

جامعة منوبة
معهد الصحافة وعلوم الإخبار



المجلة التونسية لعلوم الاتصال

مجلة علمية سداسية - العدد 69 - جانفي / ديسمبر 2019

المجلة التونسية لعلوم الاتصال

مجلة علمية محكمة سداسية • العدد 69 • جانفي / ديسمبر 2019
معهد الصحافة وعلوم الإخبار



مؤسسها
منصف الشنوفي

المديرة
حميدة البور

رئيس التحرير
محمد حمدان

هيئة التحرير

العربي شويخة عبد الكريم حيزاوي
سامي المالكي سفيان عمار
معز بن مسعود سلوى الشرفي
فاتن بن لاغة

الاشتراكات : (الاشتراك يشمل عددين مع معلوم الإرسال)			ثمن النسخة
بقية البلدان	البلدان العربية الأخرى	تونس وبلدان المغرب العربي	15 ديناراً
25 دولاراً أمريكياً	20 دولاراً أمريكياً	30 ديناراً	

الطلبات والاشتراكات ومطالب المبادلات تكون بالعنوان التالي :

المجلة التونسية لعلوم الاتصال

معهد الصحافة وعلوم الإخبار، المركب الجامعي بمنوبة، 2010 منوبة، الجمهورية التونسية

الهاتف : 71 600 831 / 71 600 980 / 71 600 981 (00216)

الفاكس : 71 600 465 (00216)

البريد الإلكتروني : ipsi@ipsi.rnu.tn - موقع الواب : ipsi.rnu.tn

الأفكار الواردة في المجلة لا تلزم لأصحابها

تدقيق لغوي : د. كمال السحباني، معهد الصحافة وعلوم الإخبار

الإخراج الفني : محمد الدريسي، وحدة النشر بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار

الطباعة : المطبعة الرسمية

المجلة التونسية لعلوم الاتصال : تدمد 08480-0330

المجلة التونسية لعلوم الاتصال

جانفي/ديسمبر 2019

العدد 69

الفهرس

- 5 الافتتاحية : البعد العربي في بحوث الدكتورا
د. حميدة البور
- 9 ملخصات مذكرات الدكتورا

افتتاحية

البعد العربي في بحوث الدكتورا

د. حميدة البور

معهد الصحافة وعلوم الإخبار ، جامعة منوبة

تعتبر سنة 2010 نقطة تحوّل في الدراسات العليا بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار مع مناقشة أول أطروحة دكتورا في علوم الإعلام والاتصال أعدّها الباحث طارق بن شعبان تحت إشراف الأستاذ محمّد حمدان.

ويكمن هذا التحوّل في إرساء ديناميكية بحثية في حقل علوم الإعلام والاتصال من خلال فتح المجال لتقديم أطروحات دكتورا ومناقشتها وهذا التوجّه ليس حكرا على خريجي المعهد والطلبة المحليين من حاملي شهادة ماجستير البحث من المعهد بل شمل طلبة من حاملي الماجستير في الاختصاص وقدموا من بلدان عربية عديدة مثل الأردن وفلسطين والعراق وسلطنة عمان وقطر والجزائر وليبيا وموريتانيا وغيرها وخيروا مواصلة الدراسة في مرحلة الدكتورا بتونس. وبذلك اكتست هذه الديناميكية بعدا عربيا وساهمت في خلق نواة بحثية في البلدان التي جاء منها هؤلاء الطلبة.

توجت هذه الديناميكية باحتضان المعهد للملتقى العربي الأوّل لطلبة الدراسات العليا في علوم الإعلام والاتصال في بداية سنة 2019 وتحديدًا أيام 2 و3 و4 جانفي وقد تم تنظيم هذا الملتقى بالتعاون مع الشبكة العربية لعلوم الإعلام والاتصال. وفي نص الورقة العلمية للملتقى تمّ التأكيد أنّ أهداف الملتقى تتمثل في «تطوير التبادل العلمي بين الباحثين العرب في هذا

الحقل المعرفي والعلمي» و«التعرّف على الاهتمامات البحثية المستجدة في علوم الإعلام والاتصال من خلال مشاريع الأطروحات والمقاربات في طرح القضايا المستجدة في البيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة كالاتصال السياسي والشبكات الاجتماعية الرقمية والتنظيم الجديد للإعلام والاتصال».

وواصل العديد ممن تحصلوا على الدكتوراه من المعهد مسيرتهم البحثية في مؤسسات جامعية في بلدانهم وهم يقدمون اليوم إسهامات علمية في حركة النشر المختص في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وهو حقل جديد نسبيا في البلدان العربية مقارنة ببلدان أخرى غربية بالأساس.

في هذا العدد من المجلة التونسية للاتصال نقدم ملخصات أطروحات الدكتوراه التي تمت مناقشتها بالمعهد من 2010 تاريخ مناقشة أول أطروحة إلى نهاية 2019 وفيها عرض لمختلف المقاربات المنهجية والنظرية المعتمدة من قبل الباحثين والنتائج التي توصلوا إليها.

ومن خلال هذه الملخصات تتضح ملامح الاهتمامات البحثية لطلبة الدكتوراه. ويمثل الإعلام وبالأساس تفكيك خطابه وسياقات إنتاجه واقتصادياته وتمثلاته من أبرز المحاور التي تناولتها هذه الأطروحات حيث تعمقت في جزء منها في تحليل الممارسات المهنية وأدوار الفاعلين في اتخاذ القرار التحريري ومختلف أشكال التأثير في السياسات التحريرية باعتماد مقاربات منهجية كمية وكيفية ودراسة حالة بعض المؤسسات الإعلامية العالمية والمحلية.

وضمن المحور ذاته اهتمت عديد الأطروحات الأخرى بدراسات الجمهور وسياقات تلقي الرسائل الإعلامية والاتصالية باستخدام أدوات بحثية متنوعة تمكن من تحليل ظواهر التفاعل والتأثير.

في المرتبة الثانية من حيث عدد الأطروحات نلاحظ توجه طلبة الدكتوراه نحو دراسة الاتصال المنظمي والعلاقات العامة مع التركيز بالأساس على استراتيجيات الاتصال في المجال السياسي وبنسب أقل في المجال الاقتصادي والاجتماعي.

وللإشارة فإن تطوّر تكنولوجيات الإعلام والاتصال وأساليب التواصل عبر الشبكات الرقمية الاجتماعية أثار العديد من القضايا المستحدثة سواء في مجالات الاتصال العمومي أو التسويق وصناعة المحتوى الاتصالي فاختار بعض الطلبة الخوض في الإشكاليات التي تطرحها هذه المسائل في مستويات مختلفة ومحاولة دراسة واقع الاتصال في بلدانهم انطلاقاً من المقاربات النظرية الحديثة وما صاحبها من تقنيات بحث ملائمة.

من الواضح أنّ توجّه مشاريع الدكتوراه في المرحلة القادمة ستنكب على دراسة أشكال الاتصال الرقمي وأساليبه مع ظهور براديجمات جديدة تحيل إلى مسارات بحثية تساعد في تفكيك التحولات في الواقع الإعلامي والاتصالي.

ملخصات مذكرات الدكتور

الإعلام والاتصال التربوي في مراحل التعليم ما قبل الجامعي بالخليج العربي بين المحلية والعالمية (سلطنة عُمان نموذجاً)

إعداد : سهيل بن سالم بن سهيل الشنفرى

إشراف : أ.د. عبد الكريم الحيزاوي

هدفت هذه الدراسة (الإعلام والاتصال التربوي في مراحل التعليم ما قبل الجامعي بالخليج العربي بين المحلية والعالمية، سلطنة عمان نموذجاً) إلى التعرف على واقع الإعلام والاتصال التربوي في مراحل التعليم ما قبل الجامعي بسلطنة عمان. وقد تحددت مُشكلة الدراسة في السّؤال الرئيسي: ما مدى استجابة/ تطابق تجربة سلطنة عُمان في مجال الإعلام والاتصال التربوي مع المعايير الدولية المتعارف عليها؟ وعبر تساؤلاتها حول مفهوم الإعلام والاتصال التربوي وأهدافه، ومشكلاته، ووسائله، وظروف عمل المنسقين الإعلاميين بالمدارس، والمردود التربوي والتعليمي للإعلام والاتصال التربوي على طلبة المدارس.

استخدم في الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب المسح الشامل لـ(38) رئيس قسم للعلاقات العامة والإعلام التربوي وأخصائي إعلام تربوي، وأسلوب المسح بالعينة على (75) منسق ومنسقة إعلامية، وبأسلوب المقابلة على (30) طالب وطالبة. واستخدم في جمع البيانات من العينة الأولى والثانية استبانة من إعداد الباحث وفق مقياس ليكرت خماسي مستويات الإجابة.

ومن العينة الثالثة مقابلات فردية أجراها الباحث بنفسه وفق استمارة مقننة من إعداده أيضاً. وقد حازت أدوات الدراسة على درجات مرتفعة

من الصدق والثبات. وأجريت الدراسة في الفصل الأول من العام الدراسي 2011-2012، واستخدم في تحليل البيانات برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) النسخة 16.

من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

1. لا يوجد اتفاق واضح بين رؤساء أقسام العلاقات العامة والإعلام التربوي وأخصائيي الإعلام التربوي حول مفهوم الإعلام والاتصال التربوي الذي يعد أكثر شمولاً ومناسبة لأغراض هذا النوع من الإعلام، كما أن رؤيتهم لمستوى تحقيقه لأهدافه كانت متوسطة نسبياً، وعبروا عن ارتفاع لمشكلاته على أرض الواقع، واستخدام متوسط لوسائل الإعلام والاتصال الخاصة به.

2. رصدت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في رؤية رؤساء أقسام العلاقات العامة والإعلام التربوي وأخصائيي الإعلام التربوي لأهدافه وفقاً للمؤهل الدراسي، ورؤيتهم لمشكلاته باختلاف عدد سنوات خبرتهم في مجال الإعلام التربوي.

3. العوامل المادية والشخصية المتوفرة في بيئات عمل المنسقين الإعلاميين تدعم ممارساتهم لمهامهم بشكل متوسط، وُفرص اكتسابهم التأهيل والتدريب والدعم في خدمات الإعلام والاتصال التربوي والمعنيين بها كانت متوسطة، وتوافر الاحتياجات المادية والبشرية قليلة، والدعم المقدم من قبل المعنيين لأنشطة الإعلام والاتصال التربوي بالمدرسة كان متوسطاً.

4. رصدت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في رؤية المنسقين الإعلاميين لواقع ظروف الممارسة والفرص وفقاً للعمر، وفي متغير الدعم وفقاً لعدد سنوات الخبرة في مجال الإعلام التربوي، وفي متغير فرص التأهيل والتدريب والتواصل وفقاً لعدد الدورات التدريبية، وفي رؤيتهم لواقع ظروف ممارساتهم لمسؤولياتهم، وُفرص التأهيل والتدريب والتواصل، وتوافر الاحتياجات المادية

والبشرية، وللدعم الموجه من قبل المعنيين وفقاً لاختلاف المحافظة/
المديرية التعليمية التي يعملون بها.

5. عبرت نصف عينة الطلبة عن عدم كفاية أنشطة الإعلام والاتصال التربوي بالمدرسة، وكانت هذه الأنشطة متوسطة في مراعاتها لميولهم واهتماماتهم، كما أن فضاءات ووسائل الإعلام والاتصال المتوفرة لهم كانت قليلة. وُفرص التعزيز والتوجيه والتدريب المتاحة للطلبة في مجال الإعلام والاتصال التربوي بمدارسهم كانت قليلة ومحدودة. وتأثيرات هذه الأنشطة في تعزيز القيم والمفاهيم، والدعم والمساعدة في اكتساب المعارف، والعمليات العقلية والمهارات المعرفية كانت متوسطة.

6. ظهور فروق دالة إحصائية لصالح الطالبات الإناث، في فعالية الفرص التعزيزية والتوجيهية للعوائد - والتدريبية، والعوائد والمكتسبات القيمية والمفاهيمية. ورؤية طلبة الصفين 11-12 للعوائد المعرفية (المعلومات) المكتسبة من أنشطة الإعلام والاتصال التربوي بالمدرسة، كانت أفضل بفارق ذي دلالة إحصائية من رؤية طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي لها.

الاتصال السياسي بواسطة الإنترنت: أي نموذج للعلاقة بين «الباث والمتلقي»؟ الواب الحزبي التونسي مثالا

إعداد: شوقي العلوي

إشراف: أ.د. عبد الكريم الحيزاوي

انطلاقاً من الجدل النظري حول إحياء شبكة الانترنت، بفضل خصائصها التفاعلية والتشاركية، ثنائية الاتجاه في الاتصال بين الباث والمتلقي التي افتقدتها مع وسائل الاتصال الجماهيري (خاصة التلفزيون التي كرسّت «مشهدة السياسة»، تساءلنا في إشكالية البحث عن طبيعة النموذج الاتصالي السائد في العلاقة بين الأحزاب السياسية التونسية والمتلقين، في سياق ما بعد ثورة 17 ديسمبر-2010 14 جانفي 2011، من خلال تواصلها معهم على شبكة الانترنت بجيلها الأول متجسداً في مواقعها على الواب، والثاني متمثلاً في صفحاتها على شبكة «فايسبوك».

ووضعنا إجابات محتملة لهذا التساؤل يمكن جمعها في فرضيتين رئيسيتين :

- تعيد شبكة الانترنت، بالرغم من خصائصها التفاعلية والتشاركية، إنتاج النماذج الاتصالية الكلاسيكية، أحدها أو بعضها أو كلها، التي تسوس العلاقة بين الباث والمتلقي (هنا الأحزاب والمتلقين في مجال الاتصال السياسي. وهي النموذج الحوارية والنموذج الدعائي والنموذج التسويقي. والسؤال المطروح هنا هو أي هذه النماذج يسود العلاقة بين الباث والمتلقي على شبكة الانترنت بجيلها المذكورين.

- يرافق صعود الانترنت في مجال الاتصال السياسي ظهور مواز لنموذج اتصالي جديد يحكم العلاقة بين الباث والمتلقي ويحل محل النماذج الكلاسيكية أو ينضاف إليها. وهو نموذج يعتمد على الخصائص التشاركية للشبكة في مستوى يتجاوز البعد التفاعلي، المتوفر أصلا في النموذج الحوارى وحتى في النموذج التسويقي، إلى ضرب من تحرير المتلقي من وضعية التبعية للباث المتجسدة في رد الفعل على رسائله ومدخلاته، و«تمكينه» (empowerment) من خلال بلوغ مرتبة الأخذ بزمام المبادرة في العملية الاتصالية عن طريق البدء بطرح القضايا النقاش مع البات ولكن أيضا مع بقية المتلقين. وقد أطلقنا على هذا النموذج المفترض تسمية «النموذج التشاركي» الذي يقوم على مشاركة المتلقي (أو المستخدم في صياغة المحتوى ولكن أيضا في تحديد العلاقة بينه وبين الباث).

وقد سعينا في الجزأين النظريين من هذا العمل إلى الإحاطة بمفهوم الاتصال السياسي الذي يتموقع فيه بحثنا باعتباره حقلا معرفيا ومجالا بحثيا وباعتباره أيضا ممارسة سياسية تمت تاريخيا، حسب الباحث الفرنسي «جيل أشاش» وفق ثلاثة نماذج كبرى (من منظور العلاقة بين الباث والمتلقي) هي النموذج الحوارى، والنموذج الدعائى والنموذج التسويقي. وقد توقفنا مطولا عند كل واحد من هذه النماذج الكلاسيكية لدراسة أسسها النظرية وتجلياتها العملية. كما درسنا من وجهة نظر ميديولوجية تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرى، وخاصة التلفزيون، في الاتصال السياسي عامة وفي العلاقة بين الباث والمتلقي وما آل إليه الوضع من «مشهدة السياسة» وتكريس الاتصال الأحادى - الاتجاه:

وجاءت شبكة الانترنت حاملة في طياتها وعودا بإعادة «حرارة» ثنائية الاتجاه إلى تلك العلاقة من خلال خطاب «مجتمع المعلومات» ومقولة «الديمقراطية الإلكترونية المرتبطين بمسألة» «تفاعلية الشبكة».

وحاولنا أيضا الوقوف على طبيعة النموذج الاتصالي الذي ترسيه الشبكة، بجيلها الأول والثانى، من منظور العلاقة بين الباث والمتلقي. واستنتجنا أن أهم خصائص هذا النموذج الجديد تتمثل في خاصيتين رئيسيتين:

- تحقيق التفاعل بين الباحث والمتلقي بحيث يصبح المتلقي باثًا والباحث متلقياً في الوقت نفسه.

- الارتقاء بالمتلقي إلى مرتبة « الشريك » في العملية الاتصالية إلى حد يمكن له فيه أن يتحرر من تبعيته للباحث ويمسك فيه بزمام المبادرة في العملية الاتصالية. وهي إمكانية يفتحها بالخصوص « الواب الاجتماعي » متمثلاً في الشبكات الاجتماعية التي يتأسس منطق اشتغالها على مشاركة المتلقي (أو المستخدم في صناعة المحتوى وفي صياغة العلاقة الاتصالية.

وإثر دراسة تجارب الفاعلين السياسيين الغربيين وممارساتهم الاتصالية بواسطة الانترنت وبناء على العمل النظري السابق، ذهبنا إلى الميدان نحمل إشكالية بحثنا وفرضياته. فحللنا مواقع واب سبعة أحزاب سياسية تونسية وصفحاتها على «فايسبوك» وفق شبكة تحليل تتضمن النماذج الاتصالية الأربعة المتوصل إليها في الجزأين النظريين (النموذج الحواري، النموذج الدعائي، النموذج التسويقي، النموذج التشاركي) ومؤشراتها، وذلك على امتداد فترة زمنية قدرها أسبوعان من 18 مارس إلى غرة أفريل 2014) ويمكن إجمال نتائج البحث في النقاط التالية:

على مستوى مواقع الأحزاب السياسية التونسية على الواب:

• لاحظنا هيمنة واضحة للنموذج الدعائي في مواقع كل الأحزاب دون استثناء حيث وردت مدخلات كل باث، أو كل حزب، في شكل عمودي نازل من الباحث إلى المتلقي دون إمكانية التفاعل معها.

ولئن كان معدل مؤشرات النموذج الدعائي في مواقع الأحزاب مجتمعة في حدود 72.54٪ (تراوحت النسب الفردية بين 50٪ و 100٪) نظراً لوجود مدخلات في شكل أشرطة فيديو (اعتبرناها تدخل ضمن مؤشرات النموذج التسويقي) بنسبة تفوق أكثر من 20٪ كمعدل لمجموع المواقع وأخرى جاءت متضمنة لحجة أو أكثر (اعتبرناها من مؤشرات النموذج الحواري في بعده العقلاني) بمعدل جملي قدره 6.58٪، فإنه يمكن اعتبار أن كل المدخلات، بما

فيها ذات البعدين التسويقي والعقلاني، قد وردت في شكل عمودي دعائي لأنها لم تكن مصحوبة بإمكانية التفاعل معها من قبل المتلقين.

• وردت مؤشرات النموذج التسويقي في المرتبة الثانية بعد مؤشرات النموذج الدعائي (بمعدل 20.85٪ لمجموع الأحزاب السبعة وتراوحت النسب الفردية بين 0٪ و 38.46٪). وتعود هذه النسبة بالأساس إلى استخدام أشرطة الفيديو المنقولة عن القنوات التلفزيونية أو التي تنتجها الأحزاب بنفسها على غرار حركة النهضة والتي اعتبرناها مؤشرا من مؤشرات النموذج التسويقي باعتبارها معادلة في شكلها وفي أسلوب مخاطبتها للمتلقى (الريتوريقا التلفزيونية ولغة الصورة والإشارات) الخطاب الإغرائي التلفزيوني الذي حاولنا تحليله في الجزء النظري الثاني.

ولاحظنا غيابا كليا لبقية مؤشرات النموذج التسويقي في بعده الاستراتيجي استراتيجية «التقسيم والاستهداف» و«التسويق الفيروسي» والأدوات (سبر الآراء والإشهار)، مع التوضيح أن مؤشرات «التسويق الفيروسي» («إعجاب» و«تقاسم») موجودة في معظم المواقع ولكنها تحيل على صفحات الأحزاب على الشبكات الاجتماعية ولا تتعلق، في تقديرنا، بمؤشرات داخلية في مواقع الأحزاب على الواب.

• لم تتعد نسبة معدل مؤشرات النموذج الحواري في مواقع الأحزاب السبعة على الواب 6.58٪ (تراوحت النسب الفردية بين 0٪ و 12.5٪). وعادت في كل الحالات إلى استخدام الباث لحجة أو أكثر في مدخلاته (الطابع العقلاني). ولكن الملاحظة الأساسية في هذا الباب هي الغياب الكامل في كل مواقع الأحزاب على الواب، لتعاليق المتلقين على مدخلات الباث (0٪) ولردود الباث على تعاليق المتلقين (0٪)، وذلك نتيجة للغياب الكامل للفضاءات التفاعلية في تلك المواقع على غرار إمكانية التعليق (التي إن وجدت شكليا في بعض المواقع كموقع التكتل الديمقراطي من أجل العمل والحريات فإنه لا يمكن الإطلاع عليها وإحصاؤها) أو منابر النقاش (وجود صوري في بعض المواقع كموقع الجبهة الشعبية وموقع الإتحاد الوطني الحر) أو المدونات الداخلية.

ويجعل غياب المؤشرات التفاعلية والمؤشرات التعددية وضعف نسب المؤشرات العقلانية، من غير السليم الحديث عن نموذج حوار في مواقع الأحزاب السياسية التونسية السبعة بالمعنى المستند إلى نموذج «الفضاء العمومي الهبرماسي» الذي حللناه في الجزء الأول من البحث والذي يقوم على أركان أربعة هي الطابع العمومي، الذي سلمنا بوجوده بما أننا نحل فضاءات مفتوحة على الواب، والطابع التفاعلي والطابع التعددي والطابع العقلاني. يبقى أن نلاحظ أن النماذج البديلة للنموذج الهبرماسي للفضاء العمومي لا تشترط كما أوضحنا ذلك في الجزء الأول من البحث، هذه الشروط وتسلط الضوء على الفضاء العمومي (الميدياتيكي) باعتباره مجالاً للظهور وتمثيل الحياة الاجتماعية.

• وكانت نسب مؤشرات ما أطلقنا عليه تسمية «النموذج التشاركي» (المبادرة بطرح مواضيع للنقاش، الخروج عن موضوع مدخلة الباث والتبادلات بين المتلقين) منعدمة تماما (0٪ في كل المواقع الحزبية المدروسة). وهو أمر طبيعي نتيجة لهيمنة النموذج الدعائي وغياب الفضاءات الحوارية في تلك المواقع.

• يمكن أن نستنتج أن «النموذج الدعائي» مهيم بشكل ساحق في مواقع الأحزاب السياسية التونسية مع تواجد هامشي لبعض مؤشرات النموذج التسويقي» (استخدام أشرطة الفيديو) و«النموذج الحوارية» (استخدام الحجاج في مدخلات الباث) وغياب كامل لمؤشرات النموذج التشاركي» الذي عرفناه بأنه النموذج الذي يتحرر فيه المتلقي من التبعية للباث ويأخذ فيه بزمام المبادرة في العملية الاتصالية.

- على مستوى صفحات الأحزاب السياسية التونسية على شبكة فايسبوك

أبرز تحليل صفحات أحزاب العينة على شبكة فايسبوك أن «النموذج التسويقي» هو النموذج المهيم في مجمل تلك الصفحات بمعدل 94.63٪ (تتراوح النسب الفردية بين 50.03٪ و 99.19٪). وتعود هذه النسبة الساحقة إلى كثرة استخدام مؤشرات التسويق الفيروسي الإعجاب والتقسام) في كل واحدة من الصفحات السبع (بنسب تتراوح بين 84.24٪ و 99.04٪)، في حين غاب مؤشر التسويق الاستراتيجي الأساسي وهو «التقسيم والاستهداف».

كما غاب، في البعد الأدوائي، استخدام سبر الآراء بشكل كامل وحضر الإشهار السياسي في بعض الصفحات بنسب هامشية (0.008٪ لنداء تونس)، 0.06٪ (الجبهة الشعبية)، 0.24٪ المؤتمر من أجل الجمهورية)، 0.21٪ (التكتل الديمقراطي من أجل العمل والحريات). 0.20٪ التيار الديمقراطي). ويتمثل الإشهار في كل الحالات في الترويج لمواعيد سياسية وأنشطة حزبية قبل موعد حدوثها. وهو إشهار مجاني بطبيعة الأمر لأنه يروج لأنشطة الحزب في صفحته على شبكة الفايبروك.

وفي المستوى الأدوائي أيضا، أبرز التحليل استخداما ذابال لأشرطة الفيديو لدى مجمل الأحزاب (40.08٪ لنداء تونس، 31.37٪ للنهضة، 12.5٪ للجبهة الشعبية، 30.47٪ للمؤتمر من أجل الجمهورية، 50٪ للاتحاد الوطني الحر، 46.66٪ التكتل الديمقراطي من أجل العمل والحريات، 26.66٪ التيار الديمقراطي). ولكن هذه النسب المرتفعة لاستخدام أشرطة الفيديو من قبل الأحزاب، هي نسب محتسبة على قاعدة مدخلات الباث فقط وهي تراجع إلى ما دون 1٪ عندما نحتسبها على قاعدة مجمل مدخلات الباث والمتلقين حيث تهيمن مؤشرات «الإعجاب» و«التقاسم» على مدخلات المتلقين بشكل ساحق.

وترد مؤشرات النموذج الحواري في المرتبة الثانية، بعيدا عن مؤشرات النموذج التسويقي، بمعدل 3.87٪ لدى أحزاب العينة (تراوح النسب بين 0.77٪ لنداء تونس و11.5٪ للاتحاد الوطني الحر). وتعود هذه النسب في جزئها الأكبر إلى نسبة ردود المتلقين على مدخلات البث الطابع التفاعلي مقابل انعدام رد الباث على تعاليق المتلقين في معظم الحالات، باستثناء رد يتيم عثرنا عليه في صفحة الاتحاد الوطني الحر وآخر وحيد في صفحة التيار الديمقراطي. وهو ما يعكس، في تقديرنا، حرص الباث (الأحزاب) على أن يحافظ على مركزية دوره كباث وعلى ألا يتحول إلى متلق يرد الفعل على تعاليق المستخدمين.

وفي إحصاء تواتر مؤشرات النموذج الحواري، أبرز التحليل توفر الطابع التعددي في كل الصفحات تقريبا وإن كان ذلك بنسب متفاوتة. كما وقفنا على وجود نسب لا يمكن إهمالها من الشتائم والسباب والكلام البذيء في

معظم الصفحات وخاصة في صفحتي «التكتل الديمقراطي من أجل العمل والحريات» (38.88٪) و«حركة النهضة» (18.88٪). وقد يؤشر ذلك إلى سخط قواعد هذين الحزبين على مواقف قيادتهما خلال فترة إنجاز التحليل التي تزامنت مع المصادقة على القانون الانتخابي والتي تميزت بجدل محتم حول موضوع إقصاء رموز النظام السابق من الاستحقاقات الانتخابية القادمة. كما تعكس أيضا حضورا أكبر، من الصفحات الأخرى، لخصوم هذين الحزبين على صفحتيهما وعدم لجوئهما إلى حذف تلك الشتائم.

على صعيد الطابع العقلاني، في إطار النموذج الحواري دائما، كانت نسب استخدام الباث والمتلقين لحجة أو أكثر في مدخلاتهم ضعيفة (تراوح بين 0٪ و 6.25٪ بالنسبة للأحزاب و 0٪ و 9.52٪ بالنسبة للمتلقين).

ويمكن القول إجمالا إن خصائص النموذج الحواري متوقرة إلى حد ما. فالطابع التفاعلي متوفر خاصة فيما يتصل بتعاليق المتلقين على مدخلات الباث ولكنه غائب أو يكاد فيما يخص ردوده على تعاليقهم. كما أن مؤشرات الطابع التعددي متوفرة بنسب معتدلة في حين تعتبر مؤشرات الطابع العقلاني ضعيفة من حيث استخدام الباث كما المتلقين للحجاج في مدخلاتهم.

جاءت مؤشرات النموذج التشاركي في المرتبة الثالثة، ضعيفة لا يتجاوز معدلها بالنسبة للأحزاب السبعة 0.72٪ (تراوح النسب بين 0.02٪ لنداء تونس و 0.41٪ النهضة و 0.41٪ للجبهة الشعبية و 0.60٪ للمؤتمر و 2.71٪ الوطني الحر و 1.05٪ للتكتل و 0.80٪ للتيار). وتعود هذه النسب إجمالا إلى مؤشر تعاليق المتلقين فيما بينهم (بين 3.69٪ و 27.77٪ من مجموع مدخلات المتلقين)، وتعاليق خارجة عن موضوع مدخلة الباث (بين 0٪ و 16.4٪). وغابت تماما مبادرات المتلقين بالتدخل نتيجة عدم إتاحة صفحات الأحزاب ذلك مع استثناء وحيد في صفحة «نداء تونس» التي تتيح ذلك في شكل نص أو صورة أو فيديو ولكن سرعان ما تمحى المدخلة بعد نشرها بوضع دقائق. وهو ما يعكس أيضا في تقديرنا حرص الباث على المحافظة على مركزية دوره كباث يمسك بزمام المبادرة في طرح المواضيع ولا يتنازل عنها للمتلقين.

ويمكن القول إجمالاً إن مؤشرات النموذج التشاركي» تبقى ضعيفة جداً في مجمل صفحات أحزاب العينة على شبكة «فايسبوك» بما يبدا الأمل في تحرر المتلقي من التبعية للباحث المتجسمة في اقتصار دوره، في معظم الحالات، على الإعجاب بمدخلاته وتقاسمها ثم التعليق عليها بدرجة ثانية.

أظهر التحليل أن «النموذج الدعائي» أو العمودي، التنازل من الباحث إلى المتلقي دون امكانية تفاعل، غائب تماماً من صفحات الأحزاب السياسية التونسية السبعة التي تشكل منها عينة البحث. ويعود هذا الغياب الكامل في تقديرنا إلى هيكلية شبكة «فايسبوك» التي تتيح بشكل دائم التعليق على كل مدخلات الباحث و/ أو التعبير عن الإعجاب بها و/ أو تقاسمها.

وإذا ما رمنا الإجابة على إشكالية البحث وفرضيتية بشكل مباشر، فإننا نقول إن استخدام الأحزاب السياسية التونسية لشبكة الانترنت بجيلها الأول والثاني، يعيد إنتاج النماذج الاتصالية الكلاسيكية في «نموذج هجين» يمزج، على الواب الكلاسيكي، بين حضور مهيمن «للنموذج الدعائي» (72.54٪) وحضور ضعيف «للنموذج الحواري» (6.58٪) وحضور قوي «للنموذج التسويقي» (20.85٪) وانعدام «النموذج التشاركي» (0٪). أما على الواب الاجتماعي (هنا شبكة فايسبوك) فإنه يمزج بين حضور مهيمن «للنموذج التسويقي» (في بعده الفيروسي بالخصوص (94.63٪)) وحضور ضعيف ل«النموذج الحواري» (3.87٪) وانعدام «النموذج الدعائي» (0٪).

ويتيح استخدام شبكة الانترنت في جيلها الثاني بالخصوص، ظهور نموذج اتصالي جديد ينضاف إلى النماذج الكلاسيكية هو «النموذج التشاركي» الذي يحرر، إلى حد ما، المتلقي من تبعيته للباحث (من خلال المبادرة بطرح قضايا للنقاش أو الخروج عن موضوع مدخلات الباحث أو التبادلات مع متلقي آخرين). ولكن مؤشرات حضور هذا النموذج الجديد ضعيفة في حالة اتصال الأحزاب السياسية التونسية بواسطة شبكة «فايسبوك» (0.72٪).

ويؤكد هذا، مرة أخرى، أن شبكة الانترنت، كمحمل اتصالي متعدد الوسائط وكميديا تفاعلية، تتيح تقنيا تعايش كل النماذج الاتصالية التي تسوس

العلاقة بين الباحث والمتلقي. ويبقى توظيف هذه الامكانيات التقنية رهين استخدامات الفاعلين السياسيين (باثين ومتلقين) في الممارسة الاتصالية وفق السياقات التاريخية والاجتماعية والثقافية لكل مجتمع.

وتلتقي النتائج المتوصل إليها بخصوص هيمنة النموذج الدعائي على الواب الكلاسيكي وهيمنة النموذج التسويقي على الواب الاجتماعي، مع الطرح النظري النقدي (فولتون) (1999) الذي يقول أنّ التقني لا يحدد الاجتماعي. فالفاعلية والتشاركية هي إمكانات تقنية متاحة على شبكة الانترنت بجيلها الأول والثاني، أي أنها خيار متاح ضمن خيارات أخرى. وما يحدد الاستخدامات الفعلية، سواء تعلق الأمر بالباحث أو بالمتلقي، هو السياق الثقافي والاجتماعي. فبالرغم من توفر الإمكانيات التفاعلية والتشاركية فإنّ الباحث (هنا الأحزاب السياسية التونسية) يهملها تماما على الواب الكلاسيكي ويحاول تجاوزها على الواب الاجتماعي.

على أن ما يمكن أن نلاحظه هو أنه حتى في سياقات ثقافية واجتماعية (وبالتالي سياسية مختلفة هي سياقات البلدان الغربية، التي استعرضنا بعضا من نتائج تجاربها وممارساتها في مجال الاتصال السياسي بواسطة الانترنت، هناك نقاط التقاء عام وغير تفصيلي مع نتائج تحليلنا. إذا يبدو النموذج العمودي (أو الدعائي) سائدا في ممارسات الفاعلين السياسيين الغربيين على الواب الكلاسيكي (فيدال 2003 Vedel وسرفاتي 2003 Serfaty). في حين كانت التجارب النموذجية في مجال استخدام الشبكات الاجتماعية في الاتصال السياسي (على غرار تجربة أوباما 2008) تشير إلى غلبة ما سماه «تيري فيدال» (Thierry Vedel 2009) نموذج «الغرف الحربية» (war rooms) وهو صيغة متطورة من النموذج التسويقي تستغل الإمكانيات التشاركية للواب الاجتماعي من أجل توظيف المستخدمين في التسويق الرسائل الباحث.

وقد يكمن الفارق في تطور استخدام «النموذج التسويقي» ببعديه الاستراتيجي (تقسيم واستهداف) والأدواتي (سبر الآراء، إشهار سياسي وفيديو) في التجارب الغربية (الأمريكية والأوروبية)، في حين لم تتطور هذه

الأبعاد في النموذج التسويقي لدى الأحزاب التونسية نتيجة حداثة عهدها بالاتصال السياسي الجديد» التسويقي والتنافسي. فبرزت لديها مؤشرات التسويق الفيروسي» اعجاب وتقاسم) التي تفرضها هيكلية الشبكة، دون بقية مؤشرات النموذج التسويقي (تقسيم واستهداف واستخدام سبر الآراء والإشهار السياسي). ولكن مثل هذا الاستنتاج يبقى فرضية لا ترقى إلى مستوى النتيجة العلمية إلا بعد إجراء تحليل مقارنة لاتصال الأحزاب السياسية الغربية والتونسية بواسطة الإنترنت.

وتطرح هذه النقطة مسألة حدود نطاق بحثنا ونتائجه التي تبقى مرتبطة بقيود الزمان والمكان فهي تتعلق بـ:

- عينة من الأحزاب التونسية وليس بكل الأحزاب التونسية.

- ممارسات أحزاب تونسية، أي بالاتصال السياسي في تونس وفي سياق تاريخي مخصوص هو فترة ما بعد ثورة 17 ديسمبر 2010-14 جانفي 2011، الذي أطلق عليه «الانتقال الديمقراطي»، أي أنها حالة انتقالية من عهد استبدادي إلى عهد ديمقراطي.

- فترة تحليل محدودة في الزمن (18 مارس - 1 أبريل 2014).

وبناء على ذلك، فإن «النموذج الهجين» للعلاقة الاتصالية بين الباحث والمتلقي الذي توصلنا إليه هو نموذج محدود بالضرورة بقيود الزمان والمكان تلك. ويحتاج تأكيده إلى مراكمة البحوث حول هذه المسألة وذلك بتنوع الأحزاب المدروسة وإجراء تحاليل مقارنة مع تجارب حزبية أخرى في بلدان أخرى (عربية وغربية مثلا) واختيار فترات زمنية مغايرة على غرار فترات الحملات الانتخابية التي يتكثف فيها الاتصال السياسي واستخدام شبكة تحليل موحدة ذات أربعة مداخل (نماذج مثلا كالتالي اشتغلنا عليها...).

وتفتح هذه الحدود آفاقا لمواصلة البحث على الأصعدة المذكورة (أحزاب أخرى، بلدان أخرى، فترات زمنية أخرى...). وكما بينا ذلك في بداية الجزء الأول، عندما استعرضنا خصائص النماذج عامة والنماذج الاتصالية بالتبعية،

فإن النماذج الجيدة» هي تلك التي تخضع بالضرورة إلى التجريب المستمر وإلى محاولات التجاوز التي لا تتوقف من أجل أن تتقدم المعرفة، خاصة عندما يتعلق الأمر بظواهر اجتماعية وثقافية معقدة تحتاج، على غرار البحوث حول الانترنت، إلى «زمن اجتماعي» لتملكها ليس متطابقا بالضرورة مع سرعة وتيرة «الزمن التقني»، وإلى مراكمة البحوث حول الاستخدامات الفعلية للتقنيات الجديدة للاتصال ومقارنتها بالإمكانات التقنية الحبلى دوما بالوعود...

وبناء على كل ذلك، فقد آثرنا الإبقاء على التساؤل حول طبيعة نموذج الاتصال السياسي الذي يحكم العلاقة بين الباحث والمتلقي بواسطة شبكة الانترنت قائما في عنوان البحث...

قطر وقناة «الجزيرة»: القيم والمرجعيات، دراسة تحليلية لتغطية «الجزيرة» لثورتي تونس ومصر

إعداد: رشيد عبدالله اليافعي

إشراف: أ.د. عبدالكريم الحيزاوي

هدفت هذه الدراسة التي جاءت تحت عنوان: «قطر وقناة الجزيرة: القيم والمرجعيات، دراسة تحليلية لتغطية «الجزيرة» لثورتي تونس ومصر» إلى تفكيك العلاقة المتداخلة بين قناة الجزيرة ودولة قطر والسياسية الخارجية لها، والبحث عن المحرك والرباط الوثيق بينهما الذي جعل الخط التحريري لقناة للجزيرة يتناغم مع أجندة الدولة القطرية.

وانطلقنا في هذه الدراسة من إشكالية: أيّ قيم مهنية وأيّ مرجعيات سياسية وعقائدية اعتمدها قناة «الجزيرة» في تناوّلها للأحداث المتصلة بثورتي تونس ومصر؟ وتفرعت منها فرضيتان، الأولى: يعكس عدم التزام قناة «الجزيرة» بميثاق الشرف المهني محاولة للتستر على بعض القيم والمرجعيات، مما أدى إلى افتقارها للتوازن والموضوعية في تناوّلها لأحداث ثورتي تونس ومصر. والفرضية الثانية: يتقاطع الخط التحريري لقناة «الجزيرة» مع السياسة الخارجية القطرية ومرجعيتها العقائدية، بما ينعكس على كيفية تناوّلها لأحداث ثورتي تونس ومصر.

وبالنظر إلى طبيعة موضوع بحثنا وما استلزمه من تحليل وثائقي يطرح أسئلة الوضع الراهن والعودة إلى تعمق أكثر حول ظاهرة قناة الجزيرة، ولغرض الحصول على نتائج محددة ومكتملة لتساؤلات البحث فقد استخدم البحث تقنية

تحليل المضمون لتحليل العينة المفحوصة من النشرات الإخبارية لقناة الجزيرة، والملاحظة المباشرة.

قامت هذه الدراسة بالتعرف على واقع الخط التحريري لقناة الجزيرة خلال تغطيتها لثورتي تونس ومصر من خلال نشرات «حصاد اليوم» و«الحصاد المغربي» من تاريخ 17 ديسمبر 2010 إلى 14 يناير 2011 لثورة تونس، ومن 25 يناير إلى 11 فبراير 2011 بالنسبة إلى ثورة مصر.

وفي إطار التحقق من الأهداف العامة للدراسة، وفي محاولة الإجابة على تساؤلات الدراسة التحليلية، اعتمد الباحث على البرنامج الإحصائي (SPSS). وفي إطاره قام الباحث بتوظيف المعاملات الإحصائية ذات الصلة بالتكرارات Frequencies، والنسب Percentages، والجداول الثنائية Cross Tabulations للإجابة على تساؤلات الدراسة التحليلية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة لم تحترم ميثاق الشرف المهني ودليل السلوك الخاص بشبكة الجزيرة الذي تنادي به وقامت القناة بخرق مجمل موادها ومن ضمنها الموضوعية والتوازن في تناول الأحداث المتصلة بثورتي تونس ومصر، ومارست القناة تضليلا إعلاميا في نقل هذه الأحداث.

وأن الخط التحريري لقناة «الجزيرة» يتحدد خدمة للسياسة الخارجية القطرية ومرجعيتها العقائدية في تناولها لأحداث ثورتي تونس ومصر. وجاءت نتائجه لتعطي التمشي الذي قامت به القناة سواء مع حركة النهضة الإسلامية بتونس وجماعة الإخوان المسلمين بمصر (الإسلام السياسي) المرجعية الدينية أو المرجعية السياسية المتمثلة في دولة قطر وسياستها الخارجية.

إعادة إنتاج الحرب في وسائل الإعلام العربية: اللغة والتمثيلات والمرجعيات حرب تموز / جويلية 2006 في لبنان نموذجاً

إعداد: شهيرة بن عبد الله

إشراف: أ.د. سلوى الشريفي

عالج بحثنا خطاب وسائل الإعلام العربية المتعلق بالحرب اللبنانية - الإسرائيلية جويلية 2006 باعتبارها من أحدث الأزمات العربية التي تستوعب تاريخ الصراع العربي- الإسرائيلي الطويل وتشابك مع التوازنات الإقليمية والدولية والمخططات الجيوسياسية المستهدفة لمنطقة الشرق الأوسط والتي تلت خاصة أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001.

ويندرج هذا البحث ضمن نظرية الخطاب التي تتعامل مع النص كفاعل منتج لواقع جديد تضيفه تصوّرات المخاطب وحججه ومرجعياته المعوّلة على النسق المعرفي المشترك بينه وبين المتلقي.

وتأسيساً على هذا المعطى النظري، انطلق بحثنا من المقاربات المعرفية لوسائل إعلام بوصفها أدوات ترميز معرفي تعيد تأطير الأحداث وتوجيهها من خلال إعادة تشكيل المعرفة وإنتاج واقع الواقع، وهي مقاربات جعلتنا نستحضر نظرية التمثيلات الاجتماعية ونستثمر تصوّراتها في معاينتنا لدور الخطاب الإعلامي في بناء الواقع وتأويله وتوجيه سلوك المتلقي.

ووفق هذه التصوّرات، تمكنا من صياغة إشكالية بحثنا الأساسية وهي: وفق أيّ استراتيجيات اتصالية صوّرت وسائل الإعلام العربية الحرب اللبنانية

- الإسرائيلية سنة 2006 ؟ ووفق أيّ استراتيجيات اتّصالية؟ وتمكّننا كذلك من تحديد اللغة والتمثّلات والمرجعيات كثلاث مستويات للبحث وتحدّدت، بالتالي، تقنيات التحليل التي سنختبر من خلالها فرضيات بحثنا، وهي أدوات التحليل التداولي للخطاب: تحليل الأنماط اللغوية وتحليل مسار البرهنة وتحليل القوى الفاعلة وتحليل المرجعيات. هذا بالإضافة إلى دراسة اختيار الألفاظ والمصطلحات والاستراتيجية الإخبارية.

وعملا بمنطق المقاربة التداولية التي يعدّ السياق بعدها الجوهري، قمنا بتنزيل حدث الحرب في سياقاته التاريخية والسياسية في إطار مقاربة توثيقية للأسباب المباشرة والبعيدة للحرب ولنتائجها الماديّة والسياسية.

وبعد تعريفنا مصطلحات البحث الأساسية ومقاربتنا الوصفية لدور الإعلام في تغطية الأزمات والحروب، قمنا بإخضاع عيّنة بحثنا إلى مستويات التحليل المذكورة. وتتمثّل هذه العيّنة في عدد من المقالات المأخوذة من الموقع الإلكتروني لـ «المقاومة الإسلامية» وصحف عربية يومية واسعة الانتشار:

صحيفة «الأهرام» المصرية وصحيفة «الشرق الأوسط» السعودية اللندنية وصحيفة «النهار» اللبنانية.

وقد تجاوزنا في هذا التحليل البنية النصّية لهذه المقالات إلى بنيتها الإنجازية التداولية وتعاملنا مع خطابها كنسق لإعادة إنتاج الحدث من خلال تعالق اللغة والتواصل والمعرفة أي التشكيل اللغوي والمعرفي الذي تجلّى عبره الحدث وأعيد إنتاج محدّداته السياقية.

وحاولنا استخراج المضمّنات المعرفية التواصلية التي يتخلّلها الجسد اللغوي لخطاب الحرب واستشفاف البعد الإدراكي للمعنى الذي ينتجه هذا الخطاب من خلال البحث في النسق الفكري والإيديولوجي الذي يغطّي المعرفة المشتركة بين منتج النصّ وملتقيه.

وأفرز التفاعل بين البنى النصّية للحدث والبنى العميقة للسياق جملة من الاستنتاجات لعلّ أهمّها أنّ كلّ خطاب وظّف الحرب كسياق لتمير رسائل

سياسية تهدف إلى تكريس شرعية موقف وتوجّه سياسي وإيديولوجي معيّن وطمس شرعية الموقف المخالف. وقد انبنى كلّ خطاب على منطق مانوي يشيّد هويّة الذات ويجمّل صورتها ويدنّس هويّة الآخر وصورته وذلك بالاعتماد على استراتيجية التفريق بين العدوّ والحليف وبالاستناد إلى معايير قيمة تنميطية تؤسّس لاستقطاب ثنائي بين مساندي «المقاومة الإسلامية» ومعارضها.

وهكذا خلصنا إلى أنّ كلّ خطاب انتظم لغويا وحجاجيا ومعرفيا من أجل تجسيد صورة الآخر وليس صورة الحرب واتّضح لنا أنّ الحرب لم تكن موضوعا للتبادل المعرفي بقدر ما كانت سياقاً للفعل الاستراتيجي القائم على رهان هويّاتي وليس رهان معرفي تواصلّي وإطاراً لخلق إجماع حول أطروحة تتهاهى مع موقف وتوجّه الفاعل السياسي أو الذات المؤسّسة التي ترتبط بها الوسائط الإعلامية الناقله لخطاب الحرب.

وانتهى بنا كلّ ذلك إلى الإقرار بالطابع السلطوي والأحادي الذي تميّز به خطاب وسائل الإعلام العربية، إذ هو خطاب يوظف الحرب لإعادة إنتاج السلطة والترويج لتوجّهاتها.

وانطلاقاً من استنتاج قدرة وسائل الإعلام العربية على استخدام القوّة الإنجازية للغة لخدمة توجّهات السلطة السياسية أو الإيديولوجية تساءلنا في خاتمة البحث عن إمكانية توظيف اللغة لتسويق صورة جليّة عن القضايا والأزمات العربية للمتلقّي العربي والرأي العامّ العالمي 1576 u بعيداً عن المنطلقات الذاتية والقطرية الضيقة وذلك بالانخراط في حرب الأفكار والمصطلحات التي تسمح بإضفاء طابع كوني إنساني وحقوقى على هذه القضايا.

وثنماً قيمة تقنيات التحليل التداولي للخطاب في الكشف عن مقاصد المخاطب الضمنيّة واستراتيجيته الاتّصالية وفي الكشف كذلك على أنّ اللغة في الخطاب الإعلامي هي أداة تداولية بامتياز تمارس وظيفتها النفعيّة لإعادة إنتاج الواقع.

نظرية حارس البوابة في البيئة الجديدة للاتصال: دراسة في الصحافة الأردنية

إعداد: عزام محمد أبو الحمام

إشراف: أ.د. جمال الزرن

تمثلت إشكالية الدراسة في استكشاف مدى تأثير البيئة الجديدة للاتصال في دور حارس البوابات الإعلامية وفي مدى كفاءة «نظرية حارس البوابة» لتفسير وتأطير عمليات الضبط والتحكم التي تجري في سلاسل الاتصال والإعلام الحديثة، وقد تمت دراسة ذلك التأثير من خلال دراسة أثر تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عملية تدفق الأخبار والمعلومات ومن خلال تحليل مفهوم الأطر في الخطاب الإعلامي، وجرى تطبيق أهداف الدراسة على معالجة قضايا الإصلاح السياسي في الصحافة الأردنية: الورقية المطبوعة والإلكترونية. واعتمدت الدراسة على ثلاثة نماذج نظرية هي:

نموذج مُعدل من نظرية حارس البوابة، ونموذج تحليل الأطر ونموذج ترتيب الأجندة.

تتبع الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وقد استخدمت ثلاثة أساليب منهجية متساندة هي: أسلوب المسح لعينة طبقية عشوائية من الصحفيين والأطباء والمحامين شملت (450) فرداً منهم؛ بواقع (150) فرداً من كل مهنة، كذلك تم استخدام أسلوب تحليل المضمون لتحليل عينة من مقالات الرأى في ثلاث صحف ورقية يومية وثلاثة مواقع (purposive sample) قصديّة إلكترونية بواقع عشر مقالات من كل وحدة، وكان تم اختيار الصحف

والمواقع الستة لتمثل ثلاثة أنماط معروفة هي: الصحف المؤيدة للسياسة الحكومية، والصحف المستقلة، والصحف الحزبية أو الذي اعتمد (discourse analysis) الناقدة. وتمثل الأسلوب المنهجي الثالث في تحليل الخطاب على بعض تقنيات (حقل الدلالة وأسلوب مسار البرهنة)، وارتكز تحليل الخطاب على عينة المقالات نفسها التي استخدمت في تحليل المضمون.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج في المستويات المنهجية الثلاثة كانت كالآتي:

أولاً: أهم نتائج المسح الميداني

أظهرت نتائج المسح الميداني لنخب الرأي العام الأردني أنه لم يعد هناك مقدرة على حجب المعلومة، وأنه لم يعد هناك احتكار مطلق للمعلومات والأخبار، وظلت عمليات الضبط والتحكم قائمة في النظم الإعلامية، وهي تعتمد على القوانين والأنظمة عبر تعديلها وتطويرها، وبعض تلك العمليات يعتمد على التكنولوجيا نفسها من خلال التتبع الإلكتروني أو من خلال التشويش أو الفصل الإلكتروني، أي فصل خطوط الاتصال.

وباتت وسائل الإعلام الجديد مصدراً مهماً ومنافساً للأخبار نظراً لميزات السرعة والتّحيين مما أثر سلباً على دور الصحف الورقية في عملية الإخبار، ومن هنا صارت الصحافة الورقية تُركّز على الخطاب من خلال التفسير والتحليل والدلالة أكثر من المعلومة والخبر.

وبخصوص عملية حراسة البوابة الإعلامية فأشارت النتائج إلى أن دور حارس البوابة تطور في بعض الجوانب وتراجع في جوانب أخرى، أي أن حارس البوابة مازال يقوم بعمله إلى حد ما؛ رغم ثورة تكنولوجيا الاتصال والإعلام مع تراجع طفيف وتطوير بعض أساليب عمله إلى الأفضل؛ ومن هنا فإن حارس البوابة لن يختفي في الأمد المنظور وسيظل يقوم بعمله بدرجة أو بأخرى في الصحافة الورقية على وجه الخصوص، وعليه فإن نظرية حارس البوابة لا تزال قائمة وتحتفظ ببعض أهميتها مع ظهور مؤشرات تدعو إلى إعادة

النظر في بعض افتراضات هذه النظرية. إذ أشارت النتائج إلى مشاركة المواطن في عملية حراسة البوابة من خلال الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: أهم نتائج مستوى تحليل المضمون

تبين أنه من الصعب تنميط الصحافة الأردنية إلى مؤيدة ومعارضة، وتبين أن النمط النقدي هو الأقرب لبعض الصحف؛ لأنها جميعاً لا تعارض النظام بل تنتقد السياسات الحكومية بين الحين والآخر بما في ذلك بعض الصحف المحسوبة على الخط الحكومي.

وبينت النتائج أن الاتجاهات المؤيدة للإصلاح في عينة مقالات الرأي بلغت (37) مقالا بنسبة (61.7%) من العينة، وأن (4) مقالات كان التأييد فيها جزئياً بنسبة (6.7%)، فيما كان (16) مقالا من النوع المحايد و/ أو الملتبس بنسبة (26%)، فيما لم يعارض الإصلاح سوى ثلاث مقالات بنسبة (5%).

وبينت النتائج عدم وجود فروق في اتجاهات الصحافة تبعاً لنمط الصحف من جهة كونها ورقية أم إلكترونية، إذ تساوت نسبة الاتجاهات المؤيدة بين الصحف الورقية اليومية والأخرى الإلكترونية. لكن النتائج أظهرت فروقاً واضحة في نسبة تأييد حركة الإصلاح السياسي لصالح الصحف المستقلة والناقدة بنسب متقاربة لكل منهما (23,3%) و(25%) مقابل نصف تلك النسبة للصحف المؤيدة للسياسات الحكومية (13.4%).

2 - بينت النتائج وجود نسبة عالية في الاتجاهات الملتبسة أو المحايدة في اتجاهات مقالات الصحف ترتبط بالصحف المؤيدة للسياسات الحكومية، إذ بلغت تلك النسبة (15%) مقابل (8.3%) و(3.3%) للصحف المستقلة والناقدة على التوالي، ولم يظهر أي نسبة للاتجاهات المعارضة للإصلاح باستثناء ما ظهر في الصحف المؤيدة بنسبة (5%)؛ ما يشير إلى الإجماع على ضرورة الإصلاح السياسي.

ثالثاً: أهم نتائج مستوى تحليل الخطاب:

1 - عرّفت مقالات الرأي إشكالية الإصلاح السياسي في الأردن ضمن متصل خطي يبدأ بالتعريف الصفري الذي ينكر وجود إشكالية إصلاحية،

أو يتجاهل أهميتها، إلى التشخيص الواقعي ثم يتواصل التدرج إلى التشخيص الذي يحيلها إلى عوامل خارجية ترتبط بتداعيات الأحداث الإقليمية أو بنظرية المؤامرة، لكن النسبة الأكبر من مقالات الرأي تحاول تبني تشخيصاً موضوعياً واقعيّاً يقوم على تعدد العوامل ويعطي أهمية أكبر للعامل الداخلي ذي الصلة بإدارة الدولة وانتهاك القوانين ومنظومة القيم من قبل الأفراد والجماعات، وفي نهاية هذا المتصل الخطي جرى تقدير خطاب متطرف لكنه محبوب عن الصحافة اليومية أو مستتر في تعقيبات القراء، وهو يتجسد في خطاب التيارات السلفية الجهادية بالدرجة الأولى أو العنصرية الإقليمية وإن بنسبة أقل.

2 - توزعت المرجعيات (السياسية، الفكرية، الدينية، والاجتماعية) لمحاججات الإقناع في مقالات الرأي على أربع مرجعيات رئيسة هي: المرجعية السياسية المحافظة التي تميل إلى التقليل من شأن إشكالية الإصلاح أو تقوم بتبرير التباطؤ في عملية الإصلاح بتداعيات الوضع الإقليمي ومخاطر ذلك على الداخل، وهو خطاب يظهر في مختلف الصحف ويتمركز في الصحف المؤيدة لاتجاهات الحكومة. وهناك النمط الثاني المتمثل في «المرجعية الدينية» التي يغلب عليها خطاب مثالي وعظي تحذيري ضمن اللغة الأخلاقية والنصوص الدينية، ويتمركز هذا الخطاب في صحيفة السبيل الناقدة التي تعكس فكر الإخوان المسلمين. أما النمط الثالث من المرجعيات فيتمثل في «مرجعية العصية الوطنية»، وهي التي تعتمد على مضامين أو استمالات عاطفية بالدرجة الأولى، والتركيز على نزعات وقيم الانتماء والولاء للوطن وللقيادة السياسية، وهو خطاب لا ينكر الأزمة وبالتالي تفتقد الرؤية المحددة للإصلاح، ويمكن ظهور هذا الخطاب في الصحف المؤيدة للحكومة أو في الصحف المستقلة. أما النمط الثالث من المرجعيات فيتمثل في مرجعية «الفكر الليبرالي»، ويحاول هذا النمط معالجة الأنماط السابقة - أحياناً - مستنداً إلى قواعد الحجاج المنطقي والتحليل المنهجي، وهو خطاب لا يتوانى عن توظيف الفكر الديني أو العلمي أو الأدبيات الغربية في محاججته في موضوعة الإصلاح، وغالباً ما يوجد هذا النمط من المقالات في

صحيفة «الغد» المستقلة وموقع «السوسنة» المستقل - أيضاً؛ وفي موقع «عمان نت» الناقد.

3 - استخدمت مقالات الرأي موضع التحليل ثلاثة أنماط رئيسة من الأطر في تشخيصها أو تعريفها لإشكالية الأزمة والإصلاح كالاتي: الأول هو الإطار الداخلي (الإداري السلوكي)، وهو يؤكد أن الفساد مرتبط بالقطاع العام بسبب ترهل بعض دوائر الدولة وأجهزتها أو تفشي بعض الأمراض فيها، وهو الاتجاه الغالب والأكثر ظهوراً في مقالات الرأي. والإطار الثاني هو «الإطار الدستوري القانوني»، وهو يؤكد أن جذور الفساد تعود إلى بعض الانتهاكات ضد الدستور وبالتالي نشوء اختلال في القوانين؛ ما يترتب عليه اختلال في التطبيق. أما الإطار الثالث فيتمثل في «إطار الأثر الخارجي»، وإطار الأثر الخارجي ينقسم بدوره إلى قسمين، الأول الذي يؤمن بنظرية المؤامرة المدبرة التي غالباً ما تحيل إلى قوى لا تتحدد بالاسم، فيما يرى القسم الآخر أن العامل الخارجي يتمثل في تداعيات الأحداث الإقليمية، خصوصاً من جهة دول أصبحت غير مستقرة كسوريا، والعراق.

4 - وُظفت الأطر المتضمنة في مقالات الرأي لتغدو بديلاً لدور حراس البوابات (Frames) التقليديين والجدد أو لمساندتهم في إنجاز وظائفهم الرئيسية من خلال مواجهة دقق الأخبار والمعلومات بإعادة تأويل دلالاتها وبالتكامل مع إجراءات أخرى تتبناها مراكز القوة في النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي وتتساند جميعاً في تحقيق الهدف النهائي المتمثل في الضبط والتحكم والتوجيه.

5 - أفضت الدراسة عن اقتراح نموذج - براديغم نظري بعنوان «نظير حارس البوابة» Counterpart gatekeeper يقوم على تعدد مسارات الاتصال، وشبكيتها، واحتوائها على فاعلين جدد في العمليات الإعلامية، ويصلح هذا البراديغم للاستخدام التفسيري والتأطيري لعدد من جوانب ظاهرة الاتصال والإعلام في البيئة الجديدة.

محددات الإنتاج البرامجي لقناة الجزيرة الإخبارية بين التجديد التكنولوجي والتوظيف الإعلامي

إعداد: منجي مبروكي

إشراف: أ. د. المنصف وناس

تندرج هذه الأطروحة ضمن نطاق تحليل العوامل المؤثرة في أداء المؤسسة الإعلامية وتوجهاتها، وقد اختارت أن تكون قناة الجزيرة الإخبارية الناطقة بالعربية موضوعا لها. وهي تهدف إلى استقراء شروط النشأة وسياقها ومدى تأثيرها على هوية القناة، وتعتبر أن السياق وما يحف به من شروط له أبعاد ترتب على النحو التالي: البعد الأول هو السياق العالمي، وعنوانه الأبرز في تسعينيات القرن الماضي هو العولمة، بما فيها من تفرد أمريكي بقيادة العالم استراتيجيا وسياسيا وعسكريا واقتصاديا، وبما لها من ارتكاز على ثورة تكنولوجيا المعلومات، ذات التداخل الأفقي مع كل المجالات السابقة. والبعد الثاني هو السياق العربي بصفة عامة، والخليجي بصفة خاصة، ومجمل التحولات والإكراهات التي تقدم عليها المنطقة العربية ضمن شروط الوهن وتراجع السيادة وغياب المشروع القومي الوطني الجامع. والبعد الثالث هو السياق القطري وشروط التغير الداخلي والسعي إلى التموقع الإقليمي، بمشروع يتنصل من مقومات الضعف الداخلي والمخاطر الإقليمية المحدقة، عبر أدوار خارجية تلتبس فيها حدود الوازع الوطني عن الوكالة الخارجية. تلك مدارات سياقات نشأة الجزيرة، وتختبر الأطروحة مدى انعكاسها المباشر، وغير المباشر على مشروع الجزيرة كرسالة، واختيارات وتوجهات.

وقد اخترنا أن تجمع الأطروحة في مقاربتها للإشكالية أعلاه، بين الدراسة الكيفية، والدراسة الكمية بمقاربة ناقدة. فاستعانت في المستوى الأول بما يسمح به البحث التوثيقي من بيانات وإحصاءات الباحثين وأكاديميين ومهنيين ومراكز مختصة، من بحوث ودراسات، وورقات البحثية، وسبر للآراء وغيرها من الوثائق العلمية، علاوة على الملاحظة الميدانية للباحث ومتابعته المنتظمة لأداء الجزيرة، وزيارة مقراتها المركزية وبعض مكاتبها في الدول العربية. أما في مستوى الدراسة الكمية، فقد توخى الباحث منهجا وصفيًا وتحليليًا، عبر إجراء 15 مقابلة مع أهم الفاعلين في قناة الجزيرة من مسؤولين، وإعلاميين ومنتجين، وتوزيع استمارة على عينة قوامها 120 من العاملين في القناة.

وقد بينت أهم النتائج التي توصلت لها الأطروحة، أن مشروع الجزيرة استفاد من سياق نشأتها وطنيا، وعربيا، ودوليا أيما استفادة، خاصة أن إرادة القيادة القطرية وقرت كل شروط النجاح لها لكي تكون قناة عربية في برامجها وتوجهاتها بدل أن تكون قطرية، مع تمكينها من أعلى سقف من الحرية، فتكون بذلك الملكية والتمويل القطري مقابل الاستفادة من إشعاع القناة ونجاحها وتأثيرها. فأبانت الجزيرة على قدر مقبول من الحيادية والاستقلالية لما يزيد عن عقدها الأول، ولم يكن يشوب ذلك أساسا إلا التغاضي عن الشأن القطري بقراءة ناقدة متكافئة مع ما يوجه للأنظمة العربية الأخرى فيما يتصل بالفساد السياسي والاقتصادي وتعرثر الإصلاح. أما مع اندلاع الثورات العربية فقد انخرطت الجزيرة، منذ الحالات الليبية، والسورية والبحرينية في نوع من التحيز الواضح، جعل منها طرفا في الصراع في الحالتين، الأولى والثانية ضد الأنظمة ومع «الثائرين»، والعكس تماما في الحالة البحرينية، حيث كانت أميل إلى الموقف الرسمي البحريني الخليجي.

