





امدرسة الوطنية العليا  
للصحافة وعلوم الإعلام

العدد: 2015/02

# مجلة الاتصال والصحافة

جانفي 2015



ISSN: 2353-0383

## مجلة الاتصال والصحافة

العدد 02/2015

إن مجلة الاتصال والصحافة مجلة فصلية تنشرها المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام، تكتسي الطابع الأكاديمي وتنشر المشاركات الجامعية في مجال علوم الاتصال والصحافة.

❖ مدير النشر والتحرير:

أستاذ التعليم العالي عبد السلام بن زاوي

مدير المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

❖ منسقة النشر:

الدكتورة نادية أوشان

مديرة مابعد التدرج والبحث العلمي

❖ لجنة القراءة:

■ براهيم براهيمي، أستاذ التعليم العالي بالمدرسة

الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

■ محمد لخضر معقال، أستاذ التعليم العالي بالمدرسة

الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

■ بلقاسم مصطفىاوي، أستاذ التعليم العالي بالمدرسة

الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

- سعيد لوصيف، أستاذ محاضر بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام
- نادية أوشان، أستاذة محاضرة بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام
- لخضر قريش، أستاذ محاضر بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام
- شريف دريس، أستاذ محاضر بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام
- عبد الله على تودرت، أستاذ تعليم عال متميز، مدرسة الدراسات العليا التجارية
- محمد لمين بن زين، أستاذ التعليم العالي بجامعة الجزائر2
- نادية الكنز، أستاذة التعليم العالي بجامعة الجزائر2
- رابع علاهم، أستاذ التعليم العالي بجامعة الجزائر2
- أحمد بجاوي، أستاذ محاضر بكلية علوم الاعلام والصحافة بالجزائر
- راديةبرناوي، أستاذة محاضرة بالمدرسة الوطنية العليا للبيطرة بالجزائر
- دحمان الحاج، أستاذ محاضر بجامعة كويلار، ألس، فرنسا

❖ التحرير والمراسلة:

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

11 شارع دودو مختار – بن عكنون

الهاتف: 02-39-23-02(213)- الفاكس: 23-023-(213)

02-39

الموقع الإلكتروني: [www.ensjsi.com](http://www.ensjsi.com) / [www.ensjsi.dz](http://www.ensjsi.dz)

❖ تصنيف وإخراج:

المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية

العنوان : ص.ب 75 الرغاية – الجزائر

الموقع الإلكتروني: [www.enag.dz](http://www.enag.dz)

الهاتف : / 11-23-96-56(213)- 10-23-96-56(213)

الفاكس : 18-23-96-56(213)- 11-23-96-57(213)





## ❖ قواعد النشر:

1. إن مجلة الاتصال والصحافة مجلة سنوية تنشرها المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام، تكتسي الطابع الأكاديمي وتنشر المشاركات الجامعية في مجال علوم الاتصال والصحافة.

2. تنشر مجلة الاتصال والصحافة المقالات باللغة الوطنية واللغة الأجنبية، والتي لم تشكل موضوع نشر سابق ولا ايداع بغرض النشر، ولا تسند من ناحية أخرى على أطروحة أو مذكرة بحث تمت مناقشتها.

3. يجب أن تقدم المقالات على وجه واحد من الورقة طبقا للمعايير التالية ولا تتجاوز عدد صفحاته 15 صفحة بالنسبة لكل مقال:

باللغة العربية: Sakkal Majalla بحجم 16

باللغة الأجنبية: Time New Roman بحجم 12

4. تعرض الرسوم البيانية (جداول، مخططات، بطاقات، هياكل تنظيمية الخ.) في ورقات مستقلة والصور على ورق خاص بالصور في حالة وجود ألوان.

تدرج المراجع أو المصادر في نهاية كل مقال مع احترام تسلسل عرضها في النص.

5. يرفق الاقتراح الكتابي بملخص بلغة أخرى غير تلك المستعملة في المقال، لا يتجاوز 200 كلمة.

6. ترفق بالنص المقترح، سيرة ذاتية موجزة توضح الملف الشخصي للكاتب كفاءاته الأساسية وتخصصه في المجال العلمي.

7. تعرض المقالات المقترحة على خبراء مؤهلين ومدعوين من طرف لجنة القراءة بشكل غير معلن عنه.

# الفهرس

1. بعض سمات خطاب "الصّحافة العلميّ" في الجرائد اليوميّة من (الحمّي القلاعية) إلى (الحمّي السّياسيّة) جريدة الخبر اليومي (أوت 2014م) دراسة في إشكالية (اختراق الخطاب).....13  
د. لخضر قريش  
أستاذ محاضر بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام - الجزائر-
2. المؤسسات الاعلامية: بين السمات العامة والخصوصية الاقتصادية ..... 31  
سمية لعجوزي  
أستاذة باحثة بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام - الجزائر-
3. الملكية الصحفية في عصر الانترنت..... 67  
ليلى بوسجرة  
أستاذة باحثة بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام - الجزائر-
4. شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة ..... 89  
عبد القادر بودريالة  
أستاذ مساعد جامعة قاصدي مرباح، ورقلة
5. تحديات الإعلام البيئي في الجزائر..... 129  
آمال قرساس  
باحثة دكتوراه كلية علوم الإعلام والاتصال
6. واقع ثقافة الطفل العربي من خلال البرامج التلفزيونية..... 155  
نورة بن بوزيد  
كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر-3-



بعض سمات خطاب "الصّحافة العلميّة" في الجرائد  
اليوميّة  
من (الحمّى القلاعية) إلى (الحمّى السّياسيّة)  
جريدة الخبر اليومي (أوت 2014م)  
دراسة في إشكالية (اختراق الخطاب)

د : لخضر قريش  
أستاذ محاضر

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام  
- الجزائر -



# بعض سمات خطاب "الصحافة العلميّة" في الجرائد

لخضر قریش

أستاذ محاضر

المدرسة الوطنية العليا للصحافة

وعلوم الإعلام- الجزائر-

*الكلمات المفتاحية: تحليل الخطاب؛ اختراق الخطاب؛ الفاعلون؛*

*الحقّ القلاعية؛ الحقّ السياسية؛ الصحافة*

*العلميّة؛ مسارات الكتابة الصحفيّة.*

## **Résumé:**

Dans cette approche, nous avons choisi le quotidien national d'information "EL KHABAR" pendant la période allant du 27/ 07/ 2014 au 03/10/2014, pour étudier et analyser les questions suivantes est:

- Est- ce que le sujet (fièvre aphteuse) traité relève du journalisme scientifique ?
- Si c'est le cas, quels seraient les caractéristiques de ce discours, et est -il différent des autres discours ?

### **1. الإشكالية:**

تسعى المقاربة إلى دراسة الإشكاليات الآتية :

أ. كيف تفاعلت جريدة الخبر مع ما يعرف بـ (الحمى

القلاعية) ؟

ب. هل يمكن أن نتحدث عن صحافة علمية ؟ وما هي

خصائصها وسماتها ؟

ج. هل جريدة الخبر في تفاعلها مع ما يعرف بـ (الحمى

القلاعية) أنتجت خطاب العلم و مشتقاته : أمّ

أنتجت خطابا مخترقا من عدّة فاعلين اجتماعيين



مختلفين ومتناقضين (بياطرة، علماء، مخبريون، سياسيون، وزراء، مستوردو الأدوية، مافيا التهريب، صيادلة، مربو أبقار، فلاحون، مستهلكون، عامة المجتمع... إلخ) ؟

## 2. أسباب اختيار موضوع المقاربة :

إن عنوان المقاربة الذي نشتغل عليه يدور بالأساس حول : كيف تعاملت وتفاعلت جريدة (الخبر اليومي) مع ما يعرف بـ (الحمى القلاعية) ؟ وهل بنت نموذجها الخطابي الخاص بها ؟

وقصد دراسة هذا الهدف، سنختار جريدة (الخبر اليومي) من خلال ما أوردته من عناوين في صفحاتها الأولى، حيث تعددت الأجناس والأشكال الصحفية، خاصة وأن هناك إنتاج كثير وكبير ومتعدد، بل كانت الجريدة تتابع يوميا ما يدور في مختلف ربوع (48) ولاية من الجزائر، ومن أجل ذلك اخترنا الانتاج الصحفي اليومي المتعلق بالفترة الممتدة من أواخر شهر جويلية إلى بداية شهر أكتوبر من سنة 2014م، أو بمعنى آخر:

من 27 جويلية 2014م إلى 3 أكتوبر 2014م . فهي فترة كافية للدراسة ؛ والمتابعة؛ والمعالجة الإعلامية. حيث شهدت

هذه الفترة متابعة يومية لما يعرف بـ (الحمى القلاعية) ؛  
وعليه فإن أسباب الاختيار يمكن أن نوجزها في الآتي :

1- كنت أتابع يوميا ما يكتب حوّل ما يعرف بـ (الحمى القلاعية)، وتحديدًا في جريدة الخبر اليومي، وذا من أجل الدراسة والتحليل :قصد البحث في إمكانية قيام خطاب صحفي متخصص في (الصّحافة العلمية) ؛ وكيف يتميز عن بقية الخطابات الأخرى ؟

2- في شهر أوت 2014م، وصل ما يعرف بمرض (الحمى القلاعية) إلى ذروته من حيث الإثارة والمعالجات الإعلامية، وتبادل التهم، والتملص من المسؤوليات، و التحذيرات من قبل الفاعلين المعنيين بالظاهرة على صعيد الصراع العلائقي داخل المجتمع.

### 3. مدونة الدراسة :

لقد اخترنا الانتاج الصحفي اليومي المتعلق بالفترة الممتدة :  
من 27 جويلية 2014م إلى 3 أكتوبر 2014م.  
وعليه نحن أمام ما يقارب من (60) عددا من يوميات جريدة الخبر. لذا يصبح لزاما وضع آلية أخرى من أجل الاختيار. حيث تمثلت هذه الآلية في: تقنية الظهور والاختفاء فيما يعرف بـ (الحمى القلاعية) ؛ في الصفحة الأولى .

فكلما كانت الإشارة إلى مرض الحمى القلاعية في الصفحة الأولى من الجريدة يتم حساب ذلك العدد. أو بمعنى آخر هي آلية نوعية وليست آلية عددية، فمتى تكون الإشارة إلى المرض في الصفحة الأولى من الجريدة نأخذ العدد كعينة لذلك. وعليه نحن أمام الأعداد الآتية :

- شهر جويلية 2014 م : عدد واحد (1).
  - شهر أوت 2014 م : عشر أعداد (8).
  - شهر سبتمبر 2014 م : ثمانية أعداد (7).
  - شهر أكتوبر 2014 م : عدد واحد (2).
- إذا : نحن أمام (18) عددا للدراسة والتحليل.

#### 4. المحددات المنهجية وفئات التحليل :

ومن أجل الوصول إلى بعض الأهداف المسطرة، اخترنا فئات التحليل الممثلة في فئة (الخبر) كوحدة للقياس، من خلال موضوع ما يعرف بـ (الحمى القلاعية)، فهو موضوع علمي بامتياز، في ظاهره، وعليه كانت فئات التحليل المختارة للمعالجة، ممثلة في فئة واحدة هي: فئة الشكل ؛ في جانبها الممثل في فئة العناصر التيبوغرافية، وتحديدًا العناوين الرئيسية؛ في الصفحة الأولى من الجريدة، وهذا نظرا للاعتبارات التقنية، والمنهجية في معالجة كل ما يتعلق ببنية الشكل والمضمون للمادة الإعلامية.

إن تحليل الخطاب؛ يقتضي في كثير من الأحيان اعتماد المقاربة متعددة الأبعاد، خاصة في شقه التطبيقي المتعلق بتبسيط المفاهيم العلمية المتعلقة بمرض (الحَمَى القلاعية)، فإذا فرضنا أن الخطاب الصحفي العلمي هنا\_ موجه بالدرجة الأولى إلى (مرّي الأبقار)، وعامة المجتمع، فإنه يترتب عن ذلك إعادة طرح السؤال الآتي :

هل خطاب (الحَمَى القلاعية) يتميز بالبساطة والوضوح، على الأقل في شقه المتعلق بدور وسائل الإعلام (جريدة الخبر اليومي كنموذج) في تبسيط ونشر كل ما يتعلق بمرض (الحَمَى القلاعية)، وما يقوله المختصون من: علماء ؛ ورؤساء مخابر ؛ وبياطرة ؛ وجهات وصية (وزارتي الفلاحة، والصّحة)...إلخ في هذه القضية العلمية بالأساس؟

وعليه يتضح الآتي :

– كيف بسّطت؛ وشرحت؛ ونقلت جريدة (الخبر اليومي) ما يعرف بـ :

(الحَمَى القلاعية) ؟

– هل (جريدة الخبر اليومي) متحكّمة في مسارات الكتابة الصحفية العلميّة حول ما يعرف بـ (الحَمَى القلاعية)؛ أو بمعنى آخر : هل تملك جريدة (الخبر اليومي) رؤية

استراتيجية في الكتابة لمسارات المعالجات الإعلامية  
العلمية لظاهرة ما يعرف بـ (الحمى القلاعية) ؟  
وقصد تحليل الأسئلة السابقة، يصبح لزاما المرور عبر  
الإجراء الثانوي الآتي :

– تتبع و دراسة بعض من الملفوظات اللغوية ؛ والطريقة  
التي تقدّم بها ؛ خاصة ذات الحمولة العلمية.

### 5. مرحلة الضرر :

سأدرس في هذه النقطة العناوين ، في الصفحة الأولى، من  
خلال اعتماد آلية التحولات و التبادلات ؛ خاصة إذا علمنا  
أنّ الانتقال من عنوان إلى عنوان آخر إنّما يعبرّ بالأساس عن  
تحولات على المستوى الوظيفي بالنسبة للفاعلين .

العينة رقم 1 – الأحد 27 جويلية 2014 م، ع 7506.  
(مرض الحمى القلاعية طوارئ في أسواق اللحوم  
والمواشي.)

العينة رقم 2 – الأحد 3 أوت 2014 م، ع 7511.  
(تعويض الفلاحين عن الأبقار المريضة الحمى القلاعية  
تزحف نحو ولايات الوسط.)

العينة رقم 3 – الاثنين 4 أوت 2014 م، ع 7512.  
(أبقار من بؤرة الحمى القلاعية ببئر العرش وصلت إلى  
العاصمة وزير الفلاحة "يطلق النار" على مصالح الأمن)

- العيينة رقم 4 - الاثنين 11 أوت 2014 م، ع 7519.  
((نقص اللقاح هاجس آخر للموالين الحمى القلاعية  
تواصل الزحف))
- العيينة رقم 5 - الثلاثاء 12 أوت 2014 م، ع 7520.  
((وباء بقرارها رفع دعوى قضائية ضد مجهول وزارة  
الفاحة تقرّ بفسلها في محاصرة الحمى القلاعية))
- العيينة رقم 6 - الأربعاء 13 أوت 2014 م، ع 7521.  
((وباء عدد الولايات المعنية بلغ 20 ولاية فيروس الحمى  
القلاعية يخترق وزارة الفلاحة ويحط بغرب البلاد))
- العيينة رقم 7 - الثلاثاء 19 أوت 2014 م، ع 7527.  
((غلق أسواق الماشية مستمر لحصر الأوبئة الموالون  
يتخوفون من "عيد بلاكباش")
- العيينة رقم 8 - السبت 23 أوت 2014 م، ع 7531.  
((بعد أن عجزت وزارة الفلاحة عن وقف انتشار الوباء  
احتمال انتقال الحمى القلاعية إلى الكباش وارد))
- العيينة رقم 9 - السبت 30 أوت 2014 م، ع 7538.  
((ملف مع اقتراب عيد الأضحى "القلاعية" تبعد اللحوم  
عن موائد الجزائريين))
- العيينة رقم 10 - الثلاثاء 2 سبتمبر 2014 م، ع 7541.  
((لمنع إدخال المواشي الإفريقية عشية العيد 12 فرقة من  
الدرك والجمارك على الحدود مع مالي و النيجر))

العينة رقم 11 - الأربعاء 3 سبتمبر 2014 م، ع 7542.  
(وباء نقابة البيطرة تنصح بالاستنجد بالأئمة لتحسيس  
المواطنين

المصلحة العامة تستدعي الاستمرار في غلق المواشي  
رئيس لجنة الفلاحة بمجلس الأمة : استمرار غلق أسواق  
المواشي سيلهب أسعار الأضاحي))

العينة رقم 12 - السبت 6 سبتمبر 2014 م، ع 7545.  
(لا يكثرثون بإجراءات غلق أسواق الماشية مؤالون  
يتأهبون لتسويق أضحية العيد في "زرائيم")

العينة رقم 13 - الثلاثاء 9 سبتمبر 2014 م، ع 7548.  
(تعويضات بـ 40 مليوناً عن كل بقرة مصابة بالحمى  
القلعية

فتح أسواق المواشي ابتداء من الجمعة))

العينة رقم 14 - السبت 13 سبتمبر 2014 م، ع 7552.  
(أسعاره بلغت 7 ملايين في الجلفة  
بورصة كبش العيد تلتهب كباش للبيع عبر المواقع  
الإلكترونية))

العينة رقم 15 - الأربعاء 24 سبتمبر 2014 م، ع 7563.  
(روبورتاج أسعار منخفضة في الجلفة والبيض و ملتبهة  
في المدن الكبرى

السماسة يحولون عيد الأضحى إلى "جهنم"

الموالون يقولون إن الدولة تأخرت في فتح الأسواق))  
العينة رقم 16- الاثنين 29 سبتمبر 2014 م، ع 7568.  
(ندوة فوروم "الخبر" يناقش "الحمى القلاعية و كبش  
العيد"

"السماسرة يشوشون على فرحة عيد الأضحى")  
العينة رقم 17 - الخميس 2 أكتوبر 2014 م، ع 7571.  
تضمن هذا العدد عنوانين مختلفين.  
الأول: ((تهريب تنامي سرقة رؤوس الماشية على الحدود  
عشية عيد الأضحى

"العلوش" الجزائري سلطان في تونس))  
الثاني: ((ارتفاع جنوني لأسعار الأضحية والخضر والفواكه  
لهيب في جيوب الجزائريين  
الأسعار مرتفعة للغاية))

العينة رقم 18 - الجمعة 3 أكتوبر 2014 م، ع 7572.  
(عيد الأضحى لم تخفهم لا الحمى القلاعية ولا "الحمى  
الشرائية"

الجزائريون يضحون بـ3.6 مليون كبش هذا العيد  
المغاربة والتوانسة يلجأون للخرفان الاسبانية بعد التضيق  
على الحدود)).

6. مرحلة التحليل :



إن القراءة الأولى في المسارات السابقة؛ الخاصة بـ (العنونة) في الصفحة الأولى، يمكن أن نستنتج من خلالها عدّة سمات وخصائص تميّز بها ما يعرف بـ (الخطاب الصحفي العلمي)، لعلّ أهمها الآتي :

### خطاب التوترات والمخاوف :

إنّ خطاب الصحافة العلمية – إذا صحّت التسمية هنا - هو خطاب يتميز بالتوترات والمخاوف، والدليل على ذلك هو تتبع المسارات التي مرّ بها :

- ع 1 - حالة طوارئ (ع ترمز للعينة)

- ع 2 - زحف الحصى القلاعية

- ع 3 - وصول الحصى القلاعية إلى العاصمة (وزير الفلاحة يطلق النار على مصالح الأمن)

- ع 4 - نقص اللقاح (نسجل هنا أوّل ظهور لمصطلح علمي، اللقاح)

- ع 5 - انتشار الوباء (نسجل هنا الانتقال في وصف الحصى القلاعية من المرض إلى الوباء ...)

فالعينات السابقة ذات حمولة مشحونة بالتوترات والمخاوف، ومن هنا جاء هذا الوصف، وتفسير ذلك نابع من طبيعة الخطاب نفسه ؛ فهو يعالج مواضيع ذات صلة مباشرة بحياة الجزائريين الصحية والبيئية.

## خطاب الانتشار والتوسع:

بداية من ع 7 إلى ع 10 نلاحظ التركيز على انتشار المرض، وتداعياته على أضحية العيد، من خلال تشديد الرقابة على الحدود. لذا جاء الخطاب في بنيته حاملا صفة التوسع والانتشار.

## خطاب مخترق:

في العينة رقم 11 نلاحظ تحول في سير الخطاب؛ فهو بالإضافة إلى أنه خطاب يتميز بالتوترات والمخاوف، فهو كذلك خطاب مخترق، من قبل الخطاب الديني، حيث جاء في العنوان السابق : ((وباء نقابة البيطرة تنصح بالاستنجاد بالأئمة لتحسيس المواطنين

المصلحة العامة تستدعي الاستمرار في غلق المواشي)).

وعليه نسجل انتقال وتحول في طبيعة الخطاب : أي من الخطاب العلمي إلى الخطاب الديني، وهنا نميز تداخل الخطابات، فهي (نقابة البيطرة) عاجزة عن المعالجة العلمية ل (الحتى القلاعية)، فبدلا من التوجه إلى الرأي العام عبر وسائل الإعلام العمومية، لجأت إلى أماكن العبادة طلبا للمساعدة. ((نقابة البيطرة تنصح بالاستنجاد بالأئمة لتحسيس المواطنين)). نقول هذا رغم أهمية الخطاب الديني وقوة تأثيره في الجماهير، ففعل الاختراق كان من المسجد إلى

المخبر، وأصبح المخبري يستنجد بالإمام من أجل المصلحة العامة (أو هكذا تذرعت النقابة حسب الجريدة) هذا من جهة.

ومن جهة ثانية، نحن أمام ظاهرة خطاب التنازع والاقناع، فأيهما أقدر على الاقناع والبرهنة، الخطاب العلمي أم الخطاب الديني؟ فكأنّ هناك حلقة مفقودة ينبغي البحث عنها، لكن الأکید أنّها تتعلق بالاتصال والتواصل الجماهيري.

### خطاب التحدي :

يبدأ من ع 12 إلى ع 18. حيث سار خطاب التحدي في اتجاهين؛ الأوّل يتعلق بميزانية الأسر، والدخل الشهري للمواطن ((بورصة كبش العيد تلتهب... ارتفاع جنوني لأسعار الأضحية...))

أمّا المسار الثاني؛ فيتمثل في (( عيد الأضحى لم تخفهم لا الحمى القلاعية ولا "الحمى الشرائية")، فهو خطاب يتميز بالتحدي.

### من الحمى القلاعية إلى الحمى السياسية:

لقد تميزت العناوين السابقة، في معظمها إنّ لم نقل في جلّها باختراق الخطاب الصحفي العلمي من قبل خطاب الفاعلين السياسيين؛ والمّوالين؛ ومافيا التهريب و... إلخ

فإذا استثنينا بعض الصياغات والألفاظ العلمية ؛ مثل (البيطرة، الوباء، فيروس، الحمى القلاعية، نقص اللقاح.) تكاد تنعدم نهائياً سلسلة الكلمات ؛ والصيغ ذات الحمولة العلمية والتقنية والتحليل المخبرية ؛ من الصفحات الأولى للجريدة، وهذا مؤشراً آخر على أنّ خطاب الصحافة العلمية - إن كان لها خطاب - هو مخترق من قبل الصحافة السياسية. وتفسير ذلك في نظرنا، هو أن جريدة الخبر اليومي جريدة سياسية بامتياز، أو تقدم السياسي على العلمي في التعاطي مع مثل هكذا مواضع. وهذا ليس بالجديد. كما هو يعبر من جهة أخرى عن الخط الافتتاحي للجريدة. فالخطاب العلمي في هذه الأخيرة، ينبغي أن يمر عبر الخطاب السياسي. وهذا ما جعلنا نصل إلى نتيجة تميّز بها الخطاب السابق، وهي انتشار وانتقال الحمى، من الحمى القلاعية إلى الحمى السياسيّة، في المعالجات الإعلامية.

إنّ النتيجة الأولية، التي وصلت إليها هذه المقاربة، وهي صعوبة الجزم بوجود صحافة علمية، واضحة المعالم والخصائص والنماذج من خلال العينة السابقة. بقدر ما كانت هناك خطابات صحفية حول العلم.

وفي الأخير؛ لا تعتقد أبداً، هذه المقاربة أنّها قد أجابت عن كلّ الأسئلة التي طرحت، بقدر ما كانت تنصت؛ وتقرأ ؛ وتتعلم من الصحافة المكتوبة، فجريدة (الخبر اليومي) لها من

الرصيد ما يجعلها قابلة دوما للدراسة؛ والبحث؛ و الفحص.  
كلّما تعددت وتنوعت أدوات المساءلة والقراءة.

*الهوامش :*

1 - جريدة الخبر ، يوم 27 / 07 / 2014 م، ع 7506،  
الجزائر.

2 - المصدر السابق.

3 - المصدر السابق.

4 - المصدر السابق.



المؤسسات الاعلامية: بين السمات العامة والخصوصية  
الاقتصادية

سومية لعجوزي

أستاذة باحثة

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

-الجزائر-





# المؤسسات الاعلامية: بين السمات العامة والخصوصية الاقتصادية

سومية لعجوزي

أستاذة باحثة

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

-الجزائر-

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام - المؤسسة الإعلامية  
- النشاط الاقتصادي - المنتج الإعلامي.

## **Résumé :**

Face aux changements que connaît l'environnement dans lequel évoluent les entreprises modernes sur les plans économique, technologique et politique, l'entreprise médiatique se retrouve, malgré elle aspirée dans une spirale impitoyable purement économique générée par des groupes industriels puissants à caractère commercial dont l'objectif premier est celui d'avoir, sous contrôle, des entreprises de communication chargées de véhiculer leurs image de marque et de préserver leurs intérêts sur le plan communicationnel et médiatique dans un environnement où l'image peut faire la différence. De ce fait, l'entreprise médiatique se voit contrainte de se soumettre à une logique de planification économique pour garantir sa survie et sa pérennité dans un environnement régi par le principe de gain et de rentabilité commerciale. Il reste bien entendu que l'entreprise médiatique garde ses spécificités quant au produit généré par rapport aux entreprises à caractère économique et commercial.

بفعل التغييرات التي تطرأ على المحيط التكنولوجي والسياسي والاقتصادي، تستحيل إمكانية معالجة وسائل الاعلام كمؤسسة اقتصادية بمعزل عن المؤسسات الأخرى، وهذا بالنظر إلى اندماجها بكبريات المجمعات الاقتصادية العالمية التي بدورها تسعى إلى الاستثمار في جميع المجالات الإعلامية، يضاف إلى ذلك وجود خصائص مشتركة في التسيير الاقتصادي بين مختلف مؤسسات الاعلام.<sup>1</sup> تعتبر المؤسسة هيكل اقتصادي واجتماعي، يحتوي على شخص أو عدة أشخاص يعملون بطريقة منظمة قصد تقديم سلع أو خدمات للمستهلكين، في محيط تنافسي أو غير تنافسي...<sup>2</sup> كما تعرف على أنها وحدة إنتاج للسوق، تتميز باستقلالية نسبية، هدفها مردودية العناصر التالية: العامل، المالك، رأس المال...<sup>3</sup> وحدة الإنتاج تتمثل في الجانب الإنتاجي للمؤسسة، مهما كان التوجه للسوق غاية طبيعية للمؤسسة، التمتع بالاستقلالية يظهر في الإطار القانوني الذي يرسم حدودها، رأس المال هو كل ما تملكه المؤسسة من موارد مالية. هذه التعاريف تظهر أن المؤسسة الاقتصادية كيان حي تتفاعل فيه مجموعة من العوامل المتداخلة قصد إنتاج سلع أو خدمات، وذلك حسب التوجه المختار مسبقا.

## المؤسسة الإعلامية والمنتوج الإعلامي

تعتبر وسائل الإعلام دعامة تقنية تفقد من أهميتها، وحتى من سبب وجودها دون محتوى، يعبر على هذا المحتوى بالمنتوج الإعلامي، الذي يعرفه كل من Jean Gabzewicz و Nathalie Sonnac...<sup>4</sup> على أنه مجموع الرسائل والاتصالات التي تستعمل الوسيلة الإعلامية كدعامة، كما يعتبر المنتج الإعلامي بدوره دعامة لرسالة إعلامية ورسائل إخبارية، فحسب المنظور الاقتصادي لـ James Hamilton (2004)...<sup>5</sup> فإنّ المنتج الإعلامي المعبر عنه بالإنجليزية بكلمة (News) عبارة عن معلومات تحولت إلى سلعة، لأنها مختارة من طرف شخص اقتصادي (Agent économique) قصد وضعها في متناول أشخاص آخرين في السوق.

تُكون الرسائل الإعلامية و الرسائل الإخبارية سوقين متداخلين، الأوّل هو سوق الإعلام، والذي تكون فيه المؤسسة الإعلامية صاحبة العرض، ويكون فيه مستهلكو مضامين وسائل الإعلام أصحاب الطلب، والثاني كذلك تكون المؤسسة الإعلامية صاحبة العرض فيه، لكن أصحاب الطلب هنا هم المعلنون، هذا يجعلنا نعرف المؤسسة الإعلامية على أنّها تلك المنظومة التي تعمل على تقديم عرض إعلامي وعرض إخباري لأصحاب الطلب المتمثلين في المستهلكين والمعلنين، وذلك عن طريق دعامة تتمثل في وسائل الإعلام.

هنالك علاقة وطيدة بين وسائل الإعلام و المنتج الإعلامي، يمكن أن نعبر عنها بعلاقة المحتوى والمحتوي (Contenue et contenant) وليس من الغريب أن يكون في نفس الوقت مخترعو وسائل الإعلام هم من يستثمرون في محتواها، فعلاقة المحتوى بالمحتوي هذه هي علاقة الاختراع التقني بالمؤسسة الاقتصادية بحيث يمزج المبتكر بالمقاول.

في مجال الصحافة المكتوبة مثلا يعتبر (Emile de Girardin) من بين الأوائل الذين فهموا وجود طلب عالمي على المعلومات والمعرفة يجب الاستجابة له، حيث أسس صحيفة (Le Petit journal) سنة 1836...<sup>6</sup>، كما تيقن إلى إمكانية وجود سوق ثانية تسمح بجلب مداخيل أخرى، ألا وهي سوق الإشهار الصحفي. نفس الشيء بالنسبة للإذاعة، حيث يعتبر David Sarnoff وهو مسؤول تقني ثم مدير لمؤسسة American Marconi، أول من أسس قاعدة اقتصادية للراديو، فقد قدّم سنة 1920 مشروعه المتمثل في شراء جهاز راديو والاشتراك في المجلة الشهرية Warless age التي تقدم الشبكة البرمجية، وقصد تغطية تكاليف الاستثمار في البرامج اعتمد على مداخيل مبيعات الأجهزة والصحيفة (التي تباع كاشتراك، كما تعرض صفحات إخبارية)، إضافة إلى برامج إذاعية تخللها ومضات إخبارية...<sup>7</sup> فيما يخص وسيلة التلفزيون، قام John Baird وهو أحد مخترعي التلفزة

الميكانيكية، بإنشاء أول مؤسسة للتلفزيون في العالم (قبل BBC) والمسماة بـ (Télévision Limited) برأس مال يعادل 500 جنيه إسترليني، وصاحب أول حملة إخبارية للترويج لمؤسسته بشعار "التلفزيون لكل وفيكلالمنازل"....<sup>8</sup>

مع مرور الوقت وحدثت تغيرات سواء من الجانب الاقتصادي، الثقافي أو التكنولوجي، تطوّرت وسائل الإعلام، كما تطوّرت المؤسسات الإعلامية وتنوعت من حيث الحجم، وطريقة التسيير، والعروض المقدّمة، وأيضا من حيث إيجاد طرق جديدة لتحقيق المداخيل... الخ، إتباعا لتطوّر النشاط الاقتصادي دون تجاهل الخصائص التي تمتلكها وسائل الإعلام ومنتوجاتها، فنحن أمام مؤسسة اقتصادية وإعلامية في نفس الوقت.

### الطابع الاقتصادي لوسائل الإعلام

يحظى اقتصاد وسائل الإعلام اليوم بأهمية لم يشدها قط في تاريخها. عرفت شركات الإعلام في السنوات الماضية مرحلة اضطرابات، بالإضافة إلى الضغوطات المالية التي عصفت بالكثير من المؤسسات (أو الشركات عموما). فإن المؤسسات الإعلامية واجهت وتواجه قوى التغيير التكنولوجي والتنظيمي في بحثها عن الطرق والوسائل التي تضمن لها الديمومة أو الاستمرارية في محيط الأعمال والمجالات الاجتماعية سريع التغير. وأحسن مثال على التحديات التي تعيشها المؤسسات

الإعلامية، المراجعات التنظيمية التي تقوم بها هذه المؤسسات، وهو ما قامت به مؤسسة AOL Time Warner حيث باشرت سنة 2000 في تطوير التنظيم الداخلي، الهدف منه رفع التحديات التكنولوجية والمالية وطلبات المستثمرين. خلال سنتين أظهر هذا التنظيم عجزه عن معالجة المشاكل التي تعيشها المؤسسة مما دفع العديد من المستثمرين تركها رغم المبادرات الاستراتيجية التي أعلنتها والتي كانت تنظر إليها بكثير من الحذر، بالإضافة إلى كون تقييم المستثمرين للعملية جاء متشائم. تعتبر مؤسسة AOL, Time Warner المثال الأكثر ذكرا فيما يتعلق بالرهانات التي تواجه المؤسسات الإعلامية عموما.

إن التغييرات التي تشهدها الميادين التكنولوجية والاقتصادية والتنظيمية بالإضافة إلى متطلبات مختلف الجهات التابعة لهذه المؤسسات الإعلامية، تضع هذه المؤسسات تحت ضغوطات كبيرة، مما يضطرها إلى إتباع طرق تسيير فعالة وناجعة<sup>9</sup>.

### ما هو اقتصاد وسائل الإعلام؟

غالبا ما ينظر إلى قطاع اقتصاد وسائل الإعلام إلى كونه شبه تخصص في المجالين الاقتصادي ووسائل الإعلام معا. إلا أنه كما تشير إليه الأحداث خلال العقدين الماضيين، فإن اقتصاد وسائل الإعلام أصبح ميدان دراسة وتطبيق قائم

بذاته يحوي في طياته كل من مبادئ دراسة وسائل الإعلام والاتصال مع معاينة المبادئ الاقتصادية وتطبيقها في تسيير وإدارة المؤسسات في هذا القطاع. إن دراسة وسائل الإعلام والاتصال تختص بمسائل حرية التعبير، إعطاء الكلمة للجميع (من طرف وسائل الإعلام)، التأثير الاجتماعي لمحتوى الإعلام وتأثيرات تكنولوجيايات الاتصال الجديدة. كل هذه الميادين تتطلب إلى حد ما مناقشة المبادئ الاقتصادية. إن إدخال تكنولوجيا \*TiVo تمدنا بمثال كلاسيكي للتفاعل بين وسائل الإعلام والاقتصاد بخصوص نشاط ما. من وجهة نظر وسائل الإعلام والاتصال، تكنولوجيا TiVo تمنح الآباء قدرة فائقة في فحص ومراقبة محتوى البرامج المسجلة لأبنائهم، إلا أنه بالنسبة لوسيلة متخصصة في الإشهار كالتلفزيون فالأمر يكاد أن يكون كارثيا له. حتى في قطاع الصناعة الموسيقية توضح تجربة \*Napster بشكل كبير كيف أن اقتصاد وسائل الإعلام كثيرا ما يتلاعب بالتوجهات الصادرة من الجهة القانونية في حال وجود نزاعات لم يتطرق إليها من قبل المؤسسة القانونية.

إن تمكين المواطنين من الحصول على تكنولوجيايات الاتصال الحديثة يتوقف على قدرة موردي (ممونين) الخدمات المعلوماتية على تغطية تكاليف استثمارها وتحقيق الأرباح منها. ذكر Abbott Joseph Liebling\* «يمكن ضمان حرية



الصحافة، فقط، لمن يملكونها (أي الصحافة)"، يرى العديد في هذه عبارة جراءة كبيرة، لأن امتلاك وسائل الإعلام الجماهيرية يتطلب استثمارات مالية ضخمة، تربط بين الموارد أو الوسائل الاقتصادية بالإعلام في محيط وسائل الإعلام. فعلى قطاع صناعة المعلومة العمل بالمبادئ الاقتصادية إذا أراد الاستمرار في سياق اقتصادي متنامي الطلب.

يعرف P.A. Samuelson في مقدمة كتابه علم الاقتصاد<sup>10</sup> (2000) كما يلي: "دراسة كيف ينتهي الناس والمجتمع إلى اختيار، دوناً باستعمال المال؛ استعمال موارد إنتاجية قليلة أو نادرة، قد تستعمل لإنتاج وسائل الراحة وتوزيعها للاستهلاك، حالياً أو في المستقبل، من طرف أشخاص أو مجموعات متباينة في المجتمع. فعلم الاقتصاد له علاقة بما أنتج، بالتكنولوجيا والتنظيم المتبع في كيفية الإنتاج، وإلى من تم الإنتاج."

إن اقتصاد وسائل الإعلام مصطلح يستعمل للإشارة إلى الأعمال التجارية والنشاطات المالية للمؤسسات المنتجة والبائعة للمنتوجات داخل مختلف قطاعات صناعة وسائل الإعلام. وغالبا ما تجري عمليات هذه المؤسسات حسب الظروف المحيطة بسوق ما: الخيارات التكنولوجية أو المحيط التنظيمي والقانوني أو التداعيات المالية المتوقعة

لهذه العمليات... فيختص اقتصاد وسائل الإعلام بمنح الموارد لصناعة المعلومات (المنتج الإعلامي) و محتويات التسلية لتلبية متطلبات المشاهدين والمعلنين، والمؤسسات الاجتماعية الأخرى.

من أهم الشركات الإعلامية التي تقدم منتجات مغرية للمشاهدين نجد Viacom/CBS و Disney و Gannett و QOL و Time Warner. هناك الكثير من الشركات الإعلامية التي تولي اهتمام كبير لكبريات الصناعات الإعلامية، مثلا: سنة 1996 نشأت عن انضمام Turner Broadcasting إلى Time Warner شراكة جعلت من أولوياتها إنتاج الأفلام، البرامج التلفزيونية، نشر الكتب والمجلات، ملكية نظام التلفزيون عن طريق الكابل... وفي سنة 2000 قامت هذه المؤسسة AOL Time Warner بتوزيع نشاطاتها إلى الخدمات المعلوماتية. هذا النوع من الشركات الكبرى والمتعددة الخدمات كثيرا ما يحصل فيها نزاعات تنظيمية، فعند وحدة هذه الشركات (الخاصة بالتوزيع مثلا) تتنافس مع الشركات التي هي في الأصل زبون لها (أي لوحدات الإنتاج). وهذا ما يؤدي إلى القول بأن الشركات الكبرى ليست بالضرورة الشركات الأفضل. إلا أن السائد في قطاع الصناعات الإعلامية هو التوجه إلى شركات كبيرة تمتلك الوسائل الإنتاجية والتوزيعية. هذا النوع من التوجه تجسده شركات Rupert Murdoch's News Corp و

Disney و AOL Time Warner و Viacom/CBS<sup>11</sup>. إلا أن المعاملات المالية والأداء الاستثماري لشركتي Disney و AOL Time Warner في هذه الألفية أظهرت أن هذا الاتجاه نحو التنظيمات الكبرى ليس بالضروري معيار للنجاح الاقتصادي والمالي. إلى جانب الشركات الإعلامية الكلاسيكية، هنالك شركات غير مصنفة ضمن الشركات التي لها علاقة بالمجال الإعلامي، تبدي اهتمامها الكبير بالصناعة الإعلامية (General Electric المجموعة المالكة لشبكة تلفزيون NBC). فالتساؤل حول ملكية وسائل الإعلام (من يمتلك وسائل الإعلام) تعقده هذه الخصائص المتداخلة والغامضة للتنظيم الصناعي لها. هناك مبادئ أساسية للاقتصاد الجزئي و الكلي، و تطبيقها على قطاع الإعلام دون الأخذ بعين الاعتبار الجزئيات الخاصة التي تركز على أنواع معينة من الشركات الإعلامية، فهناك أطر تجمعية تطبق من خلالها اقتصاد وسائل الإعلام. الاقتصاد الكلي مطبق على جميع الصناعات والشركات، بينما الأدوار الاقتصادية المحددة وسلوكيات الشركات والأشخاص، فهو تحليل يعرف بالاقتصاد الجزئي، (النظر إلى الجزئيات) فهناك العناصر الاقتصادية الأكثر أهمية كالبنية (structure)، القيمة (valeur)، الموارد (resources) والإطار التنظيمي (cadre réglementaire). بالإضافة إلى تطبيق مبادئ اقتصاد وسائل الإعلام على صناعات إعلامية خاصة.

كما تم الإشارة إليه سلفا، فإن الاقتصاد الكلي يشير إلى المجموعات في الاقتصاد وكيف يعمل الاقتصاد كنظام. أحد أهم عناصر الاقتصاد الكلي، الإنتاج الداخلي الخام و الذي يعني الإنتاج الكلي للبخائع أو الخدمااء. أهم مكونات الإنتاج الداخلي الخام: الاستهلاك، الاساءامار ومصاريف الحكومة.<sup>12</sup>

إذا قمنا بملاحظة معمقة لنشاط وسائل الإعلام، فسنعء أنه يحاوي على جميع النشاطااا الاقتصادية المعارفا عليها. فالنشاط الاقتصادي يامثل أساسا في الإنتاج والاساءامار، هذان المعغيران مافران في النشاط الإعلامي، حيث أن حاجة الأفراد إلى الاساءامار العءائى ااقابلها حاجامهم إلى الاساءامار المعرفى بالحصول على مءائل المعلومات.

يمكن إظهار الطابع الاقتصادي لنشاط وسائل الإعلام فيما يلي:

أهمية الإمكانياء المساءمة في النشاط الإعلامي، اناوع والامركز: تعمل المؤسسات الإعلامية على الاساءامار لهءه الحاجياا عن طريق مواد أولية ثقافية (روبورااااا، مقابلاا...)، ومادية (الورق، اءعاام المادية...)، مع اساءعمال وسائل الإنتاج المءلفة، وسائل البء والإرسال و المساراااا التسويقية، كل هءه الخطاواا اناا إلى يد عاملة مؤهلاء ورؤوس أموال، ومنه، فإن كل عواامل الإنتاج اناا أقرامها العلوم الاقتصادية مءواءة في النشاط الإعلامي (المواد

الأولية، العمال ورأس المال سواء كان عمومي أو خاص)...<sup>13</sup>.  
كما يقيم النشاط الإعلامي علاقات دائمة ومتنوعة مع  
المومنين والسلع والخدمات، حيث يربط التلفزيون مثلا  
علاقات مع الصناعة السينمائية، العروض الحية  
والتظاهرات الرياضية المختلفة، وكذلك بالمنتجيني مجال  
السمعي البصري، شراء أو كراء العتاد قصد الإنتاج  
الداخلي، المؤسسات الناشطة في الشبكات الاتصالية  
اللاسلكية (Réseaux de télécommunication)، ومع  
الصناعة الإلكترونية التي تنتج أجهزة التلقي (أجهزة  
التلفزيون، الراديو، الهوائيات المقعرة...الخ)، العلاقة مع  
وكالات الأنباء و الصور وجميع المتدخلين في المجال الإعلامي.  
كل هذه العلاقات سابقة الذكر، جعلت وسائل الإعلام  
مرتبطة بمتغيرات عديدة (خاصة التكنولوجيا، الثقافية  
والاقتصادية)، وللحدّ من الآثار السلبية لهذه المتغيرات،  
ويهدف الصمود والتطور، اتجهت المؤسسات الإعلامية إلى  
التمركز (على غرار ما يحدث من تمركز في النشاطات  
الاقتصادية الأخرى).

-الاستراتيجيات التمركزية للمؤسسات الإعلامية: يمكن  
التمييز بين:

### استراتيجية التمرکز الأفقي (Concentration Horizontale):

والذي يحدث عندما تقوم مؤسستان تنشطان في نفس المجال الإعلامي بالاشتراك (Fusionner)، بهدف تخفيض التكاليف، تحقيق اقتصاد تدرجي (Economie d'échelle)\* وتخفيض عدد المتدخلين في سوق هذا المنتج قصد احتكار السوق عبر الحجم و التحول إلى أسواق أخرى...<sup>14</sup> (أحسن مثال على هذا التقارب بين مجمع (Canal Satellite) ومجمع (TPS) في مجال القنوات التلفزيونية بالاشتراك.

### استراتيجية التمرکز العمودي (Concentration Verticale):

بمعنى شراء مساهمات في مؤسسات ذات نشاطات اتصالية مختلفة، حيث أن هذه النشاطات لها علاقة مع النشاط الأولي للمؤسسة الإعلامية، سواء كان هذا النشاط ضروري لبداية عملها أو مكمل لها، بهدف عدم التبعية للممولين أو الموزعين، حيث نجد مؤسسة تلفزيونية تأخذ مساهمات في مؤسسات الإنتاج والتوزيع...، مؤسسة TF1 مثلا اشترت (GLEM(Gérard louvin Editions Musicales) المتخصصة في الإنتاج الموسيقي قصد ضمان تحصيلها على برامجها الموسيقية، الحال نفسه لـ Canal + التي تستثمر في السينما (Universal studios) وفي شبكات الإرسال و الاتصالات اللاسلكية (SFR. Cegetel)...<sup>15</sup>.

استراتيجية التنوع (Stratégie de diversification): تعبر

استراتيجية التنوع عن غاية مجمع ما متواجد في وسيلة إعلامية واحدة أو عدة وسائل، في توسيع نشاطه إلى تخصص إعلامي جديد بهدف ضمان الأسبقية التنافسية لهذه المؤسسة وضمان النمو بواسطة تحقيق التوازن في تقسيم المخاطر من أجل عدم تحديد النشاط في مجالات حساسة ومتأثرة بالتغيرات الموسمية. أظهرت عدة دراسات أن بإمكان المناجمنت المساهمة في تطوير عمليات التنوع قصد بناء مجتمعات اتصالية كبرى بنشاطات متنوعة...<sup>16</sup>.

جعل التمرکز من مؤسسات الإعلام مجتمعات كبرى تنشط في جميع المجالات وتتواجد في معظم الدول لتصل إلى عوامة النشاط الإعلامي مع تنوع المنتوجات الإعلامية، إضافة إلى التواجد في البورصة والحصول على عروض بيع وشراء دائمة للأسهم. من جهة أخرى يظهر الطابع الاقتصادي لنشاط وسائل الإعلام في الأعداد الهائلة للعمال سواء بطريقة مباشرة (صحفيين، منتجين، مسيرين...)، أو غير مباشرة (ممونين، موزعين، مساعدين، متعاملين ظرفيين...)، و رقم الأعمال الضخم الذي يتزايد يوماً بعد يوم.

**تمرکز السوق وتنوع العرض الإعلامي**

لؤلؤ البیث: إن وجود الإشهار، والذي لا مفر منه في عناوين الصحف، أدى ببعض الكتاب و الباحثين إلى التساؤل عن

الدور الذي يمكن أن يلعبه في تكوين سوق الصحافة المكتوبة. فقد حاول هؤلاء الكتاب أن يجدوا علاقة بين نشر عناوين الأخبار والصفحات الإشهارية، فعلى حسب الناشرين توجد آلية متبادلة بين هاتين الفئتين تسمى "لوب النشر" التي تفسر جزئيا التركيز المشهود في مجال الإعلام. وفي إطار هذه المقاربة، يفترض الكتاب ضمنا أن القراء يستفيدون من وجود الإشهار في الجرائد، والجريدة التي تضم العدد الأكبر من الصفحات الإشهارية تجلب إليها القارئ على حساب منافساتها. كما يجلب هذا النشر المتزايد الناشرين للمعلومة و الموزعين لها، حتى يتم القضاء على المنافس الذي كان نشره ضعيفا منذ البداية. و نظرية اللولب هذه التي تفسر على أساس أنها تمثيل ديناميكي لنتائج الشبكة المتقاطعة بين الصناعتين.<sup>17</sup>

العوامل خارجية: "عندما تكون النتيجة قريبة جدا من الحدس الأولي لجريديتين في حالة تنافس، فإن تلك التي لديها العدد الأكبر من القراء تحضى بالدعم بين توزيعها والإشهار. ثم إن التوزيع على نطاق واسع يجلب المعلنين، وبالتالي يكون لديه أثر إيجابي في جلب القراء. وبالعكس، فإن الجريدة التي تجلب العدد الأقل من القراء تجد نفسها تدور في حلقة مفرغة. فتوزيعها الضعيف لا يجلب الكثير من المعلنين مما يفقدها القراء لقلة محتواه الإشهاري، والذي لطالما جلبهم إليها.



وهذا التناقص في المقروئية يزيد من تفاقم مشكلتها في جلب المعلنين، والتي ينتهي بها الأمر بالانسحاب من السوق.<sup>18</sup> تسلط المقاربة السابقة الضوء على أن التفكير الحدسي يجب أن يكون مؤهلا، بمعنى أنه ليس بمجرد وجود نقص معتبر في حجم المقروئية يكون زوال الجريدة حتميا. وعليه، نتوصل إلى نتيجتين عكسيتين فيما يخص أثر الإشهار على تمركز القطاع الإعلامي وذلك استنادا إلى طبيعة العوامل الخارجية: إقصاء أحد الناشرين من السوق عندما تكون العوامل الخارجية المتقاطعة للشبكة إيجابية، أو الخروج الطوعي لواحد من الاثنين على الأقل في حالة وجود عوامل خارجية سلبية. في الحالة الأخيرة، توجد بدائل تسمح بتفادي هذا الانسحاب من السوق. و بصفة خاصة فإن الناشر يمكنه اختيار تباین محتوى جريدته فيركز على فئة معينة من القراء باستهداف عنوانه. بذلك يمكنه مقاومة المنافسة ويبقى مستقطبا للمعلنين بهذه الشريحة من القراء. وقضية الانسحاب تهدد خصوصا أولئك الذين لديهم مقروئية ذات حجم صغير أو جد متخصصة. ويمكن لعقود التعاون بين الناشرين أن ينقصوا من هذا التهديد. فعلى سبيل المثال، تسمح "الاقترانات الإشهارية" (couplages publicitaire) للناشرين بالتجمع من أجل التفاوض معا حول الأسعار الإشهارية من قبل المعلنين. هؤلاء يشتركون مساحات إشهارية

-في نفس الوقت- من الجرائد التي يساهمون فيها، و عليه، يمكن للمعلنين والناشرين معا أن يحصلوا على قراء مستهدفين ، يوفرون مقروئية ذات حجم كبير.<sup>19</sup>

السمات العامة والخصوصيات الاقتصادية لوسائل الإعلام

إذا كانت وسائل الإعلام تسير على خطى الأنشطة الاقتصادية الأخرى،تظل الحقيقة أن طبيعة المنتجات التي توزعها وسائل الإعلام تمنحها خصوصية معينة، وتتسبب في نتائج تنعكس على كامل عملية الإنتاج والتوزيع وعلى هيكل سوق وسائل الإعلام.يتضح بشكل جلي أن الاهتمام الذي يليه رجال الاقتصاد لهذه الصناعة ليس في مستوى الدور الذي تساهم به في الحياة الاجتماعية. وبقدر الاهتمام الذي أولاه كل من علماء الاجتماع و السياسة ورجال القانون والمؤرخين على مر الزمن للإعلام فإن الاقتصاديين أبدوا نوعا من التجاهل إزاء الفائدة التي يقدمها هذا المجال التحليلي الاقتصادي. ومما لا شك فيه هو أن صناعة الإعلام أو وسائل الإعلام لا تنتهي بشكل كامل للصناعات التقليدية مثل صناعة الحديد أو صناعة السيارات، ولكن الصفات المميزة للمنتجات الإعلامية هي التي تجعل تحليل أسواقها في غاية التميز.

تتضمن هذه المعالم (أو الخصائص) أولا وقبل كل شيء خاصية الملكية العامة: إذ لا يوجد تنافس بين الوكلاء فيما

يخص الاستهلاك، بمعنى أن استهلاك وسيلة من وسائل الإعلام (أو التعرض لها) من قبل واحد منهم لا يشكل عائقا أمام استهلاكها من قبل الآخرين. ولهذه الملكية نتائج وتأثيرات معتبرة على طريقة عمل هذه الصناعة<sup>20</sup>. علاوة على ذلك فإن وسائل الإعلام ملكيات تحت الوصاية حيث يكون استهلاكها مدعما أو معرقلا من قبل الدولة. بعد ذلك يأتي أهم معيار لصناعة الإعلام وهو ضمان، بشكل كلي أو جزئي، تمويل هذه الأنشطة عن طريق اللجوء إلى الإشهار. وكحاصل لذلك فإن النتيجة المحققة من قبل المؤسسات الإعلامية تعتمد بشكل كبير عن قدرة جذب المعلنين. فالمعيارين الأولين - ملكية عامة وملكية خاصة بالوصاية- يضعان تحليل صناعة الإعلام في واجهة الاقتصاد الصناعي والاقتصاد العام؛ أما بالنسبة للخاصية الثالثة فإنها تضع دراسة الإعلام في حقل "صناعة البرامج"، هذه التطبيقية في الأسواق تؤدي إلى أن يكون حجم الطلب على أحد الأسواق متوقفا على حجم طلب الأخرى، والعكس صحيح.

