤسسات الاقتصادية- دراسة حالة سوق الهاتف النقال بالجزائر-، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، العدد 10، جوان 2016، ص 267.
- 12- زمالة عمر، مرجع سبق ذكره، ص 54.
- 13- المرجع أعلاه، ص 54.
- 14- Hamza Bali: the Impact of innovative marketing in achieving the ompetitive superiority of the economic institution case study of Omar bin Omar complex- guelma, Revue des Réformes Economiques et Intégration En Economie Mondiale, Vol 13 N°.1 Année 2019, p 213.
- 15- فاطمة الزهراء رفايكية: مساهمة براءة الاختراع في دعم وحماية الإبداع التكنولوجي وتحقيق التميز التنافسي المستديم في منظمات الأعمال، واقع الجزائر، الملتقى الدولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، يومي 12-13 ماي 2010، ص 03.
- 16- Akram Sadat Hosseini and other: Competitive Advantage and Its Impact on New Product Development Strategy (Case Study: Toos Nirro Technical Firm), in the site: https://www.researchgate.net/publication/325613928_Competitive_Advantage_and_Its_Impact_on_New_Product_Development_Strategy_Case_Study_Toos_Nirro_Technical_Firm, 12/01/2020.
- 17- عادل حروح صالح، حسن على الزعي: ورقة بحثية بعنوان: دراسة تحقيق عوامل التفوق التنافسي باستخدام أسلوب تحليل المسار، ص ص 11-12، متاحة على الرابط: https://www.researchgate.net/publication/260596519_drast_thqyq_waml_altfwq_altnafsy_bastkhdam_aslwb_thlyl_almsar, بتاريخ 2020/01/10.
- 18- لشهب الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 50-51.
- 19- يحة عيسى، العيداني حبيبة، نموذج مقترح لدور اليقظة التنافسية في تعزيز الميزة التنافسية من خلال الإستراتيجيات التنافسية، مجلة الإبداع، المجلد رقم 06، العدد رقم 06، جامعة البليدة 02، الجزائر، 2016، ص 216-217.
- 20- Direction du commerce d'Alger: bilan de control par objectif, sur le site: <http://www.dcw.alger.dz/fr/index.php/bilcontr>, Le 14/03/2019.
- 21- مديرية التجارة لولاية بومرداس: توزيع التجار حسب قطاع النشاط، متاح على الرابط: <http://www.dcw.boumerdes.dz/index.php/2016-08-04-17-32-18> بتاريخ 2019/03/14.
- 22- Direction du commerce de bouira: Opérateurs économiques inscrits au registre de commerce au 31/12/2015, sur le site: <http://www.dcw.bouira.dz/fr/index.php?option=com>, le 14/03/2019.
- قائمة المصادر والمراجع:**
- قائمة المراجع باللغة العربية:**
- الكتب:**
- زيد منير عبوي (2008)، نظم المعلومات التسويقية، دار الرابية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
 - علاء فرحات طال، محمد جبار الشمري (2009)، نظام الاستخبارات التسويقية، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان الأردن.
 - فيليب كوتلر، جاري أرمسترونج، تعريب د.م سرور على إبراهيم سرور (2007): أساسيات التسويق، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- المجلات:**
- أحمد علماوي، مصطفى طويطي: مساهمة إدارة المعرفة في تعزيز التفوق التنافسي للمؤسسات الاقتصادية- دراسة حالة سوق الهاتف النقال بالجزائر-، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، العدد 10، جوان 2016.
 - قاشي خالد، زواغي سامية: مساهمة الذكاء التسويقي في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة كوندور، مجلة معارف، جامعة العقيد أكللى محند أولحاج- البويرة-، العدد 22، الجزء الثاني، جوان 2017.

- راحة عيسى، العيداني حبيبة، نموذج مقترح لدور البقطة التنافسية في تعزيز الميزة التنافسية من خلال الإستراتيجيات التنافسية، مجلة الإبداع، المجلد رقم 06، العدد رقم 06، جامعة البليدة 02، الجزائر، 2016.

الملفات:

- فاطمة الزهراء رقايقية: مساهمة براءة الاختراع في دعم وحماية الإبداع التكنولوجي وتحقيق التميز التنافسي المستديم في منظمات الأعمال، واقع الجزائر، الملتقى الدولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، يومي 12-13 ماي 2010.

المذكرات والأطروحات:

- زمالة عمر: أثر البعد البيئي على تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الصناعية (دراسة حالة مؤسسة الاسمنت ومشتقاته بالشلف)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، فرع الإدارة البيئية والسياحية، جامعة الجزائر 03، 2012-2013.

- لشهب الصادق، دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية - دراسة ميدانية في الشركة المدنية للهندسة بنقرت - مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2014/2015.

المواقع الإلكترونية:

- عادل حرحوش صالح، حسن على الزعبي: ورقة بحثية بعنوان: دراسة تحقيق عوامل التفوق التنافسي باستخدام أسلوب تحليل المسار، متاحة على الرابط: https://www.researchgate.net/publication/260596519_drast_thqyq_waml_altfwq_altnafsy_bastkhdam_aslwb_thlyl_almsar بتاريخ 2020/01/10.

- مديرية التجارة لولاية بومرداس: توزيع التجار حسب قطاع النشاط، متاح على الرابط: <http://www.dcwboumerdes.dz/index.php/2016-08-04-17-32-18> بتاريخ 2019/03/14.

المراجع باللغة الفرنسية:

Les revues:

- Aram H. Massoudi: Detection of Marketing Intelligence Activities Carried Out By the Syrian Insurance Companies Post-Syrian Civil War, University-Erbil Scientific Journal, Special Issue No. 2 (Part-B), September 2018.

- Hamza Bali: the Impact of innovative marketing in achieving the competitive superiority of the economic institution case study of Omar bin Omar complex- guelma, Revue des Réformes Economiques et Intégration En Economie Mondiale, Vol 13 N°.1 Année 2019.

- Léonard Dumas: La veille marketing en hôtellerie: une pratique de gestion à exploiter, revue TEOROS pour la recherche en tourisme, presse de l'université de Québec, canada, 23/03/2004, sur le site: <http://teoros.revues.org/775>, Le 26/07/2019.

Les articles:

- Akram Sadat Hosseini and other: Competitive Advantage and Its Impact on New Product Development Strategy (Case Study: Toos Nirro Technical Firm), in the site: https://www.researchgate.net/publication/325613928_Competitive_Advantage_and_Its_Impact_on_New_Product_Development_Strategy_Case_Study_Toos_Nirro_Technical_Firm, 12/01/2020.

- Direction du commerce d'Alger: bilan de control par objectif, sur le site: <http://www.dcwvalger.dz/fr/index.php/bilcontr>, 12/01/2020.

- Direction du commerce de bouira: Opérateurs économiques inscrits au registre de commerce au 31/12/2015, sur le site: <http://www.dcwboira.dz/fr/index.php?option=com>, le 14/03/2019.

l'usage des technologies de l'information et de la communication: un défi pour les établissements publics de santé en Algérie

Henane ALDJIA

Université de mouloud Mammeri -Tizi-Ouzou, aldjia.henane@ummto.com

Soumis le: 30/07/2022

révisé le: 25/12/2022

accepté le: 13/03/2023

Résumé

Cette étude a pour intérêt de valoriser le rôle des TICs, notamment l'internet et les caractéristiques communicationnelles qu'elles offrent, ainsi que ses différentes fonctions, telles que l'interactivité. Le présent article a pour but de mesurer les applications de l'interactivité disponibles sur le site électronique d'une organisation publique de santé en Algérie sur lequel nous avons appliqué l'échelle de l'interactivité proposée par Heeter. Les résultats obtenus révèlent le degré de l'interactivité réalisée sur le site de cette organisation.