لكن في كلتا الحالتين كان توجه الجزيرة في التغطية، منسجما تماما مع الموقف القطري؛ وهو ما لم يكن معهودا في الفترة الأولى من تجربة الجزيرة، حين كانت تغطياتها للحروب على العراق، أو أفغانستان، أو صراع المقاومة مع الاحتلال الصهيوني في فلسطين وجنوب لبنان؛ حينها كانت مواقف الجزيرة منفصلة عن مواقف الدولة الحاضنة.

الكلمات المفتاح:

قناة الجزيرة / العولمة والهيمنة / ضعف السيادة / الفشل العربي / الفساد السياسي / الفساد الاقتصادي / الضوابط المهنية / التجديد التكنولوجي / البرامج الحوارية / التغطيات الإخبارية / الحيادية والاستقلالية / الحياد والموضوعية.

الإعلام والحدثة السياسية في اليمن

تحليل خطابات النخب السياسية في الفضائيات اليمنية

حول قضايا الحوار الوطني

إعداد: عبد الحفيظ عبد الباري النهاري

إشراف: أ.د. جمال الزرن

سعى الباحث في هذا البحث الموسوم بـ «الإعلام والحدثة السياسية في اليمن: تحليل خطابات النخب السياسية في الفضائيات اليمنية حول قضايا الحوار الوطني الشامل» إلى الإجابة على السؤال المركزي للبحث، ما هو دور الإعلام في الحدثة السياسية في اليمن؟ والانطلاق من الافتراض بوجود دور هام للإعلام في الحدثة السياسية في اليمن.

واعتمد الباحث في مقارنة دور الإعلام في الحدثة السياسية على نظريات ونماذج التنمية والتحديث، في فهم دور وسائل الإعلام وأهميتها في التحديث وعبور المجتمعات التقليدية ومن ذلك التحديث السياسي، كما اعتمد المقاربة التداولية في تحليل الخطابات السياسية للنخب المشاركة في الحوار الوطني الشامل (2013-2014)، من خلال البرامج السياسية الحوارية في الفضائيات اليمنية، بحثاً عن ما تنطوي عليه تلك الخطابات المنتجة من قيم تتعلق بالحدثة السياسية.

في الجزء الأول من البحث قارب الباحث مفاهيم الحدثة والحدثة السياسية وعلاقة الإعلام بالحدثة السياسية ومن ذلك الإعلام والتنمية السياسية، والإعلام والتحويلات الديمقراطية. والمقاربة التاريخية للحدثة في

اليمن في مرحلة الاستعمار، والمرحلة الوطنية بعد الاستقلال والثورة، ودور الإعلام فيها.

وفي الجزء الثاني من البحث قدم الباحث عرضاً تحليلياً تاريخياً لدور الإعلام في مرحلة التحول الديمقراطي في اليمن في عهد الوحدة، ومواكبة وتعزيز الإعلام لذلك التحول منذ العام 1990 وحتى إرهابات احتجاجات 11 فبراير 2011 التي تنتمي إلى احتجاجات الربيع العربي التي تتبع فيها الباحث دور الإعلام والإعلام الجديد والإعلام الفضائي في عملية التغيير وفي خطاب التحديث الذي تبنته وسائل الإعلام في احتجاجات اليمن التي استمرت من 11 فبراير 2011 ولم تتوقف إلا مع بدء مؤتمر الحوار الوطني في مارس 2013.

وفي الجزء الثالث من البحث وهو الجزء التحليلي يقدم البحث تحليلاً لدور الإعلام في إسناد مؤتمر الحوار الوطني الشامل، الذي انعقد من مارس 2013 واستمر حتى يناير 2014، وخطاب النخب السياسية، ومن ذلك تحليل الخطاب الإعلامي والخطاب السياسي حول القضايا السياسية التي ناقشها مؤتمر الحوار الوطني.

واستخدم الباحث تقنيات تحليل الخطاب الإعلامي والسياسي، ومنها تقنية تحليل مسار البرهنة، ونموذج التحليل السيميولوجي، وفقاً للمقاربة التداولية، حيث اشتغل الباحث على تحليل الخطاب السياسي للنخب السياسية المشاركة في البرامج الحوارية السياسية المخصصة لمواكبة ومناقشة قضايا الحوار الوطني الشامل، في القنوات الفضائية اليمنية الحكومية، والأهلية الحزبية بحسب عينة البحث المختارة.

واشتغل الباحث في هذا البحث على تحليل اتجاهات خطابات النخب السياسية المختلفة نحو قضايا الحوار الوطني ومنها القضية الجنوبية وقضية صعدة بالتحديد، ودور الإعلام في تعزيز قيم الحوار والوفاق الوطني حولهما باعتبارهما المدخل الأول لتحقيق السلام الاجتماعي باتجاه العبور إلى الحداثة السياسية وأخيراً استخراج الاتجاهات والقيم الحداثية في الخطابات الإعلامية والسياسية للنخب المشاركة في الحوار الوطني والفهم التداولي لخطابات تلك

النخب وأثر تلك الخطابات في الاستراتيجيات المستقبلية للوفاق الوطني وبناء الدولة اليمنية الحديثة. وركزت استخلاصات البحث على طبيعة دور الإعلام في الحداثة السياسية في اليمن، وعلى الاتجاهات السياسية لخطابات النخب إزاء الحداثة السياسية، بما في ذلك التقنيات الإعلامية المستخدمة في البرامج السياسية المواكبة للحوار. وقد ظهر في نتائج البحث إن هناك مستويين من الخطاب السياسي في علاقته بالحداثة السياسية الأول: خطاب يرتبط بالصراع التقليدي - التقليدي، والثاني: خطاب يتعلق بالصراع بين التقليد والحداثة، وأن الإعلام قد لعب دورا هاما في كليهما، في إعادة إنتاج القيم التقليدية وإحياء الصراع بشأنها، وفي تعزيز قيم الحداثة السياسية في مقابل التقليد السياسي.

وقد ارتبطت تلك الأدوار بملكية وسائل الإعلام الفضائيات التلفزيونية الجديدة) - سواء للحكومة أو للأحزاب والجماعات الأهلية - وبالمرجعيات الإيديولوجية، وبالمصالح السياسية القائمة، وبالصراع السياسي المتأثر بعوامل داخلية وعوامل خارجية، فيما تؤكد دور الفضائيات التلفزيونية الجديدة في تعزيز قيم ومسارات الحوار الوطني الشامل في مضامينها واتجاهاتها العامة وفي الخلاصة كان لوسائل الإعلام وبالذات القنوات الفضائية التلفزيونية الجديدة دورا هاما في تعزيز قيم الحداثة السياسية في اليمن على المدى الأني من خلال تكريس قيم وممارسات التحول الديمقراطي من جهة، وتكريس وتعزيز قيم الحوار الوطني وقضاياه، وعلى المدى البعيد من خلال تكريس ثقافة الحداثة السياسية ومنظومتها القيمية وآلياتها في حل القضايا السياسية والاجتماعية القائمة.

دور النشرة الإخبارية في التلفزيون الليبي في تزويد المشاهدين بالمعلومات دراسة تحليلية وميدانية

إعداد: عائشة سالم علي

إشراف: أ.د. المنصف وناس

إن ما يحدث من تطور في العالم العربي اليوم في مجال الإعلام، هو امتداد للتطور التقني والمعلوماتي على الصعيد العالمي، فلم يعد الإعلام بكل فنونه ووسائله وأشكاله مرتبطاً بالسلطة الحاكمة، بل إن تلك السلطات أصبحت مجبرة على مواكبة ذلك التطور، الذي كسر حاجز المراقبة والخوف، وأصبح هناك خيارات أمام المشاهد لاختيار ما يرغبه ويُشبع حاجاته المعرفية وبما أن الأخبار تعتبر عنصراً هاماً وأساسياً في مضمون الرسالة الإعلامية، التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، فقد اهتمت تلك القنوات بتقديم أفضل الخدمات الإخبارية للمشاهد العربي على اختلاف أنواعها وأشكالها، حتى أصبحت هناك قنوات فضائية متخصصة في مجال الأخبار.

ومن خلال متابعة القنوات الفضائية، لاحظنا ازدياد التنافس في السنوات الأخيرة على اجتذاب الجمهور وشد انتباهه واهتمامه، حيث تُقدم تلك القنوات أفضل خدماتها لتحيط المشاهد بالمعلومات التي قد يحتاجها في يومياته، ومن بين هذه الخدمات نشرات الأخبار التي أصبحت عنصراً رئيسياً في برامج التلفزيون، وأحد مجالات التنافس بين المحطات ومقومات شهرتها وتميزها، والملاحظ أن محطات التلفزيون تختلف فيما بينها من حيث مواضيع وأشكال

التغطية الإخبارية، ويكون ذلك عادة نتيجة لاختلاف المناطق الجغرافية، واختلاف الأنظمة السياسية والأيدولوجيات والثقافات التي تعمل بها المحطات الفضائية -

وهذا ما سنلاحظه في القنوات الليبية خاصة بعد الأحداث التي تشهدها البلاد مؤخراً، حيث تطلب هذا الأمر وجود وسائل إعلام تنقل الأحداث وتواكب التطورات وتخطب العقول بلغة جريئة تقدم الحقائق، وتكشف الأخطاء والملاسات.

وقد أردنا من خلال هذا البحث تبيان مواكبة النشرة الإخبارية في قناتي الدراسة للأحداث الداخلية والخارجية، وقدرتها على تزويد المشاهدين بالمعلومات، فتمحورت إشكالية بحثنا حول «هل استطاعت النشرة الإخبارية في التلفزيون الليبي بعد تغير النظام السياسي، أن تخرج بإطلالة جديدة من ناحية التوجه والشكل والمضمون؟ وأن تحقق للمشاهد ما يحتاجه من معلومات حول الأحداث التي تمهه؟ أم سارت على نفس السياق الذي كانت عليه منذ 42 عاماً؟».

وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية التفسيرية التي تركز على وصف طبيعة مجتمع معين سماته وخصائصه بهدف التعرف الدقيق على الظاهرة موضوع الدراسة، وتم استخدام المنهج المقارن للمقارنة بين نتائج الدراسة التحليلية، وكذلك الدراسة الميدانية، واستخدم أيضاً المنهج الإحصائي لعرض وتحليل نتائج الدراستين التحليلية والميدانية.

واعتمدت الدراسة على أدوات عدة منها تحليل المضمون والاستبانة والمقابلة التي تساعد على الإيفاء بأغراض الدراسة وأهدافها، وتجميع المعلومات بصورة علمية دقيقة.

وخصصنا قسمين أولهما نظري وثانيهما تطبيقي، تضمن الجانب النظري، النشرة الإخبارية من حيث قواعد بنائها وأهميتها وأهمية الصورة في الخبر المرئي وظائفها وأساليب تقديمها بالإضافة إلى العوامل المساهمة في زيادة إقبال المشاهدين عليها.

وقمت الإشارة إلى التلفزيون ووظائفه وخصائصه ومزاياه، وكذلك القنوات الفضائية من حيث النشأة والتطور وظهور البث الفضائي في الوطن العربي، وتطرقنا إلى التطورات التي مر بها التلفزيون الليبي والعوامل المؤثرة. ولتحقيق نتائج علمية منطقية اعتمدنا على تقنيات تحليل المضمون الكمية والكيفية.

وتكون مجتمع الدراسة التحليلية من عينة قوامها (24) نشرة إخبارية لكل قناة تضمنت ما عرض في النشرة الإخبارية لقناتي الدراسة خلال الفترة من (1/10/2012) إلى (31/12/2012).

وتوصلت الدراسة التحليلية إلى تفوق المضمون السياسي في قناتي الدراسة، ونظراً لطبيعة ما تعيشه المؤسسة العسكرية في دولة ليبيا الجديدة من ضعف وتفكك لنسيجها الداخلي وما ترتب عليه من غياب للأمن والقانون، نلاحظ تفوق القضايا المتعلقة بالجيش الوطني والأمن الوطني.

ومن بين القيم الخبرية التي تم التركيز عليها برزت قيمة الأهمية، وعنصر الأهمية في الخبر ناتج عن اتحاد مجموعة من العناصر الأخرى⁽¹⁾، فاتحاد عنصر القرب مع عنصر التوقع مع مجموعة الصراع قد يؤدي إلى خلق عنصر رابع هو عنصر الأهمية.

لكن اختلفت قناتا الدراسة في المصادر التي تعتمدان عليها ف «قناة ليبيا الأحرار» اعتمدت على مراسل القناة في تغطية الحدث الذي يحقق للقناة سبق بالأخبار، وتقديم تغطية أكثر عمقاً للأحداث، وحلت «وكالة الأنباء الليبية» مرتبة متقدمة في «قناة ليبيا الوطنية» وقد يعزى ذلك إلى أن القناة تمول من الحكومة الليبية، وبالتالي فإنها تضطر للاشتراك في وكالات الأنباء سعياً منها للحصول على الأخبار التي تجري في العالم، نظراً لقلّة المراسلين الخاصين بها، لأنها ليس لديها القدرة على تغطية نفقات المراسلين، أما النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية التي كانت تصدر في النظام السابق فقد اعتمدت في نشر الأخبار على المصدر

(1) أبو زيد، فاروق، فن الخبر الصحفي، القاهرة، عالم الكتب، ط 4، 2002

نفسه وهي «وكالة الأنباء الليبية» مما يجعلها تكرر نفس الأخبار وبالصيغة بنفسها تقريبا، وهذا ما أكدته دراسة «عبد اللطيف عبد الكريم»⁽¹⁾.

واهتمت قناة «ليبييا الأحرار» بالإخبار ذات الاتجاه السلبي وقد يرجع ذلك إلى اهتمام القناة بالأخبار الواردة من مناطق الأحداث الساخنة وهي عادة ما تكون أخباراً سلبية، كما أن القناة من أهدافها الرئيسية كشف المؤامرات والصراعات السياسية وطرح ملفات الفساد⁽²⁾.

وبالمقارنة بين قناتي الدراسة من حيث أسلوب تقديم النشرة نلاحظ تفوق أسلوب «المذيع مع المراسل» في قناة «ليبييا الأحرار» والذي غالباً ما يأتي في النشرة الإخبارية مقرّونا بأشكال تغطية أخرى مثل مقابلة مع شخصية لتحليل وتفسير الحدث، بينما «قناة ليبييا الوطنية» حل أسلوب «مذيع مع مادة مصورة» المرتبة الأولى، أما النشرات الإخبارية في النظام السابق فاعتمدت في أغلب الأحيان على «المذيع» في سرد تفاصيل الخبر.

وتوصلت الدراسة إلى تفوق «قناة ليبييا الأحرار» في عرض وجهتي النظر في القضية أو الحدث الذي يتم نشره، بينما النشرات الإخبارية في النظام السابق كانت تنقل وجهة نظر واحدة فقط.

وأولت قناتا الدراسة اهتماماً كبيراً بالأخبار المحلية التي حلت المرتبة الأولى في كليهما نظراً للأحداث المتسارعة التي تشهدها البلاد.

ومن المؤشرات الإيجابية في الأداء المهني اعتماد النشرة الإخبارية في قناتي الدراسة على الأسلوب المنطقي في صياغة الخبر، إلا أن ذلك لا يلغي أحياناً إمكانية تلوين أو تغليف بسيط بتلك الأساليب العاطفية في نهاية الخبر أو متنه، وذلك للتأثير في المتلقي وهذا ما أطلق عليه الجمع بين الأسلوبين المنطقي والعاطفي.

(1) عبد الكريم ميلاد، (عبد اللطيف)، الصورة الذهنية للإذاعة المرئية الليبية لدى الجمهور، رسالة غير منشورة دكتوراه، جامعة قارونس، 2011.

(2) مقابلة تلفزيونية مع مدير إدارة القناة (ليبييا الأحرار) السيد: محمود شمام. بتاريخ 26/11/2012. الساعة العاشرة ليلاً.

كما أن قناتي الدراسة أولت اهتماماً كبيراً بالخبر البسيط الذي يصف واقعة واحدة ويتميز بالسرعة ولا يأخذ وقتاً طويلاً من المشاهد، ويحتاج إلى جهد يسير لمعالجته وتفسيره والتعليق عليه⁽¹⁾.

وتصدر الهرم المقلوب القائمة وبنسبة كبيرة في قناتي الدراسة، وقد يرجع هذا إلى قدرة الهرم المقلوب على جذب اهتمام المشاهد وانتباهه؛ لأنه يعرض في بداية الخبر أهم الحقائق المتعلقة بالحدث ثم ينتقل إلى المهم فالأقل أهمية.

وهناك اهتمام بالخبر العاجل في قناتي الدراسة، ويعد هذا أمراً جديداً في النشرات الإخبارية، التي كانت في النظام السابق لا تهتم بالسبق الصحفي، وتتأخر في نقل وإذاعة الأخبار المهمة والعاجلة التي تقع على الساحة المحلية، وخاصة فيما يتعلق بالأحداث التي لها طابع مأساوي⁽²⁾.

أما الشخصيات الاعتبارية فقد تفوقت عن نظيراتها من الفئات الأخرى في قناتي الدراسة، وهذا أمر طبيعي بالنظر لطبيعة الأحداث التي تشهدها البلاد وما تقوم به هذه الشخصيات من تولى ملفات التحاور والتفاوض في كافة القضايا، سواء الداخلية منها أو الخارجية وتشمل الشخصيات الاعتبارية رؤساء المؤسسات والمنظمات والأحزاب والسفراء وبعثة الأمم المتحدة...

وتؤكد الدراسة أن (قناة ليبيا الأحرار) يغلب عليها الطابع التفسيري، وقد يرجع هذا إلى الخلفيات التفسيرية التي تقدمها للأحداث بفضل ما تملكه من مراسلين يغطون الأحداث التي تشهدها ليبيا، أما (قناة ليبيا الوطنية) فاهتمت بالصياغة الخبرية للأخبار ويعود ذلك إلى تركيزها على الأخبار التي تهتم بالمراسم و(البروتوكولات) وأنشطة المسؤولين في الدولة من اجتماعات ولقاءات ومؤتمرات صحفية...

(1) الغنام، عبدالعزيز، مدخل في علم الصحافة، القاهرة، الأنجلو المصرية، ط 5، 2007، ص 139-140.

(2) الشريف، (عابدين)، السياسة الإعلامية، الدار الأكاديمية للنشر والطباعة والتأليف والترجمة، طرابلس، 2005، ص 95.

ونظراً لأهمية القضايا الطارئة من كونها غير متوقعة ومفاجئة وغالباً ما تمثل أهمية للقائم بالاتصال بل وللمشاهد بوجه عام، لذا من الطبيعي أن تمثل نسبة جيدة في مجمل أخبار القناتين.

أما الدراسة الميدانية فاعتمدت على الاستمارة التي تم توزيعها على عينة قوامها (249) مفردة من طلبة الإعلام بكلية الفنون والإعلام.

ولمعرفة اتجاهات المشاهدين نحو النشرة الإخبارية في قناتي الدراسة، قام طلبة الإعلام «عينة الدراسة» بتقييم النشرة من حيث الأسلوب المعتمد، ودوافع المشاهدة، والشباعات المتحققة ومدى قدرتها على تلبية رغباتهم في الحصول على المعلومات.

والنشرة الإخبارية المفضلة لدي الجمهور في حالة تزامن نشرتين إخباريتين في قناتي (ليبيا الوطنية) و(ليبيا الأحرار) اتضح أنهم يؤثرون متابعة النشرة المقدمة في قناة (ليبيا الأحرار).

كما أن النشرة الإخبارية تلقى متابعة متزايدة من قبل عينة الدراسة، وهناك من يعتبرها من أهم المواد البراجمية التي تقدمها قناتي الدراسة، بل أنهم يحرصون على متابعتها كاملة، وهذا قد يرجع إلى الأحداث التي تشهدها البلاد وبقية دول العالم. ومن خلال الدراسة الميدانية للجمهور اتضح أن المضامين السياسية هي المفضلة لدى عينة الدراسة.

ويعتمد طلبة الاعلام على النشرة الإخبارية في القناتين محل الدراسة «إلى حد كبير» كمصدر للمعلومات وهذا يدل على اهتمام القناتين بالأحداث التي تدور في البلاد أو في دول العالم وتهم جمهور الدراسة، وأن أكثر ما يدفعه لمشاهدة النشرة الإخبارية في قناة «ليبيا الأحرار» هو امتلاكها مذيعين ومحررين ذوي كفاءة، في المقابل اعتبر أفراد العينة أن ما تتمتع به «قناة ليبيا الوطنية» من مصداقية عالية هو ما يدفعهم لمتابعتها.

ويرى الباحثون أن القضايا التي تنقلها النشرة الإخبارية (مهمة) وهذا يشير إلى أن القناتين اهتمتا بالقضايا التي تهتم جمهور الدراسة.

إلا أنها أهملت بعض القضايا المهمة - حسب رأي المبحوثين - لم يتم التطرق إليها مثل قضية النازحين، وقضية المعتصبات، وصراعات المليشيات المسلحة وتدخلات الدول الأخرى في الشأن الليبي وأجنداتها، والأموال المهربة والمجمدة والفساد المالي والإداري، وحقوق المرأة والطفل.

واتفق أغلبية أفراد العينة على تصنيف النشرة الإخبارية في التلفزيون الليبي في ظل النظام السياسي السابق، بأنها بوق للنظام السياسي وتهتم وتنقل صورة صاحب القرار وخطاباته ونشاطاته التي يقوم بها فقط، غير مبالية بنبض المجتمع والأحداث التي يمر بها، كما أنها تنقل وجهة نظر واحدة، ولا يجد فيها المواطن صدقاً لهما ومشاكله الحياتية واليومية.

وحول التساؤل هل حصل تغير في محتوى النشرة الإخبارية بعد الثورة في القناتين محل الدراسة؟ أكدوا بأنهم لاحظوا تغيراً في محتوى النشرة الإخبارية، ومن أبرز التغيرات هي نقل الأحداث التي تشهدها البلاد والتي تمس المشاهد وتحقق له إشباعاً في معرفة ما يدور حوله من أحداث.

وأكد غالبية المبحوثين أن النشرة الإخبارية تواكب أحداث المجتمع وتحركاته، وقد يرجع ذلك لكثافة المادة الإخبارية في النشرة والتغطية الميدانية لبعض الأحداث والأنشطة والاحتفالات الوطنية والمظاهرات الشعبية سواء منها المؤيدة أو المعارضة لما يجري على أرض الواقع، وهذا أمر جديد على النشرة الإخبارية في التلفزيون الليبي التي كانت تسوق لتلميع صورة النظام السابق فقط.

في ظل التقدم العلمي الحاصل في مجال الاتصالات، وتعدد وسائل الإعلام أصبح أمام المشاهد الكثير من الخيارات للحصول على المعلومة في أسرع وقت وأقل جهد، وتكشف الدراسة عن تفوق القنوات الفضائية، كأهم مصدر يعتمد عليه الطلبة في الحصول على المعلومات.

ويرى الجمهور أن نشرتي الإخبار في قناتي الدراسة عند نشر الأخبار حسب موقعها الجغرافي تميزت بهيمنة الموضوعات المحلية، وهذا يخلق تميزاً للنشرة الإخبارية، فالإنسان بطبعه يهتم بنفسه، ثم يهتم بما يدور حوله.

أكد أفراد العينة أنهم عند ورود خبر عاجل يعينهم تكون ردة فعلهم هي (متابعة النشرة الإخبارية لمعرفة تفاصيل أكثر)، وهذا يظهر مدى ثقة الجمهور في قناتي الدراسة، وهذا لم يكن مألوفاً للمشاهد الليبي المتابع للنشرات الإخبارية في النظام السابق التي لم تهتم مطلقاً بالأخبار العاجلة أو «السبق الصحفي» مما يجعل المشاهد يبحث عن المعلومة في وسائل إعلامية أخرى أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الانترنت).

إن تقييم الأداء المهني من قبل طلبة الإعلام للنشرات الإخبارية وضح مدى مهنية القناتين حسب وجهة نظرهم المتخصصة، وتكشف نتائج الدراسة أن فئة (المتوسط) تحصلت على أعلى نسبة وتركزت أغلبها في عنصر أسلوب الإخراج والإمكانات الفنية والتغطية الفورية للخبر بالإضافة إلى تنوع المصادر الإخبارية.

أما الدراسة الميدانية المتعلقة بالقائم بالاتصال فتمثلت العينة في (39) مفردة وصل فيها عدد القائمين بالاتصال في «قناة ليبيا الوطنية» (22)، أما عدد القائمين بالاتصال في قناة «ليبيا الأحرار» بلغ (17)، واستعانت الباحثة بأداة المقابلة، والاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين للوصول إلى نتائج تخدم الدراسة، والتي كان من بينها أن القائم بالاتصال في قناتي الدراسة يرى بأنه لديه قدرة عالية على مواكبة الأحداث ومتابعتها لتقديم تغطية متكاملة للحدث.

ويؤكد أن أكثر الاعتبارات التي يراعيها عند تحريره للأخبار هي الدقة والموضوعية في الأخبار ويمكن وصف هذا الاعتبار بأنه الأساس المهني الأول للقائم بالاتصال في المجال الإعلامي فالكل يركز على الدقة والموضوعية المهنية في نشر الأخبار.

ولكن هناك اختلاف في تحديد أبرز القضايا التي لاقى اهتماما في النشرة الإخبارية، فالقائم بالاتصال في قناة «ليبيا الأحرار» يرى أن أكثر القضايا التي اهتمت بها القناة هي قضية «انتشار السلاح» بينما القائم بالاتصال في «قناة ليبيا الوطنية» أشار إلى قضية «المصالحة والوحدة الوطنية» وحلول هذه الفئات وبهذا الترتيب أمر لا يتوافق ونتائج الدراسة التحليلية التي أثبتت تدني هذه الفئات.

كما يرى أكثر من نصف أفراد العينة أنه لديه القدرة على تغطية الأحداث الساخنة التي تشهدها البلاد وأنه ساهم في نقل أخبار الأزمة لان الاهتمام بالصراع السياسي والنزاع العسكري من مكونات المشهد الليبي كان واضحاً بعد تغيير 17 فبراير.

وأشار القائم بالاتصال إلى الغياب الكامل لوسائل الحماية الفعالة عند تغطيته لاشتباكات والحروب التي تشهدها بعض المناطق الليبية، مثل السيارات المصفحة التي تقي جزئياً من الانفجارات وعمليات إطلاق النار التي كثيراً ما يتعرض لها الصحفي في ميادين الحروب وكذلك إجراءات الطوارئ التي لا بد منها وقت تعرض فريق العمل لمحنة أو ظرف قاهر يتطلب التدخل والمساعدة كنقله جواً أو بسيارات خاصة من موقع الحدث، أو تقديم الإسعافات الأولية والعلاج اللازم في المكان نفسه إن أمكن ذلك، وينطبق ذلك على ضرورة الدفاع عن الصحفي عند تعرضه لاعتداءات أو ملاحقات قانونية تتعلق بعمله، وأشار المبحوثين إلى أن مؤسساتهم لا توفر لهم متطلباتهم المعيشية فهو مطالب إلى جانب التغطيات الصحفية "خاصة التلفزيونية" مطالب أيضاً بأن يؤمن سكنه وأمنه وطعامه ونظافة ملابسه وغير ذلك من أمور الحياة التي لا غنى عنها، وأخيراً تظهر النتائج توفر بعض وسائل حماية لفريق العمل وهي السترات والخوذات الواقية من الرصاص.

أما القضايا العربية التي كانت محل تركيز القائم بالاتصال فكانت الأخبار المتعلقة بالقضية السورية والصراع في العراق واليمن، وهو أمر متوقع نظراً لسرعة وتيرة الأحداث التي تشهدها هذه المنطقة من صراعات واختلافات سياسية واجتماعات دولية.

ويؤكد القائم بالاتصال ثقته في المعلومات التي تقدمها وسيلته الإعلامية، والثقة مطلوبة وضرورية في العمل الإعلامي لأنه يخاطب شرائح مختلفة من المجتمع عبر تلك الوسيلة وبالتالي يجب أن تكون الثقة من القائم بالاتصال قبل المتلقي.

أن أكثر القيم الإخبارية أهمية واعتماداً في تغطية الأخبار وموضوع الدراسة هي الصراع، وذلك بسبب طبيعة الأحداث الساخنة التي تشهدها (ليبيا) وبعض الدول العربية.

وهناك بعض المبحوثين يرون أن القناة التي يعملون بها قامت بتغطية كل الأخبار المهمة بالنسبة إلى المشاهد، والبعض الآخر أكد وجود تقصير في عرض بعض الأحداث الهامة، يرجع إلى «ضعف الإمكانيات المتاحة» سواء كانت فنية أو مادية أو معنوية خاصة في «قناة ليبيا الوطنية» وأن من أهم القضايا التي لم تتطرق إليها قناتا الدراسة هي قضية النازحين سواء في الداخل أو الخارج، وهي قضية جدلية وحساسة وربما يعزو سبب عدم تغطيتها إلى الكيانات السياسية، التي ذكرها المبحوثين كأحد الأسباب التي تحول دون نشر الأخبار وكذلك الحال ينطبق على أخبار الميليشيات المسلحة التي تؤثر في نشرها الأسباب الأمنية.

أن لكلّ خبر ينشر أهدافا يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها، ومن بين الأهداف التي يسعى لتحقيقها، تتمثل في نشر التوعية بخطورة الصراعات والخلافات السياسية التي تجر وراءها عواقب وخيمة على البلد.

وأن معظم أفراد عينة الدراسة يتفقون على أن هامش الحرية المتاح في قناتي الدراسة كان متوسطا، وهذا في نظري يعتبر إنجازاً كبيراً أن تحظي وسائل الإعلام في ليبيا بهذا الهامش من الحرية بعد أن كانت لسنوات طويلة محرومة من هذا الحق.

اتفق القائمون بالاتصال بأنّ ترك القنوات الفضائية وشأنها دون تدخل من أحد لا يحافظ على حرية التعبير، وبالتالي لابد من وضع ضوابط ومعايير تراعي أخلاقيات المهنة، لأنها الأداة الأساسية لتنظيم الإعلام، وهي المرجع الأساسي الذي يقوم بتوجيه الإعلاميين وإرشادهم إلى دورهم وحقوقهم وواجباتهم وكيفية أداء وظائفهم بشكل أفضل، وهي تمثل المعيار الذي يمكن به تقييم عملهم، كما أنها لا تخدم الصحفيين فقط بل هي مفيدة للناشرين وأصحاب وسائل الإعلام لحمايتهم من المطالبات القانونية والنقد، وهي تساهم في زيادة مهنية الصحفيين، وبذلك يستفيد منها الجمهور بشكل عام.

ومن أبرز الصعوبات التي تعترض العمل اليومي في تحرير الأخبار كانت السياسة الداخلية للقناة، وهذه الصعوبات لا يعلمها إلا القائمون بالاتصال في قناة الدراسة، مما جعلنا نعود لمقابلة القائمين بالاتصال للاستفسار عن هذه الصعوبات الداخلية والتي كانت نتاجاً لتقديرات المسؤولين الخاطئة كتكليف موظفين بالأشراف على رئاسة أقسام التحرير رغم افتقارهم لأبسط مقومات العمل الإعلامي، الأمر الذي يخلق خطوط تباعد أكثر بين الرئيس والمرؤوس بالإضافة إلى النقل التعسفي من قسم لآخر دون مراعاة لسنوات الخبرة والمؤهل العلمي، إلى جانب أساليب المجاملة والمحابة لمحررين دون آخرين في عملية الغياب والحضور والمزايا والمهام دون ربط ذلك بمعدلات الأداء الإيجابي، الأمر الذي يدفع باتجاه تراكمية العمل وإحباط يؤثر على سيره كما يجب.

اعلام الأقليات في المغرب العربي ودوره في تشكيل مجال عمومي

إعداد: أمين بن مسعود

إشراف: أ.د. جمال الزرن

قد تكون مقولة يورغان هابرماس عن الحداثة بأنها مشروع لم يكتمل بعد، العبارة الأقدر على تلخيص وتجسيد كينونة المدونة الإعلامية الأمازيغية وعلاقتها بالمجال العمومي، من زاوية أن دورها في تكريس فضاء عمومي ديمقراطي وتعددي لا يزال في إرهاباته البكر.

وإن تلمسنا شيئا من شذرات النقاش الحجاجي العقلاني وقليلًا من الاهتمام بالشأن العام - وخاصة البرامج السياسية والحقوقية- في برجة القنوات الأمازيغيتين «الثامنة» المغربية والرابعة» الجزائرية، فإن مياسم «الفلكرة» بما هي إيغال في تصوير طوابع الثقافة البدائية من خرافات وتمايم وألبسة وأغاني⁽¹⁾ -على أهمية هذا المبحث انثروبولوجيا-، كانت غالبية في شكل ومضمون الرسالة الإعلامية ما حاد عن مهام إعلام الخدمة العامة بدرجة أولى وحال بشكل ملحوظ دون المساهمة الفعلية في تشكيل مجال عمومي وفق المنظور الهابرماسي.

ذلك أن القنوات الرابعة والثامنة عمدتا إلى «أعلمة انثروبولوجيا الاتصال» بشكل صارت فيه القنوات امتدادين مرئيين لمكان التراث المادي والرمزي، عوضا عن أن تعمل على إدماج فعلي للثقافة واللغة كرده الأمازيغية في صلب الرأهن العام وضمن الاستحقاقات المحلية والإقليمية والدولية.

(1) الصباغ، مرسي، دراسات في الثقافة الشعبية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، القاهرة، 2001، ص 7.

وقد يكون براديجم المجال العمومي من حيث أنه تداول حر ومسؤول وتعددي في القضايا العامة للوصول إلى توافق اجتماعي والاختبار الحقيقي لمقولة «الإعلام العمومي» من جهة أولى ولقولة «الهوية الوطنية متعددة المكونات اللغوية والثقافية» من جهة ثانية، حيث أنه يصعب تكريس إعلام الخدمة العامة دون اهتمام إعلامي بقضايا الشأن العام كما يعسر تحقيق الهوية الوطنية مركبة الروافد مع الفكرة الإعلامية لرافد معين تعيد صياغة التهميش اللغوي والثقافي في ثوب استرجاع الصورة النمطية المستلة من ترسبات أحقاب التجاهل والتناسي.

وهي المقدمة التي بالإمكان الإشارة عبرها إلى أن الامتحان الحقيقي الذي يقف اليوم أمام إقرار مجال عمومي هابرماسي كامن في تحول الإعلام الرسمي المغربي والجزائري إلى إعلام خدمة عمومية بالشكل المطلوب، وهو المبدأ الذي نقرأه في التشريعات الإعلامية ولا نستقرئه بشكل واضح في المضامين الإخبارية وفي جوهر الرسالة الإعلامية لباقة القنوات الرسمية.

في محاضراته حول التعددية الثقافية والمجال العمومي والمواطنة يعتبر يورغان هابرماس أن المواطنة المتساوية والاختلاف الثقافي يكملان بعضهما البعض في بلورة «مجتمع جامع المواطنين»⁽¹⁾ وفق منطقته ومنطوقه، فنحن نزعم أن الإعلام بشكل عام، والإعلام الأمازيغي في الحالتين الجزائرية والمغربية بشكل خاص يمل الرافعة للمساواة الثقافية واللغوية إقرارا لمبدأ المواطنة المتساوية وبالتالي تحصيل مجتمع جامع المواطنين المتساويين.

ذلك أن الحيلولة دون ارتكاس الأمازيغ إلى علاقاتهم التضامنية والوشائية والطبيعية الأولى باعتبارهم تجمعا ذا خصوصية لغوية مهمشة تبدأ من مبدأ توسيع المواطنة التشاركية والتعاقدية على أساس علاقة «فرد - مواطن» حيال دولة، ليس «فردا تابعا لأثنية» حيال دولة، وهي بالضبط مهمة الإعلام الأمازيغي المفترضة والمكرسة عبر الاهتمام بالقضايا العامة وتوسيع مشاركة

(1) عوكل، هشام، مابعد العلمانية قراءة بفكر الفيلسوف يورغن هابرماس حول صياغة نظرية للحدثة ولعقلانية جديدة، الرابط : <http://www.safsaf.org/04-2008/artsarsafoukalHishamalemaneya.htm>، تاريخ التصفح : 15 أبريل 2016.

الأفراد في التداول في المسائل المحلية وطرحها على النقاش بين المتحاورين، وقرار المساواة في الحضور بالنسبة إلى الفاعلين السياسيين والاجتماعيين والثقافيين ضمن المضامين الإخبارية، وهي نقاط لا تزال غير متحققة بالشكل الكامل ضمن القنوات الأمازيغية ويبدو انها متلازمة مع المشهد الإعلامي السمعي البصري العمومي الجزائري ككل وتمثل الفاعل الرسمي لطبيعة مهام الإعلام العمومي وأدواره أكثر منها مهمة خاصة بالإعلام الأمازيغي قصرا وحصرا.

فبالنسبة إلى الاهتمام بالقضايا العامة والمسائل ذات الاهتمام المشترك توصل البحث إلى أن برجة قناة «تمازغا» المغربية قامت على ثلاث مقولات كبرى وهي :
أ- تغليب الجوانب الترفيهية والمنوعاتية في مقابل شبه تغييب للقضايا السياسية والمسائل المدنية.

ب- التركيز على الوظيفة التعليمية والتثقيفية أكثر من الوظيفة الإخبارية والإعلامية.

ت - تغطية القضايا الآنية والعامة تم وفق ثنائية «النقل والاستقراء» وليس «النقد والاستقصاء»..

أما فيما يخص الحضور الإعلامي للفاعلين السياسيين والاجتماعيين ضمن المضامين الإخبارية للقناة الثامنة ومدى تحقق مبدأي التعدد والتعددية، فإن أهم استخلاصات البحث تمثلت في النقطتين التاليتين :

أ- سطوة الفاعل الرسمي (الملك والحكومة على المضامين الإخبارية، سواء في مستوى الحيز الزمني أو الترتيب في النشرات الإخبارية أو في إيجابية الأدوار، ما يجعل إلى أن القناة أقرب إلى الإعلام الحكومي منها إلى إعلام الخدمة العامة.

ب- استحضار الفاعل الجمعياتي الأمازيغي بشكل ملحوظ ضمن المضامين الإخبارية في مقابل شبه تجاهل إعلامي للفاعلين السياسيين والبرلمانيين والمدنيين، الأمر الذي يجعلنا نعتبر بأن القناة تصنع أغلبية إعلامية قوامها الفاعل الرسمي والجمعيات الأمازيغية وتؤصل من جهة أخرى لأقلية إعلامية جديدة ممثلة في الفاعلين السياسيين والبرلمانيين الذين لا يحظون بتغطية إعلامية مستحقة وفق محددات الإعلام العمومي وضوابط المجال العمومي الهابر ماسي.

ايتيقيا النقاش التي تجسد أساس براديجم المجال العمومي الهابرماسي مشكلة في ثلاثية الصلاحية الادعاءات وحجاجية الآراء ونوعية المحاجة المعتمدة» سمحت لنا بقراءة تحليلية قوامها :

- اضطراب علائقي في مستوى التلازمة القائمة بين الادعاء من جهة باعتباره إقرار يراد من خلاله الإقناع ومقولة الصلاحية بما هي أم شرعية الملفوظ الادعائي وفق ثلاثية «الصحة» و«الدقة» و«الواقعية».

- انفرط نسبي بين الإقرارات من جهة والمحاجة من جهة ثانية حيث أن غياب الحجاج عن ثلث الادعاءات الواردة في نص المدونة يؤكد ضعف الاستدلال في متن ومضمون النقاش ما يعني أن الحوار لم يقيم على «التفاهم» و«الإجماع» المتمحورين حول «التعقل التواصلي» وإنما هو مستوى تواصل بني على الانطباع والاقوال السطحية، كما نستخلص من نفس النتيجة وجود اختلال في مستوى التفاعل بين المتحاورين حيث أن انعدام المحاجة في أكثر من ثلث الادعاءات تقوض فكرة «البيّن ذاتية» Inter- personnelle التي تؤسس للتفاهم صلب النقاش الهابرماسي وتضع مكانها مبدأ «المركزية الذاتية» الموغلة في الأنا» والمقصية ل «الأخر» من المجال العام، وهو البراديجم الفلسفي الذي عارضه يورغان هابرماس منذ حفرياتة المعرفية البكر إذ أنه يعتبر أنه أن الأوان للفلسفة أن تبحث في المجتمع عوضا عن التنقيب في الذات الأمر الذي دفعه إلى خلق «نسق بحثي جديد» يتمكن بمقتضاه من إخراج الفلسفة من العقلانية الحدائية الكلاسيكية والتي كانت ممارسة ذاتية إلى عقلانية جديدة يمكن نعتها بالعقلانية المجتمعية»⁽¹⁾.

- استئناسا بأعمال شايم بيرلمان في الحجاج والتي تقسم الفعل الحجاجي إلى ثلاثة أقسام وهي الحجج شبه المنطقية⁽²⁾ ويضع فيه حجج «التعارض» و«التعدية» و«الكل والأجزاء» والحجج المؤسسة على بنية الواقع وينزل فيه

(1) ممدوح مجدي، توظيف نظرية الفعل التواصلي في تعزيز السلوك المدني، موقع بالعربي موقع المركز الثقافي العربي - <http://bell.arabi.com/arabi/index.php/2015/08/22/majdimamdooh>

(2) لايسلم بيرلمان بالعقلانية المحضة والمنطقية التامة للعملية الحجاجية فهي يرى أن المنطق هو مسار يتبع البرهان والاستدلال ويفرق بيرلمان هنا بين مسار المحاجة ومسار الاستدلال، لمزيد من التعمق العودة إلى أعمال الدكتور عبد الله صولة في كتابه الأطروحة «الحجاج في القرآن من خلال أهم خصائصه الأسلوبية منشورات جامعة منوبة لسنة 2001»-

«حجج السبب» و«المقارنة والمراحل» و«الاتجاه» و«الورطة» و«الشخص وأعماله» و«الرمز» و«المرجع» و«الوصف» و«الحجج المؤسسة لبنية الواقع ويدرج فيه حجتي «المماثلة» و«المثال». فإن البحث استخلص أن الحجج المبوبة في خانة الحجج شبه المنطقية غابت بشكل تام عن آراء المدونة ما يؤكد أن النقاش القائم لم يبين على مبادئ البرهنة والاستدلال على الواقع بقدر ما تأسس على محاثات ومحاكاة للواقع المعيش وهو ما تؤكد النسب الواردة في باقي الحجج (السبب والنتيجة والمثال والمقارنة والمرجع).

قلة الحجج ذات المنحى المنطقي في مقابل كثافة الاعتماد على الحجج المؤسسة - اسم فاعل - لبنية الواقع أو المؤسسة - اسم مفعول - على بنية الواقع يشير إلى أن الغاية من النقاش لا تكمن في «التطرح» و«التفاهم» بقدر ما هي تسجيل للمواقف وتثبيت لكيقونة الحوار في سياق «الوقوعية» التي تعني تفسير الواقع بالوقائع دون برهان عقلاني أو استدلال منطقي.

وهي مقدمات تفضي بنا إلى الاستنتاج بأن النقاش في القناة الأمازيغية الثامنة هو نقاش في الغالب أحادي وغير مبني على فعل المحاججة بصفة واضحة وجلية وغير مؤسس على مياسم العقلانية ومبادئ المنطق الأمر الذي يضعه بمنأى عن التأسيس الهابرماسي لبراديجم إيتيقيا النقاش صلب المجال العمومي.

من جهة أخرى، فإن استقرار مؤشرات تشكيل مجال عمومي تعددي وديمقراطي ضمن المضامين الإخبارية وبرمجة القناة الرابعة الأمازيغية الجزائرية يجعلنا إلى عدة استخلاصات أساسية.

بالنسبة إلى الشأن العام والقضايا ذات الاهتمام المشترك فإن التحليل الكمي لطبيعة البرامج والحيز الزمني المفرد للبرامج أفضى إلى النتائج التالية :

- يمسح المجال النوعاتي الترفيهي divertissement الخاص بالرقص والغناء واللباس والأحجية الأمازيغية بصفة محددة والجزائرية بصفة عامة نسبة 17,5 بالمائة من جملة اهتمامات القناة بنحو 30 بالمائة من الحيز الزمني للبرمجة الأسبوعية لـ«الرابعة» ما يشير إلى الوظيفة المركزية للقناة والمتمثلة في «أعلمة التراث الأمازيغي» سواء منه الرمزي الشفوي أو المادي التقليدي.

- نقص الاهتمام بالقضايا السياسية (برنامج واحد فقط) والقضايا الاقتصادية والاجتماعية، في مقابل التكثيف الواضح في المضامين الإعلامية التراثية الأمازيغية مما حول القناة من وسيط إعلامي جماهيري حديث ومعاصر إلى وسيط جماهيري لوسيط اتصالي تقليدي قديم يعمل لا على تحديث المضامين الإخبارية ذات الشأن بالقضايا الأمازيغية وبلورتها صلب النقاش العمومي عبر إخراج المسألة الأمازيغية من سياقها الأنثروبولوجي وإنما على العكس من ذلك تعتمد «الرابعة على استرداد تلفزيوني للنموذج الاتصالي الشفوي»⁽¹⁾ البكر ما قبل الكتابة الصحفية والصوت الإذاعي والصورة المرئية.

- الحضور الواضح للمضامين الإعلامية الدينية في القناة الأمازيغية -140 دقيقة أسبوعيا- الأمر الذي نفسره بأن القناة الرابعة الأمازيغية تلعب دورا وظيفيا أساسيا في إبرام مقولة «التعدد اللغوي ضمن الوحدة الدينية الإسلامية في الجزائر».

اللبنة الثانية لبراديعم المجال العمومي والمتمثلة في تعدد وتعددية حضور الفاعلين الاجتماعيين والسياسيين ضمن المضامين الإخبارية فقد عاجلها البحث عبر دراسة مدونة النشرات الإخبارية في القناة الرابعة الأمازيغية خلال الفترة الممتدة بين 3 و14 مارس من سنة 2016، وقد انتهى إلى أن المضامين الإخبارية للقناة الرابعة تعمل وفق معادلة تغليب الفاعل التنفيذي والتركيز على شخص رئيس الجمهورية وتقديم الفاعل الأجنبي المتماهي مع رؤى النظام ومصالحه على الفاعل المحلي بمن فيه الفاعل الرسمي ممثلا في التشريعي والقضائي، إضافة إلى تهميش الفاعل الأمازيغي حتى وإن كانت الأخبار موردة باللهجة الأمازيغية، وهو ما نجمه في عبارة «غياب الإنسان وحضور اللسان».

أما في ما يخص أخلاقيات النقاش، فبعد دراسة كمية لعينة متكونة من 4 حلقات من برنامج حوارى -عنوانه- tadwat- فقد خلص البحث إلى أن فعل الحجاج صلب المدونة المعتمدة تراوح بين المحاججة المؤسسة -بفتح السين الأولى- على بنية الواقع والمؤسسة -بكسر السين- لبنية الواقع بمعنى أن الفعل

(1) بوجمعة رضوان، نفس المصدر، ص 114.

الإقناعي حيث الواقع وجعله مرجعا ومحورا لمنظومته الإستدلالية في حين أن الحجاج شبه المنطقي ينطلق من الواقع بيد أنه يستعين بنظام برهاني عقلاني للتدليل على صحة الآراء الموردة.

فأن تكون الحجج المعتمدة في نص المدونة متوزعة بين «السبب والنتيجة في المرتبة الأولى ومن بعدها «المثال» وثالثها «المرجع» تؤكد أن القناة ركزت على «الحجاج بالواقع» ولم تعتمد على «الحجاج بالمنطق» بما يعنيه هذا المقتضى من نأي عن المقولة التأسيسية الهابرماسية للنقاش الحجاجي العقلاني.

كما أن التكتيف في الخطاب الديني حجة ولفظا في برنامج TADWAT يتقاطع مع الحضور اللافت للمضامين الدينية في برمجة القناة الرابعة حيث تمتد البرامج على 140 دقيقة دون حساب صلاة الجمعة التي تنقل أسبوعيا.

وهو تقاطع يثبت أن القناة ذات وظيفة هوياتية مركزية تقوم على تثبيت الدين الإسلامي كأساس هوياتي محوري ضمن الهوية الجزائرية العامة (للأمازيغ وغيرهم) بعد أن وقع التنسيب في عامل اللغة العربية وأدرجت اللغة الأمازيغية كلغة رسمية ثانية في التعديل الدستوري الجديد يمارس 2016.

إضافة إلى أنها تؤثر لانزياح بالحوار من نقاش تنسيبي أفقي (حول مسألك التربية في الجزائر) يتوسل بالحجج والبراهين نظرا لطبيعته الاجتهادية الإنسانية إلى حوار عمودي يستند إلى المطلق في القول والنهائية في الطرح والأحادية في الإقرار.

أما بالنسبة إلى صفحات التواصل الاجتماعي الأمازيغية التونسية، فمن الواضح أنها موسومة بطابعين اثنين كبيرين، وهما طابع «الإلغائية» و«القومية».

فبالنسبة للطابع الأول فيبدو من خلال العينة المنتخبة أن مجمل التدوينات والتعليقات قامت على أساس إثبات وجود أمة بربرية أصيلة بمنطقة شمال إفريقيا في مواجهة أمة عربية دخيلة ومحتلة، وهو ما يمكن أن نسميه بالهوية الإلغائية» حيث لا تكتسب هوية محددة وعيها بذاتها إلا بالتناقض مع الهوية و/ أو الهويات الأخرى ما يحول دون التعايش المشترك ودون الاعتراف بالإطار العام الرّسمي والاجتماعي الذي تعيش داخله.

وهو تضاد هوياتي سرعان ما يستدر سردية هوياتية قائمة على الذاكرة المجتزئة للتاريخ، من حيث انتخاب أحداث والتهويل في أخرى والقفز على وقائع وطمس حقائق وذلك قصد إبقاء وجع الذاكرة المكلمة حيا في أذهان المعجبين بالصفحات الأمازيغية.

وكثيرا ما تطوع الأحداث الآنية استمرار مع «السردية الأمازيغية» حيث تصبح العداة التونسية حبيبة الغريبي حفيدة الكاهنة والسباح التونسي أسامة الملولي سليل يوغرطة والزعيم السياسي الحبيب بورقيبة ابن ماسينيسا المقاوم للمد القومي العروبي.

وقد تتكرس هذه الصورة بكل وضوح عند المشهدة العسكرية ضد الإرهابيين، حيث يستحيل الجنود التونسيون أحفاد حنبل والجنديات بنات الكاهنة، والجيش التونسي جيش قرطاجنة العظيم، والإرهابيون أبناء عقبة ابن نافع والثمرة الحتمية للعبادة السبعة.

وهو منطق قافز على حقائق التاريخ ناهيك عن كينونة التفاعل الحضاري والثقافي بماهي تراكم إنساني وتدافع زمني يؤصل للهوية الجامعة للروافد ولا يصنع رافدا أحاديا مختزلا للهوية..

أما الطابع الثاني فهو طابع «القومية» ونعني به تجاوز البعد المحلي وعدم إيلاء أهمية مطلقة للشأن العام بشتى أنواعه إلا إذا كان قابلا للتوظيف ضمن السردية الأمازيغية.

فتقريبا تعتبر المسائل المحلية ثانوية وهامشية مقارنة بتدوينات صناعة الخرائط الجديدة لشمال إفريقيا عنوانها الأبرز «تمازغا الكبرى» أو نشر الرسوم الكاريكاتورية الساخرة من الهوية العربية أو من المدافعين عن المكون الهوياتي العربي لتونس.

من الواضح إذن أن تجاهل قضايا الشأن العام المحلي نابع من دائرة قرب إعلامي قوامها إسقاط الحدود الوطنية وتخيل «وطن قومي أمازيغي» بمقتضاه تصبح أخبار الأمازيغ في المغرب أو موريتانيا أو ليبيا أهم وأرعى للانتباه من مسائل الشأن الوطني في تونس.

وسواء قاربنا صفحات التواصل الافتراضي من زاوية «الإلغائية» أو «القومية الأمازيغية فإن المحصلة نأى عن مقولة المجال العمومي الهابرماسي الذي يبنى على احترام الآخر واعتبار مواقفه جديرة بالاهتمام والالتفات وإلا فما قيمة الحجة إن كان السياق حوار طرشان، وما جدوى الاستدلال إن لم يكن في إطار إتيقة التداول والنقاش.

وفي قراءة استخلاصية لنماذج العينة بالإمكان الإشارة إلى أن تونس تعرف استنابات سياقات إنتاج المجال العمومي من مجتمع مدني وحرية نفاذ للإنترنت غير أن صفحات التواصل الاجتماعي الأمازيغي لا تزال بعيدة عن استثمار هذه السياقات للمشاركة في تشكيل فضاء عمومي تعددي وديمقراطي.

أما المغرب والجزائر، فمن الواضح أن سياقات الإنتاج مثلها مثل القنوات الإعلامية الرسمية لا تزال في طور التشكل والتبلور، ودون تعسف على صيرورة التاريخ بالإمكان الإشارة إلى أن الانتقال الفعلي من فضاء الأحادية الإعلامية والثقافية والسياسية واللغوية إلى سياق التعددية السياسية والثقافية واللغوية والإعلامية، أمر غير هين ويحتاج إلى معاضدة التشريع بثقافة المواطنة والمساءلة والمحاسبة..

يبدو أن الإعلام الأمازيغي التونسي يعيش حاليا مستوى «أعلمة الإيديولوجيا والديهاغوجيا»، فيما يعرف الإعلام الأمازيغي الجزائري والمغربي مرحلة «أعلمة الأنثروبولوجيا»...

ولئن كانت مقولة الرهان المعرفي والفكري والثقافي والتاريخي والاثني هي مسار الانزياح من الإيديولوجي إلى الميديولوجي، فإن الرهان بما هو استحضر للقضايا المستجدة ومسائل الشأن العام هو درب الخروج من الأنثروبولوجي إلى الفيديولوجي...

ولن نجانب الصواب إن اعتبرنا أن الأقلية في صيغتها الراهنة هي وليدة تشكل الدولة الحديثة وفق مقولة «الدولة الأمة» Etat Nation التي تقوم على فكرة الهوية الوطنية للدولة ولغالبية المجتمع...

ولن نكون في وارد الخطأ المعرفي إن أقررنا بأن المجال العمومي - فلسفة ومشروعاً- هو أيضاً نتاج الدولة الحديثة من حيث وضع يورغان هابرماس تشكل الدولة كمقدمة شرطية للوسائطية الرمزية بينها وبين المجتمع...

ولئن كانت بعض نماذج «الدول الأمة» في أوروبا قد تأشكلت عليها قضية الأقليات اللغوية والثقافية ولا تزال إلى يوم الناس مسألتها قائمة دون حلول تذكر (الباسك في فرنسا)، فإن موضوع الأقليات يصير أكثر حساسية في سياق عربي يعيش بين جدلية الجوهر وجدلية الوجود وفق الطرح الهيجلي.

لذا فإن البحث ينحاز لمقولة اللورد أكتون Lord Acton حول العلاقة التطبيعية بين التعدد الثقافي واللغوي والديمقراطية، فلئن كانت مقولة المفكر الأمريكي جون ستيوارت مل J.S.Mill مؤسسة على الوحدة اللغوية والثقافية كشرط لإقامة نظام ديمقراطي، فإن أكتون يعتبر أن التعددية الثقافية واللغوية تمثل لبنة التوازن الاجتماعي والتفاهم المجتمعي وإقرار مبادئ التسامح والحرية التي يعرفها كوسيلة لبلوغ أهداف متعلقة بالمجتمع المدني والحرية الفردية والجماعية».

وهو طرح توافقي بين الديمقراطية والتعددية اللغوية والثقافية يستدعي منا الاستفادة من التعريف الذي يقترحه الباحث عزمي بشارة للمواطنة وهو تعريف يؤصل للعلاقات التضامنية والوشائجية للإنسان كفرد ضمن جماعة لغوية، وللعلاقات التعاقدية التي تفرضها المواطنة داخل الدولة الحديثة.

إذ يعتبر بشارة أن المواطنة «هي عضوية في الدولة التي لا تعكس حقوقاً جماعية اثنائية، ومسألة الحقوق والحريات فيها منفصلة عن الانتماء الاثنائي لأنها حقوق وحريات في الدولة بحد ذاتها».

وهو تعريف يحيلنا إلى التقسيم الثلاثي للمواطنة المساواتية، وهي مواطنة مدنية متعلقة بالحريات الأساسية كحرية التعبير والمساواة أمام القانون، مواطنة سياسية متأسسة على المشاركة السياسية في حق التصويت والترشح للمجالس النيابية وللمناصب السياسية، ومواطنة ثقافية كالحق في التمثيل في الفضاء العام إعلامياً وتعليمياً من حيث اللغة والثقافة.

وهي المقاربة الثلاثية المؤهلة لمعالجة قضايا التعدد الاثني ومسائل الأقليات والمساهمة في بناء الدولة الوطنية التي تناط بعهدتها مسؤولية الانتقال من سياسات الهوية الرسمية الأحادية إلى سياسة التعدد الثقافي والسياسي والمدني معا سيما في الدول التي تعرف تعددية لغوية حقيقية مثل الجزائر والمغرب وليبيا... دون أن تستحيل هذه التعددية إلى محاصصة اثنية سياسية تطيح بمبدأ المواطنة والديمقراطية.

وهي المقاربة التي تفرض ترسيخا وتكريسا للمجال العمومي وللإعلام العمومي التعددي سيما وأنه قاطرة تجذير المواطنة من حيث تفعيل الأدوار الاجتماعية في الديمقراطية التشاركية وفي مسلكيات المحاسبة والمساءلة للفاعل الرسمي وفي توسيع دائرة المشاركة في القرار والخيار عبر طرح النقاش الحر لمختلف قضايا الشأن العام..

وهنا تقاطع في النتيجة مع ما يعتبره هابرماس «الهوية الحقيقية لأمة المواطنين»... إذ يؤكد أن أمة المواطنين لا تجد هويتها في الشؤون الاثنية وإنما في «ممارسة المواطنين بنشاط لحقوقهم الديمقراطية مشاركة وتواصلًا...»⁽¹⁾.

(1) هابرماس، يورغان، الحدائة وخطابها السياسي. ترجمة جورج تامر، بيروت، دار النهار، 2002، ص 46.

الاستراتيجية الاتصالية لخطاب التفاوض مسار التفاوض الفلسطيني-الإسرائيلي نموذجاً

إعداد : حياة الشمتوري

إشراف : أ.د. سلوى الشريفي

انطلقنا في بحثنا هذا الذي يحمل عنوان «الاستراتيجية الاتصالية لخطاب التفاوض: مسار التفاوض الفلسطيني-الإسرائيلي نموذجاً» من الإشكالية المتضمنة للتساؤلات التالية :

ما هي الاستراتيجية الاتصالية لخطاب التفاوض؟ ما هي آليات إنتاجه ومرتكزات استراتيجيته الاتصالية؟ كيف يصوّر كل طرف مفاوضات الطرف الآخر وكيف يصوّر نفسه ويبرزها وما هي الأهداف التي يرمي إليها من وراء ذلك؟ وهل نجح كل مفاوض في ترويج تصوّراته والإقناع بها؟

وكإمكانية إجابة، انطلقنا من عدّة فرضيات أوّلها أنّ الخطاب الإسرائيلي يتّسم بالجمود والتشدّد فهو يتمسّك بنفس الشعارات ونفس المواقف دون الارتكاز على الوقائع والحقائق التي يفرضها نظام العلاقات والمصالح القطرية والسلطوية. فهو يعكس موقف صاحبه «المتعنّت» المستمدّ من تفوّقه الميداني وإيماؤه بأنّ اللعبة السياسية تعتمد منطق القوة وليس الشرعية والمبادئ العادلة لأنّ «تحقيق المصلحة» هي الغاية التي تبرّرها لغة القوة. وثانيها أنّ الخطاب الفلسطيني يفتقد التخطيط ولا يعتمد استراتيجية اتصالية واضحة المعالم ومحكمة منذ البداية بل تحرّكه الأحداث. وهو يعكس افتقاد المفاوض الفلسطيني لبراعة التفاوض والإقناع لافتقاده الوضوح في التصرّوات والمرجعيات والحجج. وثالثها افتقاد خطاب طرفي التفاوض إلى الحجّة والإقناع. وكانت آخر الفرضيات أنّ تصوّرات

كلّ طرف مفاوض، بخصوص شريكه في العملية التفاوضية، شهدت تغيّرات اقترنت مع السياق ومع نتائج هذه المفاوضات ومدى تقدّمها وجدديتها وعمل على تنصيب صورته وبالتالي ترويح تصوّراته والدعاية لها.

وللتوصّل إلى الإجابة عن إشكالية بحثنا وبالتالي تأكيد أيّ من هذه الفرضيات الأصوب، توخّينا في مرحلة أولى المنهج التاريخي للتعرف على السياقات التاريخية والسياسية للصراع الفلسطيني-الإسرائيلي ولدراسة المسار السلمي والتفاوضي لفهم خلفيات خطاب التفاوض بين طرفي النزاع فلسطين وإسرائيل بالإضافة إلى الأطراف الوسيطة وهو ما مكّنا من فهم مرجعياته وطبيعة أسسه ومدى تطوّره على امتداد الفترة الممتدّة من تسعينات القرن العشرين إلى غاية اليوم (بداية العشرية الثانية من القرن الحادي والعشرين) حسب المواقف والتحالقات ومجريات الأحداث على الصعيد المحلي ونقصد بذلك منطقة الشرق الأوسط وعلى الصعيد العالمي.

وبعد التعرّف على المنطق الخارجي المنتج لمعنى الخطاب، تولّينا في مرحلة ثانية دراسة المنطق الداخلي للخطاب واعتمدنا منهج تحليل الخطاب باعتباره المنهج المناسب لمعالجة إشكالية بحثنا. وقد مكّنا هذا المنهج من خلال المقاربة التداولية من دراسة المستويات التركيبية والمعجمية والدلالية لعينة بحثنا من الخطابات استنادا على عنصر السياق الذي يمثّل قوام المقاربة التداولية. وتمكّنا من تحليل مجموع خطابات العينة اعتمادا على تقنية شبكات التحليل التداولي وتحديد تقنية تحليل القوى الفاعلة لتحليل تصوّرات المتكلّم وأفكاره ومواقفه التي أراد ترويحها لدى المتلقي بمختلف شرائحه للوقوف على الأهداف العامة للخطاب. كما اعتمدنا تقنية تحليل مسار البرهنة التي مكّنتنا من التعرّف على استراتيجية المخاطب من خلال المسار الحجاجي الذي اعتمده كلّ مفاوض للبرهنة عن صواب أطروحاته وشرعيّتها من أجل التأثير والإقناع وبالتالي النجاح في مسعاه.