### نشاط اقتصادي كغيره من الأنشطة

لا يمكن حصر العناصر التي تضع وسائل الإعلام في صف النشاطات الاقتصادية العادية، لكنها جديرة بالذكر:

## أهمية الوسائل المنفذة للسوق

من أجل تلبية الحاجة العالمية للمعرفة والحصول على المعلومات أياً كانت طبيعتها، أنشئت الشركات، بالتتابع، مختلف وسائل الإعلام: الصحف والدوريات والراديو والتلفزيون: هناك من يضيف الكتب والمسرح و السينما والإشهار و في الوقت الراهن قواعد البيانات وخدمات الاتصالات، وتتم عملية التحول بين الوعي بالحاجة وتلبيتها من خلال وحدات متخصصة: شركات الإعلام التي تجمع المواد الأولية (فكرية و مادية)، و أدوات الإنتاج (مطابع واستوديوهات) و مراكز البث (الكابلات والأقمار الصناعية ووسائل النقل) أو دورات التوزيع (دار الصحافة، بائعي و مستأجري المستقبلات) وتتطلب كل خطوة من خطوات العملية تدخل اليد العاملة المتخصصة ورأس المال، وهكذا تكون العوامل الثلاث للإنتاج مجتمعة ألا وهي المادة الأولية والعمال و رؤوس الأموال سواء. تخضع هذه الشركات لنشاطات عديدة تكون متواجدة في أسفل أو أعلى (en amant) (ou en aval) مهماتها الخاصة أو المحيطة بها: نشر الجرائد، إنتاج الصوت والصور،... يوضح المخطط في الصفحة التالية كل النشاطات والقطاعات التي تدور حول وسائل الإعلام، إذ يفسر هذا الخضوع التكنولوجي والثقافي والاقتصادي جذب مزدوج لها<sup>21</sup>.

إن التداخل بين بعض الأنشطة والاستعانة بمختلف الشركات (المطابع والخدمات البريدية و الصناعة الالكترونية) يمنع أي تقييم دقيق لكل من العاملين في قطاع وسائل الإعلام (إحصاء كل العاملين، من متعاقدين، وصحفيين بالقطعة...)، وحتى رقم الأعمال المحقق. الشيء الذي يزيد من حدة الأمر هو التدخل المتزايد للموظفين، الذين ليسوا متخصصين في المجال، فتقوم جماعات محلية، أو جمعيات، أو شركات عدة، بوضع مجموعة من عمالها وميزانياتها تحت خدمة وسائل الإعلام، أين تنشئ بدورها وسائل إعلام خاصة بها (جرائد الشركات أو الإدارات والراديو والتلفزيون المحلي)، لكن هذا لا يجعل منها شركات إعلامية حقيقية. في هذه الظروف يصعب تمييز الوزن الاقتصادي لوسائل الإعلام، مع أنه في البلدان المتقدمة، تعتبر كل من النشر والطباعة والنشاطات المتعلقة بالوسائل المرئية السمعية، من بين أهم القطاعات في بلد ما.

## جدول يوضح دورة إنتاج وتوزيع الصحافة والتلفزيون والإذاعة<sup>22</sup>

<p>الأحداث اليومية (سياسة، اقتصاد... إلخ) عروض حية رياضة</p> <p>الوكالات</p> <p>قاعدة البيانات</p> <p>منتجون في التلفزيون</p> <p>عالمية جوية متخصصة (صور...)</p> <p>كتب</p> <p>سينما</p> <p>إشهار</p> <p>CD</p> <p>DVD</p>	<p>المحتوى أو المضمون</p> <p>التجهيزات و"المواد الأولية"</p>		
<p>تجهيزات/ استوديوهات التسجيل والتصوير</p>	<p>ورق</p> <p>حبر</p> <p>المطبعة</p>	<p>الحاوي أو الوسيلة</p>	
<p>تلفزيون</p>	<p>راديو</p>	<p>صحافة</p>	<p>إنتاج</p> <p>نشر</p>
<p>الاتصالات السلكية واللاسلكية (أمواج/ أقمار صناعية)</p> <p>التوزيع بالكابل الأنترنت</p> <p>مصانع أجهزة الاستقبال وإنتاج الصوت والصورة (مستقبل، هوائي، مفكك الرموز، جهاز فيديو، الحاسوب، والهاتف)</p> <p>بائع بالتجزئة/ المؤجر/ المصلح</p>	<p>- أجهزة التوجيه</p> <p>- خدمة الرسائل البريد</p> <p>- المستودعات</p> <p>- باعة الجرائد</p> <p>- العمال</p>	<p>البث</p> <p>أو التوزيع والاستقبال</p>	

## الخاصية التجارية لوسائل الإعلام

إذا كانت وسائل الإعلام تملك خصائص اقتصادية وتجارية تنفرد بها، مستمدة من مميزات الإنتاج وخصوصية الطلب، فهذا يؤدي إلى ظهور سوق غير اعتيادية خاصية التلف السريع périssable للمنتجات<sup>23</sup>: يملك كل واحد من وسائل الإعلام مميزات خاصة به، ولكن هناك بعض المميزات المشتركة مستمدة من تشابه أساسي بين كل واحدة منها. تتمثل هذه الميزة المشتركة في سرعة تلف المنتج، الذي تنشره أو تبثه. في أغلب الأحيان تضيع قيمة محتوى الخبر الذي يتم نشره، لذا ينبغي أن يتم توزيع الإنتاج بسرعة إذ أن الأخبار هي أكثر المنتجات فناء مقارنة مع المنتجات الغذائية أو الكيميائية التي نستطيع أن نحتفظ بها. وفترة عيش وسائل الإعلام متغيرة من 24 ساعة إلى أسبوع وهذا لأن "الرسالة" أو المحتوى غير المادي هو الذي يعطي وسائل الإعلام قيمتها وليس الجهاز. يترتب عن نتائج قصر مدة حياة مضامين وسائل الإعلام، إعادة ضبط جل اقتصادها.

الإنتاج المكلف للنماذج: تعتبر في الواقع كل المنتجات الإعلامية نماذج فريدة من نوعها نستطيع نسخها في بعض الحالات عن طريق السحب الصحفي أو التسجيل بواسطة الأشرطة أو البث التلفزيوني للأفلام، حتى ولو ظلّ التصميم الأولي لجريدة ما أو شبكة البرامج مطابقا، لكن المحتوى يتغير

دائماً. ومن المعروف أن تصميم النماذج غالباً ما يكون مكلفاً مقارنة بمرحلة إعادة الإنتاج أو البث اللذين يتيحان تحقيق وفورات في الحجم. عندما تكون قيمة المنتج زائدة، لا يمكن رفع قيمته مجدداً إلا في فترة قصيرة جداً (على اختلاف بعض النماذج الصناعية)، وبذلك تكون مردوديته مؤكدة على الإطلاق. وفي إطار الإحاطة بالخبر من كل الجهات والتفوق على المنافسين في نفس المجال، تسعى كل وسيلة إلى الحصول على معلومات بسرعة فائقة، فقد عملت الصحافة والإذاعة والتلفزيون على مضاعفة موارد المعلومات: حضور مراسلين دائمين في موقع الحدث، إرسال الصحفيين والاشتراك في الوكالات. وعليه سوف يستخدم الصحفيون طرق تزداد تعقيداً يوماً بعد يوم لتقريب مناطق البث بل وتحديد مكائنها حتى في بيوت "المستهلكين" للرسالة من بعيد، وتكون هذه الطرق مكلفة جداً لذلك تفضّل المعلومات الحصرية. ولا يقتصر الأمر في الحصول على المادة الأولية، بل يتطلب كذلك تحديد الشكل النهائي، والذي بدوره يستوجب اقتناء آلات عالية الجودة من أجل كسب الوقت وتوفير اليد العاملة. وفي مجال الصحافة مثلاً، اختراع تقنية التناوب في الطباعة (تقنية سريعة) أحدث ثورة في الوسيلة المكتوبة. لم تكف التكنولوجيا عن التطور في هذا المجال حيث لم تعد وحدة



القياس هي الدقيقة. لكن هذه الآلات الجديدة والسريعة، تتطلب استثمارات كبيرة.

### التكلفة المرتفعة للبث (التوزيع): سواء كان هناك تزامن

بين وقوع الحدث و بثه (شريط سمعي بصري على المباشر مثلا)، أو فارق في الزمن (صحافة مكتوبة أو برنامج مسجل) فكل بث يقتضي تنظيم شبكة غالبا ما تكون متطورة ومكلفة لتكون سريعة وفعالة. بينما تعمل الإذاعة والتلفزيون على مضاعفة عدد أجهزة البث وإعادة البث وعلى وضع أنظمة موصلة بأسلاك، تعمل الصحافة المكتوبة على تحسين وسائل النقل المستعملة أو مضاعفة عدد نقاط البيع ومراكز الطباعة وذلك لتقريب مناطق التوزيع.

### العلاقة مستخدم/ عامل: تكون قيمة الخسائر المادية

المتكبدة جراء التأخيرات المسجلة أو بسبب الإضرابات، خاصة بالنسبة للصحافة المكتوبة، ضخمة، حيث أن المنتج يفقد قيمة المنتوجات غير المباعة. إضافة إلى هذا، يجب على وسائل الاعلام (بكل أنواعها) تعويض المعلنين في حالة ما إذا وجد خلل في البرمجة، وهذا ما يفسر أن العاملين في ميدان الإعلام وخاصة التقنيين واعون بضرورة الإنتاج والبث السريع عن طريق الهيئات الاتحادية المختصة في هذا المجال، ويحاولون الحصول على ميزات مهمة فيما يخص الأجر والتنظيم في العمل. وهذا ما يفسر أيضا أن أرباب العمل

يحاولون الهروب من القيود واستبدال اليد العاملة برأس المال (الآلات) على حساب حجم الاستثمارات في العمالة. خاصة العرض والطلب<sup>24</sup>

دفع القيمة المحتمل: إذا كانت صعوبة الدخول إلى سوق وسائل الاعلام متعلق بالمداخيل فإنه قد يصطدم بعراقيل أخرى، حيث أنه من غير الممكن أن نحاول بيع الصحف المكتوبة لأميين أو لأفراد لا يتقنون القراءة، كما هو الحال أيضا بالنسبة لمحتوى بعض الوسائل السمعية البصرية، حيث يسيئون الظن بها إذ يعتبرون محتواها مضجر أو غير ملائم لرغباتهم. وبهذا، هل تكون المنتجات المكلفة سببا في زيادة مردوديتها؟ إن استهلاك وسائل الإعلام مرتبط أيضا بزمنه و قابليته للتمديد عبر الزمن، فإذا كان من الممكن القراءة والاستماع إلى المذياع في نفس الوقت، فهو من الصّعب الذهاب إلى ابعد من ذلك، لأننا حتى ولو استطعنا من خلال آلة تسجيل، تأجيل مشاهدة برنامج ما فإنّ عدد الساعات الفارغة ليس بالعدد الكافي حتى ولو أصبح الوقت المخصص للتسلية كبيرا خلال السنوات الأخيرة.

عدم وجود السعر المرجعي: إن الجمهور غير مقتنع بقيمة المنتجات الإعلامية، فعادة ما يعتبر البعض وسائل الإعلام كخدمة عمومية يرأسها رجال أعمال خواص وعموميين يخفضون أسعار وسائل الإعلام لتسهيل دخول السوق

والسماح بنشر المعلومات أو الدعاية. علاوة على ذلك، فإن وسائل الإعلام ليست دائما موضوعا لتبادل المساومات، بالإضافة إلى الوسائل الإعلامية المجانية المكتوبة والإعلام السمعي البصري، فإن المستهلك يتلقى في غالب الأحيان رسائل إعلامية أخرى مقابل أسعار ثابتة، وفي قطاع السمعي البصري، يتم دفع رسوم مستحقة أو ضريبة مما يؤدي إلى اعتبارها حق في الاستعمال أكثر مما هو عليه من أجل الاستهلاك. فالمستهلك هنا لا يدرك فعلا حقيقة سعر الصورة التي يشاهدها.

السوق المزدوجة و المنتجات المشتركة: كثيرا ما رفضت المؤسسات الإعلامية قبول السعر المقترح لمستهلكي منتوجاتها، الذي تجده أقل بكثير من تكاليف الإنتاج، ولهذا سرعان ما عملت على الاتجاه نحو سوق أخرى: سوق الإشهار والإعلانات. يمكن في بعض الحالات أن تتجاوز هذه السوق في أهميتها السوق الأولى التي لها صلة مباشرة بمستخدمي وسائل الإعلام (القراء والمستمعين والمتفرجين)، حيث تسجل بعض وسائل الإعلام أرباحا من الإشهار أكثر مما تسجله خلال البيع أو من الاشتراكات. ويمكن لها أن تحل محل السوق الأولى بكل سهولة. وللسوق الثانية قواعد خاصة بها ومعوقات: فان طريقة تحديد سعر بيع الفضاء الإشهاري تكون على حسب عدة معايير متعلقة بالحجم والخاصية

الاجتماعية-الاقتصادية للجمهور؛ وبصفة عامة، فإن السوق الثانية خاضعة للسوق الأولى. وهكذا فإن العلاقة بين وسائل الإعلام والمستخدمين والمعلنين هي علاقة ثلاثية، فالسوق الثانية تشتري في الواقع السوق الأولى. يعود الفضل للإشهار في مضاعفة جماهير الوسيلة وتكثيف حجمها وإعطاء قيمة أكبر لفضائها الإشهاري. المؤسسات الاعلامية لها ميزة اقتراح "منتجات مشتركة"<sup>25</sup>، ففي نفس الوقت، تقدم مضامين أنتجت من قبلها، قد تنال اعجاب واهتمام جمهورها، ومضامين أخرى إشهارية مقترحة من المعلنين قد تدفع بالجمهور نفسه إلى الشراء والاستهلاك، هذا النموذج يطابق السوق المزدوجة.

تأثير السياسة: دون أي جدال، توجد علاقة بين السياسة والإعلام، وفي بعض الأحيان لا يمكن فهم تلك العلاقة ولكن من المؤكد أنها تؤثر على اقتصاد وسائل الإعلام. بغض النظر عن نوع نظام الحكم السائد فإن السلطات العمومية تتدخل بشكل مباشر أو غير مباشر في تسيير وسائل الإعلام وهذا عن طريق ترخيص بعض الوسائل (التلفزيون مثلا) أو أنواع معينة من الشركات (الإذاعة والتلفزيونات الخاصة) أو تحديد الأسعار والتعريفات (الوثائق، والنقل والجمارك والضرائب...) أو مراقبة كيفية تنظيم الأسواق (تقنيين التركيز، حقوق عائدات الإعلانات) وتقديم مساعدات

مختلفة. هذه التدخلات ليست كالتالي تكون على قطاعات الأخرى، بل هدفها هو السماح لهذه المؤسسات ببث برامجها، لذلك يمكننا القول أن بعض تلك التدخلات لها علاقة بالسياسة أكثر مما لها علاقة بالاقتصاد، وهذا ينطبق على البلدان ذات الحزب الواحد أو السلطات الشمولية أين يتعرض الخبر إلى قيود وحواجز قد تؤدي إلى عدم صدوره. في هذه الحالة، ليس المهم هو تحصيل الأرباح بل فرض «رسالة» عبر قناة أو أخرى، خارج قوانين السوق سواء لضمان تعددية المعلومات في البلدان الديمقراطية أو لفرض معلومات موجهة في البلدان ذات النظام الاستبدادي. تأتي السلطة العمومية للسماح ببقاء المؤسسات ذات العجز المخطط متجاهلة بذلك "قوانين السوق" التي تستطيع أن تناقش شرعيتها في القطاعين الثقافي والإعلامي. وفي نهاية المطاف فإن سعر وسائل الإعلام لا يحدد دائما في السوق الحقيقية بل حسب طرق معقدة تخرج أحيانا عن نطاق قانون العرض والطلب.

<sup>1</sup> Michel Mathien, **Economie générale des Médias**, Ellipses édition, Paris, 2003, P 47.

2- Héléne Vérin, **Entrepreneurs, Entreprises, Histoire d'une idée**, PUF, Paris, 1989, P13.

<sup>3</sup>- Gaetan Morin, **L'entreprise et son environnement**, Québec, Canada, 1990, P34.

<sup>4</sup>- Jean Gabszewicz et Nathalie Sonnac, **op cite**, p05.

<sup>5</sup>- **Ibid.** P06.

<sup>6</sup>- Ghislain Deslandes, **op cite**, P12.

<sup>7</sup>- Patrice Flichy, **Une Histoire de la communication moderne**, espace public et vie privée, Ed Casbah, Alger, 2000, p 150.

<sup>8</sup>- **Ibid**, P 195.

<sup>9</sup>Alexander Alison & al, **Media Economics: Theory and Practice**, Hillsdale (NJ), Editions Erlbaum, 1993, P 3.

\* - **TiVo**: هو جهاز تسجيل رقمي، يسمح بتسجيل برامج

تلفزيونية حين وقت بثها لأكثر من خمسون ساعة،

وخصوصية الجهاز هي إمكانية حذف الومضات الإشهارية.

---

\*-Napster: هو في الأصل خدمة P2P موجه لتبادل الملفات الإلكترونية، والآن أصبح مقرونا بالموسيقى على الخط ( تم بيعه لشركة Rhapsody في 2011).

\* - Abbott Joseph Liebling: صحفي أمريكي (1904-1963) معروف بكتاباته ومقولاته، وقد ترك كل مؤلفاته لجامعة كورنيل بنيويورك.

<sup>10</sup>Alexander Alison & al, **Media Economics: Theory and Practice**.op cite, P 4

<sup>11</sup>Ibid, p 5

<sup>12</sup>Ibid. P 6

<sup>13</sup>- Nadine Toussaint Desmoulins, **L'économie des medias**, collection que sais-je, PUF, 6em Ed, Octobre 2006, P 07.

\* - الاقتصاد التدرجي (Economie d'échelle): تخفيض

تكاليف الوحدات (Unitaires) عن طريق توزيع حسن للتكاليف الثابتة والتي يمكن أن تستفيد منها المؤسسات التي

---

ترفع من إمكانياتها الإنتاجية، لا يمكن الحصول على اقتصاد تدرجي إلا في حالة قدرة المؤسسة على بيع الفائض من منتوجها والذي كان نتاجا لاستعمالها لطاقت إنتاجية إضافية.

<sup>14</sup>- Ghislain Deslandes, **op.cit**, p 27.

<sup>15</sup>- Ghislain Deslande,**op.cit**, p29.

<sup>16</sup> - **Ibid**, P 22.

<sup>17</sup>Jean Gabszewicz, Nathalie Sonnac, **L'industrie des médias**, Edition La Découverte., Paris, 2006, P 92.

<sup>18</sup> لعجوزي سومية، اقتصاديات التلفزيون وعائداته من

الاشهار، دراسة حالة التلفزيون الجزائري، خلال الفترة ما

بين 2002 و2007، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام

والاتصال، 2009، ص31.

<sup>19</sup> نفس المرجع السابق، ص 32

<sup>20</sup> نفس المرجع السابق ص 33



---

<sup>21</sup>Toussaint-Desmoulins (Nadine), **L'économie des médias, op.cit**, P 9.

<sup>22</sup>Ibid. P 8

<sup>23</sup>Ibid. P 16

لعجوزي سومية، اقتصاديات التلفزيون وعائذاته من

<sup>24</sup>الاشهار، مرجع سبق ذكره، ص 46.

<sup>25</sup>نفس المرجع السابق، ص ص 46، 47.

Ahcn-DjaballahBelkacem, **Economie de la presse et des medias**, OPU, 2014.

فني عاشور، المرئية المسموعة في الجزائر، أطروحة

دكتوراه في العلوم الاقتصادية، 2009.



## الملكية الصحفية في عصر الانترنت

بوسجرة ليليا

أستاذة باحثة

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

- الجزائر -



# الملكية الصحفية في عصر الانترنت

بوسجرة ليليا

أستاذة باحثة

المدرسة الوطنية العليا للصحافة

وعلوم الإعلام- الجزائر-

الكلمات المفتاحية: النسخة الإلكترونية - الإشهار -

التكلفة - الإنتاج - سعر النسخة.

## Résumé :

Le bien de presse est un bien informationnel, au même titre que les morceaux de musique, les logiciels ou les émissions de télévision. Un bien informationnel est dématérialisable ; il peut être numérisé. Le coût de la première copie est élevé mais les coûts variables, de copie, sont très faibles comparativement, voire nuls. De fait, la structure de coûts d'un producteur d'information est très particulière : comme le coût moyen décroît avec la quantité produite, il y a de fortes économies d'échelle. On est alors dans une économie à rendements croissants. Ces économies d'échelle créent une situation de concurrence monopolistique : la concurrence a alors du mal à émerger ou à se maintenir. Si les biens sont peu différenciés, les consommateurs se tourneront vers le producteur le moins cher. Aussi en situation de concurrence, il est difficile d'indexer le prix d'un bien informationnel sur les coûts. Ainsi, plus le bien est consommé, plus son coût moyen sera faible. Les prix tendent alors vers les coûts marginaux.

### المقدمة:

يدفع المستهلك من قليل إلى أقل، مقابل الخبر الأساسي. و تزدهر الصحافة المجانية لدرجة أنها أصبحت تمثل 7 % من النشر الإجمالي للصحف في العالم بزيادة تقدر بـ 20 % بين سنتي 2007 و 2008. فلقد أصبح الخبر بفضل الويب مادة أولية ذات قيمة تكاد تكون منعدمة مع تدنٍ في الدفع من طرف المستهلك، فخلال بضع سنوات، شهدنا ازدهار مواقع

على الويب تقدم خدمة تضاهي تلك التي تقدمها الصحافة، حيث تنقل مواقع أخبار اليوميات الوطنية مقالات النسخة الورقية بحذافيرها و يتم تحيين هذه المواقع في نفس الوقت كما تقترح محتويات متعددة الوسائط الإعلامية عن طريق إثراء المقالات بالفيديوهات أو بالمعلوماتية الفنية.

إن قراء اليوميات يشترون من قليل إلى أقل الخبر فهم يشترون في الحقيقة الدعامة "الورق"، و في حقيقة الأمر تعرف الصحافة ككل ببضع سنين من التأخير، نفس الأزمة التي عرفت صناعة الموسيقى جراء الرقمنة، إن القيمة المقبوضة لدعامة الورق التي تكون في الغالب أقل من ثمن البيع، تؤدي إلى انخفاض في مبيعات اليوميات. و تزيد من حدة هذه الأزمة الموارد الاشهارية المتدهورة ، حيث تدفع هذه العائدات المتدنية اليوميات إلى زيادة أسعارها و حتى إلى تخفيض عدد الصفحات، فتدخلها بذلك في حلقة مفرغة.

يتبع المعلنين القراء الذين أصبحوا يقضون وقتا أكبر على الإنترنت التي أدت منذ ظهورها إلى التأثير المضاعف لكل ما هو مجاني، فالشباب بشكل خاص لا يشترون الجرائد، وقراء الصحافة المكتوبة يهرمون مع هذه الأخيرة، كما تمكن الانترنت المعلنين من أن يستهدفوا أحسن القراء عن طريق المواقع الموضوعاتية المتنوعة: الرياضة، الأسفار، الصحة، المعلوماتية، السيارات، مع إمكانية قياس فعالية الحملة

الإعلانية في الوقت نفسه، وهو أمر غير ممكن على الصيغة الورقية، فحتى الإعلانات المبوبة التي كانت مصدرا هاما للفائدة بالنسبة لليوميات، أصبحت تهجر الجرائد لتظهر على مواقع الإنترنت المتخصصة.

ما يميز الثورة الإعلامية الحاصلة في ميدان وسائل الإعلام ، هو اندماج الركائز الإعلامية فيما بينها، خلافا لما عايشناه إلى غاية وقتنا الحاضر: و مرورا بالصحافة المكتوبة إلى الإذاعة والتلفزيون، شهدت وسائل الإعلام تراكبا في الركائز، وحتى تعويض هذه الركيزة بتلك، لطالما عوضت وسيلة إعلامية جديدة أخرى قديمة! لأنه رغم التنبؤات السوداء إلى حد ما، فإن ظهور الإذاعة لم يقتل الصحافة المكتوبة، و لا التلفزيون قتل الوسيطتين الإعلاميتين اللتين سبقتهما. لكن ما هو أكيد على العكس من ذلك، هو تفاعل و تحول مختلف الركائز الإعلامية، التي أعادت هيكلة وتنظيم نفسها.

فالإذاعة فقدت دورها الآني، لكن مع إعطاء المزيد من التناغم لمناهجها ومواضيعها مع نبض الحياة اليومية للناس، صارت أكثر تواجدا وأكثر ليونة، والأفلام تكيفت بدورها مع جمهور التلفزيون أما الجرائد والمجلات فقد مالت نحو التخصص، معمقة بذلك محتواها، مع تقديم أخبار إستراتيجية وسط الهيمنة التلفزيونية. و مع ظهور الانترنت، انتقلت الصحافة المكتوبة من الورق إلى البث الالكتروني،



فظهرت بالتالي مناهج جديدة لتقديم الخبر ومعالجته، التي انعكست بدورها على مركز و مهمة الصحفي و علاقته بقرائه التي شهدت تحولا كبيرا، وهو ما منحه مركزا و دورا جديدا.

عندما نضع القارئ على اتصال مباشر مع المصادر الأساسية للأخبار (برقيات الوكالات ، البيانات الصحفية ، التقارير إلخ...)، لن نلغي بكل تأكيد الجرائد و الصحفيين لكننا سنعدل بعمق طريقة العمل المألوفة. فالانتقال من الورق إلى الفضاء الإلكتروني، سيمكن أولا من التخلي عن الورق (وهو ركن مهم في ميزانية المؤسسات الصحفية) إضافة إلى التخلص من المرحلة الصناعية للإنتاج برمتها، إلى جانب الكثير من النفقات والضغوط الأخرى.

### من الجريدة المطبوعة إلى الجريدة الإلكترونية:

مع ظهور الانترنت، لم يبق القارئ أمام مصدر واحد للأخبار بل أصبح بوسعه الدخول إلى عدة وسائل إعلامية في أن واحد: و هكذا يمكنه مقارنة محتوى جريدة ما مع أخبار الإذاعة والتلفزيون أو مع وكالة للأنباء، قبل تشكيل الرأي الخاص به.

إن المصادر تتضاعف و تتقاطع وطريقة تقديم الخبر في حد ذاتها تتغير. "انتهى زمن القراءة الأحادية، فلا أحد يضمن لصحفي يكتب مواضيع ساخنة بأن القارئ سيتبع موضوعه

من البداية إلى النهاية، دون أن يميل نحو وثيقة أخرى". وقد كان هاذين المعطين أساس الكتابة التي تقتضي البحث وإعداد الأخبار. "فالأئلة الخمسة الشهيرة ، وقانون الرسالة الأساسية "التقنية الأنجلو- ساكسونية" للهرم المقلوب، تقنيات تلخيص الحوار أو دمج التصريحات ضمن نص ما، كانت جزءا من أسلحة الصحفي منذ ما يقارب قرنا من الزمن، فهذه القواعد كانت سارية في الجرائد و بقيت معمول بها في السمعى البصرى " يقول السيد Angelo AGOSTINI الذي يتساءل عن التقنيات الصحفية الجديدة التي تتطلبها طريقة استهلاك الأخبار الالكترونية.

أصبح أمام الصحافة الآن ، فضاء تحريرا غير محدود، يمكنه تلبية عدة مستويات من الاهتمام: "شريحة القراء الذين يستعجلون الاطلاع على الأخبار أو من يكتفى بأخذ الخبر من حواشى الموضوع، بينما يقوم الباحث الذي يجري وراء الخبر الدقيق بالحفر في العمق من خلال الوثائق والأرشيف الموجود تحت تصرفه". فهذا ما يمثله التنظيم النصي وهو إمكانية بناء "ضفيرة" خبرية باللجوء إلى مختلف أنواع المقاربات، المصادر ووسائل الإعلام المرتبطة كلها بشبكة مرجعية، ما يعطى إمكانية في تزويد القارئ بخبر من عدة مستويات يطالعه حسب حاجياته.

تمكن عملية التنظيم النصي، القارئ من حرية المطالعة التقليدية و القيام بمسلك فردي حسب حاجياته: حيث يمكنه عدم قراءة نص من بدايته إلى نهايته، والانتقال إلى وثيقة أخرى. فالصحفي المتعود على التحرير حسب قاعدة "الأسئلة الخمسة" و حسب قاعدة الهرم المقلوب، يجب أن يأخذ في الحسبان هذه المعطيات الجديدة.

إن هذه الفعالية مرهونة بالكفاءات الجديدة التي يقوم الصحفي بتطويرها بنفسه من أجل امتلاك المصادر و أوراق التكنولوجيا الجديدة. ففي سنة 2010، نظمت المدرسة العليا للصحافة بمدينة "Lile" الفرنسية ملتقى حول الصحافة، حيث أبرز خلاله ضرورة مثل هذه التعددية في المهنة من خلال بيانه الختامي الذي جاء فيه: "لقد انطلقت الآلة اليوم، ستنشأ وظائف جديدة، وغدا لن يكون الصحفي مجرد صحفي فقط، بل عليه أن يتحكم في مهنتين على الأقل: صحفي متخصص في المنظومات الإعلامية، صحفي متخصص في المنظومات التوثيقية و صحافي فيالأنفوغرافيا إلخ ...".

رسم Eric KLINENBERG من خلال تحقيق أنجزه بمجمع أمريكي للصحافة صورة مكبرة لطبيعة الصحفيين الجدد حيث قال: "لم يعد المحققون يمارسون الصحافة، لكنهم ينتجون المحتويات، يكتبون موضوعا واحدا للجريدة

المطبوعة ثم يكيّفونه لفائدة التلفزيون ويدخلونه في الانترنت مع إضافة الروابط نحو مصادر أخرى".

من بين الأوراق الرابحة التي تستفيد منها الصحافة المكتوبة عندما توضع على شبكة الانترنت، هي مسألة المنافسة التي ستخوضها من الآن فصاعدا بفضل آنية البث، التي تسمح اليوم للجرائد بنشر أخبارها غير المسبوقة دون انتظار. فالصحفي الذي يشتغل حسب ترتيب عمل محدد (تسليم المواضيع، التصحيح، التبويب، الغلق، التوزيع إلخ...)، يجد نفسه اليوم في منطلق آخر، حيث يجد نفسه أمام إعلام غزير، متحرك لا يعرف أي توقف في البث الآنولهدا عليه أن ينتج خيرا و يجب عليه تحيينه باستمرار، فالحاجة إلى الخبر لا تتوقف عند الساعة 23 ليلا، بل هي دائمة ومستمرة، من هنا فاننا لأسلوب الذي يكتب به الصحفي قد تأثر بالكامل: وبدلا من كتابة أحداث ماضية بصيغة المضارع، على الصحفيين في وسائل الإعلام الجديدة أن ينقلوا الأحداث عندما تحدث.

### الأخطار التي تواجه المهنة:

إن المخطط التقليدي للاتصال عبر الصحافة المكتوبة الذي سيّر عمل الصحفي يجعل من هذا الأخير وسيطا ومصفاة بين المصدر و مستهلك الأخبار. وعليه فإن العلاقة بين مورّد الأخبار الصحفية و المستهلك هي علاقة استبدادية نوعا ما،

حيث أنالصحفي يملك نوعا من الاحتكار على التوسيط، و هو موقع يمكّنه من أن يسدي خدمة جمع الخبر ونشره كما يمكنه أن يلعب دور الخبير في فرز ما يحدث و تقديمه و توضيح معناه.

على عكس من ذلك، فإن منطق الويب معاكس لهذا المخطط الأحادي الاتجاه تقريبا. بما أنه تم تصميم الويب لتمكين الأشخاص من التواصل مع أشخاص آخرين بكل حرية و كأنما يتم ذلك عبر الهاتف. يمنح الإنترنت على الأخص لأي شخص يدخل إليه، الوسيلة التقنية لتصفح الأطنان من الوثائق (نشرات أخبار، وسائل الصحافة، أرشيفها، الجرائد العلمية، البيانات الصحفية لكبريات المؤسسات الخاصة منها و العمومية، قواعد المعطيات، المكتبات، إلخ...) حسب وتيرته و حسب الترتيب الذي يهمله ولأطول وقت يريده.

بفضل هذا التفاعل المتبادل، يملك مستعمل الإنترنت إذا دورا فعالا في إنتاج الأخبار التي يستهلكها، بينما تقوم صحافة الإعلام عبر التاريخ على علاقة غير متساوية و متسلسلة بين مورّد الأخبار و الجمهور الذي يكون عندها في وضعية تبعية. في هذا الصدد، ما هي عواقب هذه "الدمقرطة" للمجال الإعلامي على هوية الصحفي؟ وما هو مدى مصداقية الخبر على الويب؟

في سنة 1995، بينما كانت المناقشات حول الفائدة المرجوة من الإنترنت و ضرورة مراقبة الشبكة بقوانين خاصة في أوجها، جال العالمَ رسمٌ تم نشره في البداية في مطبوعة هواة أمريكية، كان الرسم يصوّر كلبا يكتب على الحاسوب مع التعليق التالي: "على الإنترنت، لا أحد يعلم أنك كلب!". كان المراد أن يكون هذا الرسم الاستفزازي عن قصد شعارا لحماية الحرية الكاملة (وحتى الفوضى) على الإنترنت. هي حرية مرادفة لمجهولية مستعملي الشبكة ويُفترض أن تضمن المساواة بينهم.

إن هذه النكتة تصوّر دون شك وبشكل خاص روح التشارك التي يتسم بها الإنترنت كوسيلة و مكان للاتصال و الإعلام يعمل على ديمقراطية الدخول إلى مصادر الأخبار. في مجال وسائل الإعلام، إحدى العواقب القليلة الأهمية لهذا المثال الأعلى المستوحى من مذهب المساواة هي إضعاف وضع الصحفي. و نعود دائما إلى Matt DRUGDE الذي يبقى المثل الرمزي لما يمكننا وصفه بتهجين مهنة الصحفي وهويته في المجال الاجتماعي.

إن الدخول المجاني للعديد من المحتويات الذي ترغب فيه الشركات الإعلامية (الصحافة المجانية للخبر، التلفزيون العام، الراديو) أو المفروض (كالقرصنة فيما يخص صناعة القرص، مثلا) يحمل مجمل المتعاملين في عالم وسائل الإعلام

على إعادة النظر في نموذج أعمالهم الذي يرتكز على آلية البنية التحتية للتبادلات. إن المجانية تمثل بعدا أساسيا في الحقبة الرقمية، حتى وإن كانت لا تمثل ظاهرة جديدة بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية.

بالفعل، فإن المستعملين المباشرين لم يكونوا دائما يدفعون مقابل الممتلكات الثقافية: إن وضعها تحت الوصاية لأسباب سياسية و اقتصادية، جعل الناصحين العموميين و الرعاية الخاصين و وكلاء الدعاية، الخ...، يتدخلون في تمويلها. بالإضافة إلى ذلك، فإن تمويل وسائل الإعلام من طرف الدعاية ليس أمرا جديدا، بما أن قطاع الصحافة المكتوبة توجه نحو سوق الإعلانات المبوبة في القرن 17 و نحو سوق الدعاية في القرن 19. و لقد تطورت هذه الأخيرة بسرعة مع تطور الاقتصاد و لعبت دورا لا يُستهان به في تقريب الصحافة من الدوائر التجارية.

ارتكز النموذج الاقتصادي لوسائل الإعلام على مصدر وحيد للتمويل و هو الجانب الدعائي: إن عصر "المجاني تماما" قد حل كثورة ثقافية و اجتماعية حقيقية، مانحاً لمستعملي الممتلكات الإعلامية إمكانية عدم الدفع من أجل الاستهلاك: صحف على الانترنت، موسيقى، أفلام، فيديوهات، الخ. تجدر الإشارة إلى أنه إذا كانت المجانية لا تعني غياب القيمة الاقتصادية، التي تم توسيعها لهذا الغرض إلى كافة

الممتلكات الإعلامية، فإنها تضم آليات كشف و تجنيد لقيم اقتصادية مختلفة وأكثر تعقيدا.

### الملكية الصحفية في عصر الانترنت:

تتلقى المؤسسات صعوبات في جني فائدة أكثر من استثماراتها المتمثلة في التكاليف الثابتة الضرورية لإنتاج النسخة الأولى. على العكس، إذا كان السوق يتجه نحو بنية مميزة، يجب التفريق بين إنتاجه (إدراج القيمة المضافة) و السيطرة بواسطة التكاليف على شريحة السوق الخاصة به: أي التوصل إلى تكلفة ثابتة للوحدة أقل من تكلفة المنافسين، للنوعية ذاتها. من الممكن أيضا تحديد ثمن ملكية ما على أساس القيمة التي يمنحها له المستهلكون. يتوجب على مورد المحتويات إذا التكيّف مع حس المستهلكين و مع قدرتهم على الدفع بغرض اقتراح تسعير تفاضلي.

تُعد ممتلكات الصحافة ممتلكات خبرة حيث أنه يوجد شك حول نوعية الممتلك: في كل معاملة، يجب على المشتري أن يدفع دون أن يعلم إن كان سيلقى الرضى أم لا. لتجاوز هذا العائق، تركز الصحف على علامتها، على لهجتها المتعلقة بالنشر، على تسلسل الخبر الذي تنجزه و كذا توقيع صحفيها النجوم. على الإنترنت، تحاول الصحف إذن، محاكاة عالم العلامة، مثلا: تعمل صحيفة WallStreet Journal على محاكاة صورة النوعية و جدية الصحيفة على



الإنترنت. إلا أن وفرة المصادر المتاحة و تكاليفها المنخفضة جدا (تسهيل البحث عن الخبر على الإنترنت) تضعف قوة العلامة بالنسبة للمجموعات الصحفية.

على الانترنت، زادت التكنولوجيات الجديدة من مميزات هيكل التكاليف الخاص بملكيات الإعلام هذا من جهة، كما انخفضت الأسعار الثابتة بفضل انعدام التوزيع الذي استُبدل بالتكاليف التقنية المتعلقة بخلق موقع على الانترنت وإدارته، مع بقاء رواتب الصحفيين على ما كانت عليه. ومن جهة أخرى، فإن التكاليف الهامشية تكاد تختفي. أصبحت تكلفة الصفحة التي يمكن مشاهدتها بتناقل البيانات على الإنترنت وتكلفة تخزين الخبر ضئيلة جدا.

بالنسبة لملكية إعلامية قليلة التمييز، تؤول الأسعار إلى التكاليف الهامشية أي إلى المجانية، في هذه الحالة، يصعب تبرير خبر يستلزم الدفع على الإنترنت في حين تتوفر الأخبار المجانية ويسهل الحصول عليها عن طريق محركات البحث. اختارت بعض المواقع الإعلامية مثل "Le Monde" أو "WallStreet Journal" نمودجا مختلطا، بينما اختارت مواقع أخرى مثل "Médiapart" نمودجا يستلزم الدفع؛ إلا أن معظم المواقع الإعلامية في العالم مجانية. يمكن التنويه بأن المجانية فيما يتعلق بالملكية الإعلامية لم تظهر مع ظهور الإنترنت، لذا، فإن الراديو و التلفزة يقترحان منذ زمن بعيد،

أخبارا و حصصا ترفيهية يمولها الإشهار. إن المستهلك يدفع إذن مقابل الدعامة التي تسمح له بالوصول إلى الخبر (المدياع، شاشة التلفاز، الحاسوب...) و أحيانا تكاليف أو اشتراك (التلفزيون، الإنترنت الخ|...).

غير أن هذه المجانية تعتبر جديدة بالنسبة للمجموعات الصحفية التي تجد نفسها في منافسة مباشرة مع عدة متعاملين، تقليديين (التلفزة، الراديو) و حديثين (البوابات العامة مثل "Yahoo"، "Orange" أو المواقع الموضوعاتية أو المدونات و مواقع التواصل الاجتماعي الخ...). بالفعل، تمكنت هذه المجموعات من الاستفادة من الصحافة المكتوبة كي تستقر على الإنترنت.

عندما ظهرت مواقع الإعلام، كانت الورقة الراجعة الضرورية هي حيازة محتوى: النص ثم الصورة، الصوت وأخيرا الفيديو الذي سيتم إدراجه على الإنترنت. في التسعينيات، كانت سرعة الاتصال تجعل استهلاك الصوت و الفيديو محدودا. لذا، فإن بنية الشبكة المكونة من روابط، إضافة إلى طبيعة التقييس بمحركات البحث التي تستند على النص، تشجع بصورة طبيعية المحتوى النصي. لذا، تمكن متعاملون جدد من الوصول إلى قمة نسبة المشاهدة: البوابات و مجمعات أخبار.

إن مثل هذه المواقع الإعلامية المتواجدة حصريا على الويب، على غرار "Yahoo! Actualités" أو "Google News"، تستمد قوتها من دورها العام الذي تشغله على الويب. إنها لا تنتج محتويات خاصة وإنما تهدف إلى اقتراح مجمل الويب، عن طريق محررات البحث الخاصة بها و كذا عن طريق الشركات مع وكالات الأنباء وبعض المواقع الإعلامية.

شهدت وكالات الأنباء تطورا ملحوظا. ففي البداية، كانت هذه الأخيرة تبيع فقط برقيات للصحافة، أما الآن، فهي تبيع محتوياتها أيضا على البوابات و المجمعات الأخرى مثل "Yahoo! Actualités" أو "Google News". ولهذا، تجد المجموعات الصحفية نفسها موضع منافسة يجربها هؤلاء المتعاملون المستقرون أكثر على الويب و المتمتعون بهيكل أكثر مرونة و عائدات إخبارية هامة و بالأخص تكاليف أقل إذ ليس عليهم إنتاج المعلومة. بما أن المجموعات الصحفية تركز بقوة على برقيات الوكالات، فإنها تجد صعوبات في جعل الجمهور يدرك فائض القيمة.

في هذه الظروف، من الصعب التميّز عن البوابات. حيث يبرر منطق الكمية هذا النموذج الاقتصادي للإنترنت فكلما كثر عدد الصفحات المتصفحة، كلما كثر ظهور الإشهار، وكثرت بالتالي عائدات المواقع الإعلامية. تتمثل النتيجة المباشرة في كثرة المعلومات المطابقة. و مثال ذلك، الإجراءات المتخذة من

طرف "Microsoft" من أجل إعادة شراء "Yahoo" في بداية عام 2008، التي تم سردها في أكثر من 2000 مقال تمت فهرستها على "Google News": حيث كانت أغلبية المقالات تعيد المعلومات المعروفة.

من بين النتائج غير المباشرة المترتبة عن هذا التحول انخفاض سعر الإشهار على الإنترنت، حيث أن أصحاب الإعلانات يجنون الفائدة من وفرة الصفحات المتاحة (الجرد)، و عليه، فقد تغير الخبر بحد ذاته حيث أنه يصلنا مجزاً منفصلاً عن دعامته، وفي كلمة واحدة "سائلاً"، فعلى المواقع الإعلامية إذن التكيف مع هذا التهجين حتى تجد لها مكاناً على طريق مستعمل الإنترنت و تحول نسبة المشاهدة إلى نقد.

إن العلاقة بين الإعلام ونسبة المشاهدة قد تطورت كثيراً في الآونة الأخيرة: حيث أصبح الخبر يصل إلى مشاهديه مجزاً و ليس في "مجموعات"، لذا، يتم بث الخبر أكثر فأكثر بكميات قليلة و عن طريق عدة قنوات بشكل آخر: إنه إعلام متحرك. سمحت الأدوات المتاحة على الإنترنت بتلبية هذا الطلب المتمثل في إضفاء الطابع الشخصي. في البداية و عن طريق محركات البحث، يسمح الإنترنت باستهلاك الخبر بطريقة أكثر فعالية: عن طريق النقرات و محركات البحث، يختار مستعمل الإنترنت الخبر التي يريد قراءته. إن إيجابيات هذا

الخبر المجزأ متعددة بالنسبة لمستعمل الإنترنت غير أنها تطرح بالنسبة لناشري المواقع مشاكل خاصة بالتحويل إلى نقد: إذا كان من السهل بيع نسبة المشاهدة على الصفحة الرئيسية أو على معلومات مبرمجة موضوعاتية كبيرة، فإن بيع جزء من نسبة المشاهدة أمر أكثر تعقيدا.

### الخاتمة:

"من الآن فصاعدا، يجب على الصحافة أن تواجه مرحلة جديدة في ثورة الاستعمالات و هي جعل الإعلام متنقلا"، عبارة كتبها Benoit RAPHAEL على المدونة " Demain tous journaliste ?". كان الإعلام في وسائل الإعلام التقليدية مرتبطا بدعامته: "أشاهد التلفزة"، "أقرأ صحيفة"، "أسمع الراديو" أو "أذهب إلى السينما". فجر الإنترنت هذه الصلة بين الحاوي و المحتوى، حيث ينفصل الإعلام عن دعامته. ما هو الإعلام المتنقل؟ هو إعلام يتخلى تدريجيا عن مفهوم الدعامات المادية الحصرية (الورق، الويب، التلفزة، الهاتف النقال) كما يتخلى و على وجه الخصوص عن الدعامات الإعلامية المزمعة ككل في رزمة (موقع أخبار على سبيل المثال). فالخبر سيمس و يتفاعل مباشرة و على الفور مع قارئه لأنه "مجزأ"، إن جعل الإعلام متنقلا يسمح بالتقرب من القارئ.

يتمثل الرهان الآن في البقاء على اتصال دائم مع القارئ، في التمتع بعلاقة أكثرودية معه، كما يبيّن ذلك تطور المواقع الإعلامية على الهواتف النقالة للجيل الجديد مثل: "I-Phone". لذا، فإن وفرة المصادر الإعلامية على الويب و توقفها على برقيات الوكالة الإعلامية وسهولة مرور مستعمل الانترنت من موقع إلى آخر، تبعث على التشكيك تدريجيا في قدرة العلامات. حيث يفلت المحتوى من العلامة والدعامة، جاعلا الإعلام سائلا.

## المراجع:

### باللغة العربية:

- أمين رضا عبد الواحد، "الصحافة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، مصر، دارا لفجر للنشر والتوزيع، 2007.
- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال، التأثيرات السياسية والاجتماعية لتكنولوجي الاتصال، كلية الإعلام، جمعة القاهرة، 2003.
- علم الدين محمود، إدارة الصحف و اقتصادياتها، مركز جامعة القاهرة، القاهرة، 2001.

### باللغة الفرنسية:

- Antoine de TARLE, "Presse et Internet, Une chance, un déficit: enjeux économiques, enjeux démocratiques, en temps, réel", les cahiers du journalisme, Octobre 2006.
- Danielle ATTIAS", L'impact d'internet sur l'économie de la presse : quel chemin pour la rentabilité ? ", avril 2007.
- Francis PISANI, Dominique PIOTET, "Comment le web change le monde", l'Alchimie des multitudes, Pearson Education, France, Paris, 2008.
- Jean-François FOGEL, "une presse sans Gutenberg", Edition la découverte, Paris, Octobre 2005.
- Jean GABSZEWICZ, "Concurrence imparfaite", Edition la Découverte, Paris 2003.

- Jean GABSZEWICZ, Nathalie SONNAC "L'Industrie des médias à l'ère numérique", éditions la Découverte, Paris, 2006.
- M. Michel MULLER, Rapport pour le conseil économique et social, "Garantir le pluralisme et l'indépendance de la presse quotidienne pour assurer son avenir ", Paris, France, 2005.
- Marc TESSIER, " La presse au déficit du numérique ", rapport au ministère de la culture et de la communication, février 2007.
- Mathieu DE VIVE, " La presse sur internet peut-elle être rentable? " Mastère spécialisé management et nouvelles technologies, HEC, Telecom paris décembre 2008.
- Nathalie SONNAC, " vers un nouveau modèle d'affaires ", Les Cahiers du Journalisme, n° 20, automne 2008.
- Nathalie SONNAC, Patrick LE FLOCH, "Economie de la presse", Paris, Edition La Découverte, 2000.
- Etude de Médiamétrie, "l'audience de l'internet en France", communiqué de presse, octobre 2006.
- Etude de Médiamétrie, "Une nouvelle Synthèse medias 360", communiqué de presse, janvier 2007.



شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة

بودريالة عبد القادر

أستاذ باحث

جامعة قاصدي مرباح، ورقلة



# شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة

بودريالة عبد القادر

أستاذ باحث

جامعة قاصدي مرباح، ورقلة

الكلمات المفتاحية : المعرفة، الشبكات، التواصل  
الاجتماعي.

## **Résumé :**

Depuis plusieurs décennies, le monde a connue une mutation vers la société de l'information, ou les technologies de l'information et de la communication joue le plus grand rôle dans le processus de production moderne, qui est caractérisée comme une production a forte intensité de connaissance, ces changement ont marqué l'économie mondiale qui c'est fondée sur la connaissance scientifique, ce qui lui donne sa valeur ajoutée. Par ailleurs la clé de cette connaissance et l'innovation et la technologie, donc nous sommes maintenant à l'étape de développement de la scientifique et technique de savoir où ont traitent pas avec le vieux concept des sciences appliquée a cette effet la mutation fragilise le facteur temps entre les connaissances générées et appliqué.

La rapidité avec laquelle se produit ce changement économique reste un défi pour tous les pays, car l'importance du rôle de la technologie dans le développement des sociétés, et devenu primordiale avec l'introduction de l'ère du monde de la connaissance qui a fais tombé les idéologies et a émergé la connaissance et les technologies.

La société mondiale de l'information se transforme progressivement en une société de connaissance, ce qui signifie non seulement la propagation des technologies de l'information, comme le croient beaucoup dans le monde arabe, mais la mise en place de base et de règles nécessaire pour cette mutation.

## المقدمة:

شهدت بداية هذا تطوراً كبيراً لمفهوم التقدم العلمي والتكنولوجي الذي لم يعد يعتمد على إبداع بعض العلماء على نحو ما كان يحدث في القرن التاسع عشر، وأصبح هذا التقدم يعتمد على برامج بحثية تبناها الحكومات وفتحت مجالات لمشاركة الأفراد والمؤسسات فيها، وقد نجحت الولايات المتحدة في أن تحول قدراتها الاقتصادية من الاعتماد على الميزة النسبية للإنتاج التجاري إلى الميزة النسبية للإنتاج التكنولوجي، وذلك بإحداث تخصصات تعتمد على التقديم التكنولوجي في عدة مجالات، فأصبحت صناعة الإلكترونيات هي أسرع الصناعات نمواً وهي الصناعة التي يرتفع فيها المكون التكنولوجي.

تسببت ثورة المعلومات في تضاعف المعرفة الإنسانية وتراكمها بسرعة كبيرة، وخصوصاً المعرفة العلمية والتكنولوجية، وأدت العولمة إلى إسقاط حواجز المسافة والزمن، وأصبح التقدم التكنولوجي هو الحلقة الحاسمة لتحقيق التقدم الاقتصادي وكان من نتيجة ذلك كله أن تحول الاقتصاد العالمي إلى الاقتصاد المعرفي المبني على المعرفة التي تسفر عنها البحوث الميدانية والتكنولوجية، وهي المعرفة الجديدة التي تحولت إلى سلعة، أو خدمة، أو هيكلية، أو طريق

إنتاج ، وأصبحت قدرة أي دولة تتمثل في مدى رصيدها المعرفي.

تتميز تقنيات عصر المعلومات بعدة سمات، فهي ثقافة عابرة للقارات وتختصر الزمان والمكان، و تعتمد على الوسائط وتقوم على بنية معرفية أفقية لا رأسية وضاقت في هذا العصر المسافة بين ظهور المعرفة العلمية الجديدة والتطبيق الفعلي على أرض الواقع، كما أنها تعتمد على التعليم الذاتي والمستمر طوال الحياة . وبذلك يتعين على جامعتنا أن تضطلع بأدوار جديدة لأن السرعة التي يحدث بها التغيير الاقتصادي تشكل تحديا للدول المتقدمة نفسها . إضافة إلى الدور المتعاظم للعلم والتكنولوجيا في تطوير المجتمعات.

إن هذه المرحلة من مراحل التطور الحضاري ، التي اصطلح على تسميتها بالعولمة، قد فرضت علينا تحديات عديدة يتعين علينا التعرف عليها أولاً، ثم التعامل معها بالطرق العلمية وبأساليب العصر، وتتطلب مواجهة هذه التحديات مقدره خاصة على استيعاب التوجهات الجديدة للاقتصاد العالمي، وتشخيصا دقيقا للقضايا الاستراتيجية الخاصة بمجتمعنا، وعلاجها بما يواكب المستجدات.

لقد صاحب هذه التحولات المتلاحقة ظهور مفاهيم مستحدثة عديدة، مما يستوجب منا الوقوف على المضمون

الحقيقي لهذه التحولات. وأن ندرك أعبائها وتداعياتها على أوضاعنا المحلية الراهنة والمستقبلية. وما يتطلبه ذلك من إعادة تشكيل مجتمعنا.

إن الشبكة الاجتماعية هي وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث إنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية؛ إذ يجمع المشاركين فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق في الهوية أو الفكر، أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي، أو علاقات عقدية أو دينية، أو تناسق في المعرفة أو المركز الاجتماعي، كما أن الشبكة الاجتماعية تمثل في صورتها المبسطة خريطة لعلاقات محددة تربط بين أقطاب متعددة، و لما كانت تلك الأقطاب التي يرتبط بها الفرد تمثل العلاقات الاجتماعية لذلك الفرد فإن الشبكة تعتبر معيارا لرأس المال الاجتماعي للفرد؛ أي القيمة التي يتحصل عليها الفرد من الشبكة الاجتماعية.