Mots-clés: Communication, interactivité, site web, C.H.U. communication publique.

استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة والتفاعلية تحدياً لمنظمات الصحة العامة في الجزائر

ملخص

لقد أثبت التفاعل نفسه كممارسة يومية وموضوع بحث مع التطور التكنولوجي، ولاسيما الانترنت والوسائط المتعددة، هذه إحدى الخصائص الرئيسية للاتصال الجديد القائم على التبادل ومشاركة المستخدم، لهذا فإن ضرورة تسهيلها وربطيتها تتطلب تنفيذ ووضع الوظائف والإجراءات التي تضمن التفاعل على المنصات الرقمية. يهدف هذا البحث إلى قياس تطبيقات التفاعل المتاحة على الموقع الإلكتروني لمنظمة الصحة العامة في الجزائر والتي طبقنا عليها مقياس التفاعل الذي اقترحه هيتير. فالنتائج التي تم الحصول عليها تكشف درجة التفاعل التي تحققت خلال موضوع المنظمة قيد الدراسة.

الكلمات المفاتيح: اتصال، تفاعل، موقع الكتروني C.H.U. اتصال عام.

The use of new information and communication technology and Interactivity, is a challenge for public health organizations in Algeria

Abstract

Interactivity has established itself as a daily practice and an object of research with technological development in particular the internet and multimedia. It is one of the main characteristics of the communication based on exchange, feedback and user participation, for this, the requirement of its facilitation and its profitability requires the implementation of functionalities and actions through applications ensuring interactivity on digital platforms. This article aims to measure the applications of interactivity available on the electronic site of public health organization in Algeria on which we applied the scale of interactivity achieved through the site of the organization under study.

Keywords: Communication, website, C.H.U. Public communication.

Auteur correspondant: Henane ALDJIA, aldjia.henane@ummto.com

Introduction:

Toutes les sociétés du monde arrimées à l'ère du numérique ont connu de profondes mutations touchant de différents aspects de la vie quotidienne, et ce, grâce à l'appropriation des technologies de l'information et de la communication, TIC, et la reconfiguration du rapport de l'homme à la machine. L'utilisation de ces canaux de communication ne se limite pas uniquement à des utilisations personnelles mais s'étend à toutes entités intentionnées à en profiter quel soit une entreprise ou une organisation. Car, l'organisation ne se définit plus seulement par les services qu'elle offre, mais aussi par sa capacité de communication et d'échange avec son environnement. En effet, avec le développement du web interactif et collaboratif, les organisations, tous secteurs confondus, ne cessent de s'y adapter, d'en concevoir et surtout d'en tirer profit des avantages offerts par ces outils. Ce processus d'adoption et cette adaptation à la fois pratique et pragmatique ambitionne d'assurer un fonctionnement efficient de l'organisation et d'installer une communication suffisante avec ses différents publics aussi bien internes qu'externes qui deviennent de plus en plus actifs et exigeants et en quête permanente de l'information surtout quand il s'agit de la santé. C'est la raison pour laquelle les établissements de santé sont dans l'obligation de revoir le système de communication, comme elle indique Claudia Felten Ambrosini, dans sa recherche sur «la communication hospitalière publique à l'ère digitale» elle confirme que l'intégration du numérique dans le domaine de la santé devient une nécessité et une obligation pour les établissements publics (claudfelten ambrosini, 2018), elle est devenue même une urgence avec l'ère de corona le monde entier était confiné devant l'immense et la gravité de ce virus (covid 19) Donc la technologie de l'information et de la communication TICs peuvent être une solution dans les cas des pandémies. Malgré l'exigence de la distanciation sociale à travers les différents sites le médecin pourra être en contact avec les patients les orienter sans se déplacer à l'hôpital. Car dans des situations pareilles l'hôpital est l'endroit idéal des contaminations. L'ouvrier pourra réaliser son travail à distance ...etc. et considérant l'hôpital comme étant une organisation particulière, intervenant dans le domaine de la santé et du service public. Il doit communiquer et partager un ensemble d'informations afin d'interagir son public et de le mettre au courant. Dans ce sens les réseaux sociaux représentent une opportunité pour les hôpitaux qui souhaitent développer leur communication institutionnelle et créer une marque solide qui les aide à établir des rapports de confiance avec les différentes parties prenantes, permettant aussi de parler, écouter et même sonder ce qu'ils pensent. Dans ce cadre, un grand nombre d'organisations publiques, privées et associatives, créent aujourd'hui leurs propres sites web, dans l'objectif de bénéficier des avantages y afférents en termes d'interaction usagers/sites d'organisation qui se mesurent en quantité et qualité des actions de dialogue avec l'interface et d'accès à l'information et son utilisation.

Avec l'arrivée du web collaboratif, les modalités de diffusion, de consultation et d'exploitation de l'information de l'organisation ont évolué pour fournir de nouveaux systèmes d'information connectés et interactifs permettant plus d'échanges et de partages. Par ces formes d'interactivité, et sans omettre les objectifs communicationnels de visibilité et de marketing, l'organisation vise avant tout à informer sur ses activités et ses offres de manière à répondre aux attentes informationnelles des usagers: la disponibilité de l'information, son accessibilité, sa compréhension et son utilité.

L'utilisation des nouvelles formes de communication numérique dans le service public vient confirmer la volonté des managers à améliorer leur démarche de communication basée sur la transparence par la mise en ligne de la gouvernance de l'organisation et le pragmatisme comme mode de fonctionnement et de collaboration avec les partenaires. Le secteur public tant critiqué pour la qualité de ses prestations et de ses traitements et sa culture d'envisager l'utilisateur comme un assujéti et non pas un usager client donc à satisfaire. C'est pourquoi la création des sites web de ces établissements publics relève déjà de changement en tradition de gestion et surtout en mentalité des agents publics. Réduisant ainsi les barrières bureaucratiques et les rétentions de l'information, ces sites web des organisations permettent

d'entrer en contact direct avec l'établissement et d'accéder aux contenus informationnels affichés ou fournis sur commande.

Cette forme de communication contribue également à mettre en valeur l'image de l'organisation en question et de modifier sa posture à l'égard des usagers.

L'Algérie n'est pas en marge de ces évolutions et connaît également une évolution en matière d'intégration des TICs dans les différents secteurs d'activités, dont celui de la santé. Dans ce sens sur l'information sanitaire, Aissa Merah indique dans son étude sur Communication médicale et marketing social de santé publique en Algérie: Le cas des maladies non transmissibles, qu'il «est nécessaire d'établir un diagnostic approfondi de la situation de la communication en élargissant l'expertise à toutes les actions de communication en insistant sur l'impact des supports sur les conduites actuelles des usagers qui devient une nécessité» (Aissa Merah, 2018,p 56) C'est pour cette raison que les établissements de santé en Algérie font recours au numérique, à travers la création de leurs propres sites web pour permettre aux usagers la possibilité de consulter les différents services proposés et, par conséquent, établir un contact direct et permanent avec eux.

Vu le caractère particulier de ces sites web résultant de la mission spécifique attribuée aux établissements de santé, nous allons essayer, à travers cette étude, de mesurer le degré d'interactivité assurée par les sites web de Centre hospitalo-universitaires (CHU) de Bejaïa. Pour ce faire, la question de la présente étude s'articule de la manière suivante: À quel point les principes de l'interactivité sont-ils respectés sur les plateformes des organisations publiques de santé en Algérie?.