وتبعا لما تمّ ذكره أعلاه، فإنّنا توصّلنا إلى جملة الاستنتاجات الآتية التي تؤكّد الفرضيات الأولى والثانية والأخيرة وتدعمها وبالتالي تجيب عن إشكالية بحثنا:

• اعتمد الطرفان سياسة اتّصالية تأثيرية انبنت على مقصدية تأثيرية تهدف إلى توجيه المتلقّي نحو الاقتناع بأطروحة المخاطب. فقد عمل كل طرف مفاوض، لإثبات شرعية موقفه وأطروحته، على ضرب شرعية الطرف الآخر ونفيها بهدف كسب المتلقّي مهما اختلف موقعه من خلال التركيز على الرغبة في الاستقرار والأمن والأمان والتعايش السلمي. وهو ما يجعل من كل خطاب يرتكز على ما يسمّى بالحجاج التوجيهي الذي يهدف إلى استمالة العقل والعاطفة في نفس الوقت من أجل التأثير في المتلقّي وجدانا وفكرا وبالتالي موقفا. وهذا ما يفسّر سيطرة استراتيجية الدفاع واحتلالها الصّدارة في خطاب المفاوض الفلسطيني بنسبة 48,88٪ وفي خطاب المفاوض الإسرائيلي بنسبة 65,84٪.

• سيطرت الحجج الواقعية على خطابات المفاوضين والوسيط حيث مثلت هذه الحجج 93,58٪ بالنسبة للمفاوض الفلسطيني و 95,15٪ بالنسبة للمخاطب الإسرائيلي و 98,39٪ بالنسبة لراعي العملية السلمية.

• اعتمد طرفا التفاوض النمط الاقتناعي للحجج المستعملة بنسبة 95,62٪ في الخطاب الفلسطيني وبنسبة 52,15٪ في الخطاب الإسرائيلي. في حين اعتمد الوسيط الأمريكي النمط الإقناعي بنسبة 67,74٪.

• تضمّن خطاب طرفي التفاوض في مرحلة أولى الأفعال والكلمات والمعاني والقيم التي تتماشى مع طبيعة الخطاب التفاوضي وهي بالأساس أفعال التعاون والمشاركة وقيم السلام والأمن ومصطلحات تصبّ جميعها في خانة الأمل والمستقبل والحياة الأفضل. غير أنّ الطرفين قاما بتغيير القواعد اللغوية، بعد تعثر المسار التفاوضي، باللجوء إلى اللغة المانوية التي اقترنت باعتماد خطاب الضحية فتغيّر «الشريك» من فاعل إيجابي إلى فاعل سلبي بصفاته وأفعاله وقيمه ومرجعياته.

المفاوض الفلسطيني

- اعتمد في مرحلة أولى استراتيجية «التعاون» التي تعكس مرحلة «الأمل» في المسار السلمي فارتكزت خطابه التفاوضية على النظرية الكلاسيكية حيث

وضع منذ دخوله العملية التفاوضية هدفا واضحا وهو إنجاح الحلّ السلمي المتمثل في التعايش بين دولة فلسطينية وأخرى إسرائيلية. وعبر عن استعداده للمضي قدما في العملية السلمية وإنجاحها مهما كانت التكاليف وهو ما يفسّر قبوله بالقليل وبسياسة التقدّم المرحلي للمحادثات التي وضعت تحت الضغوطات الداخلية والخارجية والتي لم تفرز سوى نتائج هزيلة وضبابية. فقد قام بتقديم عدّة تنازلات عساه يؤكّد صواب خيار السلام مع «العدوّ» حتى بالوصول إلى اتفاق في منتصف الطريق غير أنّه لم يحصل سوى على المماطلة وتعتت الطرف المقابل الباحث عن تأجيل النظر في القضايا الأساسية إلى أجل غير مسمّى من أجل ربح الوقت وبالتالي إطالة فترة المفاوضات.

- راح في مرحلة ثانية بين استراتيجية «الدفاع» واستراتيجية «الصرع والنقض». فقد شهدت استراتيجيته الاتصالية وخطاباته تغيّرات حكمتها التحوّلات العالمية مع اختياره المنحى السلمي وحلّ التفاوض مع الطرف الإسرائيلي. فقد تحوّل الخطاب السياسي الفلسطيني من الدعوة إلى الكفاح المسلح من أجل التحرير ولغة محاربة «العدوّ المغتصب» إلى تبني الحلّ السلمي وخيار التفاوض والاستناد على أفعال المشاركة والتعاون وقيم التسامح والاعتدال والتعايش السلمي مع التنصيص على استعداد «الشريك» لوقف العمليات الاستيطانية وإنجاح مسار السلام إلى اليأس من جدوى الجلسات التفاوضية والعودة إلى المطالبة بحقّ الأرض وشرعيّة قضيتّه من خلال التوجّه إلى الجمعية العامة للأمم المتّحدة والارتكاز على قراراتها وعلى الشرعيّة الدولية. كما سعى من خلال خطاباته إلى تفعيل القرارات الدولية ومختلف الاتفاقات المبرمة في إطار العملية السلمية.

المفاوض الإسرائيلي

- اعتمد المفاوض الإسرائيلي منذ البداية استراتيجية «الإنهاك» و«المماطلة»، فأتّسمت استراتيجيته الاتصالية وسياسيته التفاوضية بالوضوح وخدمت مخططاته ومصالحته بالأساس المتمثلة في إبعاد حلّ القضية عن طريق القانون الدولي ذلك أنّ المفاوضات والمباحثات السلمية لم تكن سوى ستارة لتغيير صورتها من صورة «المحتلّ» إلى صورة «المحبّ» للسلام والتعايش السلمي إضافة إلى إلغاء روح

الجهاد وإضعاف روح المقاومة والتّضحية واعتبارها إرهاباً. في حين اعتمد هذا المخاطب استراتيجية التّضليل من خلال تبرير فظاعاته تجاه الفلسطينيين العزل وتضخيم صورة المقاومة الفلسطينية المتمثلة في حركة «حماس» من خلال الارتكاز على الدفاع عن حقه في العيش بأمن وسلام وبالتالي استقطاب تفهّم المجتمع الدولي وكسب دعمه معتمداً في ذلك على اللغة الخشبيّة وقاعدة الإصفاق.

- اعتمد مبدأ التّخويف والترهيب لتحويل اهتمام الرأي العام العالمي إلى فاعل آخر غير معني بمسار التفاوض الفلسطيني-الإسرائيلي وهو إيران من خلال المغالاة في تصوير تطرفه وقوّته العسكرية والخطر النووي الذي يجعل منه خطراً كبيراً ليس على دول المنطقة فقط وإنما خطراً عالمياً يهدّد به العالم بأسره. وتضخيم صورة إيران نفى المخاطب الإسرائيلي عن نفسه الصّورة السلبية التي سوّقها المفاوض الفلسطيني. فجعل من نفسه «ضحية» تحاول الدفاع عن نفسها أمام تعدّد الأخطار والمعادين لها من دول المنطقة لينفي بذلك الاتّهامات والانتقادات الموجهة في حقه. وبذلك حاول ترسيخ صورة «الكيان المسالم» الذي لا يطلب سوى قبوله الطبيعي في المنطقة بهدف التعايش السلمي مع دول الجوار خاصة ومع دول العالم العربي والإسلامي عامّة. وهو الهدف الرئيسي الذي برع هذا الطرف في رسمه وعمل على إقناع المتلقي به ممّا جعل من هذا الخطاب خطاباً دعائياً قوياً لهذه الصّورة. وخلاصة القول فقد تفانى هذا المخاطب في إبعاد المسار السلمي عن أروقة الهياكل الأمية وتفادى الحديث عن الشرعية الدولية والقرارات الدولية.

الوسيط وراعي العملية التفاوضية

- اعتمد المخاطب الأمريكي منذ البداية استراتيجية دفاعية تركز على معادلة «لا سلام إلاّ عبر طاولة المفاوضات» مسانداً بذلك الأطروحة الإسرائيلية ولم يجد عن ذلك، وهو ما يفسّر اكتساح هذه الاستراتيجية جلّ خطابات هذا الوسيط بنسبة 81,95٪. وفي ذلك تأكيد على اعتماده أجندا واضحة تخدم مصالحه ومصالح حليفه وبالتالي تحقيق رؤيته للشرق الأوسط الكبير. وقد ركّز في خطابه كوسيط على اللغة المانوية المؤسّسة على ثنائيّة الخير والشرّ باعتبارها المبدأ الوحيد الذي يقوم عليه العالم وهو ما حدا به إلى اعتماد خطاب البطل المنقذ.

- عمل على تسويق صفة «الحيادية» في اصطلاحه بدور الوسيط السّاهر على إنجاح المسار السلمي غير أنّ دوره كان مفضوحا. فقد كشف خطابه ومساغيه عن مناصرته ومساندته المطلقة لأطروحة المفاوضات الإسرائيلي حيث عمل جاهدا من أجل الإبقاء على جلسات التفاوض بين الطرفين مؤكّدا أنّ الرؤية السلمية وحلّ الدولتين يكمنان فقط في الجلوس إلى طاولة الحوار والتفاوض بعيدا عن الهياكل الأومية. لذلك حاول هذا الوسيط كلّما شهدت المفاوضات ركودا تحريكها من جديد من خلال مزيد الضغط على الطرف الفلسطيني للقيام بتنازلات جديدة واعتمادها كنقطة لاستئناف الحوار وهو ما يخدم بالأساس الاستراتيجية الإسرائيلية .

فهل سنشهد مستقبلا تغيرا في استراتيجية المفاوضات الإسرائيلي وراعي العملية السلمية لصالح الطرف الفلسطيني بعد قبول طلب السلطة الفلسطينية الانضمام إلى المحكمة الجنائية التي تحوّل للمفاوض الفلسطيني تقديم شكاية في ارتكاب الطرف الإسرائيلي لجرائم حرب في حق الشعب الفلسطيني؟ أم سيكون هذا التغيير لفائدة الطرف الإسرائيلي بعد تغير الموقف الأمريكي حيث أكّد الرئيس ترامب عدم إملائه لأيّ حلّ لطرفي النزاع بعد أن ترك لهما قرار شكل التسوية بينهما؟ هل أنّ تصريح ترامب هو إنهاء لعقود من السياسة الأمريكية التي تبنتها حكومات جمهورية وديمقراطية والمتمثلة في اعتبار حلّ الدولتين حجر أساس الموقف الأمريكي من الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي والذي أصبح أيضا في صلب جهود السلام الدولية؟

وإن صحّ هذا الخروج من الالتزام بحلّ الدولتين هل سيكون الترويج لحلّ الدولة الواحدة أم التسويق لمفاوضات من دون سقف طالما سعى إليها المفاوض الإسرائيلي بهدف التخليّ عن كل المرجعيات التي وضعت لمسيرة التسوية وبالأخصّ قرارات الأمم المتحدة لتصبح بذلك المرجعية الوحيدة للتفاوض هي اتفاق الطرفين من خلال المفاوضات؟

تجربة التلفزة على الميديا الاجتماعية محامل وممارسات جديدة

إعداد : نهى بلعيد

إشراف : أ.د. عبد الكريم حيزاوي

حاولنا من خلال ذا البحث، أن ندرس كيف يتابع المشادين التونسيين المحتوى التلفزيوني للقنوات المحليّة، الذي ينشر بالميديا الاجتماعية، نظرا لتوفّر أجهزة إعلامية رقمية جديدة على غرار جهاز الحاسوب والهاتف الذكي واللوحة. وكان يبدو لنا جدّ مهمّ أن نحلّل عملية نشر المسلسلات التونسية وتقبلها خلال شهر رمضان 2014 .

فقمنا في مرحلة أولى بالتحليل الكمي للمحتوى المنشور بالميديا الاجتماعية، الفايسبوك واليوتيوب للمسلسلين التونسيين «ناعورة الهواء 1» و«مكتوب 4». ثمّ أرسلنا في مرحلة ثانية، استبياننا إلى الجماهير التي تابعت هذين المسلسلين. وقد أجرينا أيضا بعض المقابلات مع المسؤولين عن الميديا الاجتماعية لبعض القنوات التلفزيّة المحليّة والأجنبيّة.

لقد أدى نشر المحتوى التلفزيوني وتقبّله في تونس، سنة 2014، إلى ولادة ممارسات جديدة في عصر الميديا الاجتماعية، والتي بدأت في الانخراط بالممارسات الإعلامية والاتصاليّة بفضل تبني المؤسسات الإعلاميّة لوسائط اتصاليّة حديثة.

كلمات مفاتيح: تلفزة، الميديا الاجتماعية، استخدامات، نشر، تقبل، اندماج، شاشة ثانية.

السياسة الإعلامية في تونس 1987-2011 منطقها وقوانينها وآلياتها التنفيذية

إعداد : خالد الحداد

إشراف : أ.د. المنصف وناس

تندرج دراسة «السياسة الإعلامية في تونس 1987 - 14 جانفي 2011، منطقها وقوانينها وآلياتها التنفيذية» في سياق مشروع بحثي في اختصاص علوم الإعلام والاتصال عني بتتبع التحوّلات التي عاشها القطاع الإعلامي في تونس ما بعد الاستقلال من منظور العلاقة مع السلطة السياسيّة والحراك السياسي في البلاد.

وهذا المشروع البحثي شرعنا فيه في مرحلة الماجستير عبر دراسة التجربة الاتصاليّة للرئيس الراحل الحبيب بورقيبة (بورقيبة والإعلام: جدليّة التمثّل والممارسة)، وينجز فيه هذه الخطوة الثانية عبر أطروحة الدكتوراه، ونعتزم استكماله لاحقا عبر:

- دراسة مقارنة لتطور الإعلام بين عهدي حكم الرئيسين الحبيب بورقيبة ووزين العابدين بن علي.

- دراسة التحوّلات التي طرأت على الإعلام بعد حدث 14 جانفي 2011 لمعرفة مدى تأثير مسار الانتقال الديمقراطي على فلسفة تعاطي السلطة السياسيّة مع مختلف القوى الفاعلة في القطاع الإعلامي وقدرة هذا القطاع على الاستفادة من واقع الحرية المكتسب.

- والمبحثان السّابقان سيمكّنان من إجراء دراسة ثالثة مقارنة بين «واقع الإعلام في عهدي بورقيبة وبن علي»؛ أي زمن الدولة التسلطيّة والحكم

الانفرادي، ومرحلة ما بعد الثورة، للوقوف عمّا إذا كانت «الحرية» كفيلة بتخليص الإعلام من كلّ المعوّقات والعراقيل وتحقيق أداء أفضل.

واستناداً إلى بحث الماجستير عملنا على تجاوز النقائص وتمتين الأسس النظرية والمنهجية هادفاً إلى مقارنة «الظاهرة الإعلامية» من منظور أوسع هو «السياسة الإعلامية» بما أنّ بحث الماجستير قد اقتصر على مقارنة الظاهرة من زاوية تحليل مضموني لخطابات الرئيس الراحل الحبيب بورقيبة.

لقد اقتضى منّا هذا التوجّه اعتماد منهجية مغايرة عبر استحضار إطار نظري أشمل ومقاربات وأدوات بحثية أكثر عمقا ودلالة، فتعويلا على المقاربتين النسقية والوظيفية، وفي إطار تناول بحثي وأكاديمي لـ «مفهوم السياسة الإعلامية» أمكن له حصر الأسس المنهجية للبحث من خلال التركيز على:

أ- محور «تعدّد الفواعل» الذي تبني عليه مسارات صناعة توجهات السياسة الإعلامية، فهي فواعل رسمية، منتجة لخطاب سياسي وماسكة بأدوات تنفيذية ولها فلسفة حكم، وهي أيضا فواعل غير رسمية، من إعلاميين ومؤسسات إعلامية ومكونات المجتمع المدني المختلفة (هياكل نقابية ومهنية وحقوقية مدافعة عن حرية الإعلام وحقوق الإنسان) وجمهور متلق متفاعل مع الرسائل السياسية والإعلامية.

ب - محور «تعدّد مصادر السياسة الإعلامية»، ذلك أنه لا يمكن دراسة السياسة الإعلامية، أو أي سياسة عامة أخرى، دون تتبّع مصادرها الأربعة المفترضة، وهي:

الخطاب السياسي والتشريعات وتقارير هياكل المجتمع المدني والممارسة.

ومن خلال هذه المنهجية، توضّحت لنا مراحل البحث التحليلية والتطبيقية الأساسية، التي ضمّنها في الباب الأول، وهي:

1- تحليل الخطاب السياسي الرسمي حول الإعلام، واعتمدنا في ذلك على مدونة بحثية أخضعناها إلى المنهج التداولي في تحليل الخطاب، تنزيلا لها في سياقها التاريخي ومحاولة لتحديد خصائص كل من المتكلم والمتلقي وصولاً إلى

«المسكوت عنه» أي تمثّلات صاحب الخطاب، كما استعنا بالمنهج الإحصائي لإبراز مكانة محور الإعلام في الخطاب السياسي.

2- دراسة ميدانية استهدفت عينة من المجتمع المدروس أي المسؤولين السياسيين والإداريين المشرفين على قطاع الإعلام، والإعلاميين وأصحاب المؤسسات، وجمهور وسائل الإعلام، وممثلين عن الهياكل المهنية والنقابية والحقوقية المدافعة عن حرية الإعلام.

3- قراءة في التشريعات وأساسا في التعديلات التي شملت مجلة الصحافة.

4- تحليل مضموني لأهم التقارير النقابية والحقوقية التي تناولت واقع حرية الإعلام في تونس.

ونظرا لارتباط البحث بـ«المجال السياسي» فقد وظّفنا، أيضا، «منهج تحليل السياسات»؛ وهو أحد المناهج المعتمدة في اختصاص العلوم السياسية، بهدف محاولة فهم الكيفية التي كانت تصاغ بها توجهات السياسة الإعلامية وقراراتها وتحديد أبرز الفاعلين في ذلك.

واتجهنا في الباب الثاني، من هذا البحث، إلى جهد تجميعي وتألفي لمحاور الباب الأوّل الأربعة، واخترنا «السياسة الإعلامية انطلاقا من جدلية الخطاب والممارسة» عنوانا لهذا الباب، بشكل تجمّع فيه عبارة «الخطاب» ثنائية «الخطاب/ التشريعات»، باعتبارها نصوصا صادرة عن السلطة، وتحيل فيه عبارة «الممارسة» إلى ثنائية «الواقع المعيش وتقارير الفاعلين الاجتماعيين».

لقد مكّنا المنهج التداولي في تحليل الخطاب من الوقوف عند استنتاجات مهمة في علاقة بالتمثّلات التي كانت للرئيس السابق حول «الإعلام»، إذ تضمّن الخطاب دلائل عديدة على عدم وجود إرادة سياسية لإصلاح القطاع الإعلامي حتّى يلعب أدواره المهمة في مراقبة السلطة وإنارة الرأي العام بالمعلومات وإجراء الجدل بين مختلف الفاعلين الاجتماعيين والسياسيين، على الرغم من الوعود التي قطعتها السلطة في خطابها الأوّل يوم 7 نوفمبر 1987، وأخفى الخطاب السياسي استراتيجية تفعل «الرقابة الإعلامية» عوضا عن تثبيت «الحرية الإعلامية» بما تضمّنه من أساليب لغوية وألفاظ ومصطلحات

دالة على أعراض التهديد والتخويف والاستهالة والترغيب وسياسة التسوية والحضور القوي لأننا السلطوية على حساب بقية الفواعل المفترض أن تلعب دورها في رسم السياسة الإعلامية وبلورة توجهاتها الكبرى.

كما جاءت لغة الخطاب من حيث التركيب، بسيطة وواضحة لا تحمل أوجه تعقيد ولا مناح بلاغية جمالية كثيرة، ولا تحتل بالتالي التأويل أو إمكانية الاجتهاد، بما عكس صورة لصاحب خطاب، حازم دقيق، لا يقبل الكثير من المجادلة ولا يحتاج من ثم إلى التفسير والتحليل أو البحث عن الإقناع، فالمقاصد عنده جلية لا لبس فيها، إعلام مقيد يتحرك في دائرة تضبط حدودها السلطة الحاكمة مليئة بالمحاذير والخطوط الحمراء التي لا يسمح حتى بمجرد التفكير في تجاوزها.

وانتهى بنا مسار تحليل الخطاب إلى اكتشاف كيف أن الخطاب نفسه بمناسبة خطاب 13 جانفي 2011، اعترف بخطأ السياسة الإعلامية التي اعتمدها السلطة على امتداد أكثر من ثلاث وعشرين سنة حينما أقرّ الفاعل السياسي الرئيسي أنه كان محلّ مغالطة وأنّ عدّة أمور لم تجر على الوجه الحسن متوعداً بالمحاسبة مؤكّدا حاجة البلاد إلى «مسار تغيير وإصلاح جديد في مجال الإعلام» مستحضرا البداية الأولى أي بيان 7 نوفمبر 1987 مقدّما نسخة تكاد تكون مطابقة له.

وأكدت دراسة فلسفة تعديل مجلة الصحافة الذي تمّ في أربع مناسبات (1988 و 1993 و 2001 و 2006) ارتهان المشرّع لإرادة السلطة في الإبقاء على الطابع الزجري للمجلة، وأظهر التحليل السياقي أنّ التعديلات جاءت ردّ فعل على وقائع بيئية محلية وإقليمية ودولية ولم تكن نابعة من إرادة في التغيير والإصلاح، أي أنّ السلطة جعلت من التعديل فرصة للدعاية السياسية وإظهار مشهد ديكور للانفتاح الإعلامي لا غير مما جعل تلك التعديلات تبقى شكلية دون تأثير على واقع حرية الإعلام.

وكشفت الدراسة الميدانية واقع الرقابة المسلط على الصحافيين والضغط الذي كانت تجابهه المؤسسات الإعلامية والعراقيل الماثلة أمام «الحرية الإعلامية»؛

والتي من أبرزها العقاب و«سياسة التعليقات» التي قاربت أن تكون «عقيدة» راسخة في الأذهان والنفوس يتسابق الجميع لأداء طقوس الولاء لها، مما كرّس على أرض الواقع «الرقابة الذاتية» كأيسر السبل وأسهلها لتفادي الصدام مع السلطة وتأمين مواطن الشغل واستدامة بقاء المؤسسات الإعلامية.

وأبانت الدراسة، أيضا، عن ثقة مهزوزة كانت تربط الجمهور بوسائل الإعلام المحليّة مما حثّم الالتجاء إلى الإعلام الأجنبي والإعلام البديل (مواقع الواب وشبكات التواصل الاجتماعي) للحصول على المعلومات.

وأثبتت تقارير الهيكل المهنيّة والنقابية والحقوقية الضغوطات التي كانت تخضع لها الحرية الإعلامية، وكشفت إصرار السلطة وإمعانها في ممارسات التضييق والرقابة والتوجيه. كما أبانت عن نداءات متواصلة لتحقيق الإصلاحات والاستجابة لتطلّعات المهنيين وعموم الشعب التونسي إلى إعلام تعدّدي يعكس التنوع الموجود في المجتمع ويخدم مسارات التنمية والتطوير المختلفة ويمارس سلطته الرقابية على مكونات الدولة، وعلى رأسها السلطة السياسية.

وكانت مختلف فصول الباب الثاني مجالا للتجميع والربط والتأليف بين استخلاصات فصول الباب الأوّل، بما مكن من فهم ما لمنطق السلطة تجاه «السياسة الإعلامية» والقوانين والآليات التنفيذية التي استحدثتها لفرض ذلك المنطق أو تلك الفلسفة، ومن ثمّ توصيف هذه السياسة وضبط التغيّرات التي عرفتھا والمراحل التاريخية التي مرّت بها من حيث الفاعلين والعناوين والخيارات الكبرى.

واستنتجنا أنّ «السياسة الإعلامية في تونس خلال حكم الرئيس السابق بن علي» قد انطلقت بشكل إيجابي حيث عرفت البلاد انفتاحا إعلاميا لافتا، ولكن الأمر كان لفترة قصيرة فقط (7 نوفمبر 1987 - 7 أبريل 1989) اعتملت بعدها استراتيجية في التعمية (التعتيم) والتضييق تواصلت على امتداد الفترة من أبريل 1989 إلى 14 جانفي 2011.

لقد حافظت السلطة على نمط انفرادي في صناعة السياسة الإعلامية؛ غيّب التفاعل الإيجابي مع سائر الفاعلين غير الرسميين وأحجم عن الاستماع إلى

الانتقادات ومنع الاختلاف والتعدّد ووضع العراقيل أمام «الحرية الإعلامية»، مع وجود محطات قصيرة من الانفتاح كانت الغاية منها «التفيس السياسي» ومحاولة تلميع صورة النظام.

وانتهى بنا البحث إلى استنتاجات أخرى، منها أساساً:

- أن المصدر الأساسي لتلك السياسة هو نمط الحكم التسلطي الذي دفع إلى قدر من الصلابة والتشدد وفرض توجهات محافظة وحذرة تجاه الإعلام ترفض المبادرة والإصلاح، حتى بصيغة التدرج وتتهيج ثوابت نظرية قارة تجمعت في ما وصفها الباحث بأنها «العقيدة الإعلامية» التي تأسست على «نظرية الصفر أخطاء».

- أن نمط الحكم الانفرادي والتسلطي، القائم على المنع والحجب والعقاب والانغلاق وعدم الاستماع إلى الآخر والخوف منه، قد غدى صراع النفوذ والمصالح داخل نظام الحكم، وخاصة داخل المنظومة الإعلامية الرسمية التي مثلت شاهداً ناطقاً على تفكك النظام وتشتته واضطرابه وعدم قدرته على مجابهة الأزمات التي عرفها، حيث تشكلت في رحم السلطة نفسها منظومة إعلامية برأسين وتصارعت داخلها قوتان ذات نفوذ سياسي ومالي واقتصادي كانت تستهدفان تأمين مسارين مختلفين لـ «خلافة بن علي» نفسه، فافتقدت تلك المنظومة الانسجام والوحدة والتعاطي السريع مع الأحداث، لتصاب في النهاية بالارتباك فالعجز والفشل في حماية النظام؛ الذي انهار بانهارها.

- أن دراسة السياسة الإعلامية يمكن أن تقدم تفسيراً للحراك السياسي وخصائص الحكم ومختلف مراحلهِ وتحوّلاته الكبرى، إذ انتهينا انطلاقاً من تشابك الروابط - والعلاقات بين الإعلامي والسياسي وتباين مصالح مراكز النفوذ داخل السلط واختلاف الرؤى في ما بينها حول مستقبل الحكم إلى محاولة فهم ما حدث في تونس على المستوى - السياسي بداية من يوم 14 جانفي 2011 واستعرضنا على سبيل الاستشهاد بالسيرة الحياتية لآخر وزير اتصال في حكومات - بن علي في الفترة من نهاية ديسمبر 2010 إلى 15 جانفي 2011، والتي أبانت أطوارها على حالة الاضطراب التي عاشها النظام إبان

الاحتجاجات الشعبية والأحداث المتسارعة في البلاد ووضعية التفكك وانعدام النجاعة التي بلغتها منظومته الإعلامية، فالترابط وثيق بين حالة العجز التي أضحت عليها المنظومة الإعلامية والانهيار الذي بات النظام السياسي يعيش آخر مراحلها.

فالعلاقة وطيدة بين «السياسي» و«الإعلامي»، كما أن «السياسة الإعلامية» لا يمكن أن توجد إلا في إطار التفاعل والتعدّد، فإذا ما انزاحت تلك السياسة عن المنحى الديمقراطي التعددي التشاركي؛ الذي به تفاعل وتعدّد، إلى المنحى الانفرادي التسلطي فهي تتحوّل إلى منظومة تدور في رحم السلطة سرعان ما تهزّها الصراعات والتجاوزات فتمنع عنها الانسجام وتوقع بها الاضطراب ومظاهر الفشل والعجز.

السياسة الاتصالية الاجتماعية والصحية في تونس

الفاعلون والممارسات والتقبل

إعداد : لمياء بن حسين

إشراف : د. زهرة غربي

يهدف هذا البحث إلى دراسة سياسة الاتصال الاجتماعي في مجال الصحة الجنسية والإنجابية من خلال دراسة طرق تنظيم حملات التواصل الاجتماعي في مجال الصحة الجنسية والإنجابية من خلال ممارسات الفاعلين القائمين على الاتصال ومدى تقبل الرسائل الوقائية من طرف الجمهور المستهدف. اشتملت الأطروحة على أربعة مواضيع تضم تنظيم الأسرة والوقاية من فيروس نقص المناعة البشري، السيدا ومكافحة سرطان الثدي والعنف القائم على أساس النوع. حظيت هذه البرامج باهتمام واضح من قبل الدولة حيث تم إرساء خطط استراتيجية وطنية للوقاية من هذه الأمراض ولجان وطنية للمتابعة وتطوير البرامج العلاجية والوقائية بالإضافة إلى إرساء استراتيجيات وأنشطة وطنية للاتصال هدفها تعزيز الوقاية وضمان تغيير مواقف وسلوكيات السكان.

وقد تم إنجاز الأطروحة على مراحل حيث اعتمدنا فيها على مجموعة من الأطر النظرية والبراديجمات منها نظرية التلقي والناذج المعرفية للاتصال الإقناعي ونظريات تأثير السلوك في المجال الصحي. فمن خلال دراسة الأبعاد النظرية يمكن القول إنّ للرسالة الإقناعية خصائص قد تقوي عملية الاتصال وقد توهنها. وقد بذل الباحثون مزيدا من الجهود لتطوير الاستراتيجيات وفهم أساليب الإقناع. فالعمليات الاتصالية ليست مستقلة عن بعضها البعض، وإنما تتفاعل كجوانب مختلفة من الحياة النفسية والعاطفية التي قد تهيئ الفرد لتلقي

معلومات معينة وفي طريقة تفسيره لها. كما يمكن لاعتقادات الفرد أو توقعاته حول موضوع معين أن تؤثر في استجابته العاطفية نحو هذا الموضوع أو ذاك. ومن هنا بين جاك دوقيز، أستاذ في جامعة لافال أن «استراتيجيات الاتصال الإقناعي تحترم قيمتين أساسيتين في مجتمعاتنا: الحرية والمساواة بين الأفراد وينبغي أن تكون هذه القيم أساسا في الإقناع وهو ما يجعلنا نتقبل بصفة لا جدال فيها الرسالة الاتصالية»⁽¹⁾. وقد بينت دراسات الاتصال الإقناعي أن لخصائص المصدر تأثيرات مستقلة عن خصائص أي عنصر آخر من عناصر الاتصال الإقناعي. فإذا كان الاتصال الإقناعي نابعا من مصادر ضعيفة المصدقية فإنه يدرك على أنه أكثر تحيزا وأقل عدلا في تقديمه مقارنة بما لو كانت مصادره عالية المصدقية.

إن تحقيق مبدأ «الصحة للجميع» في عالم سريع التطور يعد من بين القيم والتوصيات التي سعت المؤتمرات الدولية لصياغتها وذلك بالتذكير بأهداف المساواة بين الجنسين كمبدأ لحقوق الإنسان والتنمية علما وأن هذه القيم لم تجسم إلى حد ما على نحو فعال في الأنظمة الصحية. وقد بين المؤتمر الأول للنهوض بالصحة الذي عقد بأوتواوا (كندا) سنة 1986 أن «مجال الوقاية يستلزم القيام باستراتيجيات شاملة لمواجهة المشاكل الاجتماعية أو المتعلقة أساسا بالصحة العقلية»⁽²⁾. ولذا لا بد أن ترسم البرامج الوقائية وفقا للاحتياجات الجمهور المستهدف ووفقا لخصوصية البيئة التي ينتمي إليها وثقافته المحلية⁽³⁾. وبداية من التسعينات نشأت حركة جديدة على مختلف الأصعدة حيث تم تناول الاستراتيجيات والمواضيع في إطار منظومة التنمية المستدامة من ذلك البيئة والحوكمة الرشيدة والوقاية الصحية والوبائية والمساواة بين الجنسين... وفي

(1) De Guise Jacques, «Marketing social et stratégies de communication dans le domaine de la santé», In, Recherches en communication, No4, Hors série : Actes du colloque «Communication des savoirs et publicité sociale», Département DIC – Laval et Département COMU – UCL, Louvain-la-Neuve, 2-5 novembre 1994. 23 pages. En ligne : <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/issue/view/291>. Date de consultation : 15 mars 2017.

(2) Dufort Francine, Guay Jérôme, Agir au cœur des communautés : la psychologie communautaire et le changement social, Edition illustrée, Canada, Presses de l'Université Laval, 2001, p. 231.

(3) Dufort Francine, Guay Jérôme, Ibidem.

هذا الإطار تواصل العمل عبر إرساء استراتيجيات عمل تم إنجازها للنهوض وتعزيز برامج الصحة عبر ميثاق بانكوك (2005)⁽¹⁾.

كما شهد حقل الإعلام والاتصال تطورا ملحوظا عبر تعدد الاختصاصات التي من شأنها أن تساعد على تطوير بعض ممارسات الفاعلين في هذا المجال⁽²⁾. وقد سعى عديد الفاعلين في دراستنا إلى الاعتماد على منهجيات ونظريات الصحة من منطلق ديموغرافي وإيبديميولوجي دون الاستناد في ذلك على الاتجاهات البحثية والأطروحات ونظريات الإعلام والاتصال في ما يتعلق بالنهوض بالصحة. هذا وأكدت العديد من البحوث أن دراسة تغيير السلوكيات المتعلقة بالصحة تصمم وفقا لمنظور مجتمعي وليس من وجهة ارتباطها بمفهوم الصحة أو المرض.

وفي هذا الصدد، قدمت العديد من النماذج النظرية طرقا مثيرة للاهتمام في مجال تغيير السلوك حيث أثبتت أنه ليس من الضروري إثارة الرسالة للانفعالات ولمشاعر الخوف عند المتلقي لتؤثر في اتجاهات المتلقي لتغيير سلوكه. ومن هنا نتساءل ما الجدوى من التذكير بمخاطر مرض نقص المناعة البشري: السيدا لإقناع المراهقين على استخدام الواقي الذكري؟ ولماذا يتم دائما تقديم صورة المرأة المعنفة بآثار الكدمات أو زرقعة على الوجه للتشجيع على ثقافة اللاعنف؟ ولما وأن المتلقي قد لا يدرك أنه معني بهذه الرسائل حتى وأن سلمنا أن مرض السيدا والعنف القائم على أساس النوع وسرطان الثدي قد تكون لهم انعكاسات على حياتهم⁽³⁾.

وفي هذا الإطار يمكن القول أن المشكل يشمل مجالات صحية متعددة. فالعديد من الأشخاص الذين يقومون بتبني سلوكيات وقائية يدركون الآثار

(1) Lafrance Jean-Paul, Lulan Anne-Marie et De Sotelo Carmen Rico, Place et rôle de la communication dans le développement international, Canada, Éditions Presses de l'Université du Québec, 2006, p. 33.

(2) Michel Jean-Luc, Les professions de la communication : fonctions et métiers, Paris, Edition Ellipses, 2004, Collection Infocom, p. 11.

(3) Godin Gaston, « L'éducation pour la santé : les fondements psycho-sociaux de la définition des messages éducatifs », In ; Sciences sociales et santé. Volume 9, n°1, 1991, p. 90. -Source : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/sosan_0294-0337_1991_num_9_1_1185pp. Date de consultation : Mai 2015.

السلبية التي قد تترتب لعدم اتباعهم سلوكا صحيا سليما. من ذلك لا يزال البعض لا يستخدم الواقي الذكري على الرغم من أنهم يدركون مخاطر هذه الممارسة. ومن هنا تبرز ضرورة المواءمة بين محتوى الرسالة العاطفي والذهني واتجاهات المتلقي فإذا كان الاتجاه المقصود بالتأثير يعتمد على معتقدات وأفكار قد يكون تأثير الرسالة أقل إذا اعتمدت على إثارة الانفعالات والعكس صحيح.

وقد تم في إطار هذا البحث، تقديم العديد من النظريات والمفاهيم الاتصالية. ومع ذلك، فإن التأثير المشترك لهذه النظريات والمفاهيم لا يمكن تحديد نتائجه. هل أن نظرية ما يمكن أن تقدم نتائج مخالفة لنظرية أخرى؟ هل مفهوم اتصالي ما أن يكمل أو يعزز مفهوما آخر؟. إن التأثير المشترك لمجمل هذه النظريات يعد حقلًا مهما للدراسة وذلك عبر تحديد المجموعات الأكثر فعالية لتغيير السلوك في مجال الصحة ومعرفة مختلف الممارسات الاتصالية الأكثر فاعلية والتي من شأنها أن تساعد على استهداف أفضل الخطط الاتصالية الواجب إتباعها. مع ذلك يبقى السؤال مطروحا: هل من الممكن تحديد مجموعة من المبادرات التواصلية الفعالة في جميع السياقات علما وأن تحليل الممارسات الاتصالية التي من شأنها تغيير السلوك يمكن أن تكشف بعض الاتجاهات واستخلاص النتائج في هذا المجال ويمكن بعد ذلك استخدامها من قبل المختصين في الاتصال في مجال الصحة الجنسية والإنجابية لمزيد من الفاعلية وبالتالي العمل على تغيير السلوك البشري⁽¹⁾.

تعد عملية تغيير السلوك في الواقع أكثر تعقيدا مما تبدو عليه . فبفضل البحوث التي أجريت في مجال الإقناع يمكننا اليوم تصميم الحملات الاتصالية في مجال الوقاية بأكثر فعالية. ومع ذلك، فإنه يمكننا اتباع أفضل أساليب الإقناع فلا يمكننا تحقيق النتائج المرجوة إذا كانت الحالة المزاجية التي يكون عليها الفرد تؤثر في احتمال نجاح الرسالة الإقناعية في التأثير على اتجاهاته، مع الأخذ بعين

(1) Berteau Marie-Josée, Évaluation d'une Campagne de Communication : Le cas de L'Agrile du Frêne à Granby, Université De Sherbrooke, Quebec, Juillet 2015, pp. 76-77. En ligne: https://www.usherbrooke.ca/environnement/fileadmin/sites/environnement/documents/Essais_2015/Berteau_Marie_Josée_M_Env_2015.pdf - Date de consultation : 15 mars 2017.

الاعتبار تفاعل نوع محتوى الرسالة مع نوع بناء الاتجاه (ذهني أو عاطفي). كما أن أثر المزاج مشروط بالدافعية للتفكير في محتوى الرسالة وبقوة الحجة التي تتضمنها، حيث أن الفرد تبقى له الحرية في أن يقرر ما إذا كان ما نطلبه منه مقبولاً أولاً بالنسبة إليه⁽¹⁾.

ومن أجل إضفاء مزيد من الديناميكية على العملية الاتصالية قدمت نظرية الالتزام الاتصالي آفاقاً جديدة حيث يعد هذا المفهوم ممارسة جديدة في التدخل وبراديجماً بحثياً حديث النشأة في مجال الوقاية الصحية والبيئية⁽²⁾. وهو يشير إلى تقارب بين الدراسات المنبثقة عن نظرية الالتزام الاتصالي من جهة ودراسات اتصال الإقناع من جهة أخرى. «فمن منظور علم النفس الاجتماعي، فإن مساهمة نظرية الالتزام تعد ضرورية حيث أن دراسة «المعنى» (Sens) مرتبطة أساساً «بالفعل» (Acte) وذلك وفقاً لثلاثة مفاهيم : ترشيد العمل وتحديد ماهية العمل والصيغة الجماهيرية للعمل»⁽³⁾.

وقد بين الباحثون في علوم الإعلام والاتصال كيفية دراسة الصيغة الجماهيرية» من طرف وسائل الإعلام وكيفية انصهار «الفعل» في الفضاء العام، الذي يعتبر في حد ذاته فضاء للخطاب يمكن من خلاله إنتاج مفاهيم ذات معنى في علاقة حركية وتحويلية (Transformation) لهذه المفاهيم.

إن تطبيق براديجم الالتزام الاتصالي يعد من بين التجارب الواضحة في فرنسا في عدة مجالات منها الصحة العمومية والسلامة المرورية والصحة المهنية عبر سلوكيات مختلفة كاستعمال الواقي الذكري واتباع حمية غذائية وارتداء حزام

(1) Fabienne Michelik, La communication engageante : effets sur les dimensions cognitives et comportementales, Bourgogne, Thèse de doctorat en psychologie, Université De Franche-Comte, 2011, p. 40. En ligne : <https://halshs.archivesouvertes.fr/tel-00840255/document> - Date de consultation : 15 mars 2017

(2) Fortin Gwenolé, Weigel Romain, « Comment modifier les comportements ? Une approche synthétique : de la psychologie de la persuasion à la psychologie de l'Engagement ». En ligne : <http://www.eepsys.com/es/comment-modifier-les-comportements-une-approche-synthetique-de-la-psychologie-de-la-persuasion-a-la-psychologie-de-lengagement>. Date consultation : 03 mars 2017.

(3) Loneux Catherine, Parent Bertrand, Communication des organisations : recherches récentes, Tome 1, Paris, Edition l'Harmattan, 2010, p. 18.

الأمان والمشاركة في أعمال خيرية واقتصاد الطاقة والمشاركة في دورة تدريبية⁽¹⁾... ففي سنة 1994، تبنت تونس استراتيجيات عدة الإدماج الصحة الإنجابية في برامجها وقد تم اعتماد عديد المكونات. فمن خلال دراستنا الوثائقية يمكن أن نستنتج أن السياسة السكانية في تونس منصهرة في مختلف مخططات التنمية والتي لا يتم غالبا توفير التعبئة والآليات اللازمة لتفعيلها خاصة بعد أحداث 14 جانفي 2011، ولكنها تبقى «نموذجا للممارسات الناجحة في السياسات السكانية والتي أدت إلى تحقيق معدلات هامة في مجال الخصوبة»⁽²⁾.

ومن هذا المنطلق فإن دراسة مختلف الأنشطة الاتصالية تبرز لنا غياب استراتيجية اتصالية شاملة في مجال الصحة الجنسية والإنجابية. لكن المستغرب في الأمر، هو أن الديوان الوطني للأسرة والعمران البشري المكلف بمنظومة الصحة الإنجابية على مستوى البلاد لا يمتلك استراتيجية اتصالية واضحة للتدخل في هذا المجال على أنه يعد من بين المؤسسات العمومية القلائل التي لها إدارة اتصال مشفوعة بإطارات في مجال الإعلام والاتصال والتسويق التي يمكن لها صياغة الرسالة السياسية للديوان وترجمتها إلى خطاب مناسب في الغرض. ولكن عدم توفر إطار استراتيجي لتدقيق المعلومات بين الفاعلين القائمين بالاتصال داخل مختلف الهياكل الحكومية خصوصا وعدم وجود سياسة اتصالية واضحة من قبل الإدارة العامة وفق بعض الفاعلين تبقى العملية الاتصالية صعبة التبويب.

إن غياب مهارات القيادة والتنسيق والتكوين المستمر يعدون من بين العوامل الأساسية في «فشل» السياسة الاتصالية. أما في ما يتعلق بفاعلي إدارة الرعاية الصحية الأساسية والمجتمع المدني فإننا لا نستغرب عدم وجود اتصاليين نظرا لخصوصية المنظومة الإدارية في تونس أو لصعوبة انتداب الفاعلين الاتصاليين لعدم توفر أو تخصيص الميزانية اللازمة. ويمكن فهم ذلك لما تتطلبه العملية الاتصالية من تخطيط مسبق على مختلف المستويات، حيث لا يمكن تقييم

(1) Charbrol Claude, Radu Miruna, Psychologie de la communication et persuasion : Théories et applications, op. cit, p 119.

(2) Vallin Jacques, J. Wunsch Guillaume, Histoire des idées et politiques de population, Paris, Edition INED, 2006, p. 235.

الأرباح الناتجة عن عملية الاتصال الجيد على المدى القصير. والواقع أن إنشاء خطة اتصالية تتطلب تكاليف سنوية إضافية لا يمكن تجاهلها.

ومن هذا المنطلق يمكن لنا تأكيد فرضيتنا الأولى وفهم أعمق لمنظومة الاتصال الاجتماعي بتونس قمنا بإنجاز دراسة ميدانية لدى سكان تونس الكبرى حول «المعارف والمواقف ومدى تقبل الرسائل الاتصالية في مجال الصحة الجنسية والإنجابية» وقد تم استهداف عينة تشمل ثلاثمائة شخصا من الجنسين تمثل النساء الأغلبية. وبينت نتائج الدراسة أن أغلبية المشاركين لم يتسن لهم تلقي حصص تثقيفية في مجال الصحة الجنسية والإنجابية ولكن سمحت لهم الفرصة بأن سمعوا عن إحدى المكونات التالية: تنظيم الأسرة والسيدا والعنف القائم على أساس النوع وسرطان الثدي. وأفاد المشاركون أن القنوات التلفزيونية والإذاعية تعد بالنسبة لهم أهم مصدر للمعلومة في ما يتعلق بالصحة الجنسية والإنجابية.

أما في ما يتعلق بتقبل الرسائل التثقيفية في هذا المجال فقد أكد ما يقارب عن نصف المشاركين (48.3%) أنهم تعرضوا للرسائل التي بها الديوان الوطني للأسرة والعمران البشري في ما يتعلق بسرطان الثدي وأن ربع المشاركين أكدوا تعرضهم لرسائل حول العنف القائم على أساس النوع و15% أفادوا أنهم تعرضوا لرسائل حول الوقاية من الأمراض المنقولة جنسيا والسيدا. ويمكن الإشارة إلى أن معظم هذه الرسائل تم بها عبر مختلف القنوات لفترة طويلة. وبينت المقارنات بين العمر والإقناع في دراستنا أن التقدم في العمر لا يؤدي إلى خفض قابلية الإقناع. فاتجاهات الصغار والكبار تتغير إذا توفرت الشروط المناسبة. أما المقاربات بين الجنس والإقناع فقد بينت الدراسة أن في بعض الرسائل كانت النساء أكثر قابلية من الرجال للإقناع وقد تجسد ذلك من خلال مكوني سرطان الثدي والعنف القائم على أساس النوع. تبرز هذه النتائج إذا ضرورة إيجاد استراتيجية مناسبة ودائمة لتعزيز النهوض بالسلوكيات الصحية ومن ذلك فإن العمل على تغيير مواقف السكان تجاه مواضيع الصحة الجنسية والإنجابية يعد من البرامج التي لا بد من الانطلاق في تنفيذها.

ويبين المسح أيضا أن نسبة تقبل الرسائل تعد متواضعة. ومن هنا لا بد لنا أن نفهم كيفية تمرير الرسالة الاتصالية وهو ما من شأنه أن يبرز لنا طريقة عمل

الفاعلين الاتصاليين في هذا المجال وقدرة السكان على تقبل مثل هذه الرسائل. ومن هذا المنطلق لا بد على الفاعلين أن يستخدموا استراتيجيات متنوعة تسعى للبحث بعمق عن رغبات وميولات الجمهور المستهدف أو المتلقي خاصة عندما يبرز هؤلاء نوعاً من عدم الاهتمام أو الحماس تجاه الرسالة المتلقاة، فليس لدى كل المتلقين نفس الدرجة من الدافعية للتفكير في محتوى الرسالة وحججها ولو كان لديهم المستوى المرغوب من الدافعية فقد لا يكون لديهم جميعاً القدرة على التحليل، حيث يمكن من ذلك إدماج مكونات الصحة الجنسية والإنجابية ضمن مواضيع مختلفة لخلق مزيد من الرغبة للحصول على معلومات في هذا المجال.

وقد مكنت الدراسة الكيفية عبر مختلف اللقاءات مع الفاعلين الاتصاليين في مجال الصحة الجنسية والإنجابية من فهم الجوانب العلمية وتحديداتها في تصميم حملات الاتصال الاجتماعي من ذلك استراتيجيات الإعلام والتثقيف والاتصال التي تم إنجازها عبر مختلف مكونات الصحة الجنسية والإنجابية وتحديد مختلف المقاربات والاختلافات في ما يتعلق بالممارسات. بالإضافة لتقنية المقابلات والمسح التي تم فيها استعمال تقنية الملاحظة التشاركية حيث أمكننا متابعة ممارسات الفاعلين ورسم مشهد كامل للمنهجية المتبعة في تصميمهم لمختلف الاستراتيجيات والحملات الاتصالية.

إن التحديات في مجال الاتصال الاجتماعي في الصحة الجنسية والإنجابية متعددة. ومن أصعب التحديات المطروحة هو تحديد الأهداف الاتصالية التي يسعى من خلالها الفاعلون الاتصاليون لتغيير السلوكيات. فقد يكون الهدف توضيح حقائق للناس وتفسيرها أو تحسين معلومات الأفراد أو مساعدة الأفراد على اكتساب خبرات جديدة أو تعديل معلومات أو تكوين اتجاهات أو التأثير السلبي والإيجابي للجمهور المستهدف أو الإقناع كأخذ مجموعة من التدابير المحددة لتغيير السلوكيات الجنسية وهنا نلاحظ أن «المواقف لا تترجم السلوكيات بصفة واضحة». وقد سعى الباحثون في الإعلام والاتصال وعلم النفس الاجتماعي لتطوير مقاربات اصالية جديدة بغية تفادي هذا الغموض. أما التحدي الثاني فهو تحديد الاستراتيجية الاتصالية لتنفيذ الحملة أي وضع السياسات العامة والطرق التي تبنى عليها الحملة بحيث يجب أن تكون هناك

طريقة واضحة لتنفيذ الحملة الاتصالية، هذه الطريقة التي تنظم القرارات التي يجب اتخاذها بشأن اختيار المرسل أو المصدر والرسالة والوسيلة مع الأخذ بعين الاعتبار موضوع البرنامج، وبيئته والأهداف الاتصالية والجمهور المستهدف والفترتين الزمنية والمكانية للتطبيق الفعلي للخطة، هذا مع استخدام الأساليب التأثيرية والاقناعية كالاتمالة والإقناع، وإعادة التغيير، والقوة وأسلوب التكرار، والإثارة العاطفية، وعرض الحقائق⁽¹⁾.

ويمكن الإشارة إلى أن تقييم السلوك يشمل جانبيين. أولاً تقييم فعالية العمل الموجه للحد أو تحييد التهديد أو الخوف (Menace)، أي بعبارة أخرى كيفية تصور فعالية العلاج المقترح. أما العنصر الثاني فهو معرفة «عيوب» السلوك أو معرفة الصعوبات التي يجب التغلب عليها وتقييمها. ومن ذلك فإن صعوبة العلاقة بين العمل وتأثيره لا يشكل إلا جزءاً من إحدى المشاكل المطروحة في عملية التقييم. أما باقي التحديات فهي تسعى لإبراز فعالية العمل الذي من شأنه أن يثير النقاش حول عدم وجود فائدة من تصميم حملات اتصالية. وعموماً فإن محاولة تقييم ما تم إنجازه من برامج في عديد السياسات العمومية مرتبط في نفس الوقت بصعوبات منهجية في ممارسات الفاعلين⁽²⁾.

كما بينت نتائج البحث عدم وجود ترابط بين الحملات الاتصالية التي تم إنجازها وتغيير السلوك. وهو ما لا يشترك فيه الفاعلون في تقديرهم للأسباب حيث يعتقد معظمهم أن الاتصال هو أحد العوامل المؤثرة من بين عدة عوامل.

وتشير البيانات الواردة في هذا البحث إلى ضرورة تكثيف الأنشطة التثقيفية الوقائية في مجال الصحة الجنسية والإنجابية. وقد أعرب أغلب الفاعلين عن وعيهم لضرورة تعزيز الشراكة بين المنظمات الحكومية وغير الحكومية في مجال الصحة

(1) De Guise Jacques, « Marketing social et stratégies de communication dans le domaine de la sante », In, Recherches en communication, No4, Hors série : Actes du colloque « Communication des savoirs et publicité sociale », Département DIC – Laval et Département COMU – UCL, Louvain-la-Neuve, 2-5 novembre 1994. En ligne : 23 pages. <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/issue/view/291>. Date de consultation : 15 mars 2017.

(2) Sitbon Audrey, Maresca Bruno, « L'évaluation des campagnes de prévention du Sida », In, Cahier de Recherche – n° C172, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, 2002, 9 pages. En ligne : <http://www.credoc.fr/publications/abstract.php?ref=Sou2002-1513>. Date de consultation : 15 mars 2017.

الجنسية والإنجابية على المستويين الجهوي والوطني والعمل على تشجيع إحداث فضاءات للإنصات والتوجيه والمساعدة التي من شأنها بث رسائل توعوية وفقا لاحتياجات السكان في مجال الصحة الجنسية والإنجابية.

إن مسألة نشر المعلومة بين المستويين المركزي والجهوي تعد أكثر حساسية في ما يتعلق بتنظيم الأنشطة الميدانية والتقييمات المحتملة.

تعد مرحلة التقييم من بين الصعوبات الشائكة لدى الفاعلين القائمين على الاتصال على مختلف المستويات، فحتى وإن لم تتوفر لذلك الميزانية المطلوبة فلا بد من أن تكون من بين الممارسات المعمول بها داخل المؤسسات. فمن خلال هذا البحث أمكن لنا أن ندرك المكانة المحدودة التي يحتلها التقييم. إن من أبرز الأسباب الرئيسية لتقييم الحملات الصحية هي البحث عن استراتيجيات تهدف لجعلها أكثر فاعلية وهي من بين الخطوات الهامة في إرساء حملات ناجعة مستقبلا. هذا ويمكن الإشارة إلى أنه من الانعكاسات التي يمكن أن تعوق عملية التقييم هي «المشاكل اليومية» التي قد تعترض الفاعل الاتصالي حيث أن «تقييم النتائج قد يكون غير مرضي وخاصة عندما لا ندرك التوقيت الذي يكون فيه الأثر قد بلغ الحد الأقصى والحد الأدنى»⁽¹⁾. أما في حالة الحملات الجماهيرية أو الاتصال الجماهيري يكون رجع الصدى مؤجلا لفترة قصيرة أو طويلة حيث يظهر في خطابات القراء وردودهم وآرائهم أو المستمعين والمشاهدين واقتراحاتهم، كما يلاحظ في المواقف التي تتطلب سلوكا معينا يمكن قياسه كميًا من خلال الاستجابة الفعلية للجمهور.

ويمكن القول أحيانا إن «عملية التقييم يمكن أن تحصل على المدى القصير أو المتوسط على أن الأثر في السلوكيات يمكن أن يحصل على المدى الطويل»⁽²⁾. وقد يرتبط هذا جزئيا بمتطلبات أو رؤى الفاعلين السياسيين الذين قد يسعون إلى ممارسة ضغوطات من شأنها تقييم نتائج الأنشطة المبرمجة في وقت وجيز.

(1) Sitbon Audrey, Maresca Bruno, « L'évaluation des campagnes de prévention du Sida », In, Cahier de Recherche - n° C172, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, 2002, 9 pages. En ligne : <http://www.credoc.fr/publications/abstract.php?ref=Sou2002-1513>. Date de consultation : 15 mars 2017.

(2) Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé, Education pour la santé pour mieux vivre, Dossier Technique, France, 2001. En ligne: http://doc.hubsante.org/index.php?lvl=coll_see&id=1048#.WMKQSIU1_IU. Date de consultation: 15 mars 2017.

إن لحسن اختيار الرسائل الاتصالية دور كبير في نجاح الحملة الاتصالية أو فشلها. حيث أن بعض النماذج النظرية تؤكد ضرورة أن تشتمل الرسائل الاتصالية على مجموعة من الأساليب الإقناعية التي من شأنها أن تعمل على تحفيز المواقف الإيجابية وتذليل خطورتها وتفعيل الدور الوقائي. حيث يرى معظم الفاعلين في دراستنا أنه لا بد أن تحتوي الرسائل الوقائية على جملة من حجج الإقناع التي من شأنها تحفيز المواقف والمعايير والتشجع على اتباع سلوك وقائي. فالقاعدة العامة هي أن عدد الحجج يزيد من تأثير الرسالة، وذلك لأن المتلقين يعتقدون بأن المصدر ذو خبرة عالية. كما أن هناك علاقة منحنية بين درجة اختلاف حجة الرسالة عن اتجاهات المتلقين. فإذا كانت اتجاهات المتلقين مع الاتجاه المراد تقويته فمن الأفضل عدم مناقشة الرأي المناقض والعكس صحيح. وهو ما يفسر انخفاض نسبة تعرض المشاركين في المسح الرسائل الصحية الجنسية والإنجابية حيث لا يجب علينا أن ننسى أن كل رسالة لا بد أن تواجه منافسة شديدة واختياراً دقيقاً لضمان انتشارها وقبولها وتبنيها من قبل الجمهور المستهدف وأن تعبر بوضوح عن دعم الاتجاه المقصود دعمه وتقويته⁽¹⁾.

وفي هذا السياق، أكد رولاند بارثر «أن كل رسالة هي جمع بين التعبير أو المعنى والمحتوى أو المفهوم»⁽²⁾. «فمن وجهة نظر اللسانيات، لا يختلف الخطاب «الكلامي» عن الخطاب «المكتوب» إلا بجوهر معناه اللذي من شأنه تغيير الوضعية الاتصالية»⁽³⁾. إذ تعتبر هذه العناصر مهمة إلى حد ما في صياغة رسائل الحملات الاتصالية في مجال الصحة الجنسية والإنجابية والتي لا يعيرها الفاعلون القائمون على الاتصال في مجال الصحة الجنسية والإنجابية الاهتمام الكافي منهجياً. إن تحليل محتوى المقابلات مكننا من معرفة تجارب مختلف الفاعلين وخبراتهم الميدانية الواسعة في مجال الصحة الجنسية والإنجابية والتي من شأنها

(1) Kouabenan Dongo Rémi, et al, Psychologie du risque: Identifier, évaluer, prévenir, Bruxelles, Edition de Boeck, Collection Ouvertures psychologiques, Série LMD, 2006, p. 278.

(2) Jouve Michèle, Communication: théories et pratiques, Paris, Éditions Bréal, Collection Synergies, 2000, p. 137.

(3) Abastado Claudie, Messages des médias, Collection textes et non textes, Paris, Edition CEDIC, 1980, p. 169.

أن تساعد على تعزيز إجراء بحوث عملية على مختلف المستويات. وتمكن هذه البحوث من صياغة أطر نظرية ذات صلة بالعمل المراد القيام به.

إن عدم إرساء بحوث لدراسة الأسباب والمواقف التي من شأنها أن تدفع السكان إلى الإنصهار في خدمات صحية معينة أو في مسائل تتعلق بالصحة الجنسية والإنجابية يبقى من النقائص المطروحة من طرف أغلبية الفاعلين. ولذا لا بد على الفاعلين تحليل وتفسير الرسائل (بحوث كمية، بحوث نوعية، مقابلات، تحليل مضمون، نقاشات، سيرة حياتية...) التي سيتم بثها للجمهور سواء كان داخل المؤسسة أو خارجها وفقا لمناهج علمية باستعمال أساليب الصالية وتقنيات مادية ومعنوية وطرق ووسائل متعددة كل هذا لتحقيق غايته من عملية الاتصال التي تكمن في الاستراتيجية الاتصالية⁽¹⁾. وهو ما يؤكد لنا فرضيتنا الثانية حيث أن الفاعلين الاتصاليين في مجال الصحة الجنسية والإنجابية لا يستندون في عملهم على مرجعية علمية ونظرية واضحة.

إن مجال الصحة الجنسية والإنجابية الجنسية والإنجابية والإنسانية يعتبر مصدر اهتمام مختلف السكان سواء على المستوى الفردي أو الجماعي. ويعد فرصة لمزيد الحصول على مزيد المعلومات في هذا المجال.

ولدعم الجهود المبذولة في مجال الجنسية والإنجابية لأجل التوعية والتثقيف على المستويين المحلي والجهوي أعرب أغلب الفاعلين على مزيد دعم معارفهم وتنظيم دورات تكوينية إضافية خصوصية بغية تطوير أساليب تصميم الحملات الاتصالية في مجال الصحة الجنسية والإنجابية علما وأن المواضيع المتعلقة بمكافحة مرض نقص المناعة البشري، السيدا والعنف المبني على أساس النوع وسرطان الثدي تتطلب فرق عمل متعددة الاختصاصات تسعى لتوفير معلومات دقيقة من شأنها أن تساعد المتلقي على اختيار الحلول المناسبة عن وعي. وقد أعرب أحد الفاعلين على أهمية وجود مجموعة من المبادئ التوجيهية المشتركة لجميع المتدخلين، تبين الخطوات التي يجب اتباعها في إعداد وتصميم الحملات الاتصالية وتشمل معلومات حول صياغة المحتوى والنهوض بالصحة

(1) Saint-Charles Johanne, Mongeau Pierre, Communication : Horizons de Pratiques et de Recherche, Canada, Presses de l'Université du Québec, Collection Communication, 2004, p. 229.

والتسويق الاجتماعي والمراجع العلميّة حتى يتسنى لهم الارتقاء بممارسات من أجل صياغة حملات اتصالية فعالة.

من هذا المنطلق فإن المشكل المطروح يعتبر معقدا إذا ما تطرقنا لمسألة الكفاءة فكل فاعل مكلف بالاتصال في مجال الصحة الجنسية والإنجابية لا بد أن يشارك نفس القيم داخل المؤسسة ولا ينبغي النظر للمهارات الأساسية بشكل فردي ولكن بصفتها مجموعة من المعارف والمهارات والمواقف تحترم فيها القيم الأساسية للصحة الجنسية والإنجابية مع ضمان دعم المهارات القيادية التي من شأنها تعزيز تنمية المهارات وتحسين الأداء في الوسط المهني. كما تساعد هذه المهارات المنظمات والمجتمعات المحلية على تحديد عملية التواصل وتحديث الرؤى والرسائل والقيم المشتركة. في ختام هذا البحث فإن تقاطع الطرق الكمية والتوعية سمح لنا بفهم كيفية إرساء استراتيجيات اتصالية في هذا المجال والمنهجية المتبعة في ذلك.

وبالتالي سعى الفاعلون إلى تقديم اقتراحات لصياغة استراتيجيات اتصالية في مجال الصحة الإنجابية والجنسية:

أولا: إنشاء هيئة وطنية للنهوض بالصحة تحت إشراف وزارة الصحة. وتسهر هذه الهيئة على تصميم وتنفيذ استراتيجيات وطنية للتثقيف الصحي تشمل مختلف مكونات الصحة الإنجابية، تتمتع هذه الهيئة بالاستقلالية المالية والإدارية وتكون مستقلة عن وزارة الصحة. وتعتمد في عملها على مساعدين ومكلفين ببرامج الاتصال وفقا لتمثيلية جهوية.

ثانيا: إرساء إدارة تشاركية برئاسة تناوبية بين المؤسسات الحكومية المعنية ببرامج الصحة الجنسية والإنجابية (الديوان الوطني للأسرة والعمران البشري أو إدارة الرعاية الصحية الأساسية أو جمعيات وطنية). ويمكن إرساء ولاية انتخابية دورية. وتسهر هذه الإدارة على تصميم وصياغة البعد الاتصالي والتثقيفي من أجل صحة للجميع وذلك بغية ضمان تغطية أشمل لمختلف الأنشطة الاتصالية وتجنب الازدواجية في التدخلات.