عملية بناء أو اصرر علاقات اجتماعية بين فريق من الناس يشتركون في أنشطة بعينها، أو لهم اهتمامات مماثلة، والخدمة تتكون في الأساس من قيام كل مستخدم بطرح ملفه الشخصي و صلاته الاجتماعية للتعرف عليه، إلى جانب خدمات إضافية متنوعة، و غالبية خدمات الشبكات الاجتماعية تقتصر على

مواقع على الانترنت و توفر للمستخدمين سبل التواصل الاجتماعي عبر الانترنت عن طريق البريد الإلكتروني و الرسائل الفورية، و هناك من يعتبر خدمات مجموعات الانترنت ومجتمعاتها خدمات شبكات اجتماعية غير أن خدمات الشبكات الاجتماعية عموما تعني خدمة فردية بينما مجتمعات الإنترنت خدمة جماعية، و مواقع الشبكات الاجتماعية توفر للأفراد الشراكة في الأفكار و الأنشطة والأحداث و الهويات من خلال شبكاتهم الفردية.

لقد أنشئت الشبكات الاجتماعية بهدف التواصل الاجتماعي بين الأفراد والمجموعات ذات الاهتمامات المتجانسة على مواقع الانترنت، بهدف تبادل المعرفة و المعلومات سواء بالصوت والصورة والفيديو والنص، أو النشر والتدوين على الصفحات الخاصة، هذا إلى جانب تقديم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل إمكانية المحادثة الفورية و تبادل الرسائل الخاصة و البريد الإلكتروني. كما أنها منبر لترويج أفكار معينة سواءً أكانت اجتماعية أو سياسية، أو للدعوة الفكرية والدينية، و مجال لنشر الإنجازات الفنية و الأدبية والعلمية والتدوينات المصغرة، ولا شك في أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيراً جذرياً في وسيلة الاتصال والتعارف والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات؛ بما في ذلك الأشخاص المتفرقين في مواقعهم و أماكن معيشتهم سواء أكانوا من أهل بلد واحد



أو من وطن واحد، أو ممن جمعت بينهم مواقع الدراسة أو العمل في الماضي أو الحاضر.

تشمل الشبكات الاجتماعية نوعاً أساسياً وشبكات مرتبطة بالعمل والشبكات المتميزة، أما النوع الأساسي فيتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع my space و face book، وأنواع الشبكات الاجتماعية المرتبطة بالعمل هي الأكثر أهمية حيث إنها تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي و أصحاب الأعمال والشركات، تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين.

فقد شاع استخدام تعبير " الشبكة الاجتماعية " كتعبير عن مجموعات من العلاقات المعقدة بين أعضاء في المنظومة الاجتماعية على كل المستويات من علاقات شخصية إلى علاقات دولية. وظل الحال على هذا النحو حتى سنة 1954 عندما قام A. Barnes، باستخدام هذا التعبير للإشارة بصورة منهجية إلى العلاقات التقليدية التي تتضمن الأفكار الشائعة بين الناس والتي يعترف بها علماء الاجتماع كأنواع من العلاقات

المقيدة، مثل العلاقات القبلية و العائلية و علاقات الجماعات  
مثل علاقة الجنس و الأصول العرقية.

بدأت شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية في الظهور  
على الوب في منتصف العقد التاسع من القرن الماضي مثل  
شبكة Classmates للربط بين زملاء الدراسة في عام 1995؛  
وشبكة SixDegrees في عام 1997 للروابط المباشرة بين  
الأشخاص، و هذه الشبكات اتبعت أسلوبا مغايرا ببساطة عن  
طريق الازتباط مع البعض عبر عناوين البريد الالكتروني، و في  
نهايات العقد التاسع أصبحت الملفات الشخصية هي الخاصية  
المحورية لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أتاحت  
للمستخدمين تكوين قوائم من الأصدقاء و البحث عن  
مستخدمين آخرين لهم نفس الاهتمامات، و بهذا تضمنت  
مواقع تلك الشبكات الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة  
إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في  
الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحاً  
لمالكها و تم إغلاق بعضها، و بعد ذلك ظهرت مجموعة من  
الشبكات الاجتماعية في الفترة ما بين 1999 - 2001، لكنها لم  
تحقق نجاحا كبيرا.

تم ابتكار طرق جديدة للتواصل الاجتماعي في نهايات العقد التاسع، حيث بدأت كثير من المواقع في توفير إمكانيات متقدمة للمستخدمين لتوسيع نطاق الأصدقاء و القدرة على التحكم في تلك الدائرة من الصداقات، وبهذا بدأ ذلك الجيل الجديد من الشبكات الاجتماعية في الازدهار بظهور Makeoutclub في سنة 2000، ثم Friendster سنة 2002 ؛ وسرعان ما أصبح جزءا من فعاليات الإنترنت المتعارف عليها، وفي بداية سنة 2005 سرعان ما ظهرت شبكة myspace الأمريكية الشهيرة التي جذبت مستخدمين من عشاق الأغاني والفنون على وجه الخصوص، ثم ظهرت linkedin الخاصة برجال الأعمال بعد سنة من ذلك التاريخ، و نتيجة الزيادة السريعة في رواج شبكات التواصل الاجتماعي بحلول عام 2005 ، زاد عدد مشاهدات صفحات الموقع myspace عن عدد مرات تصفح Google ويعتبر موقع myspace من أوائل و أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه الشهير face book الذي بدأ خدماته في سنة 2004 ، والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع myspace حتى قام face book في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، و قد أدى ذلك إلى زيادة أعداد المستخدمين بشكل كبير حيث تجاوز عددهم حاليا 600 مليون مستخدم على مستوى العالم، و بهذا أصبح أكبر شبكة اجتماعية عالمية.

أدت المنافسة بين شبكات التواصل الاجتماعية إلى زيادة عدد طلبات براءة الاختراع الحصول على براءات الاختراعات لحماية الملكية الفكرية للتقنيات الجديدة الخاصة بالتواصل الاجتماعي لتلك المواقع, خاصة المواقع التجارية التي هي بقصد الكسب. ولقد اكتسبت حركة طلب براءات الاختراعات زخماً نتيجة التشابه بين الشبكات الاجتماعية الجديدة وموقع شبكة face book الرائجة و التي تحظى بشعبية كبيرة، وعدد طلبات براءة الاختراع في تزايد مستمر منذ سنة 2003 ويقدر معدل زيادة عدد هذه الطلبات بحوالي % 250 سنويا، حيث إن عدد الطلبات التي نشرت وصل إلى 3500 بينما قد يصل العدد الذي تم تقديمه حوالي 7000 بما في ذلك الطلبات التي لم تنشر بعد.

جنباً إلى جنب مع الزيادة الكبيرة في شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية فإن ظهور استخدامات جديدة لتلك الشبكات هو الآخر مستمر وفي مقدمة التوجهات المنبثقة في مواقع الشبكات الاجتماعية فكرة " الوب الآني" وكذلك الشبكات الخاصة بالمواقع، حيث تسمح الشبكات الآنية للمستخدم بالمساهمة الفورية في المحتويات و التي تزداد فور وضعها على الموقع، و هذه الفكرة تشبه فكرة البث الحي على الراديو و البث المباشر على التلفزيون، ولقد بدأ twiter هذا الاتجاه حيث يمكن للمستخدم إذاعة ما يفعل أو ما يفكر فيه على العالم في حدود 140 حرفاً. وأعقب ذلك فيسبوك خلال

البحث الحي حيث إن أنشطة المستخدمين تظهر فور انتهائهم من رصدها.

ومؤخرا لقيت شبكات التواصل الاجتماعي النقالة رواجاً كبيراً. ففي غالبية المجتمعات المتنقلة يمكن لمستخدمي الهواتف المحمولة خلق ملفات خاصة بهم، وتكوين دائرة معارف، والمشاركة في غرف الدردشة و تكوينها، وعقد حوارات خاصة، والمشاركة في صور فوتوغرافية وفيديو، والتدوين على هواتفهم المحمول، وتقوم بعض الشركات بتوفير خدمات تسمح لزيائنها ببناء مجتمعهم المتنقل الخصوصي، و من أشهر الخدمات اللاسلكية في شمال أمريكا للشبكات الاجتماعية هي Facebook Mobile.

### الشبكات الاجتماعية الشخصية:

الشبكة الاجتماعية الشخصية مجموعة من الجهات المعروفة لفرد بعينه والتي من المتوقع قيامه شخصياً بالتواصل معها على فترات متفاوتة قصرت أم طالت لدعم فعاليات معينة، والهدف من تلك الشبكات هو الفائدة المتبادلة مما يوفر سعة في فكرة العمل الجماعي خارج نطاق الزمالة في العمل، وهذه الآلية تستخدم بكثافة في أماكن العمل لكنها مرنة بصورة تجعلها أداة طيعة في أنشطة خارج نطاق العمل تستمر لفترات متواصلة؛ فهي لا تقتصر على اتصال وقي بهدف محدد.

في واقع الأمر أن التواصل الشخصي عبر تلك الشبكات الاجتماعية مما تشجعه المنظمات الكبرى يهدف زيادة الإنتاج، وبهذا فهي توفر العديد من الآليات لدعم الحفاظ على تلك الشبكات، وغالبية تلك الآليات تقوم على أسس تقنية المعلومات والتقنيات التي توفرها الانترنت.

### المجتمع الافتراضي:

مجتمع الإنترنت أو المجتمع القائم على الشبكات هو مجتمع افتراضي يستخدم أفراده وسائل تقنيات الاتصالات الحديثة للتواصل فيما بينهم، و تتعدد هذه الوسائل و تختلف بدءًا من البريد الإلكتروني والمحادثة، إلى المجتمعات القائمة في الواقع الافتراضي، تأثرت هذه المجتمعات بالتطور المضطرد في وسائل الاتصال؛ خاصة تلك التي تعتمد على الإنترنت كمنصة لعملها، و المجتمع الافتراضي هو شبكة اجتماعية من أفراد يتواصلون من خلال وسيلة معينة ذات قدرة على أن تخترق حدودا جغرافية و سياسية لتحقيق أهداف مشتركة، أو سعيا لإشباع اهتمامات مشتركة، و خدمات الشبكات الاجتماعية هي واحدة من المجتمعات الافتراضية المنتشرة التي تتضمن العديد من مختلف مجتمعات الانترنت المباشرة.

تشجع المجتمعات الافتراضية على التواصل والتلاحم و إن ركزت أحيانا على اهتمام بعينه أو كانت لمجرد الاتصال، و في

الواقع أن المجتمعات الافتراضية الجيدة هي التي تشجع على كلا الأمرين؛ فهي تتيح للمستخدمين فرصا للتواصل بخصوص هدف مشترك سواء عن طريق لوحة المراسلات ، أو غرف الدردشة ، أو مواقع الشبكات الاجتماعية أو العوالم الافتراضية، وتعريف المجتمع في الأصل، أنه كيان يجمع بين أفراده مكان جغرافي كقرية أو جوار أو حي، غير أن المجتمع الافتراضي مشتت جغرافيا في بقاع متباعدة وهذا مخالف للتعريف الأصلي، وبعض المجتمعات قد تترابط جغرافيا وتعرف بأنها مواقع اجتماعية على الانترنت، إلا أن اعتبار أن المجتمعات لها حدود تفصل بين أعضائها و الذين ليسوا أعضاء بها فإن المجتمع الافتراضي مجتمع وفق هذا التعريف المبسط، هذا لأن المجتمعات الافتراضية تضاهي المجتمعات في واقع الحياة من منطلق أنها توفر الدعم والمعلومات والصدقة والقبول من جانب الآخر.

من التساؤلات السابقة عن تواجد المجتمعات عموما، السؤال عن انتماء المجتمعات القائمة على أساس وسائل الإعلام إلى الواقع، وإذا أمكن قيام مجتمعات من خلال تلك الوسائل، وهو نفس السؤال الذي يدور حول حقيقة وجود المجتمعات الافتراضية وفق تصورات علوم الاجتماع، وهناك من يرجع تكوين المجتمعات إلى ظهور تقنيات مختلفة؛ فظهور صحف قومية مثلا ساهم في خلق ضمير قومي بين المواطنين

وعموما فإن تعبير المجتمعات الافتراضية يطلق على مجموعات اجتماعية أو مهنية ولا يعني بالضرورة وجود علاقة حميمة أو روابط متينة بين الأعضاء؛ وإن كان هناك من يرى أن المجتمعات الافتراضية تتكون عندما يجري حوار شعبي بين الناس لفترة كافية بحيث تنبثق مشاعر بشرية عارمة لتكون شبكات من العلاقات الشخصية، وفي المقابل فإن قائمة توزيع بريد الكتروني قد تتضمن مئات من الأعضاء بينما الاتصالات التي تجري بينهم لا تتعدى استعلامات حيث تطرح أسئلة وأجوبة، غير أن الأعضاء يظلون غرباء نسبيا، وبهذا فإن معدل انسحاب الأعضاء قد يكون مرتفعا؛ وفي هذه الحالة يكون استخدام تعبير شبكة اجتماعية استخداما مجازيا.

### ثورة البيانات الاجتماعية:

ثورة البيانات الاجتماعية هي نقلة في نمط الاتصالات البشرية تجاه زيادة الشراكة في المعلومات الشخصية وما يترتب على ذلك من تداعيات والتي ساهم في تطورها التوسع في الشبكات الاجتماعية منذ بدايات القرن الحادي والعشرين، و بينما كان أعضاء الشبكات الاجتماعية في بدايتها يتبادلون الصور والرسائل بصورة خاصة، فإن الاتجاه المستحدث لتبادل المعلومات الشخصية بصورة أوسع أدى إلى تراكم كميات هائلة من البيانات العامة، والبيانات الاجتماعية تشير إلى بيانات يتبادلها الأفراد بينهم طوعا، و لقد كان ارتفاع



التكاليف يجعل الشراكة في هذا النوع من الاتصالات شبه العامة غير مجدية، إلا أن التطور في تقنية الشبكات الاجتماعية بين عامي 2004 و 2010 جعل في الإمكان الشراكة في تلك البيانات.

تتضمن البيانات المتبادلة بين الأفراد المواقع الجغرافية والبيانات الطبية والميول الشخصية والأفكار الصريحة والقراءات التي تحظى الاهتمام، ومن هذا المنطلق تواصل التقنية تتبع سلوكيات المستخدم بدقة أكبر مما يؤدي إلى توفير منتجات وخدمات يمكن تطويعها لحاجات الشريحة العظمى من الناس، فتداول البيانات شبه العامة أدى إلى التطور السريع في التفكير المتعمق في رأس المال الاجتماعي، كما أن التوسع السريع في التقنيات الرقمية سيعجل من انتشار تلك التوجهات.

لقد بلغ تأثير البيانات الاجتماعية إلى حد التأثير على سوق الأعمال بالمعلومات التي يضعها الناس على مواقع مثل linkedin و Facebook ولعل أكثر صور البيانات الاجتماعية نضجا هي التي تظهر على twiter و Facebook لإرسال رسالة أو على twiter عملية بسيطة تضاهي إرسال رسالة نصية عبر الهاتف.) SMS فبالنسبة ل twiter فإن الرسائل تعامل على أنها "رسالة من زبون إلى العالم" أي أن أي الرسالة التي يرسلها

المستخدم عبر الموقع يمكن أن يقرأها العالم بأسره، بينما Facebook يركز على التواصل بين الأصدقاء باستخدام "التعامل من زبون إلى زبون". إلا أن Facebook يوفر عدة طرق لجمع معلومات عن مستخدميه عن طريق تطبيق: علم / tag "على صديق في صورة فوتوغرافية"، وعَلَقَ / comment على شيء ينشره صديقك أو أشار إلى أنك تحبه/like فقط. هذه البيانات هي أساس لنماذج دقيقة للعلاقات بين المستخدمين، وهذه النماذج يمكن توظيفها لزيادة مستوى الاهتمام بما يعرض على الزبائن و في أغراض الإشهار، و بينما رسائل twiter عامة فإن Facebook يتطلب موافقة الطرفين على أن يكونا صديقين قبل تبادل البيانات الشخصية، و بابتكار خدمات جديدة تستفيد من سرعان الكم الهائل من البيانات الاجتماعية على الانترنت يتقدم مدى استيعاب قدر تلك البيانات.

### الوسائل الاجتماعية:

الوسائل الاجتماعية هي وسائل عامة للتواصل والتعامل الاجتماعي، باستخدام سبل اتصال سهلة وطبعة ويمكن التوسع فيها بصورة كبيرة؛ ويمكن وصفها في الوقت الحاضر بأنها قائمة على تقنيات استخدام الانترنت وسبل الاتصال النقالة أو المحمولة بحيث يمكن تحويل الاتصالات إلى حوار

تفاعلي، وهناك من يعرف الوسائل الاجتماعية بأنها مجموعة من تطبيقات قائمة على الانترنت لتبني على أسس تقنيات وتصورات ويب التي تتيح فرصا لقيام مستخدميها بابتكار محتويات معرفية وتبادلها، كذلك فإن جهات الأعمال والتجارة قد تشير إلى الوسائل الاجتماعية على أنها وسائل يولدها المستهلك، ولعل الخيط المشترك بين كل التعريفات هو أنها خليط بين التقنية و التواصل الاجتماعي لخلق قيمة.

هناك اعتقاد سائد بأن الوسائل الاجتماعية الالكترونية لعبت دورا كبيرا في الحراك الشعبي الذي تشهده الدول العربية منذ سنة 2011، خاصة في تونس و مصر لا سيما وأن Facebook استخدم في وضع جدول للأحداث، بينما وظف ا twitter في التنسيق، غير أن هناك جدل حول دور الوسائل الاجتماعية الالكترونية في إحداث أي تغيير في تلك الدول. ثم إن الناس يحصلون على المعلومات، المعرفة والأخبار، من الوسائل الالكترونية أو المطبوعة؛ بينما الوسائل الاجتماعية الالكترونية مختلفة تماما عن الوسائل الإعلامية التقليدية، مثل الصحف، التلفزيون والراديو، فالوسائل الاجتماعية الالكترونية منخفضة التكاليف ومنفتحة نسبيا لتسهيل نشر المعلومات أو الوصول إليها لأي شخص؛ حتى الأفراد المنعزلين مقارنة بالوسائل التقليدية، التي تتطلب موارد كبيرة و منغلقة نسبيا أمام نشر المعلومات، من الخصائص المشتركة بين

النوعين من الوسائل القدرة على الوصول لعدد كبير أو قليل من الناس، فعلى سبيل المثال إن نشر مدونة أو برنامج تلفزيوني قد يسهل الوصول إلى ملايين من الناس وقد لا يصل لأحد أيضا، و بعض الخصائص التي تميز بين الوسائل الاجتماعية الالكترونية والوسائل الإعلامية التقليدية، هي:

- **الوصول** : تقنيات كل من الوسائل الاجتماعية الالكترونية والوسائل الإعلامية التقليدية قادرة على تغطية نطاق واسع وعلي الوصول إلى عدد كبير من الناس عالميا. إلا أن الوسائل الإعلامية التقليدية عادة ما تكون مركزية في التنظيم والإنتاج والتوزيع بينما الوسائل الاجتماعية الالكترونية بطبيعتها أقل مركزية، وتتميز بكونها تعتمد على العديد من النقاط في التوزيع والانتفاع، كما أن منظماتها غير هرمية.
- **الانفتاح** : سبل إنتاج الوسائل الإعلامية التقليدية عادة ما تكون حكومية أو خاصة؛ بينما آليات الوسائل الاجتماعية الالكترونية متوفرة لعموم الناس بتكلفة بسيطة أو بدون تكلفة.
- **طبيعة الاستخدام** : إنتاج الوسائل الإعلامية التقليدية يتطلب حرفة خاصة وربما تدريباً مكثفاً؛ وفي المقابل إنتاج الوسائل الاجتماعية الالكترونية لا

يتطلب مهارة خاصة أو أي نوع من التدريب؛ أو ربما يتطلب تطويعا متوازعا للمهارات المكتسبة، بمعنى أن كل من لديه الفرصة للدخول عليها يمكنه إدارة وسائل إنتاج الوسائل الاجتماعية الالكترونية.

● **الفورية :** إن الفجوة الزمنية بين الاتصالات في الوسائل الإعلامية التقليدية طويلة وقد تصل من عدة أيام وأسابيع إلى ربما أشهر؛ مقارنة بالوسائل الاجتماعية الالكترونية القادرة على الاستجابة الفورية حيث سرعة التواصل يحددها المشاركون. غير أن قيام الوسائل الإعلامية التقليدية بتبني وسائل إنتاج ترتبط عادة بالوسائل الإعلامية الاجتماعية قد تلغي هذه الفوارق مع الوقت؛ فبعض محطات البث التقليدية قد تنشر فورا رسائل فيديو أو نثرية أو صوتية مرسله بالوسائل الإعلامية الاجتماعية.

● **الدوام :** يستعصي تغيير أو تعديل إنتاجات الوسائل الإعلامية التقليدية فإذا ما طبعت مقالة في مجلة وتم توزيعها لا يمكن تغييرها بأي حال؛ بينما من الممكن التغيير الفوري لمنتجات الوسائل الإعلامية الاجتماعية بالتعقيب أو التنقيح.

تشكل الوسائل الإعلامية للمجتمع مزيجاً من الوسائل الإعلامية الاجتماعية والتقليدية، فتلزيون وجراند المجتمع المحلي وبعض ما يملكه من محطات إذاعة يديرها محترفون وبعض الهواة باستخدام أطر كلا الوسيلتين، و في تحليل للفرق بين الوسائل الإعلامية المختلفة يرى البعض أن هناك تحولاً إلى اقتصاديات شبكات المعلومات التي تشمل الخصائص الاقتصادية، الاجتماعية والتقنية للوسائل الإعلامية الاجتماعية، بينما يرى البعض أن انتشار الوسائل الإعلامية الاجتماعية شاهد على أن العالم مقدم على عصر طغيان عقائد الهواة و الفوضى حيث إن الغلبة ستكون للأعلى صوتاً و العنيد المتصلب لرؤيته، بينما يحذر آخرون من أن تتضخم الشبكات الاجتماعية وتصبح تجارة احتكارية فتحد بذلك من الابتكار.

### وسائل الإعلام الحديثة:

وسائل الأعلام الحديثة تعبير ظهر في أواخر القرن العشرين حيث يوفر للإعلام مجالاً كبيراً من سبل الحصول على أي لون من المعرفة عند الطلب في أي وقت وفي أي مكان وتحت أي ظرف على جهاز رقمي، مع القدرة على التفاعل الفوري والمساهمة الخلاقة وتكوين المجتمعات حول ما تقدمه وسائل الإعلام.

لعل أهم ما تعد به وسائل الإعلام الحديثة هو العمل بمبادئ الديمقراطية في ابتكار، نشر، توزيع واستهلاك محتويات الإعلام، و لعل ما يميز وسائل الإعلام الحديثة هو أنها رقمية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، إلى جانب ديناميكية الإنتاج الذي يجري بصورة فورية، و لعل أفضل مثال لما تقدمه ظاهرة وسائل الإعلام الحديثة هي wikipedia أو موسوعة الانترنت التي تتيح الفرصة لجميع الناس للحصول على نصوص، صور و فيديو مع روابط على الويب، كما تتيح الفرصة للمساهمة في التحرير و التعليق و تكوين مجتمع من المحررين، حيث تشير إلى نوع من أنظمة إدارة المحتوى يتميز بالسرعة و السهولة في تعديل محتويات المواقع، و تدل عموما على نوع من المواقع الإلكترونية توفره وسائل الإعلام الحديثة يسمح للزوار بإضافة المحتويات و تعديلها دون أي قيود ملموسة، وقد تشير إلى برامج wiki المستخدمة في تشغيل هذا النوع من المواقع ولإنشاء قواعد معلومات خاصة أو عامة، واليوم يعتبر القسم الإنجليزي من موسوعة wikipedia أكبر موقع wiki على شبكة الإنترنت، تتيح برامج wiki للزوار أن يحرروا مواضيع الموقع جماعيا و بلغة ترميز بسيطة وباستخدام المتصفح مع سهولة إنشاء مواضيع جديدة، أو تحديث مواضيع قديمة و تعديلها دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات أو تعديلها عادةً، وبعض

مواقع wiki لا تتطلب حتى تسجيل الدخول في الموقع لإنشاء أو تعديل مواضيع فيها مميزات إضافية، وتحتفظ مواقع wiki بكل محتوياتها في قاعدة بيانات متشعبة، وتستطيع مواقع wiki معرفة كل صفحة وكل وصلة تصل بين الصفحات، ولا يهتم موقع الصفحات هنا، على المشارك في تحرير محتويات wiki أن يجعل بعض الكلمات تعمل كوصلة ويقوم موقع wiki بتفعيل هذه الوصلات.

لا يوجد هيكل محدد لتنظيم المحتويات في مواقع wiki، فيمكن لأي موقع أن ينظم محتوياته بالأسلوب الذي يناسبه، ومواقع wiki لا تحتوي عادة على صفحات تنظم المحتويات إلا في مواقع wiki الكبيرة مثل wikipédia، ففي wikipédia هناك صفحة رئيسية تقود الزائر إلى أقسام فرعية أو إلى المواضيع مباشرة، كما يمكن الانتقال من موضوع إلى آخر دون الحاجة إلى المرور على صفحات تنظم المحتويات وتقسّمها، هذه المرونة في wiki غير متوفرة في المواقع التقليدية التي تجبر صاحب الموقع على إنشاء هيكل محدد لمحتويات الموقع قبل وضع هذه المحتويات، أما في wiki يمكن لصاحب الموقع كتابة المحتويات ثم تنظيمها بالطريقة التي يريدونها وتناسبه.

غالبية التقنيات التي توصف بأنها وسائل إعلام حديثة تقنيات رقمية لها خصائص القدرة على التلاعب بها والتواصل



معها، الكثافة القدرة على ضغطها إلى جانب كونها تفاعلية، لكن وسائل الإعلام الحديثة لا تشمل برامج التلفزيون ولا المجلات والكتب والمطبوعات الورقية إلا إذا احتوت على تقنية تسمح بالتفاعل بين المستخدمين.

### أنواع المجتمعات الافتراضية:

غرف الدردشة: عقب ظهور لوحات الرسائل والندوات على الانترنت بدأ المشاركون يتوقون إلى الاتصال الفوري مع مجتمعاتهم إذ أن من سلبيات لوحات الرسائل أن استجابة الطرف الآخر لرسالة قد يستغرق فترة طويلة نتيجة اختلاف التوقيت في أطراف العالم المتناثرة، وقد ينتظر المشترك مدة غير محددة للجواب على تساؤل بسيط. وبهذا أتاح ظهور غرف الدردشة للمشاركين التخاطب مع المتواجدين على الانترنت، وبهذه الطريقة ترسل الرسائل فيستجيب لها الطرف الآخر بصفة فورية.

العوالم الافتراضية: العوالم الافتراضية هي أكثر صور المجتمعات الافتراضية تفاعلاً؛ حيث إن كل شخص من الأشخاص المتواصلين في هذا النوع من المجتمعات الافتراضية يمثل في العالم القائم على الكمبيوتر بتجسد رمزي، و بمقدور المشارك خلق الشخصية الرمزية التي تمثله بما في ذلك ملبسه ومظهره وتصميم منزله كما يمكنه التحكم في حياة الرمز الذي

يمثله وفي تعامله مع الشخصيات الأخرى في عالم افتراضي ذي أبعاد ثلاثة، وبهذا فالعالم الافتراضي يشبه لعبة كمبيوتر دون تحديد أهداف اللاعبين، بمعنى آخر إن العالم الافتراضي يوفر للمشاركين فرصة بناء حياة حاملة خيالية في عالم افتراضي والتصرف فيها بما يحلو لهم. وبإمكان الشخصيات في هذا العالم التخاطب والتعامل بنفس الصورة التي يتعامل بها الناس في الحياة الطبيعية.

### تداعيات الشبكات الاجتماعية:

#### استخدام الانترنت:

تضاربت آراء الباحثين بالنسبة لتأثير استخدام الانترنت على وظائف العقل البشري و إن أجمعت على وجود تغيرات محسوسة في أداء المخ نتيجة الاستخدام المفرط للإنترنت، فبعض الدراسات تؤكد على أن تلك التغيرات ضارة و أخرى ترى أنها مفيدة، حيث يؤكد Nicholas Carr أن استخدام الإنترنت يعوق التفكير المتعمق الذي يؤدي إلى الابتكار الحقيقي، كما أن الارتباطات التشعبية و التنشيط الزائد يفضي إلى أن المخ يجب أن يصب انتباهه على القرارات قصيرة المدى، كذلك فإن غزارة المعلومات المتوفرة على الشبكة العنكبوتية العالمية تغمر العقل وتستحوذ عليه فتؤدي الذاكرة طويلة المدى، كذلك فإن وفرة المحفزات الفكرية يؤدي إلى حمل إدراكي ثقيل مما يجعل من الصعوبة تذكر أي شيء.

في المقابل يرى عالم النفس Steven Pinker أن الناس لديهم قدرة على التحكم فيما يقومون به، وأن البحث والمنطق لا يتأتي بصورة طبيعية للناس. ثم إن الخبرة لا تعيد تنظيم القدرات على استيعاب المعلومات في العقل وهذا فإن الإنترنت في الواقع ترفع من ذكاء الناس.

في نفس الوقت يرى بعض الخبراء أن الانترنت توفر معلومات فورية مما يحسن التطبيق العملي للذكاء؛ إذ أن الإنترنت وفرت ثمار التقنية لكل فرد، غير أن الكثير من العلماء يرى أن قدرة الناس على التركيز أفسدها تفجرات المعلومات المتاحة، و قد تذكر هذه المقولة البعض بمقولة فيلسوف إغريقي قديم تعليقا على انتشار الكتابة و القراءة أن ذلك سيدعو إلى خمول الناس وعزوفهم عن التفكير المستقل.

**الصحة:** إن تأثير المجتمعات الافتراضية على النواحي الصحية للناس لم تلقَ اهتماما كبيرا خاصة الأعراض الجانبية حيث إن العلاقات الافتراضية ليست لها نفس القيمة مثل العلاقات الحقيقية لانعدام الروح الاجتماعية، كما أن هناك تخوفا من أن العلاقات الافتراضية تفتح السبل إلى التعدي الكلامي والكبت، وربما تدفع إلى الانتحار إلى جانب التعدي على الخصوصية الفردية، و رغم أن بعض الدراسات التي أجريت على التأثير الصحي للمجتمعات الافتراضية لم تخلص

إلى نتيجة حتمية عن وجود جوانب سلبية إلا أنها لم تنفِ عدم التسبب في أذى للأفراد، و لقد عاق الاستمرار في تلك الدراسات ارتفاع نسبة انسحاب المشاركين فيها إلى جانب عدم التعمق و التنوع في وسائل البحث.

خطر على سلامة الأطفال: هناك العديد من الناس وبعض السلطات قلقة تجاه إساءة الأطفال والمراهقين استعمال خدمات الشبكات الاجتماعية خاصة فيما يتعلق باتصالهم بمنحرفين جنسيا ممن يتصيدون الأطفال على الإنترنت. ولقد قامت الحكومات ببعض الإجراءات بغية الوصول إلى حل أمثل؛ خاصة وأن الإجراءات التقنية غير فعالة .

التصيد والتقزيم: من الإساءات الشائعة في استخدام الشبكات الاجتماعية استغلال البعض لها للإساءة النفسية بأفراد آخرين من المشاركين. فليس نادرا نقل عملية الإساءات النفسية التي تجري في عالم الواقع إلى الإنترنت فيما يشار إليه بالتصيد أو التقزيم والمتصيد هو شخص يصطاد في الماء العكر ليشعل الفتنة في أي حوار ينضم إليه فيساهم بتعليقات أو كلام مثير للجدل لا علاقة له بموضوع الحوار الدائر؛ بهدف الهدم والخروج عن الموضوع، وإثارة الجدل والفتنة بين أفراد المجتمع الذي يتواصل معه على الانترنت؛ مستخدما أسلوب استمالة العواطف وتحريك البعض ضد

البعض الآخر، وتحويل بيئة المجموعة من بيئة تكاملية متعاونة إلى بيئة تصارعية متنازعة؛ تشبه في تعليقاتها وتعاملاتها بيئة مجتمع منتديات الإنترنت أو غرف(الدردشة)؛ غير المحكومة بضوابط وقواعد مناسبة للنقاش المفيد.

الاستقطاب الاجتماعي: إن خدمات الشبكات الاجتماعية هي أبرز أنواع المجتمع الافتراضي الذي يتكون على موقع على الويب أو باستخدام برنامج كمبيوتر يركز على تكوين علاقات اجتماعية والعمل على حمايتها والحفاظ عليها، و تتميز المجتمعات الافتراضية الأكثر رواجاً بأنها توفر الوسائل الرئيسية التي تشجع الناس على تكوين مجتمع افتراضي خاص بهم صغر أم كبر، ويمكن تشبيه المجتمع الافتراضي بأنه مجموعة من الأصدقاء الأخفاء التي يمكن لمستخدم الشبكة الاجتماعية أن يجتمع بهم على شاشة الكمبيوتر فيتبادل معهم الرسائل أو يراهم مائلين أمامه في فيديو حي ويتبادل معهم الحديث وكأنهم حضور معه، ورغم أن المجتمعات الافتراضية يمكن خلقها دون قيود من زمان أو مكان أو حدود نظامية فإنها في نظر البعض مدعاة لتفكيك المجتمع القائم على التفاعل الطبيعي مع الناس في واقع الحياة، مع تلاشي التعامل مع البشر في مضمون تقليدي.

وهناك من يرى أن المجتمع الافتراضي يمثل مجتمعا شريرا حيث كل ما فيه شيرير على عكس المجتمع الفاضل الذي يكون كل ما فيه طيب، هذا لأن المجتمع الافتراضي غير شخصي، والإغراق في هذا العالم الافتراضي يفقد الشخص القدرة على التعامل مع واقع الحياة والتفاعل مع الناس من حوله، وهناك من يرى أن الإغراق في المجتمعات الافتراضية يؤدي إلى استقطاب السلوكيات والجنوح العصبي بل يساعد المريض نفسيا على التمادي في مرضه.

### شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة:

هناك العديد من الحوافز للمساهمة في المجتمعات الافتراضية التي تنشأ حول شبكات التواصل الاجتماعي حيث صارت وسائل الانترنت المختلفة مثل المدونات، غرف الدردشة، وقوائم المراسلات الالكترونية، والمواقع الاجتماعية من أكبر مصادر المعرفة، و أكثرية تلك المجتمعات قائمة على مستوي عال من الشراكة والتعاون وتجنح إلى توطيد دعائم ثقافة خاصة بها، كما أنها تتطلب قدرا كبيرا من وقت المساهمين دون كسب مادي منظور، ومن أمثلة البنيات التحتية للشراكة في المعرفة على الإنترنت، فقد وجدت عدة دراسات أن هناك علاقة حميمة بين شخصية المساهم وطبيعة ومستوي المساهمة في المجتمعات الافتراضية، من أهم

تلك المشاهدات أن الأشخاص الذين يتصفون بالحياء وكذلك الذين يعانون من قلق شديد وضغوط نفسية كبيرة، يشعرون بالراحة ويفضلون المشاركة في المجتمعات الافتراضية والمساهمة الجادة فيها وخاصة في غرف الدردشة والتواصل بالوسائل التي يمكن المساهمة فيها كشخصيات مجهولة.

### مدونات المعرفة:

لقد برزت المدونات من بداية متواضعة إلى أن صارت شبكة هائلة للمعرفة و الاتصالات المباشرة، ومع تنامي آليات يمكنها ربط المدونات بعضها مع بعض تتوفر الفرص للتعاون بين المدونات و المشاطرة في تقديم المعرفة بصورة عاجلة وعامة و ميسورة، من هذا المنطلق تتكاتف الجهود للاستفادة من عالم المدونات في تطبيقات متعددة من بينها الاستفادة بها في البحوث الأكاديمية، فلقد بدأت المدونات بصفحات تعرض على قرائها المستجدات من الأخبار حتى ارتفع مستواها إلى أن تكون بلا جدال أكثر منصات النشر الشخصي شعبية على الإنترنت؛ فعلى مدى السنوات القليلة الأخيرة أصبحت المدونات في مقدمة وسائل الإعلام الإخبارية وكصفحات لتدوين نتائج وسائل البحث عن المعلومات و المعرفة.

والمدونات هي مواقع على الويب تطرح أحدث المداخلات والمواضيع على رأس الصفحة، يلي ذلك الأطروحات السابقة

بترتيب عكسي لتواريخ نشرها، أما نوعية المعلومات التي تتضمنها المدونات فهي تختلف من مدونة إلى أخرى وتعتمد على سياسة منشئ المدونة؛ حيث يقوم المدونون بعرض مشاهدات حياتهم وقراءاتهم اليومية، أو مناقشة مواضيع معينة مما يهتمون بها، وبعض المدونات الأكثر إقبالا عليها تخاطب مواضيع معينة أو تعرض حياة المدون، وبعضها مرتبط بمدونات أخرى أو بمصادر أخبار مع التعليقات و المناقشات المتعلقة بتلك الروابط، ومع بداية ربط المدونات و إضافة تعليقات على ما يرد فيها فإنه من الممكن انطلاق موجات من المناقشات تتضمن عدة مدونين و تهتم بمختلف المواضيع التي تنتشر على نطاق واسع.

من الانتقادات الموجهة لاستخدام المدونات كمصدر للمعرفة كونها تعبر عن آراء شخصية لأصحابها، الذين هم في العادة أفراد، والواقع أن أحد استخدامات المدونات هي التنفيس عن آراء أصحابها، أما بالنسبة للباحث العادي الذي يتطلع إلى نصيحة خاصة بشراء منتج مثلا قد تكون تلك النظرات الشخصية مفيدة، أما بالنسبة لصور البحث التقليدية فإن من المفروض تفادي الآراء الشخصية غير الخاضعة للإشراف، هذا الانتقاد قائم على حقيقة أنه من الصعب معرفة إذا ما كانت مداخلة ما على مدونة قد خضعت لتحقيق صحتها أم لا و أن المناقشات المرتبطة بها واضحة و لها علاقة بالموضوع.



## القضايا المرتبطة بالشبكات الاجتماعية:

تتميز المجتمعات الافتراضية بالتبادل الفوري للمعلومات وهي خاصة غير متوفرة في مجتمع الحياة الواقعية، وهذا يتيح للناس المساهمة الفعالة في العديد من الأنشطة من بيوتهم مثل التسوق و دفع الفواتير والبحث عن معلومات محددة، كما أن الفرص متاحة لهم للمشاركة في الآلاف من مجموعات النقاش حيث يكون بمقدورهم إقامة علاقات خاصة والحصول على معلومات في مختلف المواضيع مثل السياسة والمساعدات الفنية والاستشارات الصحية والأنشطة الاجتماعية والترفيهية .

وبينما الاتصالات الفورية تعني سرعة الدخول على المعلومات فهذا يعني أيضا أن المعلومات المطروحة نشرت دون مراجعة للتحقق من صحتها، ومن الصعب انتقاء مصادر موثوق بها لغياب من يراجع كل معلومة تنشر على الإنترنت لتوخي قدر من الجودة، حيث إن كل شيء يأتي من المصدر الذي كتبه دون تدقيق أو تمحيص، والشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام الجديدة تواجه عدة قضايا من الضروري أخذ الاحتياطات اللازمة لمواجهتها، مثل:

الأمن القومي: وسائل الإعلام الجديدة أضحت موضع اهتمام من مجتمع التجسس نظرا لسهولة التدخل فيها إلكترونيا على

شاكلة قاعدة بيانات حيث أصبح من الممكن استرجاعها بسرعة وقيام الحكومات بعملية هندسة عكسية للتعرف على ما تبغي من معلومات تخدم مصالحها.

**الخصوصية:** هناك كثير من الدواعي للقلق بالنسبة لخصوصية الأفراد المشاركين في خدمات الشبكات الاجتماعية، وهذا القلق ينمو بين مستخدمي الشبكات من حيث تمركز فائض من المعلومات الشخصية، ومخاطر الأشخاص ملتوي السلوك ممن يغرون بالشباب، كما أن على رواد تلك الخدمات التنبه إلى سرقة البيانات و كذلك الاعتداء على البيانات الشخصية بالفيروسات الالكترونية التي يمكن أن تقوم باقتناصها ونشرها على نطاق واسع يؤدي إلى أذى.

**الإشعارات :** هناك اتجاه لقيام مواقع الشبكات الاجتماعية بإرسال إشعارات إيجابية فقط للمشاركين؛ فعلي سبيل المثال بعض المواقع لن ترسل إشعارات للمستخدمين عندما يجري حذفهم من قائمة الأصدقاء المشتركين؛ كذلك فإن البعض الآخر قد يرسل إخطارا للمشارك إذا انتقل اسمه إلى رأس قائمة الأصدقاء لمشارك آخر ولكنها لا تخطر إذا انتقل اسمه إلى ذيل القائمة.

**الاطلاع على المعلومات :** كثير من الشبكات الاجتماعية تعطي المستخدم حق اختيار مَنْ يحق له الاطلاع على ملفه؛ وهذا

يمنع أي مستخدم غير مخول بالدخول على معلوماته. وبهذا صارت هناك إشكالية في السماح للأباء الذين يرغبون الاطلاع على الأنشطة الخاصة بأولادهم المراهقين الذين لا يرغبون في اطلاع أهلهم على نشاطهم على الشبكات الاجتماعية.

إساءة الاستخدام: إن الحرية النسبية التي تتمتع بها خدمات الشبكات الاجتماعية قد تسببت في القلق من احتمال إساءة استخدامها من جانب روادها.

العدوانية: هي أمر شائع الحدوث نسبيا على الإنترنت و يمكن أن تؤدي إلى عواقب وخيمة على الضحايا بما في ذلك الصدمات النفسية، و ونعني بها على وجه التحديد استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لدعم سلوك عدواني متعمد لشخص أو مجموعة بهدف إلحاق الأذى بآخرين، وهذه الظاهرة تنتشر بين الشباب بصورة أدت إلى حملات مضادة لها وسعي حثيث من البعض المطالبة بسن قوانين تضع حدا لها.

العزلة الاجتماعية: إن الاتصالات الخاصة بين الأفراد تزايدت باللجوء إلى الشبكات الاجتماعية كوسيلة للتواصل، غير أن البعض يرى أن العديد من المشاركين في تلك الشبكات و خاصة المراهقين الذين يعتمدون كلية في التواصل مع الآخرين على الشبكات الاجتماعية يعرضون أنفسهم إلى العودة إلى سن

الطفولة حيث تجذبهم أصوات الأجراس و الأضواء مع عزوفهم  
عن التعمق في الفكر و المعيشة الآنية.

### الخاتمة:

إن بروز وسائل الإعلام الحديثة وخاصة الإنترنت وسع حلقة  
الاتصال بين الناس حول العالم وأتاح للناس فرص التعبير عن  
أنفسهم من خلال المدونات ومواقع الويب، الشبكات  
الاجتماعية والوسائل الأخرى التي تمكن المستخدم من توليد ما  
يعبر به عن نفسه، وكان من نتائج ذلك التحول تفشي ظاهرة  
العولمة، التي تتمثل في التوسع خارج حدود الدولة، ويقصر  
المسافات بين الناس في مختلف أرجاء العالم عن طريق  
الاتصالات الالكترونية، حيث عبر عنها البعض بوفاة المسافة،  
حيث إنها تقطع الاتصال بين المكان المحسوس والمكان  
الاجتماعي مما يجعل الموقع الجغرافي مكانا أقل أهمية بالنسبة  
للعلاقة الاجتماعية، ولقد رأت مؤسسات العلاقات العامة في  
انتشار الشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام الحديثة، خاصة  
الاجتماعية، فرصة ذهبية لحملات علاقات عامة تفاعلية  
للترويج لعملائها مع رصد استجابة الجماهير لحملاتها، ولقد  
لقيت حملات العلاقات العامة التفاعلية رواجا كبيرا و نتائج  
غير مسبوقة على الشبكات الاجتماعية الالكترونية.

كما أن ما توفره وسائل الإعلام الحديثة من تفاعل ساعد على نمو دور منظمات المجتمع المدني في ترشيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة فيجب أن يبدأ بعقد ندوات لنقاش إمكانيات الاستفادة المثلي من خدمات الشبكات الاجتماعية، و ما هو بإمكان تلك المنظمات تقديمه لتطويع تلك الشبكات في خدمة و تقوية دورها في نشر المعرفة، إلى جانب تحديد دور كل منها في هذا المجال، و من أمثلة هذه الأدوار: بمقدور منظمات المجتمع المدني استخدام خدمات الشبكات الاجتماعية في أنشطتها في التواصل مع الشرائح الاجتماعية المختلفة، كما يمكن للمنظمات الخيرية الاستفادة من قدرة الشبكات الاجتماعية على تزكية الحراك الاجتماعي في القيام بحملات التبرعات الخاصة بمشاريع إغاثة عاجلة أو حملات الخير المتواصلة، من جهة أخرى يمكن لمنشآت الشباب توظيف خدمات الشبكات الاجتماعية في التنسيق بين أعضائها و تغذية برامجها بمصادر المعرفة الضرورية.

ثم إن انتشار المعرفة يستدعي قيام منظمات المجتمع المدني بإنشاء نوادي الإنترنت والمكتبات المحلية المجهزة بأجهزة الكمبيوتر و خدمات الإنترنت، خاصة في المناطق التي ليس لديها فرص لتلك الخدمات، عقد دورات تدريبية و إرشادية لمستخدمي خدمات الشبكات الاجتماعية، كما يمكن من خلال التعاون مع منظمات المجتمع المدني المهتمة بالمعلومات الرقمية

دعم مشروع لإنشاء شبكة تواصل اجتماعية تتماشى مع تقاليد وأعراف المنطقة.

## المراجع:

- صادق, عباس مصطفى، "الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة"، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد (2)، السنة 2007.
- فرغلي, إبراهيم, (الفييس بوك) العربي.. من الثورة إلى الرقابة الشعبية، ثقافة إلكترونية، الكويت، العربي: العدد "630"، ماي، 2011.
- فهمي, نجوى عبد السلام, التفاعلية في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت - دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، القاهرة، ت 2/ك 1/2001.
- بكر ياسر، الإعلام البديل، القاهرة، مطابع حواس، الطبعة الأولى، 2010.
- خليل، محمود، الصحافة الإلكترونية.. أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 1997.

- السيد بخيت، الصحافة و الإنترنت، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2000.
- الشماع محمد، أيام الحرية في ميدان التحرير، ثمانية عشر يوماً غيرت وجه مصر، القاهرة، شمس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011.
- عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011.
- عبد المقصود هشام عطية، دراسة لخطاب المدونات العربية، التعبيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الإنترنت، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010.
- اللبان، شريف درويش، تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2008).
- محمد عبد الحميد، المدونات، الإعلام البديل، (القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2009).

- مختار، جمال، حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق، (القاهرة، شركة مترو بول للطباعة وأعمال الكارتون، 2008).
- مزري تش، بن، قصة فيس بوك: ثورة وثروة، ترجمة: الهلالي، وائل محمود محمد، (القاهرة، إصدارات سطور الجديدة، الطبعة العربية الأولى، 2011).



# تحديات الإعلام البيئي في الجزائر

آمال قرساس

أستاذة باحثة

كلية علوم الإعلام والاتصال

-الجزائر-



# تحديات الإعلام البيئي في الجزائر

آمال قرساس

أستاذة باحثة

كلية علوم الإعلام والاتصال

-الجزائر-

- الكلمات المفتاحية: إعلام بيئي –المواطنة الإيكولوجية –
- حارس البوابة – القائم بالاتصال –
- الأجندة الإعلامية.

## Le résumé :

Cette article passe en revue les résultats d'une étude intitulé «Les Défis d'un Journalisme Environnementale el Algérie» dont l'objectif était de détecter les déterminants et les facteurs qui peuvent influencer le journaliste algérien et stimuler son intérêt à la question environnementale, surtout que des études ont prouvé le superficiel traitement qu'accorde les différents médias algériens à ce genre de sujet.

Pour cela on a procédé au démantèlement du processus de la communication et de ses éléments : public récepteur, gatekeeper, et le message environnementale, pour ainsi étudier l'influence de chaque élément sur le journaliste porteur de message et arriver enfin à neutraliser les éléments négatifs et mettre en exergue les éléments positifs qui peuvent stimuler son intérêt à l'environnement et entreprendre sa mission d'instaurer une écocitoyenneté.

## المقدمة:

يعرّف الإعلام البيئي كإعلام متخصص يندرج تحت المفهوم الجديد للإعلام<sup>1</sup> والذي يختلف عن التقليدي منه المقتصر على نقل المعلومة أو إبراز القضية أو تغطية الخبر، بل

تطور المفهوم إلى ما يعرف حاليا بالإعلام التنموي والذي يعتبر شريكا أساسيا في تحقيق التنمية من خلال مشاركته في وضع وتنفيذ و تقييم الخطط التنموية وذلك لما تمثله وسائل الإعلام من ثقل وما تستطيع أن تقدمه و تقوم بتنفيذه من مبادرات إعلامية و حوارات شعبية.

لقد عرف الإعلام البيئي كتخصص قائم ومستقل بذاته ،مرحلة متقدمة من الممارسة في الدول الغربية ، إذ تخصص له حصص قارة و صفحات يومية و نقاشات و حملات تحسيسية و إعلامية ضخمة بعد ان كانت البداية محتشمة لكنها جريئة مع مطلع الستينيات و بقيت مستقرة و ثابتة على وتيرة واحدة تشحنها في ذلك جمعيات حماية البيئة التي كانت تصنع الحدث في كل مرة على غرار منظمة السلام الأخضر، حيث كان الإعلام البيئي يركز اهتمامه على قضية ما كقضايا التلوث و النفايات السامة و المشعة و يجرّم معه السلطات المعنية المحلية منها و الدولية في نقاشات عامة تمكنت من ارساء قوانين و تدابير كثيرة في مجال حماية البيئة كما عدّلت كثيرا من سلوكيات المواطنين إزاء البيئة.

ماذا عن الجزائر؟ ألم يحن الوقت لقيام إعلام بيئي متخصص خاصة أن معدلات التلوث ومشاكل تسيير النفايات تعرف أزمة حقيقية ناهيك عن سلوكيات الجزائري والتي يغيب عنها تماما البعد البيئي ومفهوم حماية البيئة رغم أنه من صلب تعاليم العقيدة الإسلامية، هذا الجزائري الذي يتمنى شوارع نظيفة ويثني على سلوك المواطن الغربي في احترامه للبيئة بكل عناصرها من أشجار ومياه ومساحات خضراء، لكنه لا يأتي بالمثل فهو يفتقر للوعي البيئي ويتوقف إدراكه لهذا المعنى في نتائجه التي يراها في سلوك نظيره الغربي دون ان يفكر ويعي أنه هو الفاعل الاساسي في تكريس مبدأ حماية البيئة.

تؤكد الدراسات الإعلامية التي تناولت بالبحث المحتوى الإعلامي الذي يتعرّض للشأن البيئي، سواء على الصعيد العربي أو المحلي في الجزائر، بأن المعالجة الإعلامية لهذا النوع من المواضيع سطحية، مناسباتية<sup>2</sup>، وبعيدة عن الأهداف المرجوة منها خاصة في التأثير على

المتلقين بغرض تغيير سلوكياتهم وإرساء مبادئ ثقافة بيئية لديهم.  
وقد اعتمدنا في دراستنا على نتائج أبحاث ودراسات سابقة منها :

-رسالة ماجستير غير منشورة حول "الإعلام و دوره في تحقيق الامن البيئي"<sup>3</sup> للطالب : عبد العزيز عبد الله أحمد الشايع من جامعة الملك سعود و والتي من أهم نتائجها :تضمين وسائل الإعلام بدرجة ضعيفة لجوانب التوعية البيئية في موادها الإعلامية، إلى جانب أن أكثر معوقات تحقيق الامن البيئي في وسائل الإعلام عدم وجود كوادربشرية إعلامية مؤهلة ومتخصصة في الأمن البيئي.

إلى جانب دراسة أخرى وهي رسالة ماجستير لسنة 2011<sup>4</sup> بعنوان "المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية" حيث كانت جريدة الشروق اليومي هي النموذج وكانت نتائجها كما يلي:  
- انخفاض حجم اهتمام جريدة الشروق بمشكلة البيئة.

- قلة تغطيتها لمشاكل البيئة.

- لم تتعد مساحة مشاكل البيئة 18% من مساحة  
الجريدة.

ومن الدراسات السابقة ايضا التي وجهنا بحثنا  
على ضوء نتائجها، رسالة ماجستير<sup>5</sup>، تناول فيها  
الباحث موضوع الاحتياجات التدريبية للصحفيين  
في البحرين و شملت 161 صحفي وصحفية يعملون  
في الصحف المحلية البحرينية اليومية من  
نتائجها: أنّ أغلب المبحوثين يرون أن نجاح وسائل  
الإعلام في تكوين الوعي البيئي يتوقف على الإعلام  
المتخصص.