1- La méthodologie de la recherche:

toute recherche comporte les choix d'une méthode qui est définie comme «un ensemble organisé d'opérations en vue d'atteindre un objectif» (Maurice Angers 1997, p 58) et ce choix est déterminé par le problème de recherche envisagé ou la nature du thème étudié. Ce qui nous a amené à opter dans la présente recherche pour la méthode mixte en combinant l'analyse quantitative et qualitative, pour objectif de mesurer l'interactivité à travers le nombre d'applications offertes sur le site, et de nous focaliser également sur la qualité des échanges des établissements de santé en Algérie avec les usagers de leurs sites internet et la qualité de la communication de ces établissements avec leurs publics. Pour mieux cadrer notre analyse nous avons construit une grille d'analyse sur la base de l'échelle de l'interactivité proposée par Heeter (carrieheeter, 2020) en nous focalisant sur les dimensions suivantes: la complexité des choix optionnels (tableau N1), l'effort que le média réclame de l'utilisateur (tableau N2), la réponse adaptative de l'utilisateur (tableau N3), la possibilité d'enrichir l'information (tableau N4), la facilitation de la communication interpersonnelle (tableau N5) et le contrôle de l'utilisation (tableau N6). Selon les objectifs de la recherche, l'outil d'investigation le plus approprié c'est l'analyse du contenu qui est une méthode qui permet la codification de diverses catégories des éléments du document analysé. Le choix de cet outil s'explique aussi par sa capacité de faire ressortir les différentes caractéristiques des informations catégorisées en vue d'en mieux comprendre le phénomène et de lui attribuer un sens précis.

Cette étude, dans un premier niveau d'analyse, se sert du quantitatif qui vise à saisir le contenu grâce à des techniques de décomposition, de codage, de comptage et de dénombrement. Elle se base également sur l'analyse qualitative visant à saisir la signification sous-jacente du contenu.

Pour répondre aux questions de la recherche, nous avons élaboré un guide d'analyse approprié permettant de collecter les données recherchées. Il contient les catégories d'analyse qui sont en relation avec l'interactivité, en appliquant l'échelle de l'interactivité proposée par Heeter.

Cette étude a utilisé la page d'accueil des sites web «The home page» comme unité de recherche, afin de prendre en considération tous leurs tenants, notamment ceux qui sont en

relation avec notre recherche: éléments, services et applications interactifs disponibles sur la page, et ce sont les catégories de l'interactivité soumises à la mesure et à l'analyse.

Après notre consultation de la liste des établissements de santé publiée dans le guide de la santé en Algérie (site officiel du. www.dzsanté.com) , nous avons procédé à l'observation (l'observation a été réalisé pendant 4 semaines.) , des différents sites web des établissements hospitaliers. Sur les critères de l'actualisation permanente de l'information sur ces sites, la richesse de contenu publié et la diversité des rubriques avec intégration d'application permettant l'échange et facilitant la communication entre ces établissements et les publics. Nous avons opté pour un échantillon typique composé d'un établissement qui répond aux dits critères, à savoir le (C.H.U. de Bejaia (www.chubejaia.dz)).

3- Présentation de site web de Bejaia: Sur la page d'accueil, le logo CHU de Bejaia est mis en valeur, en haut à gauche, accompagné du nom de l'établissement pour faciliter son identification: «Centre Hospitalo -Universitaire de Bejaia». En architecture, nous trouvons sur le côté droit en face du logo des icônes qui représentent les applications facilitant la communication avec l'établissement, tel que la messagerie, l'e-mail, ainsi que les médias sociaux: le YouTube, Google, Tweeter, et Facebook. Le site de cet établissement contient les rubriques suivantes.

- Rubrique «Actualité»: ou on trouve des communiqués d'information et des appels au profit des différents publics de l'établissement.
- À propos de CHU: cette rubrique présente l'historique, la composition du CHU et l'équipe de direction.
- Offre de soins: présente les différents services disponibles au niveau de CHU et leurs localisations, les tableaux de consultations et offre également la possibilité de réserver un rendez-vous en ligne.
- Espace média: cette rubrique est réservée aux revues de presse, ainsi qu'aux vidéos réalisées sur le CHU.
- Le site contient également les rubriques suivantes: offre d'emploi, marchés et fournisseurs, ainsi que la rubrique contact, sous laquelle sont affichés les numéros de téléphone, les adresses et les emails des différents composants et services du CHU, ainsi que les numéros de téléphone des autres structures sanitaires de la wilaya de Bejaïa.

4- Les concepts clés de l'étude:

Afin de bien étudier le sujet, il est nécessaire de revenir sur la définition d'un certain nombre de concepts afin de mieux cadrer notre étude et parvenir à une analyse théoriquement approfondie des données collectées sur le terrain.

4-1- La communication:

- la communication: en gestion d'entreprises et des organisations, «la communication désigne l'ensemble des actions d'une entreprise en vue de donner la meilleure image de cette entreprise ou cette organisation. D'accéder à une certaine notoriété de connaître les produits et les activités de l'organisation» (Bernard Lamizet et Ahmed silem, 1997, p 131.)

4-2- La communication numérique:

«la communication de la communication numérique renvoie à toutes forme d'échange communicatif dont les messages sont véhiculés par des réseaux télématiques c'est -à-dire basées sur la combinaison de l'informatique et des télécommunications, minitel à la téléphonie mobile, en passant par internet, la communication numérique est donc le terme générique englobant divers types de situations de communication interpersonnelle (privée ou publiques) par courrier électronique, messagerie instantanée, forum...etc» (Michel Marcoccia, 2016? p 16).

Et selon le dictionnaire de l'information, la communication: «est une communication transmise sue la base d'un signal électrique qui varie de façon discontinue en fonction du temps et ne peut prendre nombre fini de valeurs, les circuits électroniques des équipements informatiques fonctionnant exclusivement avec une logique à deux états, dite binaire. Le

signale utilisé ne peut prendre que deux valeurs qui correspondent à une alternative, tout ou rien» (Serge Cacaly et autres, 2006, p 167).

Donc la communication numérique appelée aussi la communication digitale, est l'une des types de communication qu'est apparue avec l'apparition d'internet et développée depuis l'arrivée du Web 2.0. C'est une communication où les informations sont transmises à l'aide des équipements électroniques, ou encore c'est la numérisation des supports d'information, qui permet d'avoir une communauté virtuelle: regroupe l'ensemble des individus interconnectés dans les différents pays du monde partagent des informations, des avis et des connaissances entre eux par me supports numériques (pc. Tablette, smartphone, ordinateur.....).

4-3- les différents types de la technologie de l'information et de la communication:

a- les catégories:

Les TIC regroupent un ensemble de ressources nécessaires pour manipuler de l'information et particulièrement les ordinateurs, programmes et réseaux nécessaires pour la convertir, la stocker, la gérer, la transmettre et la retrouver, on peut regrouper les tic par secteurs suivants:

- L'équipement informatique, serveurs, matériel informatique (PC. Imprimante, switch...)
- La microélectronique et les composants (transistor, diode, circuit intégré...)
- Les télécommunications et les réseaux informatiques.
- Le multimédia.
- Les services informatiques et les logiciels.
- Le commerce électronique et les médias électroniques.

Donc les technologies de la communication comprennent les techniques, outils et méthodes utilisés pour faciliter les communications. Les technologies de l'information comprennent les techniques, outils et méthodes utilisés pour créer, enregistrer, modifier et montrer le contenu communiqué.(Abert David et autres, 2013, p 87)

b- les outils des TIC:

Il existe quatre outils:

- les ordinateurs: le début de l'ère de l'information est marqué par le règne incontesté des gros ordinateurs mais ils ne sont guère nombreux: en 1961, on en compte 6000 dans le monde, la plupart d'entre eux fonctionnent avec des cartes perforées à l'entrées et stockent les informations sur bande magnétique. Les terminaux sont généralement installés dans un site séparé du reste de l'entreprise, le model organisationnel et hiérarchique est centralisé. Les applications se développent dès les années 50-60, elles sont axées à la réduction de la main d'œuvre, généralement par l'automatisation de procédures existantes. Elles ne font preuve d'aucune créativité et se contentent de copier les structures établies. Les applications informatisées font exactement la même chose que les applications manuelles mais plus vite et en plus grand volume. (Feraud Geneviève, 2000, pp 2 4, 25).