ثالثا: توسيع مهام وصلاحيات اللجنة الفنية للوقاية من مرض نقص المناعة المكتسب المسؤولة على تصميم وتنسيق العملية الاتصالية في مجال مقاومة السيدا، لتصبح اللجنة الوطنية الفتية للنهوض بالصحة يرأسها المدير العام

للصحة أو رئيس يتم انتخابه لفترة نيابية محددة من قبل المنظمات الحكومية وغير الحكومية وممثلي المنظمات الدولية والقطاع الخاص عوضاً عن تسمية إدارية لأعضائها. كما يمكن للجنة تفعيل لجانها الفرعية الأربعة مع توسيع مهامها لتشمل مجال الصحة ككل والصحة الجنسية والإنجابية بمختلف مكوناتها بصفة خاصة. وتتمثل هذه اللجان الفرعية في :

- اللجنة الفرعية للإعلام والتثقيف والاتصال،
- اللجنة الفرعية لمتابعة الوضعية لإبيديميولوجية،
- اللجنة الفرعية للإحاطة الطبية والبيولوجية والاجتماعية،
- اللجنة الفرعية للأخلاق والتشريع.

ومن هنا يمكن القول إنَّ المقترحين الأخيرين سيكونان تحت إشراف وزارة الصحة على أن دورهم يمكن أن يقتصر على دور استشاري في المجالات المتعلقة بالصحة الجنسية والإنجابية. إن إنشاء هيئة وطنية للنهوض بالصحة يعد نموذجاً مثالياً على غرار الوكالة الوطنية للصحة العمومية بفرنسا والتي تضم المعهد الوطني للوقاية والتثقيف في الصحة ومعهد المتابعة الصحية ومؤسسة التأهب والاستجابة لحالات الطوارئ الصحية. ومن أبرز مهام هذه الوكالة حماية صحة السكان وهي وكالة ذات طابع علمي وذات خبرة في المجال الصحي. وتسعى لدعم⁽¹⁾ :

- المراقبة الوبائية ورصد الوضع الصحي للسكان،
- متابعة المخاطر الصحية التي تهدد صحة السكان،
- النهوض بالصحة والحد من المخاطر الصحية،
- تطوير الوقاية والتثقيف الصحي، والاستعداد والاستجابة لمجابهة التحذيرات والأزمات الصحية،
- تكثيف المراقبة الصحية.

إن عملية تنسيق حملات الاتصال الاجتماعي في مجال الصحة الجنسية والإنجابية تشترط صياغة أهداف متناسقة وفعالية الأنشطة الاتصالية. حيث من

(1) Santé publique France. En ligne : <http://inpes.santepubliquefrance.fr> - date de consultation : 15 mars 2017.

المهم أن يتم تنفيذها بمهنية عالية ولكن لا يمكن إرساء هذا النموذج التنظيمي دون تقييم مسبق الإدارة الديوان الوطني للأسرة والعمران البشري وإدارة الرعاية الصحية الأساسية في ما يتعلق بإدارة الاستراتيجيات الاتصالية العمومية في مجال الصحة الجنسية والإنجابية وكل المكونات التي لها علاقة بهذا المجال.

وفي هذا الصدد، يمكن في خطوة عملية، على المدى المتوسط تغيير إدارة الاتصال الحالية لتصبح دائرة فنية للاتصال أو مركز للاتصال الاجتماعي في مجال الصحة الإنجابية على غرار مركز البحوث والتدريب الدولي في مجال الصحة الجنسية والإنجابية بالديوان تحت إشراف الإدارة العامة. وتسعى هذه الدائرة لثمين المعارف والخبرات والدراية في مجال الاتصال، وفي مجال الإعلام والتثقيف والاتصال والعلاقات العامة والصحافة حول مواضيع السكان والصحة العائلية والصحة الجنسية والإنجابية. ويسعى طرح الإشكاليات في إطارها وتجسيدها بعمليات اتصالية وفقا لأهداف وغايات اتصالية وإعداد الرسائل التي سيتم بثها وفترة البث بالإضافة إلى الإمكانيات والميزانية المخصصة لذلك.

وفي مرحلة ثانية وعلى مدى خمس سنوات، تقوم هذه الدائرة بتوسيع مجال تدخلاتها لتشمل كافة العمليات الاتصالية التي تقوم بها وزارة الصحة والمتعلقة بالأمراض المنقولة وغير المنقولة. ويتم دمج الإدارة الفرعية للتثقيف الصحي بإدارة الرعاية الصحية الأساسية بكل مكوناتها. ومن هذا المنطلق يصبح الديوان مشرفا على منظومة الاتصال الصحي على المستوى الوطني مستهدفا جمهورا أوسع يتناول فيه مواضيع مختلفة بغض النظر عن التكلفة أو الميزانية المقترحة لتنفيذ هذا المقترح.

أما في مرحلة ثالثة ولمدة خمس سنوات تسعى هذه الدائرة لتوسيع مهامها مجددا لتشمل الجوانب العلاجية والاتصال بالمستشفيات ونظم المعلومات والتواصل مع المرضى.

وفي هذا السياق وفي غضون خمسة عشر عاما يمكن إنشاء وكالة وطنية للنهوض بالصحة على مستوى البلاد. ومن مهامها «وضع استراتيجيات متباينة لخدمة هدف مشترك: الوقاية عبر الاتصال»⁽¹⁾. وإلى جانب مهمة التنسيق

(1) Messenger Marianne, La communication publique en pratique, France, Collection Service

والإدارة يمكن أن يكون لها دور تحفيزي. وبهذه الطريقة يتسنى لها كل سنة وذلك بالاتفاق مع وزارة الصحة تحديد المواضيع ذات الأولوية التي سيرتكز عليها الاتصال الحكومي في مجال الصحة إجمالاً والصحة الجنسية والإنجابية خصوصاً.

كما يمكن لهذه الوكالة وضع فرق عمل متخصصة تشمل عدة مواضيع تهم مختلف المتدخلين على المستويين الوطني من ذلك المشاركة في المعارض الوطنية والدولية وتحسين إجراءات تقييم الحملات التثقيفية.

من خلال ما تم تقديمه يمكن القول أن جهود الفاعلين الاتصاليين ارتكز أساساً على تقديم المعارف، على أن تغيير المواقف والسلوكيات لم يتم التطرق إليها.

ومن هذا المنطلق تجدر الإشارة إلى ضرورة تحديد مفهوم الرسائل الاتصالية المراد توجيهها بكل دقة هدفها تحقيق تغيير السلوك، بالإضافة إلى صياغة رسائل تستهدف الأشخاص ذات السلوكيات المحفوفة بالمخاطر ومختلف المتدخلين في المجال وفقاً لجميع الاختصاصات. كما يجدر القيام بدراسات تهدف إلى تحديد خصوصيات كل جمهور مستهدف لضمان حسن سير العملية الاتصالية مع الأخذ بعين الاعتبار مختلف العناصر والآليات التي من شأنها أن تساعد على تغيير السلوك والتي قد تكون أحياناً عائقاً أمام تقبل المعلومات لدى المتلقي.

إن من أهم مبادئ صناعة الرسالة الاتصالية هو القيام باختيارات أولية لدراسة مدى فهم المتلقي للرسائل المراد بها ومدى حدودها ومن هنا يمكن القول أن المناهج المتبعة في أغلبها «كلاسيكية» وتعتمد على التجارب الحياتية الفاعلين وهو ما يبرز ضعف نسبة تلقيها من المشاركين في ولايات تونس الكبرى. ولذلك فإنه من الضروري تفعيل مشاركة الفئات المستهدفة في صياغة الرسائل التثقيفية. بالإضافة إلى ما ذكر، نشير إلى ضرورة اختيار الرسائل الاتصالية والقيام بالاختبارات المسبقة والتجريبية في اختيار محتوى الرسالة الاتصالية، ومدى تطابقها لحاجات الجمهور المستهدف ورغباته واتجاهاته، وكذا اختيار

الوسيلة المؤثرة والمناسبة وفق أطر نظرية ومنهجية واضحة وهي خطوة مهمة لمعرفة ما يمكن تقبله وما يمكن أن يساء فهمه وبالتالي التأكد من نجاعة الرسالة التي يراد تبليغها وإنتاجها في شكلها النهائي لتكون مدققة ومنقحة من حيث الشكل والمضمون والتأثير.

إن القيام بدراسات ميدانية معمقة على المدى القصير والمدى المتوسط من شأنه أن يساعدنا على فهم مخاوف وانتظارات وتوقعات الجمهور المستهدف. فمن الضروري بعد كل حملة اتصالية العمل على معرفة مدى تأثيرها على الفئة المستهدفة وذلك بغية تقدير مدى فهمها للرسالة الاتصالية وبالتالي اتخاذ التدابير التي من شأنها معالجة الثغرات وتفادي النقائص.

إن تثقيف الجمهور المستهدف في هذا المجال هو بمثابة تدريب على الخوض في مسائل تخص الرأي العام. فلا بد أن يشمل الخطاب الاتصالي في مجال الصحة الجنسية والإنجابية مختلف المعطيات الديموغرافية والاجتماعية والنفسية والإبيديميولوجية حتى يكون قادرا على التأثير على تمثيلات الجمهور وبالتالي توعيته في هذا المجال. كما أن هيكلة التدخلات الاتصالية في مجال الصحة الجنسية والإنجابية تتطلب الأخذ بعين الاعتبار المدى القصير والمدى المتوسط (عملية الاتصال والمدى الطويل (مدى تأثيرها على الصحة).

بالإضافة إلى مكونات الصحة والتغيير. ولذا لا بد من إرساء استراتيجيات متعددة تهدف إلى تغيير مختلف المكونات التي من شأنها أن تدفع لتفعيل تغيير السلوك الشخصي وتطوير المهارات الشخصية ودعم نمط الحياة بتوفير بيئة سليمة واستخدام آليات وممارسات علمية.

إن تقييم نجاح العملية الاتصالية لا بد أن يركز على مقاربات كمية ونوعية وعلى دراسات تهتم بتأثير السلوك الصحي على السكان وجودة الاتصال الداخلي داخل المؤسسة (بين الفاعلين المتدخلين في البرامج الوقائية والخارجي (الجمهور المستهدف). بالإضافة إلى العمل على مشاركة مختلف الفاعلين مع الأخذ بعين الاعتبار مختلف التخصصات والمنظمات الحكومية وغير الحكومية وتشريك الجمهور المستهدف في الإعداد والتنفيذ والتقييم.

أما على المستوى الجهوي لابد من الإعداد، على الأقل، مرة في السنة برنامجا جهويا في مجال الصحة الجنسية والإنجابية كمرحلة أولى مع إرساء نظام تقييم مؤقت إلى حين إرساء برنامج اتصالي يأخذ بعين الاعتبار خصوصيات الجهات وتتسم العلاقة بين المستويين المركزي والجهوي بالشراكة المتبادلة مع تحديد أدوار مختلف الفاعلين يسعى المستوى المركزي إلى تحديد المراجع وتوفير الموارد والاستشارة على أن يقرر المستوى الجهوي تحديد طبيعة ومحتوى الاستراتيجيات الاتصالية. بالإضافة إلى ذلك فإنه من الضروري تعزيز المساعدة الفتية للبرامج على المستوى الجهوي من خلال تجديد منتظم لبرامج الدورات التكوينية تشمل إدارة المشاريع، حشد الفاعلين والموارد، مناهج الاتصال، الدعوة والإعلام...

إن دعم السياسي للتدخلات في مجال الصحة الجنسية والإنجابية على المستويين الجهوي والوطني يعد أمرا ضروريا فمن المهم أن تشكل قضايا السكان والصحة محل عناية اهتمام أصحاب القرار. فالدعم السياسي للبرنامج الوطني للصحة الجنسية والإنجابية يعد عاملا أساسيا لتحقيق النجاح. ولذا لابد أن تكون للمؤسسات الوطنية مشاركة فعالة وتمثيلية واسعة على مستوى أخذ القرار. وأن يسعى كل المتدخلين والشركاء على دعم الديوان الوطني للأسرة والعمران البشري على المستويين الإداري والفني والتفاعل مع مختلف البرامج على المستويين الوطني والجهوي. بالإضافة إلى إعطاء مكانة حقيقية للمواطن ولمستخدمي خدمات الصحة الجنسية والإنجابية بتنظيم ندوات ومحاضرات ونقاشات عامة تهدف إلى تحديد أولويات واحتياجات السكان وتنمية قدراتهم من خلال تعديل توجهاتهم.

لقد حاولنا من خلال هذا البحث تقديم صورة لأهم النقاط التي من شأنها أن تساعد على تحقيق تغيير فعلي في السياسة الاتصالية في مجال الصحة الجنسية والإنجابية.

من الاتصال الأحادي إلى الاتصال الدائري

دراسة حالة: برامج التنمية الريفية بتونس

إعداد : وفاء عطياوي

إشراف : أ.د. شفيق سعيد

يهدف بحثنا إلى تحديد صفات نموذج الاتصال الذي تعتمده مؤسسات التنمية الفلاحية وتحديد عوائق الاتصال الثنائي في الوسط الريفي التونسي بين عون التنمية والفلاح منذ 2011.

اتبعنا في إطار بحثنا تقنيات البحث الكمي والكيفي: الملاحظة المباشرة والاستجواب والاستبيان.

وقد تفاجئنا على إثر نتائج البحث من استنتاج مفاده أن نموذج الاتصال الذي تعتمده مؤسسات التنمية الفلاحية أنموذج أحادي من الباث إلى المتقبل، على الرغم من أن هذا الأنموذج أثبت فشله منذ السبعينات ولا يمكن مواصلة العمل به في الإطار الزمني الحالي المتسم بالتحول السياسي والثوري منذ 2011. كما أثبتنا أن اعتماده في اللقاءات التواصلية الثنائية قد أدى إلى «رفض الاتصال».

وللانتقال من وضعية الاتصال الأحادي إلى الاتصال الدائري «التشاركي» حددنا في إطار بحثنا عمليات الاتصال التالية : ضرورة أن يأخذ أعوان التنمية بعين الاعتبار الإطار المكاني والزمني والثقافي والمؤسسي ومقاربة النوع الاجتماعي.

ونكون بذلك قد تمكنا من تأكيد فرضية البحث الأولى، مع نفي نسبي للفرضية الثانية.

على إثر هذا البحث، توصلنا إلى استنتاج عام مفاده أن الانتقال من الاتصال الأحادي إلى الاتصال الدائري (التشاركي) هو عملية معقدة ليس من الممكن أن تكون في هذا الوضع الثوري نتيجة للأنموذج الأحادي القديم، بل يجب اعتبار الاتصال الثنائي في الوسط الريفي بين عون التنمية والفلاح كظاهرة عامة

نعلن في ختام بحثنا، حتى يتسنى لنا الولوج إلى وضعية الاتصال الدائري التشاركي، «الموت الرمزي» للباث «المهيمن» وولادة المتقبل «اليقظ» .

تملك تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل مؤسسات النقل التونسية تقييم استخدام منظومة «إضبارة النقل»

إعداد : نسرين هماسي

إشراف : أ.د. العربي شويخة

إن الدراسة المعمقة لـ«تملك» استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل المؤسسات دفعت بنا، إلى إدراك العلاقة التي يتداخل فيها الأفراد وهذه التكنولوجيا والتنظيم المؤسسي. إذ من خلال التطرق إلى استخدامات «المنظومة المندجة لإضبارة النقل»، التي تهتم بمعالجة إجراءات النقل البحري الدولي للبضائع، بميناء رادس بتونس، سعينا لإبراز الديناميات والاستراتيجيات التي تخص استخداماتها من طرف عينة تتكون من ثلاثة وعشرين موظفا بالمؤسسات العمومية المتدخلة في التجارة البحرية. كما عملنا على تحليل تأثير هذه التكنولوجيا على الحياة اليومية لمستخدميها وعلى العلاقات داخل هذه المؤسسات، وبالعكس، تأثيرها بطرق استخداماتها وبالمحيط المؤسسي والواقع أن هذا العمل البحثي يسلط الضوء على كيفية التفاعل المتبادل بين التكنولوجيا ومستخدميها من خلال استعمالات تتلاءم مع المسارات التنظيمية داخل المؤسسات.

يندرج هذا البحث في إطار الدراسات «البنائية التشكيلية» لتحليل استخدامات التكنولوجيا الحديثة. كما اعتمدنا في دراستنا المنهج الكيفي لدراسة الحالة. وقد عملنا على ملاحظة الممارسات المهنية لمستخدمي منظومة «إضبارة

النقل»، داخل ميدان البحث وخلال استعمالهم لها. كما أجرينا معهم العديد من المقابلات لمزيد تعميق فهمنا للمعاني والتمثلات حول هذه الأداة التي أصبحت جزءا من حياتهم المهنية اليومية.

السؤال الرئيسي لهذا البحث هو «كيف يمكن لموظفي المؤسسات العمومية التونسية «الناشطة» في التجارة البحرية بميناء رادس، «تملك» استخدام منظومة «إضبارة النقل» التي أصبحت جزءا من حياتهم المهنية اليومية؟ أي ماهي الآليات والاستراتيجيات التي وضعها هذا العدد من الموظفين لاستخدامها بعد سنوات قليلة من وضعها حيز الاستعمال؟ ومن هنا، فإن دراسة استخداماتها الفعلية وتمثلاتها لدى المستخدمين وآليات إدماجها في الممارسة المهنية، كذلك دراسة الديناميات والاستراتيجيات التي تحرك طرق الاستعمال والاستخدامات، تمثل موضوع بحثنا. وتكون أطروحتنا كالتالي:

ان «تملك» تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إطار مؤسستي هو عمليه هيكله وسيطة وتشكيل بنائي لاستخداماتها. وهذه الهيكلة تمكن من فهم كيفية إنتاج واستنساخ طرق استعمالها المتكررة فضلا على أن الخصائص الهيكلية للأفراد والتكنولوجيا المستعملة وللمؤسسة تتفاعل في عملية تطور متواصل.

نتائج هذا البحث

نتطرق، خلال هذه الخاتمة، أولا إلى تلخيص أهم النتائج الميدانية التي تم التوصل عليها كجزء من دراستنا حول استخدامات «إضبارة النقل». ثم نقدم، في مرحلة ثانية، أهم الإسهامات النظرية لدراسة مسار «تملك استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإطار المؤسستي من منظور نظرية «التشكيل البنائي». وأخيرا، نقترح مسارات بحثية جديدة في نفس الوقت الذي نقدم فيه لمحة عامة عن برنامج البحوث الذي ننوي متابعتها: «تملك استخدامات تكنولوجيا «إضبارة النقل» بين الموظفين داخل المؤسسات العمومية بميناء رادس».

ويبدو أن النتائج الميدانية، والاعتماد على دراسة الحالة الوحيدة لمنظومة «إضبارة النقل»، وعبر استعمال التقنيات المنهجية الكيفية (الملاحظة

والمقابلات)، تؤكد فرضيتنا الرئيسية. إذ يبدو أن «تملك استخدام هذه المنظومة من قبل الموظفين داخل المؤسسات العمومية الناشطة في التجارة البحرية يعتمد على إدماج هذه الأداة، بطريقه «متكررة» و«روتينية»، في الحياة المهنية اليومية لمستخدميها. كما تؤكد هذه النتائج على فرضياتنا الثانوية التي تبين أن طرق وأشكال «تملك استخدام هذه التكنولوجيا المعلوماتية تعتمد وتتأثر بالخصائص الهيكلية لهذه التكنولوجيا، وبممارسات مستخدميها وتمثلاتهم وبالعلاقات بين الأفراد داخل هذه المؤسسات.

لقد تمكنا خلال تواجدها الميداني، من الاطلاع على تنوع وتعدد أشكال استخدامات هذه التكنولوجيا، قام المستخدمون بتطويرها خلافا لما نصت عليه المصممون من طرق الاستعمال المنصوص وكذلك خلافا لما انتظره مسير المؤسسات عند إقرار استغلالها في مسارات العمل. وقد لاحظنا، ولو ضمينا، ثلاثه أشكال رئيسية للاستخدام:

- استخدام «إضبارة النقل» كأداء للقيام بالمهام المهنية المتعلقة بإجراءات النقل البحري للبضائع (معالجة وتبادل البيانات والإجراءات بين الأطراف المتدخلة في التجارة البحرية بميناء رادس)؛
- استخدام «إضبارة النقل» كأداة بسيطة للبحث عن المعلومات حول هذه الإجراءات؛
- استخدام «إضبارة النقل» كوسيلة لمراقبة الموظفين والإشراف على سير العمل وتتبع تدفق البضائع في الميناء.

إن هذه الاستخدامات المختلفة تتأثر، في مرحلة أولى، بمجموعة من المعاني المشتركة الاستعمال «إضبارة النقل» بين المستخدمين. كما تختلف، في مرحلة أخرى، حسب التمثيلات والممارسات الفردية لكل مستعمل لهذه المنظومة. مما يسمح بإمكانية تعدد المعاني والممارسات خلال عملية «تملك الاستخدام». إذ لاحظنا أن المعاني المنتشرة بين الأفراد تشير أساسا إلى المعاني المتعلقة بتحسين أساليب العمل. وذلك مثل قدرة هذه التكنولوجيا على توحيد أساليب التصرف في إجراءات النقل وسرعة معالجة البيانات (إدخال البيانات وقراءتها وتسجيلها)

وتنظيم تبادل الإجراءات بين مختلف الأطراف المتدخلة، إلخ. هذه المعاني متأتية أساسا من فكرة أن الكمبيوتر أداة حسابية معصومة من الخطأ ومصدر لكسب الوقت والجهد وزيادة المداخيل. وعلى نطاق واسع على أنها أداة لتحسين الإنتاجية داخل المؤسسة.

وفي عصر تتميز فيها المعلومة بالأهمية القصوى، يبدو أن «إضبارة النقل» تكتسب اهتماما كبيرا لدى الجهات الحكومية والجهات الفاعلة بالبلاد. كما أن فكرة التقدم الاجتماعي عبر استعمال التكنولوجيات الحديثة أصبحت أساسية لكل من الفرد والمجموعة. لكن هذا لا يعني عدم وجود معاني وتمثلات سلبية لاستعمالات هذه المنظومة. إذ تبيننا من خلال مداخلات المستعملين نقدا لتراجع وتدهور العلاقات الإنسانية والاتصالية بين الأفراد. كما تم استنكار ظاهرة المراقبة والسيطرة على نشاطهم المهني. هذه الظاهرة انتشرت وتعمقت باستخدام منظومة «إضبارة النقل». كما لاحظنا أيضا تباين التمثلات الفردية بين المستخدمين. ويؤثر هذا التباين تأثيرا كبيرا على أشكال استخدام هذه التكنولوجيا ويترك مجالا لإعتماد المستخدمين استراتيجيات لا يمكن التنبؤ بها أثناء الاستعمال.

وفي الواقع، يبدو أن عدم القدرة على التنبؤ باستراتيجيات المستخدمين يهدد استقلاليتهم ويزعزع الإحساس بالأمن الشخصي. وينبع هذا التهديد أساسا من خصائص هذه التكنولوجيا في السماح بالتحكم والسيطرة على النشاط المهني للأفراد. وبالتالي يقوم البعض باستخدام استراتيجيات تحكم كدعم للسلطة والمتابعة. وردا عن هذه السلوكات، يقوم البعض الآخر من المستخدمين بإنشاء عدد من الاستراتيجيات المعاكسة، مثل تفويض بعض المهام الموكلة إليهم عبر المنظومة إلى مساعديهم، أو تجنب استخدام بعض وظائفها، أو اختراع بعض الاستخدامات كإرسال واثائق فارغة..، وذلك كتعبير عن عدم الخضوع لتكنولوجيا الحديثة أو للأفراد.

إن العلاقات التي تنشأ حول استخدام «إضبارة النقل» بوصفها تكنولوجيا معلومات واتصال، تتميز بعلاقات سيطرة وتحكم في الأنشطة اليومية داخل المؤسسات. ومن خلال توسيع نطاق «العمل الفكري الانعكاسي» في استخدام

المنظومة، تبيننا استراتيجيات تحكم أخرى تمارس من قبل الأفراد روتينيا، مضمنة داخل العلاقات مع الآخرين. إذ من خلال التمكن من ظروف عملهم ومحاولة توقع استراتيجيات الآخرين، يميل الأفراد إلى ممارسة شكل من أشكال ضبط النفس. وهنا يمكننا القول إن لديهم ممارسة متكاملة من السيطرة انعكاسية» على أفعالهم في استخدام «إضبارة النقل». ولكن هذا التحكم سيشمل أيضا هذه التكنولوجيا وينعكس في استخداماتها. وعلى المستوي الأعم، تترجم هذه الممارسات بامتداد نطاق «السيطرة الانعكاسية» على الفعل.

إن التحليل المفصل لديناميات تملك استخدام منظومة «إضبارة النقل» وذلك من خلال دراسة «وحدات المعاني» و«وحدات الهيمنة» و«وحدات الشرعية» في المؤسسات التي مثلت محور الدراسة، تبين أن الدور الهام للعلاقات بين الأفراد (خاصة شبكات الدعم) و«القواعد الاجتماعية» داخل محيط العمل في عملية تملك وأشكال استخدامات المنظومة. إذ أن محيط المؤسسات العمومية يتميز بالدور الرئيسي للدولة في تسييرها وصنع قراراتها. ويجدر الإشارة إلى أن استخدام منظومة «إضبارة النقل» أصبح إلزاميا منذ سنة 2014 في المؤسسات العمومية الخاصة بالنقل البحري للبضائع بميناء رادس لأنه جزء من مشاريع الدولة لتطوير الإدارة التونسية. وعلاوة على ذلك، كذلك تتميز هذه المؤسسات بهيكله هرمية للغاية. ويعد الامتثال للقواعد والتعليمات إحدى الآليات التي تؤدي إلى الاستخدام المتكرر لهذه التكنولوجيات. كما إن شبكات التفاعل بين الموظفين خاصة الشبكات الغير الرسمية وشبكات الدعم التقني في هذه المؤسسات، التي تتميز بثقافة انتماء قوي، تساعد على تملك استخدام المنظومة.

كما تمكنا ميدانيا، من تحديد طريقتين لتملك استخدام منظومة «إضبارة النقل»، وفقا لأشكال الاستخدام والممارسات المتكررة:

- الحفاظ على العادات القديمة: حيث أن منظومة «إضبارة النقل»، لم تؤثر بشكل كبير على نظام العمل للمستخدمين. اندمج استعمال المنظومة في حياتهم المهنية اليومية كأداة أخرى للإدارة والاتصال. بذلك لم تقم هذه التكنولوجيا بتغيير طرق تسيير العمل؛

• التغيير: أن منظومة «إضبارة النقل» تسببت في تغيير طرق العمل والواقع المهني اليومي الجزء الآخر من المستخدمين. وقد تسببت التكنولوجيا في زعزعة عالمهم المهني.

إضافة إلى الأشكال المختلفة لاستخدام أو طرق تملكها، تمكنا من الكشف عن ثلاث فئات أو «أمثال نموذجية» للمستخدمين. ويجدر الإشارة إلى أن هذا التصنيف تقييدي جدا ولكنه يسمح بفهم ولو جزئي لأسباب تنوع التمثلات والممارسات المتداخلة في العملية المعقدة لتملك استخدامات «إضبارة النقل» وتعدّد الفاعلين:

- الفئة الأولى تمثل «القادة»: تمثل هذه الفئة المستخدمين ذوي الثقافة التقنية العالية. إذ يعتبرون استعمال «إضبارة النقل» إلزاميا وسبيلا لتطوير المؤسسات. تستخدم هذه الفئة المنظومة كأداة لرصد نشاط الموانئ ومراقبتها وكذلك متابعة استخدام المنظومة ونشاط المستخدمين. كما يشارك هؤلاء في وضع قواعد الاستخدام.
- الفئة الثانية وهي «المستفيدون»: تمثل هذه الفئة أغلبية المستخدمين. يعتمدون على رؤسائهم في أخذ القرارات. يمثلون الفئة الرئيسية المعنية باستخدام «إضبارة النقل» للقيام بمهامهم المهنية اليومية. فهذه المنظومة تمثل أداة عمل رسمية بموجب الالتزام الإداري والتوجه السياسي للمؤسسة؛
- أما الفئة الثالثة تمثل «المترددون»: استخداماتها محدودة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بصفة عامة. كما يتميز استخدامهم لـ«إضبارة النقل» باستعمال يقتصر على البحث عن البيانات والإجراءات أو طباعتها. تمثل هذه المنظومة بالنسبة إليهم مصدر لنشاط إضافي أو هامشي في تسيير نشاطهم المهني. تمثل هذه الفئة أقلية من حيث عدد المستخدمين.

بعد تحليل أشكال الاستخدامات من خلال تحديد المعاني والتمثلات والممارسات وكذلك تحليل الأساليب والديناميات المتداخلة في عملية «تملك استخدام منظومة «إضبارة النقل»، وتحديد الخصائص الهيكلية المنظمة لهذه العملية (المعاني والهيمنة والقواعد الاجتماعية) وعلاقات التفاعل مع المجموعة في الإطار المؤسسي، فإنه تعين علينا التوضيح في نهاية هذه الدراسة، أن كل هذه

الخصائص متداخلة ومتراطة وكذلك دائمة التطور وعديمة الإستقرار. فضلا عن أن الخصائص الهيكلية للتكنولوجيا المستخدمة هي أيضا متطورة وغير مستقرة.

مساهمة البحث على المستوي النظري

يبدو أن نتائج هذا البحث يمكن أن تفتح مسارات بحث أخرى على المستوى النظري، سواء على مستوى نظرية «التشكيل البنائي» لأنطوني جيدنز أو حول مسألة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل المؤسسات. أولا وقبل كل شيء، يبدو لنا أن نتائج هذا البحث تؤكد المبادئ العامة لنظرية «التشكيل البنائي». تعتبر هذه «النظرية اجتماعية»، يحلل من خلالها المجتمع والعلاقات الاجتماعية بشكل عام. ومع ذلك، فقد لاحظنا أن في مجتمع يتميز بانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال، تذكر هذه الأخيرة بالكاد في هذه النظرية.

لم يكن هدف دراستنا تأكيد أن نظرية «التشكيل البنائي» تفسر المجتمع والعلاقات الاجتماعية بشكل عام، إنما كان يتمثل في إظهار أن هذه النظرية تشكل إطارا مناسباً لتحليل مكانة تكنولوجيا الاتصال واستخداماتها داخل العالم الاجتماعي المصغر (المؤسسة). تمثل هذه التكنولوجيا مواضيع ذات أهمية كبيرة في المجتمع المعاصر، وخاصة بالنسبة إلى الأفراد في أنشطتهم اليومية، سواء في الفضاء الخاص أو العام وكذلك التنظيمي المهني. وكإطار نظري لتحليل الأفراد والأشياء واستخداماتها، يتبين أن تطبيق نظرية «التشكيل البنائي» في دراسة مسار «تملك استخدام» التكنولوجيا الحديثة يسمح بالإمام بجميع النواحي الأساسية لدراسة المحيط والإطار الاجتماعي التطور هذه التكنولوجيا واستخداماتها.

وتسمح لنا نتائج هذا البحث بأن نبين أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ليس كاستخدامها فقط كأداة من أدوات التبادل المعلومات أو تخزينها، إنما كـ «مورد للتحكم» أو «مورد للمساعدة» تجعل «تملك استخدامها» ممكنا. هذا التصور سمح لنا بكشف وفهم علاقات السيطرة بين الأفراد، من خلال استخدام هذه التكنولوجيات داخل المؤسسات. كما تبيننا أن استعمال منظومة «إضبارة النقل» وطرق استخدامها يرتبطان ارتباطا مباشرا بممارسة «السيطرة الانعكاسية» أو

«العمل الفكري الانعكاسي» الذي يمارسه الفاعلون، وهو ما يشكل شرطا أساسيا للقيام بالفعل. ومع ذلك، فإن هذه المنظومة بما تشمله من «موارد للمساعدة» و«موارد للسلطة» تتوافق مع ما عرفته جيدنز بأنها هياكل الهيمنة، تساهم من خلال إنتاجها المتواصل من قبل الفاعلين، في توليد السلطة. وقد لاحظنا أيضا أن «الخصائص الهيكلية» لمنظومة «إضبارة النقل» واستخداماتها تتطابق ومفهوم «خزينة المعلومات» التي تشمل «موارد المساعدة» و«موارد دعم السلطة». ومن هنا يمكن القول إن هذه التكنولوجيا باستخداماتها تسمح بإنتاج «المبدأ الهيكلي المرتبط بالسلطة» واستنساخه. وهو ما يترجم كأحد أبعاد الحداثة، وفقا لمفاهيم جيدنز.

نشدد أيضا على أهمية عمليات معالجة المعطيات وتخزين وحماية المعلومات وعلاقتها بالأنشطة الاجتماعية. في حين أن اختراع الكتابة قد شكل فارقا تاريخيا لهذه العمليات، فإن إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، خاصة في الإطار المهني، هو ظاهرة تتبع من هذا الفارق. والواقع أن رقمنة المعلومات، أيا كان شكلها (نصت، صوت، صورة، محتوى الوسائط المتعددة..)، يمثل فاصلا جديدا في عمليات معالجة المعلومات وتخزينها وحفظها. وهذا الفارق لا يرتبط بشكل المعلومة في ذاته بل إنه يتيح تقريبا تآلية هذه العمليات. وفيما يتعلق بإضبارة النقل» كتكنولوجيا إعلام واتصال داخل إطار تنظيمي مؤسسي، فإن الفارق ينشأ أيضا من خلال استخدامها حسب وضمن طبيعة العلاقات التي تنشأ داخل المؤسسات. إذ يتسم المجال المهني بعلاقات سيطرة أو تنسيق بين الأفراد. هذه العلاقات التي تبدو «أوضح» في الإطار التنظيمي أكثر منها في أطر أخرى.

وأخيرا يمكن القول إن نتائج هذا البحث تقدم بعض آفاق تطبيق نظرية «التشكيل البنائي» في مجال تخصصنا الدراسي. إذ أن الإطار التحليلي الذي بناه جيدنز لتشكيل نموذجة يحشد مناهج بحث متعددة وهذا النهج يبدو متوافقا مع إطار دراستنا في مجال علوم الإعلام والاتصال.

آفاق البحوث المستقبلية

وفي نهاية هذه الخاتمة العامة، يمكننا أن نفتتح الآفاق لبحوث أخرى، يمكن أن تعزز شرعية نتائج البحث الحالي «حول» «تملك» استخدام تكنولوجيا

المعلومات والاتصال داخل المؤسسات» وتطوره. وتحديدًا، سيكون العمل على التعزيز النظري وكذلك إنفتاح بحثنا على تجارب أخرى مماثلة:

قد كان الغرض من دراستنا هو اكتشاف وتحليل ديناميات مسارات «تملك استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل المؤسسات». وقد تبيننا أن هذه العملية «بنائية تشكيلية» لا تستقر أبداً وتتطور باستمرار. وبالتالي إن العمل البحثي حول الديناميات والمسارات مدعو للاستمرار. كما سيكون من أجدر تعميق هذه الدراسة بوضع شبكة تحليلية جديدة لدراسة ديناميات ونمذجة مسارات عملية «تملك» استخدام التكنولوجيا الحديثة. وذلك من خلال إتباع نفس أليات البحث الحالي. وبالتالي عبر دراسة عينة مماثلة من الفاعلين وإتباع الإطار النظري المقدم في أطروحتنا. مما يضمن تأكيد صلاحية وأهمي نتائجنا وصلابة النموذج النظري والميداني للبحث الحالي. كما يمكن استعمال أساليب وأدوات منهجية أخرى (الدراسات الاستقصائية، والتجارب، والمقابلات، وما إلى ذلك لإظهار نقاط القوة ولكن أيضا نقاط الضعف في حجتنا. كما يمكن من إثراء المفاهيم من خلال الخروج من دراسة الحالة الوحيدة لمنظومة «إضبارة النقل» إلى دراسة حالات أخرى.

ونقترح أيضا فتح باب البحث في موضوع التغيير داخل هذه المؤسسات التي مثلت ميدان هذه الدراسة إثر استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال. إذ أن «تملك استخدام هذه التكنولوجيا يمثل مسارا دائما البناء والتشكل. إذ عند دراستنا لمسار «تملك» استخدام منظومة «إضبارة النقل»، سلطنا الضوء على دور هذه التكنولوجيا في تطور الممارسات و«القواعد» الفردية والجماعية. وعلاوة على ذلك، فإن مسألة نمذجة مسار «تملك» استخدام تكنولوجيا المعلومات التي نقترحها يمكن أن تكون مثال الدراسة مسارات الفعل الجماعي داخل شبكات الاجتماعية. كما يدعونا هذا المنظور البحثي إلى إعادة قراءة نتائجنا بهدف فهم بناء وتشكيل وهيكله المنظمات والمؤسسات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

استخدامات الأحزاب السياسية التونسية للميديا الاجتماعية في الاتصال السياسي أحزاب النهضة والنداء والجبهة الشعبية نموذجا

إعداد: أروى الكعلي

إشراف : أ.د. سلوى الشريف

يدرس هذا البحث استخدام الأحزاب التونسية للميديا الاجتماعية في الاتصال السياسي. فقد انطلق من إشكالية رئيسية حول كيفية استخدام الأحزاب التونسية للميديا الجديدة في اتصالها السياسي، وخصوصيات الوسيط التي استفادت منها في علاقتها بالمستخدمين. وافترض هذا البحث ثلاث إجابات مؤقتة على هذا السؤال الإشكالي. الفرضية الأولى تتعلق باستخدام الميديا الاجتماعية وتحديد «فايسبوك» الذي درسه هذا البحث من أجل اتصال تفاعلي باتجاهين مع متابعي الأحزاب يتجاوز الاتصال ذي الاتجاه الواحد الذي يكون فيه رجع الصدى محدودا عبر وسائط الاتصال الجماهيري الأخرى. وقد انطلق هذا الافتراض من خصوصيات الميديا الاجتماعية أو الواب الاجتماعي أو الواب 2.0 التي تتيح التفاعلية ورجع الصدى الحيني والمتعدد. أما الافتراض الثاني فقد انطلق أيضا من خصوصية الميديا التي تمكن الاتصال المباشر مع المواطنين دون وساطة الميديا بما تحوله من تجاوز لحراس البوابة التقليديين وتجاوز أجندة وسائل الإعلام التي كان على السياسيين التأثير فيها من أجل التأثير في أجندة الجمهور.

وثالثا افترض بحثنا أن الأحزاب سعت من خلال صفحاتها على «فايسبوك» إلى حشد التأييد والدعم لمواقفها وتعبئة أنصارها من أجل حثهم على نشر أفكار الحزب سواء بشكل افتراضي أو واقعي.

وتبدو مختلف هذه الافتراضات نابعة من براديجم الاستخدام، بمعنى الاستيناد على افتراض أن استخدام الميديا يأتي لإشباع رغبات المستخدم وتلبية لحاجاته بشكل واع. وهنا الهدف من استخدام الميديا الاجتماعية هو اتصال مباشر وأكثر نجاعة بالمواطنين من أجل تحسين صورة الحزب ودعم حضوره والتأييد له. ولكن هذا البحث لم يستند على الإطار النظري لنظرية الاستخدامات والإشباع فقط، بل استوجبت إشكالية البحث وفرضياته اعتماد نظريات أخرى. فهذه الفرضيات المقترحة انطلقت من خصوصيات الميديا المستخدمة ما دفعنا إلى الاستعانة بنظرية الوسيط Medium Theory والتي تعتمد انطلاقاً من تفسير خصوصيات الميديا وتأثيرها في الاستخدام دون أن نفترض أية حتمية تقنية مثلما أشرنا إلى ذلك سابقاً.

وبافتراضنا توجه الأحزاب نحو كونها تجاوزت حراس البوابة التقليديين وتحوّلت إلى أصحاب الأجندة على الصفحة اعتمدنا أيضاً نظرية حراسة البوابة على الشبكة ونظرية بناء الأجندة وذلك نظراً إلى أن حضورهما جوهرى على مستوى الاشتغال على فرضيات هذا البحث، لأننا ارتأينا إلى التعرف على «القائل» الرئيسي على صفحات الأحزاب التي شملها هذا البحث وما إذا كانت الأحزاب هي واضعة الأجندة على هذه الصفحات.

واعتمدنا للتثبت من هذه الفرضيات الجمع بين المنهجين الكمي والكيفي، واتجهنا نحو اعتماد أداة تحليل الروابط Link Analysis وتحليل الخطاب بواسطة الحاسوب Computer Mediated Discourse Analysis إضافة إلى إجراء مقابلات شبه موجهة مع المسؤولين الرئيسيين على صفحات الأحزاب المدروسة.

وحاولنا اقتراح جملة من شبكات القياس التي تتلاءم مع خصوصيات الميديا المدروسة سواء على مستوى تحليل التفاعلية واتجاه الاتصال أو على مستوى الجمع بين تحليل المشاركة والروابط وهي مقترحات عملية يمكن أن تستفيد منها بحوث مستقبلية تدرس نفس الوسيط.

وقد مكننا كل ذلك من الوصول إلى نتائج تدفعنا إلى نفي وتنسيب الفرضيتين الأولى والثالثة، والتوصل إلى أن الاختلافات بين الأحزاب بالرغم من اختلاف

انتهاؤها وخلفياتها- تبقى محدودة فقد اتجهت إلى استخدام صفحاتها بأشكال متشابهة إلى حد كبير.

ويمكن القول استنادا إلى نتائج بحثنا إن استخدام الأحزاب التونسية المدروسة لصفحاتها على «الفايسبوك» بهدف الاتصال السياسي يعتمد مقاربات تقليدية لتطبيقها على ميديا جديدة. وذلك بتغليب الاتصال باتجاه واحد على الاتصال باتجاهين والتفاعلية. وثانيا نحو اعتماد الصفحات من أجل «الإعلام» أساسا بدل طرح نقاشات أو تشريك الأنصار ومختلف المتابعين. فقد جاء اعتماد الصفحات على «الفايسبوك» من أجل الترويج لأخبار الحزب ومواقفه.

في حين بدت الأحزاب حريصة على أن تكون حارس البوابة على الصفحات من خلال شبكة الصفحات التي تشاركها أو الروابط التي تنشرها. كما أنها لم تسمح للمتابعين بأن يكونوا شركاء في النشر. إلا أن ذلك لم ينف تسجيلنا لحضور محتوى يستهدف بالميديا التقليدية الذي وظف من أجل أهداف مختلفة من بينها توظيف الصفحات للاتصال بوسائط الاتصال الجماهيري. وهو ما جعلنا نقترح نموذجا لبناء الأجندة عبر الميديا الجديدة والانترنت لا يكون هدفه التأثير في المتابعين والمستخدمين فقط بل أيضا استهداف الميديا. كما سعت الأحزاب إلى الترويج لحضورها عبر الميديا التقليدية واعتمدت محتوى الميديا للتدليل على صحة مواقفها.

وقد اتجهت الصفحات كذلك إلى اعتماد أسلوب جدي في صياغة المدخلات ولم توظف الصفحات من أجل توسيع دائرة الأنصار، بل اتجهت نحو السعي إلى الحفاظ على الأنصار والمتابعين دون أن تقوم بتعبئة الأنصار بهدف نشر أفكار الحزب على الشبكة أو على أرض الواقع وتوسيع حجم المؤيدين له، ولكن ذلك لا ينفى تسجيلنا لمحاولة دعوة الأنصار للمشاركة في مظاهرات أو وقفات أو دفع الأنصار إلى التوقف عن متابعة صفحات على «الفايسبوك» أو الانضمام إلى صفحة الحزب.

واستنادا إلى نتائج بحثنا يمكن أن نصنف استخدامات الأحزاب التونسية المدروسة لصفحاتها على «الفايسبوك» ضمن مقاربة «إعادة الإنتاج»

Normalization لأنها في النهاية تعيد إنتاج ممارسات اتصالية باتجاه واحد كما هو حال اتصالها عبر وسائط الاتصال الجماهيري، على الرغم من أن الاتصال عبر منصات الميديا الاجتماعية مباشر ويوفر إمكانية الحصول على رجع الصدى بشكل آني. كما أن مقارنة الأحزاب للصفحات جاءت شبيهة بمقاربة الميديا الحزبية، كالجرائد الحزبية على سبيل المثال. فقد اعتمدت ممارسات اتصالية شبيهة بتلك التي تقوم بها خارج شبكة الانترنت. ولم نسجل توظيفا لخصوصيات الميديا الشبكية على مستوى توسيع دائرة المساندين كذلك.

ولكننا سجلنا في الآن ذاته سعي الأحزاب إلى ألا تضم صفحاتها محتوى خارجا عن تصورات الحزب من خلال استراتيجيات الربط والمشاركة التي اعتمدها. ويعكس ذلك دراية بالخيارات التي تتيحها الميديا وسعيها إلى توظيفها من أجل أن تكون في خدمة أجندة الحزب. ولكن يبقى من وجهة نظر مقارنة «إعادة الإنتاج» تكريسا لنفس الممارسات خارج الانترنت في وقت توقعت فيه مقاربات أخرى أن تزيد الانترنت من المشاركة والنقاش السياسيين.

وإن بدت استخدامات الأحزاب المدروسة امتدادا للاتصال السياسي خارج الانترنت، عبر وسائط قديمة، ولم تتلاءم المقاربات المعتمدة مع خصوصيات الميديا الجديدة، وإن كان السائد على الاستخدامات هو امتداد مقاربات «إعادة الإنتاج»، فإننا لاحظنا محاولات لاستخدامها بشكل مغاير مثل حضور تعليقات صفحة الجبهة الشعبية أو من خلال بعض المؤشرات الأخرى. ولكنها لا تعكس توجهها واضحا لتوظيف الانترنت في تحقيق اتصال تفاعلي وتشريك متابعي الحزب في نقاشات سياسية وإنما تقديم أخبار الحزب ومواقفه الجمهور المتابعين.

وبالرغم من أننا استندنا إلى نظرية الوسيط التي تقول إن لكل ميديا جوانب تقنية مختلفة تؤثر في الاستخدام، فإننا نجد أن الأحزاب اعتمدت بالأساس منطق اشتغال الميديا التقليدية بالرغم من دراية المسؤولين على الصفحات بخصوصيات الميديا التي يستخدمونها. مما يعني أن الاستخدام في حالة الأحزاب المدروسة لا يرتبط بالضرورة أو بشكل كامل بطبيعة الميديا أو الوسيط المعتمد بقدر ما يعتمد

على طبيعة الاستخدام الذي يختاره المستخدم بطريقة واعية أو غير واعية. وهنا نجد أن نظرية الاستخدامات والإشباع هي الأقدر على تفسير هذه الاستخدامات. ولكن تبقى هذه النتائج إلى حد ما ملائمة للنتائج التي وصلت إليها بحوث أخرى حول نفس الموضوع في سياقات مختلفة تؤكد أن الفاعلين السياسيين يستخدمون المنصات الجديدة بشكل يوحى بأنهم يعتمدون مقاربات تفاعلية وتشاركية في حين لا يتجاوز ذلك أن يكون «عرضاً» لا أكثر.

وهنا نستنتج أن هنالك اختلافات على مستوى استخدامات الميديا الجديدة بين الأحزاب التونسية وأحزاب أخرى حول العالم ولكن ذلك يبقى على مستوى الشكل بالأساس. فمثلما أشرنا سابقاً، توصلت بعض البحوث التي درست استخدامات الميديا الجديدة لدى المرشح باراك أوباما سنة 2012 إلى أنه قام على الاتصال باتجاه واحد بالأساس. كما أن بحوثاً أخرى توصلت إلى أن الأمر يتعلق بالتظاهر بالتفاعلية وبتشريك المتابعين أكثر منه باستخدام تفاعلي حقيقي وفتح نقاشات سياسية عميقة، وأن تشريك المتابعين والأنصار بالأساس يتم تحت إشراف الحزب، وأن حملات أوباما اعتمدت تدفق المعلومات على مرحلتين، ولكن مع محاولة بقاء الحزب متحكماً في مسار تدفق المعلومات.

فالأحزاب المدروسة اختارت استخدام الميديا الجديدة، وحاولت أن تتجنب الخيارات التفاعلية أو تشريك المتابعين أو النقاش معهم، وفي غياب هذه الاستخدامات دليل على أن الأحزاب خيرت تجنبها وذلك نظراً إلى أنها قد تجعل الحزب يشارك «سلطنة» في هذا الفضاء مع المتابعين ويخاطر بالتنازل عن دور «الباث» نحو دور المشارك. لذا نجد أن الأحزاب الثلاثة حاولت أن تبقى متحكمة في الرسالة وأن تبقى على اتصال باتجاه واحد وأن تسعى إلى الحفاظ على الأنصار بدل دفعهم إلى القيام بأدوار متقدمة تتجاوز إظهار التأييد والدعم للحزب وتجعل الحزب يفقد السيطرة على رسائله. ومن خلال ذلك يبقى الحزب العنصر الأقوى في المسار الاتصالي ولا يتشارك السيطرة مع بقية المستخدمين. وهو أمر يمكن أن تفسره الظروف السياسية في تلك الفترة التي أدت الاغتيالات السياسية خلالها إلى تجاذبات وصراعات ودفعت إلى تغيرات سياسية بتغيير الحكومة والحوار الوطني والتخلي عن حكومة حزبية لصالح حكومة تكنوقراط.

فهي من جهة تعتمد اتصالا تقليديا على ميديا جديدة في بعده، البعد الأول الوقائي الذي أشرنا إليه من خلال سيطرتها على الرسائل وتجنب النقاش وطرح آراء مختلفة والبعد الثاني استعراضي من خلال استعراض الحضور على الميديا الجديدة وتقديم الحزب على أنه يواكب العصر وتطورات المستخدمين دون أن يكون هنالك توظيف حقيقي للميديا الجديدة على أي مستوى من المستويات. وإنما البقاء في منطقة الأمان التي تحول للحزب أن يكون المصدر الرئيسي للرسالة والمتحكم في معناها وهدفها.

وقد اتجهت الأحزاب إلى الاستفادة من الميديا الاجتماعية في تحديد كيفية تعاملها مع الميديا التقليدية وهو ما يمكن أن يمثل مبحثا لدراسات قادمة يمكن أن تدرس مدى قدرة الفاعلين السياسيين على التأثير في الميديا الجماهيرية من خلال منصات الميديا الجديدة أو أن تقارن بين «أجندة» المعلقين والمتفاعلين مع الصفحة والمواضيع التي يركز عليها السياسيون في حضورهم عبر الميديا الجديدة أو التقليدية.

أما بالنسبة إلى الأحزاب التونسية فإنها لم تتظاهر بالتفاعلية وكان الاتصال باتجاه واحد هو الطاغى على مقاربتها الاتصالية. كما أنها لم تعتمد إلى تعبئة أنصارها في إطار اتصال على مرحلتين. ومن خلال كل ذلك يتضح أن الخصوصيات التقنية للميديا لا ترسم استخدامات معينة ولكن خيارات توظيف هذه الخصوصيات من عدمه يعكس المقاربة الاتصالية التي تعتمدها الأحزاب.

وهذا يجعلنا على أن الأحزاب تتمسك بلعب دور حارس البوابة ليس فقط على مستوى تحديد من ينشر وما ينشر على الصفحة من أجندة سواء على مستوى المواضيع أو حتى التوجهات. ولكن أيضا بالنسبة إلى حزب النهضة يشبه الأمر حراسة الدائرة أو الشبكة أكثر منه حراسة البوابة، لأن الصفحة صنعت دائرة مغلقة تتكون من الصفحة والموقع الرسمي للحزب ومن صفحات رسمية وغير رسمية أخرى تتخذ نفس توجه الحركة. وفي ذلك توظيف لخصوصيات الميديا المستخدمة. وبذلك نشير إلى أن الأمر لا يتعلق بأن الخصوصيات التقنية للميديا التي تفرض استخداما معيناً، وإنما باستخدامات وأشكال توظيف مختلفة للميديا.

ولا تخلو الصفحات من محتوى موجه للميديا كما أشرنا مما يمكن أن يؤثر على أن الأحزاب استخدمت صفحاتها كقنوات إضافية توظف للتأثير في أجندة الميديا Agenda Building وهو أمر يختلف عن توجه صفحات أمريكية اعتمدت على التخلي عن التوجه إلى وسائل الإعلام، أو الاعتماد على محتوى وسائل الإعلام في تطور في الاستخدام من الانتخابات الرئاسية في 2008 إلى الانتخابات الرئاسية في 2012.

وقد وقفنا كذلك على تناقض بين ما تقوله الأحزاب السياسية وبين ممارستها الفعلية. وإن كان ذلك يتوافق مع دراسات في بلدان أخرى توصلت إلى أن الأحزاب السياسية تزعم استخداما تفاعليا أو توظيفا بعينه للميديا الاجتماعية في حين أن ممارستها تكشف عكس ذلك، فإننا أيضا لاحظنا تناقضا بين ممارسات الأحزاب واختصاص المشرف الأول على الصفحة ودرايته بالاتصال عبر الميديا الاجتماعية.

فتحليل المقابلة التي أجريناها مع المسؤول عن صفحة النهضة تؤثر على أنه الأكثر خبرة في المجال نظرا إلى أنه كان مسؤولا على عدة صفحات قبل الثورة وكان ينظم حملات الكترونية في حين نجد المشرف على صفحة الجبهة الشعبية غير مختص ولا يملك دراية كبيرة بالموضوع. إلا أن استخدام الجبهة ولو بشكل محدود جدا اتجه نحو توظيف الصفحة على «الفايسبوك» على سبيل المثال بشكل تفاعلي وأيضا اتجه إلى محاولة توسيع دائرة الأنصار مع تأكيدنا أنه فارق طفيف ولكنه يبقى موجودا مقارنة بممارسات صفحتي النهضة ونداء تونس التي كان المشرف على صفحة الحزب أيضا على اطلاع على التجربة الفرنسية بهذا الخصوص وأبان دراية بتجارب مقارنة في استخدام الميديا الاجتماعية في السياسة.

ويمكن أن نطرح هنا تساؤلا حول ما إذا كان لتخصص المسؤول على الصفحة دور مؤثر في محتواها أم لا، أم أن الأمر لا يتعلق فقط بمدى دراية المسؤول عن الصفحة بمختلف التجارب في استخدام الميديا الاجتماعية في الاتصال السياسي وإنما بخيارات الحزب في استراتيجيته الاتصالية التي قد تقضي الحفاظ على غموض المواقف وعدم الانخراط في تفاعلية مطلقة أو عدم

إعطاء دور أكبر للأنصار في نشر المحتوى أو نقل رسالة الحزب بغض النظر عن مدى دراية المسؤولين بالخيارات التي يتيحها الوسيط.

ولا يندرج تسجيل حضور الأحزاب السياسية على الميديا الاجتماعية ضمن مقارنة حتمية تقنية بضرورة الاستخدام بأشكال معينة ومتشابهة دون الأخذ بعين الاعتبار السياق السياسي والاجتماعي الخاص لتونس مقارنة بدول أخرى. ولكن اتجاه المسؤولين على الصفحات للقول بضرورة الحضور على الميديا الاجتماعية واتجاه أحزاب عديدة حول العالم إلى توظيف الميديا الاجتماعية يحيل على ما يمكن أن نطلق عليه «حتمية الاستخدام». ويمكن أن يكون ذلك مبحثا مستقبليا، فإن كان من غير الممكن مهما حاول الفرد ألا يتواصل، فهل يمكن للفاعلين السياسيين مهما حاولوا ألا يتواصلوا عبر الميديا الجديدة عموما والاجتماعية خصوصا فبحثنا يؤكد نتائج بحوث أخرى توصلت إلى وجود اختلافات على مستوى الاستخدامات بين الأحزاب السياسية في سياقات مختلفة ولكن الاستخدام أمر مفروغ منه.

و«حتمية الاستخدام» لا تعني بالضرورة «حتمية التوظيف بشكل استراتيجي». ويبدو ذلك شبيها بوضعية الأحزاب البريطانية في أواخر تسعينات القرن الماضي على سبيل المثال. فقد قام السياسيون البريطانيون بزيادة استخدامهم لشبكة الانترنت شيئا فشيئا وذلك نتيجة شعورهم بضرورة وجودهم على الشبكة لأن منافسيهم حاضرون عليها⁽¹⁾، وليس استخدامها بشكل تجديدي أو في خدمة مشروعهم السياسي. ويبدو هذا شبيها أيضا بالتجارب الأولى في توظيف الانترنت في السياسة في الولايات المتحدة والتي اقتصر على تسجيل الحضور على الواب بدل استخدامه بشكل استراتيجي⁽²⁾.

ومع وجود اختلافات على مستوى استخدام الأحزاب إلا أنها تتشابه في غالبية الاستخدامات فالتفاعلية لديها محدودة والاتصال يهدف إلى الإعلام

(1) Lilleker (Darren G.), Pack (Mark), Jackson (Nigel), "Political Parties and Web 2.0: The Liberal Democrat Perspective," In Politics, Oxford, SAGE, Vol. 30, Issue 2, 2010, p. 105.

(2) Edgerly (Stephanie), Bode (Leticia), Kim (Yound Mie), Shah (Dhavan V.), „Campagins Go Social: Are Facebook, YouTube and Twitter Changing Elections,” op.cit, p. 83.

أساسا مع محاولات محدودة لتوسيع دائرة المتابعين. وهو أمر يخالف مبدئيا نتائج دراسات أخرى تبين استخداما خاصا باليسار واليمين في حين أنه في هذه الحالة هنالك تشابه بين حزب يميني وآخر يساري. وهذا الأمر يستدعي دراسات تتناول عددا أوسع من الأحزاب وتحاول التعرف على ما إذا كانت العائلة الفكرية التي ينتمي إليها الحزب تؤثر في استخدامه للميديا الجديدة. ويكون من المفيد مقارنة نتائج هذه الدراسة مع دراسات تتناول نفس الموضوع مستقبلا، خاصة أن بحثنا يتعلق بدراسة هذه الاستخدامات في فترة زمنية محددة وهذا لا يعني أن هذه الاستخدامات لم تتطور أو تختلف بعد ذلك، وذلك للوقوف على تطور استخدام الميديا الاجتماعية في السياسة في تونس.

مدى رغبة الإدارة العمومية التونسية في تغيير سياساتها الاتصالية بعد جانفي 2011

إعداد: اعتدال جبيري كريم

إشراف : د. زهرة الغربي

تتبع التحولات الاجتماعية التي تعيشها الإدارة التونسية اليوم أساسا من التغيرات في مواقف موظفيها، التي وصفت بالثورية، إذ يعود هذا عادة إلى شعور كامن بالغبن والإهمال. إذ مثل هذا الشعور العميق محركا للرفض لدى هؤلاء الموظفين الذين أعلنوا عن التحول في المواقف رغبتهم في تغيير واقعهم من خلال رفض علاقات السلطوية والهيمنة الطاغية على مؤسساتهم، إذ دفعت هذه الرغبة كل الفاعلين إلى المشاركة في عملية «تغيير» داخل مؤسساتهم بهدف إرساء نظام جديد. إن دراسة وضعيات هذه العملية التصحيحية أثبتت أن هذا التحول في عمقه تواصلي وتخطيبي. فالدور الفعال الذي لعبته الأحاديث غير الرسمية بين الأفراد والمجموعات في تطور المقاومة بين صفوف الموظفين من مقاومة فردية وغير رسمية إلى مقاومة جماعية ورسمية مثل الدليل القاطع على ذلك. إذ اهتمت النقاشات التي دارت بين الفاعلين بإعادة النظر في علاقات السلطة الموجودة آنذاك قصد إعادة بناءها. إضافة إلى أن هذا البحث قد أثبت أن النقاشات التي غلبت عليها استراتيجيات ذات خلفيات فردية وجماعية قد دفعت بالفاعلين في صراعات مضمونها السلطة مما أدى إلى خلق ضغوط خانقة للمجموعات. إضافة إلى أن غياب هيكل اتصالي على مستوى المؤسسة من شأنه أن يؤطر هذه الموجة الخطابية في الإدارة التونسية قد حال دون إرساء اتصال قائم على مبدأ الانفتاح وتكريس المشاركة ختاماً، يمكن القول إنّ النقاشات قد

نحت منحى آخر بعيدا عن هدفها الأصلي مما جعل منها مناقشة عابرة وهشة، إذ لم تدون في نص يضمن لها التوثيق والدوام. إذ أن التغيير لم يتعدى مستوى النوايا دون تحقيق عملي لهذه الإرادة.

كلمات مفاتيح: إرادة التغيير الاتصال الداخلي الموظف العمومي - علاقات السلطة - أحاديث رسمية وغير رسمية. النقاش

صورة المهاجر المغربي في وسائل الإعلام الإيطالية

إعداد: لطفي ماكني

إشراف : أ.د. المنصف ونّاس

انطلقنا في بحثنا الجامعي وعنوانه «صورة المهاجر المغربي في الإعلام الإيطالي المكتوب: الهجرة غير الشرعية التونسية مثالا» للغوص في خلفيات التمثيلات التي رسخت ملامح الصورة المتداولة من خلال عينة بحثنا لأهم ثلاث صحف إيطالية يومية على مدى سنة 2011 ونعني, *corriere della sera*, *Il Messaggero*, *la Stampa*. وهي السنة التي عرفت أكبر موجة هجرة بصفة غير شرعية من السواحل التونسية باتجاه السواحل الإيطالية مما جعل أغلب الإعلام الإيطالي، يعطي الأولوية المطلقة في لتغطية الأحداث الجارية حينها بمنطقة شمال إفريقيا بعد سقوط نظامي ابن علي والقذافي، مما أدى إلى تتالي موجات من المهاجرين بصفة غير شرعية الوافدين من سواحل الضفة الجنوبية للمتوسط تحديدا من تونس.

وسعينا من خلال ما طرحته إشكالية بحثنا من فرضيات تخص مدى تكريس مضامين العينة التي اشتغلنا عليها إلى إظهار تمثيلات ظلت متوارثة في المخيال الجمعي لدى الإيطاليين وانعكست في مضامين مختلف الأشكال الصحفية وحزت المجتمع الإيطالي إلى التحوط من التوافد المتواصل للمهاجرين بصفة غير شرعية.

وحاولنا التوقف عند التفاعلات اليومية بين المهاجرين بصفة غير شرعية ومكونات المجتمع الإيطالي اعتمادا على ما وضعت التفاعلية الرمزية ومثلها الوظيفية للعلاقات بين مختلف مكونات المجتمع ضمن الإطار المكاني والزمني. وتأسيسا على هذا المعطى النظري استنتجنا التهاهي المعلن والمضمر في أحيان كثيرة

بين الخطاب الإعلامي والخطاب السياسي، في علاقته بمسألة اندماج المهاجرين بصفة غير شرعية المتوافدين على السواحل الإيطالية منذ بداية تطبيق اتفاقية شنغن Schengen المنظمة لدخول الأجانب إلى الفضاء الأوروبي وإقامتهم.

وينتج عن ذلك التماهي تداول مفردات ضمن مقالات عينة بحثنا تستبطن نظرة دونية تجاه المهاجرين بصفة غير شرعية من شمال إفريقيا، تتغذى تلك النظرة من ترسبات ثقافية وحضارية تؤمن بعلوية الثقافة والحضارة الغربيين على غيرها من الثقافات والحضارات وأولها الحضارة العربية الإسلامية.