في نفس الوقت نجد أن جل التوصيات خلال  
الملتقيات التي تنعقد في الجزائر والتي تناقش  
مواضيع البيئة، قضاياها و آفاقها في الجزائر سواء  
بمبادرة من الوزارة الوصية أو من هيئات دولية  
وحتى توصيات المؤلفين في الأدبيات الإعلامية كلها  
ودون استثناء تركز على دور الإعلام للنهوض  
بمواطنة إيكولوجية و تحسيس الفرد بضرورة  
الحفاظ على البيئة وزيادة وعيه اتجاهها و تبني  
السلوك الإيجابي نحوها، وهو دور ليس بالهين هذا



الملقى على عاتق وسائل الإعلام و على الصحفي الجزائري تحديدا.

هذا الصحفي الذي تختلف معطيات تعاطيه مع الشأن البيئي عن معطيات الصحفي الغربي و الذي يكتب بل و "يرافع" عن البيئة مدفوعا أو مرفوقا أو مؤطرا من طرف الحراك الجمعي القوي المدافع عن البيئة كما هو الشأن في أوربا بعد أن ثبت عنده وجود الاستعداد أو la vocation<sup>6</sup> و توقّره علماء يمكنونه من تبسيط المفاهيم البيئية الصعبة و التي هي علمية بالدرجة الأولى و دقيقة، ممّا يجعل تعامله مع الشأن البيئي سهلا و يمنحه فرصة النجاح في تبسيط رسالته الإعلامية للجمهور و التأثير فيه.

من هنا و في غياب هذه المعطيات محليا، نعتقد أنه من الضروري وأن نسلط الضوء أكثر على هذا "المرسل" الذي تبين أن رسالته البيئية سطحية و مناسباتية، هذا العنصر المهم في العملية الاتصالية، سنحاول في دراستنا هذه، تفكيك علاقته مع الشأن البيئي من خلال الرسالة التي يصيغها وعلاقته بالجمهور المتلقي و المؤسسة

الإعلامية التي يشتغل بها وكذا اتجاهه نحو المواضيع البيئية، في محاولة لاستخلاص محددات قد تحفزه للاهتمام أكثر بالشأن البيئي كمستوى أول وقد يصل إلى التخصص فيه كمستوى ثاني ومنه قيام إعلام بيئي في الجزائر. فنحن هنا في دراسة محددات آفاق قيام إعلام بيئي في الجزائر أو حدود ذلك من خلال تحري الفاعل الرئيسي ألا وهو الصحفي.

لنخلص إلى ضبط الإشكالية التالية:

ماهي استعدادات الصحفي الجزائري للاهتمام أكثر بالشأن البيئي وما هي المحددات التي تحكم علاقته به؟

تعدّ دراستنا هذه، بحثا استطلاعيا يهدف لتحقيق مقارنة بين الجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع والتعرض لعلاقة الصحفي بموضوع حماية البيئة بطريقة تحليلية مبنية على الدقة والموضوعية.

لهذا وقع اختيارنا على المنهج المسح الاجتماعي التحليلي الذي يعتبر أكثر ملائمة وذلك باختيار عينة عشوائية طبقية بطريقة التساوي وعينة أخرى قصدية .

بالنسبة للعنصر البشري في العينة فلقد تم اختيار عينة عشوائية طبقية بطريقة التساوي من المجتمع الأصلي للبحث، بتحديد المؤسسات الإعلامية وفق متغيري ملكية المؤسسة الإعلامية ونوع القطاع الذي تنتمي إليه، وكانت طريقة التساوي في العينة بأن اخترنا 10 صحفيين من كل مؤسسة إعلامية لتكون العينة- تمثل ما يقارب 2% من المجتمع الأصلي- كما يلي:

جريدة المجاهد، جريدة الخبر، جريدة الوطن،

قناة الأرضية العمومية للتلفزيون الجزائري،

القناة الإذاعية الأولى، وكالة الأنباء الجزائرية.

إلى جانب العينة العشوائية، اخترنا عينة قصدية أخرى من ثلاث صحفيين مختصين في الشأن البيئي، يمكن اعتبارهم الإعلاميون المختصون في البيئة في الجزائر حيث تميزوا في تناول المواضيع البيئية بشكل متخصص دون غيره من المواضيع وهم يشكلون كل العدد الموجود في أرض الواقع و ذلك بغرض فهم ما يميز هؤلاء تحديدا والكشف عن محددات تكون قد دفعت أو أسهمت في توجيههم والتخصص في الشأن البيئي. ولقد اخترنا لقلة العدد، أداة المقابلة غير المقننة معهم باعتبار

أنا وجدناها الأنسب في بحثنا هذا فهي تجعل  
المبحوث يسترسل في الكلام لإعطاء مزيد من  
المعلومات و البيانات التي تبرز مواقفه وآراءه<sup>7</sup>.

### الإطار النظري:

اعتمدنا في دراستنا على نظريات تتناول عناصر الرسالة  
الإعلامية البيئية والمحددات التي نحاول كشف تأثيرها  
السلي او الايجابي على الصحفي فيما تعلق بتناوله  
المواضيع البيئية بأكثر جدية و تخصصو بما أن الدراسة  
تناولت القائم بالاتصال تحديدا فقد اعتمدنا مقارنة  
نظرية تشمل كل التراث النظري الذي تناول ما يؤثر على  
القائم بالاتصال من ناحية اجتماعية كميزات يجب ان  
تتوفر في الصحفي المختص في البيئة ، علاقته بالجمهور  
وأخرى مهنية تتعلق بعلاقته مع المؤسسة الإعلامية التي  
يشتغل بها.

فحسب نظرية القائم بالاتصال ل "وارين بريد"  
ثبت أن هذا الأخير، يأخذ بعين الاعتبار النتائج  
الاجتماعية التي تترسب عن نشر المواد  
الإعلامية<sup>8</sup> بالإضافة الى ما جاء في الأدبيات الإعلامية

من مميزات للصحفي البيئي ومواصفات<sup>9</sup> وقفت عليها الابحاث ، منها القدرة على فهم المعلومات التقنية والعلمية شديدة التخصص، وأن يستطيع الكتابة عنها بأسلوب بسيط يلائم جمهور القراء. من ناحية أخرى وكواحد من محددات تعزيز قدرات الصحفي في تناول المواضيع المعقدة ومنها البيئية ،تنظيم الدورات التدريبية للإعلاميين<sup>10</sup> للتعرف على القضايا والمصطلحات البيئية المختلفة مع التدريب على التحليل المتعمق لتلك القضايا و اقتراح الحلول لها، بالإضافة الى تنظيم المشاورات الاعلامية البيئية التي تركز على الحوار كوسيلة للتعلم ونقل المعرفة<sup>11</sup> .

وعلى ضوء ما جاء في الإطار النظري، وفيما يتعلق بالرسالة الإعلامية كان اختيار المصدر عامل آخريين لنا مدى اهتمام الصحفي بموضوع البيئة، حيث يشير الدكتور خليل الصّابات إلى أن العوامل التي تحكم اختيار المصادر<sup>12</sup> تصنف إلى عوامل مادية ،متمثلة في الوقت المتاح للوصول إلى

المصدر لكتابة الخبر أو الموضوع و وسيلة الاتصال به كالتلفون او الفاكس أو الانترنت وعوامل مادية إذ يختار المحرّر المصادر التي تتوافر فيها الخبرة والارتباط بالموضوع بما يحقق التنوع والتكامل في المصادر.

على مستوى الجمهور، فهو محدد مهم لتحديد محتوى الرسالة وقبل هذا البت في جدوى بنائها أم لا، كما هو الحال في دراستنا من حيث علاقة الجمهور بمواضيع البيئة ومدى تأثير ذلك في اختيارات الصحفي، وبالرجوع لما تم التوصل إليه في بحوث الإعلام والإتصال فقد توصل "وارين بريد" من خلال نتائج دراسته إلى أن القائم بالاتصال يأخذ بعين الاعتبار النتائج الاجتماعية التي ترسب على نشر المواد الإعلامية.<sup>13</sup>

فهو حسب الباحث يختار بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجيا وتجذبهم، تدخل في محيط اهتماماتهم اليومية وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير

أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام، كما انها مواضيع لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف - أيضا - صانعي القرار السياسي<sup>14</sup>.

كآخر عنصر في العملية الإعلامية ألا وهو المؤسسة الإعلامية ومدى تأثيرها على استعدادات الصحفي في التوجه وتناول المواضيع البيئية او تجنبها، فقد كانت نظريتي حارس البوابة والاجندة هي الإطار العام للبت في علاقة الصحفي بهذا المؤثر.

يرجع الفضل إلى عالم النفس "كورت لوين" في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية "حارس البوابة" الإعلامية، فدراسات "لوين"<sup>15</sup> تعتبر من أفضل الدراسات المنهجية لمفهوم حارس البوابة<sup>16</sup> هو الشخص المخوّل أو صاحب الامتياز والمتمتع بصلاحيات أو نفوذ تسمح له بالتحكم في الرسالة الإعلامية ويصبح هنا هو صاحب القرار في تمريرها للمتلقى من عدمه وكذلك تعديلها أو حذف بعض مضامينها وحتى حذفها تماما.

كما يعرف "وارين بريد" المراقبة الاجتماعية بأنها مفهوم ينطوي على ذلك التأثير الحادث بين هيئة التحرير والصحيفة<sup>17</sup>.

في حين تبرز نظرية الأجندة الإعلامية أن عملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعودا أو هبوطا لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف - أيضا - صانعي القرار السياسي<sup>18</sup>، فمجرد النشر في حد ذاته يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق غيرها من الموضوعات<sup>19</sup>.

*نتائج الدراسة:*

*1- نتائج المقابلات مع العينة القصديّة  
للصحفيين:*

لا يتعدى عدد الصحفيين الذين اختصوا في مجال البيئة اصابع اليد الواحدة، ولقد حرصنا في دراستنا هذه ان نقابلهم ، لنضبط من خلال



الحديث و استقراء مشوار الصحفي بعض  
المحددات و المؤشرات التي تجمع بينهم وتظهر لنا  
التميز عن غيرهم من الإعلاميين . وهم:

- امحمد رباح في مجال الصحافة المكتوبة.
- حميد بلقسام في الإذاعة على القناة الثالثة.
- فاطمة الزهراء زرواطي في التلفزيون  
الجزائري.

بالنظر لما حوته هذه المقابلات و البت في مسار كل  
صحفي من هؤلاء الإعلاميين الثلاث ، وجدنا أن  
العامل المشترك بينهم هو التخصص الأكاديمي  
العلمي و تحديدا في مجال العلوم الطبيعية،  
هندسة كيميائية، ايكولوجيا و بيولوجيا، وهي  
نتيجة نعتبرها هامة باعتبارها محدد قوي على توجه  
هؤلاء نحو المواضيع البيئية و اهتمامهم بها و التي  
تعد امتدادا لتكوينهم العلمي، ناهيك على ان  
اهتمامهم المحلي سرعان ما ارتبط باهتمام عالمي  
حيث انخرطوا بسعة في جمعيات دولية تنشط في  
حماية البيئة أو مسار إداري دولي، و منه نستخلص  
ان دقة و صعوبة فهم الظاهرة البيئية كان حاجزا  
تجاوزه هؤلاء الإعلاميين الثلاث باعتبار تخصصهم  
الأكاديمي العلمي .

## II- نتائج الاستطلاع الميداني للعيينة العشوائية

للصحفيين:

### 1- اتجاه الصحفي نحو مواضيع البيئة:

تبين من خلال الاستطلاع الميداني أن الصحفي الجزائري ملمّ بمشاكل البيئة في الجزائر وعلى رأسها مشكل التلوث والاحتباس الحراري لكن بالمقابل جاءت البيئة في مراتب متأخرة من ضمن اهتماماته الموضوعاتية مقارنة بقضايا السياسة و المجتمع و الرياضة، كما أن 70,2% من العينة اعتبروا ان التفكير في التخصص الإعلامي في الشأن البيئي غير وارد لديهم باعتبار أن مواضيع البيئة بعيدة عن اهتماماتهم و اهتمامات المجتمع.

### 2- التدريب :

كان الذين زاد اهتمامهم بالشأن البيئي من بين المدربين من المبحوثين ، نسبة 14% في حين كانت نسبة الذين زاد اهتمامهم لحدّ ما هي 8.8%، في حين كانت نسبة 5.3% لمن عبروا ان التدريب لم يزد من اهتمامهم بمواضيع البيئة وهو أمر يؤكد ان التدريب قد يكون عاملا في بعث الصحفي على الاهتمام اكثر بالشأن البيئي ولو أننا سجلنا انه يأتي

بمبادرة خارج المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي مما لا يعكس ان الأمر بإرادة من مسؤوليه.

### 3-المعالجة الإعلامية:

اتضح لنا ان الصحفي الجزائري لا يتناول المواضيع البيئية إلا نادرا بنسبة 61,4% من مجموع العينة،

كما ان معالجته لها تتم باقل تكلفة من الوقت والجهد وبسطحية باعتبار انه اعتمد "الخبر" و"التغطية" بنسبة 49,1% كنوع صحفي للمعالجة الإعلامية وهو ما يعزّز ما سبق التوصل إليه من اتجاهه السلبي نحو مواضيع البيئة وعدم اهتمامه بها، في حين اقتصرت مصادره على المصادر الرسمية من الوزارة والوكالات وهي المصدر المعتمد عليه غالبا من طرف الصحفيين يليها المختص في البيئة والذي يرجح انه كان يأخذ بتصريحاته على هامش الملتقيات غالبا، حين تغطيتها بما أن الحوار كنوع صحفي اتضح انه نادر الاستعمال في حين التغطية الإعلامية احتلت أعلى نسبة.

#### 4- العلاقة مع الجمهور:

- جاءت البيئة في الغالب في سابع ترتيب من ضمن  
تسع اهتمامات للجمهور حسب تقدير الصحفي.  
- جاء اقتراح استطلاع الجمهور لمعرفة رأيه  
بموضوع البيئة كآخر محقّز اعتبره الصحفي قد  
يدفعه للاهتمام أكثر بموضوع البيئة.

#### 5- تأثير المؤسسة الإعلامية:

- يقدّر الصحفي الجزائري أن البيئة في اهتمامات  
رئيس التحرير هي في المراتب الأخيرة ومنه فهو لا يهتم  
بها.

- جاء اهتمام رئيس التحرير بالبيئة في المرتبة الثانية  
كواحد من المحفزات التي اعتبرها الصحفي قد  
تدفعه ليهتم بالبيئة أكثر وذلك بعد محفز اهتمام  
القيادة السياسية.

- جاء اهتمام القيادة السياسية بالبيئة كأول واقوى  
ما يحفز الصحفي على الاهتمام بالمواضيع البيئية  
اكثر، وخاصة في القطاع العام.

على ضوء هذه النتائج وبخصوص سياسة  
المؤسسة الإعلامية كمحدد قد يؤثر على اتجاه  
الصحفي نحو مواضيع البيئة فقد بدا جليا من  
خلال النتائج أن اهتمام رئيس التحرير أو حارس

البوابة بمواضيع البيئة محدد حاسم بدرجة كبيرة في تعديل اتجاه الصحفيين نحو الشأن البيئي، وذلك بالاهتمام اكثر بها وامكانية التخصص في الشأن البيئي وكانت القيادة السياسية هي الحاسم الأقوى خاصة في القطاع العام باعتباره قطاع حكومي خاضع تماما لأولويات القيادة السياسية. ولو ان القطاع الخاص لا يبدو من خلال النتائج انه مستقل في اجندته عن اجندة القطاع العام، بما انها جاءت في الترتيب الاول بتفاوت قليل عن محفز اهتمام رئاسة التحرير.

من ناحية أخرى ويربط هذه النتيجة مع النتائج السابقة للبحث يمكننا تفسير ان التدريب في مجال البيئة الذي شارك فيه بعض الصحفيين من عينة البحث لم يكن بمبادرة من المؤسسة الاعلامية التي ينتمي اليها هؤلاء، انما من جهات خارج المؤسسة لا تعكس إرادة المؤسسة نفسها، والتي تبقى المحدد الاهم للصحفي من حيث توافقه مع سياستها ومنسجم مع أجندتها كما سبق ورأينا سواء بتأثير من رئاسة التحرير أو من القيادة السياسية التي تؤثر على رئيس التحرير.

## الخاتمة:

لقد أثبتت النتائج أن الصحفي الجزائري ذو اتجاه سلمي نحو المواضيع البيئية فهي لا تندرج ضمن اهتماماته وهو ما يفسر ندرة تعامله مع المواضيع البيئية والتي غالباً ما تكون مجرد نقل أخبار أو تغطية لنشاطات رسمية، من ثم يصعب عليه الاضطلاع بمهمة خلق الدوافع وتغيير الاتجاهات لدى الجمهور المتلقي، هذا الجمهور الذي يقدر - حسب تصوره - أنه يملك نفس اتجاهه السلمي نحو مواضيع البيئة كما يقدر أنه نفس الاتجاه السلمي لرئيس التحرير في المؤسسة الإعلامية.

ولما نأتي إلى ناحية التحفيز والتأثير على اتجاه الصحفي نحو مواضيع البيئة، نجد أنه يلغي الجمهور كعامل يمكنه أن يتأثر به، حتى أنه لا يعتبر استطلاع رأي الجمهور في مواضيع البيئة لتبيان اهتماماته نحوها إجراء مهمًا قد يؤثر على اتجاهه لكن في نفس الوقت يعتبر اهتمام رئيس التحرير بها وتبنيه اتجاهًا إيجابيًا نحوها أمر حاسم ومحدد قوي لتغيير اتجاهه الشخصي.

من ناحية أخرى تبين أن دقة الظاهرة البيئية وصعوبة فهمها كان لها تأثير، إذ لم يتخصص في

هذا الشأن إلا من كان ذو تكوين علمي متخصص في حين نفر خريجو العلوم الانسانية – وهي شعبة العينة العشوائية للصحفيين برمتها دون استثناء- من ذلك رغم تلقيهم تكويننا ودورات تدريبية في ذلك.

خلاصة وتبعاً لكل هذه النتائج المتوصل إليها يمكننا الجزم، أنه للعمل على نشأة إعلام بيئي و دفع الصحفيين الجزائريين للاهتمام أكثر بالمواضيع البيئية والتخصص فيها، واطلاعهم بمهامهم في التوعية و خلق المواطنة الايكولوجية، علينا بتوعية القيادات الإعلامية في هذا الشأن فقد أثبت البحث انها العنصر أكثر تأثيراً و تحفيزاً على دفع الصحفي للتخصص في الشأن البيئي و قيام إعلام بيئي مستقل بذاته و أنه لا تأثير للجمهور و لا للتدريب على الصحفي في هذا الاتجاه.

## الهوامش:

- 1- سناء محمد الجبور، *الإعلام البيئي*، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2010، ص.1
- 2- نجيب صعب، *البيئة في وسائل الإعلام العربية*، منشورات البيئة و التنمية، 2009.
- 3- عبد العزيز عبد الله أحمد الشايع، *الإعلام ودوره في تحقيق الامن البيئي*، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الملك سعود، السعودية ، 2003.
- 4- زينة بوسالم، *المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية* ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2011.
- 5- مهند سليمان، *الاحتياجات التدريبية للصحفيين في البحرين*، جامعة البحرين، البحرين، 2009.
- 6-Bob Wyss, *Covering The Environment*, Routledge Edition, 2008, P126.
- 7- أحمد بن مرسل، *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 46.
- 8- منال قدواح، *اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية*، رسالة



ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري ، قسنطينة ،  
2010 ، ص 36.

9- أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 216.

10- جيهان رشتي، *الاسس العلمية لنظرية الإعلام*،  
دارالفكر، 1978، ص 308.

11- اسماعيل ابراهيم، *الصحفي المتخصص*، دار  
الفجر للنشر والتوزيع،، 2001 القاهرة،، ص 235-  
236.

12- تيسير ابو عرجة، *الإعلام العربي: تحديات  
الحاضر والمستقبل*، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،  
الأردن، ص 148.

13- سناء محمد الجبور، مرجع سبق ذكره، ص  
112.

14- خليل صبات، *الصحافة مهنة ورسالة*، دار  
المعارف، 1977، ص 21.

15- جيهان رشتي، مرجع سبق ذكره، ص 308- 310.

16- هبة جمال الدين، *أولويات الإعلام وعملية  
تشكيل الرأي العام*، *المجلة الاجتماعية القومية*،  
المجلد الثلاثون، العدد الثاني والثلاثون، مصر،  
سبتمبر 1993، ص. 10.

- 17- السعيد بومعيزة، اثروسائل الإعلام على التقييم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006، ص.87.
- 18- عماد حسن مكاوي، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع ، مصر، 2009، ص.297.
- 19Warren Breed, *Social Control in The News Room: A functional Analysis*,ed University of North California Press, 1955,P330-332
- 20- هبة جمال الدين، مرجع سبق ذكره، ص.10.
- 21- ابراهيم حمادة بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص.208.

## واقع ثقافة الطفل العربي من خلال البرامج التلفزيونية

نورة بن بوزيد

أستاذة باحثة

كلية علوم الاعلام و الاتصال

جامعة الجزائر-3-



# واقع ثقافة الطفل العربي من خلال البرامج التلفزيونية

نورة بن بوزيد

أستاذة باحثة

كلية علوم الاعلام والاتصال

جامعة الجزائر-3-

*الكلمات المفتاحية : الثقافة - الثقافة الطفلية - التنشئة  
الثقافية- البرامج التلفزيونية والتنشئة  
الثقافية.*

## ***Résumé :***

L'article traite d'un thème important celui de l'enculturation de l'enfant à travers les programmes télévisuel. Les questions que se pose l'opinion publique sur la façon dont la télévision affecte les enfants ont été traditionnellement abordés par la recherche sur les mass media du point de vue des effets. La télévision est considérée de par le paradigme cognitif dominant de ses dernières décennies comme une tâche de traitement de l'information, comme une activité qui consomme du temps, comme expérience comme événement social.

L'enfance est le moment privilégié de l'enculturation de l'individu est alors considéré comme particulièrement malléable et réceptif.

C'est un moment fondateur dans la construction de personnalité dont l'influence s'exercera sur tout le reste de la vie.

Par ailleurs les Mass médias plus utilisées réalisation des objectifs de l'action enculturation, éducation et ceci apparaît dans la forme et programme télévisuel destinés aux enfants.

Il nous a paru que certains programmes vus d'une manière assidue, habituelle ou constante finissent par induire chez l'enfant des changements aux quels nous pouvons attribuer une valeur positive ou négative.

ان اهتمام الباحثين بثقافة الطفل يتزايد عاما بعد عام نتيجة لتزايد الاهتمام بالطفولة اليوم ؛ لكن يغيب ترابط الدراسات فيما بينها نظرا لغياب الوحدة الفكرية التي تجمعهم , كما ان دراسة ثقافة الطفل من الدراسات المعقدة, لانها تواجه مشكلات منهجية و أخرى موضوعية . و لا تزال أدوات في هذا المجال تفتقر الى الكفاءة في القياس الذي يمكن أن يصل بالنتائج الى الدقة و التعميم و الموضوعية نظرا لصعوبة اخضاع الاطفال لشروط منهج التجريب. و من المشكلات الاخرى ان الاطفال يختلفون فيما بينهم وراثيا وبيئيا و ثقافيا ... الخ. وعلى اية حال تعددت وتنوعت التعريفات المتعلقة بثقافة الطفل فمنهم من يعرفها على انها انواع النشاط التي يبتكرها الاطفال مستخدمين مواد بيئتهم و اساليب تراثهم الثقافي للتعبير بحرية عن تجاربهم الشخصية في العالم المحيط به ازاء الاحداث التي تقع لهم, وعن تخيلاتهم و رغباتهم و مشكلاتهم و ما يرونه من حلول لهذه المشاكل<sup>1</sup>. فالألعاب التي يقوم بها و الاغاني التي يؤلفها و الرقصات التي يتذكرونها و القصص التي يتخيلونها و الرسومات التي يتصورونها و المسرحيات التي يبدعونها الى غير ذلك من الأنشطة هي التي تشكل و عيهم و من ثم ثقافتهم, لأنها تتضمن نظرتهم الى الحياة و اسلوبهم في مواجهة الاحداث كما تجسد المعاني التي لها قيمة بالنسبة لمرحلة نموهم .

بينما يرى فريق اخر من الباحثين ان ثقافة الطفل هي تلك القيم السلوكية و الذوقية والخلقية التي تنقلها الصفوة المبدعة من افراد المجتمع في صورة فنية وأدبية الى الاطفال مسترشدين بالمبادئ الدينية والانجازات الفنية والادبية المرتبطة بالمجتمع و بثقافته. ومسترشدين ايضا بالعلم فيما يتعلق بخصائص الاطفال ومراحل نموهم<sup>2</sup>. ان الطفولة مرحلة يتصف بها الاطفال بخصائص وعادات وتقاليد ووجه نشاط وانماط سلوك اخرى متميزة . وللأطفال في كل مجتمع مفردات لغوية وعادات وقيم ومعايير وطرق خاصة في اللعب والتعبير عن انفسهم، وفي اشباع حاجاتهم ولهم تصرفات ومواقف واتجاهات وانفعالات متميزة، اي لهم خصائص ثقافية ينفردون بها هي ثقافة الطفل ترتبط بثقافة المجتمع؛ وهي احدى الثقافات الفرعية فيه ، لكنها لا تشكل تصغير او تبسيط لها، وانما لها كيانها المتميز من حيث اللغة و العادات في العمل و اللعب و العواطف وغيرها. ولا يستطيع الطفل ان يكون شخصا الا نتيجة التأثيرات الثقافية الموجودة في مجتمعه ومحيطه . ويعبر-نعمان الربيعي- عن هذا بقوله - ان شخصية الطفل تتحدد بفضل ما يكتسبه من مجمل عناصر الثقافة . ولكي يكون الفرد شخصا لابد من اكتسابه لغة و افكار و قيما<sup>3</sup> . و لا يتهيأ هذا الا عن طريق التثقيف الذي هو العملية التي تتسرب بواسطتها الى الطفل انماط



الفكر والتصرف والاحساس , حسب زكاء الحر<sup>4</sup> .وعليه فان ثقافة الطفل انعكاسا حقيقيا لثقافة المجتمع حيث تعتبر بمثابة نسق اصغر داخل النسق الاكبر للمجتمع والصلة بينهما كالصلة بين الظواهر الكلية و الظواهر الجزئية في البيئة الثقافية المعينة . وثقافة الطفل هي مجموعة القيم والمعايير والرموز والمفاهيم والاتجاهات الفكرية والانماط السلوكية التي يكتسبها الطفل خلال عملية التنشئة الاجتماعية, ومن خلال الخبرات والممارسات التي يتعرض لها من خلال النظم الاجتماعية التي يتعامل معها بدءا بالأسرة ومرورا بدور الحضانة و العبادة و المدرسة وجماعة الرفاق وانتهاء بوسائل الاعلام المقروءة و المسموعة و المرئية. ويرتبط تأثير مجموع هذه العوامل مجتمعة بطبيعة و خصائص هذه المرحلة العمرية من حياة الفرد. حيث يكون الطفل في مراحل عمره الاولى خاصة دقيق الحس, سريع الاستجابة, شديد التأثير, قليل القدرة على الانتقاء والاختيار. ان الاطفال ليسوا فئة تجانسة فيما بينهم, بل انهم ينتمون الى طبقات واصول وانتماءات مختلفة تؤثر في ثقافتهم وفي اتجاهاتهم الفكرية واساليبهم السلوكية وفقا للممارسات والخبرات التي تهيئها لهم البيئة وتتيحها لهم الانظمة التي يكتسبون ثقافتهم من خلالها. فالبيئة الثقافية لطفل الريف تبث مؤثرات ثقافية تختلف

عن تلك التي تبثها البيئة الثقافية لطفل الحضر. وما ينطبق عن البيئة الريفية والحضرية ينطبق ايضا على المناخ الثقافي للانتماء المهني او الطبقي. وهكذا تتباين الثقافات بين اطفال المجتمع الواحد وفقا لدرجة تباين الفئات و الطبقات جغرافيا ووظيفيا

### -واقع الطفولة في المجتمع العربي

ان مجموع اطفال اليوم يمثلون اكثر من ربع مليار سكان الارض يتركز معظمهم في الدول العالم الثالث. و عدد اطفال العرب مرتفع بالنسبة الى للمجموع العام للسكان العرب حيث تشير الاحصاءات الى ان اكثر من 50 من سكان العالم العربي يقل سنهم عن 18 سنة<sup>5</sup>.

ان هرم السكان في المجتمعات العربية فتي ينبغي تأهيل الاطفال بتنمية اذواقهم الفكرية والثقافية

والعقلية والنفسية. تنتج المجتمعات العربية ثقافة الاطفال عن طريق مؤسسات و قنوات كالأسرة والمدرسة - وهنا يمكننا ان نتساءل : هل ان الاسرة والمدرسة يفسحان المجال واسعا لتثقيف الطفل ؟ وهل تحتضنان الطفل تربية وتكويننا تدفعانه بخطوات حثيثة الى الامام ؟ . ينبغي القول ان هاتين المؤسستين تعملان في نوع من العزلة متجاهلة بعضها البعض و كأن كل جهاز او هيكل يخاطب الاطفال من منطلق مخالف للآخر . فالاسرة تعطي حسب ما تستطيع و قدر

امكاناتها، والمدرسة فضاء فسيح مغلق على برامجه وكتابه المدرسي وبيداغوجية التلقين.

و في تراثنا العربي الاسلامي يعتبر الطفل في منزلة هامة , حيث كتب الكثير من الفلاسفة و التربويون عن تربية الطفل التي تقوم على نموذج القدرة الحسنة و التربية المستمرة. والتعليم في التراث الاسلامي ليس مقتصرًا على شكله النظامي الذي يقوم فيه الكبير بتوجيه الصغير في اطار رسمي اعد مسبقا اوعلى المادة المقروءة و انما تدعمها وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون.

و في دراسة حول وسائل الاعلام في اربعة بلدان عربية:السعودية, لبنان, مصر , الجزائر<sup>6</sup> وجد الباحث ان مضمون هذه الوسائل يساهم بصورة عامة في جعل المواطن العربي غريبا عن مجتمعه , ذلك أن معظم البرامج مستوردة من دول غربية لا تمت المشاهد العربي بصلة من حيث الواقع الاجتماعي و الثقافي بكل ثوابته و متغيرات .

#### -اهمية ثقافة الطفل :

لن تنحصر هذه المسألة في عملية التثقيف بالمعنى الفكري الضيق اي ترقية الفكر من خلال التزويد بالمعارف بل يتسع ليشمل عملية التنشئة الاجتماعية من خلال مفهوم الثقافة بالمعنى الواسع.

تنبع اهمية ثقافة الطفل من وظيفتها الاساسية في تحويل المولود الجديد من كائن بيولوجي الى كائن اجتماعي حتى الممات .

الا ان الثقافة بما انها تنشئة اجتماعية تحتل مكانة هامة خلال سنوات الطفولة وصولا الى سن الرشد .

و من خلال هذه السنوات الحاسمة تتم عملية الانتماء الاجتماعي , كما تتشكل الهوية الذاتية التي يلعب المحيط الاجتماعي بمختلف مثيراته و وسائله الدور الحاسم فيها. ولا تقتصر الثقافة على تكوين الهوية, بل تتعداه الى تكوين الشخصية بمجملها و تحديد السلوك و توجهاته من خلال توجيه عمليات النمو في مختلف ابعادها العاطفية و المعرفية و الاجتماعية و السلوكية. وهكذا فثقافة الطفل ليست مجرد ارتقاء فكري و تهذيب للحواس, بل هي اعداد للمستقبل و صناعة له من خلال اعداد اجيال الغد7. و لذلك لا نبالغ حيث نقول بان مدى تقدم المجتمع يرتبط بمدى اهمية النظرة الى الطفولة و التعامل معها و اعدادها و من هنا ينبغي تحديد اهداف التنشئة . و يصدق ذلك على مسألة تعزيز الهوية الوطنية و صناعة المستقبل في عصر تصعيد حدة التفاعل الثقافي -الثقاف-وانفتاح الحدود و استحالة التوقع. يكمن هذا الالاح في قابلية الطفولة للتغيير الثقافي و التأثير بالتيارات الجديدة و التجاوب السريع معها, وصولا الى

تبنها - فالطفولة لا يمكن ان تبقى في فراغ او تعثر او تضارب ثقافي, اذ ان ذلك يفتح السبيل امام تسرب البدائل التي يقدمها الغزو الثقافي.

-الابحاث والدراسات العلمية حول ثقافة الطفل العربي عالجت الدراسات النقدية والميدانية الوسائط المرئية والمسموعة اضافة الى واقع قصص الاطفال وتوصلت الى مجموعة من النتائج هي :

-الدراسات عن ادب الاطفال نادرة جدا بالعربية , كما ان ما يتوفر منها يفتقر الى الدقة والمنهجية في علاج الموضوع .  
-الميدان خاليا من البحث يعنى بوضع معايير تصلح للحكم على محتوى الاعمال الادبية الموجهة للطفل بشكل عام.  
-اخفاق الكثير من الكتاب للوصول الى قلب الطفل, فبعض المؤلفين يكتبون للاطفال بعقلياتهم و مفاهيمهم الخاصة.  
-هناك جهلا كاملا بخصائص و احتياجات الطفل العربي.  
-غياب دراسات متكاملة مبنية على اسس علمية عن الطفل العربي .

- تبعث المجال الثقافي و تغيب عنه المعايير و الرقابة والتوجيه.  
-معظم الصور هي للترتين و ملئ الفراغ اكثر مما هي تصوير للنص المكتوب.

-اغفال المناخ العربي الاسلامي في الكتاب.

-الاغتراب الثقافي من خلال نقل المناخ الاجتماعي و الحياتي الغربي .

-اكثر البرامج التلفزيونية في كثير الدول العربية تتحول الى دعاية لنظامها الخاص.

-غزو البرامج قيم سلبية, البؤس, الخطيئة, الطغيان, الحرام.....

-افتقار البرامج المحلية الى التقنية و الجاذبية و التشويق.  
-تكرار الموقف التعليمي التقليدي بما فيه من وعظ وتلقين.  
-انعدام المبادرة .

-استراد البرامج الجاهزة بدون وعي او دراية بالمفهوم القائم ورائها و الاهداف المحركة لها في مجتمعاتها الاصلية.

### علاقة الطفل بالبرامج التلفزيونية :

ان الشيء الذي اتفق حوله الكثير من الباحثين هو اقبال الاطفال على مشاهدة برامج التلفزيون, الا ان مدى هذا الاقبال تحدده بعض المتغيرات كالجنس والسن والوسط العائلي و المستوى الثقافي وغير ذلك. واذنا كنا في هذه النقطة لا نريد تحديد مدى هذا الاقبال فالسؤال المطروح : لماذا يشاهد الأطفال التلفزيون؟ .

يقول موقف الحمداي : <ان مشاهدة التلفزيون ذات اسباب متعددة اولها و اهمها وجوده و قربه و كونه في متناول اليد ولا يحتاج الى جهد يذكر في التعرض اليه ><sup>8</sup>. حيث لا يتردد

الطفل في تشغيل او تسكين او تغيير قنوات التلفزيون ابتداء من سن الثانية. ويبقى التلفزيون على غرار الوسائل الاعلامية الاخرى الوسيلة الاكثر نجاحا في استقطاب الاطفال<sup>9</sup>

ولعل الجزء الكبير من هذا النجاح يعود الى وجود برامج نوعية للأطفال. وترى هيموليت ان اهم اسباب مشاهدة الطفل للتلفزيون هي التعرف على العالم الذي يحيط بهم<sup>10</sup>. لأنه يقدم للأطفال شعورا بالأمان من خلال الافكار المألوفة في الكثير من برامجهم. ويقسم شرام واخرون اسباب المشاهدة الى الجانبين : جانب انفعالي يتفوق فيه مع هيموليت و جانب معرفي, كالتعرف على ما يجري في العالم من احداث<sup>11</sup>.

ان البرنامج الذي يثير اهتمام الاطفال يضرب وترا حساسا فيهم . فهذا البرنامج اما ان يسد حاجة من حاجات الطفل النفسية, او يقدم له شيئا من المعلومات او مخرجا من التوتر الذي هو فيه<sup>12</sup>

وثمة نظرية ترى بان محتوى البرامج التلفزيونية اتصالا ضعيفا بالمشاهدة. و هي بذلك تختلف اختلافا اساسا عن تلك النظرية التي تذهب الى ان الجمهور يختار ما يجب ان يشاهد بغية الارضاء او الفائدة . وليس بسبب الشكل ذاته. ينبغي فحص هذه العوامل كلا على حدى من اجل التفريق بين عوامل الشكل و المضمون في عملية المشاهدة.

-في مسالة مميزات الشكل :

يقول مارشال ماكلوهان : <سوف نصبح قرية عالمية واحدة وسوف يصبح هذا العالم الذي نعيش فيه, عالم التزام كامل يكون فيه كل انسان موضع عناية الاخرين وذلك بفضل وسائل الاتصال الجماهيري الحديث وفي مقدمتها التلفزيون<sup>13</sup>>.

و يضيف عكا زكريا بان التلفزيون هو الصورة المتحركة لها الوانها . و التلفزيون في هذه الحالة يرتبط اساسا بالترفيه والتحويل قبل ان يرتبط بالإعلام والتعليم, كما يرتبط بعامل المشاهدة الدرامية او اللعبة من خلال المشهد الدرامي والالوان و الصورة بعملية التنويم . فالفرد عندما يشاهد التلفزة يستعمل عينيه وتكون العينان متجهتان بصفة متكررة نحو الشاشة, وأي تحول عنها يجعل الفرد يفقد عملية المتابعة و الفهم. فهذه العملية تمثل تكيف التلفزة مع التصور الإنساني أي سيطرة حاسة النظر على الحواس الأخرى<sup>14</sup> .

و في منطق السوق يعمل التلفزيون على تليين وقت المشاهدة اعتمادا على الإغراء الذي يجلب الجمهور , و بالتالي الموارد الممولة . و من هنا فان دراسة المحتوى تأتي بعد استكمال الجوانب الشكلية المهمة . و إن جوانب الصوت و الصورة والألوان و الإغراء جد معتبرة و لها تأثيرها على الطفل . ولكن



هناك نوع من الارتباط بين الشكل و المضمون . إلا أن هناك نوع من النظريات التي تذهب إلى أن الذي يحدد أجهزة الإعلام هو محتواها . بحيث يعتبر الاتصال أداة للوصول إلى أهداف مرغوبة (نظرية تولمان)<sup>15</sup> .

و تأتي إلى جانب هذه النظرية , نظرية (ستفلسون) التي تقوم على اللعب إذا أن الاتصال ما هو إلا وسيلة للمتعة<sup>16</sup> . و في الإطار الشامل لهذه النظريات جاء المحتوى كأسلوب لتلبية حاجات البحث. ويبرر أصحاب هذه النظريات قولهم بان مميزات الرسالة ليست ثابتة بل تتبدل و تعدل. وفي العديد من الأحيان يكونها الجمهور. و من هنا نشأت فكرة استخدام التلفزيون للإرضاء

إن كثير من الحاجات التي تدفع الأطفال إلى مشاهدة برامج التلفزيون تتلخص في الفكاهة و الضحك و تغيير المزاج على النحو الايجابي الشخصيات و الإثارة إضاعة للوقت, الإعلانات, العلم و المعرفة. يحتاج الأطفال إلى الضحك بعد يوم قضوه في المدرسة و ينطبق هذا على مختلف الأعمار و على الجنسين.

توجهات ثقافة الطفل و علاقتها بالبرامج التلفزيونية  
يحي الأطفال العرب في جو ثقافي فيه الكثير من التعقيد, حيث تتصارع القوى و تتنافس المصالح. و يتلقى الأطفال الثقافة في

عملية الاتصال التي تتخطى الحدود وتتجاوز المسافات إلى أن تصل إلى كل المساحات في العالم. وكان مارشال ماكلوهان قد قرر أن العالم سيصبح قرية صغيرة بفضل الاتصال . لكن ماكلوهان لم ينتبه إلى أولئك الذين سيحكمون القرية الصغيرة ويتسلطون عليها . و يتضح اليوم أن القوة تفرض إرادتها على حركة الاتصال في العالم, ولاسيما منها ثقافة الأطفال. حيث أن عناصر جديدة قد اقتحمت جو ثقافة الأطفال العرب بعد أن كان هذا الجو مقتصرًا على الاتصال المواجهي من خلال التشكيلات الاجتماعية. وقد أدى ذلك إلى ظهور مصادر للاتصال بالأطفال مما أدى إلى تشكيل حركة تنفرد بعدة ظواهر<sup>17</sup> , كضالة الإنتاج العربي, شيوع أنماط التفكير التسلطي في الثقافة, انشغال حركة الاتصال الثقافي للأطفال بما هو تقليدي أكثر مما هو تحديتي, وجود أساليب تفتقر إلى السلامة مثل التفكير الخرافي , وجود النزعة اللفظية المتمثلة في تسلط الكلمات على التفكير يوازيه خلو اللغة من الأفكار في بعض مجالات التعبير, لجوء وسائل الاتصال الثقافي كالتلفزيون إلى أساليب التحفيز اللفظي واستخدام الأساليب التقريرية تتعلق بالتجسيد الفني للمضمون الثقافي حيث يتطلب الاتصال الثقافي تعاملًا مع المعلومات والأفكار بما يؤول إلى بنية لغوية -رسائل اتصالية- تتميز بالجمال والقوة .

لقد أصبحت مشكلة تأثير التلفزيون على الأطفال مدار نقاش في العالم. وبدون شك إن التأثير لا يقتصر على برامج التلفزيون وحده و إنما هناك عوامل نفسية و اجتماعية أخرى تساعد على تأكيد هذه الآثار. إن اغلب البحوث والدراسات حول قياس اثر التلفزيون على الطفل في المنطقة العربية او الغربية انصبت حول معرفة تأثير التلفزيون على الأطفال في مختلف الطبقات الاجتماعية والثقافية, ولأطفال الجانحين, في حين جاءت الدراسات التي تطرقت الى الأطفال الصغار قليلة .

لقد اهتم المركز العربي لبحوث المستمعين و المشاهدين منذ نشوئه بالطفولة حيث وضع خطة عام 1979<sup>18</sup>. تتضمن دراسة العلاقة بين التلفزيون و الطفل العربي والإجابة على التساؤلات المطروحة حول طبيعة دور التلفزيون في تنمية طبيعة و حواس و عقول الأطفال و صقل شخصيتهم وإتباع حاجاتهم النفسية و الاجتماعية ولقد انطلقت هذه الدراسات من الاعتبارات التالية 19

أ-ان الأطفال ثروة بشرية هائلة في الوطن العربي ينبغي إعدادها و رعايتها باختلاف الاحتياجات و الفئات العمرية, والوقوف على تحليل مضمون ما يقدم للطفل العربي في المجال الثقافي و التربوي و الترفيهي .

ب-ان مضامين برامج التلفزيون العربي تعاني مشكلة المضمون والشكل ومشكلة التوجيه والتنسيق وأزمة التحليل المتمثلة في كيفيان تصورهما وفهمها وعلاجها لا تتعدى اقتراح النظريات والتوصيات. وللوقوف عند طبيعة هذه المشكلة ينبغي تحديد عناصرها .

وفي نفس السياق لا تهتم برامج الأطفال التلفزيونية بتنمية قدرة الطفل على مواكبة الأحداث وتعميق الوعي المجتمعي، حيث تركز معظمها على أفلام الكرتون، وإن برامج الأطفال العلمية تكاد تكون منعدمة، وإن وجدت فهي مترجمة ومعقدة ومستعارة من برامج الكبار. كما تغيب مشاركة الأطفال في البرامج التلفزيونية في معظم الأحيان، مما يقلل فرص الاستفادة من قيمة المشاركة كتعميق الإحساس بالمسؤولية وتنمية الاتجاهات الايجابية. نشير أيضا إلى عدم وجود تخطيط لبرامج الأطفال التلفزيونية مستهدفة بعيدة المدى لتنمية ثقافة الطفل خاصة فيما بين الدول العربية وغياب الأفلام و المسلسلات العربية الخاصة بالأطفال والتي تثرى الشاشة الصغيرة وتبرز من خلالها الشخصيات التراثية و الوطنية وتسهم في تحقيق الشخصية الثقافية. إضافة إلى محدودية تبادل برامج الأطفال بين الأقطاب العربية و يعود ذلك إلى الأسباب التالية :

-الدلالات المحلية للبرامج.

-شيوخ البرامج الخاصة بالمناسبات ذات الصيغة المحلية.

-استخدام اللهجات المحلية والأشخاص والمضامين والتي قد لا يكون متوافقة مع الأقطار الأخرى.  
-غياب الثقة او الحكاية المحورية.  
-اختلاف المستويات الفنية بين محطات التلفزيون المختلفة.  
-التوجهات السياسية لبعض البرامج.  
وعلى العموم فان التلفزيون يحتل الصدارة من بين الوسائل الثقافية لمختلف الأعمار وهي الوسيلة الأولى بدون منازع من حيث عمومية انتشارها وكثافتها لما تتميز به من خصائص في مقدمتها القدرة على تجسيد المضمون الثقافي واعتماد التلفزيون على حاسي السمع والبصر يؤدي إلى سرعة استيعاب الرسالة الإعلامية و تثبيت مضمونها.وتضاف كثافة التأثير إلى عمقه في العالم العربي نظرا لعدد الساعات المتزايد الذي يقضيه الأطفال أمام شاشة التلفزيون. إنها البديل عن مشاركة الطفل في العالم الثقافي الرحب وهي أيضا البديل عن أي نشاط داخل المنزل قد يزعج أهل فيتخلصون منه بتسكين حيوية الطفل من خلال تجليسه أمام الشاشة الصغيرة لساعات طويلة لا تنتهي إلا بالأكل والنوم.

### الهوامش:

- 1- سمية فهعي, علم النفس وثقافة الطفل, مكتبة الانجلو مصرية الطبعة الاولى, القاهرة, 1979 ص 63
- 2- عفاف عويس, ثقافة الطفل بين الواقع و الطموحات , مكتبة الزهراء الطبعة 2 القاهرة 1992 ص 20

- 3- الهادي نعمان الهيتي, ثقافة الأطفال المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب الكويت 1988 ص 31
- 4- الطفل العربي و ثقافة المجتمع, دار الحدائة للطباعة والنشر, بيروت 1984 ص 22
- 5- زكاء الحر, الطفل العربي و ثقافة المجتمع, دار الحدائة للنشر و الطباعة و التوزيع 1984 ص 20
- 6- نفس المرجع ص 159
- 7- موقف الحمداني, مرجع سبق ذكره ص 69
- 8- موقف الحمداني, مرجع سبق ذكره ص 69
- 9- Jean Moel Kapferer, l'enfant et la publicité, collection Dumo , Paris, 1985, p24
- 10- J brid p24
- 11- هيلدت هيملويت و اخرون, التلفزيون و الطفل , مؤسسة سجل العرب, القاهرة 1967 ص 67.
- 12- موقف الحمداني مرجع سبق ذكره ص 79.
- 13- مارشال ماكلوهان ترجمة خ- صايات وجماعة, كيف نفهم وسائل الاتصال , دار النهضة العربية القاهرة 1985 ص1.
- 14- ندوة حول التلفزيون الطفل و المجتمع ,جريدة الشعب, العدد 1964 ص6.
- 15- زكي الجابر التلفزيون, و اقبال المشاهدين مسائل وحلول, مجلة البحوث, العدد 13 , 1984 ص 93
- 16- نفس المرجع ص 94
- 17- هادي نعمان الهيتي , الاعلام و الطفل الطبعة الاولى, دار اسامة للنشر و التوزيع الاردن 2008 ص 65
- 18- نواف عدوان, الاطفال و التلفزيون, مجلة البحوث, العدد 2 ص 20 1979
- 19- نفس المرجع ص 22

طبع بالمؤسسة الوطنية للفنون المطبعية

وحدة الرغاية - الجزائر -

2015

Achevé d'imprimer sur les presses

ENAG, Réghaïa

-Algérie-

Bp 75 Z.I. Réghaïa Tél: (023) 96 56 10 /11

- Ringuedé. S (2011). – SAS -. Edition Pearson. France.
- Rocchi J.M, Bertonèche M, Bouzou N, Gresse C. – MBA Finance -. Edition Eyrolles. France
- Zoonekynd V., Cours sur les méthodes factorielles, autour de l'analyse en composantes principales. 2004

2- Webographie :

- <http://www.cran.r-project.org>
- Introduction to Applied Multivariate Analysis with R: <http://www.cran.r-project.org>



- Bernard LAMIZET & Ahmed SILEM, Dictionnaire Encyclopédique des sciences de l'information et de la communication, Editions ELLIPSES, Paris, France, 2009.
- Françoise Bernard et Robert-Vincent Joule, Le pluralisme méthodologique en sciences de l'information et de la communication à l'épreuve de la communication engageante, paru dans « Questions de Communication », N° 07, Edition 2005.
- Grégoire .G, Jollois .F.X, Petiot .J.F, Qannari .A, Sabourin .S, Swertwaegher .P, Turlot .J.C, Vandewalle .V, Viguier-Pla .S. (2012). - Les logiciels et l'enseignement de la statistique dans les départements statistique et informatique décisionnelle -. Société Française de Statistique. France
- Gujarati D.N., - Econométrie. Edition de boeck. 2004. Bruxelles, Belgique
- Ibrahima Lo, Méthodologie de la recherche en sciences sociales, support de cours édité par l'Agence universitaire de la Francophonie (AUF), 2014
- Lafay. P, Drouilhet. R-M, Liquet. B (2011). – Le logiciel R -. Edition Springer. France.
- Malhorta. N, Décaudin. J-M, Bouguerra. A (2007). – Etudes marketing avec SPSS -. Edition Pearson. France
- Monier. C, Le Guen. F (2013). – Maîtrisez Excel 2013 -. Edition Pearson. France
- McNeil, D. R. (1977) *Interactive Data Analysis*. New York: Wiley.
- Planchet F., Théron P., Kamega A., - Scénarios économiques en assurance, modélisation et simulation. Edition Economica. Paris, France. 2009

- <sup>(9)</sup> Ringuedé.S (2011). – SAS -. Edition Pearson. France. p. 4.
- <sup>(10)</sup> Lafay. P, Drouilhet. R-M, Liquet. B (2011). – **Le logiciel R** -. Edition Springer. France. p. 2.
- <sup>(11)</sup> <http://www.cran.r-project.org/>
- <sup>(12)</sup> Adler J., - R, l'essentiel. Edition Pearson. France. 2011. p. 8.
- <sup>(13)</sup> Rocchi J.M, Bertonèche M, Bouzou N, Gresse C. – MBA Finance -. Edition Eyrolles. France. p. 267.
- <sup>(14)</sup> Elaboré par nous-même.
- <sup>(15)</sup> Elaboré par nous-même.
- <sup>(16)</sup> Elaboré par nous-même.
- <sup>(17)</sup> Gujarati D.N., - **Econométrie. Edition de boeck.** 2004. Bruxelles, Belgique. p. 870.
- <sup>(18)</sup> Elaboré par nous-même.
- <sup>(19)</sup> Introduction to AppliedMultivariateAnalysiswith R: <http://www.cran.r-project.org/>.
- <sup>(20)</sup> Elaboré par nous-même.
- <sup>(21)</sup> Zoonekynd V., - **Cours sur les méthodes factorielles,** autour de l'analyse en composantes principales. 2004. p. 1.
- <sup>(22)</sup> Elaboré par nous-même.
- <sup>(23)</sup> Elaboré par nous-même.
- <sup>(24)</sup> Elaboré par nous-même.
- <sup>(25)</sup> Elaboré par nous-même.

### **Liste Bibliographique :**

#### *1- Ouvrages :*

- Adler J., - R, l'essentiel. Edition Pearson. France. 2011.

## Références :

<sup>(1)</sup>Françoise Bernard et Robert-Vincent Joule, **Le pluralisme méthodologique en sciences de l'information et de la communication à l'épreuve de la communication engageante**, paru dans « Questions de Communication », N° 07, Edition 2005, p.185.

<sup>(2)</sup>Ibrahima Lo, **Méthodologie de la recherche en sciences sociales**, support de cours édité par l'Agence universitaire de la Francophonie (AUF), 2014, p.8

<sup>(3)</sup>Bernard LAMIZET & Ahmed SILEM, **Dictionnaire Encyclopédique des sciences de l'information et de la communication**, Editions ELLIPSES, Paris, France, 2009, p.209.

<sup>(4)</sup>Ibrahima Lo, **Méthodologie de la recherche en sciences sociales**, Op.cit, p.27.

<sup>(5)</sup>Ibrahima Lo, Ibid, pp.33-34.

<sup>(6)</sup>Grégoire .G, Jollois .F.X, Petiot .J.F, Qannari .A, Sabourin .S, Swertwaegher .P, Turlot .J.C, Vandewalle .V, Viguier-Pla .S. (2012). - **Les logiciels et l'enseignement de la statistique dans les départements statistique et informatique décisionnelle** -. Société Française de Statistique. France. p. 3.

<sup>(7)</sup> Monier. C, Le Guen. F (2013). – Maîtrisez Excel 2013 -. Edition Pearson. France. p. 7.

<sup>(8)</sup>Malhorta. N, Décaudin. J-M, Bouguerra. A (2007). – **Etudes marketing avec SPSS** -. Edition Pearson. France. p. 6.