- les logiciels: un ordinateur sans programme n'est pas utilisable, il est nécessaire de lui donner des informations pour qu'il collabore, il faut d'abord lui expliquer ce qu'on attend de lui et ensuite lui donner les instructions pour agir, l'ensemble de ces instructions s'appelle programme, et l'ensemble des programmes dont on dispose sur un ordinateur s'appelle logiciel. Le programme doit être écrit dans un langage que l'ordinateur peut comprendre.

Tout ordinateur est constitué d'un ensemble de programme qu'on appelle système d'exploitation ou logiciel de base. Ce système d'exploitation est livré avec l'ordinateur par le constructeur. L'utilisateur peut ajouter des programmes spécifiques et personnels.(Figer Jean-Paul, 2019, p 5)

- les réseaux de télécommunication: supprimant la notion d'espace et du temps les réseaux de télécommunication ont couvert le monde par des moyens filaire, fibres optiques, hertziens suivant leur couverture ils seront appelés:* les LAN (local area network) qui correspondent par leur taille à des réseaux intra-entreprises. La distance de câblage est de quelques centaines de mètres. * les MAN (métropolitain area network) qui correspondent à une interconnexion

de quelques bâtiments se trouvant dans une ville.* les WAN (wide area network) destiné à transporter des données à l'échelle d'un pays. Ces réseaux peuvent être terrestres (utilisation d'infrastructure au niveau: câble, fibre) ou satellite(mise en place d'engins spatiaux pour retransmettre les signaux vers la terre (Martial Libaret, 2017, p 218).

- les puces intelligentes: afin de protéger les données, les entreprises et les consommateurs utilisent à présent des cartes à puces intelligentes dans plusieurs applications, à titre d'exemple les opérations bancaires, accès aux messagerie sélectroniques, démarrage de l'ordinateur, consultation des messages téléphoniques. (fernandez Alain,2001,p 132).

c- les outils de la communication numérique:

- Échange différents: ne nécessitant pas que les interlocuteurs soient disponibles au même instant.

- le courrier électronique: permet d'échanger de façon très simple avec une ou plusieurs personnes. Un courriel est destiné à transmettre des informations écrites pouvant contenir des fichiers joints (images, vidéos...)

-les medias et les réseaux sociaux: les medias et réseaux sociaux type Twitter ou Facebook permettent d'échanger des informations avec une communauté de gens. Il existe pour certains d'entre eux une partie publique ainsi qu'une partie privée ou l'information publiée peut être différente.

- les forums: permettent d'échanger entre les gens sous forme de questions / réponses. Cet outil permet d'élaborer une base de connaissance par thème très utile pour une communauté partageant les mêmes besoins.

- la messagerie instantanée: connue aussi sous le nom de chat, elle permet de dialoguer par écrit entre deux ou plusieurs personnes. Le dialogue est interactif. Ces systèmes fonctionnent sur un ordinateur mais aussi sur les téléphones de dernière génération. Certaines applications permettent aussi de parler ou de voir.

- la visioconférence; ce dispositif permet d'échanger de façon visuelle avec un ou plusieurs interlocuteurs. Il est très pratique pour échanger avec des personnes éloignées géographiquement. Il nécessite un débit plus important et donc une meilleure connexion à internet.(Westephalen Marie Hélène, 2001,pp 276-281)

d- les avantages et les contraignants de l'usage des TIC

	Effets féliciteurs	Effets contraignants
Sur la gestion de l'information	- améliore les temps de de réponse, raccourcit les délais de prise de décision. -accélère l'exécution des taches.	- implique de la perte de temps. - génère le sentiment d'urgence. Augmente les interruptions - accélère les rythmes de travail.
Sur la gestion de l'information	- facilite le stockage de l'information -augmente la circulation des documents de natures et de sources différents. -unifie le dispositif et procédures des diffusions d'informations.	- provoque la surcharge et l'accumulation d'information -entraîne des difficultés à traiter l'information -génère de l'incompréhension des difficultés d'interprétation.
Sur l'exécution des taches	-Améliore la productivité -Permet de mieux organiser son travail.	-diminue la performance -génère de la surcharge d'activité. -favorise le sentiment d'isolement -diminue l'efficacité dans la résolution d'un problème ou dans la prise e décisions. -déclenche du stress de la pression.
Sur la communication	- augmente l'accès à l'individu	-détériore les relations entre les

	-renforce les normes de la communication. -s'affranchit en partie des barrières spatiales et temporelles. Améliore la fréquence de la communication. - facilite la communication directe.	individus -déclenche des conflits ou favorise l'escalade du conflit. -autorise les comportements abusifs. -exacerbe les émotions. - génère de l'agressivité. -supporte une communication moins riche.
Sur les relations verticales	-réduit la barrière hiérarchiques. -facilite la communication verticale. -permet une meilleure implication des collaborateurs. -peut être utilise comme levier dans les dispositifs de motivation.	-implique un renforcement de la hiérarchie -est utilisé comme moyen de contrôle de la performance.

Synthèse. Du meilleur usage des TIC, disponible sur le site. <https://orse.org/fichier/265>.(consulter le 21/12/2022 à 23h00.

4-3- la communication publique:

Cette communication a été définie d'abord par rapport à son objet d'application, celui du domaine public et l'espace public. Elle a connu ensuite une grande évolution depuis la prise en charge des missions de service public et d'utilité générale. Son champ d'application s'est élargi aux institutions, entreprises, mouvements et groupes qui interviennent sur la place publique (Leila Benlatreche2004,pp 7-16) . C'est à partir de ce moment-là qu'on a commencé à parler de la communication publique, son champ d'application et ses objectifs.

Les définitions de la communication publique sont nombreuses, cela révèle l'importance que lui accordent les chercheurs. Martial Pasquier la définit comme «l'ensemble des activités d'institutions et d'organisations publiques visant à transmettre et échanger des informations dans le but principal de présenter et d'expliquer des décisions et les actions publiques, d'en promouvoir la légitimité, de défendre des valeurs reconnues et d'aider au maintien de lien social » (Martial Pasquier,2011, p 43). Pour Pierre Zémor, la communication publique est «la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'information d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social, et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques. Ses finalités sont par conséquent les mêmes que celles d'organismes publics à savoir: d'informer; (faire savoir, rendre compte, et faire valoir), d'écouter (les attentes, les interrogations et le débat public), de contribuer à assurer les relations sociales (sentiment d'appartenance collectif, prise en considération du citoyen ainsi qu'acteur), et d'accompagner les changements tant comportementaux que d'organisations sociales», elle s'attache aux organisations publiques» (Dominique Bessierre, 2018, p 14-25) .

4-4- la définition d'un le web:

Un site web correspond à un ensemble de pages liées entre elles grâce à l'hypertexte. Il comprend une page d'accueil, à partir de laquelle l'internaute peut consulter d'autres documents ou fichiers liés (Francis Balle, 2006, p 411) . Dans ce cadre, il convient de dire que le web est le résultat de la combinaison de l'Internet, de l'hypertexte et du numérique. L'Internet étant le méta réseau informatique mondial, l'hypertexte étant le système de texte comprenant des liens et le numérique étant le système de représentation d'information au moyen de caractères chiffrés (Dominique Annet, 2008, p 51) .