وعملت تلك المفردات على حصر صورة المهاجرين بصفة غير شرعية في إطار البحث عن ملاذ ظل متوقفا في العقود الأخيرة على الفضاء الأوروبي، وقد عملت مختلف مضامين الخطاب الإعلامي على تقديم ذلك الفضاء على أنه سيتعرض إلى عديد الانتهاكات الحضارية الثقافية والاجتماعية، إذا ما تساهل أصحاب القرار مع هؤلاء الوافدين بشكل غير منظم.

وانعكس الخطاب السياسي المروج من قبل أحزاب اليمين في مضامين عينة بحثنا، حيث طغت مفردات التمويل والتفريع وبالتالي يجوز القول إن مرحلة ما بعد الحادي عشر من سبتمبر 2001 هي مرحلة إعلام الخوف من كل ما له صلة بالعرب والمسلمين.

وقد زادت من حدة ذلك الإعلام تنالي العمليات الإرهابية التي استهدفت عدة مدن أوروبية ومواطنيها، وهذا أعطى لتلك الأحزاب الراضية للأجانب من أصول غير إيطالية حجة التمسك بعدم الإنفتاح والقبول بهؤلاء المهاجرين بصفة غير شرعية خاصة وأن التنظيمات الإرهابية استقطبت عديد الشباب من أصول مهاجرة.

ولم يغب عنا البحث عن ذلك الالتقاء التي بلغ في أحيان كثيرة درجة الهيمنة من قبل قوى سياسية ومالية على بعض وسائل الإعلام الإيطالية، حيث استنتجنا أن الصعوبات التي تعرفها الصحافة الورقية بأغلب دول العالم ومنها إيطاليا سمحت لتلك القوى أن تتسرب إلى مواقع مؤثرة على خط التحرير من خلال الإعلانات وهو ما تبحث عنه تلك الصحف من موارد مالية لمعالجة

مصاريقها المتزايدة ولم يعد خافيا اليوم أن عديد الإفتتاحيات ومقالات الرأي ببعض الصحف الإيطالية، هي أقرب إلى بلاغات وبيانات بعض الأحزاب الرفضة للأجانب وأولها أحزاب اليمين الإيطالي التي تمكنت بفضل ذلك الخطاب من كسب انتخابات 4 مارس 2018.

وبقدر ما دعت Carta Roma إلى ضرورة التزام مؤسسات الإعلام الإيطالية بالضوابط المهنية والأخلاقية في متابعة مسألة الهجرة والاندماج ومعالجتها فإن الكثير من تلك الضوابط لم تحترم بل أن أغلب المؤسسات الإعلامية الإيطالية التي حاولت الالتزام بها واجهت صعوبات عديدة أشار إليها تقرير مركز IDOS لسنة 2016 الصادر بإيطاليا، وهو ما خلق نوعا من التراخي أو القبول بالأمر الواقع لترسخ أغلب المضامين الإعلامية إلى مفردات التفرغ والتحويل، عن الأخطار التي تحدى بالمجتمع الإيطالي من بطالة وتزايد نسبة الجريمة وفقدان مقوماته الحضارية والثقافية وحتى المعتدنية إذا ما تواصلت نسبة الولادات المرتفعة لدى المهاجرين من أصول مسلمة في ظل تزايد نسبة الشيخوخة لدى المجتمع الإيطالي.

وعمق الخطاب ذاته الرفض لإدماج المهاجرين من تلك الهواجس بحديثه المتواصل عن المشاكل المستحدثة جراء عدم توقف دخول القادمين من شمال إفريقيا وكرس الإعلام الإيطالي في الوقت ذاته التعتيم والتغيب لرأي المهاجرين إذ نادرا ما يمكنهم من التعبير عن موضوع هم الطرف الرئيسي فيه حيث ظلوا دائما في دائرة الضمير الغائب المتهم دون أن تعطى له فرصة الرد على تلك الإتهامات وهو ما انعكس سلبيا على التفاعلات اليومية بين المهاجرين والإيطاليين جراء تأثير الخطاب الإعلامي المروج الكثير من الصور النمطية التي تربط بين الصعوبات التي يعاني منها المواطن الإيطالي وتزايد أعداد المهاجرين.

ووفق تلك الاستنتاجات فإنه جدير بنا السعي مستقبلا إلى محاولة البحث عن تنشيط ما يمكن القول إنه خطاب مغاير للمتداول يؤثته المختصون اعتبارا إلى التزامهم بقدر هام من الموضوعية والحيادية، مقارنة بغيرهم من أصحاب النفوذ المالي والسياسي لأن غايتهم الأولى الترويج لأفكار معينة وتقديم ما يضمرونه من غايات حسب أجندا مسبقة.

من ذلك تقديم النماذج الناجحة من المهاجرين في مجالات عديدة إذ أن سياسة تغييبهم عن الواجهة الإعلامية زادت من ترسيخ الصور النمطية المتداولة. وهذا الجهد يستدعي تحركا فاعلا من النخب المهاجرة التي هي في أغلبها متراخية أو مستسلمة للقبول بذلك الخطاب الإعلامي المروج من قبل أغلب وسائل الإعلام الإيطالية.

كما أن مجالات البحث عليها الغوص مستقبلا أكثر في البحث عن مراحل التقارب بين شعوب ضفتي المتوسط، والخروج من دائرة تاريخ الحروب والغزوات لتغليب منطق حضاري أو ديني لطرف على حساب طرف آخر، وإخضاعه لثقافته ومعتقدده وهو ما يزيد من حالة الاحتقان والرفض للآخر المختلف.

وجدير بنا الانطلاق في التأسيس المؤسسة تربوية تركز التعدد الثقافي والحضاري والديني، وتقطع مع الخصوصيات التي تضيف من هامش التعايش المشترك، وهذا ينطبق على مجتمع الإستقبال وكذلك الجالية المهاجرة التي التجأت إلى الإنعزالية بعدم تشجيع أبنائها على ارتياد المدارس وتعلم اللغة الإيطالية بل عمقت خصوصا في السنوات الأخيرة من حالات انكفاء الأجيال الجديدة على ما يتوارثونه من آبائهم ورفض كل ما له صلة بمجتمع الإقامة وهو ما حوله من منظورهم إلى آخر لا يقبل بهم وقد تطور الأمر مع ما تروجه الجماعات المتطرفة من خطاب يستغل وضعياتهم المضطربة والقلقة ليحول ذلك المجتمع إلى عدو تجب محاربتة وهذا خطر يجب الانتباه إليه، لنجاح عملية الاندماج التي تتطلب جهودا أكبر من المؤسسات الدينية وأولهم الكنيسة الكاثوليكية لما لها من تأثير واسع على الحياة العامة والفاعلين داخل إيطاليا.

ويستدعي تحقيق ذلك جهدا ورغبة في التقارب تتجنب التشبث بالتمثيلات المتوارثة التي عمقت التباعد والاحتقان بين الشعوب والثقافات بما يدعم مجالات الاندماج والقبول بالآخر المختلف ويؤسس العيش المشترك بين مختلف مكونات المجتمع الواحد، ولعلنا نضع الإعلام في صدارة الجهد المبذول التغير نمطية الصورة المتداولة عن المهاجرين وهذا ما سنعمل عليه مستقبلا بمزيد البحث في الآليات التي تدعم ذلك الدور المنتظر منه.

المؤسسات العمومية التونسية والاتصال في مناخ اجتماعي متحول الشركة التونسية للكهرباء والغاز نموذجا

إعداد: حبيب العبيدي

إشراف : د. زهرة الغربي

يرمي هذا العمل البحثي إلى دراسة الأنشطة الاتصالية المتبعة من قبل الشركة التونسية للكهرباء والغاز داخل المؤسسة أو خارجها بصفتها مؤسسة عمومية تونسية تنشط في مناخ متحرك وغير ثابت ميز الفترة التي عقبث ثورة 14 جانفي 2011.

لقد حاولنا من خلال هذا البحث دراسة طرق إدارة الاتصال سواء داخل المؤسسة أو من خلال علاقتها بمحيطها الخارجي وذلك على ضوء انعكاسات السياق الجديد الذي كان له تأثير عميق على مستوى طرق التسيير والتصرف في المؤسسة. حيث كان سببا مباشرا في إرساء مناخ جديد يتسم بحرية التعبير والتواصل والتفاعل بين المؤسسة ومختلف مكونات الجمهور المتعامل معها. وقد تدعم مناخ الحرية هذا بفضل تنوع وسائل الاتصال عبر شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

ومن وجهة نظر اتصالية، نطمح إلى معرفة كيف يتفاعل مجال التصرف في المؤسسة مع النشاط الاتصالي خلال التطورات الحاصلة بشكل يسمح للشركة التونسية للكهرباء والغاز بالاضطلاع على أكمل وجه بدورها في مجال الإعلام والإنصات والحوار مع أعوانها باعتبارهم فاعلين اتصاليين وكذلك مع حرفائها وذلك أخذا بعين الاعتبار مقتضيات ومستلزمات مفهوم المصلحة العامة.

في الختام، ومن خلال هذا العمل البحثي نتساءل حول كيف يمكن للمؤسسة حسن استعمال مجال الاتصال لاحتواء المتغيرات وتفادي كل السبل التي من شأنها تعطيل سير العمل وتضخيم العوائق والمشاكل التي يمكن أن تعترضها معتمدة في ذلك على ضمان صورة جيدة ذات مصداقية وعلى قدرتها على استغلال نقاط قوتها باعتبارها تؤدي دور المرفق العمومي. ولبلوغ هذا الهدف، نطرح السؤال التالي: هل من الأجدر التعريف بالتغيرات التي أدخلتها على طرق تسييرها أم وجب عليها تغيير الاستراتيجية الاتصالية المعتمدة؟

الكلمات المفاتيح: المنظمة - السياسات والأعمال العمومية - المؤسسة العمومية - التغيير التنظيمي - إدارة الاتصال - اتصال الأزمات.

الاتصال الجماهيري في العلوم والتكنولوجيا وانتشار الثقافة العلمية في تونس

إعداد: مصطفى بوليلة

إشراف : د. زهرة الغربي

سعيًا في هذا البحث لكشف حدود تأثير العوامل المتداخلة في تشكيل الثقافة العلمية للمجتمع التونسي. وعملنا على رصد فاعلية الاتصال الجماهيري، الواقع عيانًا اليوم والممكن احتمالًا في المستقبل، على تلك الثقافة. وقد انطلقنا من ماكرو سوسولوجيا العلم، ثم انتقلنا إلى الميكرو سوسولوجيا، لنصل ختامًا إلى سيكولوجيا العلم والعرفان.

وتدرّج بحثنا تبعًا لهذا التمشي، من الدراسة الكيفية الساعية للإلمام بكل جوانب الثقافة العلمية إلى الدراسة الكمية التي تغوص في تفاصيل المعرفة العلمية ودرجات العقلانية. ولهذا بدأ البحث تاريخيًا تركيبًا، لموقع العلم في الثقافة الراهنة للمجتمع التونسي. وانتهى تحليليًا تفكيكيًا للمكونات الثلاثة لتلك الثقافة. وهي: المعارف العلمية الأولية، وفهم منهج البحث العلمي، وتمثّل العلم.

ولإتمام دائرة البحث، والعودة مجددًا إلى الماكرو سوسولوجيا بغرض إعادة تركيب الصورة، فقد عبرنا من نافذة السلوك الفردي المرتبط بالثقافة الجماعية. أي أننا أعدنا الصعود من النفسي العرفاني (عبر اختبار عقلانية الأفراد)، إلى الاجتماعي الثقافي عبر تصوّر هؤلاء الأفراد لأسس التنظيم الاجتماعي.

وتكشفت الصورة عن وعي عالمي متزايد بأهمية الاتصال الجماهيري في العلوم والتكنولوجيا، في جسر الهوة المعرفية بين العلماء المنتجين للمعرفة والجمهور الممول لبحوثهم والمجتمع المستفيد من إنتاجهم.

أمّا في جنوب البحر الأبيض المتوسط، فقد ظلّ إنتاج العرب من العلم ضعيفا. وفهمهم له مشوّها. وقد تبين لنا في هذا المجال، وجود تيارين ثقافيين في جنوب المتوسط، يتصارعان حول هويّة العلم ودوره. وهما التّيار المحافظ والتّيار الحداثي. وقد حرّم التّيار المحافظ دخول الآلة الطباعة إلى بلاد العرب والمسلمين وفوّت عليهم 222 سنة من نشر المعرفة. وحين دخلت المطبعة إلى ربوع العرب، مع التّيار الحداثي، ركّزت على نشر العلوم التي نشأت حديثا في أوروبا العلوم (البرانيّة). بيد أن التّيار المحافظ سرعان ما استطاع السيطرة على الآلة الطباعة. فازدحم سوق النّشر بالكتب الدّينيّة. وانحسر الكتاب العلميّ. وقد كانت السيطرة على السّوق فعلا منظما. مولته أموال النّفط. وحدث مع بقيّة وسائل الاتّصال التّقليديّة، وخاصة المجلة والتلفزيون مثلما حدث مع الكتاب.

ومّا أمكننا التوصل إليه في هذا الحقل، أنّ نصيب العربيّ من المجالات العلميّة يساوي واحدا على مائة من نصيب المواطن الأمريكي أو الصّيني. وخلال العقد الماضي كان للعرب قناة علميّة واحدة مقابل مائة قناة دينيّة.

ومن أهمّ ما أوصلنا إليه البحث في وسائل الاتّصال التّقليديّة، هو تشكيلها لسياق فهم الجمهور للعلم. وقد تبين لنا أنّ هذا السياق قد شيد من وهم «الإعجاز العلميّ في القرآن والسنة»، وأسطورة الماضي العلميّ الزاهر المتربع على عرش المعرفة الإنسانيّة. وكان العرب قد ارتدوا إلى ماضيهم للمفاخرة بترائهم العلميّ، لمواجهة المركزيّة الثقافيّة الاستعماريّة الأوروبيّة، فبقوا أسرى لذلك الماضي.

ومن أهمّ ما تمّ رصده في علاقة العلم بالميديا الجديدة أنّ التّيار الحداثي قد وجد فيها منفذا لنشر العلم بين الجماهير. فظهرت عشرات الصّفحات العلميّة، بمبادرات شبابيّة، بعضها شاملة وبعضها مختصة في الفيزياء أو الطّب أو الفلك.

واستطاعت أن تجتذب الملايين من المتابعين العرب لها. ولاحظنا أنّ هذه الصفحات قد نشأت عقب موجة الانتفاضات التي عبرت جنوب المتوسط مطلع هذا العقد وما خلفته من حرّيات منفلتة، وصراعا محتدما بين التّيار المحافظ والتّيار الحداثي.

وأوصلنا النظر في علاقة المجتمع التونسي بالعلم، إلى وجود خصوصيات ثقافية نحتتها دولة الاستقلال. فقد فرضت الدولة تحديثا قسريا للمجتمع. وراهنّت على نشر العلم عبر التعليم. وسعت لنشر المعارف العلمية التي تخدم أمنها الغذائي والصّحي. فتوسّلت أجهزة الدولة الإذاعة والتلفزيون والمعلقات والاتّصالات المباشرة مع الجماهير لتوعية العموم في مواضيع محدّدة. وقد بدا لنا أنّ نشر الثقافة العلميّة، لم يكن ضمن سياسة الدولة الثقافيّة. إذ أنّ الهدف من تثقيف الجمهور علميا هو إتاحة الفرصة له للمشاركة في الحوار الجاري في الفضاء العام. ولما كانت الديمقراطيّة غائبة، وكان الحوار تبعا لذلك منعذما، ما ارتأت الدولة داع لنشر الثقافة العلميّة، بل اتبعت سياسة براغماتيّة موضعيّة لحفظ الأمن الصّحي والغذائي خاصة.

ومع دخول التلفزيون عصر البثّ الفضائي. لم تعد الدولة حامية «لأمنها الفكري». فقد كانت تعتمد فيما مضى على مراقبة وارداتها من الكتب والصّحف والمجلات. أمّا وقد انفتحت السّماء، فقد تعرّض الجمهور التونسيّ إلى غزوة نحو مائة قناة دينيّة. وكان العلم أحد أهمّ ضحايا الغزوة. إذ لم يتمّ تسليح الجمهور من قبل، بثقافة علميّة.

وما تحصّل لنا من دراسة فهم الجمهور للعلم كما جاءت في الباب الثاني، أنّ الجمهور التونسي يبدى اهتماما بالعلوم شبيها بما تبديه جماهير أوروبا. وقد لاحظنا أنّ اهتمامه بالعلوم والتكنولوجيا يفوق اهتمامه بالرياضة أو السياسة.

وتأكّد لدينا، أنّ الجمهور التونسي غير راض عن أداء الإعلام في مجالات العلوم. وصارت بالتالي مسؤولية التّقصير واقعة على الدولة التونسيّة وأجهزتها الثقافيّة والإعلاميّة.

ولقد تمكّنا من قياس مستوى الثقافة العلميّة في تونس قياسا كميا معتمدين على الاختبار الدولي لفهم الجمهور للعلم. ووجدنا أنّ مستوى المعارف الأوليّة لدى الجمهور التونسيّ شبيهة بمستوى جماهير الهند ورومانيا وتركيا وماليزيا وهي أدنى من مستوى جماهير كوريا واليابان وتايوان وكندا والولايات المتحدة وأوروبا.

وتأكدت لنا، صحّة فرضيتنا القائلة إنّ كلّما ارتفع حجم استهلاك مخرجات الاتّصال الجماهيريّ في العلوم والتّكنولوجيا، زاد مستوى الثّقافة العلميّة في تونس. فقد وجدنا أنّ كلّما ارتفعت مشاهدة برامج العلوم والتّكنولوجيا على القنوات التّلفزيّة، زاد مستوى المعارف العلميّة الأوّليّة لدى المستجوبين، وزاد فهمهم لمنهج البحث العلميّ. وتبيّن لنا أنّ ذوي التّعليم الثّانوي وما دونه، هم الأكثر تأثراً بهذه البرامج.

ولقد وضح لنا أنّ سياق تلقّي الرّسائل العلميّة يعاني من تشويش الخطاب الدّينيّ. فقد تأكّد لدينا أنّ مسافة الجمهور من العلوم الزائفة والدعيّة تتقلّص حين تأخذ طابعا دينيا مثل «الرقية الشرعيّة» و«الطبّ النبوي». ويرجع ذلك في نظرنا إلى تمثّل الجمهور للعلم. وقد استقرّ لدينا أنّ الذين يعدّون الشّريعة وأصول الدّين علما، هم الأقلّ فهما للعلم بين الجمهور.

لقد اتّضح أنّ للاتّصال الجماهيري عميق الأثر في فهم الجمهور للعلم. وإذا كان للتلفزيون آليات للتلاعب بالعقول كما بيّن بورديو، فإنّ جلّ وسائل الاتّصال الجماهيري العربيّة قد تلاعبت بعقول العرب والتونسيون ضمنهم. وقد أنتجت خطابات «الهوية» و«الأصالة والمعاصرة» و«الإعجاز العلميّ» و«التّصميم الذكي»، جموعا ترى العلم وحيا سماويّا، أو تراثا عربيّا، لا جُهدا بشريّا واعيا وقصديّا لإنتاج المعرفة.

وأكدّ البحث من جهة أخرى ارتباطا بين مستوى العقلانية وارتفاع الثّقافة العلميّة لدى الأفراد. وقرّر لدينا أنّه، كلّما ارتفع مستوى الثّقافة العلميّة مال النّاس أكثر لقبول فكرة بناء المجتمعات الإنسانيّة على أساس المساواة بين الأديان والأعراق وبين المرأة والرّجل. وهو ما يعني أنّ الثّقافة العلميّة بوّابة كبرى للعقلانيّة والحدادنة.

هل يمكن للعلم أن ينمو في تونس لو درست الدّولة «الإيقاظ العلميّ للأربعة عقود أخرى؟ وهل يمكن للعلم أن يزدهر في تونس، وأجهزة الدولة الثّقافية والإعلامية تشوّش على فهم الجمهور للعلم؟ وهل أنّ فصل العلم عن الدّين هو تتمّة لفصل الدّين عن الدولة، أم المقدّمة الثّقافيّة الاجتماعيّة الضروريّة لبناء الدولة المدنيّة الحديثة؟

إنّ النتائج المشجّعة للعلاقة بين الثقافة العلمية والعقلانية تفتح الباب لمقاربة العلاقة بين الأرهابين ودراستهم للعلوم من زاوية أخرى. وتشرّح السؤال:
من الأقدر على إنتاج العقلانيّة؟ هل هي الثقافة العلميّة الأفقيّة أم الاختصاص العمودي؟ وإذا كانت الحداثة بنتا للعقلانيّة، أفليست العقلانية سليلة العلوم الحديثة؟ أفلا تقدر العلوم الحديثة على إضفاء العقلانية على دارسيها؟

ولسنا نزعّم بهذا البحث، أنّنا قد أجبنا عن كلّ القضايا التي طرحنا، ولكننا نعتقد أنّ العلوم والتكنولوجيا ستظلّ، أعظم إنتاج بشريّ لفهم العالم ولتغييره.

Revue Tunisienne de Communication

Revue Scientifique Semestrielle • N° 69 • Janvier / Décembre 2019
Institut de Presse et des Sciences de l'Information

Ministère de l'enseignement supérieur
et de la recherche scientifique
Université de la Manouba
**Institut de Presse
et des Sciences de l'Information**



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة منوبة

**معهد الصحافة
و علوم الاخبار**

REVUE TUNISIENNE DE **COMMUNICATION**
Revue Scientifique semestrielle

المجلة التونسية لعلوم الاتصال
مجلة علمية سداسية مكملة

Fondé par :

Moncef CHENOUI

Directrice :

Hamida EL BOUR

Rédacteur en chef :

Mohamed HAMDANE

Comité de rédaction :

Larbi Chouikha

Abdelkrim Hizaoui

Salwa Charfi

Moez Ben Messaoud

Sami Malki

Sofien Ammar

Faten Bellagha

Prix du numéro	Abonnement (2 numéros par an)		
	Tunisie, pays du Maghreb	Pays arabes	Autres pays
15 DT	30 DT	20 \$	25 \$

Les commandes, demandes d'abonnement ou d'échange sont à adresser à :

REVUE TUNISIENNE DE **COMMUNICATION**

L'Institut de Presse et des Sciences de l'Information

campus universitaire - La manouba 2010 Tunis - Tunisie

Tél : (216) 71 60 08 31 - 71 60 09 80

Fax : (216) 71 60 04 65

Site web : www.ipsi.rnu.tn

e-mail : ipsi@ipsi.rnu.tn

Les opinions exprimées n'engagent que leurs auteurs

Réalisation technique : Mohamed DRISSI, Service PAO de l'IPSI

Impression : Imprimerie Officielle de la République Tunisienne

ISSN : 0330 - 08480

Revue Tunisienne de Communication

N° 69

Janvier / Décembre 2019

Sommaire

Éditorial : La dimension arabe des études doctorales	5
<i>Hamida El-Bour</i>	
Résumés en langue française des thèses	7
Résumés en langue anglaise des thèses	109

Editorial

La dimension arabe des études doctorales

Dr. Hamida El-Bour

IPSI, Université de la Manouba

En 2010, l'institut de presse et des sciences de l'information inaugurerait le cycle de soutenances des thèses de doctorat en Sciences de l'information et de la communication. L'étudiant de l'IPSI Tarek Ben Chaâbane est le premier à soutenir une thèse encadrée par Pr Mohamed Hamdane. De 2010 à 2019, les études doctorales à l'IPSI ont pu instaurer une dynamique de recherches dans le champ des sciences de l'information et de la communication dépassant les frontières locales. Le nombre de doctorants provenant de plusieurs pays arabes ont donné à ces études une dimension arabe qui a valu l'accueil, en 2019, par l'IPSI, du premier forum arabe des doctorants en sciences de l'information et de la communication en partenariat avec le réseau arabe des sciences de l'information et de la communication.

Dans ce numéro de la Revue Tunisienne de la Communication, nous donnons, dans la section en arabe et en français un aperçu des thèses soutenues de 2010 à 2019 en en présentant les résumés et les démarches méthodologiques adoptées par les chercheurs.

Un grand nombre d'entre eux ont continué aujourd'hui sur la voie de la recherche, apportant des contributions à la bibliothèque des sciences de l'information et de la communication dans la région arabe, un champ relativement naissant comparativement à d'autres disciplines et à d'autres parties du monde, essentiellement les pays francophones et anglo-saxons.

Les axes de recherches développées par dans les thèses sont diversifiées. Premier axe, les médias, discours, représentations, logiques de production et management. Une grande partie des thèses questionnent les pratiques

professionnelles, les acteurs du pouvoir décisionnel dans la production du discours médiatique, ainsi que les différentes formes d'influence et d'interférences dans les choix rédactionnels.

Ces recherches s'appuient sur une diversité de méthodes, essentiellement l'analyse du discours et les études de cas, essentiellement les médias dominants et les grandes chaînes de diffusion de l'information telle que la chaîne Qatarie Al Jazeera.

L'étude des publics ou audiences est un autre volet de cet axe de recherche. L'étude de la réception permet d'explorer les niveaux d'interaction, les représentations et les usages selon des approches classiques et innovantes.

Le deuxième grand axe de ces thèses, la communication des organisations et les relations publiques. Les intérêts des chercheurs s'orientent vers, par ordre décroissant, vers l'analyse des stratégies de communication dans les sphères politique, économique et sociale. Les situations de crise politique dans certains pays et les changements du contexte politique dans d'autres expliquent ces choix.

Un intérêt particulier est accordé à l'analyse de la communication des organisations à l'ère des réseaux socio-numériques et le déploiement de nouveaux modes de fonctionnement et de gestion de la communication.

En fait, les nouvelles formes de communication à travers les réseaux socio-numériques et l'émergence de nouveaux paradigmes, de nouvelles approches théoriques et méthodologiques marqueront les trajectoires exploratoires des futurs doctorants.

Hamida El Bour

Thèses

Résumés des thèses en langue française

Médias et mise en altérité

Approche comparative de l'affaire des caricatures à la une des journaux (France, Egypte)

Présentée par : Hanène Chaabane
Dirigée par : Dr. Bourguiba Ben Rejeb et Dr. Guy Lochard

Cette thèse explore la mise en altérité médiatique lors du traitement des événements internationaux. Partant de l'hypothèse que l'altérité médiatique est le résultat d'une revendication identitaire mettant en interaction la relation entre Nous et l'Autre, nous examinons le mécanisme de la construction médiatique de l'image de l'autre selon une démarche croisée entre le monde occidental et le monde musulman. L'approche comparative entre les Unes de la presse française et les Unes de la presse égyptienne donne à voir une perception de l'autre complexe. En se référant au couple islamophobie/occident-phobie, nous avons tenté de vérifier si les différents médiateurs actualisent les stéréotypes de diabolisation traditionnels définissant autrui. Notre analyse sémio-discursive a montré que la perception manichéenne de l'autre n'est pas systématique. La mise en altérité médiatique résulte de différents récits socio-historiques co-existant dans l'espace médiatique français ou égyptien. Ainsi, au-delà des analyses mettant en valeur « la propagande » « la désinformation » ou « la manipulation » des médias au moment des crises, notre recherche invite à aborder le discours médiatique comme lieu social de débat et d'interaction où les enjeux identitaires des acteurs se confrontent pour se définir et donc pour exister.

Mots- clés : Médias, Mise en altérité, identité, Une, islamophobie, occident-phobie

Le scénario entre les logiques de production et la représentation de la société : L'exemple du cinéma tunisien

Présentée par : Mohamed Tarek Ben Chaabane

Dirigée par : Dr. Mohamed Hamdane

Conclusion générale

Le travail que nous venons d'accomplir a pour objet le champ cinématographique tunisien.

Cet espace social a été abordé dans le cadre d'une recherche des articulations possibles entre les deux aspects qui nous paraissent définir un média, une Industrie culturelle, à savoir l'organisation de la production des messages et le besoin expressif.

Notre projet étant de relever les lieux de l'homologie et les espaces de l'autonomie. La valeur et l'importance de ces deux corollaires du champ de la production des représentations, dépendant des forces en jeu, des logiques sociales, des stratégies des acteurs et de la teneur de l'investissement matériel et symbolique.

Au cœur de cette démarche, notre première partie a repris les termes d'une polémique ou d'une discussion théorique mettant aux prises des positions assez tranchées entre sociologues et esthètes, entre une pensée du contexte et une pensée de l'autonomie.

Car, et comme c'est souvent le cas dans des champs qui engagent la communication de visions et récits du monde, comme c'est le cas pour l'art ou le journalisme, faire appel à des éléments de structuration externes, équivaut à une réduction, à une négation de la spécificité, de ce qui fait un champ.

C'est à partir d'un travail de mise en contexte que nous avons essayé de montrer les éléments qui peuvent déterminer l'œuvre et qui finissent, quand ils prennent la force d'un système, de constituer une logique, de se présenter comme une constellation de règles structurantes.

Des règles qui inscrivent l'expression dans une historicité. Historicité des normes figuratives propres au moyen d'expression souvent articulée à des normes d'un système d'organisation historique plus englobant.

Le scénario, dont le choix comme révélateur de ces contradictions et comme véhicule de représentations, pouvait paraître lui aussi assez iconoclaste, tant il « ramène » le cinéma à son versant littéraire, nous a permis de porter des réponses à nos interrogations. Il s'est avéré être, confirmant ainsi notre hypothèse, au cœur d'enjeux essentiels. Essentiels tant au niveau de la production que de la figuration puisqu'il renferme un champ d'opportunités narratives (formes, styles, genres, thèmes, types de protagoniste...) et qu'il se présente, en se situant au départ de l'opération de fabrication et de développement du projet, comme une étape où se cristallise, comme nous espérons l'avoir montré, une logique sociale spécifique.

Qu'est ce qui se raconte ? Que disent les histoires tunisiennes ? Et comment les récits sont-ils construits dès qu'on a établi, comme nous l'avons fait, les aspects de différents modes d'organisation de la production ?

Quels sont les liens entre les différentes représentations et les contextes ?

Peut-on raconter le cinéma, ses producteurs, ses écrivains et ses idées en dehors de la société ?

Et que dit le scénario de la société ?

Les homologues entre modes de production, différentes dans leurs conflits et de les narrer montre, dans le cadre de notre travail, la pertinence des variables externes qu'introduit le travail d'une mise en contexte multiple.

Ainsi, avons-nous dégagé deux logiques sociales distinctes qui ont structuré le système du cinéma tunisien. Une première logique qui peut être rapportée aux années soixante et soixante dix et qui se distingue par la centralité des institutions publiques.

SATPEC et Ministère de la culture sont les promoteurs d'un projet collectif et fédérateur qui est celui de la construction nationale. Les cinéastes, eux, s'organisent et se fédèrent au sein d'associations qui sont la FTCA, la FTCC et l'ACT sans compter la vitrine que sont les JCC ainsi que le rôle primordial qu'ont joué les cadres tunisiens dans la création de la FEPACI.

Cette période est marquée par le rôle déterminant du secteur public et dont l'intérêt pour le cinéma n'a jamais été continu.

L'absence de marché, l'échec de la mise en place d'une industrie où le cinéma aurait financé le cinéma, ont abouti à une logique que nous avons décrite comme contraignante parce que les cinéastes, et en l'absence d'investissements privés et d'une légitimité en voie directe, celle des guichets- sont demeurés, dans la tendance lourde, dépendant de l'aide de l'état. Le cinéma qui était au cœur de la stratégie médiatique du nouvel état national a été relégué avec la mise en place de la télévision nationale.

Libre de tout impératif de productivité et fabriqué par des « intellectuels » engagés dans la même perspective que le jeune état et prolongeant ses interrogations, les cinéma culturel, un cinéma d'auteur et de réflexion où il n'y avait pas de place pour les scénaristes.

Représentant la frange cultivée, défendant un point de vue et délivrant un message social, le cinéaste se devait de prendre en charge lui-même cette étape décisive.

La libéralisation du secteur au début des années 80, marquée par la création d'un fonds public pour la subvention du cinéma national est un véritable tournant. Des producteurs privés vont pouvoir faire leur entrée dans le champ d'où les discours fédérateurs, comme les associations, sont en plein reflux.

L'arrivée de financeurs étrangers, dans un contexte européen marqué par l'ouverture de l'audiovisuel et dans un contexte mondial « globalisé », marqué par la bataille pour la diversité culturelle, allait profiter au cinéma tunisien. Une logique plus négociée s'installe. Le scénario gagne en importance : les bourses d'aide au développement et les subventions imposent une nouvelle figure, celle du scénariste consultant et du coscénariste.

Ces subventions sont aussi, comme nous l'avons montré, une source de polémique, puisqu'il semble que les choix des financeurs se portent sur des thèmes et des sujets particuliers qui finissent par fonctionner comme norme esthétique opérant, pour certains cinéastes, comme une opportunité d'entrée dans le champ.

On assiste aujourd'hui à un reflux des financements étrangers qui s'ajoute à une crise du public. Ce dernier, et pour différentes raisons, se détourne du cinéma.

L'Etat, par le biais, de la commission d'aide occupe la position centrale de la filière et négocie avec une multitude d'opérateurs privés qui existent grâce à lui.

Mais, peu sont ceux qui ont profité de la nouveauté numérique pour entreprendre en dehors des circuits « classiques ». La figure du cinéaste-auteur reste dominante et le profil des cinéastes n'évolue pas.

Les nouveaux arrivants revendiquent très rarement une quelconque appartenance.

Trois modes de figuration du protagoniste sont venus s'articuler à ses logiques.

Un protagoniste en recherche de conjonction et motivé par le devoir participe comme le cinéaste et l'intellectuel à construire la narration du fait national. Nous sommes dans le cadre du grand récit fédérateur.

Les années quatre vingt et quatre vingt dix voient émerger une figure qui se détourne du devoir, interroge le récit édifiant et s'inscrit dans des programmes narratifs où la quête est plus abstraite et le sentiment tonal est tragique. La qualification psychologique est fragmentée alors qu'elle était quasi absente des premiers scénarios où il s'agissait de travailler à l'intérieur d'un catalogue fini de personnages-types.

La troisième figuration est une forme en gestation. Car si les deux premières sont assez clairement définies et continuent à des niveaux différents à influencer plusieurs scénarios actuels (dont certains sont des mélanges incertains de formules et de figures supposées efficaces), les caractéristiques du protagoniste des nouveaux scénarios, ne constituent pas encore une tendance lourde. Mais on peut à présent établir certains éléments distinctifs qui sont : le relâchement des références et des adhésions sociales, le caractère incommunicable de l'expérience en termes de partage, et l'inscription dans le régime du vouloir.

Les histoires tunisiennes risquent-elles de s'isoler de la société qui trouve, de nouvelles images dans les fictions télévisuelles plus velléitaires ?

L'importance du cinéma tunisien réside dans sa définition comme cinéma culturel. Ses histoires les plus marquantes, écrivent un récit artistique de la nation et disent souvent dans leurs hésitations, leur fragilité ou leur force, le contexte social de leur production.

Il y a à côté de l'histoire anecdotique ou chronologique de ce champ quelque chose qui s'écrit en filigrane, de film en film, un espace d'où on pourrait définir un cinéma national : un réseau intertextuel (Lagny). Tissage de thèmes, de figures et de tonalités, il crée de scénario en scénario, de per-

sonnage en personnage, un récit ou un contre-récit, des interrogations et des adhésions...

Obligé de composer avec le déficit de ce que Pierre Haffner appelle une force pratique, c'est-à-dire économique, le champ cinématographique tunisien devra à chaque fois inventer de nouvelles formes et de nouvelles figurations pour jouer son rôle d'activateur de l'espace public. C'est de cette fonction qu'il tire sa légitimité.

La communication politique via Internet : Quel modèle de relation entre émetteur et récepteur ?

Présentée par : Chaouki Aloui

Dirigée par : Dr. Abdelkarim Hizaoui

Sur la base du débat théorique sur l'apport du « Réseau des Réseaux » au rétablissement de la bi-directionnalité de la communication politique entre « émetteur » et « récepteur » grâce au potentiel interactif d'Internet, dans ses deux générations web classique et web social, nous nous sommes interrogés, dans la problématique de cette recherche, sur la nature du modèle de communication qui régit le rapport émetteur-récepteur dans les sites web et les pages facebook des partis politiques tunisiens.

Nous avons posé deux hypothèses de travail pour répondre, momentanément, à cette interrogation centrale.

- L'usage d'Internet par les partis politiques tunisiens ne fait que reproduire les modèles classiques de la communication politique tels que définis par le politologue Français « Gilles Achache » (1989) à savoir « le modèle dialogique » basé sur la théorie habermassienne de l'espace public, « le modèle propagandiste » ou vertical (top-down), « le modèle de marketing politique » basé sur « la segmentation et le ciblage » et le « marketing viral » sur le plan stratégique, et sur le « triangle d'or » du marketing politique, (Roland Cayrol 1986), (sondages / publicité / télévision), sur le plan instrumental. Il s'agirait, ici, de déterminer le modèle dominant ainsi que les proportions dans lesquelles il coexisterait, sur le web classique et sur le web social, avec les deux autres modèles classiques.

- Le même usage d'Internet par les partis politiques tunisiens favoriserait, grâce aux caractéristiques interactives du réseau, l'émergence d'un nouveau modèle de communication, que nous baptisons « modèle participatif » qui s'ajouterait ou bien se substituerait aux modèles classiques en affranchissant le récepteur de son statut de dépendance vis-à-vis de l'émetteur. Ces modèles cantonnaient le premier à réagir ou à interagir avec les messages du second, possibilité déjà existante dans les modèles

dialogique et de marketing. Le web participatif favoriserait, ainsi, l'initiative du récepteur dans le processus de communication en lui permettant de prendre la parole pour poser, en premier lieu, les sujets du débat public et de les discuter avec l'émetteur certes, mais aussi avec les autres récepteurs.

Après un large tour d'horizon théorique des modèles classiques de la communication politique et de l'apport éventuel d'Internet à ce sujet ainsi que des pratiques de la communication politique par le biais de l'Internet dans le monde occidental, nous avons procédé à l'analyse des sites web et des pages facebook de 7 partis politiques tunisiens (Nidaa Tounès, Ennahdha, le Front Populaire, le Congrès pour la République, l'Union Patriotique Libre, le Front Démocratique pour le Travail et la Liberté et le Courant Démocratique), qui constituent la tête de peloton du paysage partisan de l'après-révolution, selon les sondages d'opinion, mais qui possèdent à la fois un site web et une page facebook, et ce sur une période de deux semaines s'étalant entre le 18 mars et le 1er avril 2014.

Les principaux résultats de cette analyse peuvent être ramenés aux points suivants :

- Au niveau des sites web

L'analyse de la fréquence d'apparition des critères de chaque modèle a démontré que le modèle propagandiste (englobant toute « entrée » de l'émetteur (ou des partis) qui ne soit pas assujettie à un commentaire ou à toute autre forme de réaction ou d'interaction de la part du récepteur), est prépondérant dans les sites des sept partis politiques tunisiens de l'échantillon. Le pourcentage moyen des indices du modèle propagandiste pour l'ensemble des partis a atteint 72,54%. Si l'on tient compte du fait que les « entrées » sous forme de vidéo, comptabilisées dans les indices du modèle marketing (20%+), et celles renfermant un ou plusieurs arguments (6,25%), comptabilisées dans les indices du caractère rationnel du modèle dialogique, n'ont pas, elles aussi, fait l'objet d'interaction avec le récepteur du fait de l'absence de tout espace de commentaire, de blog interne ou de forum de discussion, on pourrait alors dire que la totalité du contenu des sites web des partis est de nature propagandiste.

- Les indices du modèle de marketing politique viennent en 2ème position (20,85% en moyenne). Mais ce pourcentage est essentiellement dû à l'usage de vidéos par les sept partis. Les autres indices du modèle marketing (« le ciblage et la segmentation » et « le marketing viral » pour la dimension

stratégique, les sondages d'opinion et la publicité politique, pour la dimension instrumentale), étaient quasiment absents.

- La moyenne des indices du modèle dialogique n'a pas dépassé, quant à elle, les 6,58% et elle est entièrement attribuable au « caractère rationnel » (usage d'arguments). Les caractères « interactif » et « pluraliste » étaient totalement absents du fait de l'inexistence de possibilité de commentaire ou de forums de discussion ou encore de blogs internes, retenus comme indices du modèle dialogique.

- Il va sans dire que les indices du modèle participatif (initiative de prise de parole par le récepteur, introduction (dans les commentaires du récepteur) de nouveaux sujets de débat indépendamment des sujets traités par l'émetteur, et discussion entre les émetteurs eux-mêmes) sont tout simplement nuls.

- Au niveau des pages facebook

- C'est le modèle de marketing politique qui prédomine avec un pourcentage moyen pour l'ensemble des sept partis de 94.63%. Ce pourcentage, très élevé, revient essentiellement à l'usage très fréquent de la part des récepteurs des deux indices du « marketing viral », à savoir « j'aime » et « partager ». L'autre critère du marketing politique stratégique, « la segmentation et le ciblage », est quasiment absent.

Au plan instrumental, les sondages d'opinion sont tous aussi absents. Tandis que la publicité politique, représentée ici par des annonces d'activités à venir des partis, a enregistré un très faible taux de présence. Cependant, l'usage des vidéos est très fréquent dans les pages facebook de chacun des partis de l'échantillon.

- Les indicateurs du modèle dialogique, viennent, très loin, après ceux du modèle marketing, avec un taux moyen de 3,87% pour tous les partis. L'essentiel de ce taux est dû aux commentaires des récepteurs sur les entrées de l'émetteur qui s'abstient, pour sa part, d'y répondre sauf à deux rares exceptions près (une fois dans la page de « l'Union Patriotique Libre » et une autre dans la page du « Courant Démocratique »).

En plus du « caractère interactif », l'analyse montre une assez forte présence du « caractère pluraliste », entâchée, dans certains cas, de commentaires diffamatoires.

Le taux du « caractère rationnel », mesuré à travers l'existence d'arguments dans les entrées des émetteurs (les partis) et des récepteurs, est assez faible et varie entre 0% et 6,25% pour les premiers et entre 0% et 9,52% pour les seconds.

- La présence du modèle participatif, mesurée par le biais des indices de l'initiative de prise de parole du récepteur, l'introduction, par celui-ci, de nouveaux sujets de débat indépendamment des sujets traités par l'émetteur et les discussions inter-récepteurs, ne dépasse pas en moyenne 0,72%, avec l'absence totale du premier indice (initiative de prise de parole par le récepteur) du fait que l'émetteur ne le permet pas.

- Notons enfin, que la présence du modèle propagandiste est nulle dans l'ensemble des sept pages facebook puisque toutes les entrées de l'émetteur ont fait l'objet soit de commentaires soit de clics sur les boutons « j'aime » ou « partager ». Nous estimons que cela est dû à la structure des pages facebook beaucoup plus qu'à une volonté des partis concernés qui se sont efforcés, au contraire, à contourner la « dialogicité » structurelle de facebook par différents moyens détournés dont la non réponse aux commentaires des récepteurs ou encore par le fait de ne pas leur adresser la parole directement en se suffisant, la plupart du temps, d'insérer des « entrées » copiées dans les journaux (articles de presse) ou dans les chaînes de radio et de télévision (vidéos).

Pour répondre à la problématique et aux hypothèses de la recherche, l'on pourrait dire que le modèle qui régit la relation émetteur - récepteur adopté par les partis politiques tunisiens dans leur communication par le biais d'internet est un modèle hybride où coexistent les modèles classiques de la communication politique avec une faible présence du « modèle participatif ».

Sur le web classique (sites web), c'est le modèle propagandiste qui l'emporte largement (72,45%), suivi par le modèle de marketing (20,85%). Arrive, en troisième position, le modèle dialogique (6,58%) dans sa dimension rationnelle (usage d'arguments) mais en l'absence des deux autres côtés du triangle, à savoir la dimension interactive et la dimension pluraliste.

Le modèle participatif est totalement absent (0%) des sites web partisans tunisiens.

Sur le web social (facebook), le modèle marketing, quasiment réduit à sa dimension virale, arrive en tête de peloton (94,63%), très loin devant le modèle dialogique (3,87%) où l'on retrouve, cette fois, une forte interactivité de la part des récepteurs par le biais de leurs commentaires nombreux, pluralistes et peu rationnels mais auxquels les émetteurs s'abstiennent de répondre.

Le modèle participatif, basé sur l'initiative du récepteur, fait irruption sur le web social mais dans des proportions très faibles (0,72%) que l'on

doit aux commentaires inter-récepteurs et à l'introduction de nouveaux sujets dans les commentaires. L'initiative de prise de parole, troisième indice de ce modèle, n'est quasiment pas permise par les pages des partis politiques tunisiens.

L'on pourrait donc affirmer que les partis politiques tunisiens reproduisent les modèles classiques de communication politique (dialogique, propagandiste, et de marketing) en les faisant coexister tantôt en faveur du modèle propagandiste sur le web classique, tantôt en faveur du modèle de marketing, version virale, sur le web social. Le quatrième modèle, participatif, lié à l'usage d'Internet est complètement absent des sites web et assure une très faible présence sur les pages facebook.

Il est entendu que ce modèle hybride reste assez lié au contexte spatio-temporel de la recherche (un échantillon des partis politiques tunisiens, période d'analyse limitée dans le temps, contexte socio-culturel tunisien...) et gagnerait à être vérifié en élargissant l'analyse à d'autres partis, en d'autres périodes et dans d'autres pays...

Signalons, toutefois, que ces résultats recourent par certains aspects, les grandes lignes des résultats de certaines recherches conduites en occident, exposées dans la deuxième partie de notre travail. Ces recherches montrent, en effet, que le modèle propagandiste (au sens top-down) est hégémonique sur les sites web des partis politiques (Serfaty 2003 et Vedel 2003) alors que le modèle de marketing ou de « War Rooms » (Vedel 2009), utilisé notamment par Barack OBAMA dans sa campagne électorale de 2008, considérée comme étant une référence en matière de mise en œuvre des réseaux sociaux en communication politique, l'emporte largement sur le web dit social.

Qatar et la chaine Al-Jazeera : les valeurs et les références fondatrices

Une étude analytique de la couverture médiatique d'Al-Jazeera des deux révolutions Tunisienne et Egyptienne

Présentée par : Rachid Abdullah Yafiai

Dirigée par : Dr. Abdelkarim Hizaoui

L'objectif de cette étude intitulée « Qatar et la chaine Al-Jazeera : les valeurs et les références fondatrices, une étude analytique de la couverture médiatique d'Al-Jazeera des deux révolutions Tunisienne et Egyptienne » est de décortiquer les relations entre Al-Jazeera et l'état de Qatar et sa politique étrangère et l'identification de leurs liens étroits qui ont influé sur la ligne éditoriale de la chaine pour qu'elle soit en harmonie avec l'agenda de l'Etat qatari.

Nous nous sommes interrogés dans cette étude sur la problématique suivante : Quelles sont les valeurs professionnelles et les orientations politiques et idéologiques qui ont inspiré Al-Jazeera dans sa couverture des révolutions tunisienne et égyptienne. De cette problématique, dérive deux suppositions : La première : Vu le non respect du code de la déontologie professionnelle, le contenu des programmes d'information d'Al-Jazeera s'est illustré par l'absence d'objectivité et d'équilibre dans sa couverture médiatique des deux révolutions. La deuxième supposition : la ligne éditoriale d'Al-Jazeera est définie en fonction des intérêts de la politique étrangère de Qatar ainsi que ses orientations idéologiques.

Vu la nature de l'objet de notre étude et l'analyse des documents qu'il a suscités, qui soulève des questions sur la situation actuelle et un retour pour un approfondissement sur le phénomène d'Al-Jazeera et pour obtenir des résultats précis qui répondent aux questions posées, nous avons utilisé dans la recherche, la technique d'analyse du contenu afin d'analyser les échantillons des bulletins d'information de la chaine Al-Jazeera ainsi que le suivi en directe de ces bulletins.

Cette étude a identifié la ligne éditoriale de la chaîne Al-Jazeera durant sa couverture des deux révolutions à travers des bulletins d'informations « Hasad Al Yawm » et Al Hasad Almagharibi » du 7 décembre 2010 au 14 janvier 2011 pour la révolution tunisienne et du 25 Janvier au 11 février pour la révolution égyptienne...

Pour s'assurer de la validité des objectifs de l'étude et pour tenter de répondre aux questions soulevées par l'étude analytique, le chercheur s'est basé sur le Programme Statistique pour les Sciences Sociales. Le chercheur a utilisé dans ce cadre les éléments statistiques relatifs aux fréquences, pourcentages et tableaux croisés.

Nous avons conclu dans cette étude que la chaîne Al-Jazeera n'a pas respecté la charte professionnelle et le code de conduite spécifique aux chaînes Al-Jazeera et a violé la plupart de ses recommandations dont l'objectivité et l'équilibre. La chaîne a eu recours à la désinformation dans sa couverture des deux révolutions

En outre, la ligne éditoriale d'Al-Jazeera est établie pour servir les intérêts de la politique étrangère de Qatar et ses orientations idéologiques.

Les conclusions de cette étude ont démontré les relations de la chaîne que ce soit avec le mouvement Ennahdha en Tunisie ou les frères musulmans en Égypte (l'islam politique) en fonction des orientations religieuses de l'État de Qatar et sa politique étrangère .

Communication publique.

Ancrage des TIC dans l'organisation

Etude de cas l'administration tunisienne

Présentée par : Sameh Ben Jeddou

Dirigée par : Dr. Fabienne Martin-Juchat et Dr. Moncef Ouannes

L'administration tunisienne vit des transformations considérables au niveau de ses moyens de fonctionnement et de gestion dues à l'implantation générale des TIC dans son mode d'organisation. À l'heure où de nombreuses équipes se mobilisent pour organiser ou pérenniser cette implantation dans leur structure, il nous paraît intéressant de faire un état des lieux de l'existant sur les TIC et les différentes modalités d'évolution.

Notre recherche se focalise plus exactement sur l'analyse du processus du changement organisationnel engendré par les technologies d'information et de communication dans l'organisation. Les TIC en tant que moyen de communication et d'information à l'intérieur de l'organisation ont suscité notre curiosité scientifique. Nous avons essayé, à travers quatre administrations tunisiennes, de retracer les modalités d'appropriation ou de résistance des TIC à travers une analyse méticuleuse des jeux d'acteurs, des formes de perception des TIC pour comprendre par la suite les différentes formes d'usages des TIC et les attitudes des salariés envers ce nouveau modèle d'organisation dans l'administration tunisienne.

Le discours promotionnel sur les TIC en Tunisie, soutient l'idée, selon laquelle, ces outils contribueraient à l'amélioration des conditions de travail et à l'accroissement de la productivité des salariés. Ce discours «prophétique», nous allons le confronter à la réalité de l'administration tunisienne et aux usages réels des salariés. Usages «réels» et usages «prescrits», un écart perceptible dans l'administration tunisienne digne d'analyse et d'approfondissement.

Mots clés : TIC - administration tunisienne – usages - administration électronique- e-gouvernement- changement organisationnel- perception- appropriation- résistance au changement.

Reproduction de guerre dans les médias arabes : Discours, représentations et références

Cas de la guerre au Liban ; juillet 2006

Présentée par : Chahira Ben Adballah

Dirigée par : Dr. Saloua Charfi

Notre recherche a traité le discours des médias arabes relatif à la guerre Israélo-libanaise (Juillet 2006), considérée comme l'une des plus récentes crises arabes qui décrit l'histoire du long conflit Israélo-arabe et qui s'entrelace avec les proportions territoriales et internationales ainsi que les programmes géopolitiques ciblés pour le Moyen-Orient qui ont suivi, surtout, les événements du 11 septembre 2001.

Cette recherche s'inscrit dans la théorie du discours qui examine le texte en tant que producteur d'une nouvelle réalité selon les perceptions du locuteur, ses arguments et ses références, ceci, en s'appuyant sur le système cognitif commun entre l'émetteur et le récepteur.

En se basant sur cette réflexion théorique, notre recherche aborde les approches cognitives des médias comme étant des outils de codage cognitifs qui réitèrent le cadrage et l'orientation des événements à travers la reconfiguration du savoir et la production de « la réalité de la réalité ». Toutes ces approches, nous font rappeler la théorie des représentations sociales. Nous investissons ces perceptions dans le traitement du rôle du discours médiatique dans la construction et l'interprétation du réel et dans l'orientation du comportement du récepteur.

Selon ces perceptions, nous avons mis au point la problématique principale de notre recherche : selon quelles stratégies communicationnelles les médias arabes ont-ils représenté la guerre Israélo-Libanaise en 2006 ? Nous avons pu délimiter le langage, les représentations ainsi que les références comme trois niveaux de recherche. Nous avons déterminé, par conséquent,

les techniques d'analyse qui permettront de tester nos hypothèses. Ces techniques sont les outils d'analyse pragmatique du discours : analyse des modalités discursives, analyse du processus d'argumentation, analyse actancielle et analyse des références de l'interlocuteur. À cela s'ajoute l'étude du choix des mots, de la nomenclature et de la stratégie informationnelle.

Conformément à la logique de l'approche pragmatique dont le contexte est considéré comme son fondement essentiel, nous avons mis l'évènement de la guerre dans ses contextes historiques et politiques.

Dans ce cadre, nous avons procédé à une approche documentaire qui sert à dévoiler les causes explicites et implicites de la guerre ainsi que ses conséquences matérielles et politiques.

Après avoir défini les concepts de la recherche et notre approche descriptive qui décrit le rôle des médias dans la couverture des crises et des guerres, nous avons examiné notre échantillon selon les niveaux d'analyse déjà mentionnés. Notre échantillon se présente sous forme d'un certain nombre d'articles extraits du site de résistance islamique (www.moqawama.org) et des journaux arabes quotidiens : journal égyptien «Al-Ahram», journal saoudien «Achark Al-Awsat» et le journal libanais «Annahar».

Dans la présente analyse, nous avons dépassé la structure textuelle de ces articles pour aboutir à une structure performative et pragmatique. Nous avons traité le discours comme un système reproduisant l'évènement à travers la corrélation du langage, communication et savoir. En d'autres termes, il s'agit de la combinaison linguistique et cognitive à travers laquelle l'évènement s'est manifesté et ses déterminants contextuels ont été reproduits.

Nous avons essayé d'extraire les implicites cognitifs et communicationnels que le corps linguistique du discours de la guerre contient. De même, nous avons tenté de dégager la dimension perceptive du sens généré par ce discours en s'appuyant sur le système intellectuel et idéologique qui recouvre le savoir partagé entre le producteur du texte et le destinataire.

L'interaction entre les structures textuelles de l'évènement et les structures profondes du contexte génère un certain nombre de déductions. La déduction la plus importante est la suivante : chaque discours se sert de la guerre pour faire passer des messages politiques visant à consacrer la légitimité d'une attitude et d'une orientation politique et idéologique particulière et à réfuter la légitimité d'une attitude contrevenante. Chaque discours a été basé sur la logique manichéenne qui construit l'identité du soi et embellit

son image en profanant l'identité et l'image de l'autre. Cette logique est fondée sur une stratégie de différenciation entre l'ennemi et l'allié.

Elle repose sur des critères valeureux qui établissent un discours à bipolarisation entre les partisans de la résistance islamique et ses opposants.

Ainsi, nous avons conclu que chaque discours est organisé de point de vue linguistique, argumentatif et cognitif en vue d'incarner l'image de l'autre et non pas l'image de la guerre. Il est devenu clair que la guerre n'était pas l'objet d'échange cognitif autant que c'était un contexte pour le faire stratégique qui engage le pari identitaire et exclut le pari cognitif communicationnel. La guerre était un cadre pour créer un consensus autour d'une thèse qui s'identifie avec la position et l'orientation de l'acteur politique ou du fondateur, que les médias transmettant le discours de guerre, lui sont reliés.

Cette idée reçoit l'approbation de l'aspect autoritaire et unilatéral qui a caractérisé le discours des médias arabes. C'est un discours qui se sert de la guerre pour reproduire l'autorité et légitimer ses orientations.

Sur la base de la capacité des médias arabes quant à l'utilisation de la force performative de la langue qui se sert des orientations de l'autorité politique ou idéologique, nous nous interrogeons, à l'issue de cette recherche, sur la possibilité d'utiliser la langue pour commercialiser une image ostensible des affaires et des crises arabes au récepteur arabe et à l'opinion publique mondiale sans pour autant se contenter des prémisses subjectives et territoriales et ceci par l'engagement dans la guerre des idées et des terminologies permettant l'ajout d'un caractère universel, humain et institutionnel à ces affaires.

En outre, nous avons valorisé les techniques d'analyse pragmatique du discours dans le dévoilement, d'une part, des finalités implicites du locuteur et ses stratégies communicationnelles et d'autre part de la langue dans le discours médiatique comme étant un outil pragmatique, par excellence, qui exerce sa fonction pragmatiste pour reproduire la réalité.

Les déterminants de la production des émissions de la chaîne d'information Al-Jazeera Entre innovation technologique et exploitation médiatique

**Présentée par : Mongi Mabrouki
Dirigée par : Dr. Moncef Ouannes**

Cette thèse s'inscrit dans le cadre de l'analyse des facteurs qui influencent la performance et les orientations d'Al-Jazeera comme chaîne d'information parabolique en langue arabe. Son objectif est d'étudier les conditions et le contexte de la genèse et du développement de cette chaîne, et d'analyser l'impact de ces facteurs sur son identité. Nous considérons que le contexte et les conditions de la naissance s'articulent autour de trois dimensions :

La première concerne le contexte mondial, défini au cours des années quatre vingt dix du siècle dernier, par la mondialisation .Celle-ci était marquée par l'hégémonie des Etats Unis d'Amérique sur les plans stratégiques : politique, militaire et économique ; elle s'était appuyée sur la révolution des technologies de l'information et de son interférence horizontale avec les domaines mentionnés.

La deuxième dimension concerne le contexte Arabe en général et celui des pays du golfe en particulier marqué par l'ensemble des changements et contraintes qu'avait connu la région qui souffrait alors de faiblesse, de déclin et de manque de souveraineté ainsi que de l'absence d'un projet d'intégration panarabe

La troisième dimension concerne le contexte national de Qatar marqué par ses conditions de changement interne et ses efforts de positionnement dans la région. Ainsi le projet de Qatar vise à surmonter les conditions de

sa faiblesse interne et à échapper aux risques qui menacent la région, tout en assumant des rôles extérieurs dans lesquels se confondent le penchant patriotique et la tutelle extérieure.

La présente thèse tente à étudier les conséquences directes et indirectes de ces contextes sur la genèse d'Al-Jazeera comme chaîne qui a sa mission, ses choix et orientations.

Nous avons opté pour que la problématique de cette thèse s'articule, autour d'une étude quantitative et qualitative selon une approche critique. Ainsi, nous avons traité en tout premier lieu tout ce que la recherche documentaire nous a permis de recueillir comme données et statistiques contenues dans des centaines d'études, de recherches, de sondages d'opinions et autres. En outre, nous avons eu recours à l'observation sur le terrain, au suivi régulier de la programmation d'Al-Jazeera et aux visites effectuées à son siège central et à certains de ses bureaux dans des pays arabes. Pour ce qui est de l'étude quantitative, nous avons opté pour une approche descriptive et analytique par le biais de 15 entretiens avec les acteurs les plus importants d'Al-Jazeera notamment les responsables, les producteurs présentateurs. Nous avons utilisé également un questionnaire qui a été distribué à un échantillon de 120 membres du personnel de la chaîne Al-Jazeera.

Les résultats les plus importants de cette thèse ont montré qu'Al-Jazeera a bénéficié du contexte de sa création à l'échelle nationale, régionale et internationale ; Et que les autorités Qatariennes lui ont fourni toutes les conditions de succès afin qu'elle s'oriente vers le monde arabe, et suscite le plus d'intérêt et qu'elle jouisse du plus haut degré de liberté possible. C'est ainsi que la propriété et le financement ont eu pour contre partie de faire profiter le Qatar de l'excellence de la chaîne, de son succès, et de son influence. La chaîne d'Al-Jazeera a paru acceptable sur le plan de l'objectivité et l'indépendance durant sa première décennie, mais tout en s'abstenant toutefois de critiquer les affaires internes du Qatar et tout en continuant à adresser des critiques aux autres régimes arabes concernant notamment la corruption politique et économique et la réforme chancelante.

Mais, c'est avec le déclenchement des «révolutions arabes» qu'Al-Jazeera a montré une sorte de partialité flagrante surtout dans les cas libyen, syrien et Bahreïni. Cette partialité s'est manifestée par une opposition aux régimes et un soutien aux «rebelles» au point de devenir une partie du conflit dans le cas des deux premiers pays ; alors que cette position était différente dans le cas Bahreïni, car elle était plutôt en accord avec la position officielle du

Bahreïn et des pays du Golfe. Dans les deux cas, la position d'Al-Jazeera était complètement conforme avec la position du Qatar, mais contraire à ce qu'elle fut lors de la première période de son expérience pendant laquelle la chaîne avait montré son indépendance par rapport à la position officielle des autorités du Qatar lors de la couverture des guerres en Irak et en Afghanistan ou des actualités de la résistance à l'occupation sioniste en Palestine et au sud du Liban.

Mots clés : La chaîne Al-Jazeera / La mondialisation et l'hégémonie / la faiblesse de la souveraineté / l'échec arabe / la corruption politique / la corruption économique / les normes professionnelles / l'innovation technologique / des programmes de débat / la couverture des actualités / la neutralité / l'indépendance / l'impartialité / l'objectivité.

Réseaux sociaux numériques et engagement citoyen

Etude de cas de la promotion des comportements civiques et écologiques sur facebook en Tunisie

Présentée par : Imen Ben Youssef Khrouf

Dirigée par : Dr. Abdelkrim Hizaoui,

Internet devient aujourd'hui le berceau de nouvelles formes d'engagement. Derrière leurs ordinateurs, de nouveaux militants font circuler des idées, nourrissent des débats et tentent de changer la face du monde. Facebook constitue un outil qui permet la création de réseaux sans contrôle centralisé, au fonctionnement décloisonné, aux communications horizontales, avec un principe de prise de décision basé sur le consensus.

Internet donne la possibilité de s'exprimer, de soutenir une cause, de militer sans nécessairement faire partie d'un parti, d'un syndicat ou d'une association. L'émergence de nouveaux moyens d'expression répond à un besoin réel dans une société où l'information libre et où la communication collective jouent un rôle de plus en plus important. Cette tendance est révélatrice d'un mouvement plus général s'appuyant sur la technique et les technologies issues d'Internet. « L'engouement populaire pour les blogs et la masse de plus en plus nombreuse d'internautes sur les réseaux sociaux témoignent d'une évolution marquée vers les médias participatifs, dont l'individu est au cœur, pour communiquer et informer ». (De Rosnay, 2006)

Les réseaux sociaux numériques réinventent l'engagement citoyen. Avec des outils comme Facebook ou Twitter, la relation classique entre le politique et les citoyens est bouleversée. Les réseaux sociaux faciliteraient la collaboration entre les gens, les démunis ou les minorités qui pourraient ainsi se coordonner pour faire entendre leurs voix. En effet, l'usage des réseaux sociaux numériques permet d'assurer un capital de sympathie plus important pour la cause écologique et civique et d'assurer une couverture pour cette cause afin

d'étendre le potentiel de mobilisation. Les réseaux sociaux numériques permettent la diffusion d'information et la coordination de l'action collective afin d'attirer l'attention sur la cause écologique et mobiliser l'opinion publique. Les internautes anonymes qui se mobilisent à travers les pages Facebook valorisent des objectifs précis, ponctuels et s'inscrivent directement dans leur quotidien.