« R » est devenu ces cinq dernières années un standard incontournable dans le « petit monde des grands logiciels d'analyse statistiques » : Sas®, Spss® et Statistica® proposent aujourd'hui des interfaces pour intégrer des calculs et des graphiques en « R » dans leurs logiciels. Il est même possible d'utiliser R dans Microsoft Excel®. « R » est riche en termes de statistique, mathématique et informatique. On y trouve un langage, des données, des exemples. Car « R » a été conçu pour être pédagogique et facile à apprendre : lorsqu'une fonction implémente un calcul particulier, elle doit avoir un fichier d'aide, des données et des exemples à consulter sans avoir à taper autre chose que les mots *help* ou *example*.

« R » propose des centaines (voire des milliers) d'implémentations d'algorithmes statistiques ou d'analyse des données. Aucun logiciel commercial ne peut rivaliser avec les fonctionnalités disponibles *via* les sites CRAN (*Comprehensive R Archive Network*) qui hébergent tous ces programmes. Il existe des centaines de milliers d'utilisateurs de R de par le monde. En adoptant « R », l'utilisateur peut être sûr qu'il utilise le même logiciel que ces collègues. Les performances de « R » sont comparables, voire meilleures, que la plupart des logiciels d'analyse commerciaux, « R » demande le chargement des données en mémoire avant de les traiter : si l'ordinateur contient assez de mémoire, R s'exécutera donc très rapidement. La mémoire étant une ressource peu onéreuse, acheter 32 Go de mémoire coûtera moins cher qu'une licence monoposte pour un logiciel commercial équivalent.

## **Conclusion :**

Le but de cet article est de mettre en évidence l'apport des outils d'analyse statistique dans le traitement des données propres au domaine de l'information et de la communication, en utilisant un logiciel qui soit à la fois pluridisciplinaire, gratuit et facile à assimiler, et dont la finalité pour le chercheur est la valorisation de son travail d'investigation. Pour arriver à notre objectif, nous avons commencé par mettre en évidence la démarche de sélection de l'échantillonnage, puis le type d'enquête, dont le choix s'est porté sur le questionnaire, par la suite, nous avons fait un baillage des logiciels statistiques les plus utilisés, enfin, nous avons mis en évidence la pertinence de l'utilisation du logiciel « R » comme outil d'analyse statistique sur des données financières en premier lieu, et sur des données relatives à la criminologie en second.

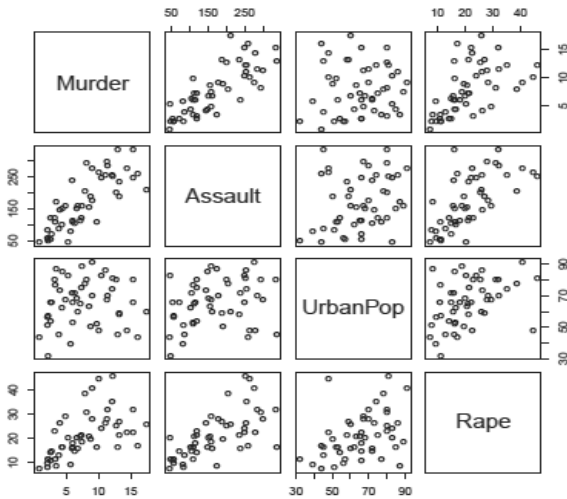
De par la qualité et l'exhaustivité des résultats obtenus, il nous semble évident que le recours au logiciel « R » offre plusieurs avantages. Le logiciel « R » est multi-plates-formes fonctionnant sous Linux, Windows et Macintosh. Il possède un langage de programmation simple, efficace, interprété et non compilé. « R » est un logiciel dans lequel de nombreuses techniques statistiques modernes et classiques ont été implémentées. Il est particulièrement performant pour la manipulation de données, le calcul et l'affichage de graphiques vu les techniques statistiques modernes et classiques implémentées dedans de façon qu'il devient pendant les dernières années l'un des logiciels les plus populaire dans la fouille de données (en anglais *Data Mining*), qui est une discipline en plein essors.

	<b>USArrests. Murder</b>	<b>USArrests. Rape</b>	<b>USArrests. Assault</b>	<b>USArrests.U rbanPop</b>
<b>USArrests. Murder</b>	1.00000000	0.5635788	0.8018733	0.06957262
<b>USArrests. Rape</b>	0.56357883	1.0000000	0.6652412	0.41134124
<b>USArrests. Assault</b>	0.80187331	0.6652412	1.0000000	0.25887170
<b>USArrests. UrbanPop</b>	0.06957262	0.4113412	0.2588717	1.00000000

**Tableau N°5** : Matrice de corrélation des crimes perpétrés dans 50 Etats Américains durant l'année 1973<sup>(25)</sup>.

Le calcul des corrélations entre les variables nous confirmera l'évolution des nuages de points du graphique ci-dessus :La corrélation entre le meurtre (Murder) et le viol (Rape) est positive, ce qui dénote d'une relation réciproque, la corrélation entre le meurtre et l'agression (Assault) est positive et proche de l'unité, ce qui peut être interpréter par le fait qu'un meurtre est souvent précédé par une agression, enfin, la corrélation entre le meurtre et la densité urbaine (UrbanPop) est nulle.

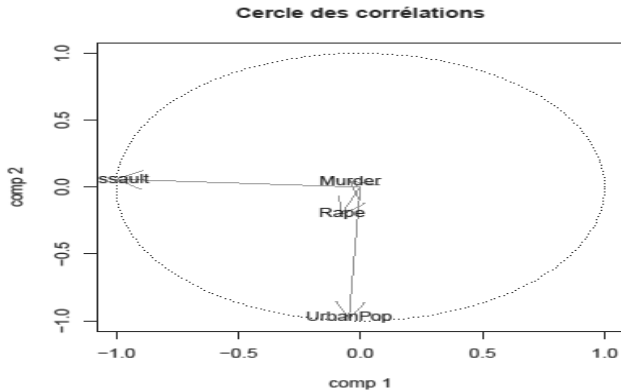
La corrélation entre le viol et l'agression est positif, ce qui nous semble tout à fait normal, la corrélation entre le viol et la densité urbaine est aussi positive, ce qui dénote d'une relation bilatérale entre ses deux variables, enfin la corrélation entre l'agression et la densité urbaine est positive mais reste faible, et donc la relation n'est pas déterminée.



**Graphique N°6 :** Relations entre les crimes perpétrés dans 50 Etats Américains durant l'année 1973.

Ce graphique illustre les corrélations entre les différents crimes perpétrés, si le nuage de point est dispersé, la corrélation est difficilement établi, si le nuage de point suit une tendance, alors la corrélation peut être positive ou négative selon la trajectoire du nuage de point

```
library(help=MVA)
data(USArrests)
p <- princomp(USArrests)
Tableau_Crimes_USA<-
data.frame(USArrests$Murder,USArrests$Rape,USArrests$Assault,USArrests$UrbanPop)
Corr_Crimes_USA<- cor(Tableau_Crimes_USA)
Corr_Crimes_USA
```



**Graphique N°5 : Projection des variables<sup>(24)</sup>.**

Le graphique ci-dessus représente le cercle de corrélation des variables qui nous permet de déterminer les variables les plus significatives sur la base de leurs projections dans le cercle de corrélation. En se basant sur les principes suivants : Les variables les plus proches de l'unité (la limite du cercle) sont les variables les plus significatives, dans notre cas, sont les variables « UrbanPop » dans l'axe 2, et « Assault » dans l'axe 1. Par contre, les variables « Murder » et « Rape » sont très proches du centre de gravité, donc ne donne pas des informations utiles pour notre analyse.

Enfin, nous pouvons représenter les relations entre les crimes par un tableau de nuage de points, en utilisant la commande « pairs » :

```
pairs(USArrests)
```



Le graphique ci-dessus, va nous permettre d'abord de choisir le nombre des axes retenus dans notre analyse, ainsi que le pourcentage d'inertie représenté dans ces axes (la qualité d'information expliqué par ses derniers) à partir de ce graphique, on remarque que le premier axe explique une partie très importante de l'information, et on retient le deuxième axe comme un axe complémentaire.

Dans la figure suivante, les anciens vecteurs de base ont été représentés en rouge. On les représente parfois sur un dessin isolé, dans un cercle, le cercle des corrélations

```
a <- seq(0,2*pi, length=100)

plot( cos(a), sin(a), type='l', lty = 3, xlab = 'comp 1',
      ylab = 'comp 2', main = "Cercle des corrélations" )

v <- t(p$loadings)[1:2,]

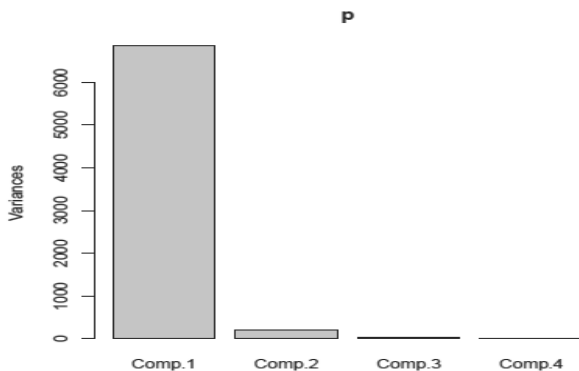
arrows(0,0, v[1,], v[2,], col='red')

text(v[1,], v[2,], colnames(v))
```

Ce sur graphique ci-dessus, sont projetées les Etats avec les quatre variables d'étude, ce dernier va nous permettre de faire une classification avec une typologie de chaque classe, en les regroupant selon leurs coordonnées et aussi la distance entre les individus (Etats). A titre d'exemple, les Etats « Maryland », « Louisiana », « New Mexico », « Delaware » et « Michigan » constituent un premier groupe homogène caractérisés par la prédominance de la variable « Assault », en d'autres termes, ses Etats enregistrent un chiffre important des cas d'agression.

Voici les valeurs propres. On constate qu'il y a une chute brutale : cela signifie que l'analyse en composantes principales est pertinente et qu'on peut se limiter aux vecteurs propres dont les valeurs propres sont élevées.

plot(p)

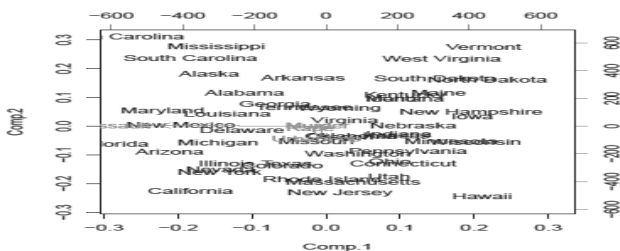


**Graphique N°4 : Valeurs propres et le choix des axes<sup>(23)</sup>.**

	<b>Murder</b>	<b>Assault</b>	<b>UrbanPop</b>	<b>Rape</b>
<b>Alabama</b>	13.2	236	58	
<b>Arizona</b>	8.1	294	80	31.0
<b>California</b>	9.0	276	91	40.6
<b>Connecticut</b>	3.3	110	77	11.1
...	...	...	...	...
<b>Rhode Island</b>	3.4	174	87	8.3
<b>South Carolina</b>	14.4	279	48	22.5
<b>Virginia</b>	8.5	156	63	20.7
<b>Washington</b>	4.0	145	73	26.2

**Tableau N°4 :** Nombre d'arrestations par 100 000 habitants dans 50 Etats Américains durant l'année 1973<sup>(20)</sup>.

Nous utilisons la commande « biplot » pour créer un premier graphique<sup>(21)</sup>



**Graphique N°3 :** Projection simultanée des variables et des individus<sup>(22)</sup>.

tel que le nuage de points projeté soit le plus dispersé possible. Cela permet de réduire la dimension du nuage de points.

Nous illustrerons nos propos par un exemple sur la criminologie, en supposant qu'un journal ou des autorités locales veuillent communiquer les chiffres officiels concernant les crimes perpétrés durant une période déterminée, l'analyse en composantes principales leurs permettra d'affiner les données brutes en ressortant des informations plus précises. Nous commencerons par charger le package « MVA »<sup>(19)</sup> :

```
library(help=MVA)
```

On utilisera la base de données « USArrests », qui contient le nombre d'arrestations par 100 000 habitants dans 50 Etats Américains durant l'année 1973.<sup>1</sup>

```
data(USArrests)
```

```
p <- princomp(USArrests)
```

Puis ne faisons appel à la base de données en tapant son nom :

```
USArrests
```

	<b>BNP</b>	<b>AC</b>	<b>AIR</b>	<b>BN</b>
<b>BNP</b>	1.0000000	0.74682878	0.0204997	-0.17436045
<b>AC</b>	0.7468288	1.00000000	0.2193192	0.08767219
<b>AIR</b>	0.0204997	0.21931919	1.0000000	0.85189276
<b>BN</b>	-0.1743604	0.08767219	0.8518928	1.00000000

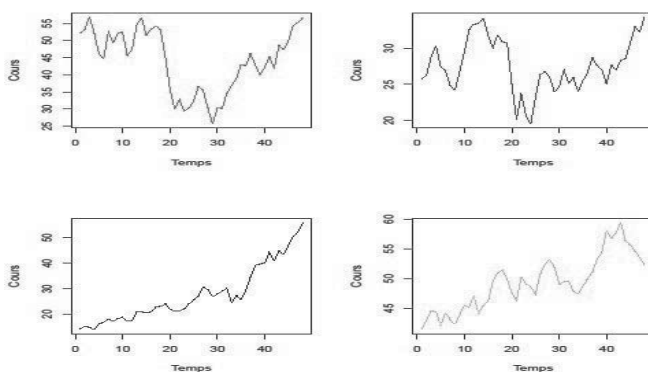
**Tableau N°3 :** Matrice de corrélation des cours historiques des actions.

Le tableau ci-dessus vient confirmer notre analyse graphique, les actions de BNP et Accor sont corrélées positivement, Air Bus et Danone aussi, par contre le cours de BNP et celui de Danone sont corrélées négativement, la corrélation entre le cours de BNP et celui d’Air Bus est nulle, celle d’Accor et Air Bus est presque nulle.

c. Analyse en composantes principales

L’analyse en composantes principales est une autre technique d’étude des données. Elle consiste à transformer un ensemble de variables éventuellement corrélées en un ensemble de variables non corrélées.

On dispose d’un nuage de points, dans un espace de dimension élevée, dans lequel on ne voit pas grand-chose. L’analyse en composantes principales va nous donner un sous-espace de dimension raisonnable, tel que la projection sur ce sous-espace retienne le plus d’information possible,



**Graphique N°2:** Evolution des cours des actions en portefeuille<sup>(18)</sup>.

Les graphiques nous donnent une première idée sur la corrélation des cours des actions, les actions de BNP et Accor sont corrélées positivement, Airbus et Danone aussi, par contre, il n'y a pas de corrélations claires entre les cours de BNP/Accor et Air Bus/Danone.

Et enfin, nous calculons la matrice des corrélations, en utilisant la commande « cor »<sup>1</sup> :

```
Tableau_Cours_Action = data.frame(BNP,AC,AIR,BN)
```

```
Corr_Cours_Action<- cor(Tableau_Cours_Action)
```

```
Corr_Cours_Action
```

```
&g=m",sep="")
```

```
BN.PA <- BN.PA$Close
```

```
BN <- rev(BN.PA)
```

Puis nous allons tracer les graphiques d'évolution du cours de chaque action:

```
op <- par(mfrow = c(2,2))
```

```
plot(BNP, type = 'l', col = 'red', xlab = 'Temps', ylab =  
'Cours')
```

```
plot(AC, type = 'l', col = 'blue', xlab = 'Temps', ylab =  
'Cours')
```

```
plot(AIR, type = 'l', col = 'black', xlab = 'Temps', ylab =  
'Cours')
```

```
plot(BN, type = 'l', col = 'green', xlab = 'Temps', ylab =  
'Cours')
```

```

BNP.PA <-
read.csv(paste("http://ichart.finance.yahoo.com/table.csv
?",
"s=BNP.PA&b=1&a=00&c=2010&e=31&d=11&f=201
3&g=m",sep=""))

BNP.PA <- BNP.PA$Close

BNP <- rev(BNP.PA)

AC.PA <-
read.csv(paste("http://ichart.finance.yahoo.com/table.csv
?",
"s=AC.PA&b=1&a=00&c=2010&e=31&d=11&f=2013
&g=m",sep=""))

AC.PA <- AC.PA$Close

AC <- rev(AC.PA)

AIR.PA <-
read.csv(paste("http://ichart.finance.yahoo.com/table.csv
?",
"s=AIR.PA&b=1&a=00&c=2010&e=31&d=11&f=2013
&g=m",sep=""))

AIR.PA <- AIR.PA$Close

AIR <- rev(AIR.PA)

BN.PA <-
read.csv(paste("http://ichart.finance.yahoo.com/table.csv
?",
"s=BN.PA&b=1&a=00&c=2010&e=31&d=11&f=2013

```



valeurs varient de -1 à 1 ; 1 signifie que l'une des variables est une fonction linéaire positive de l'autre, 0, que les deux variables ne sont pas corrélées du tout et -1, que l'une des variables est une fonction linéaire négative de l'autre (les deux progressent dans des directions totalement opposées)<sup>(17)</sup>.

La mesure de corrélation la plus utilisée est le coefficient de corrélation de Pearson :

$$r = \frac{\sum_{t=1}^n (x_t - \bar{x})(y_t - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{t=1}^n (x_t - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_{t=1}^n (y_t - \bar{y})^2}}$$

Où  $\bar{x}$  est la moyenne de x et  $\bar{y}$  est la moyenne de y.

Nous allons illustrer cela en calculant la matrice de corrélation d'un portefeuille contenant 4 actions de l'indice boursier français CAC 40, à savoir BNP, Accor, Danone et Airbus.

qui est la conséquence de la crise financière de 2008, la tendance haussière vient relancer le cours de l'action à partir du 30<sup>ième</sup> mois et l'entreprise renoue avec la croissance.

Enfin, on procède à l'analyse à partir de la commande  
« summary » :

summary (BNP)

On obtient:

Min.	1st Qu.	Median	Mean	3rd Qu.	Max.
25.73	36.44	45.54	44.20	52.26	56.86

**Tableau N°2 :** Statistique descriptive de l'évolution de l'action BNP du 04 Janvier 2010 au 02 Décembre 2013<sup>(16)</sup>.

Le tableau ci-dessus nous donne une idée sur la volatilité du titre, puisqu'il nous permet d'estimer l'écart entre les valeurs extrêmes atteintes par le cours de l'action.

### b. Corrélation entre les variables

Lorsque l'on analyse des données, il est très fréquent de vouloir savoir si deux variables sont corrélées. Informellement, la corrélation répond à la question « si

j'augmente (ou diminue) x, est-ce que y augmentera (ou diminuera), et de combien ? ». Formellement, elle mesure la dépendance linéaire de deux variables quelconques. Ses

On travail uniquement avec le cours de clôture de l'action :

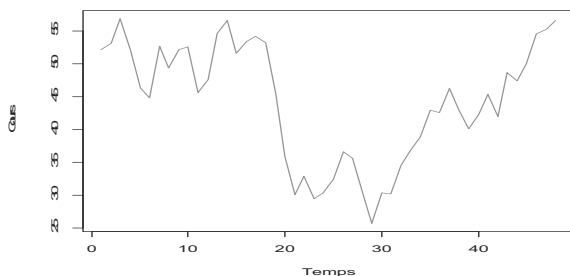
```
BNP.PA <- BNP.PA$Close
```

On inverse les données pour les avoir par classement chronologique :

```
BNP <- rev(BNP.PA)
```

On trace l'action sur un graphique pour faire une première analyse, en utilisant la commande « plot » :

```
plot(BNP, type = 'l', col = 'red', xlab = 'Temps', ylab = 'Cours')
```



**Graphique N°1 :** Evolution de l'action BNP du 04 Janvier 2010 au 02 Décembre 2013<sup>(15)</sup>.

On constate deux tendances distinctes durant la période d'étude, une tendance baissière du premier au 29<sup>ième</sup> mois

Date de cotation	Cours				
	Ouverture	Elevé	Bas	Fermeture	Volume de transaction
04/01/2010	56,11	60,38	50,55	52,15	4 105 400
01/02/2010	51,56	54,55	45,65	53,13	5 065 400
01/03/2010	53,9	59,34	53,38	56,86	3 689 700
01/04/2010	57,16	58,25	48,92	52,13	5 335 000
...	...	...	...	...	...
02/09/2013	48,16	51,56	47,42	50	3 661 700
01/10/2013	50,17	54,8	50,05	54,54	3 521 200
01/11/2013	54,6	55,82	52,34	55,25	3 290 300
02/12/2013	55,32	56,72	51,73	56,65	3 109 800

**Tableau N°1 : Cotation de l'action BNP du 04 Janvier 2010 au 02  
Décembre 2013<sup>(14)</sup>.**

- Recevoir le dividende, quote-part du résultat net de la société, sur décision de l'assemblée générale ordinaire ;
- Être créancier résiduel, c'est-à-dire recevoir le produit de la cession des actifs de la société en cas de cessation ou de vente de l'activité, une fois les autres parties prenantes désintéressées (salariés, fisc, prêteurs et fournisseurs)<sup>(13)</sup>.

Tous d'abord, nous chargeons les données à partir du site internet « yahoo finance » avec

***Mots clé:***

Logiciel, open source, étude quantitative, méthodologie.

la commande « read.csv » :

### a. Statistiques descriptives

R propose plusieurs fonctions pour calculer les statistiques descriptives, notamment la fonction "mean" permet d'obtenir la moyenne d'un vecteur, tandis que les fonctions "min" et "max" renvoient, respectivement, la valeur minimale et maximale.

Pour illustrer nos propos, analysons les informations financières mensuelles sur l'action BNP, évoluant entre le 04 Janvier 2010 et le 02 décembre 2013. Les actions constituent la classe d'actifs financiers la plus importante pour au moins deux raisons : elles sont la source primordiale du financement des entreprises et elles représentent la part la plus grande dans les portefeuilles des investisseurs. L'action est la part représentative d'une fraction unitaire du capital social d'une société. Son détenteur possède quatre droits :

- Etre informé de la santé économique et financière de l'entreprise, en accédant librement au rapport annuel et en ayant la possibilité d'interroger un dirigeant par écrit ;
- Voter à l'assemblée générale des actionnaires, selon le principe 1 action = 1 voix, la majorité pour adopter une résolution étant fixée à 50 % des voix + 1 voix en assemblée générale ordinaire (AGO) et aux deux tiers des voix en assemblée générale extraordinaire (AGE) ;

## **Bilan et perspectives**

Une fois l'apprentissage des bases dispensé, R peut être utilisé tout au long de la formation pour illustrer les différentes méthodes statistiques enseignées. Actuellement peu utilisé en milieu professionnel, on peut s'attendre à un développement rapide de son utilisation, notamment du fait de sa totale gratuité et du développement de modules qui le rendent plus accessible. Citons, par exemple, *Rcommander*, une interface à base de menus déroulants qui facilite la prise en main du logiciel, *Rexcel* qui simplifie la communication entre R et Excel ou encore *odfweave* qui permet l'automatisation de la production de rapports.

On peut s'interroger sur l'équilibre qui sera réalisé dans les années à venir entre l'enseignement de ce logiciel prometteur et celui des logiciels de statistique du monde professionnel.

### **IV. Outils statistiques d'analyse de données en *open source* :**

Cette partie décrit un certain nombre de techniques statistiques pour analyser les données avec le logiciel R<sup>(11)</sup>. « R » est un langage de programmation en mathématique et en statistique qui élargit son champ d'intervention au domaine de la finance, réseaux et télécom, biologie, développement mobile, sécurité et système d'exploitation entre autre. « R » est gratuit et donc ne nécessite pas l'obtention d'une licence, et disponible en *open source*, ce qui lui permet d'être en constante évolution grâce à une communauté d'utilisateurs de plus en plus large<sup>(12)</sup>.

- De plus, compte tenu de son évolution actuelle, on peut penser que sa maîtrise va faire rapidement partie des compétences utiles à l'insertion professionnelle des étudiants.

### **Modalités d'enseignement**

L'enseignement est principalement dispensé par des statisticiens pour illustrer les notions étudiées dans leur discipline. Par exemple, dans le module « technique de simulation », R permet de générer de nombreux types de variables aléatoires, de calculer facilement les indicateurs utiles et de faire les graphiques associés. Il peut aussi être utilisé par des informaticiens en cours de programmation objet.

### **Retour d'expérience**

R est généralement moins apprécié par les étudiants que les logiciels à base de menus déroulants. D'une part, sa prise en main apparaît plus complexe du fait de l'apprentissage d'un langage dans un volume d'enseignement souvent insuffisant pour rendre les étudiants autonomes dans sa manipulation. D'autre part, le logiciel est encore peu implanté dans le monde professionnel et les entreprises sont encore peu demandeuses de cette compétence. Les étudiants ne considèrent souvent pas la connaissance de R comme un atout sur le marché du travail.

Cependant, quand les étudiants proposent l'utilisation de ce logiciel durant leur stage, les retours sont généralement très positifs. La grande diversité des méthodes disponibles suscite toutefois l'intérêt des étudiants. Les plus intéressés explorent ainsi de nouvelles fonctionnalités statistiques dans le prolongement des notions étudiées en cours en fonction des besoins rencontrés en stage.



la logique, les étudiants arrivent aisément à se former par eux-mêmes lorsqu'ils sont confrontés à des aspects qu'ils n'ont pas étudiés en cours.

Cependant, en considérant le prix élevé des licences SAS, un logiciel gratuit comme le R rivalise de plus en plus avec SAS sur le plan de l'exhaustivité des méthodes statistiques proposées, en particulier dans les développements méthodologiques récents.

#### **d. R :**

R est un logiciel statistique qui permet la lecture, la manipulation et le stockage de données. La grande majorité des méthodes statistiques actuelles y sont présentes par défaut ou au sein de « packages » dont la liste est en constante évolution. Les principaux facteurs qui expliquent son importance actuelle sont sa gratuité, sa fiabilité et sa disponibilité sous la plupart des systèmes d'exploitation. Initialement conçu pour illustrer l'enseignement de la statistique, R a connu une croissance exponentielle pendant les quinze dernières années dans le monde académique. Son développement actuel lui permet de rivaliser avec la plupart des logiciels payants utilisés dans les entreprises<sup>(10)</sup>.

#### **Raisons de l'utilisation de ce logiciel**

- Il ne présente aucun problème d'accessibilité puisqu'il peut être téléchargé gratuitement sur n'importe quelle machine ;
- La programmation permet aux étudiants de mieux appréhender les différentes étapes des méthodes statistiques employées contrairement aux logiciels de type « clique-bouton » qui apparaissent parfois comme des boîtes noires ;

## **Modalités d'enseignement**

L'enseignement a très souvent lieu en salle d'ordinateurs, sous une forme qui combine apprentissage et pratique. Les cours sont effectués par des mathématiciens, des statisticiens ou des informaticiens. Une partie de l'enseignement peut être faite dans le cadre des modules « logiciels spécialisés ». Cela peut concerner par exemple la gestion de données, la programmation, l'édition de rapports, sujets qui pourront être enseignés par des informaticiens, ou des mathématiciens qui ont investi dans le domaine. Les procédures statistiques peuvent être ensuite présentées par les enseignants de statistique dans le cadre des enseignements concernés.

## **Retour d'expérience**

Les étudiants montrent parfois au départ un intérêt limité pour ce logiciel, mais qui devient grandissant lorsqu'ils comprennent son importance. Toutefois, c'est un enseignement difficile du fait du langage spécifique et différent des langages de programmation classiques. Les étudiants ont parfois du mal à intégrer certains aspects.

Par contre, les entreprises ayant recours à ce logiciel sont en grande majorité très satisfaites des compétences acquises par l'utilisation de ce logiciel. SAS est très apprécié du monde professionnel, qui exige souvent ce profil pour des emplois de « programmeurs statistiques ».

## **Bilan et perspectives**

Malgré quelques difficultés dans l'enseignement et la réticence des étudiants au début, les enseignants sont globalement satisfaits de ce logiciel. Le principal problème est le manque de temps pour montrer l'ensemble des possibilités de SAS. Mais, ayant acquis les bases et compris

système dédié jusqu'à la mise en forme et la diffusion des résultats<sup>(9)</sup>.

### **Raisons de l'utilisation de ce logiciel**

- SAS est très répandu dans le monde professionnel, particulièrement dans le monde de la santé, mais aussi dans le milieu bancaire, les assurances, les sociétés d'enquête, d'études de marché, les grandes industries, les administrations ;
- Le traitement statistique offert par SAS est particulièrement riche et complet, voir même exhaustif. Il couvre la totalité des domaines particuliers de développement des méthodes statistiques de l'économétrie à la biostatistique, en passant par le contrôle de qualité, le marketing ;
- SAS est particulièrement « robuste » et peut traiter des jeux de données très volumineux, qui peuvent atteindre plusieurs millions d'individus ;
- Ayant son langage propre, il est parfois difficile pour des étudiants peu formés à ce logiciel de créer des macros SAS en stage et/ou en situation d'emploi. Par contre, il permet de mieux maîtriser les calculs effectués, ce qui est un plus pédagogique ;
- SAS met à disposition des enseignants, et des étudiants pendant leurs études, une version personnelle. Les étudiants peuvent travailler chez eux avec cette version comme s'ils étaient dans une salle informatique. Enfin SAS propose aussi un dispositif pour qu'un étudiant puisse utiliser le logiciel en stage dans une société qui n'en dispose pas.

## **Modalités d'enseignement**

SPSS est plus utilisé pour l'enseignement des modules de statistique descriptive, séries chronologiques, estimation et tests, régression linéaire et analyse de la variance, et analyse de données, du fait de ses grandes capacités de calcul.

## **Retour d'expérience**

Les aspects positifs sont la facilité d'apprentissage, la possibilité pour l'enseignant d'axer le commentaire sur les aspects statistiques sans parler d'informatique, possibilité d'enregistrer son travail pour le reprendre ultérieurement.

Les aspects négatifs sont la difficulté au début de se rappeler le chemin dans les menus déroulants, la documentation en français est mal traduite et sources d'erreurs, la licence est chère et il n'existe pas de licence gratuite pour les étudiants.

Les étudiants doivent réfléchir sur les sorties sans avoir à passer du temps sur une étape « programmation », ce qui a l'avantage de permettre une pédagogie plus concentrée sur les aspects statistiques ;

Dans le cadre de la formation en apprentissage, les étudiants peuvent se trouver en situation d'avoir à utiliser en entreprise ce logiciel alors que son enseignement n'est pas encore très avancé. L'expérience montre que les étudiants parviennent généralement à s'autoformer sans trop de difficultés.

### **c. SAS :**

Le logiciel SAS est incontournable dans le domaine de la statistique et de l'informatique décisionnelle. Il permet d'appréhender l'ensemble des étapes d'un processus décisionnel, de l'importation des données à partir d'un

ou de logiciels du « monde libre » tels que R, pour ne citer que les plus utilisés.

### **b. SPSS**

Ce logiciel est un logiciel généraliste, bien qu'à l'origine orienté vers la statistique en sciences sociales. Aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne, son utilisation est largement répandue dans le monde professionnel et ce dans les secteurs les plus variés. Il rencontre un succès moins large ailleurs mais occupe cependant une place importante. Il couvre tous les champs de la statistique et il est basé sur l'utilisation de menus déroulants, sa prise en main est rapide<sup>(8)</sup>.

### **Raisons de l'utilisation de ce logiciel**

- Du point de vue pédagogique, ce logiciel offre l'avantage d'une utilisation facile, sans apprentissage informatique préalable, ce qui en autorise l'utilisation dès le début de la formation après une prise en main rapide. Il permet de mettre en application les méthodes statistiques et de servir de support à leur interprétation sur des données concrètes. Pour l'automatisation des tâches, ou la réalisation de celles qui ne figurent pas dans le pack de base, il peut être utilisé en programmant grâce à un éditeur de syntaxe ;
- Les sorties graphiques sont de très bonne qualité et l'éditeur de graphiques permet des mises en forme personnalisées très appréciées pour les restitutions audiovisuelles ou imprimées.

(lecture de tables, calculs d'indicateurs statistiques, construction de graphiques...).

### **Retour d'expérience**

Les atouts d'Excel sont clairement le fait que ce logiciel est présent quasiment partout dans le secteur professionnel, qu'il est facile d'utilisation et qu'il présente un grand intérêt comme outil d'apprentissage basé sur la simulation ;

Le logiciel est avant tout un tableur et pas un logiciel dédié à la statistique. On observe des lacunes à des niveaux divers, pas de possibilité de construire de véritables histogrammes avec des classes d'amplitude différentes, pas de boîtes à moustaches. Les traitements statistiques offerts restent assez limités, même si des macros peuvent être trouvées pour enrichir les fonctionnalités. On peut être conduit à effectuer des tâches particulièrement répétitives. L'aide a été traduite en français de façon très approximative et la dénomination des fonctions semble souvent peu naturelle.

Les étudiants apprécient en général que la statistique soit enseignée en ayant recours à Excel. Ils sont souvent très à l'aise dans l'utilisation de ce logiciel. Leur savoir-faire dans l'utilisation de ce logiciel couplé avec leurs connaissances en statistique est apprécié des entreprises dans lesquelles ils font leur stage.

### **Bilan et perspectives**

Dans la plupart des universités, on n'envisage pas de réduire le recours à Excel dans l'enseignement de la statistique. Il a un rôle bien identifié dans le dispositif d'enseignement de la statistique, aux côtés de logiciels du monde professionnel spécifiquement dédiés à la statistique tels que SAS, SPSS,

- Le logiciel est parfois le seul disponible dans l'entreprise pour effectuer des traitements statistiques ;
- Les données circulent souvent au format Excel ou sont disponibles dans une base de données comme Access. Le traitement statistique peut s'effectuer sans faire passer les données par une phase de conversion. De même la saisie directe des données est facile ;
- Les étudiants sont en général à l'aise avec Excel, ou le deviennent très rapidement. Le logiciel est facile à utiliser, produit des graphiques attractifs de façon immédiate. Lorsque les étudiants commencent à avoir un peu d'expérience, le lien direct avec VBA leur permet de produire des rapports automatisés ;
- D'un point de vue pédagogique, Excel présente l'intérêt de permettre une décomposition fine des procédures statistiques, qui peut être exploitée pour l'acquisition des méthodes et résultats de base de la statistique. L'étudiant voit en même temps les données, les calculs intermédiaires, les graphiques.

### **Modalités d'enseignement**

Le logiciel est utilisé pour l'apprentissage de la statistique par expérimentation, l'étudiant redécouvre par lui-même, par le biais de simulations, tel ou tel résultat de probabilités ou de statistique. On a recours à Excel pour illustrer, sur des exemples simples de données, des procédures présentées en cours. Ce logiciel permet très simplement de tirer un échantillon aléatoire dans une base de sondage, selon un plan de sondage, en population finie. Il permet aussi d'effectuer, dans un cadre limité, un traitement sur des données réelles. Enfin, il sert aussi de boîte à outils rapide

- ✓ Le risque d'individualisation des répondants considérés indépendamment de leurs réseaux de relations sociales ;
- ✓ La fiabilité du travail peut souffrir d'une formulation peu claire des questions, du manque de confiance entre enquêteur et enquêté, ou simplement de l'inconscience professionnelle des enquêteurs.
- ✓ La non maîtrise des logiciels statistiques d'analyse de données complique l'analyse des résultats.

### **III. Les logiciels statistiques les plus utilisés :**

Dans cette partie, nous allons présenter les logiciels statistiques les plus populaires dans le monde académique et professionnel, les raisons qui ont fait leurs succès, leurs modalités d'enseignement, leurs retours d'expérience ainsi que le bilan et perspective de leurs adoptions comme logiciels de référence par les étudiants ainsi que les professionnels, à savoir<sup>(6)</sup> :

#### **a. Excel :**

Le logiciel Excel de la suite Office de Microsoft est, comme chacun le sait, un tableur. Il possède un certain nombre de fonctions statistiques, et on peut étendre ses capacités sur ce plan en lui adjoignant des macros mises à disposition par Microsoft, telles que « Utilitaire d'analyse » et « Utilitaire d'analyse-VBA », ou disponibles sur internet<sup>(7)</sup>.

#### **Raisons de l'utilisation de ce logiciel**

- Le logiciel est présent quasiment partout dans le monde professionnel, entreprises ou administrations ;



pour conduire les répondants à choisir leurs réponses parmi celles qui leur sont proposées<sup>(5)</sup>.

*b. objectifs à atteindre à partir de l'enquête par question -  
naire*

On peut citer entre autres :

- ✓ La connaissance d'une population en tant que telle : ses conditions et ses modes de vie, ses comportements, ses valeurs ou ses opinions ;
- ✓ L'analyse d'un phénomène social que l'on pense mieux cerner à partir d'informations portant sur les individus de la population concernée (ex. impact d'une stratégie de communication ou de l'introduction de la Télévision Nationale Terrestre (TNT) dans les foyers algériens).

*c. avantages*

Elle offre :

- ✓ La possibilité de quantifier des données et de procéder à de nombreuses analyses de corrélation,
- ✓ Réaliser l'objectif d'une réelle représentativité de l'ensemble des répondants

*d. les limites et problèmes de cette méthode*

Il y a lieu de prévoir :

- ✓ La lourdeur et le coût généralement élevé du dispositif ;
- ✓ Le caractère souvent superficiel de certaines réponses empêche d'analyser à fond des phénomènes évolutifs tels que le travail au noir par exemple. Aussi et dans bien des cas, les résultats se présentent bien souvent comme de simples descriptions dépourvues d'éléments de compréhension pénétrante ;

Un bibliothécaire examinera un échantillon représentatif des ouvrages possédés afin d'estimer leur état général de conservation.

Cependant et en dépit des nombreux avantages qu'elles présentent, les techniques d'échantillonnage sont loin de constituer un remède en recherche sociale. Qu'en est-il exactement ?

Lorsqu'il a circonscrit son champ d'étude, trois possibilités s'offrent au chercheur :

1. Il recueille des données et porte ses analyses sur la totalité de la population couverte par ce champ
2. Il étudie un échantillon représentatif de cette population
3. Il étudie exclusivement certaines composantes très typiques, bien que non strictement représentatives de cette population.

## **II. L'enquête par questionnaire :**

### **a. présentation**

Elle consiste à poser à un ensemble de répondants, le plus souvent représentatifs d'une population, une série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leurs opinions, à leur attitude à l'égard d'options ou d'enjeux humains et sociaux, à leurs attentes, à leur niveau de connaissance, ou encore sur tout autre point qui intéresse les chercheurs. A la différence du sondage d'opinions, l'enquête par questionnaire vise la vérification d'hypothèses théoriques et l'examen des corrélations que suggèrent ces hypothèses. Compte tenu du grand nombre de personnes concernées et du traitement quantitatif des informations, les réponses aux questions sont pré codées

relations sociales qui les font fonctionner et changer, non pour eux-mêmes, les comportements des unités qui les constituent. Mais même dans ce type de recherches spécifiquement sociologiques, les informations utiles ne peuvent souvent être obtenues qu'auprès des éléments qui constituent l'ensemble. Ainsi pour étudier l'idéologie d'un journal, il faudra analyser les articles publiés, même si ces analyses ne constituent pas en eux-mêmes, l'objet de l'analyse<sup>(3)</sup>.

La totalité de ces éléments ou des " unités " constitutives de l'ensemble considéré est appelée "Population mère ou de recherche" ; ce terme pouvant désigner aussi bien un ensemble de personnes, d'organisations ou d'objet de quelque nature que ce soit<sup>(4)</sup>.

Une population étant délimitée (par exemple, la population active d'une région, l'ensemble des entreprises d'information et de communication ou les articles publiés dans la presse sur un sujet donné au cours d'une année) il n'est pas pourtant toujours possible, ni d'ailleurs utile, de rassembler des informations sur chacune des unités qui la composent. De nos jours l'usage fréquent des sondages d'opinion a fini de prouver que l'on peut obtenir des informations fiables relatives à une population de plusieurs dizaines de millions d'habitants en n'interrogeant que quelques milliers d'entre eux.

Toutefois, on peut avoir recours aux techniques d'échantillonnage pour les objets les plus variés. Par exemple, un auditeur dans une entreprise analysera un nombre N de factures pour en tirer des informations relatives à la totalité des factures envoyées ou reçues par l'entreprise.

- Quelle est l'importance de l'échantillonnage dans une étude quantitative ?
- Comment procéder à une enquête par questionnaire ?
- Quels sont les logiciels de statistique les plus utilisés dans les sciences de l'information et de la communication ?
- Quel est l'outil informatique d'analyse statistique de données qui soit en même temps performant, facile à utiliser tout en étant en open source ?

Le champ des SIC est résolument interdisciplinaire. Les méthodes mises en œuvre par les études qui en relèvent peuvent être diverses, mais chaque étude doit reposer sur une (des) méthodologie(s) bien identifiée(s). Est donc du ressort des SIC, l'étude des processus d'information ou de communication relevant d'actions contextualisées, finalisées, prenant appui sur des techniques, sur des dispositifs, et participant à des médiations sociales et culturelles<sup>(1)</sup>. Pour sa part, la méthode expérimentale – appliquée au domaine des SIC par exemple – cherche à étudier l'Homme en général, mettant l'accent sur les interactions entre son comportement et les situations qu'il vit concrètement, aussi bien au sein d'une organisation qu'à la suite d'une influence d'un ou plusieurs médias<sup>(2)</sup>.

### **I. Choisir son échantillon :**

Le chercheur dans le domaine des sciences humaines et sociales s'intéresse à l'étude des ensembles sociaux (par exemple une société globale ou des organisations concrètes dans la société globale) comme des totalités différentes de la somme de leurs parties. Au premier chef, il s'intéresse aux comportements d'ensemble, les structures et les systèmes de

المصدر في الأنترنت: تحميل وتفعيل مجانيين) كونه يلي جميع المتطلبات الأكاديمية في البحث العلمي، كسهولة التعامل والتعلم، إلى جانب أمور أخرى تتعلق بالمتطلبات التقنية للبرنامج، بما في ذلك موثوقية وثراء برامج الرياضيات المقترحة. قصد توضيح ما تم سرده أعلاه، قمنا بتقسيم مقالنا هذا إلى قسمين، خصص قسمه الأول لتقديم لمحة عن الأسلوب العلمي فيجمع البيانات، أما القسم الثاني فقد حاولنا تطبيق هذا البرنامج على بعض البيانات المالية وأخرى متعلقة بعلم الإجمام إلى جانب تحليل وتفسير النتائج.

#### ▪ Préambule :

Dans le champ des sciences de l'information et de la communication (SIC), il est devenu habituel de considérer que les chercheurs mettent en œuvre un pluralisme méthodologique ; une position régulièrement affirmée, notamment dans la littérature grise (mémoires et thèses). En fait, comme nous allons essayer de le montrer, ce pluralisme s'exerce dans un cadre particulier où l'approche quantitative est largement dominante.

Bien évidemment, la question de la méthodologie est associée à d'autres, de nature épistémologique, qui se rejoignent dans l'interrogation suivante : comment les chercheurs peuvent créer de la valeur par le traitement de l'information en utilisant des méthodes d'analyse quantitative ? Et quels sont les outils d'analyse statistique qui leurs facilite l'administration et l'exploitation de leur base de données ?

De cette question centrale découlent les questions secondaires suivantes :

# **L'apport des logiciels de statistique « open source » dans les études quantitatives des sciences de l'information et de la communication**

Par : **Dr. Adlane HAFFAR**  
*Maître de conférences*  
*Ecole Nationale Supérieure de Statistique*  
*et d'Economie Appliquée Koléa*  
**Et**

Par : **Khaled LALAOUI**  
*Maître Assistant*  
*Ecole Nationale Supérieure de Journalisme*  
*et des Sciences de l'Information*

**Mots clé:** *Logiciel, open source, étude quantitative, méthodologie.*

**ملخص:**

يتناول هذا المقال إشكالية استغلال وتثمين البيانات الإحصائية المتعلقة ببحوث علوم الإعلام والاتصال. وعليه ولأسباب عملية، نقترح في دراستنا هذه استخدام برنامجا معلوماتيا حرا (مفتوح



***L'apport des logiciels de statistique  
« open source »  
dans les études quantitatives des sciences  
de l'information et de la communication***

**Par : Dr. Adlane HAFFAR**  
*Maître de conférences*  
*Ecole Nationale Supérieure de Statistique  
et d'Economie Appliquée Koléa*

**Et**

**Par : Khaled LALAOUI**  
*Maître Assistant*  
*Ecole Nationale Supérieure de Journalisme  
et des Sciences de l'Information*



### Notes de bas de page :

- 1- Conférence intitulée : « Culture et barbaries », Serges Proulx, Athènes, 2011
- 2- MALLEIN P., TOUSSAINT Y.(1994), « L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usages », Technologies de l'information et société TIS, vol. 6, n° 4, p. 315-336.
- 3- Gonzales-Quijano Y, (2003), « À la recherche d'un Internet arabe », Maghreb- Mashrek, n° 178, « l'Internet arabe », Paris, Éditions Choiseul. 3
- 4- BenkoulaReda, (2012), « Enjeux de la pratique du chat dans la société algérienne », PAF, France, p 35
- 5- El Oifi Mohamed et Smati Noziah (2010), « Médias au Maghreb et en milieu migratoire : état des lieux, production-réception et enjeux politiques, économiques et culturels »
- 6- Mihoub Samia, (2006), « Internet dans le monde arabe : complexité d'une adoption », L'Harmattan, 340 p.
- 7- JOUET J., PASQUIER D. (1999), « Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans », Réseaux, vol. 17, n° 92-93, p. 25-103

### Articles de revues :

- BOULLIER Dominique. (1992), « Messageries professionnelles : en transit ou en sursis ? » Réseaux, n° 54, p. 57-78.
- CHENNTOUF Tayeb, (2006), « La sociologie au Maghreb : Cinquante ans après », *Revue africaine de sociologie*, N° 10, P 18
- Gonzales-Quijano Y, (2003), « À la recherche d'un Internet arabe », *Maghreb- Mashrek*, n° 178, « L'Internet arabe », Paris, Éditions Choiseul.
- MALLEIN P., TOUSSAINT Y.(1994), « L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usages », *Technologies de l'information et société TIS*, vol. 6, n° 4, p. 315-336.

▪ *Sources bibliographiques :*

**Ouvrages :**

- BEAUDOUIN V., VELKOVSKA J. (1999), «*Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...)*», Réseaux, vol. 17, n° 97, p. 121-178.
- BenkoulaReda, (2012), «*Enjeux de la pratique du chat dans la société algérienne*», PAF, France, p 35.
- El Ofi Mohamed et Smati Noziah (2010), «*Médias au Maghreb et en milieu migratoire : état des lieux, production-réception et enjeux politiques, économiques et culturels*»
- Gille Bertrand, *Histoire des techniques*, Edition Gallimard, 1978. Pp 23-26.
- Mihoub Samia, (2006), «*Internet dans le monde arabe : complexité d'une adoption*», L'Harmattan, 340 p.
- Millerand Florance, (1999), «*Usages des NTIC, les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation*», p 24.

la culture numérique s'inscrivent certes, de par leur objet, dans le domaine d'investigation des sciences de l'information et de la communication, avec une certaine vigilance épistémologique.

Ainsi, le caractère novateur de l'objet d'étude qui est la culture numérique impose une certaine rigueur méthodologique et prudence heuristique, car la nature du *sujet* qui touche essentiellement à un nouvel habitus, une nouvelle philosophie et à de nouveaux reflexes qui, astreint le chercheur à développer une logique qui ne relève plus que du simple *déterminisme technologique* souvent présent dans des études sociologiques qui ont comme objet d'étude, l'usage ordinaire d'une technologie. Mais d'opter plus pour une observation plus pertinente des pratiques et de tenter d'analyser les objets de communication avec une vision moins désillusionnée. En effet, nous supposons que cette nouvelle culture, donnera peut-être à l'utilisateur une nouvelle marge de manœuvre, au sens où, chacun d'entre nous redevient acteur de sa présence numérique et cette importante évolution, nous interpelle sur cette nouvelle logique de délégation et sur les effets engendrés par cette dernière, à savoir, la possibilité de perdre *la main* de notre propre identité, car finalement, nos traces numériques ne correspondent pas forcément à nos réelles personnalités.

A titre d'exemple, dans le secteur professionnel, les études observent que l'implantation des NTIC (7) crée une certaine interaction avec de nouvelles formes d'organisation, elle provoque également une modification au sein d'une entreprise, comme la responsabilisation des individus. Cela dit, dans une société traditionnelle, la notion même d'organisation ne revêt pas la même signification décrite dans les pays occidentaux. Autrement dit, l'usage et son appropriation dans une organisation donnée, dans un contexte bien précis et dans une société traditionnelle, ne peuvent donner de facto un décloisonnement et une harmonisation de procédure.

Dans l'espace privé, quelques études soulignent que les NTIC, tout comme les médias de masse, peuvent conduire à des négociations dans les relations parents-enfants, père-mère. Autrement dit, une nouvelle façon de gérer les espaces et le temps se crée et se développe avec l'implication des uns et des autres. Les usages des NTIC peuvent ainsi conduire à une reconfiguration des relations internes à la famille, à des phénomènes d'indépendance ou de dépendance, à la constitution de sphères particulières autour de pratiques nouvelles.

### ▪ *Conclusion*

La culture numérique représente actuellement, le terrain d'investigation et l'objet d'étude le plus répondu. Cette tendance se remarque particulièrement dans certains travaux sur les usages conduits en sciences de l'information et de la communication. Cette discipline a progressivement investi ce courant d'études et les recherches universitaires sur les NTIC se sont aujourd'hui fortement imposées. Les études relatives à

du courrier électronique débouchent sur une reconfiguration des schémas de communication internes.

Malgré l'intérêt analytique consacré au lien social, l'angle d'attaque souvent occulté est celui qui met en visibilité, les approches pouvant seconder et compléter une analyse et qui donneraient aux approches empiriques, une dimension plus ethnographique et ce, dans le but d'examiner comment se crée le lien social et comment par le biais de l'appropriation sociale d'un outil technologique, ce dernier se redéfinit à l'intérieur de la sphère professionnelle, domestique et sociale. ..

Nous ne pouvons aussi omettre un élément important qui est le contrat social. En effet, le visuel est un important élément de l'identité numérique dans un contexte soumis à des contraintes explicites et à des convenances puissantes. Ces contraintes et ces convenances forment la base d'un nouveau contrat social qui reste à préciser et à évaluer, et surtout à rendre public dans toutes ses conséquences privées et publiques.

### ***III- L'Usage dans l'espace public / privé virtuel et réel et reconfiguration des rapports sociaux***

Le postulat suivant : «... *Les usages de la technique ne sont pas directement assignables aux découpages sociaux préexistants. Les rapports sociaux sont aussi construits par les pratiques de communication...* » (6), tente d'expliquer que la technologie relative au monde de la communication est en effet des objets dans lesquels se trouvent de multiples problématiques et thématiques pertinentes, nous citons à titre d'exemple, les rôles sociaux, les groupes, les activités quotidiennes de loisirs, de services, de travail.

même du lien social. C'est-à-dire, nous sommes face à la création d'un lien social électronique qui sélectionne les individualités.

L'émergence d'Internet et sa pénétration dans beaucoup de foyers et ménages, a rapidement soulevé des interrogations qui mettaient en avant l'impact de celui-ci sur nos modes de sociabilité et sur le lien social. D'un côté, les uns placent en évidence la constitution de communautés dites « virtuelles », la possibilité de maintenir, voire renforcer, des liens malgré l'éloignement géographique, et des situations où le lien numérique rompt l'isolement total, où il est l'amorce d'un lien fort.

Cependant, le rôle de la famille, de la mosquée et autres institutions sociales et collectifs, veillent par le biais de leur fonction initiale, au maintien de ce lien social. De l'autre côté, sont particulièrement mis en exergue les risques d'isolement social, et de supposer que le lien qui émane de la technologie est susceptible de se substituer au lien créé à partir des rapports sociaux. Ce risque peut limiter le contrôle social.

La solidarité est également au cœur du débat. En effet, se pose la question de savoir comment certains aspects d'internet peuvent contribuer ou pas à la solidarité entre les personnes connectées? Cette grille de lecture concerne l'espace privé. Quant à l'aspect public et précisément, dans la sphère professionnelle, l'analyse de la communication *corporateet* / ou dans l'entreprise, souligne l'importance d'instituer l'échange électronique et construire l'usage social des NTIC. L'accès sur écran à une information interne relativement décentralisée, l'explosion des flux de messages

vingt-dix les sites de discussion et de rencontre sur Internet (Tchat, forums, listes de discussion). Les problématiques abordent plusieurs dimensions de ces nouvelles formes d'échange social «...*La manière par laquelle ce phénomène trouve sa configuration dans la société algérienne. Les individus ont la possibilité de modifier ou de maintenir le rapport aux normes car ils ont conscience que le lien au groupe qui s'exerce sur eux n'est pas une «matrice» fixe qui peut agir tel un modérateur...*»(5). La diversification des types d'échange sur Internet qu'ils soient synchrones (jeux en ligne) ou asynchrones (forums, listes de diffusion, courrier électronique), la pluralité des espaces de communication (ouverts, restreints ou privés) concourent aujourd'hui à la diversification des problématiques du lien social *électronique*. « L'étude des interactions sur Internet est confrontée à cette difficulté qu'il y a à prendre en compte la multiplicité des supports de communication qui définissent chacun des contextes d'échange particuliers et invite donc à une réflexion sur les dispositifs de recherche ».