- les réseaux sociaux:

Avec l'apparition de plateformes de communication et d'échange en ligne, on parle des réseaux sociaux. «La définition des réseaux sociaux peut se résumer à un ensemble de services web permettant de tisser des liens formalisés entre individus ayant pour dénominateur commun un métier, un club, un contact, une école, un hobby. Il s'agit

concrètement de regroupent d'individus ou de communautés par centre d'intérêt ou affinités sur un réseau virtuel» (Yazid Chir, 2011, p 82)

Un réseau social digital désigne un site sur lequel, à partir d'un profil enregistré avec quelques informations concernant son usager, il va être possible de sélectionner d'autres profils pour en recevoir des éléments d'information, l'abonner pourra alors les commenter et émettre des contenus de natures divers. (Habib Oualidi, 2013, p 86)

4-5- la présentation d'une organisation publique de santé:

Dans un État de droit et de citoyenneté, la vie publique est structurée autour d'institutions et d'organisations qui œuvrent toutes pour satisfaire les besoins et les intérêts aussi bien de l'État en lui-même que ceux des citoyens. En effet, on entend par organisation publique, toute structure «instituée par une loi (institution) ou dont l'action est strictement régie par un cadre légal» (Pasquier, 2011). Elle a pour but la satisfaction des besoins des citoyens, et ce, sur les plans économique, social et de sécuritaire. Dans ce cadre, Martial Pasquier (2011) s'est arrêté dans son ouvrage «la communication publique» sur quatre principaux critères permettant de caractériser l'organisation publique, notamment: le statut, les objectifs, les tâches et l'environnement.

- **Le statut des organisations publiques:** le caractère public d'une organisation résulte du fait que la conduite de celle-ci découle d'une volonté politique accompagnée d'un contrôle ou d'une haute de surveillance par des instances spécifiques (parlement, ministères, etc.). Cependant, la liberté managériale au sein de ces organisations reste très limitée vu la primauté que prennent les règles et les procédures sur les choix managériaux.

- **Les objectifs des organisations publiques:** si les entreprises privées ont la possibilité de hiérarchiser leurs objectifs en fonction du profit recherché, les organisations publiques sont souvent appelées à réaliser des objectifs complexes et parfois contradictoires, tels que par exemple: offrir des prestations de qualité, proposer des prestations identiques sur l'ensemble du territoire et à proximité des bénéficiaires, etc.

- **Les tâches des organisations publiques:** ces dernières doivent obligatoirement émaner d'une base légale pour permettre aux organisations publiques d'agir dans la légalité. De plus, il est à préciser que contrairement aux organisations privées dont la tâche se limite à la production des prestations et leur mise à disposition, les organisations publiques se trouvent dans la nécessité d'élaborer des politiques publiques, et ce, en vue de satisfaire des besoins collectifs.

- **L'environnement des organisations publiques:** l'organisation publique n'est pas soumise à une situation concurrentielle, comme c'est le cas pour les organisations privées. En effet, vu son statut, elle est appelée à rendre des comptes à l'autorité politique, à l'ensemble de ses partenaires, aux médias et enfin à la population en général (Hodgetts, 1981).

4-6- l'interactivité:

L'interactivité est une activité nécessitant la coopération de plusieurs êtres ou systèmes, naturels ou artificiels qui agissent en ajustant leur comportement. L'interactivité est souvent associée aux technologies permettant des échanges homme-machine. Toutefois elle est présente dans toutes les formes de communication et d'échange où la conduite et le déroulement de la situation sont liées à des processus de rétroaction, de collaboration de coopération entre les acteurs qui produisent ainsi un contenu réalisent un objectif, ou plus simplement leur comportement. (techno-science.net/glossaire-définition/intéractivité.html.)

Le terme d'interaction suggère, dans son acception même, l'idée d'une action mutuelle, en réciprocité. Appliquée aux relations humaines, cette notion oblige à considérer la communication comme un processus circulaire où chaque message et chaque comportement d'un protagoniste agissent comme un stimulus sur son destinataire et appellent une réaction qui, à son tour, devient un stimulus pour le premier. C'est ce qu'exprime la notion de rétroaction axée sur la bidirectionnalité, partage et adaptation. Elle implique également la coprésence et renvoie donc aux situations de face-à-face. L'interaction ne se limite pas à la communication verbale: tout comportement (attitudes, gestes, mimiques, etc.), ayant lieu en

présence d'autrui induit chez cet autrui un comportement qui influencera à son tour celui de l'émetteur (christianBayon, Xavier Mignot, 2006, p 193)

Le grand dictionnaire de l'Office québécois de la langue française définit l'interactivité comme étant «la propriété d'un programme informatique qui permet à l'utilisateur d'interagir avec le système en modifiant le déroulement du contenu du programme» alors cette «interactivité se matérialise à l'écran par des menus et des boutons qui commandent le parcours selon la volonté de l'utilisateur » (Charest Franis, Alain Lavige, 2015, p 45).

L'interactivité web permet aujourd'hui d'accéder à l'information par les trajets non linéaires de l'hypertextualité et les environnements hypermédia, d'envoyer des messages disponibles sans valeur hiérarchique et de performer des actions collaboratives sur le web. De plus, grâce à l'interactivité sur le web, les organisations peuvent expérimenter la téléprésence, visualiser des lieux éloignés, agir et coexister dans des espaces virtuels et réels, circuler dans des environnements intelligents grâce à un système d'agents et enfin interagir avec des communautés virtuelles dans des environnements de systèmes auto-organisant simulant la vie (Heeter Carie, 2000.)

Avec les premières générations de sites Internet, celles du «web 1.0» (statique) qui n'offrait que des possibilités d'interactivité réduites qui se résument à l'affichage et l'hypertextualité qui permet à l'utilisateur de naviguer d'un lien à l'autre. De plus, la distinction entre producteurs et consommateurs est assez nette. Les internautes s'attendent à trouver sur les sites des contenus adaptés à leurs besoins, compréhensibles et utiles, ainsi qu'une interaction efficace et ludique. Ils peuvent facilement quitter un site s'ils ne sont pas satisfaits. De leur côté les producteurs de contenus ont pour préoccupation de toucher le plus large public possible. Si les systèmes de gestion de contenu ont apporté une notion de décentralisation de la publication, ils n'ont pas pour autant modifier de façon notable de principe d'interaction. Le web 2.0 ou «web social» est marqué en particulier par l'arrivée des médias sociaux, qui modifient profondément les relations entre utilisateurs, canaux et contenus. Si les internautes peuvent se contenter de lire des contenus produits par des émetteurs «institutionnels», ils peuvent de surcroît participer, aimer, commenter, voter, transférer et même publier, à leur tour leur propre contenu. De plus, au-delà de l'interactivité avec le contenu, l'utilisateur peut interagir de façon formelle avec d'autres internautes (Sylvie Alemmano, Michel Durampzrt, 20015, p 36) .

Afin de conceptualiser l'interactivité, Heeter propose six critères contenant des proportions qui définissent un degré d'interactivité *ibid*, p 37.

- la complexité des choix optionnels que renferme une technologie digitale;
- l'effort que le média réclame de l'utilisateur;
- la réponse adaptive de l'utilisateur;
- la possibilité d'enrichir l'information;
- La facilitation de la communication interpersonnelle;
- le contrôle de l'utilisation.