A travers l'engagement citoyen et la promotion du comportement civique et écologiste sur les réseaux sociaux numériques, les citoyens souhaitent se positionner « par rapport à des questions qui comptent » (Taylor, 1994). L'engagement citoyen est lié à des problèmes qui concernent les internautes directement dans leur vie quotidienne. L'usage du réseau Facebook dans le cadre de l'engagement écologique marque la genèse d'une communication de proximité qui s'inscrit dans le quotidien vécu par ces activistes. La teneur principale de ce type de participation traduit une nouvelle conscience citoyenne.

Cette recherche a démontré que la mobilisation citoyenne pour la promotion de comportements civiques et écologiques sur les réseaux sociaux numériques suppose une coopération et une entente avec les pouvoirs en place. L'engagement citoyen sur Facebook doit être supporté par des actions concrètes menées conjointement avec d'autres protagonistes pour être réellement efficace.

Mots clés : Réseaux sociaux numériques, usage, engagement citoyen, promotion des comportements civiques et écologiques.

Médias des minorités au Maghreb Arabe et leur rôle dans l'édification d'un espace public

Présentée par : Amin Ben Messaoud

Dirigée par : Dr. Jamel Zran

On a essayé tout au long de la thèse d'examiner le rôle des medias amazighs au sein du grand Maghreb, à voir le Maroc l'Algérie et La Tunisie, dans l'édification d'un espace public basé sur les principes du dialogue argumentatif, rationnel, et fondé sur la multiplicité des acteurs politiques et sociaux.

Espace public tel qu'il est conçu par Jürgen Habermas dans sa thèse intitulée « L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise », où il a incarné le paradigme de l'espace public dans les sciences humaines et l'histoire des idées philosophiques comme étant l'intermédiaire symbolique entre la société et l'Etat.

En se basant sur une approche quantitative et surtout en ayant recours à la technique analytique de contenu, la thèse a œuvré à traiter trois dimensions principales dans le paradigme de l'Espace public, qui sont:

- L'attention médiatique des medias dites amazighs aux questions générales et aux problèmes d'intérêts communs.
- La multiplicité de la présence des acteurs politiques et sociaux dans les contenus informatifs.
- Ethique de la discussion argumentative.

Pour le premier pilier du paradigme qui est celle de l'attention aux questions générales on a constaté trois grandes résultats concernant la télévision amazigh marocaine qui sont:

- A. La primauté des aspects de divertissement par rapport à la quasi-invisibilité des questions politiques et civiles.
- B. La focalisation sur la fonction éducative et culturelle plus que la fonction informative.

C. La couverture médiatique des questions d'actualité et d'ordre général, se base sur le journalisme de transmission et non pas selon le journalisme d'investigation.

Concernant la présence des acteurs socio-politiques on a conclu que les contenus informatifs consacrent une place émanant à l'acteur officiel (roi et gouvernement) , à la fois dans le niveau espace-temps ou dans l'ordre des bulletins ou dans les rôles positifs, ce qui nous autorise à conclure que le canal est plus proche du media gouvernemental que du media de service public.

Pour l'éthique de la discussion, la recherche a su démontrer que les débats télévisés sont souvent à côté des principes de rationalité et de l'argumentation.

En ce qui concerne la télévision amazigh algérienne dite « la quatrième » et son apport à l'édification d'un espace public habermassien , la recherche a dévoilé trois points essentiels qui sont:

- Manque d'attention aux questions politiques (un seul programme) et aux questions économiques et sociales, contrairement à l'intensification apparente du contenu médiatique du patrimoine amazigh ce qui rend la fonction principale celle de la « folklorisation » de la question amazigh et non pas la médiatisation des sujets amazighs.
- Les contenus informatifs du canal 4 fonctionnent selon l'équation suivante la focalisation sur l'acteur exécutif et mettre l'accent sur la personne du Président de la République, en contrepartie la marginalisation de l'acteur amazigh, même si les nouvelles sont fournies en dialecte amazigh.
- L'argumentation dans les débats télévisés figurant dans le corpus, n'est pas liée étroitement à la rationalité et à la logique mais bien au contraire il s'agit dans plusieurs cas d'« une argumentation d'instinct ».

Finalement, pour les pages amazighs tunisiennes dans les réseaux sociaux « Facebook », on peut déduire qu'elles sont clairement étiquetées avec deux grands aspects, « l'exclusion » d'une part et « le nationalisme amazigh » d'une autre part.

Et de toutes les façons, le dogmatisme ainsi que le rejet à l'égard de l'autre se contredisent par rapport à l'approche Habermassienne de l'Espace Public incarné sur le respect mutuel et l'échange des idées et des opinions. Dans ce stade, il semble que les pages Amazighs tunisiens

œuvrent à la médiatisation de la stigmatisation fournie par «l'idéologie et la démagogie», tandis que les contenus informatifs des médias Amazighs algériens et marocains s'enregistrent dans le contexte de la médiatisation de « l'anthropologie »...

Ce pendant, si l'enjeu cognitif, intellectuel, culturel, historique et ethnique est le chemin de l'idéologie vers la médiologie, la passation de l'anthropologie vers le « vidéologie » passe immédiatement par le traitement des sujets actuels à vocation publique et par la présence adéquate des acteurs politiques et sociaux et la bonne conduite des débats télévisés basés sur l'éthique des discussions.

Stratégie communicationnelle du discours de négociation

Processus de négociation palestino-israélien

Présentée par : Hayet Chamtouri

Dirigée par : Dr. Saloua Charfi

Nous avons essayé à travers cette recherche ayant pour titre « Stratégie communicationnelle du discours de négociation : Processus de négociation palestino-israélien », de répondre à notre problématique comprenant les interrogations suivantes :

Qu'est ce que la stratégie communicationnelle du discours de négociation ? Quels sont les mécanismes d'élaboration de ce discours et les fondements de sa stratégie communicationnelle ? Comment chaque négociateur se présente pour convaincre et comment présente-t-il l'autre partie ? Quels sont ses buts et ses attentes ? Chaque partie-négociatrice a-t-elle réussi à promouvoir ses représentations et à y convaincre sa cible ?

En essayant de répondre à cette problématique, on est parti des hypothèses suivantes : La première étant que le discours israélien est figé et rude puisqu'il avance les mêmes slogans et les mêmes positions sans pour autant se baser sur des faits et réalités qu'exigent les relations et intérêts d'ordre territorial et autoritaire. Il reflète la position « intransigeante » d'Israël qui découle de sa domination sur le terrain et de sa conviction que le jeu politique est soumis à la logique de la force et non pas à la légitimité et aux principes équitables étant donné que la fin justifie le langage de force adopté.

La deuxième consiste à dire que le discours palestinien manque de planification et ne dispose pas d'une stratégie communicationnelle claire et bien définie dès le départ mais qui est déterminée en fonction des événements. Ce discours reflète un manque de performance du négociateur palestinien en matière de négociation et de conviction car ses représentations, références et arguments manquent de clarté.

La troisième consiste à dire que le discours des deux négociateurs est dépourvu d'arguments et de conviction. Quant à la dernière hypothèse, elle consiste à dire que chaque négociateur change ses représentations relatives à son « partenaire » au processus de paix, en fonction du contexte et des résultats des négociations ainsi que de leurs progrès. Ainsi, chaque partie a œuvré à améliorer son image et donc promouvoir ses représentations et réussir sa propagande.

Afin de répondre à notre problématique et retenir la bonne hypothèse, nous avons adopté dans une première étape une démarche historique afin d'identifier les contextes historiques et politiques du conflit palestinien-israélien et étudier le processus de paix et de négociation des deux négociateurs. Ce qui nous a permis de comprendre les références, la nature et les fondements de ce conflit ainsi que son évolution durant la période allant des années 90 du 20^{ème} siècle jusqu'à ce jour en fonction des positions, alliances et événements au niveau régional (moyen orient) et mondial. Dans un deuxième temps et afin de comprendre le contenu et les objectifs du discours et étant donné que l'analyse de discours et la méthode la plus appropriée pour notre problématique, nous avons utilisé l'approche pragmatique pour détecter les niveaux constitutif lexique et linguistique et sémantique de notre échantillon en se basant sur le contexte qui constitue le fondement même de l'approche pragmatique.

Nous avons utilisé la technique d'analyse actantielle qui nous a permis de définir les représentations, les idées et les positions du locuteur qu'il a voulu véhiculer à son interlocuteur. Par ailleurs, nous avons adopté la technique d'analyse d'argumentation qui nous a permis de connaître la stratégie du négociateur à travers son parcours d'argumentation qu'il a poursuivi en vue de prouver la justesse de sa thèse et sa légitimité afin d'influencer et de convaincre le récepteur.

A l'issue de ces étapes nous avons pu déceler l'ensemble des constatations suivantes qui viennent corroborer nos première, deuxième et dernière hypothèses et répondre ainsi à la problématique de notre recherche :

- Les deux protagonistes adoptent une politique communicationnelle influente basée sur l'intention d'influencer et d'orienter le récepteur et visant à lui convaincre de la thèse du locuteur. En effet, chaque partie négociatrice cherche à remettre en cause la légitimité de l'autre partie afin de gagner l'appui de l'interlocuteur quel que soit son positionnement en mettant en exergue son aspiration à la stabilité, la sécurité, la sûreté et la coexistence pacifique. Ceci indique que chaque discours

se base sur une argumentation orientée qui vise à attirer aussi bien la raison que l'affection en vue d'influencer l'affection, la pensée et la position du récepteur. C'est ce qui explique la prédominance de la stratégie de défense dans le discours du négociateur palestinien (48,88 %) et dans le discours du négociateur israélien (65,84 %).

- Les arguments réalistes représentent 93,58 % dans le discours palestinien, 95,15 % dans le discours israélien et 98,39 % dans le discours du parrain de ce processus de paix.
- La dominance de l'argumentation convaincante avec 95,62% dans le discours palestinien et avec 52,15% dans le discours israélien. Quant au médiateur américain il a adopté l'argumentation persuasive avec 67,74%.
- Le discours des deux parties inclut dans une première phase la terminologie, les valeurs et les verbes qui s'adaptent avec la nature du discours de négociation et qui sont principalement des verbes de coopération et de participation, des valeurs de paix et de sûreté et des termes puisés dans le jargon de l'espoir, l'avenir et d'une vie meilleure. Néanmoins, ces deux locuteurs ont changé les règles et les techniques linguistiques après l'arrêt des négociations à maintes reprises, et ont fait recours à la langue de manichéisme et au discours de victimisation et ce parallèlement au changement des qualificatifs, actions, valeurs et références du « partenaire ». Un changement depuis un acteur positif vers un acteur négatif.

Le négociateur palestinien

- Il a adopté dans son discours une théorie de négociation classique dans la mesure où il s'est assigné pour but principal : la réussite de la résolution pacifique du conflit et la coexistence d'un Etat palestinien avec un Etat israélien. Il a montré qu'il est prêt à tout pour faire avancer et réussir le processus de paix. C'est ce qui explique le fait qu'il accepte les résultats très modestes issus de la politique d'avancement par étapes adoptée et des pressions intérieures et extérieures. Par ailleurs, il a accepté plusieurs concessions afin de prouver la rigueur de son choix de paix avec « l'ennemi » même avec des accords minimes. Cependant, ceci n'a mené qu'à un entêtement de la partie adverse qui cherche à gagner le facteur temps et retarder au maximum la négociation des questions de fond .

- Sa stratégie communicationnelle et son discours lors de sa participation au processus de paix ont été influencés par les changements à l'échelle mondiale. En effet, ils sont passés de l'invitation à la lutte armée contre « l'ennemi violeur » pour la libération du territoire vers l'adoption de la résolution

pacifique du conflit à travers la négociation et en se basant sur le lexique du partenariat, de la coopération, des valeurs de tolérance, de modération et de coexistence pacifique. De même, la confiance à la partie israélienne qualifiée en tant que partenaire prêt à arrêter les opérations d'occupation et donc réussir le processus de paix, s'est vaporisée avec l'entêtement israélien d'où le recours à l'Assemblée Générale des Nations Unies. Il a également cherché à travers son discours à concrétiser les décisions internationales et les différentes conventions conclues dans le cadre de ce processus de paix.

Le négociateur israélien

- Il s'est basé dès le début sur une stratégie de communication et une politique de négociation claires qui visent à écarter la résolution du conflit à travers le droit international. Les négociations et les pourparlers pacifiques ne servent en réalité qu'à changer son image d'un « occupant » à celle luttant pour la paix et de coexistence pacifique tout en sapant l'esprit de résistance et de sacrifice en le considérant comme des actes terroristes. Ce locuteur adopte une stratégie qui se base sur la duperie et la malhonnêteté pour légitimer les atrocités israéliennes envers les palestiniens à travers la diabolisation du « mouvement Hamas » et son attachement en contre partie à vivre en sécurité et en paix, ce qui a pour effet de gagner l'appui de la communauté internationale. A cet effet, il a employé la langue de bois, les règles de l'intégration et de l'orchestration.

- Il a cherché à attirer l'attention de l'opinion publique mondiale à un autre acteur « l'Iran », non concerné par les négociations palestino- israéliennes, et le terrifier par sa menace en exagérant dans la description de l'extrémisme de l'Iran, de ses capacités militaires et le danger de son programme nucléaire non seulement sur toute la région mais aussi sur le monde entier. Et ce, dans l'objectif de distraire cette opinion publique et son orientation vers un acteur non impliqué dans le processus de paix et se présenter ainsi en tant que « victime » cherchant à tout prix à se protéger des nombreux ennemis et menaces qui l'entourent et donc nier les accusations et les critiques à son encontre. Ainsi, Il a essayé à enraciner l'image du « pacifiste » qui ne cherche qu'à être accepté dans la région et à y coexister pacifiquement avec ses voisins et avec les pays arabo-musulmans en général qui est son but principal. En effet, il a excellé pour atteindre cet objectif et faire convaincre le récepteur ce qui a rendu le discours israélien un discours de propagande par excellence pour cette image.

En bref, ce négociateur a cherché par tous les moyens à éloigner le processus de paix du parapluie onusien et à éviter tout recours à la légalité ou conventions internationales. Médiateur et Parrain du processus de négociation :

- Dès le début, le locuteur américain a utilisé une stratégie défensive basée sur l'équation suivante « Pas de paix sans négociation » corroborant ainsi la thèse israélienne. C'est ce qui explique l'omniprésence de cette stratégie dans ses discours (81,95 %). Ce qui reflète son agenda claire ayant pour finalité de servir ses propres intérêts dans la région ainsi que ceux de son allié d'où la concrétisation de son projet « Grand Moyen Orient ». Il a utilisé , en tant que « médiateur », la langue manichéenne basée sur la dualité du « bien » et du « mal », en tant que seul principe mondial, d'où l'usage du discours du sauveur héroïque.

- Il a promu l'image du « médiateur impartial » qui souhaite assurer le succès du processus de paix. Toutefois, son discours était loin de réussir à convaincre l'interlocuteur de ce rôle. En effet, son soutien indéniable à la thèse du négociateur israélien était flagrant.

Et c'est dans cet esprit, qu'il a cherché à relancer les négociations à chaque fois où elles piétinaient tout en poussant la partie palestinienne à accepter davantage de concessions afin de faire avancer le processus de paix ce qui sert naturellement la stratégie israélienne.

Finalement la question qui se pose serait la suivante : Est-ce que la stratégie du négociateur israélien ainsi que celle du médiateur du processus de paix connaîtront un changement suite à l'adhésion de la Palestine à la Cour Pénale Internationale qui lui permettra de porter plainte contre Israël pour crime de guerre perpétré contre le peuple palestinien ?

Où est-ce que ce changement sera au profit du négociateur israélien compte tenu de la déclaration du président US Donald Trump qui consiste à ne pas dicter une solution aux parties au conflit à qui revient la décision de la formule de règlement à adopter ? La déclaration de Trump mettra-t-elle fin à une politique américaine adoptée pendant des décennies aussi bien par les administrations républicaines que démocrates ayant consacré la solution des deux Etats comme étant la solution au conflit israélo-palestinien devenue également le fondement des efforts de paix internationaux ?

Si ce sera le cas, et avec la dissolution de cet engagement y aura-t-il la promotion de la solution d'un seul Etat ou des négociations non claires tant prônées par le négociateur israélien afin d'abandonner toute référence au processus de règlement et en particulier les résolutions des Nations Unies, d'où la négociation d'un accord entre les deux parties sera-t-elle la seule référence ?

Naissance et évolution de la presse sportive au Yémen

Conditions de production et spécificités du produit

Présentée par : Hassin Dhayfallah Aouadhi

Dirigée par : Dr. Mohamed Hamdane

L'étude se base sur une nouvelle vision de l'information et de la communication et d'une vision contemporaine du sport et démarre de l'idée que la presse sportive est devenue un phénomène social et communicatif dans l'espace public au Yémen amplifié par les journaux, spécialisés, et le nombre important de journalistes) nécessite l'étude et la discussion sur les facteurs entourant son développement et son évolution. L'étude vise à répondre à une question cruciale:

- Quelles sont les conditions historiques, politiques et sociales ayant facilité l'évolution du journalisme au Yémen? Et comment une telle évolution et ses étapes ont été affectées par les conditions ambiantes ?

- Et quelles sont les caractéristiques des étapes clés de développement du journalisme sportif ? et quelles les particularités de chaque étape?

- Et comment le produit du journalisme sportif a été affecté par les conditions de sa production ?

L'étude ne voit pas la presse comme un phénomène abstrait mais l'inclue dans un contexte communautaire, et vise à examiner le phénomène du journalisme sportif au Yémen, les dimensions et les circonstances entourant son développement. Complet et les étapes de son évolution.

L'étude examine les caractéristiques de la presse et le paysage du sport au Yémen et cherche à comprendre les facteurs influant sur sa formation, la nature des relations mutuelles touchant ses divers composants.

L'étude met en évidence une variété de dimensions dans les domaines de l'information, de la communication, de la sociologie et du sport, où convergent les différentes branches du savoir humain.

L'étude est basée sur les trois dimensions du phénomène pour faire face au journalisme sportif : la première est théorique la deuxième est documentaire et la troisième est pratique et emploie les approches historiques et descriptives.

L'étude contient le cadre préliminaire et les cinq chapitres suivants :

Chapitre 1 : traite les références théoriques de la presse sportive.

Le chapitre 2 : examine l'évolution et les conditions de sa production et les caractéristiques du produit de la presse sportive préalable à la réunification du Yémen.

Le Chapitre 3 : liste la presse sportive Yéménite spécialisée et les facteurs de son évolution, son système d'édition et les caractéristiques techniques .

Le chapitre 4 : est consacré au paysage de la presse sportive actuellement au Yémen, ses composantes et les facteurs qui influent sur son évolution, les caractéristiques du journaliste sportif Yéménite , le système de l'institution régissant le corps de la presse sportive et l'impact de la législation de l'information sur la presse sportive au Yémen.

Chapitre 5 : consacré à la presse sportive électronique au Yémen, son évolution et ses caractéristiques comme étant un facteur nouveau influant sur la scène sportive au Yémen.

L'étude a aboutie à plusieurs conclusions dont les principales sont :

- Que la presse sportive dans son évolution a été affectée par des conditions sociales et politiques, et que les étapes de son développement ont été liées à la stabilité politique, à la croissance démographique et à la législation libérale des médias.

Le métissage culturel au Yémen, le Yéménite-Turque dans le Nord, le yéménite britannique au sud ont contribué à l'évolution du journalisme sportif, le matériel d'impression que les turcs ont introduits à Sana'a et les britanniques à Aden ont marqué le début prématuré de la presse au Yémen d'une part, et d'autre part les britanniques et les turques ont accompagnés leurs jeux sportifs par une couverture médiatique de ces jeux sportifs par les journaux. Marquant ainsi l'évolution prématuré de la presse sportive.

- Les résultats ont montré que la produit de la presse sportive a été modèle par les époques des régimes ayant régnés au Yémen et que la presse sportive a été saturée par les idéologies politiques de ces époques .

- Les résultats de l'étude indiquent que les conditions du développement économique et commercial avancées de la ville d'Aden comme étant une colonie britannique et ont contribué à l'apparition des journaux privés caractérisés par un professionnalisme de la presse et avaient les techniques modernes d'impression, l'apparition d'un environnement sportif activant dans des institutions sportives très efficace a ce qui a contribué à l'émergence de la presse sportive dans sa forme moderne actuelle, incluant les suppléments sportifs, l'apparition de la critique sportive et la diversification et l'édition des arts et l'émergence d'une génération de pionniers de journalistes sportifs, des correspondants et des cameramen.
- Les résultats de l'étude montrent que le développement du sport Yéménite et l'émergence de presse sportive spécialisée convergent vers un Etat Yéménite moderne par la réunification des deux parties du Yémen par la création de la République du Yémen en 1990 accompagnées par l'évolution et la diversité sportive l'augmentation des éditions de journaux et la modification de la législation de l'information relative à l'émission des journaux.
- L'émergence de la presse sportive spécialisée ne peut être dissociée du développement de la société Yéménite et le développement du sport est un phénomène culturel, ici la presse sportive a réussi à donner un message de communication au citoyen Yéménite concernant le sport, ce dernier converge avec la presse dans sa fonction de diffusion des nouvelles relatives aux loisirs et à la culture.
- Les résultats de l'étude ont montré que les éditions sportives émises par les organisations gouvernementales sont soumises au contrôle financier du gouvernement et à la politique officielle des médias, les moyens humains et techniques lui ont permis de maintenir sa stabilité et sa suprématie face à la presse individuelle et aux entreprises locales.
- L'étude a montré que la presse des clubs locaux sportifs sont des institutions de presse saisonnière et leurs publications sont associées aux championnats et les exploits sportifs elles ne se conforment pas aux traditions journalistiques et leur gamme de diffusion est limitée et n'est pas soumise à la loi sur la presse du ministère de l'information.
- Les résultats de l'étude ont souligné les caractéristiques de la presse sportive Yéménite qu'elle consacre un espace important pour le football et livre dans les affaires locales, et que les publications sportives publiques et privées souffrent de la faiblesse des spots commerciaux

qui a son tour est liée par des relations politiques et sociales et n'est pas soumise à la popularité ou à la commercialisation du journal.

- Les résultats de l'étude ont également montré que la presse sportive au Yémen est une manifestation civilisatrice et que l'organisation sportive des médias souffre d'un problème de dépendance entre les trois parties à savoir le Ministère de la jeunesse et des sports, le syndicat des journalistes et la fédération de l'information sportive
- Les conclusions tirées de cette étude ont montré que la presse sportive électronique est un prolongement de la presse sportive écrite spécialisée et montrent aussi que la presse sportive (écrite et électronique) tirent sa spécificité des caractéristiques spécifiques de la société yéménite et qu'elle est un phénomène nouveau de communication dans une société traditionnelle évoluant sous l'influence des circonstances entourant la société tout en étant un système cohérent qui interagit avec d'autres systèmes de la société yéménite.

Politique médiatique en Tunisie 1987-14 janvier 2011

Sa logique, ses règles et ses mécanismes opérationnels

Présentée par : Khaled Hadded
Dirigée par : Dr. Moncef Ouannes

La thèse « Politique médiatique en Tunisie 1987-14 janvier 2011 : sa logique, ses règles et ses mécanismes opérationnels » se situe en droite-ligne d'un projet de recherche dans la spécialité des sciences de l'information et de la communication, voué au suivi des changements connus par le secteur médiatique en Tunisie après l'Indépendance du point de vue de la relation avec le pouvoir politique et le mouvement politique dans le pays.

Ce projet de recherche a été entamé par le chercheur en phase de maîtrise par le biais de l'expérience de communication du défunt Président Habib Bourguiba (« Bourguiba et les médias : dialectique des représentations et de la pratique ») et le présent travail est la seconde phase avec une thèse de Doctorat, à clôturer par la suite en trois axes :

- l'étude comparée de l'évolution des médias entre les ères des régimes des Présidents Bourguiba et Ben Ali,
- l'étude des changements par lesquels passèrent les médias après l'événement du 14 janvier 2011 pour connaître l'étendue de l'influence du processus de transition démocratique sur la philosophie du comportement du pouvoir politique avec les différentes forces actives dans le secteur médiatique et l'aptitude de ce secteur à tirer profit de la réalité des libertés acquises,
- les deux recherches précédentes permettront de mener une troisième étude comparée entre « la réalité médiatique dans les ères de Bourguiba et Ben Ali » ; c'est-à-dire le temps de l'Etat autoritaire et le pouvoir unique ainsi que la période post-Révolution, pour comprendre si la « liberté » suffit à libérer les médias de toutes les entraves et les embûches et assurer un meilleur rendu.

C'est en se basant sur la recherche en Magistère que le chercheur a œuvré à dépasser les lacunes et à raffermir les fondements théoriques et méthodiques, poursuivant le but de traiter le « phénomène médiatique » du point de vue plus large de la « politique médiatique », alors que la recherche de Magistère s'est suffi à traiter les phénomènes de l'angle de l'analyse de contenu des discours du défunt Président Habib Bourguiba.

Cette orientation a amené le chercheur à emprunter une méthodologie différente en faisant appel à un cadre théorique plus global et à des traitements et des outils de recherche plus profonds et plus significatifs. En se basant sur les traitements de disposition et de fonction, et dans le cadre d'une conception de recherche et d'académisme de « signification de la politique médiatique », le chercheur a été en mesure de cerner les fondements méthodologiques de la recherche en se concentrant sur :

A. L'axe de la « multitude des agissants » sur lequel se construisent les voies de la réalisation des orientations des politiques médiatiques, car il s'agit d'agissants officiels, produisant un discours politique, se saisissant d'outils opérationnels et justifiant d'une philosophie de jugement. Il s'agit également d'agissants non-officiels d'opérateurs de médias, d'institutions médiatiques et des différentes composantes de la société civile (structures syndicales, professionnelles et activistes défendant la liberté de la presse et les droits de l'homme) ainsi qu'un public récepteur en interactivité avec les messages politiques et médiatiques,

B. L'axe de la « multitude des sources de politique médiatique » car l'étude politico-médiatique, ou tout autre politique générale, n'est pas possible sans la poursuite de ses quatre sources incontournables : le discours politique, les législations, les rapports des structures de la société civile et la pratique.

C'est à partir de cette méthodologie que se sont clarifiées aux yeux du chercheur les étapes de recherche fondamentale analytiques et appliquées qu'il a intégrées au premier chapitre. Il s'agit de :

1) l'analyse du discours politique officiel sur les médias, là où le chercheur s'est basé sur un Blog de recherche qu'il a assujéti à la méthodologie d'alternance dans l'analyse du discours, engagé dans son contexte historique, en s'efforçant de déterminer les spécificités de l'émetteur et du récepteur et jusqu'au « passé sous silence », c'est-à-dire l'identification du faiseur de discours, et en empruntant la méthodologie statistique pour faire ressortir la place de l'axe de l'information dans le discours politique,

2) une étude sur le terrain qui a ciblé un échantillon de la population étudiée, c'est-à-dire les responsables politiques et administratifs veillant sur le secteur des médias, ainsi que les journalistes, les chefs d'entreprises, le commun des médias, les représentants des structures professionnelles et syndicales et des activistes défendant la liberté de la presse,

3) une lecture dans les législations, particulièrement dans les amendements du Code de la presse,

4) l'analyse du contenu des principaux rapports syndicalistes et activistes qui ont traité la réalité de la liberté de la presse en Tunisie.

En considérant le lien de la recherche avec le « domaine politique », le chercheur a également mis à contribution la « méthodologie de l'analyse des politiques » qui est l'une des méthodologies empruntées dans les spécialités des sciences politiques, dans le but d'essayer de saisir la manière selon laquelle se conçoivent les politiques médiatiques et ses décisions, et de déterminer les principaux acteurs dans ce domaine.

Dans le second chapitre, le chercheur a déployé un effort de compilation et de rédaction pour les quatre axes du premier chapitre et a choisi comme titre au présent chapitre « la politique médiatique à partir de la dialectique du discours et de la pratique » sous une forme où le terme « discours » lie la dualité « discours / législations » telle que textes émanant du Pouvoir, et où le terme « pratique » renvoie à la dualité de « la réalité vécue et les rapports des acteurs sociaux ».

La méthodologie pragmatique dans l'analyse du discours a permis au chercheur de parvenir à des conclusions importantes en relation avec les identifications auxquelles est parvenu l'ancien Président à propos de « l'information », alors que le discours a fait ressortir de nombreuses indications sur l'absence d'une volonté politique de réforme du secteur des médias afin qu'il soit en mesure de jouer ses rôles capitaux de monitoring du Pouvoir, de l'éclairage de l'opinion publique et d'alimenter le débat entre les différents acteurs sociaux, ceci malgré les promesses faites par le Pouvoir dans le premier discours du 7 novembre 1987. Ce discours politique a occulté une stratégie d'activation de la « censure médiatique » au lieu d'enraciner la « liberté de la presse », grâce à ce qu'il intègre de stratagèmes linguistiques, de vocables et de termes indiquant des desseins de menace, de peur et de séduction, dans une politique d'ajournement et une forte présence de l'égo autocratique aux dépens du reste des acteurs censés jouer un rôle dans la détermination de la politique médiatique et la cristallisation de ses grandes orientations.

Coté syntaxe, l'idiome du discours est également apparu simple et clair, n'apportant ni complication, ni rhétorique esthétique, et ne souffrant par conséquent aucune interprétation ou possibilité d'initiative. Pour le faiseur de discours, ceci a véhiculé une image de fermeté critique, ne souffrant pas la controverse, et par là ne nécessitant pas d'explication, d'analyse ou d'effort de conviction car ses buts sont limpides, sans quiproquo : des médias entravés se mouvant dans un cercle dont les limites sont déterminées par le Pouvoir et qui sont bourrées d'interdits et de lignes rouges dont il n'est même pas permis d'y penser.

Le chercheur fait aboutir le processus d'analyse du discours à la découverte comment l'adresse du 13 janvier 2011 a reconnu l'échec de la politique médiatique empruntée par le Pouvoir sur plus de 23 années quand l'acteur politique principal a confessé qu'il était victime d'une duperie et que plusieurs sujets n'avaient pas été traités de la meilleure manière, menaçant de reddition des comptes et assurant le besoin du pays à « la voie d'un changement et d'une nouvelle réforme dans le domaine des médias », faisant référence aux premiers commencements ; c'est-à-dire la déclaration du 7 novembre 1987, et en proposant une copie quasi conforme.

L'étude de la philosophie d'amendement du Code de la presse (en quatre occasions : 1988, 1993, 2001 et 2006) a prouvé que le législateur était l'otage de la volonté du Pouvoir d'en maintenir la volonté de sévir. L'analyse contextuelle a démontré que les amendements sont venus en réaction à des événements de l'environnement local, régional et international, et non une émanation de la volonté de changement et de réforme ; ce qui implique que le Pouvoir a utilisé ces amendements comme d'une publicité politique et pour mettre en scène un décor d'ouverture médiatique sans plus ; ce qui a laissé ces amendements au stade de la formalité, sans le moindre effet sur la réalité de la liberté de la presse.

L'étude sur le terrain a révélé la réalité de censure imposée aux journalistes et la pression que subissaient les institutions médiatiques ainsi que les entraves mises face à la « liberté de la presse » dont les principales sont les punitions et la « politique des instructions » qui est quasiment devenue une « doctrine » enracinée dans les esprits et les êtres où tout le monde se presse pour lui présenter les rites de la loyauté. Ce qui a consacré sur le terrain une « autocensure » devenue la voie la plus simple d'éviter le choc avec le Pouvoir, de s'assurer un emploi et de garantir la pérennité des institutions médiatiques.

L'étude a également mis en exergue le chavirement de la confiance entre le public et les organes de presse locaux ; ce qui a résulté au recours aux

médias étrangers et à l'information alternative (sites Web, réseaux sociaux...) pour avoir l'information.

Les rapports des structures professionnelles, syndicales et activistes ont prouvé les pressions que subissait la liberté de s'informer, et ont révélé l'entêtement du Pouvoir à aller très loin dans les pratiques de contrainte, de censure et d'orientation. Ils ont montré des appels continus à réaliser des réformes et à répondre aux aspirations des professionnels et du peuple tunisien pour une information plurielle qui traduit la diversité de la société et qui soutient les processus de développement et de progrès, tout en assurant un pouvoir de contrôle sur les rouages de l'Etat, et à sa tête le Pouvoir politique.

Les différentes parties du deuxième chapitre ont été un espace de compilation, de mise en rapport et de rédaction, entre les conclusions des sous-titres du premier chapitre, ce qui a permis de dégager un certain sens de la logique du Pouvoir à propos de la « politique médiatique », des lois et des mécanismes exécutifs qu'il a mis en place pour imposer cette logique ou cette philosophie, puis de décrire cette politique et de fixer les changements qu'elle a connu et les étapes historiques par lesquelles il est passé du point de vue des acteurs, des titres et des grands choix.

Le chercheur a déduit que la « politique médiatique en Tunisie au cours du régime de l'ancien Président Ben Ali » a commencé sous des auspices positifs alors que le pays a connu une ouverture médiatique remarquable. Mais ce ne fut que sur une courte période (du 7 novembre 1987 à avril 1989) après laquelle la stratégie de black out et de contrainte s'est poursuivie tout au long de la période d'avril 1989 au 14 janvier 2011.

Le Pouvoir a maintenu un modèle autocrate dans la mise en place de la politique médiatique, il a laminé l'interactivité positive avec tous les autres acteurs non officiels et s'est interdit d'écouter les critiques, il a interdit la différence et la pluralité et a semé les embûches devant la « liberté de la presse ». Ceci en parallèle à de courtes stations d'ouverture dont le but était de donner un peu de « souffle politique » et de tenter de faire reluire l'image du Pouvoir.

La recherche finit par plusieurs déductions dont voici les principales :

- la source principale de cette politique est le mode de gouvernement autocratique qui a été poussé à une certaine mesure d'autoritarisme et de l'imposer des orientations conservatrices prudentes à l'égard des médias et refusant l'initiative et la réforme, même de manière progressive, tout en suivant des constantes théoriques immuables et compilées dans ce que le chercheur appelle la « doctrine médiatique » basée sur la « théorie du zéro fautes »,

- le modèle de pouvoir autocratique et autoritaire, basé sur l'interdiction, l'occultation, la punition, la fermeture, la non-écoute de l'autre et la crainte, a alimenté la lutte de pouvoir et d'intérêt au sein des rouages de l'Etat, et surtout au sein du système médiatique officiel qui a donné un exemple éloquent sur la dissolution du Pouvoir, sa déconcentration, sa confusion et son inaptitude à faire face aux crises. Un système médiatique à deux têtes a été formé dans la matrice-même du Pouvoir et a entraîné la lutte entre deux factions aux pouvoirs politique, financier, économique et dont les visées voulaient assurer la succession de Ben Ali en personne. Le Pouvoir a ainsi perdu toute harmonie et toute cohésion et a échoué à réagir rapidement vis-à-vis des événements, pour être atteint, en fin de compte, par la confusion puis l'impuissance et l'échec dans la protection du système qui s'effondra avec son effondrement,

- l'étude de la politique médiatique peut avancer une explication à l'activisme politique et aux spécificités du Pouvoir dans ses différents étapes et ses grandes mutations. Le chercheur ayant abouti à l'essai de compréhension de ce qui s'est passé en Tunisie sur le plan politique depuis le 14 janvier 2011, et ce à partir du croisement des liens et des relations entre le médiatique et le politique, la dissonance des intérêts des pôles de pouvoir et leurs différences de position à propos de l'avenir du Pouvoir, Le chercheur a traité, en guise d'exemple, le parcours du dernier ministre de la Communication des gouvernements de Ben Ali lors de la période qui s'étend de fin décembre 2010 au 15 janvier 2011 et dont les épisodes ont montré l'état de confusion vécu par le Pouvoir au moment des soulèvements populaires et des événements qui se sont accélérés dans le pays, et la situation de démembrement et d'impuissance dans lesquels s'enlisa son système médiatique, le lien étant solide entre la situation d'impuissance qui s'empara du système médiatique et l'effondrement dont le système politique vivait les dernières étapes.

La relation est organique entre le « politique » et le « médiatique ». D'ailleurs, la « politique médiatique » ne peut trouver sa pleine expression en dehors du cadre de l'interactivité et de la pluralité. Quand cette politique s'écarte du chemin démocratique pluraliste et participatif, pour s'engager sur la voie autocratique autoritaire, elle se change en système orbitant autour de la matrice du Pouvoir et donc sujet aux ébranlements, aux luttes internes et aux tiraillements, lui interdisant ainsi toute harmonie et la jetant dans la confusion, l'échec et l'impuissance.

La politique de communication sociale et santé en tunisie

acteurs, pratiques et réception

Présentée par : Lamia Ben Hassine

Dirigée par : Dr. Zohra Gharbi

La présente étude avait pour objectif d'explorer minutieusement les pratiques des acteurs de communication à travers le processus de conception et de mise en œuvre de campagnes de communication sociale en SSR et comprendre ainsi les modalités de réception des messages préventifs sur la santé sexuelle et reproductive. Quatre thèmes ont suscité notre intérêt la planification familiale, la prévention des IST VIH Sida, la lutte contre le cancer du sein et la violence basée sur le genre. Un intérêt semble porté par l'État d'où la mise en place de plans stratégiques nationaux pour lutter contre ces fléaux et de comités techniques qui ont pour missions de proposer les stratégies à mettre en œuvre pour la prévention des différents thèmes sus-indiqués et de contribuer à l'élaboration des programmes nationaux de prévention et de lutte contre ces maladies et de recommander les mesures d'évaluation de la mise en œuvre, du suivi et de l'exécution des différents programmes de prévention en vue d'assurer le bien être de la population à travers un changement des attitudes et des comportements.

La recherche que nous avons menée s'est faite en plusieurs étapes. Dans un premier temps, une échelle d'intention, conformément aux grandes articulations théoriques et méthodologiques de la réception, aux modèles cognitifs du changement de comportement et aux théories de la communication du changement appliquées aux problèmes de la santé. Ces fondements théoriques nous ont permis de constater que « *les méthodes de persuasion ne sont pas parfaites* ». Les chercheurs font de plus en plus d'efforts pour améliorer les stratégies.

« *La persuasion présente l'avantage de faire agir l'individu de lui même* ». Selon Jacques de Guise, professeur à l'université de Laval, « cela respecte

deux valeurs fondamentales de nos sociétés : la liberté et l'égalité des individus. Ce sont des valeurs de ce type qui devrait servir de base à notre éthique de persuader et qui devraient nous faire accepter comme postulat indiscutable un taux d'inefficacité essentielle de nos actions sur les autres »⁽¹⁾. Des efforts qui tentaient d'expliquer les mécanismes de comportement et d'autres efforts ne tendent plus vers ce but mais visent plutôt, de façon de plus en plus pragmatique, à changer le comportement.

Relever les défis de « *la santé pour tous* » dans un monde en pleine évolution était parmi les valeurs mis en avant à travers le parcours des recommandations des conférences internationales, qui ne cessent de rappeler les objectifs d'égalité entre femmes et hommes, comme fondement des droits humains et de développement mais certaines de ces valeurs ne sont pas encore traduites de manière effective dans les systèmes de santé. La première conférence pour la promotion de la santé qui s'est tenu à Ottawa (1986) a pu montrer que « *le passage à l'action en prévention relève de stratégies d'ensemble où plusieurs actions agissent sur divers plans pour affronter les problèmes sociaux ou de santé mentale* »⁽²⁾. Il est donc « *clair que l'action préventive est conçue en termes d'actions auprès des personnes, des milieux de vie et des communautés locales* »⁽³⁾.

Dans les années 1990, la situation commença à changer ; De nouveaux thèmes sont apparus dans une perspective de développement durable : l'environnement, la bonne gouvernance, la santé et la prévention des épidémies, l'égalité des genres, etc. Des principes ont été réitérés et complétés dans la charte de Bangkok (2005) en reprenant et complétant les valeurs principes et stratégies d'action établies pour la promotion de la santé⁽⁴⁾.

Les approches théoriques et pratiques en sciences de l'information et de la communication (SIC) sont en évolution permanente. « *L'interdisciplinarité des SIC produit des résultats transférables dans certaines pratiques profession-*

(1) De Guise Jacques, « Marketing social et stratégies de communication dans le domaine de la santé », In, *Recherches en communication*, N° 4, Hors série : Actes du colloque « Communication des savoirs et publicité sociale », Département DIC - Laval et Département COMU - UCL, Louvain-la-Neuve, 2-5 novembre 1994. 23 pages. En ligne : <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/issue/view/291>. Date de consultation : 15 mars 2017.

(2) Dufort Francine, Guay Jérôme, *Agir au cœur des communautés : la psychologie communautaire et le changement social*, Edition illustrée, Canada, Presses de l'Université Laval, 2001, p. 231.

(3) Dufort Francine, Guay Jérôme, *Ibidem*.

(4) Lafrance Jean-Paul, Laulan Anne-Marie et De Sotelo Carmen Rico, *Place et rôle de la communication dans le développement international*, Canada, Éditions Presses de l'Université du Québec, 2006, p. 33.

nelles »⁽¹⁾. Les acteurs se penchent principalement sur les approches de santé « méconnaissant voir ignorant » l'intérêt de certaines thèses, courants de recherche et modèles pour la promotion de la santé, puisqu'il ressort de ce qui précède, qu'il faut concevoir les comportements liés à la santé dans une perspective sociale plutôt que sous l'angle exclusif de leurs liens avec la santé et la maladie.

A cet égard, les différents modèles théoriques nous ont offert des pistes intéressantes pour modifier les comportements et démontrent qu'il n'est pas nécessaire de faire peur avec des menaces pour obtenir les résultats escomptés. Par exemple, pourquoi brandir le spectre du Sida pour convaincre les adolescents d'utiliser un préservatif ? Ou pourquoi montrer une femme avec des bleues sur le visage pour inciter à la non violence ? Il est admis de toutes que les populations cibles ne se perçoivent pas à risque, même s'ils admettent que le Sida ou la VBG ou le cancer du sein pourrait avoir des conséquences graves sur leur vie. Devant cette problématique, le constat est le même que pour d'autres domaines de santé ; les personnes qui adoptent ou non les comportements préventifs partagent le même avis sur les effets néfastes que peut avoir sur leur santé la non adoption de ces derniers sur leur santé. Ainsi, certains continuent à ne pas utiliser le préservatif bien qu'ils connaissent les dangers d'une telle pratique⁽²⁾.

Dans le cadre de cette recherche, plusieurs théories et concepts communicationnels ont été présentés. Cependant, l'effet combiné de ces théories et concepts demeure inconnu. Est-ce qu'une théorie va à l'encontre d'une autre ? Est-ce qu'un concept complémente ou renforce un autre ? L'effet combiné serait pertinent à étudier afin de déterminer les regroupements les plus efficaces pour modifier des comportements en faveur de la santé et de connaître les combinaisons d'actions communicationnelles les plus efficaces permettant de mieux cibler les actions de communication à entreprendre. Cependant, une question demeure : est-il possible de déterminer une association d'actions communicationnelles efficace dans tous les contextes ? Sachant que, analyser les pratiques de communication visant à modifier les comportements, permettrait de découvrir certaines tendances à ce sujet et d'en tirer des conclusions. Ces dernières pourraient alors être utilisées par les

(1) Michel Jean-Luc, *Les professions de la communication : fonctions et métiers*, Paris, Edition Ellipses, 2004, Collection Infocom, p. 11.

(2) Godin Gaston, « L'éducation pour la santé : les fondements psycho-sociaux de la définition des messages éducatifs » ; In *Sciences sociales et santé*. Volume 9, n°1, 1991, p. 90 -Source : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/sosan_0294-0337_1991_num_9_1_1185pp. Date de consultation : Mai 2015.

professionnels de la communication en SSR afin de maximiser l'efficacité de leurs communications et ainsi agir sur les comportements humains⁽¹⁾.

Le processus lié au changement est beaucoup plus complexe qu'il n'y paraît. Grâce aux recherches menées dans le domaine de la persuasion, nous sommes en mesure aujourd'hui d'optimiser le plus possible les campagnes de prévention. Cependant, nous pouvons disposer des meilleurs procédés persuasifs, il n'en reste pas moins qu'ils n'atteindront pas les effets souhaités, si les individus concernés ne sont pas en mesure de traiter les informations persuasives ou ne veulent tout simplement pas les traiter. L'individu est libre de décider si ce qu'on lui demande est acceptable ou non pour lui⁽²⁾.

Ainsi, deux ouvertures nous invitent à étudier de nouvelles questions théoriques et pratiques qui nourrissent les dynamiques de notre recherche :

L'utilisation de la théorie de l'engagement pourrait servir de cadre pour de nombreuses interventions en matière de prévention (usage du préservatif par les adolescents et les jeunes, port des appareils de sécurité par des ouvriers, dépistage du sida ou des cancers, etc..) et d'actions en faveur de l'environnement⁽³⁾.

Le partenariat en SIC et psychologie sociale a conduit à la formulation d'un nouveau concept, sorte de modèle intégratif. Il s'agit du concept de communication engageante. Ce concept désigne à la fois une nouvelle pratique d'intervention et un nouveau paradigme de recherche. Il renvoie à un rapprochement entre, d'une part, les travaux relevant de la théorie d'engagement et d'autre part, les travaux relevant de la communication et plus précisément de la communication persuasive⁽⁴⁾. « *Du côté de la psychologie sociale, l'apport de la théorie de l'engagement est essentiel, la question du sens est associée à l'acte est étudiée principalement à travers trois notions: la rationalisation de l'action, l'identification de l'action et le caractère public de l'acte* ». Les

(1) Berteau Marie-Josée, *Évaluation d'une Campagne de Communication : Le cas de L'Agrile du Frère à Granby*, Université De Sherbrooke, Québec, Juillet 2015, pp. 76-77. En ligne : https://www.usherbrooke.ca/environnement/fileadmin/sites/environnement/documents/Essais_2015/Berteau_Marie_Josée_M_Env_2015.pdf - Date de consultation : 15 mars 2017.

(2) Fabienne Michelik, *La communication engageante : effets sur les dimensions cognitives et comportementales*, Bourgogne, Thèse de doctorat en psychologie, Université De Franche-Comte, 2011, p. 40. En ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-00840255/document> - Date de consultation : 15 mars 2017.

(3) Fortin Gwénolé, Weigel Romain, « *Comment modifier les comportements ? Une approche synthétique : de la psychologie de la persuasion à la psychologie de l'Engagement* ». En ligne : <http://www.eepsys.com/es/comment-modifier-les-comportements-une-approche-synthetique-de-la-psychologie-de-la-persuasion-a-la-psychologie-de-lengagement>. Date de consultation : 03 mars 2017.

(4) Ibidem.

chercheurs en SIC quant à eux étudient comment « *le caractère public de l'acte* » est saisi et ressaisi par les médias et néo médias ; ils étudient également comment l'inscription de l'acte dans un espace public qui est aussi un espace discursif conduit à des productions signifiantes qui ont à avoir avec la circulation-transformation de ces significations »⁽¹⁾.

L'intérêt pour les applications de ce paradigme de la communication engageante à été évident ces dernières années en France dans le domaine de la santé publique, de la prévention routière, du travail, des comportements aussi divers que l'usage du préservatif, la participation à des actions caritatives, l'économie d'énergie, le suivi d'un régime alimentaire, la participation à un stage de formation, le port de la ceinture de sécurité, etc.⁽²⁾

En 1994, la Tunisie a adopté des stratégies pour intégrer la santé de la reproduction. Plusieurs composantes ont été adoptées; La revue documentaire nous a permis de conclure que la politique démographique du pays est incorporée aux plans de développement dont la réalisation ne mobilise pas beaucoup d'intérêt et de moyens particulièrement après le 14 janvier 2011 mais reste « *un exemple des bonnes pratiques qui ont arrimé les politiques de population aux politiques de développement et ont conduit à mener à bien la transition de la fécondité* »⁽³⁾. Or, le parcours des différentes actions de communication menées nous a révélé l'absence de stratégie de communication globale en SSR, mais aussi surprenant que cela puisse paraître, le Ministère de la santé et particulièrement l'ONFP en tant que chargé de la composante SR dans le pays, n'a jamais eu de stratégies de communication clairement définie en matière de SSR pourtant la direction de la communication de l'ONFP compte un effectif assez conséquent de cadres diplômés en communication, en journalisme et en marketing qui peuvent transposer le message politique de l'ONFP dans le langage approprié. Or, faute d'un climat relationnel de confiance entre le personnel et de support permanent, visible et explicite de la Direction générale de l'ONFP la communication est inopérante. Le manque de coordination, et de formation complémentaire adéquate est également un facteur fondamental « *d'échec* ».

(1) Loneux Catherine, Parent Bertrand, *Communication des organisations : recherches récentes*, Tome 1, Paris, Edition l'Harmattan, 2010, p. 18.

(2) Charbrol Claude, Radu Miruna, *Psychologie de la communication et persuasion : Théories et applications*, op. cit, p 119.

(3) Vallin Jacques, J. Wunsch Guillaume, *Histoire des idées et politiques de population*, Paris, Edition INED, 2006, p. 235.

Quant aux acteurs de la société civile et de la DSSB, on ne peut s'étonner de l'absence de communicateur faute de procédures administratives ou de recrutement et d'allocation de fonds budgétaires nécessaires et « *que le mode de calcul de budgets impute toujours la communication en dépenses et jamais en recettes, ne serait ce que parce que l'on ne sait pas bien comment mesurer les gains apportés par une bonne communication* »⁽¹⁾. En effet la création d'un poste de communication engendra des coûts annuels non négligeables. À cet effet, notre première hypothèse est validée.

Pour comprendre le fonctionnement de la communication sociale en Tunisie nous avons fait recours à une enquête de terrain auprès de la population du Grand Tunis : « Connaissances, attitudes et acceptation des messages véhiculés sur la sante sexuelle et reproductive ». Trois cents participants ont été retenus pour l'analyse des résultats dont la majorité est de genre féminin. Notre étude nous a permis de dégager une vue d'ensemble des connaissances, attitudes et réception des messages en SSR.

La majorité des enquêtés n'ont pas bénéficié de séances de sensibilisation relatives à la SSR mais ils ont pu entendre parler de l'une des composantes objet de notre recherche (PF, VIH Sida, Cancer du sein et VBG). La plupart des enquêtés citaient les chaînes de radio et de TV nationales comme principale source d'information relatives à la SSR. Quant à la réception des messages en SSR diffusés par l'ONFP, près la moitié des participants (48,3%) considéraient avoir été exposé au message de prévention sur le cancer du sein contre le quart (25,7%) sur la VBG et plus d'un dixième (15%) sur le VIH Sida. Certains de ces messages ont été diffusés pendant une longue période à travers plusieurs canaux de diffusion. Ces résultats nous rappellent la nécessité de trouver des stratégies adéquates et pérennes pour une meilleure promotion des comportements sains. Un travail sur le changement des attitudes vis-à-vis de la population doit être lancé.

Cette enquête nous a permis de dégager que le niveau de réception des actions menées reste modeste. Il s'agit à cet effet d'apprécier la façon dont la communication sociale a été opérée. Sa mesure traduit l'efficacité du travail des acteurs de la communication et la réceptivité de la population. Les émetteurs de messages devraient employer des stratégies diversifiés qui font appel à d'autres intérêts, plus grands, de leurs récepteurs, lorsque ces derniers manifestent un faible enthousiasme envers l'information. Ils peuvent élaborer des informations en combinant ces thèmes avec d'autres thèmes dont les récepteurs ressentent le besoin.

(1) Michel Jean-Luc, Les professions de la communication : fonctions et métiers, op. cit, p. 29.

En complément à l'enquête quantitative, la réalisation de ces entretiens qualitatifs nous a permis de toucher aux aspects pratiques des acteurs dans leurs conceptions des campagnes de communication voir des stratégies IEC menées à travers différentes composantes en SSR, mais aussi de repérer les rapprochements et les divergences de leurs pratiques. Ces entretiens ont été couplés à l'observation de leur travail et ont permis de brosser un paysage assez complet de leur méthodologie de travail.

Les défis que pose la communication dans le domaine de SSR sont nombreux. Le premier est « *le plus difficile réside dans l'objectif que visent les acteurs de la communication de presque toujours vouloir changer les comportements* ». Il s'agit par exemple de faire prendre certaines mesures spécifiques comme changer ses comportements sexuels. « *L'attitude prédit mal le comportement* ». Jusqu'à récemment les chercheurs semblent avoir supporté l'ambiguïté de cette situation et ont développé de nouvelles approches. La deuxième difficulté pour les acteurs de la communication est que « *les comportements qu'ils veulent adopter ont le plus souvent, à court terme, des conséquences aversives* ». L'individu devra ainsi « *croire que son comportement présent aura des répercussions heureuses dans l'avenir* »⁽¹⁾.

C'est à cet effet, l'évaluation du comportement est composée de deux éléments. « *L'évaluation de l'efficacité de l'action destinée à réduire ou neutraliser la menace. C'est en d'autres mots, la perception de l'efficacité du remède proposé. Le deuxième élément est la connaissance des inconvénients du comportement ou la connaissance des obstacles que l'on doit surmonter pour le poser et l'évaluation que l'on fait de ces obstacles* »⁽²⁾. Cependant, « *La difficile corrélation entre une action et ses effets ne constitue qu'un des problèmes posés à l'évaluation. Les autres difficultés pour rendre compte de l'efficacité de l'action alimentent les débats sur le manque d'utilité des campagnes. Plus généralement, la tentative de porter un jugement sur la réalisation d'un programme se heurte dans un grand nombre de politiques publiques à des contraintes à la fois méthodologiques et liées aux logiques des acteurs* »⁽³⁾.

(1) De Guise Jacques, « Marketing social et stratégies de communication dans le domaine de la santé », In, *Recherches en communication*, N°4, Hors série : Actes du colloque « Communication des savoirs et publicité sociale », Département DIC - Laval et Département COMU - UCL, Louvain-la-Neuve, 2-5 novembre 1994. 23 pages. En ligne : <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/issue/view/291>. Date de consultation : 15 mars 2017.

(2) Ibidem.

(3) Sitbon Audrey, Maresca Bruno, « L'évaluation des campagnes de prévention du Sida », In, *Cahier de Recherche - n° C172*, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, 2002, 9 pages. En ligne : <http://www.credoc.fr/publications/abstract.php?ref=Sou2002-1513>. Date de consultation : 15 mars 2017.

Une absence de lien entre les campagnes et les changements de comportements pour la quelle les acteurs de la prévention n'attribuent pas les mêmes causes. La plupart estiment qu'il est impossible d'établir un tel rapport dans la mesure où la communication n'est qu'un facteur d'influence parmi d'autres.

Les données présentées dans cette recherche montrent la nécessité de maintenir, voire d'amplifier les activités reliées à la prévention en SSR. Les acteurs ont exprimé leur volonté à renforcer les réseaux d'organisations publiques et associatives en SSR, en suscitant des vocations aux plans nationaux et régionaux et encouragent à la multiplication des espaces d'écoute, d'orientation et d'assistance véhiculant des messages sur la SSR adaptés aux besoins de la population. La question de la circulation de l'information entre les régions et la direction centrale s'avère plus délicate pour ce qui est des activités réalisées sur le terrain et les éventuelles évaluations.

Le besoin en évaluation, et ce même si le budget est limité, doit être une activité usuelle. Avec les entrevues effectuées, il nous a été possible de nous rendre compte de la place parfois trop minime que tient l'évaluation. La raison clé de l'évaluation des campagnes se trouve dans la recherche de stratégies dans le but de rendre une campagne efficiente. Cette connaissance est essentielle à la construction de campagnes futures. « La contrainte qui pèse sur l'évaluation de l'action publique concerne des problèmes de temporalité. L'appréciation des résultats risque d'être très imparfaite si l'on ignore quel sera le moment où l'impact sera maximum et minimum »⁽¹⁾. De plus, souvent, « l'évaluation intervient à court ou moyen terme alors que les effets peuvent se répercuter sur le long terme »⁽²⁾. Ceci est en partie lié aux exigences du personnel politique qui, ayant des comptes à rendre dans le cadre de mandats éphémères, exerce une pression pour que les résultats d'une action soient rapidement estimés.

Le choix des messages a des implications importantes en termes de communication. « Certains modèles estiment que les messages de prévention doivent comporter des arguments qui induisent la probabilité d'occurrence du risque et de sa gravité, la perception de sa vulnérabilité personnelle, la perception d'une possibilité de prévention, etc., la plupart d'entre eux considèrent que les messages de prévention doivent contenir des arguments qui induisent des

(1) Ibidem.

(2) Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé, Education pour la santé pour mieux vivre, Dossier Technique, France, 2001. En ligne: http://doc.hubsante.org/index.php?lvl=coll_see&id=1048#WMkQSIU1_JU. Date de consultation: 15 mars 2017.

attitudes et des normes favorables au comportement de protection, le contrôle comportemental perçu et des aptitudes comportementales »⁽¹⁾. D'où le faible pourcentage d'exposition des participants à notre enquête aux messages en SSR. Cependant, « *il ne faut jamais oublier que tout message doit faire face à une concurrence féroce et à une sélection braconnière pour assurer sa pénétration, son acceptation et sa rétention auprès du public cible* »⁽²⁾.

A cet effet, Roland Barthes indique que « *Tout message est la réunion d'un plan d'expression ou signifiant, et d'un plan de contenu ou signifié* »⁽³⁾. Du point de vue linguistique, les discours parlés ne diffèrent des discours écrits que par la substance de leur signifiant : la matière phonique y remplace la graphie. Mais cette différence change la situation de communication, la structure du sens et la valeur perlocutoire des messages : c'est une autre sémiotique⁽⁴⁾. Des éléments sans doute très importants dans la formulation des messages dans les campagnes de communication en SSR que certains des acteurs n'y prêtent pas assez d'attention.

L'analyse des entrevues nous a permis de constater que les acteurs sont dotés d'une grande expérience de terrain ce qui peut aider à promouvoir la conduite de recherches actions avec une intervention à différents niveaux. Ces recherches permettront de mettre en relief des construits théoriques liés à l'action. L'absence de mission et études permettant d'identifier les motivations ou les causes et les attitudes (favorables ou non favorables) poussant la population à adhérer à un service donnée et à des questions relatives de la SSR reste parmi les insuffisances soulevées par la grande majorité des acteurs. En effet, les acteurs doivent pouvoir analyser et interpréter selon des méthodes de recherche scientifique (Quantitative, qualitative, entrevues, analyses de contenu, groupes de discussion, histoire de vie, etc.), les informations qu'ils doivent ensuite rendre accessible aux publics internes et externes des organisations, parfois par l'entremise des médias mais souvent par d'autres moyens permettant la communication interactive (Web interactifs, création de groupes virtuels pour l'échange d'informations, rencontres, etc.)⁽⁵⁾. Cette analyse confirmera notre deuxième hypothèse que

(1) Kouabenan Dongo Rémi , et all, *Psychologie du risque: Identifier, évaluer, prévenir*, Collection Ouvertures psychologiques, Série LMD, Edition de Boeck, Bruxelles, 2006, p. 278.

(2) Dagenais Bernard, *Le plan de communication: l'art de séduire ou de convaincre les autres*, Canada, Les Presses Université Laval, 10^{ème} tirage, 1998, p. 55.

(3) Jouve Michèle, *Communication: théories et pratiques*, Paris, Éditions Bréal, Collection Synergies, 2000, p. 137.

(4) Abastado Claudie, *Messages des médias*, Collection textes et non textes, Paris, Edition CEDIC, 1980, p. 169.

(5) Saint-Charles Johanne, Mongeau Pierre, *Communication : Horizons de Pratiques et de Recherche*, Canada, Presses de l'Université du Québec, Collection Communication, 2004, p. 229.

les pratiques des acteurs ne se fondent pas sur des bases pluridisciplinaires théoriques et scientifiques.

La SSR est un domaine qui touche toutes les populations, c'est une préoccupation à la fois individuelle et collective. Le développement de nouvelles technologies pour accroître l'accès à l'information en SSR est devenu impératif.

Afin d'appuyer les efforts de sensibilisation déployés à l'échelle locale ou régionale, les acteurs nous ont fait part de leurs besoins d'information et de formations supplémentaires spécifiques à la mise sur pied des campagnes de sensibilisation en SSR. Les thématiques portant sur la VBG, le VIH Sida et le Cancer du sein nécessitent des équipes multidisciplinaires suffisamment outillés pour fournir une information riche et étayée permettant au citoyen de choisir en toute conscience la solution la plus adaptée. Un des acteurs se disaient intéressé d'avoir des protocoles communs « Guidelines », leur expliquant les étapes de mise en œuvre d'une campagne efficace étape par étape et présentant du contenu portant sur l'élaboration du matériel, la promotion de la santé, le marketing social et être parmi les meilleures pratiques existantes dans les campagnes efficaces.

Dans cette perspective le problème posé est complexe où le raisonnement par compétences met en relation diverses tentatives d'objectivation. Tous les acteurs chargés de la communication en SSR doivent partager les mêmes valeurs et les mêmes attitudes. Les énoncés de compétences essentielles ne doivent pas être considérées individuellement, mais comme un ensemble de connaissances, des habiletés et des attitudes respectant les valeurs privilégiées par la SSR tout en assurant la promotion des habiletés de leadership qui favorisent le développement des compétences, augmentent le rendement et améliorent l'efficacité du milieu de travail. Ces habiletés permettent également aux organisations et aux collectivités d'établir, de communiquer et d'actualiser une vision, une mission et des valeurs communes.

Au terme de cette recherche le croisement de la méthode quantitative et qualitative (Entrevue et observation directe) nous a permis de comprendre pourquoi les stratégies de communication sont réalisées de la sorte et de vérifier et confirmer notre troisième hypothèse portant sur l'influence des profils des acteurs et leurs pratiques sur la réception des campagnes de communication en SSR.

Ainsi pour une meilleure efficacité des stratégies de communication en SSR, trois propositions intéressantes ont été dégagées au cours des entretiens menés avec les acteurs de la communication en SSR :

- La création d'une *instance nationale pour la promotion de la santé sous tutelle du Ministère de la santé*. Cette instance veillera à la conception et à la mise en application de stratégies nationales d'éducation pour la santé sur toutes les composantes qui ont attrait à la santé et non pas uniquement la santé reproductive. Cette structure serait indépendante du Ministère de la santé, apolitique et pourrait compter des collaborateurs ou des chargés de programmes de communication par représentation régionale.

- La mise en place « *d'une Direction collégiale quitte à ce que ça soit un dirigeant, responsable pour une période (ONFP ou DSSB ou ONG), pour un mandat élu avec une présidence tournante. Cette direction veillera à concevoir et à mettre en œuvre la dimension de communication et d'éducation pour la santé ensemble, pour éviter les doubles emplois et assurer une meilleure couverture des activités au niveau du pays* ».