### ***1- Lien social et internet, entre modernité et tradition***

Le lien social caractérise les sociétés traditionnelles, c'est un ciment qui solidifie les relations sociales et humaines dans une famille, une structure ou une organisation. Ce qui caractérise le lien social avant l'apparition de la technologie, c'est son aspect non électif, d'où sa réelle force, car d'une manière paradoxale, les individus avaient une timide liberté et donc, ils ne pouvaient de se définir eux-mêmes. Cependant, avec l'avènement de la technologie, à titre d'exemple, Internet a créé un bouleversement du sens



économique, au sens où, la production des TIC est le fruit de la recherche et développement. Or l'Algérie possède les niveaux de financement de la recherche les plus faibles au monde. La part des dépenses dans la recherche scientifique par rapport au PIB est très marginale et le Maghreb demeure la région, mis à part l'Afrique sub-saharienne, la moins dynamique en matière de Recherche et Développement (selon le rapport de l'UNESCO datant de 2010). D'autre part, l'infrastructure des télécommunications joue un rôle essentiel dans n'importe quelle stratégie en matière des NTIC, cependant elles demeurent inappropriées selon le rapport établi par la Banque Mondiale en 2002.

## ***2- Processus d'appropriation et signification d'usages***

Dans l'espace privé, les significations d'usages est très important dans le processus d'appropriation et d'assimilation des objets techniques. En effet, l'intégration sociale d'une NTIC, son insertion, sa pénétration dans le quotidien des usagers, peuvent dépendre des qualités intrinsèques de l'utilisateur mais aussi de ses significations d'usage élaborés par les usagers.

Cette démonstration du processus ne traduit pas uniquement l'ambivalence prégnante des rapports des objets techniques aux sujets sociaux, mais aussi la manière dont les technologies (notamment celles d'information et de communication) font l'objet d'appropriation sociale sous l'effet des usages ou de par les différentes représentations qu'elles renferment.

## ***II- Le lien social***

L'un des axes d'étude privilégié par la recherche porte sur le lien social qui est entrain de s'établir en ligne. Les études ont observé, au milieu des années quatre-

logique conjoncturelle et essayons de comprendre comment la culture numérique va-t-elle intégrer progressivement une société qui au préalable n'a pas défini un projet sociétal adéquat à ses citoyens et qui correspondrait aux besoins de ces derniers ? Comment une société peut-elle préparer ses citoyens à intérioriser et à s'adapter à de nouvelles pratiques sans que ces derniers n'aient connu les étapes normales d'une évolution sociale, culturelle. ?

### *1- Quels procédés d'appropriation d'un usage technologique ?*

Passer d'un habitus purement technologique à un habitus social est une problématique qui met en avant la notion. Mais elle est aussi, d'un autre point de vue, une affaire de représentations sociales relatives à la technologie. En effet, ces dernières et les usages sociaux vont, vu sous cet angle, de pair. Cet habitus numérique œuvre tel un rapport de domination qui émane de logiques différentes (industrielle, innovation).

Cependant, du point de vue épistémologique, l'emprise du déterminisme technologique est très présente dans les interprétations relatives à ces problématiques en question, au sens où, l'analyse est effectuée en termes d'impacts et d'effets sur la société donnée tout en occultant, les réelles conséquences de cet usage sur la société et sur sa culture. Néanmoins, nous ne pouvons pas omettre que le volet réservé à l'analyse de l'appropriation sociale d'une technologie, permet de comprendre ce processus de création de sens dans une dimension sociale.

L'Algérie souffre de multiples problèmes qui retardent l'assimilation des TIC. En effet, on ne peut dissocier les Nouvelles technologies à la logique marchande et

numérique. En fait, les problématiques qui jouent, le rôle de premier ferment dans le courant de la sociologie des usages viennent d'un mélange du champ de la communication et celui des approches sociologiques qui commençaient à se pencher sur les mutations sociales des sociétés Maghrébines.

Une relative littérature touche des thématiques allant dans la logique des structures d'appartenance traditionnelle et leur proximité à la nouvelle culture numérique.

▪ *Commençons par le premier axe :*

*I- Appropriation sociale*

De même que les analyses à propos des implications des nouveaux médias et notamment internet, se sont multipliées au fur et à mesure que l'usage de ces nouvelles technologies se répand dans une région. Les processus d'appropriation par les États, les sociétés et les individus au Maghreb des nouveaux médias et notamment d'Internet sont au cœur des analyses de *Samia Mihoub, Sana Barhoumi, Réda Benkoula.* (3)

L'effort fourni par les États pour améliorer les infrastructures et combler le retard technologique dans le domaine numérique contraste avec l'adoption d'une réglementation relativement répressive en raison de la crainte des implications politiques et sociales de l'usage par les citoyens de ces nouvelles technologies.

Mais en dépit des conflits autour de l'usage d'internet, entre l'État et la société civile, les auteurs s'accordent sur l'idée que la transition numérique au Maghreb « ... *emprunte un schéma complexe mais prometteur et révélateur d'une forte dynamique politique et social* »(4). Cependant, faisons abstraction de cette

s'approprier ces nouveaux paradigmes et réussir ainsi à constituer des corpus structurés relativement conséquents ? Qu'en est-il de l'approche et du regard épistémologique ? Comment une science spécialisée dans le traitement de ces questions, doit-elle interpréter et analyser cette nouvelle donnée ? Les questions et interrogations relatives à la culture numérique sont encore bien imprécises. En effet, les phénomènes de communication dans une société donnée, gravitent principalement autour du registre Individuel / Collectif, personnel / social et privé / public. A cet effet, et pour plus de prudence épistémologique, Quel serait l'apport de cette nouvelle thématique à la compréhension des phénomènes de communication ?

D'une part, les sciences de l'information et de la communication ne se sont constituées comme discipline au Maghreb en général et en Algérie en particulier, qu'au cours des années soixante-dix, d'autre part, l'étude des phénomènes de communication y a été fortement marquée par le paradigme dominant de la sémiologie et par l'importance donnée à l'analyse du texte et de l'image. Ce contexte explique la spécificité maghrébine des études d'usage qui se sont d'emblée centrées sur les technologies de l'information et de la communication, c'est-à-dire sur des objets et des systèmes de communication qui, tout en étant des médias <sup>2</sup>, sortent du modèle classique de la diffusion des médias de masse qui ne bénéficiait pas encore d'une accumulation de savoirs théoriques et de modèles d'analyse

Prenons à titre d'exemple, le concept de l'*Usage*. Celui-ci est relativement récent et commence à s'imposer vu la nécessité et l'utilité de ces objets de recherche dans un Maghreb frappé de plein fouet par la vague du

nouvelle mouvance et d'observer les niveaux d'appropriation au sein même d'une structure ou organisation donnée.

On constate ainsi que les recherches et études menées sur le monde virtuel numérique ne s'imposent pas de facto en synergie avec les traditionnelles thématiques, mais qu'elles avaient ouverts d'autres nouvelles pistes de réflexion ou les deux registres pouvaient se rejoindre sans se contredire. De même, les *habitus* académiques traditionnels dans les sciences de l'information et de la communication, ne se transforment pas naturellement pour s'élargir et adopter en synergie les propositions, réflexions et paradigmes relatifs au numérique.

Des dysfonctionnements méthodologiques peuvent s'installer et confortés par des certitudes scientifiques établies depuis longtemps, souvent bloqués par certaines idéologies...

Dans une Algérie contemporaine, les sciences sociales et humaines affichent une relative avancée en terme de production intellectuelle, et d'un autre coté, la culture numérique, n'a pas encore été précisément rendue possibles parce que des grandes initiatives ainsi que des disciplines ne se sont pas coordonnées, n'ont pas pu investir ce champ. L'absence de sponsors qui pouvaient subventionner le cadre institutionnel et les équipes de chercheurs correspondant ont contribué à la lenteur de la propagation de cette mouvance, en conséquent, la mise en place de nouveau contexte technique fut retardée.

La seconde interrogation qui doit être soulevée est la suivante : Comment la communauté de chercheurs ayant comme centre d'intérêt le monde numérique va-t-elle

théâtre, des forums et une universalité en images ; l'utilisateur devient le maître de ce langage qui jadis était l'apanage d'une forme de régularité bien précise. Aujourd'hui, ce dernier impose sa façon de faire et guide en quelque sorte les pratiques comme il le souhaite.

Face à ce constat, que penser ? Les foyers où pénètre la culture numérique restent, pendant un bon moment ou plusieurs mois, comme médusés sous l'effet de quelque philtre magique. Ils commencent à connaître ce qu'on nomme le vertige du numérique et se consacrent entièrement et collectivement à cette culture polyvalente. Autrement dit, à une culture participative dirigée vers un imaginaire de la contribution 1.

Il y a peu de temps, nos pères cherchaient leurs informations dans un journal qui leur donnait une vision des événements conforme à leur propre conception du monde, vision complétée par d'autres feuilles présentant les mêmes événements sous un jour différent. Il n'est plus ainsi avec la culture numérique... Ainsi, il est complexe d'analyser en termes de sciences de l'information et de la communication les nombreuses questions qui touchent à la culture numérique ; difficile aussi de lui trouver une source de légitimité.

La raison de cette situation peut être comprise sous différentes logiques, à savoir, une logique propre aux sciences de l'information et de la communication. De ce fait, les grands paradigmes sur lesquels se répartissent les chercheurs sont directement concernés et sont de ce fait, à la fois objets et sujets. Il est donc très laborieux pour des chercheurs d'un pays en voie de développement, de comparer sereinement leurs états d'appropriation de cette

de nouvelles perspectives, on peut citer par exemple, des valeurs économiques, des valeurs éthiques, qui sont associés aux rapports qui existent entre l'individu et la société, notre manière de faire, et aussi le lien social. Des questions ethniques aussi se posent, à savoir : Comment faire et comment agir dans un monde qui se trouve au même temps globale et local ? Comment penser le rôle politique de tout ce qui est participatif et contributatif et qui s'est mis en œuvre grâce au numérique ? C'est dans ce sens là qu'il faudrait comprendre le numérique comme une science et une culture qui introduit de nouvelles valeurs.

Au delà de cette hypothèse, nous pouvons également dire que le numérique a mis en avant de nouveaux critères sur ce qui a été hérité du passé, et là on pourrait réfléchir à tout ce qui est propriété intellectuelle, au patrimoine imprimé qui rend numérisation mais aussi, la création de nouveaux objets **et, dans cette hybridation entre les deux, il y a émergence d'un nouveau regard. Emergent surtout de nouvelles perspectives sur ce que sont à la fois la personne, l'individu et la collectivité. C'est en ce sens-là que l'on peut penser que le numérique est une culture. C'est cette première dimension qui donne au numérique cet énorme poids culturel.**

*... Du langage informatique vers un langage « internaute » ...*

L'utilisateur n'est pas omis, du moment où lui aussi est impliqué dans cette nouvelle mouvance, celle qui le rend plus actif et moins oisif. Elle distribue l'évasion, l'information, et régule nos pensées et nos besoins. Elle met à la disposition de chaque foyer qui possède un micro ordinateur, un journal quotidien, un cinéma, une scène de

nouvelle conquête se dessine, une conquête qui de nation à nation, de ménage en ménage, change la structure qui jadis formait nos loisirs. Une conquête décisive, car actuellement, le tsunami numérique a inondé toutes les maisons et est en train de reconfigurer et forger nos habitudes. **En effet, si le numérique est à la fois une science et une culture qui introduit de nouvelles valeurs, de nouveaux critères sur nos héritages culturels, la société peut-elle garder ses modèles sociétales, ses options de création de valeur hérités de la culture précédente ?**

Le numérique représente une étape nouvelle et décisive dans cette nouvelle conquête du public jeune ou non, oisif par les techniques de diffusion classique. Cette nouvelle culture se présente à nous comme une récapitulation de ce qui l'avait précédée et commune avancée percutante. Les moyens de communications ont occupé nos loisirs et l'arrivée du numérique prend une puissance que ne possédait aucun moyen moderne de diffusion. Cette culture utilise l'image, le son et si cela lui est nécessaire, l'écrit. Actuellement, elle prend une nouvelle place triomphalement au premier plan des loisirs modernes. Elle impose ses façons de voir l'actualité, de juger les événements et de distraire le public. Elle est devenue accessible à tous, nous sommes dans ce qu'on peut nommer un esprit de finesse, c'est-à-dire comment une technologie est passée à l'usager ou comment ce monde bâti sur un langage bien spécifique s'est retrouvé dans la sphère domestique ? Comment s'est produite la vulgarisation de cette pratique ? Peut-on dire alors que le numérique crée de nouvelles valeurs et quelles seraient ces valeurs ?

La culture numérique modifie notre regard sur notre héritage culturel, tout en introduisant de nouveaux objets et



التوتر التي من الممكن أن تنشأ مع علوم أخرى. كما يسمح لنا هذا العمل المتواضع أيضا باستخراج مظاهر منهجية جديدة.

▪ **Introduction:**

Le célèbre chercheur Bertrand Gille (Gille, 1978) disait «...Un nouvel ensemble technique ne s'installe vraiment qu'à deux conditions consubstantielles... la mise en place effective d'un environnement technique cohérent et l'installation d'une technoculture correspondante..» (L'usage et l'appropriation). Cette situation crée selon l'auteur l'émergence de nouveaux habitus méthodologiques et de nouveaux environnements techniques qui s'articuleraient avec les derniers progrès de l'information structurée et balisée, qui sont loin d'être adoptés et intelligibles dans une société ou le milieu académique des sciences humaines et sociales ne suit pas le pas.

Nous soulevons ici la question de la culture numérique au sein des recherches académiques, mais avant de s'arrêter sur ce volet, il serait opportun de comprendre l'avènement de cette culture et sa propagation effrénée.

• ***Le numérique passe du langage binaire à l'esprit de finesse***

Toute culture au sens général du terme, a pour fonction d'assurer l'information au public. Cette définition n'a pas perdue de son importance, ce qui diffère c'est le schéma ainsi que la configuration.

Actuellement, l'arrivée de la nouvelle mouvance prénommée : culture numérique a imposait en quelque sorte de nouvelles façons d'interpréter la notion même de la culture et a remis en question quelques postulats. Une

# **Puissance de la culture numérique et nouveaux habitus méthodologiques**

Par : **Dr.Fella BOURENANE**  
*Maître de conférences*  
*Ecole Nationale Supérieure de Journalisme*  
*et des Sciences de l'Information*

**Mots clés:***Culture numérique, habitus méthodologiques, usage, appropriation sociale, communication.*

ملخص:

تشكل الأبحاث المتعلقة بالثقافة الرقمية، موضوع اهتمامنا، لماذا؟ انطلاقاً من وجهة نظر حادة، يعرض هذا المقال قراءة متواضعة حول إدراج هذا المفهوم الجديد في المواضيع الأكاديمية المتعلقة بمجال الإعلام و الاتصال. و قد زاد الاهتمام المسلط على هذه الحركة الجديدة مع الطفرة التي شهادتها تكنولوجيات الإعلام و الاتصال. يقودنا هذا المسعى الاستكشافي إلى إعادة وضع المقاربة الخاصة بالثقافة الرقمية ضمن سياق معين وكذا تحديد خطوط



***Puissance de la culture numérique  
et nouveaux  
habitus méthodologiques***

**Par : Dr.Fella BOURENANE**  
*Maitre de conférences*  
*Ecole Nationale Supérieure de Journalisme  
et des Sciences de l'Information*



**CHIKH S.**, 1986 : « L'Algérie en Afrique » In Revue algérienne des relations internationales (2), deuxième trimestre, pp79- 110.

**DELLAL A.**, 2000 : L'eau et la frontière au Maghreb « vers une culture de la paix bleue », thèse de doctorat de géographie, Aix Marseille II, Tomes I et II, 579p.

**JOBERT M.**, 1983 : Préface de l'ouvrage de Bouchenane M, 1983, Pour un dialogue euro- arabe\_ BERGER-LEVRAULT pp.9.11.

**LACAN J.**, 1966 : Ecrits, cd.Senil , le champ freudien, Paris.

**LACOSTE Y.**, 1988 : Questions de géographie : l'Islam, la Mer, l'Afrique, livre de poche biblio essai.

**POP I.**, 1980 : Voisinage et bon voisinage en droit international, (préface de VIRALLY M.), A REDONE ; 383 P.

**VIRALLY M.**, 1972 : L'organisation mondiale, ARMAND COLIN, 587.

**VIRALLY M.** ; 1980 Préface de l'ouvrage de POP I. : Voisinage et bon voisinage en droit internationalEd. Redone.**VISSCHER CH.**, 1969 : Problèmes de confins en droit international public, Paris, Redone, 200 p.

concernés apportent leur contribution de manière concertée (voir intégrée) dans un même esprit de responsabilité, d'ouverture et de détermination, en tenant compte de leurs rôles respectifs, ainsi que de leur autonomie de décision. La coopération avec les pays partenaires, les organisations internationales, les organisations non gouvernementales et les autorités locales doivent être renforcées. Les principaux partenaires institutionnels recensés, concernés par la crise au Sahel sont pour l'essentiel l'ONU, l'UE et l'Union Africaine, etc. Il s'agit, en fait d'acteurs qui ont acquis une expérience et des compétences en matière de gouvernance, de sécurité et de développement stable et durable.

(1)Manque d'outils pour mesurer qualitativement les résultats des actions menées.

## **BIBLIOGRAPHIE**

**ANDRASSY I.**, 1953 : Les relations internationales de voisinage. La Haye, Académie de droit international, Recueil des cours, II, pp.77-182, Paris, bible, Les relations internationales de voisinage. Paris, Recueil Sirey, 110.

**BOUCHENANE M.**, 1983 : Pour un dialogue euro- arabe\_ BERGER- LEVRAULT.

**BOUAITA N.**, 1982 : « Le concept de bon voisinage positif dans la politique étrangère de l'Algérie », In Méditerranée : zone de paix, conférence internationale des juristes Alger, 10-12 décembre 1982 (Association internationale des juristes. Union des juristes algériens), pp-291-294.

(cela nécessite un accompagnement de grande technicité). Ceci nécessite surtout la création d'un contexte de confiance mutuelle. Le niveau régional est aussi nécessaire, mais en raison des limites de la coopération entre les Etats sahéliens, le cadre premier d'action de la stratégie intégrée reste les Etats voire des régions spécifiques de ces Etats. Reste, qu'une gestion intégrale sinon « globale » de la crise du Sahel pourrait contribuer à l'émergence d'une culture de la paix.

## **CONCLUSION : APPROCHE GLOBALE**

### **(gouvernance–sécurité-développement)**

#### **Le concept d'approche globale.**

Le concept est récent et s'est développé avec l'essor de la résolution des conflits, qui revêtent des caractéristiques nouvelles et très diverses depuis les dernières décennies.

Gestion intégrée, gestion intégrale ou approche globale concourent tous dans le même sens. Il s'agit d'admettre que l'action militaire, si indispensable car comment désarmer les parties en conflits ne suffit plus seule « **pour résoudre des conflits caractérisés par leur complexité et leur asymétrie, dont l'insurrection est devenue l'illustration** ».

Le fondement de ce concept réside dans la reconnaissance que l'action militaire seule ne suffit plus. Une gestion de crise au Sahel passe par l'adoption d'une approche globale faisant intervenir des instruments politiques, civils et militaires. Les seuls moyens militaires, même s'ils sont essentiels, ne suffisent pas pour relever les nombreux défis complexes qui pèsent sur la sécurité sahélienne. La mise en œuvre d'une approche globale exige que tous les acteurs



### (Nécessité d'une action commune)

Le terme « intégral » issu du latin *integer*, « entier » implique en matière de gestion de sortie de crise au Sahel que la totalité de l'espace régional soit géré selon les principes de la gestion intégrée. Appliquée aux zones frontalières, le principe de la gestion intégrale suppose – l'option : frontières fermées, avec son effet disjoncteur est à assouplir – C'est qu'à l'instar des animaux : « **délimiter, border, être chez soi, les Etats recherchent obstinément cette sécurité** » (BRAUDEL F., 1986). Il serait curieux de savoir la part que les chancelleries consacrent à l'activité concernant les frontières, leur délimitation et leur défense (sur le plan militaire, économique et humain : contrôle de l'émigration).

Rapprocher des problématiques de gestion de sortie de crise au Sahel de part et d'autres des frontières pour tenter de les « mouler » dans une seule grande problématique d'ensemble n'est pas encore chose aisée dans la région. Une telle

Problématique existe sur le terrain, mais faute d'outils et de connaissance. <sup>(1)</sup> Les pays concernés (Mali, Niger, Mauritanie) chargés de sa prise en charge réelle semblent ne pas saisir sa consistance et la réalité tangible de son contenu. Il est vrai que du point de vue institutionnel, une approche intégrée requiert une autorité pour donner de la cohérence à l'ensemble des actions menées et ne pas se focaliser seulement sur les résultats dans chaque secteur. Ceci est cependant une mesure qui demande l'adoption de critères de projets sécuritaires, de développement et de gouvernance assez avancés et des projets généraux rédigés avec très haute compétence technique et forte coordination

une culture, par une véritable culture de paix en quête d'une « nouvelle » façon de concevoir les relations de voisinage, en fait une nouvelle éthique. Les concernés (Etats et sociétés civiles) pourront ainsi réaliser par la paix, ce qu'ils n'ont pu obtenir par d'autres moyens.

### **3-5 LES EXIGENCES DE GESTION INTEGREE DE SORTIE**

#### **DE CRISE AU SAHEL.**

Il y a là une conviction qu'une approche intégrée et intervenant dans différents champs (politiques, économiques, militaires et culturels) est la plus à même de répondre aux défis sécuritaires au Sahel.

#### **DES PRINCIPES DE LA GESTION INTEGREE...**

Toutes ces questions, évoquées plus haut, relatives à la quête d'une sortie de crise au Sahel sont autant d'arguments en faveur d'une gestion intégrée. Intégrée par rapport aux programmes des émissions radiophoniques promouvant la paix et la tolérance, intégrée dans l'espace régional ou les populations locales ont manifesté

des attentes fortes dans le domaine de développement des entreprises (PME PMI) et de l'emploi, intégrée dans le temps avec des échéances à court, moyen et long terme, intégrée dans l'ensemble du développement économique, intégrée dans l'environnement considéré comme un tout , intégrée à tous les niveaux de la gouvernance (local, régional, national, international, mondial).

#### **... AU PRINCIPE DE LA GESTION INTEGRALE**

danger est une responsabilité de tous (chercheurs, décideurs, hommes politiques).

### 3-4 LE DIALOGUE POLITIQUE

**Un dialogue qui serait une « sincérité »  
et non une « habilité »**

(JOBERT M., 1983).

Il s'agit d'explorer toutes les voies possibles qui permettent de faire progresser de façon substantielle ce dialogue : **une entreprise au service de l'homme**. Il y a là manifestement la reconnaissance de la nécessité du dialogue et de la concertation. A cet égard, il est significatif et de très bon augure que les différents rapprochements enregistrés ça et là soient nommés « dialogue ». Celui-ci suppose un intérêt commun, et une bonne foi réciproque. Il y a donc proximité d'intérêt (JOBERT M., 1983). Il reste à savoir ce que recouvre ce concept de dialogue, quel contenu lui donne-t-on, quelle mission lui assigne-t-on ?... (BOUCHENANE M., 1983).

1) Comment faire naître cette confiance souvent absente dans les rapports inter – Maliens ?

**Dialoguer- c'est renoncer à l'agressivité, c'est reconnaître l'existence de l'autre, c'est lui témoigner du respect et de la considération ... (LACAN J., 1966). Une manière de persuasion empreinte de dignité dans une atmosphère de confiance et de respect mutuels : il est une éthique**

On ne peut pas se contenter d'une paix précaire basée sur un équilibre des rapports de force, mais de tenter **de construire la paix**, par le dialogue, par la connaissance c'est-à-dire par

que déploie tout un chacun pour instaurer, construire ou consolider la paix doivent porter sur les questions d'éducation et de sensibilisation, l'éthique de la recherche universitaire mais aussi sur les aspects politiques (les politiques publiques), économiques et sociaux, humanitaires et environnementaux et même sécuritaires (les aspects sécuritaires ne doivent pas être négligés).

### **-L'ajustement des situations**

L'action préventive exige que les faits soient connus rapidement et avec exactitude. Elle suppose une bonne compréhension des événements, fondée sur de solides analyses. Elle suppose aussi une maîtrise totale (disposer des renseignements détaillés dans la mesure du possible), cela suppose beaucoup de recherches théoriques et bibliographiques calées par un travail de terrain où la technicité des problèmes revête une grande importance.

**La collecte et l'analyse des informations, une concentration concrète sur les problèmes pourraient dans certains cas désamorcer un différend.**

Cette connaissance des problèmes et du terrain constitue déjà un premier pas non négligeable vers une action préventive efficace (l'incitation à la transparence). Elle

Facilite en tout cas le contact, le dialogue, la consultation, en un mot le rétablissement de la confiance mutuelle. <sup>(1)</sup> Elle permet de faire dépérir les causes du conflit (condition d'une paix durable). Déterminer l'existence d'une menace contre la paix – en analysant les situations qui risquent si l'on ne prend pas de mesures pour y remédier, de la mettre en

**l'égard de toutes les questions intéressant la région d'une même manière particulière.**

**Convaincus que les garanties les plus importantes pour atteindre cet objectif, résident dans l'élimination de toutes les causes de tension ».**

La politique de « bon voisinage » se manifeste par le développement à travers des frontières clairement délimités, d'une coopération transfrontalière mutuellement avantageuse (BOUAITA N., 1984, CHIKH S., 1986).

### **3-3 LA DIPLOMATIE PREVENTIVE<sup>(1)</sup>**

**Prévenir l'escalade d'un conflit « coûte » moins cher,**

L'action préventive s'attaque à la crise au Sahel à **« une tension due à une opposition d'intérêts, à une contraction de politiques »** (VIRALLY M., 1972). Il s'agit dans notre cas présent **d'éliminer les germes d'un conflit.**

Le recours à l'action (diplomatie ou autres) est très souhaitable et efficace pour apaiser les tensions au sahel, avant une éventuelle escalade.

(1) Préventive adj. (Lat. praeventum, de praevenire, devancer) –qui est destiné à prévenir, à empêcher un conflit, l'élimination des différents et situations qui peuvent menacer la paix.

Il s'agit d'agir rapidement afin de circonscrire et d'en éliminer les racines profondes de la crise au Sahel. Elle exige, que des mesures efficaces soient prises. La paix doit être envisagée selon l'optique intégrée et les efforts

## **LE CONCEPT DE « BON VOISINAGE POSITIF »**

Cette coopération transfrontalière a permis l'émergence du concept de « bon voisinage positif » dans la politique étrangère de l'Algérie. Concept pris comme une nouveauté dans la terminologie juridique.

Dans un discours le 4 juillet 1972, le président Boumediene avait déjà tracé les prémices de ce concept de « bon voisinage positif ».

**« Rejetons le repli sur nous –mêmes, l'époque actuelle est aux regroupements et aux ensembles destinés à la défense des intérêts communs à de vastes zones géographiques ... Nous avons tracé des frontières pour mieux les effacer... »**

C'est précisément cette idée qui sera développée par le président Chadli Bendjedid dans un discours sur l'Etat de la nation en date du 20 décembre 1981.

**« La politique étrangère de l'Algérie est,..., le reflet de sa politique intérieure... Sur le plan régional, l'Algérie qui appartient à la fois au MAGHREB et au groupe des pays sahariens, a veillé à concrétiser les principes du bon voisinage positif. Le simple bon voisinage, dont la signification se limite seulement aux principes de non agression et de non ingérence dans les affaires intérieures d'autrui, est en effet, insuffisant en lui-même pour garantir la stabilité et l'entente. Aussi est-il impératif de lui donner une dimension positive par l'établissement d'une coopération fructueuse au profit des peuples et d'une complémentarité des intérêts. Au bénéfice des Etats concernés, et par la coordination entre eux à**

résolution de sortie de crise au Sahel nécessite une action globale, permanente, menée avec engagement, méthode et discernement avec les moyens à la mesure de la menace. Malgré les efforts importants consentis pour maîtriser cette question sécuritaire, les pays sont conscients que cette lutte est complexe et qu'elle nécessite des moyens encore plus conséquents qui dépassent largement leurs possibilités. Pays pauvres, ils ne disposent ni des ressources financières, ni du personnel qualifié qui leur permettraient de maîtriser le problème par leurs propres moyens. C'est pourquoi, seule une solidarité, tant sur le plan régional qu'international est à même d'améliorer l'efficacité des actions de sortie de crise.

Il faut comprendre que l'enjeu est régional, non seulement du fait de son ampleur et de son caractère d'urgence, mais également en raison de ses causes et de ses effets qu'ils s'étendent bien au-delà du Sahel (vers la Tunisie et Libye). Les conséquences qui se font sentir à l'échelle du Sahel attestent, sans équivoque possible, l'interdépendance des réalités et rendent nécessaire, une coopération régionale. C'est tout un tissu de solidarités économiques, politiques et culturelles qui doit se déployer entre les pays. C'est dire que rien de positif ne saurait durer en l'absence d'une volonté politique et d'une organisation d'un dialogue utile et sincère basé sur des données fiables nécessaires à la bonne compréhension des problèmes sahéliens afin de mieux les résoudre dans un esprit pacifique, d'équité, de bon voisinage et de coopération.

## **Comment définir les priorités de la recherche scientifique dans ce domaine ?**

Il importe de faire œuvre de pédagogie car « **LA PAIX, ICI AU SAHEL, AUSSI ÇA S'APPREND.**»

\*Ancien secrétaire général de l'Unesco

### **3-2 LA POLITIQUE DE VOISINAGE DANS LA NOUVELLE**

#### **CONFIGURATION GEOPOLITIQUE DU SAHEL.**

**Les principes de voisinage.** \_Le principe de « très bon voisinage »

**Un principe qui s'apparente au principe de bon voisinage positif qui a émergé au début des années 1980.** Une bonne coexistence (principe de voisinage) et une coopération élémentaire (principe de bon voisinage). L'Algérie a apporté son aide et son assistance à de nombreux pays africains (Niger, Mali, Mauritanie...), qui ont connu des catastrophes naturelles, des crises ou toutes autres difficultés. Le cas au Nord du Mali où l'Algérie a continué à assumer son rôle de médiateur est là pour l'attester. L'Algérie a décidé d'ouvrir une fois tous les quinze jours ses frontières avec le Mali, par soucis pour les familles des deux côtés. La mesure a été prise en raison de relations familiales entre les populations algériennes et maliennes vivant dans la zone saharienne.

A côté de ces obligations, il en dégage d'autres telles que l'obligation de coopérer d'une manière plus intensive et même d'intégration. Il y a là lieu de s'efforcer de concilier tous les intérêts en présence. La



géographique). Reprenant, à notre compte le questionnement de BADRAN A\* Serait-il possible, en analysant le passé, en étudiant le présent, d'extrapoler vers le temps lointain ? La réponse est pour le moins incertaine.

**Mais, que deviendra-t-il plus tard le Sahel (sinon le Nord-Mali), si nous laissons les choses sur leurs lancées actuelles, sans intervenir, tout au moins pour ce qui est de notre ressort ?**

**III- POUR UNE CULTURE DE SORTIE DE CRISE AU SAHEL (Le vouloir vivre ensemble & la solidarité).**

**« Il est urgent de mieux  
partager le savoir  
en vue d'une meilleure  
prévention »**

**MAYOR F., 1998\***

### **3-1 L'IMPORTANCE DE LA RECHERCHE**

On dit qu'il n'ya guère de recherche ni de progrès sans un échange constant d'informations scientifiques et techniques. **Quelle place la question du Sahel occupe-t-elle dans les programmes de recherche en Algérie? En quoi ce thème de la crise du Sahel concourt-t-il ou oblige-t-il à infléchir les orientations de recherche.**

**Interrogations de la recherche :**

**Comment utiliser les connaissances actuelles et en acquérir de nouvelles pour faire évoluer le Sahel (et la Mali) vers une sortie de crise durable ?**

**Comment faire en sorte pour que la communauté scientifique participe efficacement à cette problématique ?**

<p><b>_le caractère enclavé</b></p> <p>_le sous équipement de l'habitat (taux de précarité des logements)</p> <p><b>Le but</b></p> <p><b>Assurer une présence humaine permanente aux frontières_ stopper l'exode rural_ une préoccupation relevant d'un impératif géopolitique</b></p>		<p><b>Tamanrast).</b></p>	<p><b>nts de population s le long des zones frontalières dans un territoire immense et par endroit sous-peuplé parcouru par des nomades.</b></p>
--	--	---------------------------	--

Source : élaboration **DELLAL Abou- El-Kacim, 2014.**

## **2-2 .GEO PROSPECTIVE D'UNE PAIX DURABLE AU SAHEL.**

### **(ANTICIPER L'AVENIR – L'AVENIR EST-T-IL PREVISIBLE ?)**

Il est toujours souhaitable d'anticiper les événements, mais il n'est pas toujours aisé de fournir des explorations à longue échelle de temps, de reconnaître des tendances durables et des cycles qui autoriseraient des prévisions (DRESCH J., 1978), transformer la réflexion sur le futur en activité scientifique décisionnelle.

Pour nous, les choses sont peut-être plus simples, il s'agit d'appliquer une méthode d'origine latine « **la méthode prospective** » à des régions frontalières (tâche éminemment

Nature et contenu du document	Niveau géographique et horizon d'étude	Identification de la problématique	Principaux résultats et stratégies de mise en œuvre
<p><b>Etudes des zones frontalières 1985-1987</b></p> <p><b>Identification et recensement sur le terrain des « centres de vie »</b> éligibles à recevoir les équipements et les aménagements nécessaires à leur promotion.</p> <p>Le choix de ces « centres de vie » s'est fait sur la base d'une typologie basée sur les critères suivants :</p> <p><b>_ le peuplement</b></p> <p><b>_ la proximité de la frontière</b></p> <p><b>_ l'absence d'infrastructures économiques d'activités.</b></p>	<p><b>Niveau régional voir local bande frontalière 15 à 20 km de part et d'autre de la frontière.</b></p>	<p>Fixation des populations</p> <p>_ Exploitation des ressources locales</p> <p>_ Développement des activités économiques</p> <p>_ Amélioration des dessertes en services et en équipements</p> <p><b>_ L'occupation rationnelle du territoire (renforcement de la présence de l'administration)</b></p> <p>_ La création de Centres de vie nécessite la mobilisation de l'eau (<b>la question de l'eau à</b></p>	<p><b>Une urgence qui varie en fonction du contexte géopolitique des zones frontalières</b> (frontière fermée , Frontière ouverte</p> <p>Frontière chaude</p> <p>Frontière tiède</p> <p>Frontière froide)</p> <p><b>L'objectif :</b></p> <p><b>Localiser les groupements</b></p>

- création d'emploi car l'agriculture ne peut pas fournir à elle seule tous les emplois nécessaires ;**
- satisfaction des besoins locaux.**

Les schémas de désenclavement (programmes de base ou centres de vie) doivent se mettre en place au niveau des bandes frontalières. Les actions de coopération concernant les zones frontalières ont néanmoins permis l'émergence sur la scène politique du nouveau concept : « **le bon voisinage positif** ». Ce dernier, a pu être défini comme le pendant de la fixation des frontières. La frontière, barrière politique et idéologique, céderait le pas à celle définie comme un lien, un pont de coopération et d'échanges mutuellement avantageux. Il est question de la réalisation d'un effort tout particulier en faveur des échanges transfrontaliers pour supprimer les derniers « **obstacles géographiques** ».

### **PROMOTION DES ZONES FRONTALIERES**

(Problématique et stratégie de mise en œuvre dans les documents d'aménagement du territoire en Algérie)

frontalières périphériques et marginalisées. Les PMI préconisées restent liées aux ressources locales, à l'agriculture, à l'artisanat et à la sous-traitance. La majorité des terres au niveau des centres retenus sont utilisées comme des terrains de parcours.

Le déficit en main d'œuvre agricole, le faible taux de mécanisation et la nature du terrain expliquent largement cette situation. L'élevage constitue leur principale ressource. Les sols ne sont pas toujours favorables à une agriculture performante.

Cette zone fortement sous-peuplée est caractérisée par une forte proportion de la population nomade.

Cette zone saharienne est dominée par une activité pastorale, l'agriculture pratiquée est de type « saharien » c'est une agriculture d'autosubsistance qui ne procure aux exploitants qu'un revenu d'appoint.

Or tout l'intérêt de l'étude frontalière est basé essentiellement sur l'aménagement hydro agricole prévu dans la région : condition essentielle pour fixation des populations sur les sites à ériger en « centres de vie » le long de cette bande frontalière. Les liaisons viables. Cette région est sous peuplée par rapport à la taille de son territoire. L'inexistence des eaux superficielles suppose que l'on se retourne vers les eaux souterraines, puits, forages. Or, elle existe cette eau. La plus importante d'entre elles, est celle du complexe terminal et du Continental intercalaire.

Les perspectives de développement industriel recherchées au niveau des centres de vie de la région semblent résider dans l'atteinte des objectifs suivants :

**-mise en valeur des ressources locales (PMI) ;**

- **amélioration des conditions de vie et augmentation des revenus ;**
- amélioration des dessertes en services et en équipements ;**
- occupation rationnelle du territoire (renforcement de la présence de l'administration).**

Une frontière vivante l'emporte toujours sur une frontière inerte, même si elle est délimitée par les traités. Après une fixation des frontières par les traités succède le temps de l'aménagement du territoire.

La création, le développement et le renforcement des centres de vie deviennent une nécessité impérieuse pour maintenir en place la population de ces zones frontalières et permettre même le retour des familles qui ont émigré. Les investissements à prévoir doivent améliorer les conditions de vie de ces populations et développer des activités pour créer des emplois. Les actions doivent porter sur des unités de types pastoraux (aménagement des points d'eau), agro-pastoral, industriel et artisanales en fonction des potentialités de chaque zone. La localisation des unités est d'une importance capitale, car il s'agit de les implanter non loin du centre de vie. Cette réanimation de ces régions périphériques nécessite le développement des infrastructures de liaisons et de transport pour accroître leur intégration au reste du pays. Les activités agricoles ne procurant pas un revenu suffisant aux exploitants (le complément vient souvent des revenus de l'émigration et du commerce informel transfrontalier) . La concentration de l'emploi joue un rôle considérable dans l'attraction de la main d'œuvre des zones

(2) Malgré ses lacunes, cette étude a le mérite d'être pionnière. Elle a permis de récolter beaucoup de données intéressantes sur cette bande frontalière algéro-tunisienne.

## **TYPOLOGIE ET ETUDES CRITIQUES DES CHOIX D'IMPLANTATION DES CENTRES DE VIE**

Le choix de ces centres s'est fait sur la base d'une « typologie » basée sur les critères suivants : le peuplement, la proximité de la frontière, l'absence d'infrastructures économiques et d'activités, le caractère enclavé, le sous équipement et taux de précarité des logements. L'objectif consiste à localiser les groupements de population le long des zones frontalières dans un territoire immense et par endroits sous-peuplé (parcouru uniquement par des nomades: bandes frontalière Grand Sud).

La sédentarisation d'une partie de cette population contribue à la fois à améliorer leurs conditions de vie et à assurer une présence humaine permanente aux frontières.

### **LES OBJECTIFS DES CENTRES DE VIE**

L'objectif visé est de dégager des perspectives de développement en vue d'améliorer les conditions de vie des populations. Cet objectif principal comporte plusieurs volets (ou sous projets) qui peuvent être énumérés comme suit :

- **maintien des populations sur place (fixation des populations) ;**
- **exploitation des ressources locales ;**
- **développement des activités économiques ;**

**aménagement pour qui ? Pour quoi ? (FISHER A., 1979, QUERMONE J. L., 1969).**

## **2-1 .LE RECOURS A L'ETUDE ANAT RELATIVE A LA PROMOTION**

### **DES ZONES FRONTALIERES (1985-1987)**

#### **L'INTERET DE L'ETUDE**

L'étude des zones frontalières menée par l'ANAT entre 1985 et 1987 avait pour objet l'identification et le recensement sur le terrain des « centres de vie »<sup>(1)</sup> les plus éligibles à recevoir les équipements et les aménagements nécessaires à leur promotion et à leur développement. En fait, ce que nous appelons étude ANAT des zones frontalières sont deux études : une première étude faite à l'Est du pays sur la bande frontalière algéro- tunisienne.<sup>(2)</sup>La seconde étude qui traite de la bande frontalière algéro-marocaine semble mettre plus l'accent sur l'histoire, pose une problématique intéressante et dégage une typologie pour le choix des centres de vie.

(1)- Qu'est-ce qu'un centre de vie ?

Il s'agit d'unités « qui ont moins de 4000 habitants chacun, d'un caractère plutôt rural que semi rural. C'est par exemple, des anciennes fermes devenues villages socialiste de la révolution agraire (VARA) dépourvues de presque tout : pas ou peu d'électrification, pas d'écoles, ou des annexes d'écoles, pas d'unités de soins (polycliniques) parfois une salle de soins. Ils sont pratiquement tous situés tous près (collés) de la frontière.

Les centres de vie retenus s'élèvent à 53(voir annexe).



**L'aménagement du territoire se renierait s'il n'était pas décentralisé.**

## **LES DIFFERENTS TEMPS DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE**

**L'aménagement est pratiqué à différentes échelles de temps. Rapport entre le présent et le futur. L'aménagement consiste – t-il à projeter le présent dans le futur -de façon à assurer la pérennité du système ou bien à modifier le présent pour l'adapter à un futur souhaité-ce qui suppose l'existence d'un projet social? Est-t- il possible de distinguer et de définir les différents temps ? Pour faire simple, on dira qu'il compte deux situations de dix et de vingt ans, rien n'est étonnant car l'aménagement est par essence de l'ordre de long terme. L'aménagement du territoire n'appartient pas au passé.**

**C'est le temps des études et de la recherche car les objectifs, les priorités et les choix restent à déterminer. C'est avant tout, pour nous, le temps de l'interrogation fondamentale sur le type de société « sahéenne » et sur le contenu du projet social « sahéen ». « Pourquoi aménager l'espace ? ». L'aménagement du territoire est une démarche de géographie volontaire. Une véritable politique d'aménagement du territoire ne saurait se réduire à une simple juxtaposition de techniques, celle de l'ingénieur, de l'architecte et de l'administration. Elle traduit un projet de société comportant des objectifs collectifs et une vision d'avenir. Elle tente de répondre à la question fondamentale. Un**

## ACTUALITE DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE AU SAHEL

Pays très centralisé, les pays « sahéliens » connaissent peu un aménagement « réel » du territoire. Il faut préciser aussi que le concept « d'aménagement du territoire » ne recouvre pas les mêmes réalités selon les pays. (Le Nord – Mali en souffre).

### L'IDEE REGIONALE DANS L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE.

L'aménagement est une notion multi- scalaire, pratiqué à différentes échelles (un espace gigogne).

L'emboîtement d'échelles qui en résulte pose au moins deux problèmes : celui de la compétence c'est-à-dire du pouvoir réel de tel ou tel acteur, le second se pose en termes de concurrence (quand il n'y a pas complémentarité voir mieux une réelle solidarité ?)

Les actions d'aménagement sont surtout liées à l'échelle régionale – « **c'est l'espace accessible aux hommes** » (l'œkoumène, espace habité). Les espaces ne sont pas homogènes et les politiques d'équipement doivent être adaptées aux besoins et aux atouts spécifiques de chaque région. **Il s'agit de reconnaître qu'il existe une dimension géographique aux problèmes sécuritaires au Sahel.**

Pratiquer une politique territoriale, c'est d'abord admettre qu'il ne faut pas appliquer systématiquement les mêmes mesures partout. **Dans le cas d'espèce, il s'agit de tenir compte de la diversité des conditions d'aménagement dans les régions frontalières, évité d'imposer des exigences inadaptées ou inutilement sévères par pur souci d'harmonisation.**

## II - LE RÔLE DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE DANS LA RESOLUTION DE LA CRISE AU SAHEL

Le présent article intègre la préoccupation de l'aménagement du territoire, car les distorsions observées dans la répartition déséquilibrée des populations et des activités participaient également à la dégradation constante de la situation sécuritaire. **Est- il besoin de souligner l'importance du lien dialectique entre la sécurité, la frontière et l'aménagement du territoire ?** L'aménagement du territoire a ici un rôle très important à jouer.

### L'INFLUENCE DE L'ECHELLE GEOGRAPHIQUE

Nous changeons d'optique parce que nous changeons d'échelle, le phénomène est d'importance puisqu'à changer d'échelle, les phénomènes changent parfois non seulement de grandeur, mais de nature : nature de perception des phénomènes, donc du diagnostic, degré de généralisation,...L'on passe de la frontière limite à la frontière espace. **On peut éviter ainsi « l'effet disjoncteur » de la frontière ligne (limite).**

La sécurité apparait donc comme une contrainte qui s'impose à des politiques d'aménagement du territoire. Et les objectifs fixés doivent être à la taille des problèmes posés. Le fait frontalier qui a longtemps marginalisé ces zones, conduit actuellement à leur accorder une place prioritaire.

**LES NOUVELLES PERSPECTIVES DE  
L'ETUDE DES FRONTIERES  
ESSAI DE TYPOLOGIE**

<b>I- Les tendances traditionnelles</b>	<b>II- L'évolution en cours</b>	<b>La perspective</b>
<p><b>-L'approche du droit et de l'histoire</b></p> <p><b>-Frontière et souveraineté</b></p> <p>(approche juridique)</p> <p>Frontière, <b>litiges</b>, intégration et la paix (l'approche historique)</p> <p><b>-La contribution de la géographie politique</b></p> <p><b>-L'influence des autres sciences.</b></p>	<p><b>-La nouvelle dimension</b> sociologique dans l'étude des frontières.</p> <p>Frontière, peuples et <b>culture</b> (approche sociologique)</p> <p><b>-De l'approche géographique à l'approche globale</b></p> <p>Frontière, <b>échange, planification et aménagement du territoire.</b></p>	<p><b>-Capacité à anticiper</b></p> <p>Existence d'un projet global</p> <p><b>-Etudes prospectives</b></p> <p>Bilans prévisionnels</p>

Source : Abou-EL-Kacim DELLAL, 2014.

est vrai que les frontières « coupent » des territoires, il reste qu'elles sont également susceptibles de les « relier ».

Il s'agit de considérer l'espace frontière ou la zone frontière, comme un cadre des activités des hommes en tant qu'agents de développement (Etats, collectivités locales, frontaliers). Par opposition à la frontière – ligne qui est un trait réel ou imaginaire qui sépare deux espaces contigus- « La frontière- zone » ou « zone frontalière » ou encore bande frontalière ou (frange frontalière)ne peuvent être assimilées à une ligne. Notions de « zone » et de « bande » méritent d'être distinguées, car si pour la « zone », je retiens l'idée d'espace, d'étendue, parfois d'une région, pour le mot « bande », c'est l'idée d'étroitesse et de longueur (un espace long et étroit) qui l'emporte. Le terme « frontalière » est un adjectif qualifiant l'espace avoisinant une frontière (terre, pâturages, frontaliers, etc...).

Dans une politique d'aménagement du territoire, on ne peut plus concevoir la frontière comme une rigoureuse ligne de séparation, mais comme une composante de territoire dont l'intérêt humain peut-être déterminé en totalité ou en partie par la présence d'une frontière, comme une réalité proche qui se prête à une gamme d'utilisations-le « **fait frontalier** ».

**Par « fait frontalier », on entend le territoire dans lequel est ressenti le voisinage de la frontière (existence et intensité).**

En réalité, la plupart des problèmes de gestion des ressources naturelles, de transport, d'entraide et de contacts entre habitants se posent dans des zones dont la largeur est de 20 à 30 kilomètres.

pacifiques entre voisins. Il est d'une utilité et d'une importance évidentes pour prévenir et enrayer les conflits, pour réduire le danger de voir dégénérer ces conflits en tentions graves. Les règles de voisinage demeure des règles de bonne conduite favorisant la coexistence pacifique, le maintien de l'ordre et une coopération avancée et harmonieuse. Elle consiste en une attitude de bonne volonté, d'amitié, de compréhension, de sollicitude à l'égard des problèmes et des besoins de voisin. L'idée est de faire preuve d'amitié. Le bon voisinage n'est plus seulement **« l'apanage des relations bilatérales des pays voisins, mais un concept nécessaire aux relations les plus larges des pays de la même zone géographique »**(POP I, 1980).

## I-« ESPACES FRONTIERES »

### (CONSIDERATION DE METHODE)

**« En tant que produit de l'histoire, de la géographie ou de la combinaison des deux, les frontières n'ont de sens qu'en relation avec les espaces qu'elles délimitent et les hommes qui vivent à l'intérieur ».** (LACOSTE Y., 1988).

Les frontières doivent être envisagées à partir d'une approche globalisante. Ces espaces frontières- **« zones identifiables »**- organisées autour de la frontière et plus ou moins reliés et intégrés au reste du territoire et à son économie globale.

L'étude des « espaces – frontières » n'a de sens et d'intérêt que **« si elle scrute et permet de comprendre l'usage que les hommes en font »**. Une géopolitique de la frontière au sahel s'attache à élucider les stratégies des acteurs (les peuples des frontières).S'il

▪ *Introduction:*

« LA SCIENCE N'A QUE FAIRE DEL'INEFFABLE ;  
IL FAUT LUI PARLER DE VIE SI ELLE VEUT LA  
TRANSFORMER »

ROLAND BARTHES

Les relations internationales de voisinage existent dès qu'il y a coexistence des Etats contigus. Elles naissent de la proximité (contiguïté, contacts physiques ou la proximité des territoires de deux pays – contiguïté géographique). Dans le contexte régional de l'Algérie, les relations de voisinage résultent de la présence d'une frontière immense (7000km). Le voisinage international est lié à la présence des frontières (**la frontière est une zone vivante**). C'est dans les zones frontalières – espaces limitrophes s'étendant des deux côtés de la frontière commune qu'existent au fond, des rapports de voisinage. Le bon voisinage confère aux pratiques des Etats basés sur la bonne foi une portée importante. Les soumet dans leur politique d'aménagement du territoire par exemple à une discipline louable qui consiste à prendre en considération des effets de leur politique d'aménagement sur les milieux humain et écologique des pays « voisins ». Le bon voisinage figure dans les préambules des traités entre pays voisins ou même des traités multilatéraux .

Le bon voisin c'est celui qui observe les règles garantissant la paix et la bonne entente avec ses voisins (réduire les tensions). Si l'on considère les traités de bon voisinage proprement dit, on constate que le règlement pacifique des conflits fait partie de tous ces traités. Le bon voisinage se réfère toujours aux relations

**«Vers une culture de la paix »  
au sahel  
(l'approche globale)**

**Par :Dr. Abou-El-Kacim DELLAL**  
Chargé de Cours  
*Ecole Nationale Supérieure  
des Science politiques*

**Mots clés:***Aménagement du territoire, approche globale,  
culture, dialogue politique, prospective, voisinage.*

**ملخص:**

المقاربة الشاملة تعني الاعتراف بأن العمل العسكري كونه مهم  
لنزع الأسلحة من الجهات المتنازعة لا يكفي لحل النزاعات  
الموصوفة بالتشابك (complexité).  
حل الأزمة في الساحل تمر عبر تبني مقاربة شاملة عن طريق تدخل  
آليات سياسية / مدنية وعسكرية.





***« Vers une culture de la paix » Au sahel  
(L'approche globale)***

**Par : Dr. Abou-El-Kacim DELLAL**  
**Chargé de Cours**  
***Ecole Nationale Supérieure des Sciences Politiques***

(12)Emmanuel- Arnaud Pateyron, Le management stratégique de l'information, Economica, 1994, p.5

(13) André D. Robert, Annick Bouillaguet, L'analyse de contenu, Que sait-je ? n° 3271, PUF, 2<sup>ème</sup> édition, 2002, p.4

(14)Idem, p. 5

(15) Ibidem, pp. 6-7

d'analyse peut se faire en interne avec les moyens propres de l'entreprise ou sous-traiter partiellement ou totalement ces activités auprès d'une agence spécialisée.

▪ **Sources bibliographiques :**

(1) Jacques CHAUMIER, systèmes d'information. Marché et technologies, Entreprise moderne d'édition, Paris 1986. (Souligné par nous).

(2) Paul Watzlawick, La réalité de la réalité. Confusion, désinformation, communication, Editions du Seuil, Paris 1978, p. 9

(3) Idem, p. 13

(4) Ibidem, p. 35

(5) Frédéric Nef, Ambiguïté, vague, indétermination, InBRISES, Ambiguïtés et évaluation de l'information, Bulletin de recherche sur l'information en sciences économiques, humaines et sociales, octobre 1985 N°7, éditions CDSH, paris, pp 14-20

(6) Cité par Frédéric Nef

(7) Corblin F., Anaphore et interprétation des segments nominaux, Thèse d'Etat, Paris VII, cité par Frédéric Nef

(8) Christian Lujan, Savoir réussir une négociation, In Diriger et motiver, ouvrage collectif, Editions d'organisations 1997, Editions Chihab 1997 pp. 109-135

(9) Guy Amoureux, Maîtriser l'art de communiquer, In Diriger et motiver, ouvrage collectif, Editions d'organisations 1997, Editions Chihab 1997, pp.73-108

(10) Idem

(11) Idem, p. 80

#### 4- l'interprétation des résultats

C'est une étape très intéressante de l'analyse de contenu qui montre dans quelle mesure la grille établie a été pertinente. On vérifie si les résultats obtenus répondent aux hypothèses émises et surtout **inférer** c'est-à-dire faire une analyse en profondeur qui permet d'avancer des propositions et de tirer des conséquences. Cependant, les résultats chiffrés obtenus ne doivent pas occulter l'intelligence et l'esprit de finesse de l'analyste. Il doit en particulier essayer de répondre à la question du **pourquoi** ? Qui souvent ne trouve pas de réponse dans le texte analysé.