4-7- Les organisations de la santé et l'interactivité:

Le développement du numérique (internet, médias réseaux sociaux, etc.) vient de transformer les relations entre les professionnels de santé, les managers, les structures sanitaires et les usagers du secteur. Comme il a été prouvé par plusieurs recherches en SIC qui ont redéfini l'organisation comme un lieu ouvert à la participation des parties prenantes. Les organisations de soins et plus généralement le monde de la santé sont soumis à des contraintes par la nature de leur travail, tels que le secret médical et la confidentialité sur la santé. L'intégration des TICs dans le domaine de la santé a permis aux établissements de mettre en ligne des informations sur leurs services et de réaliser des campagnes de sensibilisation sur les différentes maladies à travers ces outils numériques (Francis Chrest, Francois Bedard, 2009, p 114). Selon Ilaria Montagni, Will Stahl-Timmins, Lise Monneraud, Tobias Kurth, dans leur étude intitulée: «Stratégies numériques de diffusion auprès des décideurs, des résultats des chercheurs en santé publique », les exemples de la communication de santé numérique vont

des dossiers médicaux partagés aux applications de télésanté, en passant par les sites Internet et les applications mobiles de santé ainsi que toutes les autres TIC connexes. Ils définissent cette communication numérique de santé comme: «la création et l'utilisation des techniques numériques pour échanger des messages et des données sur la santé entre les individus, les organisations et les communautés afin de sensibiliser davantage, d'informer les décisions, d'influencer les comportements et d'améliorer les résultats dans le domaine de la santé » (Ibid pp 137-138).

Cette nouvelle démarche communicationnelle facilite aux publics en général et les patients en particulier l'accès aux informations pratiques disponibles à distance. Ces plateformes ont permis également aux patients d'exprimer leur satisfaction ou insatisfaction quant à la qualité des services de soins offerts. Sur ce point apparaît une rupture au niveau de la continuité communicationnelle entre les patients et les établissements, lesquels n'offrent pas de granularité, de porosité ou encore d'interface info communicationnelles pour prendre en compte ce besoin d'échanges du malade. Les médias sociaux, dans ce cas, ouvrent le fonctionnement des organisations à des modes d'interactions qui redéfinissent l'utilisateur comme contributeur à la production de connaissance sur l'organisation et sa production. Dans ce sens les établissements de santé utilisent ces médias sociaux afin de se rapprocher des patients et leur permettre d'accéder aux informations médicales qui peuvent être nécessaires et utiles.

4-8- L'évaluation de l'interactivité d'un site web:

Au cours de la première décennie du web, plusieurs chercheurs se sont intéressés aux problématiques liées à l'évaluation des sites web. Dans les modèles d'évaluation de ces derniers, les auteurs ont retenu l'interactivité comme étant l'une des quatre dimensions essentielles suivantes (Ilaria Montagni, 2019, p 27-42).

Le contenu: il concerne les éléments d'information (produits ou services) qui doivent être montrés à l'écran. La question est de décider quelle information est la plus appropriée. Il existe cinq types d'information: les faits, les concepts, les procédures, les processus et les principes.

➤ La structure: une fois que les produits ou services ont été définis et que l'information pertinente a été rassemblée, les connaissances doivent être organisées de manière à ce que les clients comprennent bien l'information avec un minimum d'effort. Plusieurs structures sont possibles: hiérarchiques, en réseaux ou en grappes.

➤ L'interactivité: cet élément détermine les outils de navigation qui permettent aux clients d'interagir efficacement avec le système, y compris les différents processus qui facilitent la recherche d'informations.

➤ La présentation: cet élément détermine comment l'information est présentée à l'écran (gros de pixel, fond d'écran, logo, image, icônes, couleur, etc.).

4-9- Conception des sites web réussis pour les organisations:

Tim Berners-Lee définit le web comme un outil de communication planétaire, gratuit et accessible à tous. Il permet au grand public d'échanger en toute confiance des informations non filtrées par un modérateur ou un propriétaire et de collaborer à la résolution des problèmes communs. Cette plateforme de communication a été créée pour favoriser le dialogue entre internautes sans intrusion, ni exclusion ou emprise de quiconque sur le nouveau média. Force est de constater que dans les premières années de son existence, le web était utilisé par les dirigeants des entreprises comme un outil additionnel puissant pour commercialiser et vendre leurs services aux consommateurs. Il est également considéré comme un canal de distribution.

Les premiers sites étaient conçus suivant une logique de diffusion (émetteur-récepteur), et non pas une logique de réception (récepteur-émetteur) ou d'appropriation dans laquelle le besoin d'interactivité des internautes aurait été pris en compte. Au cours de la période de 1994 à 2000, les chercheurs ont commencé à prodiguer des conseils aux entreprises sur la manière dont les sites web devaient être construits pour rejoindre efficacement les consommateurs.

Avec le temps et une meilleure compréhension de ce nouveau média, son approche a connu une mutation importante. Il a été constaté qu'il fallait intégrer les besoins des internautes dans les systèmes en forçant les consommateurs à s'adapter à ces outils. La première étape dans la conception d'un site comprend des études d'analyse des besoins des internautes et des usages qu'ils font du web. Cette analyse des besoins est très indispensable pour connaître l'ensemble des caractéristiques des futurs utilisateurs d'un objet technologique et élargir la vision que l'on a d'eux. Parmi les caractéristiques des internautes dont il faut tenir compte, il y'a le besoin d'interactivité dont Roger, dès 1986 et par la suite les tenants de l'appropriation, comme Kim et Lee ont traité abondamment dans leurs travaux. Ces derniers considèrent la prise en compte de fonctionnalités interactives comme l'une des dimensions incontournables dans toute conception de sites web (Francis Charest, opcit, p 138-139).

5- Analyse des données de la recherche:

Tableau n°1: la multiplicité des choix optionnels

Catégories		CH.U.Bejaia	
		point	%
Les moteurs de recherches	internes	1	
	externes	-	50
total		1	
Archives		1	100
Les langues	Langue arabe	-	
	Langue française	1	33.33
	Langue anglaise	-	
Total		1	
Les multimédia	images	1	
	sons	-	66.66
	vidéos	1	
total		2	
Liens hypertextes	Internes	1	
	externes	-	50
total		1	
La maitrise de forme	couleurs	-	
	caractère	-	0
total		0	
Le total global de dimension		6	14.16

Source: Taille: l'étude actuelle

La lecture de tableau:

Le tableau représente les différentes catégories de la dimension du choix qui peut être offert aux visiteurs des sites:

- Les moteurs de recherche permettent de lister et d'accéder directement aux parties concernées via un mot-clé introduit par l'utilisateur. Cet outil est disponible sur le site web du CHU de Béjaia et permet aux usagers d'effectuer des recherches à l'intérieur du site qui a obtenu 1 point sur 2 pour un pourcentage de 50%.
- Les langues utilisées par les sites: il s'agit d'un élément essentiel notamment pour un site électronique qui doit être ouvert sur la communauté universelle avec ses publics initiés et larges et issus de niveaux d'instruction différents. Pour cela, il doit s'adresser à ses publics en utilisant plusieurs langues. Pour le site de CHU de Bejaia qui a obtenu 1 point sur 3 notes attribuées à cette sous-catégorie, car le site s'adresse à son public uniquement en français.

- Le multimédia: est une caractéristique de la nouvelle communication via Internet. Elle permet aux organisations de profiter des fonctionnalités et de diffuser des contenus en plusieurs formes (textes, sons, vidéos, images, etc.). À ce niveau, le site de Bejaia a obtenu 2 sur 3 points qui ont été attribués à ce critère, avec un pourcentage de 66,66%.
- Les liens hypertextes: il existe deux types, le premier est composé des liens internes qui présentent une passerelle facile vers des pages intérieures du site, ou bien vers des sites annexes faisant partie de l'établissement concerné afin d'enrichir le contenu général du site. Le deuxième type se compose des liens externes qui mènent vers des sites extérieurs et qui n'ont pas été utilisés par le site de l'établissement de notre étude donc il a obtenu 1 point sur 2.
- Pour la maîtrise de la forme par l'utilisateur, nous trouvons que cette option est absente sur le site analysé. Ce dernier ne permet pas à l'utilisateur de changer ou d'adapter la couleur et même la taille des caractères de la part de l'utilisateur.