- La réactivation et l'élargissement des prérogatives et missions du comité national technique de lutte contre le Sida qui est l'organe chargé de la conception, de la validation et de la coordination de la communication sur le Sida à un comité national technique pour la promotion de la santé présidé par le Directeur Général de la santé ou par un président élu par les représentants des organisations gouvernementales et non gouvernementales et des représentants des organisations bilatérales et du secteur privé. Ce comité préservera ses sous comités avec un élargissement de leurs prérogatives pour couvrir le domaine de la santé et de la SSR en particulier dans ses différentes composantes. Les sous comités sont indiqués comme suit :

- Le sous comité « Information, éducation, communication ».
- Le sous comité « Suivi de la situation épidémiologique ».
- Le sous comité « Prise en charge médicale, biologique et sociale ».
- Le sous comité « Éthique et législation ».

Cependant, les deux dernières propositions seraient des structures du Ministère de la santé. Leurs rôles pourraient se limiter à un avis consultatif dans les domaines relevant de la SSR.

La création d'une instance nationale pour la promotion de la santé serait un idéal à atteindre à l'instar de l'Agence nationale de santé publique en France qui a regroupé l'Institut National de prévention et d'éducation pour la santé (INPES), l'Institut de veille sanitaire (INVS) et l'Établissement de prépara-

tion et de réponse aux urgences sanitaires (EPRUS). Cette agence a pour mission de protéger efficacement la santé des populations. En tant qu'agence scientifique et d'expertise du champ sanitaire, elle prend en charge⁽¹⁾ :

- L'observation épidémiologique et la surveillance de l'état de santé des populations.
- La veille sur les risques sanitaires menaçant les populations.
- La promotion de la santé et la réduction des risques pour la santé.
- Le développement de la prévention et de l'éducation pour la santé.
- La préparation et la réponse aux menaces, alertes et crises sanitaires.
- Le lancement de l'alerte sanitaire.

La coordination des campagnes de communication sociale en SSR doit répondre à un objectif de cohérence et d'efficacité des actions. Il est indispensable que ces campagnes soient mises en œuvre avec professionnalisme. La mise en place de ce modèle organisationnel ne pourrait se faire sans évaluation au préalable des capacités des différentes organisations particulièrement l'ONFP et la DSSB dans la gestion des stratégies de communication publique en SSR et toute composante y relatives.

A cet effet, dans une première étape opérationnel (Trois premières années), il serait recommandé de transformer la Direction de la communication actuelle en un « *Département technique de communication et de plaidoyer* » ou un « *Centre de promotion de la communication sociale en SR* » à l'instar du CEFIR au sein de l'ONFP relié directement à la Direction générale. Ce département veillera à capitaliser les connaissances, le savoir et le savoir faire et les expériences de communication, d'IEC, de relations publiques et de presse sur les thématiques de la population, de santé familiale et de SSR. Il se chargera de l'exposé des problèmes et de leur contexte justifiant ainsi l'opportunité d'une action de communication, les objectifs et les cibles de cette action, le message à délivrer, les moyens envisagés, le budget et la période de la diffusion prévue. Pour atteindre cette performance la fusion de plusieurs directions au sein de l'ONFP est à envisager à savoir le CDAP, l'URPP et l'UCSAR. Dans une étape ultérieure il veillera à garantir le respect des règles législatives et déontologiques, la maîtrise des coûts, l'optimisation des investissements et l'évaluation des actions de communication. De ce fait, pour assurer une meilleure mobilisation des ressources créer une « Direction chargée du plaidoyer et de la mobilisation des ressources » permettant de suivre les moyens budgétaires dédiés aux programmes et aux interventions de com-

(1) En ligne : *Santé publique*, France, <http://inpes.santepubliquefrance.fr> - consulté le : 15 mars 2017.

munication dans le domaine de la SSR. Ce département prendra en compte les différents aspects de la communication à la fois interne et externe.

Dans une deuxième étape (Pour une période de cinq ans), ce département élargira son champ d'intervention et coordonnera ainsi toutes les actions de communication du Ministère de la santé se rapportant aux maladies transmissibles et non transmissibles. Il intégrera la sous direction de l'éducation sanitaire instaurée actuellement au sein de la DSSB avec toutes ses composantes (SSR et autres). De ce fait, l'ONFP assurera la gestion de la composante communication en santé à l'échelle du pays s'adressant à un public large et portant un thème d'intérêt général quelque soit le budget de l'action envisagée et les moyens de sa mise en œuvre.

Quant à la troisième étape (Pour une période de cinq ans), ce département s'élargira sur les aspects curatifs et intégrera la communication hospitalière, la gestion des systèmes d'information, la gestion de la communication avec les malades, etc.,

Ce parcours de près d'une quinzaine d'années pourra permettre la création d'une instance nationale pour la promotion de la santé voir d'une agence pour la santé de la population à l'échelle du pays. Elle « *pourrait permettre le développement de stratégies très différenciées au service d'une finalité commune : la prévention par la communication* »⁽¹⁾. Parallèlement à sa mission de coordination et de centralisation, cette agence pourrait assurer un rôle d'incitation. C'est ainsi qu'elle pourra définir chaque année en accord avec le Ministère de la santé les thèmes prioritaires de la communication gouvernementale en matière de santé et de SSR, elle met en place des groupe de travail sur des thèmes qui concernent l'ensemble des annonceurs gouvernementaux comme par exemple la participation aux salons nationaux voir internationaux ou l'amélioration des procédures d'évaluation des campagnes de sensibilisation⁽²⁾.

De ce qui a été avancé, nous concluons que les efforts des acteurs de la communication en Tunisie ont été centrés essentiellement sur la transmission des connaissances. Le changement des attitudes et de comportement sur les composantes étudiées n'a pas été pris en considération.

Désormais il est nécessaire *de développer des messages strictement ciblés et organisés autour d'argumentaires faisant ressortir les bénéfices du changement de comportement*. De même, il est important *de grouper les messages*

(1) Messenger Marianne, *La communication publique en pratique*, France, Collection Service Public, p. 237.

(2) Ibidem, p. 238.

qui ciblent les groupes à haut risque et les messages qui ciblent les publics secondaires qui conditionnent les facteurs environnementaux du changement de comportement.

Une fois la cible est définie, *il faudrait prévoir une étude de son profil afin de collecter les informations nécessaires et fondamentales à toute réflexion stratégique. A ce propos, il est nécessaire d'opter pour des approches de prévention se basant sur le principe d'une véritable participation des publics concernés. Il faudrait surtout tenir compte des éléments et des mécanismes qui gèrent le changement de comportement humain et qui seraient parfois des freins à l'acceptation des idées véhiculées.*

La recherche de l'efficacité exige que *les messages soient systématiquement pré-testés et régulièrement évalués* lors du processus de conception du discours sur le risque, cette conception de la communication détermine les enjeux de sa propre réception. Le pré-test est une étape importante pour voir ce qui réussit, ce qui peut-être mal compris et s'assurer que sa teneur est claire et efficace.

Les *études de terrain* nous enseignent sur les préoccupations de la population ciblée, ses attentes, ses angoisses par rapport aux risques courus. Il est nécessaire, après chaque campagne, de procéder à une *mesure de son impact auprès de la population pour pouvoir juger du degré de pénétration de l'idée et de prendre les mesures correctrices nécessaires et non de se contenter de quelques études occasionnelles.*

Sensibiliser le public revient à l'initier, sous l'influence des médias, à une question ou à l'objet d'un débat public. *Le discours sur la SSR doit épuiser les données démographiques, sociologiques, psychologiques et épidémiologiques à même d'influencer la perception que les individus ont de ce problème, et ainsi, de les sensibiliser à la question.*

Dans la perspective même de la bonne communication efficace, « *la quantité des messages est moins importante que la qualité du plan média et des « contacts » avec la cible* ». Il s'agit donc d'œuvrer à *mettre en place une stratégie de communication pour le changement de comportement selon les règles de l'art basée sur des données fiables et non sur une construction intuitive basée sur le bon sens.*

La structuration des interventions de communication en SSR nécessite la prise en compte du court et moyen terme (le processus) autant que du long terme (l'impact sur la santé) et des déterminants de la santé et du chan-

gement. Une *combinaison de stratégies pour modifier ces déterminants à travers l'incitation au changement de comportement individuel, le développement des compétences personnelles, le soutien d'un style de vie par création d'un environnement favorable et l'utilisation de méthodes et pratiques scientifiquement validées.*

La mesure du succès de l'intervention en communication doit se baser sur des *approches qualitatives aussi bien que quantitatives*, sur une *recherche de données probantes concernant l'impact sur la santé et sur la qualité de la communication interne* (entre les acteurs des interventions) et externe (à l'intention du public et des personnes destinataires des interventions). L'implication des acteurs tenant compte de *l'interdisciplinarité des équipes* dans un cadre associant différentes institutions (OG et ONG) et de *l'implication effective des destinataires de l'intervention dans sa préparation, sa mise en œuvre et son évaluation*. Pour atteindre cet objectif, il faut prévoir systématiquement les moyens d'évaluer ces programmes et les actions (5% du budget) et d'organiser de l'aide technique sur ce point.

Sur le plan régional, *établir au moins une fois par an un programme régional en SSR* pour une première phase de réalisation *incluant une évaluation intermédiaire*, enfin de trois à cinq ans supplémentaires pour une programmation confirmée. Les relations entre le niveau national et le niveau régional seraient fondées sur un partenariat où les rôles se répartissent de manière claire fondée sur un partenariat mutuel. Le niveau national établit les références et procure ressources et conseils, tandis que le niveau régional décide de la nature, du contenu et de la stratégie de communication. En outre, il est nécessaire de *renforcer l'assistance technique aux programmes régionaux à travers un renouvellement régulier des formations à la programmation*. *L'organisation de formations méthodologiques est également nécessaire* : gestion de projet, mobilisation des acteurs (connaissance des statuts, missions et procédures des principaux partenaires, échanges sur les facteurs de succès), communication, approche en SSR, etc.,.

Soutenir les interventions en SSR par un engagement politique fort à l'échelle nationale et régionale. Il est important que les questions de population et de SR continuent de faire l'objet d'un débat public. Le soutien du programme par les autorités du pays est un facteur déterminant du succès. Les principales institutions doivent être partie prenante et être représentées à un niveau de décision suffisant. *L'ONFP devra bénéficier d'un soutien administratif et technique de la part des organismes partenaires.*

Donner une place réelle au citoyen et à l'utilisateur des services SSR. Au niveau national, accroître l'organisation de débats publics de type conférence citoyenne et maintenir l'organisation de débats publics réguliers à l'échelle régionale voir locale en vue de définir les priorités et les besoins de la population en SSR.

Ces points ne sont pas exhaustifs, nous avons essayé de dresser un schéma récapitulatif des points qui nous ont paru les plus importants et pour lesquels il faudrait concentrer les efforts de changements.

Discours médiatique international

Exemple la crise Syrienne

Présentée par : Soumaya Berrejab

Dirigée par : Dr. Salwa Charfi

Cette recherche, analyse le « discours médiatique international » des chaînes TV de langue arabe, qui ont la plus importante audience arabe et internationale, en se concentrant pour chacune de ces chaînes, sur les composantes du discours afin de cerner les aspects du conflit et l'opposition entre le contenu des médias sur « la crise syrienne », un des sujets, les plus importants et les plus dangereux du vingt et unième siècle, selon des analystes politiques.

Par ailleurs, on se propose de montrer comment les agendas médiatiques et les stratégies de communication adoptées dans le discours des médias internationaux sur la crise syrienne, deviennent une base des fondements du conflit géopolitique international. Grâce à l'adoption de l'approche descriptive et analytique pour faire découvrir les moyens d'établir des agendas médiatiques et de les utiliser pour faire de la communication politique, un outil qui influence le téléspectateur et l'incite à adopter des positions pro-régime-syrien ou anti-régime-syrien.

Comme la méthodologie de la recherche est basée sur l'analyse du contenu de 488 journaux télévisés de huit chaînes internationales parlantes en arabe : « Al-Jazeera, France 24, Al-Hurra, Al-Arabiya, Al-Mayadeen, Al-Alam, Russia Today, Addounia », ceci nous a permis de révéler l'importance de la crise syrienne pour les communicateurs dans ces chaînes. Ensuite, on est passé à l'analyse du discours, ce qui nous a aidés à repérer les incohérences dans les messages des médias sur le dossier syrien.

En effet, on s'est basé sur la technique de la comparaison et un certain nombre de réseaux d'analyse parmi eux on cite spécialement « Grille du chemin d'argumentation » pour s'assurer de l'existence des outils qui cadrent l'in-

formation tels que (le vocabulaire, les attributs et les titres, les images mentales, les sources, les actes du langage, les images rhétoriques (métaphores), en plus de la sémantique des images physiques ».

En se fondant sur un contexte de référence qui synthétise trois grandes théories : « la théorie du « Gatekeeping » (Gardien médiatique), la théorie de « l'Agenda Setting » (les priorités médiatiques), la théorie de « Framing » ou « la théorie de l'encadrement médiatique » : Dans le cadre de cette recherche on a répondu aux trois hypothèses, déclarées toutes valides, après le test du contenu des médias et des chaînes TV internationales de langue arabe au sujet de la crise syrienne.

En effet, on déduit l'importance, au niveau de la durée et du genre journalistique, de cette crise politique internationale, chez les communicateurs des chaînes de l'échantillon de la présente thèse. Ainsi que la confirmation de l'existence de deux pôles opposés d'alliés ; le premier est anti-régime-syrien (Al-Jazeera, France 24, Al-Hurra, Al-Arabiya) et le second est partisan (Al-Mayadeen, Al-Alam, Russia Today, Addounia) et on explicite les priorités, selon lesquelles, chaque chaîne organise l'ordre selon l'importance des nouvelles.

Ce qui nous a permis, par la suite, la validation des méthodes de l'établissement de l'Agenda et de former ses objectifs communicationnels constitutifs, grâce à l'utilisation des mécanismes de conflit approuvés dans le discours médiatique international pour les deux pôles d'alliés (propagande et contre-propagande) et l'exposition des procédés de faire servir les médias aux finalités de la communication politique pour guider l'opinion publique internationale et surtout l'opinion publique Arabe, ce qui est mis en évidence plus clairement dans la réponse à la troisième hypothèse de cette recherche, basée sur le principe de l'existence d'un discours de complot dans le contenu médiatique des chaînes internationales d'information pro-régime-syrien.

De la communication unidirectionnelle à la communication circulaire

Étude de cas : programmes de développement rural en Tunisie

Présentée par : Wafa ATTYAOUI

Dirigée par : Dr. Chafik SAÏD

L'analyse de la communication pour le développement au milieu rural a permis de constater, à l'épreuve des faits, l'échec de la communication interpersonnelle (entre agent de développement et agriculteur), organisée à partir d'un modèle unidirectionnel, essentiellement orienté vers la vulgarisation.

Ce modèle basé sur la simple transmission de l'information aboutit, d'après notre lecture et notre enquête sur terrain, à un « refus de communiquer » de la part du récepteur (la vengeance du silence). Notre recherche à, en fait, pour but d'enquêter pour des processus qui favorisent l'évolution de la communication unidirectionnelle vers la communication circulaire, en analysant les obstacles à la communication interpersonnelle menée en milieu rural tunisien depuis 2011 par les offices publics de développement rural et identifiant le modèle utilisé.

D'après les résultats de la recherche, le modèle de communication utilisé est unidirectionnel, descendant, menant, ainsi, à la non-circulation des messages.

Pour le passage de cette communication unidirectionnelle descendante à la communication circulaire, nous avons identifié les processus suivants : la nécessité de la prise en compte, par l'agent de développement des contextes spatio-temporel, culturel et institutionnel, des facteurs psychologiques ainsi que de l'approche genre; ce qui autorise à valider notre 1^{ère} hypothèse et partiellement la 2^{ème}.

Processus complexe, l'évolution vers la communication circulaire ne peut pas être le résultat d'un modèle unidirectionnel simple. Il s'agit, plutôt, de l'évaluation de la communication interpersonnelle pour le développement en milieu rural, en tant que phénomène global.

Nous avons eu recours, dans le cadre de notre recherche, aux méthodes quantitatives et qualitatives. Leur complémentarité permet d'offrir plus de chances pour la vérification des résultats. Nous avons utilisé les techniques de recueil des données suivantes : l'observation directe, l'entretien semi-directif et directif (méthode qualitative) et le questionnaire (méthode quantitative). L'objectif de notre recherche et le cadre théorique (les paradigmes : l'approche systémique et l'interactionnisme symbolique) ont orienté, en quelque sorte, nos choix méthodologiques.

Le constat de la recherche aboutit à considérer, à partir de l'adoption de la communication circulaire, la mort « symbolique » de l'émetteur « dominant » et la naissance du récepteur « vigilant ».

Mots clés : Communication interpersonnelle, Communication unidirectionnelle, Communication circulaire, Interaction, Processus de la communication, Développement rural, Contexte, Approche Genre.

Appropriation des TIC dans les entreprises portuaires tunisiennes : Évolution des usages de « la Liasse Transport »

Présentée par : Nessrine Hmaici

Dirigée par : Dr. Larbi Chouikha

L'étude de l'appropriation organisationnelle et des usages d'une technologie d'information et de la communication, nous a conduits à appréhender la relation dans laquelle les acteurs, les technologies et l'organisation étaient engagés. En retraçant les usages « Liasse Transport » par une population d'employés chargés des procédures du transport maritime au sein des entreprises publiques de la communauté portuaire au port de Radés, nous avons mis en lumière les dynamiques et les stratégies qui animent les usages de cette technologie, ainsi que l'influence de celle-ci sur les usagers et sur les relations dans l'organisation et inversement. En effet, ce travail de recherche consiste à mettre en évidence comment une technologie et les usages dont elle fait l'objet entrent en interaction pour s'inscrire dans le processus organisationnel.

Notre recherche s'inscrit dans le courant des travaux structurationniste et s'est appuyée sur l'approche qualitative de l'étude du cas. Nous avons essayé d'observer, in situ, le vécu professionnel et les pratiques d'un groupe d'acteurs, composé de vingt-trois employés, lors de leur appropriation de la TIC « Liasse Transport ». Nous avons aussi procédé à des entretiens semi-directifs avec eux et ce, afin d'approfondir notre compréhension des représentations et des significations autour de l'introduction de cet outil dans leur activité quotidienne.

Notre questionnement de départ consistait à nous demander comment les employés des entreprises portuaires publiques Tunisiennes s'approprient

la TIC « Liasse Transport » introduite dans leur quotidien professionnel ? Ainsi, Quels sont les mécanismes et les stratégies mises à l'œuvre par cette population d'employés dans l'usage de cette TIC après quelques années de son introduction ? Dans cette perspective, une étude autour les usages effectifs, les représentations des usagers, les mécanismes de son intégration à la pratique professionnelle, les dynamiques et les stratégies qui animent les usages, font l'objet de notre recherche. Notre thèse était :

L'appropriation d'une TIC en milieu organisationnel est un processus de structuration et de formes intermédiaires d'usages. Cette structuration permet de comprendre comment les actions situées et récurrentes ainsi que les propriétés structurelles sont produites et reproduites dans l'interaction entre les acteurs et les objets.

Principaux résultats

Les résultats de cette recherche viennent vérifier la validité de nos hypothèses du départ, tout en essayant de répondre à aux questions problématique posées. Ce travail se veut analytique du processus de l'appropriation d'une TIC dans les organisations, à travers ses usages. Les résultats obtenus sur s'avèrent riches en termes de données que nous les présentons, dans cette conclusion générale, de façon synthétique.

Dans un premier temps, nous exposerons les résultats empiriques de l'étude approfondie de l'appropriation de la TIC « Liasse Transport », in situ. Ensuite, nous présentons, dans un deuxième temps, les principaux apports théoriques de l'étude des usages et des processus d'appropriation organisationnelle d'une TIC dans une perspective sturturelles. Enfin, nous suggérons dans un dernier temps de nouvelles pistes de recherche en même temps que nous donnons un aperçu du programme de recherche que nous nous apprêtons à poursuivre.

Appropriation de la Liasse Transport chez les employés des entreprises portuaires

Les résultats obtenus sur le plan empirique, à travers l'étude cas unique du système « Liasse Transport », semblent confirmer notre principale hypothèse du départ. La performance d'une TIC dans l'organisation, semble dépendre de l'enactement de cet outil, d'une façon récurrente et routinière, dans le quotidien de son usager. Aussi, nos résultats semblent aussi confirmer nos hypothèses secondaires où l'appropriation d'une TIC dans l'organisation semble dépendre des propriétés structurelles de la TIC, des systèmes de

signification et de représentation, des pratiques et des réseaux interpersonnels dans les entreprises étudiées.

Pendant notre présence sur terrain, nous avons détecté une diversité des formes d'usage de la TIC « Liasse Transport » qui ont été effectivement développées par les acteurs et qui semblent, à priori, similaires selon des groupes d'utilisateurs. En fait, trois formes d'usage principales ont été observées :

- L'usage de la Liasse Transport en tant qu'outil pour l'exécution des tâches professionnelles autour des procédures du transport maritime de la marchandise (traitement et échange des procédures entre les intervenants de la communauté portuaire) ;
- L'usage de la Liasse Transport en que simple outil de recherche d'information autour de ces procédures ;
- L'usage de la Liasse Transport pour le contrôle et la surveillance des activités des employés et des flux de la marchandise dans le port de Radés (au moment de notre recherche).

A ces formes d'usages correspond un ensemble de significations partagées entre les acteurs en même temps que des interprétations individuelles de la Liasse Transport, permettant de multiples possibilités de réinvention de sens et de pratiques mises en œuvre par les utilisateurs. En l'occurrence, les significations dominantes associées à l'usage de la « Liasse Transport » renvoient essentiellement à des représentations de l'amélioration des processus de travail, à travers la normalisation des procédures de transport ; la rapidité de traitement (saisi, lecture et enregistrement) et d'échange entre les intervenants. Fortement associé à l'idée d'un outil informatique infaillible et source des gains en temps et en argent, il est aussi largement perçu comme un instrument au service d'une meilleure productivité organisationnelle.

Dans l'ère où l'information semble être primordiale, la « Liasse Transport » semble acquérir une grande importance chez les acteurs. L'idée d'un progrès social s'avère essentiellement positive à la fois pour l'individu et le collectif. Cependant, d'autres significations étaient fortement dénoncées dans les discours des utilisateurs, sur la dégradation et la déshumanisation des relations et sur la prégnance du phénomène surveillance et de contrôle diffus de leur activité lors de l'usage de la Liasse Transport. Nous avons remarqué aussi une hétérogénéité des significations et des représentations individuelles entre les utilisateurs. Cette diversité influence significativement les formes d'usages et laisse imprévisible les stratégies des utilisateurs pendant leur enactment de cette technologie.

L'imprévisibilité des stratégies d'usagers dans l'enactment de la Liasse Transport semblent menacer, plus au moins, leur autonomie et leur sentiment de sécurité ontologique. Cette menace émane principalement des propriétés de contrôle de la TIC et des stratégies de son usage en tant que support de pouvoir et de surveillance. Dans ce cadre, les usagers ont créé aussi, un certain nombre de stratégies, comme la délégation de certaines tâches exécutées sur la Liasse Transport à des subordonnés, ou comme l'évitement de l'usage de certaines fonctionnalités, ou certains usages inventés, ou des formes de bricolage (DE CERTEAU) et ce, afin d'exprimer la non soumission à la TIC et autres acteurs.

Les rapports dans l'usage de la Liasse Transport en tant que TIC, souligne la prégnance rapports de pouvoir dans les activités quotidiennes dans les organisations. Dans ce cadre, nous avons remarqué certaines stratégies de « contrôle réflexif », à travers lesquelles les acteurs s'exercent un contrôle routinier sur leur activité, et qui semble être intériorisé, dans leurs relations professionnelles. En connaissance des conditions de leur action et par l'anticipation des stratégies des autres acteurs, les individus tendent à exercer une forme d'auto-contrôle. Nous pouvons dire qu'ils ont intégré un exercice de « contrôle réflexif de l'action » dans leurs usages de la Liasse Transport. Mais ce contrôle va aussi mobiliser cette TIC et s'y manifester dans les usages dont elle fait l'objet. À un niveau plus général, ces pratiques se traduisent donc par une extension du champ d'exercice du « contrôle réflexif de l'action ».

L'analyse détaillée des dynamiques d'appropriation de la « Liasse Transport » (les dimensions significations, les dimensions de domination et les modes de légitimation) a montré aussi le poids des réseaux d'interactions, des normes et des règles dans la formation des usagers et la détermination de leur forme. Ainsi, dans une entreprise publique portuaire caractérisée par un rôle déterminant de l'État dans leur prise de décisions. L'utilisation de la Liasse Transport est vue comme obligatoire puisqu'elle vient dans le cadre d'un projet d'État. D'ailleurs, dans ces entreprises fortement hiérarchisées, le respect des règles et des instructions représente l'un des mécanismes qui participe l'utilisation récurrente de cette TIC. De même, les réseaux d'interactions entre les employés de ces entreprises caractérisés par une forte appartenance au groupe. Ce sentiment d'appartenance aide aussi à l'appropriation de l'outil, surtout à travers les interactions dans les réseaux informels et par les réseaux de soutien technique.

Également, lors de notre présence sur terrain, nous avons cerné deux modes d'appropriation de la TIC « Liasse Transport », selon les formes d'usage

(enactement) et les pratiques récurrentes. Les deux modes d'appropriation sont ; Soit l'Inertie où la liasse Transport n'a pas influencé énormément des ensembles structurels de l'organisation et des usagers qui l'ont intégré dans leur quotidien comme tout autre outil de gestion et de communication. Donc, la TIC n'a pas bouleversé leur quotidien professionnel ; Soit, le Changement, où la Liasse Transport a entraîné une modification des ensembles structurels pour l'autre partie des usagers, en transformant leur mode de travail. La TIC ici a bouleversé leur monde professionnel.

Au-delà des différentes formes d'usages ou d'enactment de la Liasse Transport, nous avons pu détecter trois catégories ou idéals typiques d'usagers. Cette catégorisation est bien limitative mais semble permettre de saisir en partie la diversité des usages de Liasse Transport et la complexité des acteurs.

- La première catégorie est les « Leaders » qui représentent les usagers qui ont une culture technique très élevée. Ils considèrent la Liasse Transport comme une obligation pour l'évolution de l'entreprise. Ils servent de la TIC comme un outil de suivi et de contrôle de l'activité portuaire ;
- La deuxième catégorie est les « Utilitaires » qui représentent la majorité de la population des usagers. Ils dépendent de leurs supérieurs hiérarchiques pour la prise de décision. Ils sont les plus concernés par l'utilisation de la Liasse Transport pour accomplir leurs missions de travail au quotidien. La Liasse Transport pour eux, est un outil de travail officiel par obligation administrative et instruction politique ;
- Enfin, la troisième catégorie est celle des « Réticents ». Ils ont un usage limité de la TIC qui se résume à des actions de recherche ou de consultation des informations. Ils voient la Liasse Transport comme source d'une activité supplémentaire voire marginale dans leur vie professionnelle. Cette catégorie représente une minorité en matière de nombre d'usagers.

Nous aurons ainsi à préciser que les formes et les modes d'usages, ainsi les propriétés structurelles de l'organisation (les significations, les représentations, les normes, les règles) et les réseaux d'interaction, dans l'appropriation de la TIC « Liasse Transport », sont en perpétuelle évolution et loin d'être stables ou stabilisés, ainsi que les propriétés structurelles de la technologie utilisée. Nous précisons, de même que les limites entre les différentes dimensions de l'appropriation de la TIC sont perméables et inter-liées.

L'Apport de notre recherche au niveau théorique

Nos résultats semblent ouvrir des pistes à plusieurs niveaux, tant du point de vue de la théorie de la structuration que de celui de la question des usages et d'appropriation des TIC. Tout d'abord, ces résultats semblent confirmer la portée générale de la théorie de la structuration. Giddens a conçu cette approche comme une « théorie du social », qui aurait vocation à expliquer la société et les relations sociales de façon générale. Or, nous avons remarqué que la question des TIC, centrale dans la modernité, était à peine évoquée dans cette théorie.

Notre étude ne permet pas de confirmer que la théorie de la structuration est susceptible d'expliquer la société et les relations sociales de façon générale, mais elle permet toutefois de montrer que cette théorie constitue un cadre pertinent pour analyser la place des TIC et de leurs usages au sein du monde social réduit (l'entreprise). Les TIC sont des objets techniques d'une grande importance dans la société contemporaine et notamment pour les activités quotidiennes, tant dans la sphère privée que dans la sphère organisationnelle et professionnelle. En tant que cadre théorique permettant d'analyser ce type d'objets ainsi que leurs usages, l'application de la théorie de la structuration semble indiquer que cette approche permet d'intégrer des objets d'étude centraux pour le monde social, et ce même lorsque ceux-ci ne sont pas, à priori, présents dans ce cadre.

Nos résultats permettent ainsi de montrer que les TIC devaient effectivement être appréhendés non pas seulement comme des outils d'échange ou des conteneurs d'information, mais aussi comme des ressources d'allocation et des supports d'autorité. Ces notions permettent de relier une autre fois la question de l'appropriation des TIC à celle des dynamiques de la domination au sein des organisations. Outre, nous avons constaté que la Liasse Transport et ses usages, étaient directement liés à l'exercice du

« contrôle réflexif » par les acteurs qui constitue un préalable à l'action. De ce fait, la Liasse Transport par ces ressources d'allocation et d'autorité qui correspondent à ce que Giddens a défini comme des structures de domination, participent, par leur reproduction par les acteurs, à la génération du pouvoir. La Liasse Transport permet ainsi à la production et à la reproduction d'un principe structurel lié au pouvoir et qui se traduit comme l'une des dimensions de la modernité, selon les propos de Giddens.

Nous soulignons aussi l'importance de premier ordre des processus de traitement, de et de recouvrement et de sauvegarde des informations pour

les activités sociales. Si l'invention de l'écriture a constitué une rupture historique pour ces processus, l'introduction des technologies de l'information et de la communication dans un cadre professionnel, constitue un phénomène qui dérive de cette rupture. En effet, la numérisation des informations, quelle que soit leur forme (texte, son, image, contenu multimédia...), représente une nouvelle rupture dans les processus de traitement, de recouvrement et de sauvegarde de l'information. Cette rupture n'est pas uniquement liée à la forme même de l'information. Néanmoins, elle offre virtuellement la possibilité d'instrumentaliser ces processus. Concernant la Liasse Transport, comme une TIC dans un cadre organisationnel, la rupture découle aussi de l'introduction de son usage qui directement liée à la nature des relations qui s'y établissent. La sphère professionnelle est marquée par des relations de pouvoir et de coordination qui sont, à priori, plus «apparentes» que dans d'autres sphères.

Nos résultats offrent ainsi des pistes quant à l'application de la théorie de la structuration. En fait, le cadre d'analyse construit par Giddens mobilise différentes approches interdisciplinaires pour former son modèle. Cette approche semble une s'inscrit dans particularité qui est souvent mise en avant dans les sciences de l'information et de la communication.

Perspectives de recherches futures

Au terme de cette conclusion générale, nous pouvons ouvrir notre propos sur les autres recherches à mener afin de renforcer la légitimité des résultats et de prolonger cette recherche sur l'appropriation et les usages sociaux des TIC en organisation. Plus précisément, il s'agira de travailler au renforcement théorique mais également à l'ouverture de notre recherche sur d'autres terrains.

L'objet de notre étude était sur les dynamiques ou les processus d'appropriation d'une TIC dans l'organisation. Ces processus ne sont jamais stables et en perpétuelle évolution. Le travail sur les dynamiques et le processus demande d'être poursuivi. Il s'agira d'approfondir l'analyse par la conceptualisation et la modélisation d'un processus d'appropriation d'une TIC dans une organisation et dans un groupe d'acteurs de taille et de caractéristiques similaires, et d'observer le processus au regard du cadre théorique avancé dans notre thèse. Un travail de rapprochement entre les deux cas devra alors montrer la pertinence des énoncés et la solidité de notre interprétation de l'appropriation organisationnelle des TIC. À ce titre, d'autres méthodes pourront être mobilisées (enquêtes, expérimentations, entretiens, etc.). En mon-

trant les forces mais aussi les faiblesses de notre argumentation, il nous sera possible d'enrichir les concepts en sortant du seul cadre empirique de notre cas « Liasse Transport »

Nous proposons aussi à ouvrir notre réflexion au thème du changement dans les organisations suite à l'introduction d'une TIC. L'appropriation TIC renvoie à la question de l'organisation en train de se faire. En étudiant l'appropriation des TIC, nous avons mis en exergue le rôle des objets dans l'évolution des pratiques et des règles individuelles et collectives. Aussi, au-delà de la seule question de l'appropriation, la modélisation que nous proposons peut être perçue comme une représentation des dynamiques et des processus d'action collective dans un réseau sociotechnique. Cette perspective de recherche invite à relire nos résultats dans le but de comprendre la constitution et la structuration des organisations à travers l'introduction des TIC.

L'usage des médias sociaux dans la communication politique des partis politiques tunisiens

Etude des cas : Ennahdha, Nidaa Tounes et Front populaire

Présentée par : Arwa Kooli
Dirigée par : Dr. Saloua Charfi

L'essor des technologies de l'information et de la communication, notamment les médias sociaux, a changé les pratiques communicationnelles des hommes politiques et partis politiques dans le monde.

Le nombre croissant des utilisateurs et le développement des techniques de communication et marketing via les médias sociaux ont suscité les acteurs politiques à s'engager pour profiter des opportunités offertes par les nouveaux médias.

Les principales études ont porté sur les pratiques et usages politiques des médias sociaux et leur influence sur la vie politique durant les périodes électorales ou autres. Notre recherche essaie dans ce sens d'étudier l'usage politique des médias sociaux dans le contexte tunisien, en étudiant les pages officielles des partis politiques tunisiens sur le réseau social Facebook.

En se basant sur un problème de recherche bien défini, nous avons l'intention de comprendre cet usage. Nous étudions comment les partis tunisiens investissent les réseaux sociaux à des fins de communication politique ? Nous proposons trois hypothèses à vérifier :

- D'abord, la communication politique à travers les médias sociaux est devenue plus interactive et de moins en moins unidirectionnelle. Pour cette raison, nous proposons que les partis politiques tunisiens utilisent leurs pages Facebook d'une façon interactive et bidirectionnelle.

- Ensuite, nous proposons que vue la possibilité de surpasser les médias traditionnels, les partis politiques tunisiens assurent qu'ils sont les 'gatekeepers' sur leurs pages Facebook, qu'ils contrôlent le réseau créé à travers les pratiques de partage des liens et des pages Facebook ; ainsi qu'ils assurent la présence du contenu des médias traditionnels sur la page.

- Les nouveaux médias ont eu un impact plutôt positif sur la mobilisation des sympathisants politiques. Et c'est pour cette raison nous proposons enfin que les partis politiques tunisiens ont profité de leurs pages Facebook et de leurs fans fidèles pour mobiliser des nouveaux sympathisants et ont essayé de cette manière de cibler des catégories bien définies et de mobiliser leurs sympathisants pour en faire agir des nouveaux.

Nous avons choisi de mener une étude empirique en comparant les contenus publiés pour tester les hypothèses proposées, en étudiant l'usage de trois partis politiques tunisiens à savoir : Ennahda, Nidaa Touness, et Jabha Chabya. Nous avons étudié ses usages durant trois grands événements qui ont eu lieu en 2013 : l'assassinat de Chokri Belaid, l'assassinat de Mohamed Brahmi et le lancement du dialogue national. Nous avons également entretenu les responsables des pages Facebook des partis étudiés. Et cela dans le cadre théorique de quatre théories : Théorie des usages et gratifications, la théorie de gatekeeping, la théorie d'agenda - setting, et la théorie de medium.

Nous avons, en fait, utilisé le computer-mediated discourse analysis et l'analyse des liens (Link Analysis) comme approches et méthodes de recherche, adaptées aux spécificités de la communication virtuelle (computer-mediated communication), ainsi que l'entretien semi-directif.

Nos résultats de recherche confirment les résultats d'autres recherches dans des contextes différents. L'usage des partis politiques étudiés en termes d'interactivité et direction de communication est standardisé. Les pages des partis politiques reflètent la transposition en ligne des modes de communication hors ligne. Les pages représentent des journaux portant - paroles des partis sous-indiqués : informant sur les news du parti et de ses prises de position, au lieu d'être exploitées comme des pages de communication interactive.

En matière de « gatekeeping », les partis ont essayé d'être les 'gatekeepers' sur la page. Ils partagent essentiellement des liens et des pages conformes aux points de vue du parti. Ainsi, ils exploitent le contenu des médias traditionnels pour servir leur agenda politique sur la page.

Toutefois, l'usage des pages pour le ciblage de nouvelles catégories et la mobilisation des sympathisants est quasiment inexistant.

Stratégies d'influence, de persuasion et d'encadrement médiatique dans le traitement du phénomène religieux en Tunisie entre 2011 et 2014

Journaux hebdomadaires tunisiens comme modèle

Présentée par : Hanen Milliti
Dirigée par : Dr. Zohra Gharbi

L'étude intitulé « Stratégies d'influence, de persuasion et d'encadrement médiatique dans le traitement du phénomène religieux en Tunisie entre 2011 et 2014 : Journaux hebdomadaires tunisiens comme modèle » vise à rechercher dans la nature de la couverture médiatique hebdomadaire du phénomène religieux durant la période de transition qu'a connu la Tunisie de janvier 2011 à octobre 2014. Pendant cette période le phénomène a été perçu comme étant un dossier brûlant, de plus il était le plus important des dossiers qui ont préoccupé l'opinion publique tunisienne, pour son influence sur beaucoup de secteurs dont celui de la sécurité, le social et le politique et d'autres.

Nous sommes partis dans cette étude pour démontrer la problématique suivante : Comment la presse nationale Tunisienne s'est intéressée au phénomène religieux en Tunisie, forme et contenu, pendant la période de transition qu'a traversé la Tunisie de 14 janvier 2011 jusqu'à octobre 2014 ?

Nous avons envisagé pour cette problématique des réponses probables groupées dans les quatre hypothèses suivantes :

- Les choix des journaux de l'échantillon du point de vue le nombre des articles, l'espace, l'endroit, l'enlacement des photos, les couleurs en plus du choix des formes journalistiques reflètent un intérêt clair du phénomène religieux de la part des journaux indépendants et une ignorance voulue de la part des journaux partisans.

- Dans sa couverture de phénomène religieux, les journaux de l'échantillon ont concentré leur travail sur la valeur d'importance, le conflit, la proximité et le suspens tout en présentant une orientation médiatique qui varie entre la logique professionnelle et subjectivité idéologique.
- Pour le traitement du phénomène religieux, les journaux de l'échantillon se basent sur des cadres médiatiques qui traduisent les orientations idéologiques qui s'appuient sur des évaluations morales, le conflit et le sens de la responsabilité.
- Dans sa couverture médiatique du phénomène religieux, les journaux de l'échantillon penchent vers les stratégies de communication persuasives basées sur le penchant émotionnel en plus des stratégies d'intimidation et de menace du danger de l'expiation et l'extrémisme, en plus de la collusion avec les courants extrémistes.

Vu la nature de notre recherche et la nécessité d'une recherche approfondie dans la manière de la réaction médiatique avec le phonème religieux, nous avons utilisé la technique d'analyse de contenu pour analyser l'échantillon composé des articles de quatre journaux hebdomadaires tunisiens qui sont « Sawt al-chaab » journal du parti des ouvriers, « Al-fadjr » porte parole du mouvement AL NAHDHA et « Assabah Al-oussbouï » et « akhar khabar », deux hebdomadaires indépendants, pour connaître les orientations éditoriales pour traiter ce phénomène .

De même nous avons utilisé la technique d'analyse des cadres « frames » pour analyser les angles de traitement médiatique de la question religieuse sur les pages des journaux de l'échantillon en plus de la recherche dans les stratégies de communication persuasive adopté ; par ailleurs nous avons soutenu des choix analytiques par des interviews avec les chefs de rédaction des journaux de l'échantillon pour s'assurer de la fiabilité des résultats de l'analyse. Après avoir terminé les étapes d'analyse de l'échantillon de recherche, l'étude a montré les résultats suivants :

- Les deux hebdomadaires indépendants ont consacré une importance claire du phénomène religieux vu qu'ils n'ont aucune affiliation au travers ou restrictions. Par contre les deux journaux partisans ont observé dans leur traitement du phénomène un alignement sur leur appartenance politique et partisane vu leur orientation idéologique qui leur interdit de traiter avec profondeur le phénomène et lui donner l'importance qu'il mérite.

- Les deux quotidiens partisans ont concentré leur travail sur des articles d'opinion qui présentent des positions personnelles vis-à-vis de la question religieuse, partant de cette optique leur couverture médiatique été écourté et manqué de profondeur d'explication, d'analyse et d'interprétation d'un phénomène complexe dans lequel de multiples données sont étroitement liées.
- Les deux hebdomadaires indépendants ont utilisé la plus part des cadres d'information pour traiter le phénomène religieux et en particulier les cadres de responsabilité, les cadres définis par une problématique des cadres du conflit, des cadres stratégiques et des préoccupations humanitaires, bien que nous somme convenue de faire attention des manifestations les plus importantes du phénomène religieux, celles-ci différent par les angles de position et le diagnostic du phénomène.
- « Assabah Al-oussbouii » était plus au moins à mi-distance entre les parties intéressées par le phénomène et la tentative de faire endosser les responsabilités d'une façon neutre et logique. Tandis que « Akher Khabar » semble assumer la responsabilité à AL NAHDHA du déroulement du phénomène religieux de son cours naturel vers la violence et l'expiation. Et sa présentation comme étant l'acteur principal de l'apparition des éléments salafistes extrémistes et la poussée du phénomène salafiste du fait du laxisme qui a accompagné la rapidité de trancher avec ces éléments.
- Les journaux de l'échantillon à l'exception d'« Al Fajr » étaient désireux d'employer des stratégies d'intimidation et de terreur à des taux très élevés et se concentraient particulièrement sur la possibilité de l'exploitation de la religion par les courants islamistes pour des fins politiques et de la possibilité du soutien d'AL NAHDHA à l'extrémisme religieux incarné par les courants extrémistes de l'expiation et de la violence perpétrées par groupes salafistes jihadistes.
- Le journal « Al Fajr » a opté pour la politique d'apaisement en soulevant la question religieuse, en encouragement le retour à l'identité arabomusulmane et tout ce qui lui revient de valeurs sublimes à savoir la modération, la tolérance et autres principes.
- Tous les journaux de l'échantillon sans exception ont donné une priorité absolue à l'envie clair de la stratégie basée sur le côté émotionnel dans le but de galvaniser le récepteur et gagner sa sympathie et son adhésion aux sujets posés et de le convaincre de son point de vue concernant la question religieuse.

En guise de conclusion, à travers l'analyse du contenu et l'étude de l'emploi des normes professionnelles des cadres d'information « framing théorie » et des stratégies de persuasion, nous notons que la couverture médiatique du phénomènes religieux dans les journaux de l'échantillon était à niveau d'une couverture superficielle, pétunée et loin de la compréhension du phénomène et sa dissection devant le lecteur, enfin qu'il puisse comprendre ses causes et ses différentes répercussions surtout durant les deux années âpres les événements du 14 janvier 2011 .

Peut être tout cela s'explique par le fait que le traitement médiatique du phénomène a été lié avec des orientations intellectuelles et idéologiques des acteurs de l'information ; c'est pourquoi l'approche objective et responsable assumée et requise par la responsabilité sociale et les medias envers nos sociétés était limitée.

La volonté d'un changement au niveau de la communication dans l'administration publique tunisienne après le 14 janvier 2011

Présentée par : Itidel Jabri Kraiem

Dirigée par : Dr. Zohra Gharbi

Les bouleversements sociaux, que vit l'administration publique tunisienne aujourd'hui, découlent de la modification des attitudes de ses agents publics vers une attitude révolutionnaire. Celle-ci, alimentée par un sentiment d'injustice longtemps dissimulé, a marqué un état d'éveil, de remise en cause et de volonté de changement des relations de pouvoirs et de domination en place. Cette volonté a engagé tous les acteurs dans un processus de changement visant la transformation de l'ordre déjà établi. L'analyse des conditions et des étapes de ce processus a permis de montrer que le changement est avant tout un phénomène discursif. Le rôle dominant des échanges informels et de groupes a permis l'évolution de la résistance, au niveau micro, d'une résistance individuelle et informelle à une résistance collective et formelle. La discussion entre les différents acteurs, au niveau macro, a été utilisée pour repenser l'organisation et ses relations de pouvoir. Mais, reste à préciser, que l'analyse a montré, aussi, que la discussion a été prise par de nouvelles stratégies de pouvoirs qui ont amené à des luttes de position et une pression accablante des groupes. L'absence, au niveau institutionnel, d'un dispositif communicationnel encadrant la nouvelle vague discursif ne permet pas de repenser la communication d'une façon plus ouverte et participative. En conclusion, la discussion a dérivé de son objectif principal et elle a resté de l'ordre de l'éphémère. Le changement reste une volonté tant qu'il n'a pas été concrétisé par un texte.

Mots clés : Volonté de changement- communication interne - agent public- relation de pouvoir- échanges formels et informels - discussion

L'image des immigrés maghrébins dans les médias italiens

Présentée par : Lotfi Mekni
Dirigée par : Dr. Moncef Ouennes

Cette thèse intitulée : « L'image de l'immigré maghrébin dans la presse écrite italienne : l'exemple de l'immigration illégale tunisienne », se propose de démontrer que, malgré les garanties d'objectivité et de neutralité, les journaux italiens ne sont pas dans la réalité si objectifs et si neutres. Car il y a en revanche, des zones d'interférence entre la presse écrite et la vie politique italienne souvent peu favorable aux immigrés d'une manière générale et aux immigrés maghrébins.

Il est presque certain que les positions politiques de droite ont influencé une large partie de la presse italienne et ont contribué, peu ou prou à la construction progressive d'une image souvent négative noircie par des agissements et comportement non mesurés et accomplis par des personnes isolées. Malgré toutes les divergences de lecture, la thèse a su affirmer que la presse écrite italienne représentée par le corpus de journaux choisis (Corriere della Sera, IL Messaggero, la Stampa) a su créer un environnement favorable à l'hostilité contre l'immigration qui est présentée comme étant la source du mal de toute l'Italie.

Comme si l'Italie n'a d'autres crises que l'immigration et comme si l'Italie n'a d'autres problèmes menaçants que le problème des frontières.

Pour mieux élucider et analyser les problématiques de la thèse, nous avons réparti son architecture de l'intérieur en deux grandes parties:

La première partie s'est penchée de près sur les contenus de la presse écrite italienne et son rôle dans l'image des immigrés d'une manière générale et ceux du grand Maghreb plus particulièrement. Cette partie avait accordé beaucoup d'attention aux diverses orientations de la presse italienne vis-à-vis de la question de l'immigration, elle a analysé de près les manières les

techniques et les structures linguistiques utilisées plutôt sélectionnées pour corroborer une image négative ou plutôt voulue négative .

Les commanditaires de cette image programmée pour qu'elle soit négative avaient complètement omis de faire mention aux diverses participations de ces « étrangers » (stranieri) selon l'expression de la presse italienne à la construction de l'Italie, à la prospérité italienne et surtout à la dolce vità souvent analysée pour les films italiens des années 60 et 70 du XX^{ème} siècle.

En revanche, la deuxième partie a été dédiée aux diverses représentations de l'immigration et de l'immigré qui, les exemples le prouvent, s'interpénètrent avec la situation politique souvent conflictuelle et déchirée entre positions idéologiques diverses et tendances contradictoires.

La Libye est l'un des pays où l'interférence entre la politique, l'argent et la presse est claire et où les positions politiques s'expriment par et dans les médias et où aussi la presse s'aligne volontairement sur la position des partis politiques par souci d'appui ou de recherche de moyens de subsides et d'allocations dans un monde de plus en plus difficile et de plus en plus cher au niveau et de la publication et de l'édition abstraction faite du degré de réussite de cette thèse, elle s'est investie à fond pour essayer d'analyser – sans grandes prétentions – ce monde complexe et difficile, mais surtout exceptionnel des médias italiens peu connus au Maghreb.

La thèse s'est investie à fond pour mieux approcher ces médias et en l'occurrence cette presse écrite productrice, consciemment ou inconsciemment, de mauvaises représentations de l'immigration et de l'immigré pour mieux comprendre ce monde complexe selon l'expression du sociologue français Edgard Morin ou complexifié selon le philosophe Althusser.

Et autant que Carta Roma a appelé à la nécessité de l'engagement des institutions des médias Italien des règles professionnelles et éthiques dans le suivi de la question de l'immigration et de l'intégration, mais un grand nombre de ces règles n'ont pas été respectées, mais que la plupart des institutions des médias italiens qui ont essayé d'adhérer et rencontrer de nombreuses difficultés évoquées par le rapport du centre IDOS Année 2016 de l'Italie, et crée une sorte de complaisance où l'acceptation de la réalité pour que la majeure partie du contenu des médias acquièrent un vocabulaire d'extorsion et d'intimidation, sur les dangers qui assaillent la société italienne comme le chômage et l'augmentation du taux de criminalité et la perte de ses composantes civilisationnelles, culturelles, et même la religion.

Si la proportion de naissances chez les immigrants musulmans continue à augmenter à mesure que la société italienne vieillit. Et la profondeur du discours qui refuse d'intégrer les migrants à ces préoccupations par ses discussions continuées sur les problèmes créés par l'entrée continues des arrivées d'Afrique du Nord et les médias italiens consacrés à l'opacité et à l'absence d'opinion des immigrants, car ils peuvent rarement exprimer le sujet dont ils sont le principal parti où ils restent toujours dans le cercle de l'absent et l'accusé conscience sans lui donner l'occasion de répondre à ces accusations, ce qui s'est traduit négativement par les transactions quotidiennes entre les immigrants et les Italiens en raison de l'impact du discours médiatique qui a favorisé de nombreux stéréotypes qui relient les difficultés rencontrées par le citoyen italien le nombre croissant d'immigrants.

Ce monde médiatique à besoin plus d'une thèse et plus d'un ouvrage pour le pénétrer, le maîtriser et saisir ses sens sociologiques.

Notre thèse a abordé ce sujet complexe, mais surtout vaste, elle l'a traité modestement tout en évitant les présentations vaines et les illusions sans concrétisation ni avenir...

Entreprises publiques en Tunisie et management de la communication dans un environnement changeant

Le cas de la Société Tunisienne de l'électricité et du Gaz (STEG)

Présentée par : Habib Labidi
Dirigée par : Dr. Zohra Gharbi

Notre travail doctoral se propose d'appréhender les pratiques communicationnelles internes et externes adoptées par la STEG, entreprise publique tunisienne, dans un environnement changeant, postrévolutionnaire, voire même incertain, celui de l'après du 14 janvier 2011.

Il s'agit, en fait, d'étudier, le management de la fonction de communication que ce soit à l'intérieur de l'organisation ou en rapport avec son environnement extérieur à la lumière des retombées du nouveau contexte qui a bouleversé ses modes de gestion organisationnelles et managériales et donné naissance à une grande marge de liberté d'expression, d'échange et d'interaction entre l'entreprise et ses différents partenaires. Une liberté accentuée davantage par la diversification et la digitalisation des moyens de communication (web, réseaux sociaux...).

Dans cette perspective communicationnelle, nous voulons savoir comment se sont articulés le management et la communication au cours de ces évolutions en vue de permettre à la STEG d'assumer adéquatement son rôle d'information, d'écoute et de dialogue avec ses employés, acteurs communicationnels, et ses clients en associant durablement la notion d'intérêt général.

En conclusion, comment l'entreprise pourrait-elle, grâce à la communication, contenir cette réalité changeante et éviter que ce nouvel environnement soit un générateur de dysfonctionnement et amplificateur de

problème, et ce en agissant sur la crédibilité de son image et sur les points forts de son caractère de service public. Pour y arriver, faut-il communiquer le changement ou changer carrément la communication ?

Concepts clés : Organisation, Politique et action publiques, Entreprise publique, Changement organisationnel, Management de la communication, Communication de crise.

L'influence de la communication de masse sur la culture scientifique en Tunisie

Présentée par : Mostapha Boulila

Dirigée par : Dr. Zohra Gharbi

Cette thèse traite la capacité de la communication de masse à transformer les connaissances scientifiques en une culture de masse largement vulgarisée au sein du public en Tunisie.

La première partie s'intéresse à une étude macro – sociologique de la culture scientifique dans le monde (premier chapitre) et dans le monde arabe (deuxième chapitre) suivant des approches qualitatives.

L'étude quantitative des moyens de communications de masse dans les domaines scientifiques et technologiques dans le monde arabe (troisième chapitre) a montré que le discours religieux domine le projet scientifique dans les moyens de communication classique (ouvrages, revues, radio et télévision).

Cependant, un courant s'est organisé par une nouvelle génération de jeunes arabes par la fondation d'une dizaine de pages scientifiques sur les réseaux sociaux qui ont attiré des millions d'adeptes. En Tunisie l'objet de la science est encore un sujet de débat entre deux courants culturels : le courant conservateur et le courant moderniste. (quatrième chapitre)

L'étude micro – sociologique de la communication de masse en science et en technologie est une étude quantitative. On a constaté que le public tunisien éprouve un haut intérêt aux causes de la science et de la technologie. Cette constatation répond à une question courante dans le champ culturel arabe concernant la relation de la pensée arabe avec la science (chapitre cinq).

Par ailleurs, on a conclu que les moyens de communications, en particulier la télévision, ont une influence intense sur les récepteurs en terme de

connaissances scientifiques. Néanmoins, on a noté que cette influence diminue chez la masse vis-à-vis de la compréhension de la méthode scientifique (chapitre six).

Ensuite, on a démontré que le public tunisien possède une position positive envers la science mais il est encore sous l'influence du discours religieux et il n'est pas arrivé à prendre ses distances envers la théologie et le para science (chapitre sept).

L'enquête effectuée sur un échantillon d'étudiants a prouvé l'existence d'une relation étroite entre le niveau intellectuel et les attitudes rationalistes et modernistes.

Notre étude a aussi élaboré une comparaison entre la situation de la culture scientifique en Tunisie d'une part, et la situation qu'elle occupe en Amérique du Nord, en Europe, au Sud-Est asiatique et d'autres parties du monde d'autre part.

La publicité télévisuelle et ses effets sur les représentations et identifications des adolescents

Présentée par : Abdelkader Ben Jdira

Dirigée par : Dr. Bourguiba Ben Rejeb

Dans le présent travail, nous avons abordé le *dispositif* médiatique, très exactement la publicité télévisuelle⁽¹⁾, à travers les théories de la réception et des usages.

Du point de vue de l'ancrage disciplinaire et théorique, nous étant inscrit dans l'interdisciplinarité du champ de recherches en SIC et suivant une perspective, plutôt critique, nous avons fait intervenir, dans la présente recherche, un certain nombre de disciplines (Psychologie, Sciences du langage, marketing...), tout en axant notre approche sur la psychologie sociale. Notre thèse s'articule, essentiellement, autour des représentations sociales et identifications de récepteurs-consommateurs.

Sur le plan méthodologie, nous avons opté pour la démarche pluriméthodologique, combinant les méthodes quantitative (Questionnaire) et qualitative (Entretiens directifs et Analyse de contenu). Nous avons varié les questions, aussi bien fermées qu'ouvertes, en nous inspirant de recherches effectuées dans différents champs disciplinaires (voir « Méthodologie », p. 15 et suiv.). Dans le but de recueillir des données aussi fiables que possibles et réduire au maximum les biais méthodologiques, nous avons inséré des questions-contrôle, aussi bien dans le Questionnaire que le Protocole d'entretiens directifs, d'une part, et avons dispersé les questions relatives à un même

(1) « La télévision est en interaction réciproque avec ses contextes, les systèmes social, économique, politique et juridique dans lesquels elle est intégrée. Dès lors, parler de l'influence de la télévision, c'est se référer aux liens entre production (organisation, fonctionnement, production des contenus...) et réception, au sein de multiples systèmes » (COURBET, D. et FOURQUET, M.P. (2003), « L'influence de la télévision : état des recherches », dans Courbet, D. et Fourquet, M.P., (dir), La Télévision et ses influences, De Boeck Université, coll. Médias Recherche-INA, pp. 9-21.

thème afin de ne pas révéler nos intentions et par voie de conséquence, induire les réponses des répondants et interviewés, d'autre part.

Du point de vue empirique, ce qu'il convient de noter, c'est que, en dépit des conditions dans lesquelles s'est déroulé notre travail de terrain⁽¹⁾, nous considérons que les données recueillies s'inscrivent dans le sens de la pertinence du sujet, la validité de construit de nos outils d'investigation (Questionnaire et Protocole d'entretiens directifs) et leur adaptabilité au niveau scolaire des sujets.

A travers le Questionnaire, administré à un échantillon de 119 élèves de 15-16(/17) ans⁽²⁾ scolarisés en première année secondaire (1^{ère} année du lycée), nous avons exploré le système représentationnel des adolescents en rapport avec la réception d'un produit communicationnel, d'un genre particulier, la publicité télévisuelle. Notre investigation a porté sur : la conception-perception de la publicité, le degré de compréhension et de mémorisation de spots publicitaires, l'attitude et comportement envers ceux-ci, l'intérêt qui leur est accordé, l'influence de la réclame sur leurs habitudes de consommation (achat). De même nous nous sommes intéressé à l'attachement des adolescents aux marques et à association marque-célébrité.

Pour ce qui concerne la conception-représentation de la publicité, les données recueillies nous ont permis de constater qu'elle est relativement conforme à celle véhiculée en marketing, les adolescents y conférant une certaine dimension informative (Émetteur-Récepteur).

Quant à leur attitude à l'égard de ce produit communicationnel, celle-ci scille entre l'appréciation (attitude positive) et la dépréciation (attitude négative) - avec prévalence de la seconde - surtout envers certains spots publicitaires, jugés « déplaisants » ou « gênants ». Elle s'exprime sous différentes formes comme l'*indifférence*, voire le *boycott*, pour un certain nombre d'adolescents.

Certains sujets expriment même une certaine hostilité, justifiée, parfois, par des recours au système des valeurs (morale) et croyances (religion). Ce qui suppose l'influence de l'une (ou des deux) autre(s) instance(s) de socialisation : ou bien l'école ou bien la famille ou les deux, où est produit un discours plutôt moralisateur, se révélant, dans certains cas, plus fort que le discours médiatique.

(1) Voir « Difficultés et limites de notre recherche », pp. 103-121.

(2) Voir « Description de l'échantillon », p. 123 et suiv.

Ce constat pourrait réfuter la thèse des adeptes des « effets directs », en matière de réception médiatique et confirmer la théorie des « effets limités », qui considère le récepteur comme étant « actif », doté d'« esprit critique », de capacité de discernement et par conséquent, ne se contentant pas de recevoir passivement l'information.

Pour notre part, nous sommes loin de trancher catégoriquement là-dessus et ce constat, qui ne concerne qu'une proportion de sujets, n'est qu'un *a priori*. En effet, quoique certains répondants aient « dévoilé » l'intention des annonceurs, il n'en demeure pas moins que l'évaluation des objectifs de la publicité est plutôt positive, sinon nuancée ou neutre. C'est ce qui nous a amené à parler d'« ambivalence », attitude propre à l'adolescence, caractérisant les prises de position des sujets. A ce propos, Mélanie Jamroziak (2004) cite Gennepe (1960), selon qui, l'adolescence induit une période, nommée liminalité⁽¹⁾, « caractérisée par des phases d'instabilité, d'ambiguïté et de confusion identitaire ».

En dépit du caractère exploratoire de notre recherche et sa dominante descriptive, nous avons pu vérifier certaines hypothèses, plus précisément celles en rapport avec des données quantitatives : certaines ont été confirmées, d'autres infirmées et, une troisième catégorie, mitigées.

A titre d'exemple, notre hypothèse relative à la corrélation entre degré de compréhension de la publicité, d'un côté, attitude et comportement des adolescents à son égard, de l'autre, a été, dans une certaine mesure, infirmée, étant donné que la quasi-totalité (91%) des répondants comprend ce produit médiatique, à des degrés variables : *moyen, bon et très bon*. (Voir tableau 25, p. 234).

Par contre, notre hypothèse relative à la différence d'intérêt entre filles et garçons en matière de produits promus, a été, dans une large mesure, confirmée. (Voir à ce propos : « Le point sur nos hypothèses », p. 197-198).

Enfin, la publicité semble, dans certaines limites, avoir une influence sur les habitudes de consommation de la famille. Ceci confirme le fait que les adolescents constituent une cible de choix des annonceurs. Il en est de même, dans une moindre mesure, pour ce qui est de l'attachement des répondants à la marque (aux marques) et à l'association de celle-ci (/celles-ci) à la star (ou célébrité). En effet, bon nombre de sujets ont exprimé leur attachement aux marques, internationales, plus particulièrement, mais ne sont pas parvenus à bien les associer aux célébrités qui conviennent.

(1) La notion de liminalité a son origine dans l'analyse des rites de passage développée par Van Gennepe [1909]. Elle qualifie le moment où un individu a perdu un premier statut et n'a pas encore accédé à un second statut : il est dans une situation intermédiaire et flotte entre deux états.

D'ailleurs, nous avons essayé d'approfondir notre investigation sur ce dernier point à travers les entretiens directifs, en introduisant la variable « téléphagie ». Cela provient du fait que nous considérons que les adolescents « consommateurs lourds » de télévision seraient davantage exposés à la « culture médiatique », via la publicité, entre autres.

A travers les entretiens directifs⁽¹⁾, nous avons essentiellement, le système représentationnel des adolescents appréhendé et leurs identifications à la marque et à la célébrité qui y est associée (/aux marques et célébrités qui y sont associées).

En outre, nous avons exploré la conception-perception que se font les interviewés de la « réussite sociale » et de la « réalisation de soi », supposée déterminer leur projection dans l'avenir, leur option pour un « modèle-type » de réussite véhiculé à travers les medias, plus précisément via certains spots publicitaires.

Pour ce qui est des représentations, nous avons pu relever la prévalence de la stéréotypie caractérisant les représentations sociales des adolescents en ce qui concerne les rôles de genre. Bon nombre d'entre eux se sont révélés avoir une représentation cristallisée, ancrée dans leur réalité socioculturelle, de la division sexuelle du travail, de la « répartition sexuelle » des statuts et rôles, aussi bien au sein de la famille que dans la société.

Cet état de fait serait dû, en partie, à l'influence exercée sur eux par les images véhiculées à travers la publicité qui « fait exister la différence hiérarchisée entre le masculin et le féminin en reproduisant et en répétant sans cesse les marques de cette différence »⁽²⁾.

A cette stéréotypie, qu'on peut inscrire dans le seconde imbrication de la bonification de la RS⁽³⁾ (Doise⁽⁴⁾), s'ajoute une certaine imprégnation du discours moralisateur », d'une part et un « idéalisme », voire « progressisme », caractérisant la vision qu'ont certains interviewés de la famille, de la société, etc., d'autre part.

Cet « idéalisme », relatif, peut s'inscrire dans le premier type d'*imbrication* ou *ancrage* de la signification de la RS (Willem Doise⁽⁵⁾), se rapportant

(1) Conduits avec un groupe de 22 adolescents téléphages scolarisés en 1ère année scolaire, dont bon nombre faisant partie d'une classe « Sports Etudes ».