**Remarque :** *Les analyseurs ( logiciels informatiques) contribuent à faciliter grandement le travail d'analyse de contenu ( Indexation, rédaction de résumés, recherche d'occurrences, calculs statistiques, ...), sans toutefois qu'on arrive à se passer des analystes*

*(Experts humains).*

##### ▪ **Conclusion**

Aucune institution, entreprise, organisation ne peut se passer, aujourd'hui, de l'information. Pour être performante et efficace, elle doit prendre ses décisions sur la base de l'analyse de l'information. Cette dernière ( l'analyse de l'information) nécessite de disposer de moyens humains pluridisciplinaires de haut niveau en sciences sociales et humaines ( veilleurs et analystes). De même qu'il est impératif de bénéficier des avantages des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) pour faciliter le travail et gagner du temps. Le travail de veille informationnelle et

## **2- la catégorisation**

C'est une phase-clé de l'analyse de contenu. On élabore une grille de catégories qui va nous servir à enregistrer tous les éléments pertinents du corpus afin de classer par thèmes ou catégories thématiques pour faire le décompte ou comparer des documents. Souvent, il est nécessaire d'avoir des sous-catégories ou des items. L'analyse de contenu ne vaut que par la pertinence des catégories. Les catégories doivent répondre à quatre caractéristiques fondamentales :

- **La pertinence**

L'analyste doit repérer et choisir les catégories les plus importantes et les plus significatives. Des catégories banales vont appauvrir l'analyse et manquer de précision.

- **L'exhaustivité**

Il est important de prendre en considération toutes les catégories jugées pertinentes.

- **L'exclusivité**

Chaque catégorie doit être différente des autres.

- **L'objectivité**

L'analyste doit choisir les catégories en toute objectivité et honnêteté.

## **3- Le codage et le comptage des unités**

Il s'agit de définir des unités de découpage du contenu pour remplir la grille d'analyse. On distingue généralement l'unité d'enregistrement : mot, phrase, ligne, paragraphe, syntagme, thème, image. L'unité de contexte permet d'opérer un choix en cas d'hésitation.

L'un des grands problèmes des sciences sociales et humaines, ajoute-il, à juste titre, s'agissant de l'analyse de contenu, est comment arriver à faire une lecture qui apporte quelque chose de nouveau à l'analyste ? Ce dernier doit se détacher de son a priori idéologique, politique ou affectif. Plutôt que d'exagérer son interprétation personnelle qui risque d'induire le décideur en erreur. Il doit construire une interprétation sur la base de preuves vérifiables. (15)

Habituellement, l'analyse de contenu se fait sur la base d'une grille comportant quatre étapes après avoir défini une problématique ou identifier le ou les problèmes à traiter:

### **1- définition du corpus**

Il s'agit de collecter et sélectionner les documents à utiliser. On applique alors le modèle de Lasswell

Qui dit ? ( Etude de l'émetteur)

Quoi ? ( Analyse de contenu)

A qui ? ( Etude du récepteur, des récepteurs ou du public)

Par quel canal ? ( Etude des moyens)

Avec quel effet ? ( Analyse de l'effet ou de l'impact)

Il reste entendu qu'en matière d'analyse de contenu, la question quoi ? (Qu'est-ce qui est dit ?) est centrale.

Dans ce cadre, l'étape dite de la catégorisation est considérée comme essentielle

formation dans le domaine de la communication orale et écrite, il en est autrement pour les ambiguïtés volontaires. Dans ce dernier cas, c'est l'émetteur qui a recours volontairement aux ambiguïtés pour des raisons de stratégie.

#### **IV- L'analyse de contenu et la prise de décision**

*« Le contenu recouvre ce qui se dit, ce qui est identifiable, pour chacun des interlocuteurs, par l'intelligibilité du vocabulaire, des arguments, des exemples » (11)*

Pour Emmanuel- Arnaud Pateyron, toutes les actions menées par une organisation ont pour point commun des prises de décisions basées sur l'acquisition et le traitement de l'information nécessaire. (12)

*« L'analyse de contenu stricto sensu se définit comme une technique permettant l'examen méthodique, systématique, objectif et, à l'occasion, quantitatif du contenu de certains textes en vue d'en classer et d'en interpréter les éléments constitutifs, qui ne sont pas accessibles à la lecture naïve. Texte désigne ici tout type de production, verbale, écrite ou orale, et renvoie aux problèmes posés par le langage et les situations d'énonciation. »(13)*

Comme le souligne ce même auteur, l'analyse de contenu concerne aussi les images fixes ou mobiles ainsi que d'autres « entités signifiantes ». (14)

En somme, tout ce qui peut avoir du sens peut faire l'objet de l'analyse de contenu.



*ou non, en fonction de nos priorités du moment et de notre capacité à anticiper leur utilité. » (9)*

Il est bien évident, que considérer une information comme importante ou pas est une lourde responsabilité. Ce qui est déjà une décision stratégique.

Il ajoute que : « *la pression de notre environnement, et en particulier la confusion entre **information** et **communication**, la première prenant de plus en plus le pas sur la seconde.*

*Ce qui caractérise l'information, c'est qu'elle est centrée sur la question du **quoi** : de quoi parle-t-on, quelle signification cela a-t-il ? Ce qui caractérise la communication, c'est qu'elle est centrée sur la double question du « **pourquoi** » et du « **pour quoi** » ? Pour quelles raisons traitons-nous de tel sujet, et pour quel but, quels résultats ? » (10)*

Ce que dit l'auteur est extrêmement important dans la mesure où beaucoup de managers croient qu'en mettant en place un Intranet à l'entreprise, les problèmes d'échanges d'informations et de communication sont réglés. Ce qui est totalement faux étant donné que le contenu qui circulera dans ce système dépend de la volonté d'échanger et de communiquer des personnes concernées. On peut même échanger des informations « froidement » sans qu'il y ait désir de communiquer réellement.

#### **g- Ambiguïtés « volontaires » et « involontaires »**

Si les ambiguïtés involontaires sont dues à des problèmes linguistiques, d'expression ou de confusion entre concepts, peuvent être traitées ou atténuées par une

Il est impossible à travers l'information contenue dans ces deux phrases de savoir est-ce que ce sont les médecins et les malades qui sont très contents ou l'une des parties seulement.

### **c- l'ambiguïté pragmatique**

C'est une expression vague ayant plusieurs sens en fonction de la situation et du contexte.

Ex. Je ne vous lâcherai pas !

La communication non-verbale dans le contexte où a été prononcé cette phrase peut faciliter son décodage.

### **d- L'ambiguïté sémantique**

*« La sémantique est l'étude du langage du point de vue de la signification des mots. Les mêmes mots n'ont pas la même signification pour tout le monde, ce qui peut conduire le récepteur à donner aux phrases, aux mots entendus, des acceptions différentes. Le passage du signifiant ( le mot utilisé) au signifié (le mot tel qu'il est compris) peut donc être source de conflit »(8)*

Ex. Vous êtes fatigué.

Ça peut vouloir dire :

Vous avez trop travaillé, vous méritez un repos

ou vous n'êtes pas efficace, vous êtes peu dynamique, engourdi, etc.

### **e- La confusion entre information e communication**

**f-** Selon Guy Amoureux, « Nous sommes de plus en plus « cernés » par des informations nous parvenant à grande vitesse. Nous devons choisir de les traiter

L'ambiguïté est levée après recherche d'informations complémentaires. Les informations complémentaires peuvent fournir les éléments manquants du puzzle ou disqualifier l'information reçue en premier lieu. C'est-à-dire qu'une deuxième information contredit la première. Cependant le problème n'est pas réglé pour autant si l'on ne connaît pas la vraie information parmi celles qui se contredisent.

▪ **Amplification de l'ambiguïté par l'analyste**

En exagérant son interprétation des choses ou en exprimant mal ses suppositions ou ses hypothèses dans sa note de synthèse adressée au décideur, l'analyste peut amplifier l'ambiguïté.

Frédéric Nef, dans un article intitulé « Ambiguïté, vague, indétermination » (5), a tenté de dresser une typologie de l'ambiguïté. Il distingue principalement :

**a- l'ambiguïté lexicale**

Des expressions ou mots homonymes peuvent provoquer des ambiguïtés.

Ex. : C'était un vol extraordinairement risqué (R. Martin) (6)

Le mot « vol » prête ici à confusion eu égard à la non-possibilité de connaître le sens à lui donner dans cette phrase.

**b- l'ambiguïté syntaxique**

Dans ce cas, deux phrases qu'on croit complémentaires posent en fait un problème de décodage.

Ex. : Les médecins ont soigné les malades. Ils sont très contents. (7)

### III- Les ambiguïtés de la communication

Le décodage des messages et l'analyse de l'information se heurtent à des handicaps indépendamment de l'expérience et la compétence des analystes ou des moyens dont ils disposent. Il s'agit de ce que l'on peut regrouper sous le vocable d'ambiguïtés ou de confusions, « *c'est-à-dire des brouillages de la communication et des distorsions, corollaires qui se produisent involontairement* », comme le dit Watzlawick. (2)

Il reste entendu que les ambiguïtés ne sont pas toujours négatives. Ce qui est certains c'est qu'elles gênent l'analyse de l'information dans tous les cas de figures. Selon le même auteur, les ambiguïtés de communication conduisent à la production de messages incomplets, altérés qui provoquent le désarroi voire l'angoisse prononcée chez le destinataire. (3) L'auteur reconnaît qu'il existe tout de même un côté positif des ambiguïtés, c'est le fait que « *passé le désarroi initial, la confusion déclenche une recherche immédiate de la signification afin de diminuer l'angoisse inhérente à toute situation incertaine.* »(4)

Chercher de la signification en cas d'ambiguïté est certainement très utile mais il n'en demeure pas moins qu'elle peut conduire à trois situations différentes :

- **Désambiguïstation après réflexion**

Malgré l'ambiguïté, le message est décodé par un groupe d'analystes ou d'experts

- **Désambiguïstation après recherche d'informations complémentaires**

Malheureusement, force est de constater que souvent, il est difficile de retrouver un dossier dans une administration ou alors après un temps assez long.

### **9-Identification des sous-systèmes défaillants**

Ce sont précisément les actions évoquées ci-dessus qui permettent de repérer les sous-systèmes défaillants. Est considéré comme défaillant tout sous-système qui :

- Accuse du retard dans la collecte de l'information
- Accuse du retard dans le traitement et l'analyse de l'information
- Stocke l'information de façon non organisée
- Accuse du retard dans les « réponses » qu'il doit donner aux autres sous-systèmes avec lesquels il est en interaction.
- Pratique la rétention de l'information
- N'actualise pas ses informations.

Les informations auxquelles l'entreprise accède qu'elles soient à l'état brut ou analysée comportent des ambiguïtés qui rendent leur interprétation difficile voire impossible. Si les analystes de l'information peuvent rester désarmés devant les ambiguïtés contenues dans les sources extérieures à l'entreprise, en revanche, il est indispensable d'être conscient de leur existence et de les éviter dans au niveau du système d'information et de communication internes. Nous allons tenter d'expliciter, un tant soit peu, la notion d'ambiguïté de la communication à l'aide de quelques exemples simples.

*lorsqu'elle rencontre l'utilisateur intéressé. Ce qui est important c'est la bonne information au bon moment pour le bon utilisateur »(1)*

### **5-La satisfaction des besoins**

La question principale ici est de savoir est-ce que les besoins en informations des différents utilisateurs sont satisfaits. Il est aussi utile que l'on n'encombre pas le réseau en informations inutiles.

### **6-les moyens d'information et de communication**

Il est nécessaire de dresser un inventaire des moyens d'information utilisés pour communiquer à l'intérieur et à l'extérieur. Il faut, par ailleurs, avoir présent à l'esprit que les moyens les plus chers ne sont pas toujours les meilleurs en matière d'impact.

### **7-Détermination des types d'informations et des quantités nécessaires à chaque sous-système**

Les types et les quantités d'informations seront déterminés par enquête ou par interview. On procédera par fonction ou par service.

### **8- Organisation du stockage du traitement, analyse, simplification de l'information**

Dans ce cadre, il s'agit à la fois de savoir si les moyens de stockage répondent aux besoins et surtout est-ce que l'organisation permet de conserver et de retrouver facilement l'information au moment voulu. Il est évident qu'une information traitée, analysée, simplifiée et correctement conservée permet d'être immédiatement utilisable.

institutions ou des services administratifs ou des individus. Chacun des éléments a des propriétés et un rôle à jouer. Ce sont précisément les relations entre les différents éléments qui permettent au système d'exister. L'évaluation du système consiste à le soumettre à la vérification par un certain nombre de paramètres qui sont :

### **1- « La vitesse » de circulation de l'information**

Il est nécessaire de déterminer combien de temps s'écoule entre le moment de recevoir une information brute, son traitement, son analyse et son utilisation ou sa répercussion. Il arrive souvent qu'une information mette plusieurs mois pour passer d'un service à l'autre sans raison valable.

### **2- La lisibilité**

Elle consiste à évaluer l'ambiguïté que peuvent contenir les informations transmises d'un service à l'autre ou d'une personne à l'autre.

La lisibilité est entendue ici comme la facilité de décodage et l'univocité de lecture.

### **3- L'interactivité**

Il y a lieu de s'assurer que les différents éléments du système peuvent réellement échanger de l'information. En d'autres termes vérifier qu'il y a une vraie communication entre les différents services et entre individus.

### **4- la fréquence et régularité de l'information**

Il s'agit de s'assurer que les différents services reçoivent régulièrement l'information nécessaire au bon moment. Comme l'écrit Jacques CHAUMIER, *« L'information ne prend son intérêt par de –là le système de communication et de traitement que*

pratiquer sans cesse l'innovation, l'amélioration et la créativité.

#### **4-L'information scientifiques et technique.**

C'est de l'information en provenance des centres de recherche, laboratoires et universités. Elle peut être vulgarisée pour servir de matière première ou pour être à la portée d'un maximum de gens, contribuant ainsi au développement de la culture scientifique. Elle peut être utilisée pour argumenter ou étayer certaines prises de décisions. Elle peut également servir comme base à la veille technologique et intervenir dans l'innovation.

#### **5- L'information produite par l'entreprise**

Il s'agit de l'information produite par l'entreprise concernée dans le cadre de son activité. C'est le cas lors du traitement de l'information qu'elle reçoit. C'est aussi le résultat de réunions, rencontres, réflexions et analyses.

Une fois les types d'informations clairement définis, les managers des entreprises peuvent décider d'évaluer le système d'information de leur entreprise pour tester son efficacité ou pour le moderniser. Qu'il soit de type traditionnel ou informatisé, il convient de relever que son efficacité réelle est subordonnée incontestablement à la volonté des individus d'échanger des informations. Et c'est là que la communication entre les travailleurs de l'entreprise prend toute son importance.

## **II- L'évaluation du système d'information et des échanges.**

Rappelons qu'un système est un ensemble d'éléments en interaction, qui peuvent être des objets, des entreprises, des



### **1-L'information courante.**

C'est l'information que tout un chacun reçoit quotidiennement par le biais des grands médias. C'est une information générale nationale et internationale qui est reçue de façon libre, souvent en dehors des heures de travail. Contrairement à ce que l'on pense, l'information courante n'est pas toujours strictement personnelle puisqu'il arrive qu'elle soit utilisée à titre officiel et collectivement dans le cadre du fonctionnement de l'entreprise. C'est le cas, par exemple au moment des réunions où ces informations sont rapportées pour étayer ou justifier une position, une mesure prise. En effet, les grandes décisions et orientations politiques de l'Etat sont rendues publiques par les médias de masse. Ce qui de toute évidence intervient dans l'environnement de l'entreprise.

### **2- L'information de gestion et de fonctionnement.**

C'est précisément l'information qui permet à l'entreprise de fonctionner et d'accomplir correctement sa mission.

Ce type d'information regroupe celle publiée au journal officiel et les autres documents officiels, l'information économique ainsi que les mesures prises à l'extérieur et à l'intérieur des entreprises.

### **3- L'information stratégique.**

Nous considérons comme information stratégique, toute information qui permet de mieux connaître le domaine où l'on intervient. C'est une information sans laquelle l'entreprise ne peut assurer sa survie et ne peut améliorer sa performance. C'est aussi l'information qui permet d'être au fait des nouveautés dans le domaine où l'on exerce pour

ayant des objectifs communs à réaliser moyennant le respect des règles établies et une entente de tous les membres.

Dans les pays en développement, on ne sait pas tirer un meilleur profit de l'information car souvent elle n'est pas collectée ou mal stockée ou n'est pas traitée et analysée. Il s'ensuit alors une confusion et une désorganisation ainsi que des difficultés à trouver rapidement des solutions aux problèmes posés. De ce fait, il apparaît des divergences entre les institutions, les services d'une même administration ou entreprise et entre les personnes. Ce qui génère une perte de temps car au lieu d'aller droit au but, on cherche à s'entendre souvent vainement.

Quatre points sont essentiels pour utiliser correctement l'information pour la prise de décisions. L'entreprise ne peut pas bénéficier des avantages de l'information si elle n'a pas repéré les différentes sources d'information, si elle n'évalue pas le système d'information dont elle dispose, si les ambiguïtés qui peuvent induire en erreur ne sont pas levées et enfin si l'information n'est pas analysée.

Ce sont précisément ces quatre points que nous allons développer dans ce qui suit.

I- Les sources d'information (les types d'informations)

II - L'évaluation du système d'information et des échanges.

III- Les ambiguïtés de la communication

IV- L'analyse de contenu et la prise de décisions

### **I- Les sources d'information (les types d'informations)**

Nous distinguons cinq principaux types d'information que nous allons définir dans les paragraphes suivants. Il s'agit d'une typologie non-exhaustive.

▪ ***Introduction:***

La diffusion massive de l'information et le développement des technologies de l'information et de la communication ont créé un bouleversement dans les entreprises. En effet, la disponibilité d'informations diverses en quantités impressionnantes, accessibles au grand public et ce grâce notamment aux Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et en particulier Internet, oblige les entreprises à revoir leur activité en matière de recherche d'informations. La fraction d'information non rendue publique a fortement diminué entraînant des conséquences sur l'intelligence économique.

Cette situation a conduit à des changements dans les méthodes de travail, c'est-à-dire la recherche et l'analyse de l'information pour la prise de décisions. Cela veut dire que d'autres compétences doivent être acquises pour faire face à la nouvelle donne. Concrètement, il s'agit de disposer de moyens humains et matériels à même de permettre d'accéder rapidement à l'information pour la traiter, la synthétiser et la transmettre le plus vite possible aux décideurs.

Les conditions d'efficacité sont tributaires de l'acquisition de nouvelles capacités dans la maîtrise du processus suivant:

- Sélection parmi la masse d'informations disponible
- Décodage
- Traitement et analyse
- Synthèses ou notes
- Transmission aux décideurs

Il est aujourd'hui admis que toute organisation (Institution administrative ou économique) ne peut fonctionner correctement sans la maîtrise de l'information et de la communication. L'organisation est un groupe de personnes

# **Le management de l'information et la prise de décisions en entreprise**

**Par : Dr. Saïd CHABANI**  
**Maître de Conférences Associé**  
*Ecole Nationale Supérieure de Journalisme  
et des Sciences de l'Information*

**Mots clés : *Information- entreprise- décisions- analyse-  
contenu***

**ملخص:**

إن الكميات الهائلة للمعلومات المنشورة أثرت على البيئة التي تعيش فيها المؤسسة الاقتصادية مما أدى إلى تغيير سيرها وأصبحت غير قادرة على القيام بنشاطها دون اخذ بعين الاعتبار المعلومات اللازمة للاتخاذ القرار لمواجهة المنافسة. وبالتالي فإن الاستفادة الجيدة من المعلومات تحتاج إلى جمعها وتحليلها ولتحقيق هذا الغرض يجب وضع نظام لتبادل المعلومات وكذلك توظيف طاقم من المحللين ذات كفاءة عالية.



*Le management de l'information et la prise de  
décisions en entreprise*

Par : **Dr. Saïd CHABANI**  
*Maître de Conférences Associé*  
*Ecole Nationale Supérieure de Journalisme*  
*et des Sciences de l'information*



---

<sup>xv</sup> - Philip Jenkins, professeur d'études religieuses à l'Université d'État de Pennsylvanie cité par *Alternatives internationales* n°42, p. 63, mars 2009.

<sup>xvi</sup> -Le Fonds Sud cinéma, clos depuis 2011, était réservé aux longs métrages destinés à une exploitation en salles (fiction, animation ou documentaire) réalisés par des ressortissants des pays du Sud et tournés majoritairement dans les zones géographiques éligibles

<sup>xvii</sup> -Source : Rebecca Moudio, *Afrique Renouveau*, mai 2013, p. 24

<sup>xviii</sup> - <http://www.rfi.fr/afrique/20121125-afrique-sud-industrie-cinema>, publié le 25-11-2012

<sup>xix</sup> -Siegfried Forster  
[http://www.rfi.fr/afrique/20130604-afrique-sud-dechire-cinema- apartheid-zulu-jerome-salle](http://www.rfi.fr/afrique/20130604-afrique-sud-dechire-cinema-apartheid-zulu-jerome-salle)

<sup>xx</sup> -Dominique NikièmLes aides à la production cinématographique africaine *Ecrans d'Afrique* numéro 13-14 /3ème-4ème trimestre 1995.



## Note de bas de pages

- 
- <sup>i</sup> -SadaSang, Contributions in Black Studies, Vol. 11 (1993), Art. 15 <http://scholarworks.umass.edu/cibs/vol11/iss1/1577>
- <sup>ii</sup> - Jean Rouch, *L'Afrique entre en scène* in Le Courrier de l'UNESCO : une fenêtre ouverte sur le monde, mars 1962, pp. 10-15
- <sup>iii</sup> - Un des *Tarzan* avec Johnny Weissmuller a été tourné au jardin d'essai d'Alger
- <sup>iv</sup> -René Vautier a rejoint le FLN à Tunis en décembre 1956, tandis qu'Alain Resnais signait le manifeste des 121 pour « le droit à l'insoumission dans la guerre d'Algérie
- <sup>v</sup> -Jean Rouch, *L'Afrique entre en scène, Ibid.*
- <sup>vi</sup> -Elisabeth Lequeret, *Le cinéma africain, un continent à la recherche de son propre regard*, Les cahiers du cinéma, 2003 p. 39
- <sup>vii</sup> - Alexie Tcheuyap, *Cinémas africains en transition* Revue de l'Université de Moncton(Canada) Volume 40, numéro 1, 2009, p. 5-31
- <sup>viii</sup> -Renaud de Rochebrune, Jeune Afrique du 22/05/2013
- <sup>ix</sup> -*Le Moineau*(1974), *Le retour de l'Enfant prodigue* (1975) et *Alexandrie pourquoi* (1978)?
- <sup>x</sup> -Aziza (1980) et *les Palmiers blessés* (2010)
- <sup>xi</sup> -*Nous aurons toute la mort pour dormir* (1976) et *West Indies Story*(1979)
- <sup>xii</sup> -[wikipedia.org/wiki/LittleSenegal](http://wikipedia.org/wiki/LittleSenegal) et site de 3B productions sur le film
- <sup>xiii</sup> - Samuel Lelièvre, Ibid.
- <sup>xiv</sup> - *Lagos, capitale de Nollywood*, édition du Monde.fr, 25 décembre 2009.

parapluie de l'Unité africaine. L'Algérie a un rôle de premier plan à jouer dans cette direction unitaire.

▪ **Sources bibliographiques :**

**Manthia Diawara**, *African Cinema, politics and culture*, Indiana University press, Library of Congress, 1992

**Elisabeth Lequeret**, *Le cinéma africain*, Ed. Cahiers du cinéma, 2003

**Olivier Barlet/Africultures**, *Cinéma : l'exception culturelle*, l'Harmattan, 2002

**Denise Brahimi**, *Cinéma d'Afrique francophone et du Maghreb*, Nathan Université, 1997

**Olivier Barlet**, *Les cinémas d'Afrique noire*, l'Harmattan, 1996

Association des Trois mondes et Fespaco, *Les cinémas d'Afrique. Dictionnaire*, Karthala-ATM, 2000

**René Prédal/CinémAction** : *Jean Rouch, un griot gaulois*, n° 17, l'Harmattan 1982

**Jacques Binet, Frid Boughedir et Victor Bachy**, *Cinémas noirs d'Afrique*, CinémAction, N° 26, 1981

**Jean Rouch**, *L'Afrique entre en scène* in *Le Courrier de l'UNESCO : une fenêtre ouverte sur le monde*, mars 1962

**Catherine Ruelle**, *Afriques 50 : singularités d'un cinéma pluriel*, l'Harmattan, 2005

**Paulin Soumanou Vieyra** : *Réflexions d'un cinéaste africain*,

**Alexie Tcheuyap**, *Cinémas africains en transition* Revue de l'Université de Moncton (Canada) Volume 40, numéro 1, 2009.

professionnels du métier. Le public de Ouagadougou et de la sous-région semble avoir renoué avec «son cinéma» grâce à ce nouveau genre, même si la qualité des films ne leur garantit pas les marches des prestigieux festivals internationaux.

### **En guise de conclusion**

L'aide du Nord, indispensable, surtout dans les premiers moments du cinéma africain, a permis à de nombreux créateurs du continent de s'affirmer et de s'insérer au sein de la corporation du 7e art mondial. Les cinéastes africains savent bien, ainsi que le dit un vieil adage, que «celui qui dort sur la natte d'un ami, dort encore par terre».

Le défi lancé à l'artiste africain de ces débuts du 3e millénaire sera celui de sa capacité à «manager» le passage de l'artisanat à l'industrie.

« En produisant de la valeur ajoutée concurrentielle, l'art produit de la richesse, seule apte à régénérer et à fortifier l'art perpétuellement. »<sup>xx</sup>

Les cinéastes africains sont devant des choix restreints. Les aides se font de plus en plus rares et le numérique a imposé une production, certes encore discutable par son niveau artistique, mais qui a enfin permis de créer des marchés internes à l'audiovisuel africain. Le public et les producteurs ne dépendent plus des festivals occidentaux pour pouvoir accéder aux œuvres africaines. Avec le déclin du support film, l'avenir d'une production africaine de qualité réside désormais dans la mise en place d'une coopération interafricaine (toutes zones linguistiques confondues) sous le

en 2005 ; *U-Carmen e-Khayelitsha* (2006) de Mark Dornford-May, Ours d'or au Festival international du film de Berlin de 2005 ; ou *Tsotsi* (2005) de Gavin Hood, Oscar du meilleur film en langue étrangère en 2005.

La présence du cinéma hollywoodien reste toutefois écrasante, dépassant régulièrement les 90% du temps de projection en salles. L'industrie du cinéma est encore largement dominée par les Afrikaners. Selon Suleman Ramadan, « Il existe aujourd'hui une industrie afrikaner, basée sur la langue et la culture afrikaners. Donc nous avons deux industries : une industrie qui exige d'être tournée dans nos langues comme l'anglais ou le zoulou et une industrie en langue afrikaans. En tant que Sud-Africain, si vous ne tournez pas dans cette langue, vous n'aurez pas de l'argent. Donc il y a aussi – si je peux oser de le dire – une forme d'apartheid qui émerge en utilisant cette langue, à travers du pouvoir économique de ce peuple. »<sup>xix</sup>

### ❖ *Effet de contagion en Afrique francophone*

Ce système Nollywood a tendance à faire tache d'huile dans tous les pays de la sous-région. En Afrique occidentale francophone, au Burkina Faso ce genre de cinéma a définitivement pris de la graine depuis le début de l'an 2000. L'espace vidéographique est dominé par des non professionnels tels Boubacar Diallo qui a expérimenté avec relativement de succès le polar (*Traque à Ouaga*, 2003 ; *0Code phoenix*, 2005), la comédie sentimentale (*Sofia*, 2004), le western style africain (*L'or de Younga*, 2006). Et son exemple fait des émules même parmi les

musulmane du pays s'est également lancée dans la production de films.<sup>xv</sup> Le cinéma emploie plus d'un million de personnes et représente le deuxième employeur après l'agriculture. Nollywood génère 590 millions de dollars par an. Le président Jonathan Goodluck a qualifié Nollywood de « notre lueur d'espoir » et a promis une aide de 200 millions de dollars au secteur audiovisuel. A titre comparatif, le fonds français Sud cinéma<sup>xvi</sup> était doté en 2012 de 1,3 millions d'euros. La croissance de 5,2 % du PIB national serait due en bonne partie au dynamisme de l'industrie cinématographique.<sup>xvii</sup>

### ❖ *Le cinéma Sud-africain après l'apartheid*

Depuis la fin du système de l'apartheid, l'Afrique du Sud devient peu à peu une place forte du cinéma du continent. Avec ses studios construits récemment au Cap, l'Afrique du Sud est maintenant de plus en plus compétitive sur le plan international. De plus en plus de films et de publicités sont réalisées dans ce pays. Et de nombreux réalisateurs américains, tel Clint Eastwood avec *Invictus* (2009), viennent y tourner. Le film de Daniel Espinosa, *Safe house* (sorti en février 2012), avec comme acteurs Denzel Washington et Ryan Reynolds, a été tourné majoritairement au Cap.

Selon le ministre sud-africain du Commerce, «**30.000 emplois ont été créés récemment grâce au cinéma**. En 2012, RFI rapportait que «depuis 2008, 271 films ont été réalisés dans le pays. C'est cinq fois plus que les quatre années précédentes».<sup>xviii</sup> Certains films sud-africains ont obtenu des distinctions internationales comme *Drum* (2004) de Zola Maseko, Etalon de Yennenga au Fespaco (Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou)

le cinéma africain, des publics trop longtemps laissés en marge par le cinéma d'auteur.

Face au modèle du Hollywood américain et à celui du Bollywood indien, le secteur de production cinématographique et vidéo du Nigeria a mis en place un pôle africain du nom de Nollywood (contraction de Nigeria et d'Hollywood) avec plus de deux mille longs métrages produits par an et diffusés sur support numérique ! Des soap-opéras aux polars en passant par les films fantastiques de vampires et de sorciers, les comédies musicales, tous les genres sont produits et tournés en quinze jours pour un coût moyen de 25 000 euros. Nollywood a pris de l'importance dans les années 1990, au moment où la télévision nationale était victime des tensions politiques, libérant de nombreux artistes et techniciens dont certains, alors au chômage, se sont mis à produire des films indépendants à petit budget. En l'absence d'un réseau de salles de cinéma, les films sont ensuite distribués directement en vidéo (3 euros le DVD). La plupart des DVD se vendent à plus de 20 000 exemplaires, et les grands succès à plus de 200 000 exemplaires ! Sitôt sorti, le film est rapidement piraté à une dizaine de milliers d'exemplaires. On retrouve ensuite ces copies piratées dans toute l'Afrique et jusqu'en Chine.<sup>xiv</sup>

Il existe plus de 450 langues au Nigéria, mais les films sont en grande majorité tournés en anglais, (la langue officielle du Nigéria). Certains sont même produits par des églises évangéliques et véhiculent des thèmes religieux (guérison, miracle, conversion, vie spirituelle, etc.), tentant à la fois de divertir le spectateur et de faire du prosélyte. Pour contrebalancer cette influence prosélytique, la population

vivent souvent à Paris ou Lisbonne et reviennent réaliser leurs films dans leur pays d'origine. Le cinéma dans cette partie de l'Afrique se réduit pratiquement à trois individualités. Flora Gomès de Guinée Bissau (*MortuNega*, 1988; *Les yeux bleus de Yonta*, 1990; *Podisangui, Nha Falla* (2002) ; Zézé Gamboa (Angola) auteur de *Le grand Kilapy* (2010) et *Un Héros* (2004, a réalisé en 2009 pour *l'Afrique vue par...*, le court métrage *Bonjour l'Afrique* ». Quant à Joao Sol de Carvalho (Mozambique), il est l'auteur du *Journal d'un autre homme* (2006).

Les expériences du Ghana et du Nigeria constituent une révolution dans la représentation que les publics africains se font de leur cinéma. La production des pays anglophones est quantitativement la plus importante, essentiellement à travers l'Afrique du Sud et le Nigéria. Même si la qualité n'est pas toujours au rendez-vous et que les « industries » en place ne sont pas dans la logique « cinéma d'auteur » des pays africains francophones.

Ces dernières années, avec l'émergence de la vidéo, en particulier de la vidéo numérique (qui permet des tournages plus légers et plus économiques), on assiste dans un certain nombre de pays à l'émergence de cinéastes vivant et travaillant dans leur pays d'origine.

Aujourd'hui, la tendance dominante des cinémas d'Afrique occidentale consiste pour la majorité des cinéastes à trouver une adéquation entre l'usage des nouvelles technologies numériques, les formes de récits et de représentations, pour concilier avec

Amériques. Ils restent, comme c'est le cas dans les Caraïbes, les parias de la société. Bien que l'histoire se déroule loin de nous, les êtres qui sont pris dans ce drame de la pauvreté et dans cette recherche de la dignité, sont très proches de nous. Ce film est d'initiative algérienne, puisqu'il a été coécrit par le réalisateur et le plus lu des auteurs algériens actuels, Yasmina Khadra. Dans ce projet « *Cohiba-Cuba* », les auteurs montrent également comment les Africains ont réussi malgré tout à sauvegarder des bribes de leur culture d'origine.

### **III- La fin du support film et la révolution numérique**

A partir des années 2000, l'irruption des petites caméras et, plus généralement, la banalisation de la vidéo, vont bouleverser la donne pour une armée de débutants désireux de filmer, mais privés de budgets et de fonds d'aide.

A l'instar d'Abderrahmane Sissako (*Bamako*), toute jeune génération semble affranchie de la mission dont se sentaient investis les cinéastes des années 1960-1970.

Par ailleurs, le récent et fulgurant développement de la production audiovisuelle dans certains pays anglophones comme le Nigéria, le Ghana ou à un degré moindre, l'Afrique du Sud ou le Zimbabwe, a clairement montré que ces pays (qui ont connu une histoire coloniale différente), sont actuellement ceux où les *pratiques cinématographiques et audiovisuelles* sont parmi les plus dynamiques en Afrique sub-saharienne ». <sup>xiii</sup>

Quant aux films et pratiques de l'Afrique lusophone, on peut davantage les comparer à l'expérience « révolutionnaire » de décolonisation (tardive) des pays maghrébins. Les réalisateurs des deux régions ont en commun le fait qu'ils



vient chercher son fils disparu, lors des attentats de Londres, en juillet 2007. Il est accueilli par un mélange de racisme et d'islamophobie, mais parvient à transmettre un peu de la légendaire sagesse africaine à une mère anglaise plus désespérée que pleine de préjugés. Dans ses deux derniers films tournés aux Etats-Unis, Rachid Bouchareb est revenu sur le thème de l'islamophobie aggravée par le racisme anti-noir, en particulier dans *La voie de l'Ennemi*, coproduit par l'AARC et dans lequel un prisonnier (Forest Whitaker) se convertit à l'Islam et bénéficie d'une remise de peine conditionnelle pour bonne conduite. Comme dans *London River*, Djihad, l'ancien bagnard, va découvrir qu'en plus du racisme qu'il avait connu avant de séjourner en prison, l'Amérique conservatrice et ses shérifs vont le persécuter au nom d'une islamophobie rampante.

L'Algérie a une longue histoire commune avec l'Afrique dont elle est partie intégrante et à la libération de laquelle, notre pays a grandement participé. Cet héritage et cet engagement africain ont été confirmés lors du deuxième festival culturel panafricain organisé en 2009 à Alger. Dans le film collectif, *L'Afrique vue par...*, Rachid Bouchareb a choisi le documentaire d'archives pour parler d'un sujet peu traité au cinéma. *Exhibition, Zoo humain*, relate en effet, la manière scandaleuse avec laquelle les Africains étaient exhibés dans des cages, lors des expositions coloniales en Europe, au début du 20<sup>ème</sup> siècle. En racontant à travers des destins divers, cet enracinement algérien dans la terre africaine, Rachid Bouchareb participe à sa manière à la dimension culturelle africaine de l'Algérie.

Son prochain film intitulé *Cohiba-Cuba* sera tourné à Cuba. Bouchareb revient sur le racisme que subissent les Afro-américains, non seulement aux USA, mais ailleurs dans les

contribué concrètement et avec ses moyens, à une politique de coopération en s'engageant dans nombre de coproductions interafricaines sur la base des principes requis par l'Union Africaine. Il est regrettable que le vocable cinéma africain tel que compris outre Méditerranée, continue à occulter la part prise par l'Algérie dans le panafricanisme culturel. J'ai même trouvé des ouvrages qui font le point sur les cinémathèques du continent. On y trouve mention de la création de la cinémathèque de Tunis (aujourd'hui fermée) ou celle d'Ouagadougou, mais nulle référence à celle d'Alger qui détient plus de 10.000 copies, qui est celle qui conserve le mieux la mémoire cinématographique africaine et qui fut longtemps considérée comme la deuxième cinémathèque dans le monde.

### **Rachid Bouchareb, cinéaste africain**

*Bâton rouge* (1985) raconte le voyage vers la Louisiane de jeunes émigrés de la banlieue parisienne. Plus tard, *Little Senegal* raconte comment Alloune (Sotigui Kouyate), gardien d'un musée à Gorée, part à la rencontre de ses ancêtres, envoyés comme esclaves en Amérique. « Je me suis interrogé » disait le réalisateur, « sur les relations qui pouvaient exister entre l'Afro-américain et l'Africain. Que se passe-t-il lorsqu'un Africain, deux cents ans après, vient dire à un Afro-américain : "j'ai fait de longues recherches et je vous ai retrouvé, nous sommes de la même famille, nous avons la même terre, les mêmes racines".<sup>xii</sup> Ce film a représenté l'Algérie à la course aux Oscars à Hollywood en 2001.

Cette quête d'identité est également présente dans *London River* dans lequel un musulman africain (interprété à nouveau par l'acteur fétiche de Bouchareb, Sotigui Kouyate)

du Sud), Zeze Gamboa (Angola), Flora Gomès (Guinée Bissau), Sol de Carvalho (Mozambique), Mama Keita (Guinée), Balufu Bakupa (Congo RDC), Gaston Kabore (Burkina Faso), Abderrahmane Sissako (Mauritanie-Mali), Nouri Bouzid (Tunisie) et Rachid Bouchareb (Algérie). Chacun des réalisateurs a pu, en toute liberté, fournir sa vision, son imaginaire et sa représentation personnels de l'Afrique.

Deux autres longs-métrage d'archives ont été commandés sur les mouvements de libération et leur relation avec l'Algérie : le premier à un Algérien, Lamine Merbah (*Des ténèbres à la lumière*) et le deuxième à un Sud-africain, Suleman Ramadan (*By all means necessary*). Tous ces films ont été projetés au cours du deuxième Festival culturel panafricain de juillet 2009.

Par ailleurs et toujours lors de ce festival, le Ministère de la Culture a mis en place un jury pour sélectionner quatre projets de longs et quatre de courts métrages à la suite d'un appel à proposition à l'échelle africaine. Les films de LM ont reçu chacun l'équivalent de 100 000 € et les courts 25 000. Malheureusement, tous les films n'ont pu être menés à bien, en raison d'une clause obligeant (conformément à la loi algérienne) les porteurs de projet à s'associer à un coproducteur algérien. L'Algérie est également présente comme coproductrice dans le projet de John Akonfrah et Manthia Diawara, *The Black Panther Symphonies*, largement basé sur les souvenirs de Kathleen Cleaver, la veuve du leader mythique des Black Panthers.

Il n'en reste pas moins que le bilan montre clairement que l'Algérie, non seulement, a joué son rôle dans la mise en place de structures panafricaines, mais a également

raconte comment des anciens combattants africains sur le point d'être démobilisés, sont rassemblés, en novembre 1944, au camp de transit de Thiaroye au Sénégal où ils apprennent qu'ils ne recevront qu'une petite partie du solde qui leur était dû. Les gendarmes français, aidés de troupes coloniales et d'anciens *vichystes*, ouvrent le feu, provoquant un massacre qui n'est pas sans rappeler les événements survenus quelques mois après à Sétif en Algérie. Ce film a remporté le prix spécial du jury à la Mostra de Venise en 1988 mais son discours foncièrement anticolonial lui valut d'être censuré pendant dix ans en France et 3 ans au Sénégal même. Le message était clair : tant que Sembene se contentait de dénoncer la bureaucratie et de défendre les humbles, passe. Mais la ligne rouge pour le soutien aux films s'arrête à la représentation historique du passé colonial pris en dehors de sa mission « civilisatrice ». Il est clair que ce film n'aurait jamais pu être fait sans le soutien financier et technique de l'Algérie. Pourtant, nulle part il n'est fait mention de la coproduction entre le Sénégal et l'Algérie, ni du rôle joué dans ce film par Mohamed Slim Riad.

L'Algérie a ensuite traversé une période particulièrement difficile au cours des années 90. Mais c'est tout de même notre pays qui, en l'absence de tout autre pays volontaire, a répondu favorablement à la demande de l'Union Africaine d'organiser le deuxième festival culturel panafricain en 2009. Ce fut l'occasion pour le Ministère de la culture de produire deux longs-métrages, l'un documentaire (*Africais back*) et l'autre de fiction (*L'Afrique vue par...*). Pour ce dernier film, il a été fait appel à dix des plus grands réalisateurs africains représentant les quatre grandes zones linguistiques : anglophones, lusophones, francophones et bien sûr arabophones. Il s'agissait de Teddy Matera (Afrique

La diaspora afro-américaine joue depuis quelques décennies déjà un rôle important dans l'exaltation des valeurs culturelles africaines. C'est aux États-Unis que des idées telles que l'« afro-centrisme » ('Afrocentricity') se sont développées, entraînant derrière elles une certaine influence.

Il n'est pas inutile de rappeler que la cinémathèque algérienne a été dès sa création en 1965, un passage obligé pour tous les cinéastes africains. Sembène y était souvent présent, et la plupart des cinéastes comme Djibril Diop ou Mamadou Samb ont présenté leur premier court-métrage à la salle de la rue Ben M'hidi. Des critiques de cinéma comme Jean-Louis Bory, Jean Douchet ou Claude Michel Cluny qui fréquentaient régulièrement la cinémathèque d'Alger, y ont découvert nombre de films africains. Déjà, les Ciné-pops de René Vautier avaient acquis les droits du premier film de Sembène, *BorromSarret*, considéré comme le premier film africain tourné en Afrique. Puis, à sa création, la cinémathèque algérienne a acquis *La noire* de réalisé en 1966. Compte tenu des relations entre les cinémathèques algérienne et française, c'est parfois d'Alger que partaient les reconnaissances et les succès des films réalisés par des pionniers. La cinémathèque a continué pendant longtemps à faire du cinéma continental sa priorité et à recevoir les cinéastes de diverses régions d'Afrique.

On croit à tort que les aides françaises ont été les seules à soutenir le cinéma subsaharien. Au cours des trois premières décennies qui ont suivi notre indépendance, l'Algérie a coproduit de nombreux films africains, dont trois de Youssef Chahine<sup>ix</sup>, deux du tunisien Abdelatif Ben Ammar<sup>x</sup>, deux avec le Mauritanien Med Hondo<sup>xi</sup> et un avec Sembene Ousmane, le *Camp de Thiaroye*, réalisé en 1988. Le film

## II - *L'Algérie et son cinéma en Afrique*

Indéniablement, le cinéma africain a été porté par un mouvement unificateur surgi de la création de l'OUA. Cela a donné naissance à la Fédération panafricaine des cinéastes (FEPACI) dont on rappelle qu'elle est issue d'un document intitulé « *La Charte d'Alger* », adopté lors de la rencontre des cinéastes africains tenue à la salle Ibn Khaldoun en juillet 1969, en marge du Premier festival culturel panafricain. Cette réunion, organisée par la cinémathèque algérienne avait été fortement animée par des pionniers comme Paulin Vieyra, Sembène Ousmane, Johnson Traore, mais aussi Youssef Chahine, Lakhdar Hamina, Ahmed Rachedi ou encore le Sud-africain de l'ANC, Lionel N'Gakane. Ce sont eux qui ont appelé à la création de la FEPACI et au soutien de l'initiative, surgie au Burkina Faso la même année, d'un Festival panafricain du film qui deviendra le FESPACO. Tahar Cheriaa, qui n'assistait pas à cette réunion, a pu être libéré des geôles de Bourguiba grâce à l'appel lancé par la quarantaine de cinéastes africains présents à Alger. Cette charte d'Alger a été confirmée en sa présence à Tunis en 1970 à l'occasion d'un congrès fondateur.

Après les années 60 et 70 marquées par l'ascendant de la notion de « négritude » et de la dépendance vis-à-vis des mécanismes d'aides francophones, la FEPACI a fait beaucoup d'efforts pour se rapprocher des diversités panafricaines. C'est ainsi qu'elle a émis certaines recommandations pour soutenir des films faisant clairement la promotion des cultures africaines, comme ce fut le cas de *Heritage Africa* (1989) du Ghanéen KwahPaintsilAnsah.

## B. Des représentations désaliénées

Ici, les représentations des réalités africaines ne sont pas maquillées et offrent au grand public une vision décolonisée de l'Histoire. On peut même parler dans certains cas de films militants. C'est le cas de *Lumumba* de Raoul Peck avec Eric Ebouaney et des acteurs africains, de *Namibia* de Charles Burnett qui chante l'indépendance de la Namibie ou encore de *Blood Diamond* d'Edward Swick avec Leonardo di Caprio. Au coeur de la guerre civile de Sierra Leone, le film dénonce le marché des diamants. Dans *Le dernier Roi d'Ecosse* de Kevin Mc Donald avec Forest Whitaker, un médecin devient le confident du dictateur Idi Amine Dada. Il souligne le danger, pour les nouveaux Etats, des dérives autoritaires et dictatoriales.

Les conflits ethniques ont inspiré quelques films dont le plus connu est *Quelques jours en avril* (*Sometimes in April*) de Raoul Peck. Le film raconte, jour après jour, la vie d'une famille rwandaise pendant le génocide. Le mari est hutu, la femme et les deux enfants tutsi.

Quelques années avant la fin de l'apartheid, le britannique Richard Attenborough s'est livré dans *Cry Freedom* (interprété par Denzel Washington) à une dénonciation féroce du système ignoble de la ségrégation raciale. Citons également l'adaptation américaine du roman de l'écrivain sud-africain d'André Brink *Une saison sèche et blanche*. De son côté, Andrew Niccol dénonçait en 2005 dans *The Lord of War* (*Le seigneur de la guerre*), avec Nicolas Cage les trafics d'armes menés en Afrique par des Américains.

métrage *Dakan* (1999). Ces films n'ont d'ailleurs pas eu un accueil favorable en Afrique. Sembène Ousmane a abordé le thème de l'excision en 2000, avec *Faat Kiné* qui fait partie d'un triptyque sur « l'héroïsme au quotidien », dont les deux premiers volets sont consacrés à la condition de la femme africaine. Dans *Moolaadé* (2003), Sembène relate l'histoire de quatre fillettes qui fuient l'excision et trouvent refuge auprès d'une femme, qui leur offre l'hospitalité (le *Moolaadé*) malgré les pressions du village et de son mari.

❖ ***Les représentations de l'Afrique à travers les films occidentaux à gros budget***

**A. Le cliché postcolonial**

Le cinéma hollywoodien a également offert des représentations diverses d'un continent dont sont originaires près de 13% de la population américaine. Malheureusement, les clichés coloniaux ont la peau dure et l'enfer est souvent pavé de bonnes intentions. Certains, parmi les plus talentueux des réalisateurs américains, n'ont pas su éviter de succomber à l'aliénation. En 1951, John Huston cinéaste de gauche tout comme ses deux interprètes, Humphrey Bogart et Katharine Hepburn, n'a pu échapper au cliché colonial dans sa mise en scène du fameux *African Queen*. Trente cinq ans plus tard, Sydney Pollack, également connu pour ses idées humanistes, nous livre avec *Out of Africa* une vision nostalgique de l'Afrique coloniale. La même vision postcoloniale (qui place les Blancs au centre et les Africains dans la périphérie), traverse le film de l'italien Bernardo Bertolucci, *Un thé au Sahara*. Quant à Clint Eastwood, il fait dans *Invictus*, du rugby un instrument d'alignement sur la culture Afrikaner dominante.



« l'intériorisation par les colonisés eux-mêmes du regard et de la logique de l'argumentation coloniale que Franz Fanon théorise dans *Les Damnés de la terre* ».

Le thème de l'exil/émigration/retour est dominant dans le film africain d'initiative francophone. Vingt ans après les films basés sur les envies de départ, le désir de l'exil devient l'expression d'une blessure liée au retour. Dans *L'Afrance*, premier métrage d'Alain Gomis, un jeune étudiant sénégalais, ayant laissé expirer sa carte de séjour, sombre peu à peu dans la folie. Gomis reviendra avec *Indochine* et plus récemment avec *Aujourd'hui* (la mort annoncée). On peut également citer le très beau film de Moussa Traore, *La pirogue* qui a su raconter, mieux que nos cinéastes, le drame des boat people ou *harragas*, comme on les appelle en Algérie. En 2013, Mahamat Saleh Haroun est le seul cinéaste africain en compétition au festival de Cannes avec *Grigris*. Le film remporte un succès d'estime auprès des critiques<sup>5</sup> mais n'est pas présent au palmarès. Jeune Afrique pose la question qui fâche : « Mauvais cru ou symptôme inquiétant ? »<sup>viii</sup>

### ▪ De nouveaux thèmes

La tendance à bousculer les formes, à emprunter d'autres genres pour raconter l'Afrique est restée marginale chez les cinéastes de l'Afrique francophone. Les tabous de la nudité, des rapports incestueux, de l'homosexualité, de l'infanticide et de l'excision ont été rarement attaqués. Le premier à enfreindre ces tabous fut le cinéaste ivoirien Désiré Ecaré (*Visage de femmes*, 1985) qui met en scène une séquence érotique d'un couple adultère. Jo Gai Ramaka dans *Carmen Gai* (2000) évoque le thème de l'homosexualité et Mohamed Camara (Guinée) place au coeur de son sujet dans son long

grands talents du continent, a attendu 15 ans depuis son film *Waati* (quidénoncele racisme en Afrique du Sud) pour réaliser en 2009 *Min Ye* (histoire d'un couple tourné en langue *Dioula*.) La jeune génération semble, elle aussi, marquer le pas, dans un paysage endeuillé par la mort en 1998 de Djibril Diop Mambéty : en trente ans de carrière, l'un des plus grands cinéastes africains n'a pu tourner que trois courts et deux longs métrages, dont *ToukiBouki* (1973), chef-d'œuvre grandiose et halluciné. On a ensuite vu émerger toute une série de films dans lesquels le groupe social broie les destins individuels. C'est particulièrement vrai dans *WeendKuuni* 1982 de Kabore et *Le Choix et Yabaa* d'Idrissa Ouedraogo).

Pendant ce temps, les salles africaines fermaient un peu partout, et c'est sans doute le seul trait unificateur du constat alarmant qu'on peut dresser. Les films africains du Nord et du Sud, de l'Est comme de l'Ouest ne parviennent plus à leurs publics. Les cinéastes vivent le plus souvent en Europe et leurs films sont vus essentiellement dans des festivals internationaux dont le nombre est supérieur à celui des films produits. Dans une certaine mesure, les patrons de ces festivals ont remplacé le regard des ethnologues sur l'Afrique et son cinéma.

### ▪ Les thèmes : émigration, exil et retour

Le thème de l'aliénation et de l'émigration (en France essentiellement) restera l'un des sujets récurrents du cinéma africain entre intégration utopique (*Afrique-sur-Seine*), désenchantée (*Concerto pour un exil*, de Désiré Ecaré) ou conflictuelle (explicitement, tous les films de Med Hondo, mais aussi ceux d'Ousmane Sembene, notamment le magnifique *La Noire de...*). Elisabeth Lequerré parle de

justement Samuel Lelièvre de l'Université canadienne de Moncton : « On pourrait commencer par dire, d'un point de vue qui pourra sembler polémique, que le 'cinéma africain' n'existe pas dans la mesure où, en dehors de l'Afrique du Sud, il n'existe pas d'industries du cinéma au sens courant du terme dans les pays d'Afrique subsaharienne...Il conviendrait, en conséquence, d'utiliser plutôt l'expression de 'films et pratiques cinématographiques et audiovisuelles africaines' au lieu de celle de 'cinéma africain' ou, au moins, de parler des 'cinémas africains' ou des 'médias cinématographiques et audiovisuels africains' »<sup>vii</sup>.

Malgré les déclarations d'intention et les espoirs suscités, jamais les gouvernements africains ne porteront attention à leurs cinématographies nationales. Seul le Burkina Faso (ex Haute-Volta), sous l'impulsion du jeune leader Thomas Sankara, entreprendra une véritable politique d'aide au cinéma. L'Etat Burkinabé encouragera la création, en particulier, du festival d'Ouagadougou qui reste un emblème du cinéma panafricain.

Après les débuts glorieux des pionniers, la production du film africain a été portée à bout de bras par les aides françaises, relayées par des fonds européens, ou des fonds de soutien adossés à des festivals (comme Rotterdam ou Toronto), et plus récemment à des programmes européens.