Pour cette dimension de choix, le site web a obtenu 6 points sur 13, avec un pourcentage de 41,15%, ce qui reflète que le choix ne soit vraiment pas offert aux utilisateurs afin de maîtriser ou de sélectionner les options et le contenu selon leurs besoins et leurs capacités intellectuelles.

Tableau n°2: l'effort que le media réclame de l'utilisateur

les catégories	C.H.U.bejaia	
	point	%
Actualisation	1	
Rapidité	1	
Usage des réseaux sociaux	1	
Composants de site	1	100
Description de l'établissement	1	
total	5	

Source: l'étude actuelle.

La lecture de tableau:

L'actualisation que permet Internet est à la fois une formidable opportunité de communication et une lourde exigence d'organisation dans les structures complexes telles que les établissements de santé. La rubrique «actualité» est spécifique et doit être actualisée selon les événements qui concernent chaque établissement. L'établissement d'étude assure cette rubrique et donc a obtenu 1 point pour cette catégorie.

D'après le tableau, on peut constater que la réception des informations est assurée à 100% par le site de CHU de Bejaia.

Ces données nous montrent l'importance accordée par l'établissement étudié à l'actualisation des informations afin de permettre aux usagers (patients et grand public) de rester informés de toute actualité dans le domaine de la santé. Pour le CHU de Bejaia, le recours à l'usage des RSN montre la démarche communicationnelle de cet établissement qui cherche à se trouver dans les différents espaces numériques et de toucher les usagers de ces espaces.

Tableau n°3: la réponse adaptative de l'utilisateur

les catégories	C.H.U.bejaia	
	point	%
Réponse humaine	1	
Réponse robotique	1	
Services d'aide sur le site	1	66.66
Notification d'erreurs	-	
total	3	

Source: l'étude actuelle

La lecture de tableau:

L'interaction exige l'échange et la prise en charge des préoccupations des patients utilisateurs des sites web d'une façon instantanée comme le permet Internet. En réalité et comme le montre le tableau, le site de CHU de Bejaia a obtenu 3 sur 4 points attribués à cette dimension, car il met à disposition des usagers des applications permettant la communication et répondent sur leurs préoccupations d'une façon automatique ou personnelle; nous pouvons remarquer dans ce stade-là que la communication entre l'organisme et son public est bidirectionnelle basée sur l'échange et le partage.

Tableau n°4: la possibilité d'enrichir l'information

Les categories	C.H.U Bejaia	
	point	%
Les sondages	-	
commentaires	-	
Les blogs	-	
Les annonces	-	
Les registres des visiteurs	-	
Le partage des informations	1	
Les mentions j'aime	1	
Total Global	2	28.57

Source: l'étude actuelle

La lecture de tableau:

L'interactivité, comme il a été déjà mentionné, est la participation des usagers à travers plusieurs outils et applications. Pour cette dimension, le site web du CHU Bejaia a réalisé 2 sur 7 points, vu la possibilité de partage des informations et celle des mentions j'aime qu'il offre. Il est à noter que ces fonctionnalités sont disponibles grâce aux réseaux sociaux.

Tableau n°5: la possibilité d'enrichir l'information

Les catégories		C.H.U Bejaia	
		point	%
email	De l'établissement	1	
commentaires	Des médecins au service	1	66.66
	Autres mailles utiles	-	
total		2	
forums de discussion		-	0
Téléphone directe		1	100
Réseaux sociaux		1	100
Messagerie		1	100
Le total Global de la dimension.		5	71.43

Source: l'étude actuelle

La lecture de tableau:

Pour ce tableau qui présente les résultats d'une autre dimension de l'interactivité, qui vise à analyser la disponibilité des outils et applications facilitant et favorise la communication personnelle, tel que l'email un critère que l'étude a attribué une note de 3, le CHU de Bejaia a obtenu 2 points vu qu'il offre les adresses mail de l'établissement et ses composants, ainsi que ceux des médecins et spécialistes, La direction des de l'établissement étudié a saisi l'importance de diversifier les outils numériques permettant au public en général et aux patients en particulier de rester en contact avec l'établissement. La disponibilité du contact de l'établissement (téléphone, email, réseaux sociaux) et les emails des médecins ou services sur

les sites internet démontrent la volonté de la direction de faciliter le contact avec les patients. Cette démarche vise à se conformer aux exigences de la responsabilité sociale et vise également à créer un climat de confiance avec les patients.

Tableau n°6: le contrôle de l'utilisation

Les catégories	C.H.U Bejaia	
	point	%
Cookies	-	
INscription	-	0
total	0	

Source: l'étude actuelle

La lecture de tableau:

Le contrôle et la maîtrise du nombre et des caractéristiques des visiteurs sont absents sur le site, chose pour laquelle le site n'a rien obtenu comme points pour cette dimension qui reste à prendre en considération afin d'améliorer l'interactivité de ce site.

-Discussions des données:

D'après les données obtenues, on peut constater que l'interactivité à travers le site web de CHU de Bejaia, est limitée. C'est ce qui est expliqué par ce tableau:

Tableau n7: représente toutes les dimensions de l'interactivité

La dimension de l'interactivité	Le point de l'échelle	Le site de C.H.U. Bejaia	%
La multiplicité des choix optionnels	13	6	46.15
L'effort que le média réclame de l'utilisateur	5	5	100
La réponse adaptive de l'utilisateur	4	3	75
La possibilité d'enrichir l'information	7	2	14.29
La facilitation de la communication interpersonnelle	7	5	57.14
Le contrôle de l'utilisation	2	0	0
Total	38	21	48.68

Source: l'étude actuelle

La lecture de tableau:

Le tableau montre le total de site web Bejaia qui a réalisé 55, 6% d'interactivité avec 21 points sur l'ensemble des points de l'échelle qui est de 38, ce qui signifie une interactivité faible.

Pour la multiplicité des choix optionnels, le site étudié a réalisé 46,15%, vu qu'ils n'offrent pas assez de choix pour les visiteurs.

Pour l'effort que le média réclame de l'utilisateur: le site analysé a obtenu un pourcentage de 100%. Il s'agit d'un résultat élevé qui reflète la disponibilité des outils et des applications qui sont en relation avec cette dimension, telle que les réseaux sociaux, la rapidité, la description des composants du site, etc.

Pour la réponse adaptive de l'utilisateur, le site C.H.U. de Bejaia a obtenu 75%, vu les moyens offerts sur site qui facilitent la communication directe entre l'établissement et les usagers.

Pour la possibilité d'enrichir l'information, le site de cette étude a obtenu 14,29%, grâce à l'utilisation des réseaux sociaux de la part du site de CHU de Bejaia, ce qui permet aux utilisateurs de partager ou mentionner les publications du site,

Concernant la communication interpersonnelle, le site a obtenu 57,14% pour cette dimension, les applications de cette communication sont beaucoup plus offertes donc sur le site de CHU de Bejaia.

La dernière dimension qui est le contrôle de l'utilisation est absente sur le site étudié.

Discutions et interprétation des résultats de l'enquête:

D'après les résultats de notre recherche on ne constate que le c.h.u. de Bejaia a opté pour la communication numérique a fin d'améliorer son image externe surtout vis-vis de ses passions et de pouvoir gagner une dimension digitale qui permet à cette organisation de créer une E. Réputation qui englobe l'ensemble des opinions et des avis du public qui peuvent être soit positif ou négatif par rapport à l'organisation. Et on constate que cette communication numérique est un canal d'information très important pour informer sur toutes les activités de c.h.u. et aussi il facilite l'accès pour les visiteurs dans le but d'améliorer la visibilité de c.h.u. de Bejaia et sa transparence et de toucher un large public. Aujourd'hui toutes les organisations à l'échelle mondial utilise un site web dans ses activités de communication externe son but est de promouvoir son image, mais aussi pour pouvoir mieux organiser son travail surtout pour une organisation de santé, et concernant les rendez-vous des passion pour leurs visites, donc les gains attribués à l'utilisation des T.I.C. dans l'exercice des professions de la santé sont le plus souvent la rapidité et l'efficacité. Sous l'angle d'une relation interpersonnelle, les avantages évoqués sont d'abord une plus grande facilité pour rejoindre un meilleur suivi grâce à la circulation de l'information ainsi une forme de responsabilisation des personnes qui participent plus vivement à leur prise en charge et à leur suivi. Dans le milieu hospitalier, on remarque une amélioration possible de la qualité du suivi, car en pouvant agir plus rapidement, on peut rassurer la personne, éviter une détérioration de sa condition et par conséquent, une hospitalisation plus longue

La communication entre les professionnels est certainement une des dimensions de la pratique qui bénéficie le plus des tic: la communication est souvent plus simple et plus rapide et elle peut se faire avec plusieurs personnes à la fois. Ainsi il devient plus facile de demander un avis. Dans un contexte de supervision, on peut éviter les déplacements des superviseurs en fournissant une information plus précise sur la condition de la personne soignée. Ou sur l'urgence d'une consultation lorsque cela l'exige. Donc aujourd'hui toutes les organisations de la santé publique algériennes sont devant ce nouveau défi qui est l'usage des Tic surtout pour améliorer la communication externe. Et pour mieux s'organiser a l'intérieur.

6- Conclusion:

A l'heure des nouvelles technologies de l'information et de la communication les réseaux sociaux sont en perpétuelle évolution. Ils sont caractérisés par la création et l'organisation de contenu ainsi que l'interaction sociale, L'ensemble étant facilité Par les nouvelles technologies .notre démarche de recherche sur l'utilisation des réseaux sociaux dans l'établissement public, et exactement l'usage hospitalier s'est concentré sur une problématique concrète. Qui a permis de démontrer l'utilité et les apports de l'usage des réseaux sociaux pour la stratégie de la communication externe de l'établissement hospitalier. Optimiser la présence du CHU de Bejaia sur ces réseaux lui permettra d'accroître sa visibilité de ce fait ils vont participer à l'amélioration de sa notoriété.la présente étude nous a montré donc l'importance du numérique dans le domaine de la santé publique. Les fonctionnalités et les options offertes par ces nouveaux dispositifs constituent des avancées dans la communication des établissements publics de santé en Algérie témoignant de la volonté des managers à moderniser leur démarche de communication.

D'après cette étude qui a été consacrée à l'analyse de l'interactivité sur le site web de l'organisation publique de santé. Nous constatons qu'il y'a des dimensions de l'interactivité qui sont respectées d'une façon partielle de la part de site web étudié, telle que la dernière dimension de l'échelle de Heeter qui est le contrôle de l'utilisation qui n'est pas disponible dans le site étudié.

Pour cela, les organisations publiques de santé se trouvent contraintes de profiter et d'exploiter les capacités et les caractéristiques du web particulièrement l'interactivité qui permet à n'importe quelle organisation qui la prend en considération d'être proche de son public.

Pour elles, être interactive est synonyme d'assurer une proximité avec les patients cherchant à comprendre leurs besoins, l'option de prise de rendez-vous en ligne offerte sur le site de CHU de Bejaia donne la possibilité aux usagers de réserver un rendez-vous à distance pour les examens suivants (mammographie, IRM, ou échographie), avec l'option de téléchargement de l'ordonnance sous forme d'une image ou un fichier PDF, ou Word offerts aux patients. Ces possibilités offertes facilitent la procédure aux usagers, particulièrement aux personnes âgées.

D'après l'analyse, nous avons constaté que les différentes informations qui peuvent être recherchées par l'utilisateur-patient sont disponibles sur le site web de l'établissement, comme par exemple les tableaux des consultations, les coordonnées des spécialistes y compris leurs adresses mail, etc. La prise en charge du patient exige d'autres fonctionnalités lui permettant d'être examiné à distance à travers une communication directe et instantanée avec le personnel de l'établissement. La création de blogs ou de forums pour discuter les questions de

Bibliographies:

- 1- Alemmano P Sylvie, Durampart Michel, 2015, Transformations des organisations de santé à l'heure des médias sociaux; organisations digitales, éd.: Le Harmattan,. Paris.
- 2- Ambrosini Claudia Felten, 2018, La communication hospitalière publique à l'ère digitale. Sciences de l'information et de la communication, Université Côte d'Azur, 2018. Français. ffNT: AZUR2026ff ffel-02081039f
- 3- Annet Dominique, 2008, Web et dirigeants: diriger la toile de son entreprise, Liège: Edipro,.
- 4- Balle Francis, 2006 Lexique d'information communication, éd.: DALLOZ, paris.
- 5- Baylon Christian, Mignot Xavier, 2006, La communication, éd.: Armand Colin, paris.
- 6-Benlatreche Leila, Communication publique en Algérie entre professionnalisme et reconnaissance, Revue des Sciences humaines, juin 2004, pp 7-16.
- 7- Bessiere Dominique, La définition de la communication publique: des enjeux disciplinaires aux changements de paradigme (p u. bordeaux, Éd.) Communication et organisation, 35/2009, p 14_28. Consulté le 06 16, 2018, sur revues.org: <http://communicationorganisation.revues.org/286>
- 8-Bernard Lamizet et Ahmed, 1997, Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication. Ed.ellipes, Paris.
- 9- Charest Francis et Bedard François, 2009, Les racines communicationnelles du web et des médias sociaux (éd. 2ème édition), Québec: la presse de l'université de Québec,.
- 10- Charest Francis, 2015, Alain Lavigne, Mimouni Charles, Médias sociaux et relations publiques, Québec: Presse de l'université de Québec,
- 11- Dépelteau François, la démarche d'une recherche en Sciences sociales (éd. 4ème), Paris: De boek, 2005.
- 12- Heeter Carrie, Interactivity in the contents of designed experiences, 2000, Consulté le 01 02, 2019, sur jiad.org: <http://www.jiad.org/article2.html>
- 13- Maurice Angers, 1997, initiation à la méthodologie des sciences humaines. Ed. Casbah. Alger.
- 14- MerahAissa, Communication médicale et marketing social de santé publique en Algérie. Le cas des maladies non transmissibles. P 47-58. In Michael Rinn et William Sherlaw (dirs), santé publique et communication, Paris: Le Harmattan, 2018.
- 15- Montagnillaria, Stahl-Timmins Will, Monneraud Lise, Kurth Tobias, «Stratégies numériques de diffusion auprès des décideurs, des résultats des chercheurs en santé publique», Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n° 20/2, 2019, p 27-42, consulté le 4 janvier 2021, sur: <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2019/dossier/02-strategies-numeriques-de-diffusion-aupres-des-decideurs-des-resultats-des-chercheurs-en-sante-publique>.
- 16-Pasquier Martial, 2017Communication des organisations publiques (2ème éd), Bruxelles: De boek,.
- 17- Pasquier Martial, 2011Communication publique, éd: de Boeck,. Bruxelles
- 18- Proulx Serge, Sénécal Michel, Poussant Louise, 2006 Communauté virtuelle, penser et agir en réseau, éd: la presse de l'université de Laval, Québec.

مجلة علمية محكمة ومفهرسة

e-ISSN 9865- 2352

ISSN 1111- 4932