Ces aides ont permis de voir quelques films admirables produits au cours des deux dernières décennies. (*Bamako*, du Malien Abderrahmane Sissako, *Daratt* du Tchadien Mahamat-Saleh Haroun, ou encore le magnifique *Mooladé* du Sénégalais Ousmane Sembene). Cependant ces réussites masquent difficilement la difficulté d'assurer à ce cinéma une pérennité. Le Malien Souleymane Cissé, l'un des plus

## **5° Le cinéma africain par des cinéastes africains, pour des Africains :**

Quoi que l'on fasse, ni Rogosin, ni Sean Graham, ni Jean Rouch ne seront jamais des Africains et les films qu'ils réalisèrent seront toujours des films sur l'Afrique faits par des étrangers. Elisabeth Lequeret écrit justement : « Orientalistes, peintres ou romanciers, explorateurs ethnologues, photographes ou cinéastes : jusqu'aux indépendances, la représentation de l'Afrique est, de manière quasi-systématique, le monopole des Européens. Nul ne s'étonnera alors que l'exercice du regard (sur sa communauté, donc sur soi-même) ait d'emblée été un enjeu majeur du cinéma africain ». <sup>vi</sup>

Les premiers cinéastes africains s'appellent, Lionel N'gakane, Paulin Vieyra, Blaise Senghor, Timité Bassori, Thomas Coulibaly, Jean-Paul N'Gassa, etc. Le cinéma africain des années 1960 et 1970 est porté par l'élan des indépendances, avec le lot d'espoirs et de justice qu'incarne l'écrivain-cinéaste et ancien syndicaliste Sembène Ousmane. En 1960, lorsque Sembène tourne, avec l'aide d'une bourse du Studio Gorki, son premier film (et le premier film africain tourné en wolof), *BoromSarret*, il a quarante ans. La mission du cinéma, telle qu'il l'envisage, transparaît dans ses interviews de l'époque : « Pour moi, le cinéma est un moyen d'éducation politique » De fait, *BoromSarret*, court métrage de 19 minutes, suit la journée de travail d'un conducteur de charrette qui rappelle fortement le néoréalisme italien.

### **- Cinéma africain ou pratiques audiovisuelles éparses ?**

Pour revenir aux définitions (cinéma africain ou cinémas d'Afrique) on retrouve cette autre question que se pose

#### 4° Les ébauches d'un cinéma authentiquement africain :

Très vite, certains réalisateurs veulent aller plus loin, dépasser le stade de l'exotisme, pour faire entrer le spectateur de plain-pied dans le monde de l'homme noir, quel qu'il soit : traditionnel ou évolué. Ce sont ces tentatives qui marquent les premières étapes du véritable cinéma africain du futur.

C'est d'Afrique du Sud que vient la première tentative. Dès 1948, un pasteur, Michael Scott, réalise un film en 16 mm, *Civilization on Trial in South Africa*, montrant les réactions d'hommes noirs devant les problèmes de la ségrégation raciale.

Le témoignage de Jean Rouch nous aide à comprendre les enjeux de ce type de films. « Déjà, quand je réalisais *Les Fils de l'eau*, film d'ethnographie traditionnelle, j'essayais d'éviter le piège de l'exotisme. Flaherty m'avait déjà montré une voie, celle de la mise en scène du documentaire ; le réalisateur en ordonnant et en construisant les éléments de la vie authentique les séparait de leur cadre étrange et les rendait accessibles à tous les publics du monde. Mais réussir à faire de *Nanouk l'Eskimau*, l'ami d'hommes qui n'avaient jamais vu un Eskimau, était une réussite inégalable. »<sup>v</sup> Jean Rouch a repris la même expérience en 1957 en Côte-d'Ivoire avec *Moi, un noir*, au cours duquel il projeta les images muettes montrant la vie d'un pauvre docker d'Abidjan, en lui demandant d'improviser un commentaire. « Le docker Robinson, stimulé par la projection de sa propre image, improvisa un extraordinaire monologue dans lequel, non seulement il reconstituait les dialogues de l'action, mais expliquait celle-ci et même jugeait son propre comportement et celui de ses camarades. »

lièrement remarquable de documents d'archives sur l'Afrique noire. La thèse est la suivante : les statues d'art nègre de nos musées se dégradent, car le sens de leur représentation se perd, et le nouvel art africain est en pleine décadence, corrompu qu'il a été par l'influence occidentale. Les deux réalisateurs partent de la question de la présence de l'art 'nègre' au Musée de l'Homme alors que les arts grecs ou égyptien sont logés au Louvre pour dénoncer cette 'ghettoïsation' coloniale.

A sa naissance, en effet, le cinéma d'Afrique noire semble sous le Parrainage ambigu de la coopération française. Les premiers élèves africains de l'IDHEC arrivent sur la scène cinématographique. Pour le moment ils ne peuvent tourner dans leur propre pays, et tentent donc de réaliser des films africains, mais en Europe. Ce fut le cas du pionnier du cinéma africain, Paulin Vieyra, mais aussi d'autres lauréats de la même génération comme Jacques Melokane, Mamadou Sarra et l'opérateur Carlstan qui ont réalisé ensemble ce qui fut sans doute le premier film noir, *Afrique-sur-Seine*, où l'on montrait la vie des Africains à Paris. Ce court métrage de 21 minutes, tourné en 1955 a été produit par le département cinématographique du musée de l'Homme à Paris. Un homme, un idéal, une vie, montrant les déboires d'un pêcheur de la côte du Sénégal qui, contre la tradition, place un moteur sur sa pirogue. Malheureusement, le film ne fut jamais complètement monté ni sonorisé par manque de moyens, malgré le soutien de Jean Rouch. Fait marquant : l'autorisation de tourner en Afrique ayant été refusée aux auteurs, les rares plans montrant des enfants à la baignade dans le fleuve Niger sont en fait des stock-shots issus d'Afrique 50.

autres régions du continent, l'Afrique n'y sera qu'un décor et les Africains de malheureux figurants.

**2° L'Afrique Ethnographique** : les cinéastes et les ethnographes essaient, quelquefois maladroitement, de montrer les aspects les plus authentiques de la culture africaine. C'est ainsi qu'une véritable école d'africanistes-cinéastes s'est constituée parmi lesquels des cinéastes professionnels qui commencèrent à réaliser des films véritablement ethnographiques.

**3° L'Afrique en pleine évolution 1950, année charnière** : elle marque ainsi un tournant important de l'évolution du film africain. Les tentatives des années précédentes avaient montré la fin de l'exotisme de pacotille des films qui avaient prévalu jusqu'à la fin des années 30 et la nécessité de faire découvrir par l'intermédiaire du cinéma, une culture africaine à des spectateurs des autres continents. Il a fallu attendre cette année-là pour voir le problème central de l'aliénation coloniale abordé par trois cinéastes. Ceux-ci allaient s'engager aux côtés du peuple algérien dans sa lutte anticoloniale.<sup>iv</sup> Un jeune élève de l'IDHEC (Institut des Hautes Etudes Cinématographiques) à Paris, **René Vautier** réalise clandestinement en Côte-d'Ivoire un film sur la lutte d'un jeune parti politique, alors attaqué par l'administration coloniale, *Afrique 50*. Tourné en 16 mm noir et blanc, ce film, sonorisé avec des moyens de fortune, fut interdit en Afrique et en France et réservé au circuit des cinémathèques.

**En 1951, Alain Resnais et Chris Marker** réalisent un documentaire qui attaquait la culture coloniale en son cœur. *Les Statues meurent aussi*, fut tourné dans les musées africanistes européens ; il s'agit d'un montage particu -

L'homme noir était considéré comme un animal singulier dont le comportement était perçu comme pathologique et devait prêter à rire. Ces images sont anecdotiques et ne comportent aucune forme d'humanisme comme on peut en trouver dans des documentaires réalisés antérieurement ou à la même époque par Robert Flaherty (*Nanouk l'Esquimau* et *Moana des Mers du Sud*, 1926). Malheureusement, dans les films qui suivirent, l'Afrique cinématographiée devint le continent de la barbarie et de la cruauté. On peut citer *Trader Horn*, qui fit sensation en montrant un Africain dévoré vivant par un crocodile (l'on ne sut jamais très bien si la séquence avait été truquée ou accidentelle).

Marc Allégret, accompagnant Gide au Congo, en rapporte *Voyage au Congo* (1928).

Marcel Griaule, en 1938, réalise deux films ethnographiques en 35 mm sonore au Pays Dogon, soulignant un aspect de la vie quotidienne et de la religion des Dogon. En particulier, *Sous les masques noirs*, montre les cérémonies funéraires dans un village Bandlagara.

Les premières images occidentales sur l'Afrique n'ont pas été prises par des cinéastes ethnologues comme Jean Rouch et 1950 marque un tournant important de l'évolution du film africain. Dans un long article <sup>ii</sup> écrit en 1962, le chercheur/cinéaste distinguait plusieurs étapes de l'évolution depuis le film ethnologique jusqu'à la naissance du film authentiquement africain.

**I° L'Afrique Exotique:** en dehors des films de Tarzan qui se servent de l'Afrique comme simple prétexte, un certain nombre de réalisateurs continueront à exploiter le filon du « cannibale » et des danses de sorciers.<sup>iii</sup> Comme pour les



## ▪ **Introduction:**

Cinéma africain ou cinémas d'Afrique ? La question des définitions se pose d'emblée. Le cinéma africain a connu plusieurs étapes très différentes les unes des autres : après une période marquée par les stéréotypes racistes, l'ethnologie s'est emparée de la représentation d'un continent, regardé comme le stade naïf (et forcément aliénant) de l'humanité. Suivant l'exemple de Sembene Ousmane, la plupart des cinéastes de l'Afrique occidentale ont progressivement eu recours aux langues africaines pour les dialogues des films, ce qui les a rapproché de leurs publics en et hors du Continent. A une question de Sada Sang, Sembène répondait en 1993 : « Je ne connais pas la francophonie... pour moi, c'est un concept artificiel qui passera tout comme la négritude. »<sup>i</sup>

Exit donc le Français et bienvenue à la Francophonie comme système politique. Le cinéma africain des ex-colonies françaises a toujours été porté à bout de bras par des aides francophones et a dû s'inscrire dans la logique de la Francophonie. Lorsqu'on évoque le cinéma africain au singulier, il est extrêmement rare de trouver mention des cinémas arabes, comme si les pays du Maghreb ou le géant égyptien qui existe depuis près d'un siècle, n'étaient que des accidents de la pensée postcoloniale.

## **I- L'Afrique, terre des chasseurs d'images exotiques.**

Plus que la littérature, le cinéma a contribué à donner de l'Afrique une image dont s'est nourrie la représentation coloniale raciste. Les premiers films tournés dans ce continent par des occidentaux étaient résolument exotiques (volonté d'étrangeté, de « cannibalisme », de « sauvagerie »).

# Cinéma africain, cinémas d'Afrique : représentations et imaginaires

Par : Pr. Ahmed BEDJAOUI  
*Expert en Communication  
et Culture Audiovisuelles*

**Mots clés:***Représentation, stéréotypes racistes, d'images exotiques, ethnologie, francophonie comme système politique, pratiques audiovisuelles, cinématographies nationales.*

ملخص:

السينما الأفريقية أو السينما في أفريقيا ؟ تساؤل يطرح في كثير من الأحيان بطريقة يسودها الغموض. لقد شهدت السينما الإفريقية عدة مراحل مختلفة، اتسمت المرحلة الأولى منها بالسذاجة و الصور النمطية بالنسبة للإنسانية و بعدها تبني معظم السينمائيين في تلك الفترة نموذج سمبان عصمان (SembeneOusmane). حيث اعتمدوا على اللغات الإفريقية في حوارات الأفلام الأمر الذي مكثهم من التقرب إلى الجمهور ليسع إلى خارج القارة الإفريقية .

كما ساهمت السينما الإفريقية و الهوليودية كثيرا في إعطاء صورة أكثر وضوحا عن الاستعمار العنصري الذي شهدته إفريقيا آنذاك وكان لها الأثر في تمثيل الواقع الإفريقي .



*Cinéma africain, cinémas d'Afrique :  
représentations et imaginaires*

Par : **Pr. Ahmed BEDJAOU**  
*Maître de Conférences*  
*L'ISIC*

▪ *Sources bibliographiques :*

- DOSQUET Frédéric & collaborateurs. "Marketing et Communication Politique". Edition EMS. Paris. 2012.
- GANASSALI Stéphane." Les enquêtes par questionnaire avec Sphinx". Pearson Education Paris 2009.
- MAAREK Philippe J.. "Communication & Marketing Politique". 3<sup>ème</sup> édition. Litec. Paris. 2007.
- Brossier Gildas et Dussaix Anne-Marie." Enquêtes et Sondages". Dunod. Paris, 1999.
- MeynaudHélène.Y. & Duclos Denis. "Les Sondages d'opinion" Approches. Casbah éditions. Alger. 1998.

Nous avons justement relevé que la décennie deux milles a connu plus de succès en matière de réalisation et de publication des sondages d'opinion.

Le quotidien El Watan a amplement contribué à cette initiative (très timide d'ailleurs, surtout auprès des quelques quotidiens qu'il y avait auparavant) avec un nombre important de sondages déjà publiés depuis sa création!

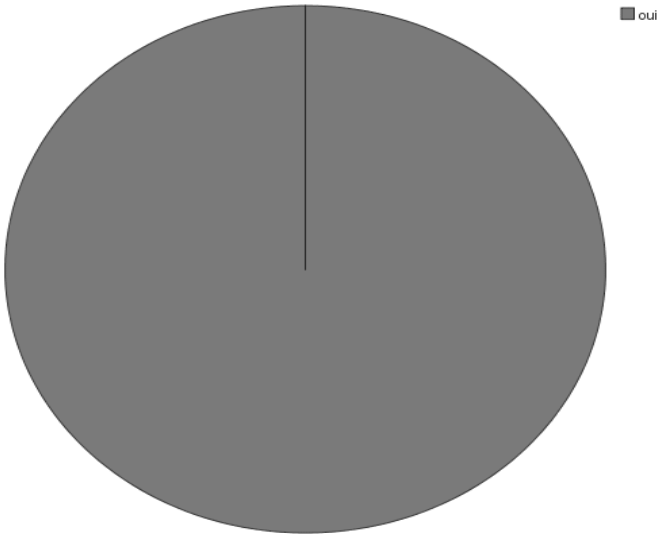
Cependant, l'enquête que nous avons menée auprès des journalistes du dit quotidien relève qu'en matière de connaissance sociale, il est difficile de se prétendre même si on reconnaît aux études d'opinion cette mission si importante et que dans la réalité de l'algérien, il y a eu beaucoup d'apports relativement à d'habitude.

Aussi, l'on reproche beaucoup au régime politique contemporain de monopoliser l'information, ce qui entrave au processus de démocratisation et au droit même à l'information.

Le sondage devrait refléter l'opinion publique, ne devrait pas l'influencer mais n'est pas encore prêt d'en évaluer la tendance!

L'expérience d'El Watan nous prévient des limites du sondage même si ceci ne l'a guère éloigné de ses objectifs. Ses procédés restent les mêmes tant en matière d'évaluation des retombées, que de conception, d'interprétation et de diffusion.

le sondage politique génère une valeur ajoutée en terme de connaissance sociale



### ▪ *Conclusion*

Hormis les concepts théoriques essentiels que nous avons pu identifier dans la présente recherche, nous retenons qu'il est impossible de parler d'opinion publique à proprement dire dans un environnement pollué par l'absence de la méthodologie scientifique et par la culture du sondage.

En ce qui concerne les trois décennies objets de notre étude, l'Algérie ne pouvait connaître aussi défavorables que celle des années quatre vingt et quatre vingt dix.

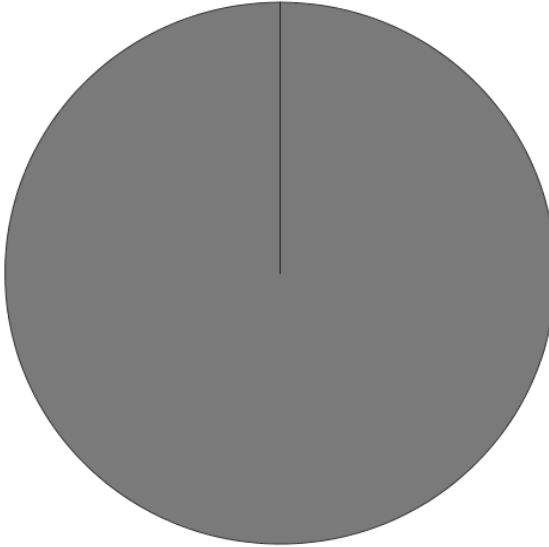
**Question 9 :** Depuis le multipartisme en Algérie, jugez- vous que le sondage politique que vous engagez

a pris une autre tournure?  
Non/ /

Oui/ /

depuis le multipartisme, les sondages politiques prennent une autre tournure

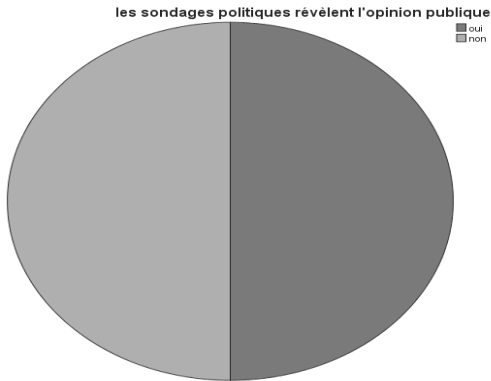
■ non



**Question 10 :** Pensez- vous que le sondage politique conduit par votre quotidien génère une valeur ajoutée en matière de connaissance sociale? Oui/ /

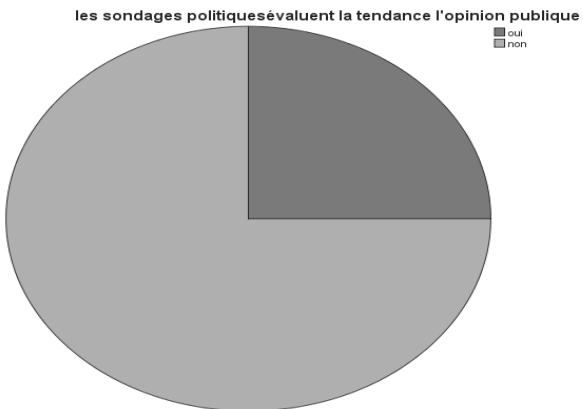
Non/ /



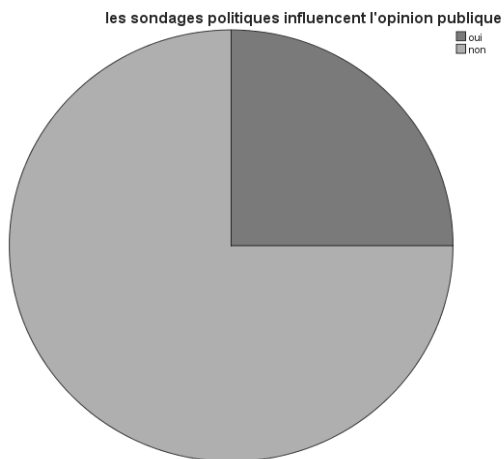


**Question N°8 :** Jugez- vous que les sondages politiques que votre quotidien a assurés jusque là:

- Devraient évaluer la tendance de l'opinion publique? Oui/ / Non/ /



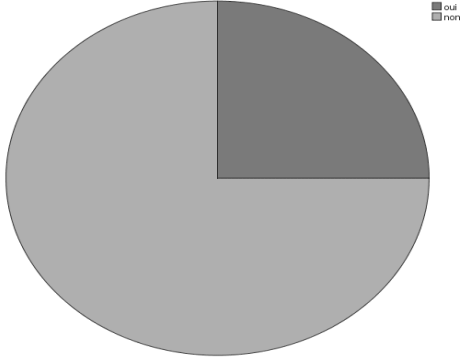
- Devraient influencer l'opinion publique?  
Oui/ / Non/ /



**Question N°8 :** Jugez- vous que les sondages politiques que votre quotidien a assurés jusque là:

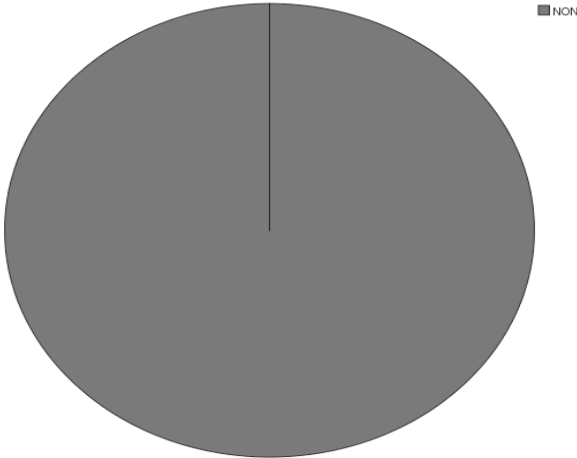
- Devraient révéler l'opinion publique?  
Oui/ / Non/ /

avez-vous une reconnaissance des limites pour ces sondages



**Question n°7 :**

Ces limites vous ont-elles éloignés de vos objectifs



**Question N°8 :** Jugez- vous que les sondages politiques que votre quotidien a assurés jusqu'à là:

**Question N°5 :** Estimez- vous depuis 1980 que la méthodologie adoptée par votre quotidien était la même quant à :

- L'évaluation des retombées des sondages politiques? Oui/ / Non/ /

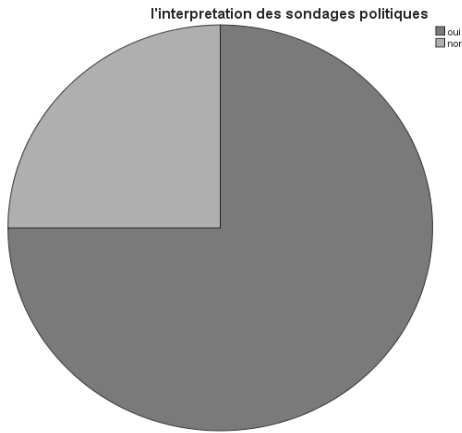


**Question n°6:** Avez- vous connu (ou pris connaissance de l'existence) à l'époque de sérieuses limites quant à l'adoption du sondage politique dans votre profession?

/ Oui/ / Non/ /

**Question5** : Estimez- vous depuis 1980 que la méthodologie adoptée par votre quotidien était la même quant à :

- L'interprétation des sondages politiques? Oui/  
/ Non/ /







principales évolutions qu'a connues celle-ci dans ce domaine;

=les usages, les limites et apports du sondage d'opinion en matière de connaissance sociale en Algérie ainsi que son niveau de crédibilité.

### **III.1/ Résultats du traitement qualitatif des données de l'enquête :**

Basée sur l'entretien individuel diffusé sur une dizaine de personnes responsables de rubriques au sein du quotidien El Watan, l'étude qualitative nous révèle un manque énorme en instituts de sondages, un non respect du métier (se réalisant souvent dans l'informel), une absence de culture démocratique et de liberté d'expression (sachant que les officines du régime demeurent ceux qui orientent les sondages afin d'alimenter la propagande politique). Le sondage en Algérie, quoique que soit sa qualité, participe à la production de l'information, sachant que cette dernière reste très rare chez nous! On ne peut cependant pas avoir une opinion publique typique, vues les dichotomies sociale, sociétale, politique, économique et culturelle!

#### ***Les périodes:***

- quatre vingt à quatre vingt dix ont fait profiter la mafia politico financière et a généré un climat d'insécurité et de perte de confiance;



- Le 15/5/2007: l'usage des sondages en Algérie;
- Le 18/4/11: l'évaluation du marché des sondages en Algérie, l'ONS & les sondages, le sondage via internet;
- Le 28/4/12: ce qu'a dit le président à propos du 10 Mai...etc.

### **III/ Principaux résultats de l'étude analytique des sondages (cas du Quotidien El Watan)**

A travers deux phases d'analyse (la première émanant du contenu des diverses publications du quotidien El Watan, la seconde rimant aux résultats essentiels de notre enquête sur le terrain), consistant essentiellement à une étude qualitative, nous allons essayer de percevoir l'effet du sondage sur la connaissance sociale, en l'occurrence, la réalité sociale en Algérie.

Rappelons l'objectif essentiel de l'enquête portant sur l'expérience de la presse écrite algérienne en matière de sondages politiques, leur crédibilité et leurs apports en matière de connaissance sociale. L'étude qualitative porte sur des axes bien précis de la recherche, à savoir:

=le contexte global du sondage politique en Algérie depuis les années quatre vingt ainsi que la conjoncture y afférente et l'état d'esprit régnant alors sur un plan socio politique et socio culturel;

=les circonstances dans lesquelles le sondage politique est publié par la presse écrite algérienne et les

-Créé le 8 Octobre 1989 par un groupe d'anciens journalistes du quotidien El Moudjahid, *El Watan* fait partie des premières apparitions de la presse écrite privée en Algérie; récompensé par l'assemblée mondiale des journalistes en 1994 mais a connu jusque là cinq suspensions dont la récente en 1988. El Watan est considéré comme étant un journal de référence en Algérie, il a été parmi ceux qui ont le plus produit le sondage politique tout en veillant sur sa répétition de façon relativement régulière, surtout en périodes de crise.

En les huit premières années de son existence déjà, il a réalisé cinq sondages dont: Que veulent les algériens (30/11/1992); La présidentielle de 1995 (20/21 Oct.1995); Les algériens et l'expérience démocratique (20/5/1996); Le référendum du 26 Novembre 1996(17/11/1996); La présidentielle du 15 Avril 1999(5/4/1999).

En 1999, El Watan avait déjà assuré la publication de seize sondages; à défaut, il publie des articles traitant à chaque fois d'un sujet particulier émanant de l'univers des sondages tels que:

-Le 29/3/09: l'identification du sondage et des mesures d'audiences;

-Le 3/11/2000: la loi algérienne en matière de sondages;

-Le 22/5/2002: la crédibilité des résultats sur les intentions de vote;

## II.2/ Les initiatives de la Presse Ecrite Algérienne dans la production du sondage d'opinion:

En général, le sondage n'était pas méconnu par les autres quotidiens nationaux, certains thèmes y étaient abordés, à savoir qu'à titre d'exemples:

- ***El Moudjahid*** : avait publié les résultats d'un sondage réalisé suivant la méthode d'enquête isolée, portant sur les appréciations des lecteurs du quotidien (en question) ainsi que leurs goûts (diffusion du 28/02/1985). Au courant de la même année, El Moudjahid publie les résultats d'un sondage (type controverse) réalisé par ses soins exposant alors les points de vue des jeunes lecteurs quant au programme de télévision de l'époque (16 Mai 1985).

- La même initiative (quant aux appréciations des lecteurs via le quotidien) a été prise en date du 14 au 20 Mars 1985 quant à l'hebdomadaire ***Algérie Actualité***. Entre le 25 et le 31 Mai 1989, il diffuse un sondage sur l'appréciation de l'information, qu'il publie par la même et poursuit son enquête sur les algériens, cette fois-ci sur la vie politico sociale et ce que veut l'algérien (21 au 27 Décembre 1989).

-En date du 8/3/1989, le quotidien ***El Massa*** (en langue nationale) expose les réponses des lecteurs algériens à un questionnement portant sur les programmes des flux politiques afin d'identifier les axes politiques qu'ils attendent des nouveaux partis.

creuse davantage avec les divers dépassements du système sécuritaire au détriment du peuple qu'il était censé plutôt protéger.

Commença alors la remise en question du parlement et de ses décisions, ce qui a engendré le reniement du parti unique dit FLN et donné naissance à l'idée du multipartisme. Les médias ont pour la plupart soutenu cette dernière suggestion en l'infiltrant déjà dans les premiers sondages politiques de l'époque.

Le contexte se caractérisait par beaucoup d'instabilité politique et d'insécurité en plus d'une dégradation de la confiance des citoyens vis-à-vis de tout ce qui était entrepris par l'Etat.

Résumons enfin que pour le contexte effectif du sondage d'opinion de l'époque en Algérie, le motif de la commande du sondage consistait beaucoup plus à la sensibilisation pour réclamer d'énormes changements en politique, économie et société; la publication était maîtrisée par les quotidiens responsables alors de sa diffusion; disons que pour le moment de la passation, il était bien choisi car il s'agissait d'une opportunité exemplaire pour la presse partisane (pour le changement et le multipartisme) ; enfin, les commanditaires ne pouvaient être que puissants devant une telle situation.

informations fixées par la CS, en Algérie, il s'agit de: réalisateur, commanditaire, problématique du sujet, ensemble des questions posées, nombre de répondants par rapport à celles sans opinion, et durée de réalisation de l'enquête).

## **II / Le Sondage d'Opinion et la Presse Ecrite en Algérie :**

Avant de donner une idée précise sur ce qu'a pu représenter le sondage politique en Algérie depuis les années quatre vingt, nous signalons le contexte global dans lequel a pu naître ce dernier, puis, nous dégagerons les principales initiatives engagées alors par la presse écrite algérienne, en l'occurrence au sein du quotidien El Watan. Ce qui nous permettra de relever les principales évolutions qu'a connues la presse écrite algérienne subséquemment aux dites expériences.

### **II.1/ Le contexte du sondage politique en Algérie:**

Vers les années quatre vingt, l'Algérie commençait à connaître une sérieuse crise économique caractérisée essentiellement par les nombreuses ruptures en denrées alimentaires et en d'autres produits de base nécessaires à la vie courante du citoyen; ce qui a déclenché à plusieurs reprises des émeutes organisées dans la plupart des temps par une population très jeune. La mésentente entre gouvernement et public algériens se

- Portugal et Brésil : interdiction de la publication par rapport à toute la période de la campagne électorale.
- Grande Bretagne et USA : pas de lois dans ce sens.

***-Existent également :***

- Le comité de déontologie et de statistique au sein de l'ASU (association pour la statistique et ses utilisations)
- La CNIL (commission nationale informatique et libertés créée le 06 Janvier 1978)
- La CS (commission des sondages), définit le sondage comme étant (Frédéric DOSQUET & collaborateurs 2012) "...une opération visant à donner une indication quantitative de l'opinion d'une population au moyen d'un échantillon représentatif de cette population". Elle oblige les instituts de sondage de remplir un certain nombre d'obligations, entre autres, la communication d'une fiche méthodologique dite notice d'information contenant obligatoirement certaines

**-Le suivi :** des tendances économiques : Malgré l'existence de données «factuelles» (produites par l'INSEE en France par exemple), il reste que certains indicateurs (touchant à la prévision économique globale) sont purement subjectifs.

**Exemple :** indices de confiance des acteurs économiques dans la conjoncture précédant normalement les compositions d'épargne, d'investissement de la consommation etc.

**-Style de vie et courants socioculturels :** Il s'agit d'études de synthèse proposant des modèles de compréhension des mouvements en cours de la société.

Deux systèmes très connus à cet effet (en France) : Celui du C.C.A (centre de communication avancée) et celui de la COFREMCA (réalisant des études sur les styles de vie et les « courants socioculturels »).

### ***1.3.3/ Contrôle des sondages :***

Il est difficile de tester l'effet d'un sondage par un autre sondage. (Vu le fait que les personnes nient parfois avoir été influencées).

Existence de la C.S pour le contrôle des sondages (loi 1977/2002);

**-A l'étranger :** sondages préélectoraux :

- Canada (1969) : interdiction de diffusion de sondage électoraux à la TV et à la radio pendant les 2 jours avant la consultation.

### **I.3.1/ Principaux demandeurs de sondages :**

Les médias en étant les premiers commanditaires, utilisent aussi bien la forme confidentielle (pour évaluer leur propre lectorat) que la forme publique.

Quant au gouvernement et ses diverses administrations ce sont de grands consommateurs de sondages à des niveaux de plus en plus nombreux. Les ministères (en France) font transiter leurs demandes de sondages par le SID (service d'info et de diffusion) lequel passe ses commandes auprès de la SOFRES etc.

Les personnalités: très friandes des sondages,

Les entreprises ou groupes d'entreprises : utilisateurs traditionnels du sondage et ce, en raison du souci d'entretien de l'image dans le public ainsi qu'à l'occasion du lancement de nouveaux produits.

### **I.3.2/ Usages des sondages : Essentiellement :**

*-La prévision politique :* Il s'agit de la prévision de vote et des variations des opinions publiques également, de tester l'impact de l'image d'une personnalité X, son indice de popularité etc.

On y recourt également pour avoir une connaissance des vœux du public.

Toutefois, les sondages politiques, se révèlent faussés et ce, pour diverses raisons (échantillon, formulation des questions, soumission au vote ou influence des résultats du sondage sur les attitudes).



-Les controverses: plusieurs enjeux majeurs et sous jacents aux sondages politiques font l'objet de débats laissant de côté les deux types d'erreurs relatifs au sondage, à savoir, l'erreur de mesure (liée au processus d'enquête lui-même) et celle de l'échantillonnage.

Parmi les problèmes les plus posés par les sondages d'opinion, on note:

- l'absence de fiabilité absolue;
- la taille de l'échantillon souvent responsable de non fiabilité des réponses;
- la représentativité de l'échantillon.

### **I.3/ Principales circonstances de demande, d'usage et de contrôle des sondages politiques :**

Remontant au XIXème siècle, les sondages politiques sont apparus pour la première fois sur les journaux américains avec les "votes de pailles" (dits strawpolls) aux USA (enquêtes réunissant un grand nombre de réponses), même si à l'époque, ces "votes de paille" n'étaient pas exempts de manipulations suivant la sensibilité politique des journaux. Ce n'est qu'en 1936 et grâce à l'institut Gallup en 1936 que l'efficacité du sondage "scientifique" fut établie et prédit l'élection de Roosevelt.

La classification des sondages politiques emprunte plusieurs axes, à savoir (Frédéric DOSQUET & collaborateurs 2012):

-Les études qualitatives: son approche se prétend à la profondeur voulant dépasser le sens immédiat rationnellement formulé par l'individu et ce, afin d'atteindre des aspects non directement annoncés. Un petit nombre de personnes dont les profils est certainement différents sont interrogées pour aboutir à un cadrage de l'ensemble des déterminants d'une opinion ou d'une attitude. On en distingue (Frédéric DOSQUET & collaborateurs 2012) :

= les entretiens : on en distingue les individuels (rassemblent un interviewer et un répondant) et ceux de groupes (réunissent un petit groupe face à un animateur);

= les techniques de facilitation: elles sont mises en œuvre pour faciliter la prise de parole des répondants, et ce aussi bien dans un cadre individuel que collectif.

-Les études quantitatives: la plus grande difficulté de cette étape est l'échantillonnage, à savoir les modalités de sélection des répondants après détermination de la population objet de l'enquête, et ce, en fonction de la technique d'administration du questionnaire, ce qui façonne le questionnaire à son tour.

l'analyse des structures qui sous-tendent l'opinion publique.

## **1.2/ Sondages d'opinion/études d'opinion:**

Trois catégories de sondages sont à signaler en fonction du genre d'informations apportées (Philippe J. MAAREK, 2007) :

- les enquêtes isolées, elles représentent le sondage d'opinion type, tel qu'on en lit quotidiennement dans les journaux ou qu'on en cite lors des actualités télévisées etc.

Deux cas de figure sont envisageables selon que l'homme politique commande une enquête ne posant qu'une ou deux questions relatives à sa demande, ou, contrairement, qu'il commande l'insertion d'une ou de plusieurs questions spécifiques dans un questionnaire "général" appelé par les praticiens "enquête omnibus".

- les baromètres: ils apportent des informations plus précises que les simples enquêtes car souvent l'échantillon est représentatif et est interrogé à intervalles réguliers (les mêmes questions sont alors posées) et ce, afin de suivre les évolutions de l'opinion.

- les études ponctuelles: elles sont dites "ad hoc" et sont réservées à un usage interne et non public, elles ont les mêmes finalités que les mesures répétées et se prêtent moins bien qu'elles au suivi des évolutions de l'opinion (Frédéric DOSQUET & collaborateurs 2012).

Faisons remarquer toutefois que « l'opinion publique est devenue un enjeu de légitimation de l'intervention de la puissance politique ou économique (se justifiant qu'elle est soutenue par une majorité d'électeurs ou de consommateurs) » ( Hélène .Y. Meynaud& Denis Duclos (1998).

Faisons remarquer également le rôle très important des médias qui se « présentent en contrepoint comme porte-parole directs des opinions « réelles » de la population.

Les deux enjeux sociaux principaux de l'opinion publique par les sondages sont : « la recherche de la légitimation par l'opinion majoritaire et le contrôle des débats publics, notamment par les médias » ( Gildas Brossier Anne-Marie Dussaix (1999)).

Une démarche peut être empruntée en axant la recherche sur trois axes essentiels, à savoir (Gildas Brossier Anne-Marie Dussaix 1999) :

- 1- évaluation de l'influence du premier postulat, c.a.d. combien y a-t-il de gens qui n'ont pas d'opinion sur l'objet du sondage ? Que peut- on proposer pour pallier leur méconnaissance ?

-2-vérification que toutes les opinions se valent, dans le cas contraire, décrire celles des différents groupes mises en évidence ;

-3-ré enchâsser la question du sondage dans un ensemble plus large de conflits, de façon à permettre

intervenir sur le déroulement de l'entretien ni sur son rythme. Impossibilité donc pour elle de moduler sa participation à ce débat artificiel.

- le sondage possède l'avantage d'obliger les personnes à se prononcer clairement et obtient ainsi « une image d'une adhésion à schémas de pensée collectifs plus ou moins inconscients concernant, ce qui révèle de l'expérience personnelle que d'une idéologie diffuse, mais efficace sociologiquement ». (Hélène .Y. Meynaud& Denis Duclos (1998).

Ce qui fait que le sondage d'opinion saisit au moins un aspect réel des opinions.

Toutefois, les non-réponses en disent parfois plus long que les réponses forcées : il s'agit alors d'un non-engagement ou alors de non compatibilité avec la situation d'enquête.

Le sondage dont on n'analyse pas les non-réponses induit forcément une interprétation biaisée de ce que pense la population (puisque surestime ce qui est dit et sous-estime le sens du silence).

Il est important de considérer le contexte du sondage (motif de sa commande, la maîtrise de sa publication ou sa tenue confidentielle, le choix du moment de sa passation, la puissance de son commanditaire etc.), dans la mesure où l'on se souci d'éviter la transformation du sondage en arme pure et simple.

- on doit également considérer le lieu où s'opère une sélection des opinions par les interlocuteurs de celui qui les émet;

- « la conversation est un ajustement mutuel où s'équilibrent plus ou moins les tentatives d'imposer un thème au débat, une vision du monde, des valeurs de références communes » : (Hélène .Y. Meynaud& Denis Duclos (1998): l'opinion ne demeure pas alors strictement personnelle car elle reflète dans son contenu et dans sa forme, une acceptation des règles de la discussion (Garfinkel Quéré p24) et y réaffirme ses propres droits de membres;

-En analyses des sciences sociales : un individu=une opinion; or, du fait que l'opinion est dite quelque chose de fragile, d'individuellement incertain et de socialement contingent, la situation de sondage ne fait qu'accroître cette fragilité en forçant une réponse formalisée et imposée par le sujet (sondeur).

- l'opinion devrait se faire par l'expérience et la confrontation avec les proches ; malgré cela, elle est toujours temporairement établie. Elle naît ou surgit lors d'une discussion ; or, « la personne interrogée dans un sondage est mise en situation de formuler sans tarder un jugement» ( Hélène .Y. Meynaud& Denis Duclos (1998). De ce fait, la personne interrogée ne peut

- Selon George H.& Gallup, c'est ce : « ...que mesurent les sondages »;
- Selon J.Stoetzel , ce n'est pas un objet mais « un chapitre pour la recherche » donc : elle n'est pas identifiée à ce que nous présentent les sondages;
- Selon Hélène .Y. Meynaud& Denis Duclos (1998), « Le sondage n'est pas une donnée 'immédiate' de l'activité humaine ;
- selon les chercheurs (ethnologues, sociologues et linguistiques) : « c'est un enjeu concret, que surgissent lors d'interaction entre individus, que l'on fait l'effort de construire ou de rappeler à soi une opinion et de s'y tenir » ( Hélène .Y. Meynaud& Denis Duclos (1998).

Cette construction varie selon les interlocuteurs, à savoir que (Hélène .Y. Meynaud& Denis Duclos (1998):

- l'opinion est toujours un « construit social » dépendant de la situation dans laquelle elle s'exprime;
- la personne opère des sélections et des choix (lors de la prise de parole) pour en arriver à un ralliement à telle identité sociale ; ceci, n'étant jamais « figé » une fois pour toutes;
- la personne conserve une certaine distance à ses propres opinions car il existe toujours une place au doute, à l'informulé, au silence, à la recherche de ce que l'on veut vraiment dire ou de ce que l'on aurait envie d'être etc.;

l'information en général ". Il possède la possibilité de pouvoir obtenir des résultats sur une population mère en n'examinant qu'une partialité de son ensemble, à savoir, l'échantillon. Il a la spécificité de la facette publique et médiatique grâce à laquelle il revêt de plus en plus d'importance à travers le temps et l'espace.

C'est en fait un immense domaine du fait qu'il est à l'intersection de nombreuses spécialités scientifiques (maths, statistiques , informatique , économie, psychologie...) ; Son rôle d'intermédiaire dans les sociétés modernes ainsi que la complexité des questions qu'il traite font de son poids (économique) un poids croissant.

L'utilité des sondages se voit (Gildas Brossier Anne-Marie Dussaix (1999)):

- par rapport aux hommes de marketing : en les orientant dans leurs analyses et leurs recommandations ;
- par rapport aux hommes politiques : en les orientant dans leurs prises de positions.

### **I.1/ L'opinion publique à travers les différentes approches théoriques :**

Quant à l'opinion publique, elle vise la connaissance du tissu local, le repérage des attitudes de la population etc.

Quant à la définition de l'opinion, nous avons collecté celles qui suivent (Hélène .Y. Meynaud& Denis Duclos, 1998) :



## ▪ *Introduction:*

Bien au-delà des considérations politiques de tout genre, n'importe quel citoyen doté d'un minimum de conscience et de bon sens est capable de discerner des situations contradictoires telles que celle où il est informé et donc considéré et surtout prévenu, et celle où son existence est menacée par une sorte d'ignorance quant à sa réalité, son vécu, son devenir etc. C'est dans cette perspective que cette étude va tenter d'étudier un contexte algérien en trois espaces temporels –les décennies quatre vingt, quatre vingt dix et deux milles– dans lequel la presse écrite algérienne (dont à la tête le quotidien El Watan) s'est initiée tant dans la démocratisation des esprits que dans la libération de l'information tout en utilisant le sondage politique. Ce qui nous intéresse plus que tout c'est la mesure dans laquelle le sondage aurait peut être pu renseigner sur la réalité sociale en Algérie. L'expérience d'El Watan, espérons- le devrait nous en dire plus..., c'est ce que nous prévoyons de découvrir à travers une double enquête du terrain: qualitative et quantitative.

## **I- Cadre théorique du Sondage d'Opinion**

Le sondage étant selon Gildas Brossier & Anne-Marie Dussaix (1999) est une «technique de production et d'élaboration d'informations chiffrées, fait partie d'un ensemble plus vaste qui est celui de l'information statistique, lui-même inclus dans l'univers de

# La presse écrite algérienne et l'analyse de la réalité sociale à travers le sondage d'opinion

Par: **Dr.Nadia OUCHENE**

*Maître de conférences*

*Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et  
des Sciences de l'Information*

**Mots clés:** *Sondage d'opinion, opinion publique, presse écrite algérienne, réalité sociale, contexte politique.*

**ملخص:**

إجراء سبر الآراء يسمح عادة بالتعرف على الاتجاه التطوري لرأي الناخبين ما يؤدي التقصي الحقيقة الاجتماعية و المعبر عنها رقميا في زمن معين. بهذا يعتبر سبر الآراء وسيلة مميزة و ثمينة في إعداد التنبؤات المناسبة للرأي العام.

فماذا عن دور الصحافة المكتوبة بالجزائر؟ هذا ما نستفسره من خلال الواقع الاجتماعي الذي عاشه الجمهور الجزائري من الثمانينات إلى نهاية 2012 على ضوء الوضعيات السياسية و الأمنية و المتماشية آنذاك مع الأنظمة الاقتصادية و السياسية السائدة.



*La presse écrite algérienne et l'analyse  
de la réalité sociale à travers  
le sondage d'opinion*

Par : **Dr. Nadia OUCHENE**  
*Maître de conférences*  
*Ecole Nationale Supérieure de Journalisme*  
*et des Sciences de l'Information*

nouveau domaine de connaissances, celui des infocom en Algérie et dans le monde. Elle reste le reflet du projet de formation de l'ENSJSI qui se veut résolument élitiste et ancrée à enseignement culturel modernisé et pluridisciplinaire. « Face à la technologie et à la transnationalisation, les paradigmes anciens ne suffisent plus à décrire la communication. Celle-ci permet d'observer l'ensemble de la société, une fois abandonnés le médiacentrisme et les idéologies globalisantes. La responsabilité sociale et morale du spécialiste en communication devient alors fondamentale. » (Martin Barbero, Jesus; Ollivier, Bruno, 2004).

L'ambition de cette démarche est donc double : cerner une recherche spécifique qui naît dans un contexte particulier (l'Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences de l'Information) et inscrire cette recherche dans un courant plus large : la construction d'un socle de connaissances permettant à chacun de mieux saisir une discipline nouvelle, mais essentielle pour comprendre la société contemporaine.

Si les deux premiers numéros de la revue ont permis la publication de nombreuses études hétéroclites, mais non moins très intéressantes, A partir du Numéro 3, La revue de journalisme et de communication abordera dans chaque numéro une thématique en rapport avec les ambitions de formation et de recherche de l'ENSJSI.

Professeur A. Benzaoui.  
Directeur, ENSJSI.

# *Editorial*

Revue de recherche en sciences de l'information et de la communication, créée en 2013 à l'initiative de l'Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des sciences de l'Information (ENSJSI), La Revue de Journalisme et Communication a dû répondre à des défis variés.

D'abord, elle n'est ni la seule, ni la première à traiter du journalisme et de la communication. Bien des revues, plus anciennes et déjà reconnues le font. Ensuite, il lui faut nouer des relations avec les milieux professionnels dans lesquels ses étudiants vont s'insérer: publicité, journalisme, relations publiques, documentation, politique, systèmes d'information, communication publique. Enfin, elle doit, comme toute revue de l'université, produire des connaissances par la recherche sur l'information et les médias et plus généralement sur l'extraordinaire mouvement social et culturel autour de la communication.

« La communication ne se réduit évidemment pas à la performance des outils ni à l'émergence de nouveaux usages et marchés. Elle est d'abord une réalité culturelle et sociale, et concerne la manière dont les hommes et les sociétés entrent en contact les uns avec les autres. Dans la «révolution de la communication», les médias et les réseaux ne sont que la partie visible de l'iceberg. L'essentiel est l'ordre culturel est social : la communication renvoie d'abord aux représentations que les hommes et les sociétés se font de leurs identités et de leurs modes de relations. » (Dominique Wolton, 2004).

La revue de journalisme et de communication se développe donc à partir de plusieurs logiques : construire une légitimité, emprunter aux autres outils et méthodes tout en montrant son originalité, élaborer des connaissances tout en cherchant comment se structurent les problématiques d'un

**VII- L'apport des logiciels de statistique.....145**

**« open source » dans les études quantitatives  
des sciences de l'information et de  
la communication**

**Par :Dr. Adlane HAFFAR**

*Maître de conférences*

*Ecole Nationale Supérieure de Statistique  
et d'Economie Appliquée Koléa*

**Et**

**Par : Khaled LALAOUI**

*Maître Assistant*

*Ecole Nationale Supérieure de Journalisme  
et des Sciences de l'Information*

# SOMMAIRE

- I-Editorial .....9**  
**Par Pr. Abdesselam BENZAOUI**  
*Directeur de l'Ecole Nationale Supérieure de  
Journalisme et des Sciences de l'Information*
- II- La Presse Ecrite Algérienne et l'Analyse.....13**  
**de la réalité sociale à travers le sondage d'opinion**  
**Par : Dr. Nadia OUCHENE**  
*Maître de Conférences  
Ecole Nationale Supérieure de Journalisme  
et des Sciences de l'Information*
- III- Cinéma africain, cinémas d'Afrique : .....45**  
**représentations et imaginaires.**  
**Par : Pr. Ahmed BEDJAOUI**  
*Maître de Conférences à L'ISIC*
- IV- Le management de l'information .....75**  
**décisions en et la prise de entreprise**  
**Par : Dr. Saïd CHABANI**  
*Maître de Conférences Associé  
Ecole Nationale Supérieure de Journalisme  
et des Sciences de l'Information*
- V- « Vers une culture de la paix » au sahel .....95**  
**(l'approche globale)**  
**Par : Dr. Abou-El-Kacim DELLAL**  
**Chargé de Cours**  
*Ecole Nationale Supérieure des Sciences Politiques*
- VI- Puissance de la culture numérique.....125**  
**et nouveaux habitus méthodologiques**  
**Par : Dr. Fella BOURENANE**  
*Maître de conférences  
Ecole Nationale Supérieure de Journalisme  
et des Sciences de l'Information*



(Photos) ou sur support original en cas de présence de couleurs – les références ou sources bibliographiques figurent à la fin de l'article en respectant l'ordre de leur présentation dans le texte.

**5/** - La proposition écrite doit être accompagnée d'un résumé exprimé dans une langue autre que celle de l'article, ne dépassant pas 200 mots.

**6/** - Une brève biographie de l'auteur doit être jointe au texte proposé exposant ainsi : Le profil de l'auteur, ses principales compétences et sa spécialisation dans le domaine scientifique.

**7/** - Les articles proposés sont soumis à des experts habilités sollicités par le comité de lecture de façon anonyme.

## *Règles de publication*

1/ -La revue de la communication et du journalisme est une revue semestrielle éditée par l'Ecole Nationale Supérieure du Journalisme et des Sciences de l'Information, à caractère académique, diffuse les contributions universitaires dans le domaine des sciences de la communication et du journalisme.

2/ -La revue de la communication et du journalisme publie les articles – dans la langue nationale ou dans une langue étrangère – qui n'ont pas fait l'objet de publication préalable, ni de dépôt en vue d'une diffusion par ailleurs – elle ne doit pas non plus s'inspirer d'une thèse ou d'un mémoire de recherche soutenu.

3/ - Les articles doivent être présentés sur une seule face de la feuille et en conformité avec les normes suivantes ne devant pas dépasser 15 pages chacun:

- **En arabe** : Sakkal Majalla de taille 14.
- **En langue étranger** : Time New Roman de taille 12

4/ - Les représentations (tableaux, schémas, cartes, organigrammes etc.) devraient figurer sur des feuilles indépendantes – Les photos devraient être présentées sur un papier spécial

- Nadia OUCHENE, maître de conférences à l'ENSJSI.
- Lakhdar KORICHE, maître de conférences à l'ENSJSI.
- Cherif DRIS, maître de conférences à l'ENSJSI
- Abdellah ALI TOUDERT, professeur à l'ENSJSI.
- Mohamed Lamine BENZINE, professeur à U.Alger 1.
- Nadia ELKENZ, professeur à U.Alger 2.
- Rabah ALLAHOU, professeur à U.Alger 2.
- Ahmed BEDJAOU, maître de conférences à l'ISIC.
- Radia BERNAOUI, maître de conférences à l'ENSVAlger.
- Dahmane ELHADJ, maître de conférences à U. Colmar Alsas France.

▪ ***Rédaction et correspondance :***

ENSJSI 11 Chemin Doudou Mokhtar Ben Aknoun,  
Alger

Tel: 023.23.02.39 / Fax: 023.23.02.39

ISSN/..... /

Site web:[www.ensjsi.com/www.ensjsi.dz](http://www.ensjsi.com/www.ensjsi.dz)

▪ ***PAO***

Entreprise Nationale des Arts Graphiques

Adresse:BP75-Réghaïa-Alger

Site web:[www.enag.dz](http://www.enag.dz)

Tel : 00213 (23) 96 56 10 / 00213 (23) 96 56 11

Fax : 00213 (23) 96 56 18 / 00213 (23) 96 5711

# ***La Revue de la Communication et du Journalisme***

***N° 02/2015***

*La revue de communication et du journalisme est une revue semestrielle éditée par l'École Nationale Supérieure du Journalisme et des Sciences de l'Information, à caractère académique, diffuse les contributions universitaires dans le domaine des sciences de la communication et du journalisme.*

- ***Directeur de la publication :***  
**Pr. Abdesselam BENZAOU**, Directeur de l'école nationale supérieure du journalisme et des sciences de l'information
- ***Coordinatrice de la publication***  
**Dr. Nadia OUCHENE**, Directrice de la Post-Graduation et de la Recherche Scientifique
- ***Directeur de la Rédaction***  
**Pr. Abdesselam BENZAOU**
- ***Comité de lecture***
  - Brahim BRAHIMI, professeur à l'ENSJSI.
  - Mohamed Lakhdar MAOUGAL, professeur à l'ENSJSI.
  - Belkacem MOSTEFAOUI, professeur à l'ENSJSI.
  - Saïd LOUCIF, maître de conférences à l'ENSJSI.

**ISSN: 2353-0383**

ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE  
DE JOURNALISME & DES SCIENCES DE L'INFORMATION

n°: 02/2015

LA REVUE DE LA  
COMMUNICATION  
& DU  
JOURNALISME

Janvier 2015