(2) Eric, Macé. *Op. Cit.*

(3) Représentation sociale.

(4) Willem, Doise ; *Op. Cit.*

(5) Idem.

à l'intervention de croyances ou valeurs générales (ex. croyance dans un monde juste ou dans l'égalitarisme). Il transparaît, en outre, au niveau de la conception-perception de la « réussite sociale » et de la « réalisation de soi ». La première est liée, essentiellement, aux « rêves » et « ambitions », la seconde conçue comme une « affirmation de soi » et les deux tributaires, en grande partie, du « travail », « labeur » et autres concepts « immatériels ».

Toutefois, à considérer la projection d'une bonne proportion d'interviewés dans la carrière sportive et leur identification au « sportif de haut niveau », nous pouvons dire que les idéaux de réussite sociale, d'accomplissement de soi, véhiculés à travers les spots publicitaires ne sont pas sans influencer la perception de bon nombre d'adolescents. La majorité d'entre eux accorde une importance aux célébrités qui y sont mis en scène et à leur « modèle-type » de réussite.

Par ailleurs, il convient de noter l'éparpillement (/ dispersion) des avis recueillis concernant certains points. Cela qui nous renvoie à Willem Doise⁽¹⁾, selon qui le premier type d'*ancrage* dans lequel est « imbriquée » ou « ancrée » la RS, se limite souvent à l'étude de « constellations d'attitudes », la méthode d'analyse privilégiée étant de nature corrélationnelle. C'est ce que nous avons fait en mesurant l'impact de la variable « genre » (comparaison Filles/Garçons), chaque fois que nous avons jugé cela pertinent. En outre, nous avons établi des croisements entre représentations, attitudes et identifications. (Voir 4^{ème} partie, Ch. V. p. 179).

Ces croisements nous ont permis de déduire que la représentation négative de bon nombre de sujets à l'égard de la publicité expliquerait leur attitude, globale, à son égard. Celle-ci se traduit sous forme d'« effets limités » de ce produit communicationnel, au niveau de leurs représentations de certains objets sociaux, leurs comportements vis-à-vis de certains « idéaux-types » véhiculés à travers certains spots publicitaires, leurs identifications à certains « modèles-type » de réussite. C'est ce qui transparaît, notamment, au niveau de leur perception-conception de la « réussite dans la vie » et de la « réalisation de soi, qui peut expliquer l'option, d'une certaine proportion d'entre eux aux « modèles types » de réussite véhiculés à travers la publicité.

Cela ne pourrait-il pas rejoindre la notion de « spectateur complexe », défendue par certains chercheurs, dont Fourquet-Courbet, selon qui

(1) Willem, Doise ; *Op. Cit.*

« Socialisé, contextualisé et historicisé, le récepteur n'est ni passif, ni actif... mais les deux à la fois : un *récepteur complexe* » ?⁽¹⁾

A ces caractéristiques inhérentes au récepteur-consommateur, s'ajoutent certaines variables sociodémographiques, socioculturelles, susceptibles d'avoir modéré les résultats. Ceux-ci, rappelons-le, ont été altérés, en partie, par les conditions dans lesquelles s'est déroulé le travail de terrain.

En résumé, dans ce qui suit, nous dressons le profil⁽²⁾ dominant des répondants et interviewés et leur rapport à la publicité.

Consommateurs assidus de la télévision (56%), friands de divertissement (66%), ayant un engouement particulier pour les films (35%), séries feuilletons (39%), turcs ces dernières années, les adolescents de 15-16 (/17) ans constituent une cible privilégiée pour les annonceurs, étant donné qu'ils sont prescripteurs d'achats de produits, aussi bien de ceux qui les concernent que de ceux qui concernent toute la famille (F : 67% ; G : 49%).

En dépit de leur hostilité déclarée, « réfléchie » à l'égard de la publicité, une bonne proportion des sujets (%) apprécie ce produit communicationnel qui n'est pas sans exercer une certaine influence sur leurs représentations-perceptions de certains objets sociaux : famille, rôles de genre / répartition sexuelle des statuts et rôles au sein de la famille et en société, etc.

Sans être trop affirmatif, nous pouvons dire que les adolescents semblent faire l'objet d'une « acculturation médiatique », s'inscrivant dans le cadre de la « socialisation secondaire », à travers la réception télévisuelle de la publicité, entre autres.

En effet, il apparaît que ce genre communicationnel a des effets en termes de façonnement, de modelage sous les « effets limités » sur le système représentationnel du récepteur-consommateur, se traduisant en attitudes et comportements, de différentes sorte, au niveau, entre autres, des habitudes de consommation, de l'attachement à la (/aux) marque(s), de l'association de la marque (/des marques) à la célébrité (/aux célébrités) et de l'identification à celle-ci (/celles-ci).

Toutefois, ces effets sont limités du fait de « l'intervention spécifiante des valeurs et codes collectifs, des implications personnelles et des engage-

(1) Marie-Pierre, Fourquet (1999) ; « Un siècle de théories de l'influence : histoire du procès des medias » ; MEI « Médiation et information », n° 10, 1999.

(2) Ce profil se retrouve chez une bonne proportion des sujets.

ments sociaux des individus » (Jodelet, 1989)⁽¹⁾, et ce en dépit de la « téléphagie », qui ne signifie pas, automatiquement, surconsommation de publicité⁽²⁾, autre variable modératrice qu'il aurait été pertinent d'introduire.

Autrement acquises via la dit, les croyances (religieuses), « socialisation primaire » (Famille-opinions Ecole) et font connaissances écran à la pénétration des « idéaux-types » véhiculés à travers les messages médiatiques, via les genres télévisuels variés, en l'occurrence la publicité, qui cible en priorité les enfants et adolescents, que la société de consommation cherche, par tous les moyens à transformer en consommateurs dociles, fidèles au moyen du « matraquage publicitaire ».

Cet état de fait confirme, dans un sens, la thèse selon laquelle l'étude des processus d'influence implique que l'on passe d'une psychologie à deux termes à une psychologie à trois termes, d'une psychologie bipolaire (*ego-objet*) à une psychologie tripolaire (*ego-alter-objet*)⁽³⁾.

Pour ce qui concerne l'influence de la publicité sur les habitudes de consommation, la majorité des répondants⁽⁴⁾ (Q. 24 ; 60%) joue le rôle de prescripteurs d'achats. Pour ce qui est des interviewés⁽⁵⁾, la quasi-totalité d'entre eux sont consommateurs assidus de *soft-drink*. Quoique leur « culture », en la matière, soit relativement limitée, bon nombre d'entre eux se disent fidèles à la (/aux) marque(s).

En outre, une bonne proportion de répondants (61%) préfère les marques internationales aux marques locales pour de nombreuses raisons dont la *qualité supérieure et garantie* (39%) des premières et *leur association à différentes célébrités* (35%).

Sous l'effet de leur « culture médiatique », en général, de leur « vécu publicitaire », plus particulièrement une proportion d'interviewés -dont certains sont issus de la classe « Sport-Études »- optent, en termes de projet personnel, pour la carrière sportive, ce qui n'est pas pour nous étonner. Ils s'identifient au « sportif de haut niveau », qui semble constituer, pour eux, un « modèle-type » de « réussite dans la vie », de « réalisation de soi »).

(1) Citée par Henri, Boyer(1990); *Op. Cit.*

(2) Variable difficile à quantifier, surtout que la majorité des répondants « zappe ». D'où le recours de certains chercheurs à l'expérimentation, en milieu « artificiel ».

(3) Voir p. 47.

(4) Enquête par questionnaire.

(5) Entretiens directs.

Comme annoncé au début de notre thèse, quoique nous positionnons dans l'approche critique, nous sommes loin de prétendre établir un lien de cause à effet entre réception publicitaire et représentations et identifications des adolescents, étant donné que d'autres paramètres entrent en considération en matière de traitement de l'information et élaboration de réponses aux stimuli publicitaires.

Pour conclure, notre sujet de thèse incarne l'interdisciplinarité des SIC. Son originalité réside dans l'approche psycho-sociologique. Son articulation autour de plusieurs axes nous a amené à recourir à des références théoriques et méthodologiques multiples et variées. Ceci étant la réalisation de notre recherche nous a valu de grands efforts, au vu des difficultés rencontrées surtout au niveau du travail empirique.

Convaincu que la thèse ne constitue qu'un point de départ de la recherche académique, au plein sens du terme, il serait bien utile que nos axes de recherche soient repris, suivant d'autres optiques, ou affinis, par d'autres chercheurs, ou équipes de chercheurs, au sein d'une unité ou laboratoire de recherche (Voir à ce propos « Perspectives », ci-dessous)

. PERSPECTIVES (voies de recherche)

Primo, nous pouvons dire que notre thèse a atteint son objectif majeur, à savoir l'exploration des adolescents de 15-16 (/17) ans, scolarisés en première année secondaire, en milieu rural et semi-rural, au niveau de leurs représentations et identifications et de l'imprégnation de celles-ci de la « culture médiatique », plus précisément la « culture publicitaire ».

En effet, nous avons pu recueillir des données très variées, relatives à un nombre important de volets, ayant trait à différentes disciplines et pouvant être exploitées de diverses façons et suivant différentes perspectives, que ce soit en termes de mono-disciplinarité (Marketing, Psychologie, Psychologie sociale, etc.) ou interdisciplinarité, tout en restreignant la thématique et l'approche.

Secundo, nous considérons que notre recherche comporte un apport certain aux niveaux aussi bien théorique que méthodologique : elle nous a permis de tester concrètement d'interdisciplinarité et la pluri-méthodologie et de nous rendre compte à quel point il est difficile, pour un « chercheur solitaire », de mener à bien un travail dans cette perspective, surtout autour d'un thème tant riche que complexe.

Ceci étant, il serait bien de partir de cette exploration pour traiter en profondeur certains volets, affiner davantage l'investigation autour de certains axes, procéder autrement, sous forme d'étude longitudinale, par exemple. Dans ce sens, nous pensons qu'il serait très fructueux de créer des équipes de recherche interdisciplinaire, pouvant réaliser, entre autres, des recherches-action, autour de certains axes de notre thèse⁽¹⁾ et suivant une approche quantitative et surtout qualitative.

A titre d'exemple, il est possible d'aborder l'attachement à la marque et l'identification à la star, en termes de marketing. Comme, il est possible d'aborder les représentations des adolescents, de la publicité par exemple, du point de vue de la psychologie sociale. L'identification à la célébrité est un thème pouvant être abordé à travers la psychologie. Au niveau des SIC, il est possible d'aborder le thème de la réception télévisuelle des adolescents, en prenant comme genre télévisuel la publicité, etc.

D'un autre côté, considérant que les représentations se retrouvent au niveau des trois niveaux du processus communicationnel : conception-production, dispositif, réception, d'une part, que notre recherche a abordé les représentations au niveau du troisième volet, d'autre part, nous estimons qu'il serait bien d'établir un lien entre les trois niveaux, ce qui ne peut se faire que par le « chercheur collectif », dans le cadre d'une équipe de recherche, au sein d'une unité ou laboratoire.

Pour notre part, partant d'une conviction selon laquelle la recherche dans le cadre de la thèse constitue un prélude, un prologue -non épilogue- à la recherche scientifique, nous projetons d'exploiter notre travail d'investigation de multiples façons, convaincus que nous sommes que l'apport de notre recherche se situe à plusieurs niveaux dont, notamment, la recherche documentaire multidisciplinaire, qui constitue à elle seule un acquis de taille, pouvant nous servir de banque de données à exploiter de différentes manières, sous différentes formes.

Dans cet ordre d'idées, nous ambitionnons d'étudier différemment certains volets de notre thèse, comme le rapport entre consommation publicitaire et représentations sociales. Nous comptons ré-appréhender ce rapport, en vue de déterminer un lien de causalité, au moyen de l'expérimentation, en cernant au maximum l'objet représenté (ex. la stéréotypie de genre) et en restreignant l'échantillon, objet de l'étude.

(1) Dont, par exemple, les effets de la publicité en termes de renforcement des stéréotypes de tous genres.

En outre, nous comptons affiner d'autres volets, comme l'attachement à la marque, l'association de la marque à la star et l'identification du récepteur consommateur à la star, sous forme d'articles académiques ou communications à des colloques, chaque fois que l'opportunité pour le faire se présentera.

Tertio, comme extension de notre recherche, nous projetons de traiter le même sujet au niveau d'une autre population, appartenant à une autre tranche d'âge et donc à une autre étape de l'adolescence (les 19-20 ans), ce qui pourrait s'inscrire dans le « suivi de cohorte ». Notre objectif serait, dans ce cas, l'étude de l'évolution des représentations et identifications à un stade avancé du développement de l'adolescent.

Enfin, partant de notre « interdisciplinarité »⁽¹⁾ et de notre statut de C.I.O.S.U.⁽²⁾, nous envisageons d'approfondir deux thèmes, au moins, de notre thèse. Le premier a trait aux effets de la « socialisation médiatique » sur les représentations de certaines professions et l'influence de celles-ci en termes d'élaboration du projet personnel (Scolaire et professionnel). Le second se rapporte au lien entre représentation de soi (estime de soi) et son impact en matière de projection dans l'avenir des adolescents de première année⁽³⁾ (deuxième⁽⁴⁾ ou quatrième année⁽⁵⁾).

(1) Sciences de l'éducation, et les disciplines y afférant, et SIC.

(2) Conseiller en Information et Orientation Scolaire et Universitaire.

(3) Premier palier de l'orientation scolaire (choix d'une filière).

(4) Second palier de l'orientation scolaire (choix d'une section d'études).

(5) Dont les futurs bacheliers sont concernés par l'orientation universitaire.

Les communautés de pratique et le rôle médiateur du professionnel de l'information documentation : quel apport pour la mémoire organisationnelle ? Cas de la Caisse Nationale de Sécurité Sociale

Présentée par : Jihène Kandil Soussi

Dirigée par : Dr. Wahid Gdoura

De nombreuses organisations tunisiennes se trouvent, aujourd'hui, confrontées à de nouveaux défis tels que : le développement considérable des technologies de l'information et de la communication en milieu professionnel, les départs massifs à la retraite, l'explosion des flux de communication et d'information et, du fait aussi que les connaissances cruciales des organisations sont principalement de nature tacite. Tout cela peut avoir pour conséquence la perte des connaissances clés. Toutefois, si aucune mesure n'est prise pour assurer la protection de cette richesse immatérielle, la préservation de la mémoire organisationnelle sera à son tour menacée. D'où l'importance de recourir à la mise en place, au sein des organisations tunisiennes, de communautés de pratique comme levier à la gestion et au renouvellement des connaissances. Ce qui constituerait un instrument efficace pour favoriser l'interaction entre des professionnels liés par des intérêts communs d'une part, et pour enrichir et garantir la pérennité de la mémoire organisationnelle de l'organisation d'appartenance, d'autre part. Cependant, peu d'études empiriques ont été réalisées, pour déterminer, d'un point de vue communautaire : dans quelle mesure ces pratiques collaboratives contribuent-elles au développement de la mémoire organisationnelle ?

Notre présente thèse a pour objectif d'améliorer notre compréhension du processus de partage des connaissances mis en œuvre au sein des communautés de pratique, tout en mettant l'accent sur deux axes essentiels :

d'une part, l'éventuelle contribution que les communautés peuvent apporter au développement de la mémoire organisationnelle, et l'évaluation du rôle des professionnels de l'information-documentation dans la gestion de la mémoire organisationnelle en termes d'identification, d'organisation, de conservation et de diffusion des connaissances explicites auprès des utilisateurs concernés, d'autre part.

Pour le premier axe, nous avons adopté une approche quantitative, réalisée à l'aide des questionnaires administrés à un échantillon total de 621 membres. Ces derniers font partie des trois communautés de pratique, que nous avons étudiées au sein de la Caisse nationale de la sécurité sociale, à savoir : celle des comptables et financiers, celle des contrôleurs et celle des gestionnaires de pensions. De plus, nous avons utilisé une méthode déductive moyennant l'analyse comparative entre ces trois communautés de façon à en dégager les points communs et divergents. À l'issue de cette étude, nous sommes parvenues à la conclusion qu'en dépit de l'existence de bonnes pratiques en matière de partage des connaissances ; les efforts déployés par les membres participants, pour intégrer leurs connaissances déjà formalisées, dans la mémoire organisationnelle en vue d'être réutilisées et partagées, demeurent marginaux. Ceci serait dû au manque de fonctionnalités fournies par l'Intranet en termes de mise à disposition des rapports et des bases de documents en accès public. Ce principal résultat nous a permis de mettre en lumière les obstacles rencontrés par les participants, lorsqu'ils prennent part au processus de partage et de renouvellement des connaissances issues de leurs pratiques professionnelles.

Pour le deuxième axe, nous avons opté pour l'utilisation de la méthode qualitative de collecte de données basée sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès de six professionnels de l'information-documentation de la CNSS. Les résultats de cette enquête nous ont permis de donner un éclairage sur tout le processus de mémorisation organisationnelle, lequel est assuré par ces professionnels.

Mots clés : communauté de pratique, connaissances, partage de connaissances, mémoire organisationnelle, professionnels de l'information-documentation, communauté des comptables et financiers, communauté des contrôleurs, communauté des gestionnaires de pensions, Tunisie, CNSS

Thèse

Résumés des thèses en langue anglaise

Educational Information and Communication in Pre-college Learning Stages in Gulf between National and International Sultanate of Oman as a model

**Presented by : Souheil ben Salem Chanferi
Director : prof. Abdelkrim Hizaoui**

This study (Educational Information and Communication in Pre-college Learning Stages in Gulf between National and International, Sultanate of Oman as a model) aims to identify the reality of educational information and communication in pre-college learning stages in Sultanate of Oman.

The research problem was indicated by the following main question: To what extent is Sultanate Oman experience in educational information and communication matching with the popular international criterion? And by various questions about the concept of educational information and communication, its aims, its problems, the means of communication and information, the work circumstances of information coordinators at schools, and the educational output of educational information and communication for the students at schools.

The descriptive method is used in this study which involved 38 participants including the heads of public relations and educational information sections and all the educational information specialists all over Oman (the whole population) participated in this study. A sample of (75) information coordinators (male and female) also participated, in addition to (30) male and female students who were interviewed by the researcher. The study utilized two questionnaires and an interview form to collect data. These tools gained a high level of authenticity and reliability. This study was con-

ducted during the first semester of the academic year 2011/2012 and the data was analyzed using (SPSS) version 16.

The following are the main results of the study :

1. There is no obvious agreement on the concept of educational information and communication between the heads of public relations and education information sections and the educational information specialists. The degree of achieving its aims, according to them, is average. They declared that they are facing several problems in real life situation and the usage of the means of communication and mass media related to it is average.

2. The study indicated differences of statistical value of less than (0.05) in the heads of public relations and educational information sections' view on the aims of educational information and communication and the view of the educational information specialists according to their qualifications and in their opinions about its problems according to the years of experience in educational information field.

3. The personal and physical factors existing in the environment of work of the information coordinators support their practice of work moderately. The choices they get for qualification, training and support in educational information and communication services are moderate. The available personal and physical needs are few.

4. The study indicated differences of statistical value of less than (0.05) in the view of the information coordinators on the reality of their practice of work and chances they get according to their age and in the support they get according to the years of experience in that job. In the chances they get for training, qualification, and communication according to the number of training courses they received. There are differences in their opinions on the reality of their practice of work, chances they get for training, qualification and communication, personal and physical needs, and the support they obtain people in connection, according to the region/ Directorate General of Education they work at.

5. Half of the students stated that the activities available at schools for educational information and communication are not enough. These activities consider the students' preferences and interests moderately. The available means of communication and information are few and the chances for reinforcement, guidance, and training, available for students, are few and limited. The effect of the activities in reinforcing values and concepts,

supporting acquiring knowledge, intellectual activities, and cognitive skills is average.

6. The study indicated differences of statistical value for the female students benefit in the effectiveness of choices for reinforcement, guidance, training, and obtaining values and concepts. The view of students at classes 11 and 12 on the knowledge earned from educational information and communications at schools is one statistical value higher than the view of cycle two basic education students.

Media and altering Comparative approach to the case of caricatures headlines (France, Egypt)

**Presented by : Hanène Chaabane
Director : prof. Bourguiba Ben Rejeb and prof. Guy Lochard**

This thesis explores the way otherness is mirrored in media while dealing with international events. On the basis of the assumption that media otherness is the result of an identity claim putting into interaction the Us and the Other, we examine media construction mechanism of the other's image according to an approach crossing the Western world and the Muslim world. The comparative approach between the French newspapers headlines and the Egyptian ones reveals a complex perception of the other. Referring to the combination islamophobia/West-phobia, we tried to check if the various mediators bring up to date the traditional stereotypes of demonizing the definition of the others. Our discursive semiotic analysis showed that the Manichean perception of the other is not systematic. Media treatment of otherness results from various existing socio-historical narratives that coexist either in the French or in the Egyptian media. Thus, beyond the analysis that emphasizes "propaganda", "misinformation" or "manipulation" of media in time of crises, our research approaches media discourse as a place of social debate and interaction where identity issues are confronted to be defined and thus to exist.

Key words: media, otherness, identity, headlines, islamophobia, West-phobia

Political communication using Internet : Sender - Receiver relationship

Presented by : Chaouki Aloui
Director : prof. Abdelkarim Hizaoui

Based on the theoretical debate about the role of the internet in re-establishing the bi-directional relationship of political communication, between the "sender" and "the receiver" thanks to its interactive and participative potential, both on the "classical web" and on social media networks, we questioned, in our research premise, the nature of the communication model that prevails in the sender- receiver relationship both on tunisian political parties' websites and on their facebook pages.

We suggested two hypotheses as provisional answers to that hypothesis :

- First, the use of the Internet by Tunisian political parties does nothing but reproduce the classical political communication models as suggested by French political scientist "Gilles Achache" (1989) namely " the dialogical model", based on Habermas' public sphere theory. We evaluated that model through a set of indicators including interactivity, opinion pluralism and rationality (use of arguments to sustain an opinion). "The propagandist model" which considers the receiver as passive and we, therefore, considered any sender's "inputs" not accompanied by the possibility of interaction from the receiver as of a propagandist nature. Finally "the political marketing model" designed to "seduce" the receiver on the strategic level by means of "segmentation and targeting" and by using viral techniques making the receiver participate in spreading the sender's messages (or inputs) around them (send to a friend or recommend or grading on the classical web and "like" and "share" on facebook). On the instrumental side of the marketing model, indicators included the use of opinion polls, political advertisements and videos, considered by French political scientist "Roland Cayrol" (1986) to be the "golden triangle of new political communication", or "political marketing" for short.

- Second, the same use of the internet may encourage, thanks to the interactive and participative features of the web (both classical and social), the emergence of a fourth model, a participative model, which may replace, or take place along with, the classical models. In this model, the receiver (or user) may be liberated from his/her dependency on the sender, where his role is restricted to react or interact with the sender's messages or "inputs". In that way, he may be able to initiate the debate by suggesting new topics for discussion with the "sender" but also with fellow receivers.

Following a thorough review of the literature about the classical models of political communication and the role of the internet in that perspective as well as practices of political communication through the Internet in western countries, we analysed websites and facebook pages of seven tunisian political parties that came in the forefront in opinion polls and that possess websites and facebook pages at the time when the analysis was conducted (from 18 th march to 1st april 2014).

The main findings were the following :

- At the websites' level :

- The analysis showed that "the propagandist model", which encompasses all sender "inputs" that are not subjected to receivers' commentaries or any other form of reaction or interaction, was prevailing in all the seven tunisian political parties' websites that constituted the analysis sample. The average percentage of the propaganda model indicators reached 72,54%. If we take into account the fact that the sender's "inputs" which came in the form of videos (20%+ which were calculated amongst the marketing-model indicators) and those containing one or more arguments (6,25% which were included in the rational aspect of the dialogical model), were not subject to receivers interaction due to the total absence of commentary possibilities or internal blogs or discussion forums, then one can consider that the whole parties-website content is of a propagandist nature.

- The political-marketing model indicators came in the second position with an average rate of 20,85%. This rate was mainly due to the use of videos by the seven parties. Other marketing-model indicators (such as segmentation and targetting and viral (or buzz) marketing on the strategic level and the use of opinion polls and political advertisements, on the instrumental level, were virtually absent.

- Dialogical-model indicators, did not exceed 6,85% and were completely attributable to the rational-dimension arguments.

- The interactive and pluralistic characters were completely non-existent due to the absence of commentary possibilities or discussion forums or internal blogs which were retained as part of the dialogical-model indicators.

- It goes without saying that the participative-model indicators such as the introduction of new discussion subjects in the commentaries, initiating discussion or inter-receiver discussions, were simply non-existent.

- At the facebook-pages level :

- The “political-marketing model” was prevalent with an overwhelming 94,63% average rate, for the seven parties. It is attributed to the frequent use by receivers, of the two indicators of viral marketing, namely “like” and “share”. The remaining indicator of strategic political marketing, “the segmentation and targetting” was virtually non-existent.

At the instrumental level, opinion polls were barely absent and political advertising, here understood as announcements of parties-forthcoming events, had scored an infinitely low percentage of presence. Meanwhile, videos use was very frequent in the facebook pages of all parties.

- Very far behind, came the dialogical-model indicators with an average percentage of 3,87% for all parties. This rate is mainly due to receivers’ commentaries upon senders’ “inputs”, who generally refrained from responding to them.

In addition to the one-sided interactive exchanges between senders and receivers, the analysis showed a strong presence of their pluralistic nature, including defamation.

The rational characteristic rate, measured through the existence of arguments in senders’ and receivers’ inputs, was weak and ranged from 0% to 6,25% for senders and from 0% to 9,52% for receivers.

- The participative-model presence, measured through the indicators of initiatives taken by receivers to engage the debate, the introduction of new topics for discussion regardless of senders’ inputs and discussions amongst receivers, did not exceed a weak 0,72% average with a total absence of the first indicator (initiating debates) which was not permitted by tunisian political parties in their respective facebook pages.

- Finally, it’s worth noticing that the propagandist-model indicators were outrightly non-existent in all parties facebook pages, as all senders’ inputs have been either commented upon or “liked” or “shared”. We tend to think that this was imposed by facebook-pages structure rather than deliberately

chosen by senders who, on the contrary, attempted to go round facebook structural "dialogicity" by different means including not responding to receivers' commentaries and not conversing directly with them by, often, copying inputs from press pieces or radio and television videos.

• In order to respond to the research problematics and hypotheses, it's possible to say that the prevailing communication model between the "sender" and the "receiver" in the tunisian political parties websites and facebook pages was a hybrid one where the classical models (dialogical, propagandist and marketing) coexisted with a weak presence of the participative model which favors the liberation of the receiver from his/her dependence on the sender messages or "inputs" granting him with the initiative of engaging debates, raising new issues for discussion and exchanging commentaries with other receivers.

On the classical web (websites) it's "the propagandist model" that, overwhelmingly, dominated with an average rate of 72,45% followed by the political marketing one (20,85%) mainly consisting of the use of videos. The dialogical model came third (6,58%) thanks to the rational dimension (use of arguments) but in the absence of the other two indicators of this model namely interactivity and pluralism of opinions. The participative model was totally non-existent in the tunisian parties' websites.

On the social web (facebook pages in this case), the political marketing model, in its viral dimension ("like" and "share"), was, by far, prevailing (94,63%) followed by the dialogical one (3,87%) where we found, this time, a strong interactivity on the receivers side in their numerous, pluralistic but little rational commentaries. The senders tended, on a large scale, to ignore those commentaries by merely abstaining from responding to them.

The participative model showed up on the social web but in a very low proportion (0,72%) which mainly consisted of inter-receivers' commentaries and the introduction of new discussion subjects into them. Initiating debates, the third indicator of this model, was absent because the tunisian political parties facebook pages did not allow it.

Subsequently, it's plausible to assert that the tunisian political parties reproduced the classical political communication models as defined by "Gilles Achache", by making them coexist sometimes in favor of the propagandist model on the classical web (websites) and sometimes in favor of the political marketing model (the viral version) on the social web.

The fourth model, the participative one, based on receivers initiatives and proper to the use of the internet, was absent on the websites and weakly present on facebook pages.

It goes without saying that this "hybrid model" remains relatively linked to the space-time context of this research (a sample of seven tunisian political parties, a limited period for analysis, the tunisian socio-cultural context...).

It will certainly benefit from being constantly crosschecked by enlarging the analysis scope to other parties, in different periods of time and to other countries...

It is worth noticing however, that the research findings met in some aspects, those of other western studies, evoked in the second part of our research, which showed that the propagandist model (or top-down model) was hegemonic on the western political parties and figures' websites (Serfaty 2003 and Vedel 2003) and that the marketing model or "War-Room Model" (Vedel 2009) was prevailing on the social web in the way it was used by Barack Obama in his 2008 presidential electoral campaign, generally considered to be a reference when it comes to using social media in political communication...

Qatar and Al-Jazeera TV Channel : values and references

An analytical study about Al-Jazeera's coverage of the Tunisian and Egyptian revolution

Presented by : Rachid Abdullah Yafiai

Director : prof. Abdelkarim Hizaoui

This study entitled "Qatar and Al-Jazeera TV Channel : the values and references, an analytical study about Al-Jazeera's coverage of the Tunisian and Egyptian revolution" aims at dismantling the interrelationship between Al-Jazeera TV and the state of Qatar and its foreign policy , as well as the identification of the close link between them which made the editorial line of Al-Jazeera TV in tune with the Qatari agenda.

In this study, we set off from this problematic: which professional standards and political and ideological references were followed by Al-Jazeera channel in its media coverage of the Tunisian and Egyptian revolutions. Two assumptions resulted from this problematic. First: Because of the lack of respect for the Charter of Ethics, the news content of Al-Jazeera TV lacked objectivity and balance while covering the two revolutions. The second assumption: the editorial policy of Al-Jazeera TV is defined to serve the Qatari foreign policy and its ideological references in its media coverage of the two revolutions.

Given the nature of the subject of our research and the analysis of documents it involved, which raises questions about the current situation and delving into the depth of Al-Jazeera phenomenon and in order to obtain specific and complementary answers to the questions raised in our study, we used the technique of content analysis, and samples of news items of Al-Jazeera TV as well as the direct observations.

This study managed to identify the editorial policy of Al-Jazeera channel in its coverage of the two revolutions in Tunisia and Egypt through two daily

programs "Hasad Al Yawm" and "Al Hasad Al Magharibi" from 17 December 2010 till 14 January 2011 for the Tunisian revolution, and from 25 January to 11 February 2011 for the revolution in Egypt.

To ensure the achievement of the general goals of the study and in an attempt to answer the questions raised by the analytical study, the researcher used the Statistical Package for Social Science SPSS. The researcher used in that context the statistical elements related to frequencies, percentages and cross tabulations.

The study discovered that Al-Jazeera TV did not respect the professional charter as well as the internal code of conduct of the channel. It violated all its principles including objectivity and balance in their media coverage of the two revolutions in Tunisia and Egypt. The channel used misinformation in its media coverage.

The editorial line of Al-Jazeera TV is defined to serve the foreign policy of Qatar and its ideological background in its media coverage of the revolutions in Tunisia and Egypt, through its relationship with Ennahdha movement in Tunisia and the Muslim brotherhood in Egypt (Political Islam) to confirm the religious background or the political orientations of the state of Qatar and its foreign policy .

Public Communication. Anchoring of ICT in The organization Case study of the Tunisian Administration

**Presented by : Sameh Ben Jeddou
Director : Dr. Fabienne Martin-Juchat and prof. Moncef Ouannes**

The Tunisian government saw significant transformations in its means of operation and management due to general ICT implementation in its organization. At a time when many teams are working to organize and sustain this presence in their structure, it seems interesting to conduct an inventory of the existing ICT and the different ways of evolution.

Our research is focused more specifically on the analysis of organizational change caused by information and communication technologies in the organization process. ICT as a means of communication and information within the organization has raised our scientific curiosity. We tried, through four Tunisian offices to trace the methods of appropriation or resistance of ICT through a deep analysis of office's actors, forms of perception to understand ICT thereafter, the different types of use ICT and employee attitudes toward this new model organization in the Tunisian government.

Promotional discourse on ICT in Tunisia supports the idea that these tools contribute to improving working conditions and increasing employee productivity. This "prophetic" speech we will confront the reality of the Tunisian government and the current use of employees. Uses "real" and uses "prescribed" a perceptible difference in the Tunisian administration worthy of analysis and deepening.

Keys words : ICT- Tunisian administration- uses- organizational Change- perception- appropriation- Resistance to change.

Reproduction of war in Arab media Language, representations and references They July 2006 war in Lebanon

**Presented by : Chahira Ben Adballah
Director : prof. Saloua Charfi**

This research addresses the Arab media discourse related to the Lebanese-Israeli war in July 2006, one of the recent Arab crises falling within the long-standing Arab-Israeli conflict, and involving the territorial and international balances as well as the geopolitical plans targeting the Middle-East region, especially after the September 11, 2001 events.

This research falls within the discourse theory that deals with the text as a producer of a new reality shaped by the receiver's perceptions, arguments and references that rest upon the cognitive system shared by the sender and the receiver.

Based on this theoretical premise, the research addresses the cognitive approaches of the media as cognitive coding tools that re-shape events through reconfiguring knowledge and producing « the reality of the reality ». These approaches call to mind the theory and perceptions of social representations which we have employed to examine the role of the media discourse in constructing and interpreting the reality and in shaping the receiver's behavior.

Based on these perceptions, we have identified our main research question : according to which communication strategies the Arab media represented the 2006 Lebanese-Israeli war And what were the communication strategies adopted? Language, representations and references are identified as the three levels of research. We have, accordingly, determined the techniques and tools of pragmatic discourse analysis that will allow us to test our research hypotheses : analysis of discursive patterns, analysis of the

argumentation process, analysis of the active forces, and analysis of the references, in addition to the lexical choice, terminology and information strategy.

In line with the pragmatic approach in which context is a fundamental foundation, we have placed the war event within its historical and political context. To that end, we have adopted a documentary approach that aims at laying bare the direct and implied causes of the war, along with its material and political consequences.

Having defined the main terminology of the research and the approach used to describe the role of the media in covering crises and wars, we have examined our research sample according to the aforementioned levels of analysis.

Our sample consists of a number of articles taken from the "Islamic resistance" website (www.moqawama.org) and from widely-circulated Arab dailies, namely the Egyptian Al-Ahram, the Saudi Arabian Achark Al-Awsat, and the Lebanese An-Nahar.

In our analysis, we have gone beyond the textual structure of these articles to focus on their performative and pragmatic structure. We have treated their discourse as a system to reproduce the event through the correlation of language, communication and knowledge ; in other words, the linguistic and cognitive combination through which the event manifests itself and through which its contextual determinants are reproduced.

We have sought to highlight the cognitive and communication elements embedded in the linguistic structure of the war discourse, along with the perceptive dimension of the meaning generated by this discourse, by looking into the intellectual and ideological system that covers the knowledge shared by the producer of the text and its receiver.

The interaction between the textual structures of the event and the deep structures of the context generates a number of findings, the most significant of which is that each discourse has used the war as a context to communicate political messages aimed at establishing the legitimacy of a particular political and ideological position and orientation, and at refuting the opposite legitimacy. Each discourse is based on the Manichean logic that builds self-identity and embellishes its image while profaning the identity and image of the other. This logic rests on a strategy of differentiation between the enemy and the ally, as well as on value standards that lay the ground for a discourse of bipolarization between the proponents and opponents of the "Islamic resistance".

As such, we have reached the conclusion that each discourse has been organized from the linguistic, argumentative and cognitive viewpoint in order to incarnate the image of the other, not the image of the war. It turns out that the war was not a subject of cognitive exchange but rather a context for strategic action based on an identity stake, not on a cognitive, communication one, as well as a framework to create consensus on a thesis that goes along with the position and orientation of the political actor or the founder to which the media transmitting the war discourse are associated.

Hence the authoritarian and unilateral character of the Arab media discourse ; a discourse that uses the war to reproduce authority and legitimize its orientations.

Based on the capacity of the Arab media to use the performative force of the language to serve the orientations of the political or ideological authority, we have raised the question pertaining to the possibility of using language to market an ostensible image of Arab issues and crises to the Arab receiver and to the international public opinion, away from the narrow subjective and territorial premises, through engaging in the war of ideas and terminologies that allow to confer a universal, human and institutional character on these issues.

We have underlined the importance of pragmatic discourse analysis techniques in unveiling the interlocutor's implicit ends and communication strategies. We have also highlighted the fact that language in the media discourse is indeed a pragmatic tool that assumes its pragmatist function to reproduce reality.

The Gatekeeper theory in the new environment of Communication

A Study of the Jordanian Press

Presented by : Azzem Mohamed Abiou Alhamem
Director : prof. Jamel Zran

The study's premise is to investigate the range of impacts of the new communication's environment on the role of media gatekeepers. These impacts were studied through exploring the effects of modern communications' technology on the flow of news and information, and through analyzing the frames' concept in the media discourse. The goals of the study were applied to issues of political reform at the Jordanian press, such as; printed daily newspapers and electronic newspapers. The study relied on three theoretical models: a modified model of the gatekeepers' theory, frames' analysis model, and agenda-setting model.

The study belongs to the descriptive analytical studies, where it uses three interconnected methodological approaches. The first approach was the surveying of a stratified random sample of (450) journalists, doctors, and lawyers, where a (150) members of each profession were chosen by the study. The second approach was the content analysis of purposive sample of ten opinion articles from each of three daily newspapers, and three websites. The six selected newspapers and websites represented the three main types : pro-government, independents, and partisan or opposing. The third approach was the discourse analysis that has relied on some techniques of the significance field and demonstrating path's style. The discourse analysis was based, also, on the same sample of articles that had been used in content analysis.

The study found a number of results at the three methodological approaches, which were as follows:

First: the most important results of the survey approach:

Field survey results of the Jordanian public opinion elites showed that there is no ability to withhold information, and that the adjustment and control became dependent now on communication technology. Also, that there is no longer a monopoly of information since the adjustment and control became dependent now on laws and regulations. As a result, the paper press is focused now on the discourse through interpretation, analysis and significance rather than information and news. Results of this approach indicate that the role of gatekeeper has advanced in some aspects and declined in other aspects. That is, the gatekeeper is still doing its job somehow despite the revolution in media and communications technology. Therefore, the gatekeeper will not disappear in the foreseeable future and will continue to do its work more or less in the paper press in particular. This means that the gatekeeper theory still exists and retains some of its importance with the advent of some indicators that call for reconsidering some of its assumptions. The findings indicated the emergence of the citizen's advanced role as a substitute for the gatekeeper in the paper press. On the other hand, the gatekeeper is still doing its job as usual in the electronic press with indications to some decline of its role in this type of press. Also, that the focus on "discourse through interpretation, analysis and significance more than information" was not limited to the paper press, but it was extended to electronic press; yet, not with the same degree followed by the paper press.

Second: the most important results of content analysis approach:

The study discovered that it was difficult to categorize Jordanian press into supporting or opposing ones, and found that the prevailing was the critical style. Most of the Jordanian press is not opposed to the political system, but is critical, from time to time, of government policies, including those who are pro-government.

The results showed that pro-reform attitudes in the opinion articles' sample were represented at (37) articles, which is (61%) of the sample, while (4) articles had partial support, which is (6.7%) of the sample, while (16) articles were neutral and/or ambiguous, which is (26%) of the sample, and that three articles, only, were opposed to reform, which is (5%) of the sample.

The findings showed no differences in attitudes between paper and electronic press. The supporting attitudes were almost equal at both types. But it showed clear differences in the level of supporting political reform movement in favor of independent and opposing press, with close rates of

(23.3%) and (25%) for both of them, in comparison to half of that percentage at the pro government press with (13.4%).

The findings showed a high percentage of ambiguous and/or neutral trends in opinion articles in the pro-government press, where (15%) of their articles were of this type. In comparison, the ratios were (8.3%) and (3.3%) at the independent and opposing press. In addition, there has been no opposing to reform articles from the opposing press, in comparison to (5%) of this type at the pro-government press. This means that there is almost a consensus on the need for political reform.

Third, the most important results of discourse analysis approach:

1- Opinion articles defined the issue of political reform in Jordan as an extended line that starts from the zero definition which denies the existence of a reform issue or ignores its importance, to the realistic analysis, and continues to consider the reform as a result of external factors linked to regional events or conspiracy theory. The bulk of opinion articles tend to adopt an objective and realistic analysis that depends on multiple factors and gives greater importance to the internal factor that is related to the government management, and violations of laws and the system of values by individuals and groups. At the end of this extended line an extreme discourse was observed at the readers' comments with no presence at the daily press. This extreme discourse was primarily expressed by "Salafi jihadists" in the first place, and then by nationalistic racists with a lower percentage.

2- The references (political, intellectual, religious, social) of the arguments of the opinion articles were four main references, namely: conservative political reference, which tend to downplay the issue of reform or justifies the slowdown in the reform process with ramifications of the regional situation and its dangers to the internal of Jordan. This discourse appears at all press and is most centered at pro-government press. The second reference is the "religious authority", which is dominated by ideal, preaching, and cautionary discourse using a moral language and religious texts. This discourse is very centered at the opposing Al-Sabeel Newspaper that represents the thoughts of the Muslim Brotherhood group. The third type of references is the "nationalistic intolerant reference", which depends on emotional rhetoric and/or propaganda in the first place, and is focused on feelings and values of belonging to the homeland and loyalty to the political leadership. This reference does not deny the crisis but hides behind excessive realism, which loses the theoretical vision of defining the crisis, and therefore lacks a specific

vision for reform. This discourse is displayed at the pro-government and independent press. The fourth type of references is the "liberal thought" reference, which tries, sometimes, to argue with other previous references relying on rules of logic and methodological analysis. This discourse does not hesitate to employ religious, scientific or western thoughts literature in supporting its positions of the type of reform. This discourse of articles is often found at the independent press of "Alghad" newspaper and "Assawsana" website, and at the opposing "Amman.net".

3. Opinion articles used three main types of frames in the diagnosis, defining of the problem, and reform, as follows: the first is the inner frame (administrative behavioral), which emphasizes that corruption is linked to the public sector because of the sagging at some of the state's departments.

This trend is most visible in opinion articles. The second frame is the "constitutional legal frame", which stresses that the roots of corruption are connected to constitutional violations, and therefore the emergence of wrong laws, resulting in mistakes in applying of these laws. The third frame is the "external impact frame", and this is divided in turn into two parts, the first believes in the Conspiracy theory, which often refers to unnamed forces, while the other part believes that the external factor is represented by the ramifications of regional events, especially from unstable countries like Syria, and Iraq.

4. Frames that were found in opinion articles have been employed as a substitute for the role of traditional and/or new gatekeepers, or to support them in the completion of their main functions on dealing with the streaming of news and information. This is done through a process of reinterpreting their signaling and through integration with other measures adopted by the centers of power in the political, social and economic system, where they all cooperate to achieve the final goal of the setting (regulation), control and guidance.

5- The study led for proposing a model -theoretical paradigm titled "Counterpart gatekeeper", is based on the multiplicity of contact paths, networking, which contain new actors in the media operations, this paradigm appropriate for use interpretative and theoretical framing a number of aspects of communication and phenomenon in the new ecomedia.

Determinants of programmatic production of Al-Jazeera news channel between technological innovation and media utilization

**Presented by : Mongi Mabrouki
Director : prof. Moncef Ouannes**

This PhD research analyses the factors affecting the work and editorial policies of media institutions, case study Al-Jazeera Arabic-speaking channel. This research aims to find out the motivations of the channel's emergence, the context of its inception and the extent to which this has impacted the channel's identity. This work proposes three dimensions for the context of the channel's advent: Firstly, a global context related to globalization, which has meant the US strategic leadership of the world politically, militarily and economically. This has also meant a technological revolution which intertwined with several related dimensions about the previous areas of influence. Secondly, the Arab region's evolving environment and specifically the Gulf region. This part of the world has been witnessing dramatic changes in light of the absence of a pan-Arab project. Thirdly, the Qatari context and the internal changes which have been taking place. For Qatar has been adjusting its regional position, by overcoming its local weaknesses and the regional threats through an external form of influence.

These are the circumstance of the Al-Jazeera's inception. Which have been analysed in this research by attempting to find out the extent to which they have impacted the Al-Jazeera's project as a mission, objectives and directions.

To this end and to approach the above questions, the thesis has undertaken both qualitative and quantitative critical approaches. At a preliminary level it has benefited from the previous studies in this area from published research, statistical data and analysis from works by researchers, academics, and research centres. Moreover the researcher has undertaken field-work study which consisted of observation and continuous follow-up of

Al-Jazeera's operations starting from various visits to its central offices and studios in Doha, also in few other Arab countries. Fieldwork study also included a descriptive analytical method through conducting 15 in-depth interviews with the main actors of Al-Jazeera such as its top management, editors and producers. Also the study included a sample of 120 respondents from the employees of Al-Jazeera who were included in a survey questionnaire.

Findings from this research show that Al-Jazeera's project did benefit to a large extent from its national, Arab and international environment; particularly that the Qatari leadership provided all circumstances of success to this project from the financial backing to the high freedom of operation.

The above independence coupled with government funding comes with Qatar benefiting from the impact of the channel and its successful exposure. Therefore Al-Jazeera proved a high level of impartiality and independence over the first ten years of its existence. It did have a critical approach to the Arab political affairs concerning political corruption, economic misconduct and slow reform with an exception to the Qatari internal affairs.

However, with the breakout of the 'Arab revolutions' Al-Jazeera got immersed in the political unrests of Libya, Bahrain and Syria with a clear bias. To the extent to which Al-Jazeera can be seen as part of the struggle, i.e. supporting people's revolution and being critical to the regimes in the case of Libya and Syria, yet playing the opposite role in the case of Bahrain where Al-Jazeera's coverage was more in tune with the Gulf countries official stance.

Nevertheless, in both cases Al-Jazeera's editorial policy was totally consistent with the official Qatari stance. This was not the case during the first ten years of Al-Jazeera's existence, specially during the coverage of the war in Afghanistan and Iraq or the Palestinian Israeli conflict in Palestine or Southern Lebanon where Al-Jazeera's editorial line was not necessarily in tune with the Qatari foreign policy.

Keywords : Al-Jazeera Channel / Globalization and dominance / Arab disappointment, political corruption / Economic corruption / professional codes of conduct / new technology / discussion programs / news coverage / objectivity / impartiality / independence.

Media and Political Modernity in Yemen Analysing the Political Elites' Discourses in Yemeni satellite channels on issues of national dialogue NDC

**Presented by : Abdelhafidh Abdelbari Nahari
Director : prof. Jamel Zran**

This Study which is titled "Media and Political Modernity in Yemen : Analyzing the Political Elites, Discourses in Yemeni Satellite Channels on Issues of National Dialogue Conference (NDC)", is the subject that we sought to answer the central question of ; Which is the media affect at political modernity in Yemen? Based on the assumption of an important role for the media in political modernity in Yemen.

The study is based on the development and modernization communication theories in order to know the way media work and help in political modernization process.

The subject consists of three Sections: the first section focus on concepts of political modernity, and the relationship between media and political modernity. The first chapter includes: media and political development, media and democratic transformations. The second chapter includes: political modernization in Yemen in its relationship with media in the ages of colonialism, independence and fragmentation.

The second section is about media and the transition to political modernism from the unity to the spring. It includes four chapters. The first one deals with the role of the media in the democratic transition process after the unity of 1990 between North and South of Yemen, keeping pace with and enhancing the media for that transformation from 1990 to 2013 and the role of the media especially television in the protests of Yemen, which lasted from February 11, 2011 until the start of the National Dialogue in March 2013.

The third Section analysis the discourses of media and political elites about The Southern and Sadah Issues that have been negotiated in talk show program of Yemeni government and non- government T.V channels.

The semantic and pragmatic analysis try to pick up the role of the media in promoting the values of dialogue and national reconciliation around them as the first entrance to achieving social peace and the gateway to political modernity.

The main result of the study showed that there are two levels of political discourse in relation crises political modernity. One of them is in link to traditional- traditional conflict, and the Second one is related to the conflict between tradition and modernity.

Media have played an important role in both; reproduction and revival of traditional values, and promoting the values of political modernity.

These roles refer to: the media ownership (government, parties and civil groups), ideological references, political interests, and political conflict influenced by internal and external factors.

The study confirmed the role of satellite TV in promoting the values and paths of national dialogue comprehensive in terms of contents and general trends.

In conclusion, the media, especially the new satellite television channels, have played an important role in promoting the values of political modernity in Yemen at the immediate term by devoting the values and practices of democratic transformation on one hand. On the other hand, it devotes and promotes the values of the national dialogue and its issues, and in the long term by devoting the culture of political modernity and its value system and mechanisms to resolving existing political and social issues.

However, the pragmatic analysis has revealed through political and social practices the strategy of the conflict, which is entrenched in the media and political discourse of the political elites, a reference to the traditional ideological, intellectual and religious references, that are considered as Pre-Political Modernism.

The role of the news bulletin the Libyan TV in providing viewers with information

Analytical and field study

Presented by : Fatima Salem
Director : prof. Moncef Wannas

The news is one of the most important media content on TV channels, and viewers are keen on it everywhere, especially as viewers are not satisfied at present and are not satisfied only with what happened. They also want to know why it happened. What are the expected outcomes and effects of this?

This news has become a big competition between the various television channels to reach the largest number of viewers, through the dissemination of news items around the clock and thus provide communications messages to the viewer all day long, in order to communicate with the public and the constant content of the messages of communication.

It is noteworthy that the television stations differ in terms of topics and forms of coverage of news, and this is usually the result of the different geographical regions and the different political systems and ideologies and cultures that are working By stations.

This is what we will notice in the Libyan television channels in general, and in news bulletins especially after the recent events in the country. This requires the presence of media that move the events, keep abreast of the developments and address the minds in bold language that presents the facts and reveals the mistakes and circumstances.

Since "Libya" witnessed, like other Arab countries, a major shift in the various aspects of political, economic, social and cultural life after the change of 17 February 2011, the media field has changed significantly in its structure and in the speech of means, and the continuous increase in the number of satellite channels, Before the receiving public by, and by the media organizations that own them from another side.

You need to document and analyze all phases to identify the failures and successes of those media.

Based on these motives, the idea of conducting a research on the role of the Libyan TV newscast in providing information to the viewers has grown. The promise of research has been framed in the following question.

Problematic search

Can the news bulletin on Libyan TV after the change of the political system emerge with a new look in terms of orientation, shape and content? And can it provide the viewer with the information he needs about the events that concern him?

The study included several hypotheses:

1. There is a statistically significant relationship between the content of the newsletter in the two channels of study its commitment to the controls of the news and keeping abreast of local and international events.

2. There is a statistically significant relationship between the newsletter and the exposure of the two channels.

3. There is a statistically significant relationship between the news that is published in the two channels of study, and the results achieved by the rumors that meet the needs of viewers.

4. There are statistically significant differences in viewers' attitudes due to the type of satellite channel seen.

5. There are statistically significant differences between the communication practice of the communicator and the margin of freedom available after the change of the political system and the repeal of all previous media laws and regulations.

The study sought to achieve a number of objectives:

1. Analysis of the form and content of the newsletter of the Libyan and National Libyans and the differences between them.

2. Changes in the news bulletin on Libyan television after the change of the political system represented by the "Libyri Al-Ahrar and Libya National" channels.

3. Learn about the most important issues that focus on the newsletter of the two under focus channels.

4. Identify the news values that the study channels use in the news coverage.

5. The feedback received by the newsletter in the two means studied to meet the needs and desires of viewers to obtain information that concerns them.

6. Revealing the vision and orientations of the communicators towards the policy of selecting and disseminating the news and the difficulties and obstacles they may face in the news practice.

Paradigm

Research depends on the theory of uses and innovations.

Research methodology and techniques

This study is a descriptive study. The comparative method was used to compare the results of the analytical study with the field study. The statistical method was also used to present and analyze the results of the analytical and field studies.

The nature of this study required reliance on the public survey approach, as a systematic scientific effort to obtain data, information and descriptions of the phenomena under study.

Data collection tools

The study was based in its subject matter and problem, on several tools, including the technique of content analysis, personal interview, questionnaire and observation.

The sample :

“Libya National” and “Libya Free Channel” chose a sample of analytical study because they are the best channels among the channels that emerged during that period in terms of interest in news and the allocation of many newsletters.

The analytical community is represented in the two newscasts, which are broadcast at 9 pm, because they are the main broadcasts on these two channels and therefore are longer and more informative while covering events.

They are the most viewed by young university students for being busy studying in the morning and afternoon periods. On this basis, we resorted to using the “random” sample.

The study period lasted three months (radio course) from 1/10/2012 to 31/12/2012, and the sample was drawn by choosing the first day and the fifth day of each week and the last day of each month.

Thus, the analytical sample size was (48) newsletters (24) per channel.

Sample audience:

The media students were selected in the Faculty of Arts and Media to represent this study, given the available media culture that allows them to understand and comment on the subject of study almost objectively.

Sample audience:

The media students were selected in the Faculty of Arts and Media to represent this study, given the available media culture that allows them to understand and comment on the subject of the study almost objectively.

The Faculty of Arts and Media is one of the largest colleges in the University of Tripoli and in the country at large, so we relied on it to have the study sample.

The sample size was distributed on the 275 sample students studying media at the Faculty of Arts and Information at the University of Tripoli, and after the final examination of the forms and review, some of them were excluded because they included contradictory or incomplete data that does not serve the research. The final research sample is (249).

Contact-based sample:

As a result of the fact that the number of callers in the TV channels studied and analyzed, we distributed the questionnaire to the audience of the two channels. The questionnaire was distributed to the contact persons in the newsletters of Libya National Channel, "Al-Ahrar", and retrieved (22) forms related to the contact person in the national channel of Libya, and the retrieval of (17) forms for the contact person in the channel "Libya Al Ahrar".

Stages of research:

We have devoted two sections, one theoretical and the other practical, to ensure the theoretical aspect, of the newsletter in terms of rules of construction and importance.

The television, its functions, characteristics and advantages, as well as satellite channels in terms of origin, development and emergence of satellite broadcasting in the Arab world, were mentioned, and we touched upon the developments in Libyan television and the influencing factors.

The practical aspect was concerned with analyzing the content of the news bulletins in the two channels studied, as well as the field of study of the contact audience.

Research difficulties:

At the time of writing the thesis, we encountered a range of problems and obstacles that led us to spend considerable time searching for alternatives. These problems can be summed up as:

The scarcity of studies and research on the subject of study in light of the novelty of the subject, which made it difficult to find useful research references and deep studies on the subject. Only media analyzes and political articles were available.

Administrative hardships in carrying out this research are represented in the difficulty to obtain a permission to distribute the search forms either from the management of Libya National Channel or the Department of Arts and Media College.

In addition to the power outages of up to ten hours, this has affected us in terms of recording newsletters, which made us contact relatives and friends who took their daily share of power cuts, to register the newsletters under study. Sometimes they just sit down to see these books. The power goes out; the pioneers are asked to leave and the library is closed.

The unstable security situation in the country has affected the psychology of the researcher so much. In my opinion, the most important and most important difficulties that faced me is the location of my house in Tripoli next to the clashes between the militias, which forced me to leave my house and escape from the site of events. Continuing to enrich the research, it takes me time to even come back again to continue the thesis.

In our attempt to travel to Qatar to get the necessary data from the Libyan Libers, which is broadcast from the State of Qatar, the visa application look a long time.

We tried to distribute the form by e-mail, after we were able to get these e-mails from the office of "Libya Al-Ahrar" located in the capital Tripoli, but we had difficulty answering the letter from the respondents.

So we had to go back to the "Libyans Free Office" and asked for help. The presence of one of the Liaison Officers of Libya Al-Ahrar channel came on short leave to visit his family. He explained the difficulties that I faced in submitting the form to the channel's research sample. Thanks him these forms were distributed to his colleagues in the channel "Libre Al Ahrar" in the State of Qatar, and send by mail to the office of the "Libya Free" channel located in Tripoli.

The researcher made sure that her thesis is free of linguistic errors and handed her to a doctor specializing in Arabic language at the University of Tripoli "Dr. Kamel Abu Ala". According to the opinion of the supervisor, the study was overloaded with linguistic errors; therefore, we were delivered to a doctor specialized in Arabic language from Tunisia, "Dr. Nabil" from the University of Zaytouna.

We have tried to overcome these difficulties with the utmost diligence to invest resources and theoretical references, data and field data in the analysis of various research axes, hoping that this research will contribute to enriching the scientific library.

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

The issues related to the national army and national security in the study channels may be attributed to the weakness and disintegration of its internal fabric and the consequent absence of security and law.

The respondents emphasized that they noticed a change in the content of the news bulletin that is different from what it was (under the previous regime). The most prominent changes are the transfer of events in the country that affect the viewer and provide him satisfaction in knowing what is going on around the events. The channel's press release and the presence of reporters convey the news from the heart of the event.

The majority of the respondents confirmed that the news bulletin coincides with the events and movements of the community. This may be due to the intensity of the news item in the bulletin and the field coverage of some events, activities, national celebrations and popular demonstrations.

The public prefers to follow the channel (Libya Liberals) in the case of synchronization of two newsletters in the channels of the study.

Media students rely on the newscasts in the two channels under study to a large extent as a source of information. This indicates the interest of the two channels in the events that are taking place in the country or in the countries of the world and the study audience.

Most of the study sample agreed that the margin of freedom available in the two channels of study was "average". This means that the repeal of all media legislation allowed "to a certain extent" the communicator to publish some issues and events that convey reality and concern the viewer.

The interviewees agreed to leave all satellite channels without restrictions and standards that respect the ethics of the profession does not pre-

serve freedom of expression, and therefore it is necessary to establish controls and standards that take into account the ethics of the profession. In fact, it is the basic tool for organizing the media, which guides and informs media professionals about their role, rights and duties, and how they can perform their functions better, which is the standard by which their work can be assessed.

Digital social networks and civic engagement

Civic and ecological Behavior promotion case study on facebook in Tunisia

Presented by : Imen Ben Youssef Khrouf
Director : prof. Abdelkrim Hizaoui,

The Internet is now the cradle of new forms of engagement. Behind their computers, new activists circulate ideas, raise debates and try to change the shape of the world. Facebook is a tool that allows the creation of networks without centralized control, open functioning, horizontal communications, with a principle of decision making based on consensus.

The Internet gives the opportunity to express oneself, to support a cause, to militate without necessarily being part of a party, a trade union or an association. The emergence of new means of expression responds to a real need in a society where free information and collective communication play an increasingly important role. This trend is indicative of a more general movement based on technology and technologies derived from the Internet. "The popular enthusiasm for blogs and the ever-increasing mass of Internet users on social networks testify to a marked evolution towards participatory media, whose individual is at the heart of, to communicate and inform. (De Rosnay, 2006).

Digital social networks reinvent citizen engagement. With tools like Facebook or Twitter, the classic relationship between politics and citizens is disrupted. Social networks facilitate collaboration between people, the disadvantaged or minorities, who could thus co-ordinate to have their voices heard. Indeed, the use of digital social networks enables to ensure a greater sympathy amounts of for the ecological and civic cause and to guarantee coverage for this cause in order to extend the mobilization potential. Digital social networks allow the dissemination of information and the coordination

of collective action in order to draw attention to the ecological cause and to mobilize public opinion. Anonymous Internet users who mobilize people through the Facebook pages give value to specific, punctual objectives and enroll directly in their daily lives.

Through civic engagement and the promotion of civic and environmental behaviors on digital social networks, citizens intend/aim to position themselves "in relation to topics that matter" (Taylor, 1994). Citizen engagement is linked to problems that affect Internet users directly in their daily lives. The use of the Facebook network as part of the ecological commitment marks the genesis of a communication of proximity that is part of the daily life lived by these activists. The main content of this type of participation reflects a new consciousness of citizenship.

This research has demonstrated that citizen mobilization for the promotion of civic and ecological behavior on digital social networks presupposes cooperation and agreement with the authorities in place. Citizen engagement on Facebook must be supported by concrete actions carried out jointly with other protagonists to be really effective.

Key words: Digital social networks, use, citizen engagement, promotion of civic and ecological behavior.

Communicational strategy of negotiation discourse Palestinian-Israeli negotiation process

**Presented by : Hayet Chamtouri
Director : prof. Saloua Charfi**

We have tried through this research entitled “Communicational strategy of negotiation discourse : Palestinian-Israeli negotiation process”, to find the right answer to the following questions:

What is the communication strategy of a negotiating speech? What are the mechanisms of production of this discourse and the bases of its communication strategy? How does every negotiator present himself/herself and present the other negotiator? What are his/her targets and his/her expectations? Has every negotiator succeeded to promote his/her presentations and to convince its target audience?

Trying to respond to this problematic, we have started with the following hypotheses : The first one is that the Israeli speech is rigid and rough claiming the same slogans and positions which are not based on facts and realities which are required in this kind of relationship where interests of territorial and authoritarian order are intertwined. It reflects its “intransigent” position derived from its superiority in the field and its belief that politics is subject to the logic of force and not the legitimacy and equitable principles. For Israel, only the rhetoric of force is to be adopted.

The second is that the Palestinian discourse lacks planning and doesn't have a clear communicational strategy and is not well defined from the beginning but determined by the events, which reflect that the Palestinian negotiator is not efficient in negotiation and conviction because his/her representations, references and arguments are unclear. The following hypothesis is that the discourse of the two protagonists is devoid of arguments and evidence. As for the last assumption, it is that each negotiator changes his/her

representations concerning his/her "counterpart" in the peace process. Where each one has worked to improve his image and thus promote his/her representations and propaganda.

In order to respond to this problematic and thus prove some of these hypotheses, we adopted as a first step a historical approach to identify the historical and political context of the Palestinian-Israeli conflict and to study the peace and negotiation process of the two negotiators. This allowed us to understand the references, the nature and foundations of this conflict and its evolution during the period of the 90s of the 20th century to date according to the positions, alliances and events at the regional (Middle East) and global level.

Secondly, and in order to understand the content and objectives of the speech and as discourse analysis is the most appropriate method to our problematic, we used the pragmatic approach to detect constitutive, lexical, linguistic and semantic levels of our sample based on the context that is the basis of the pragmatic approach.

We used the actantial analysis technique that allowed us to define the representations, ideas and positions of the speaker that he/she wanted to convey to his/her interlocutor. In addition, we have adopted the technique of argumentation analysis that allowed us to know the negotiator's strategy through its course of argument that continued to prove the correctness and legitimacy of his/her thesis in order to influence and convince the receiver.

Following these steps we could detect the following findings which corroborate our first, second and last hypotheses and thus respond to the problematic of our research:

- Both protagonists adopt an influential communication policy based on the intention to influence and direct the receiver to convince hi/herm of the thesis of the speaker. Indeed, each negotiating party seeks to challenge the legitimacy of the other party in order to win the support of the receiver of its position by emphasizing his/her desire for stability, security, safety and peaceful coexistence. This indicates that every speech is based on a focused argument to attract both the reason and the affection to influence the receiver's affection, his/her thought and position. This is what explains the prevalence of the defense strategy in the Palestinian negotiator speech (48.88%) and in the Israeli negotiator speech (65.84%).

- Realistic arguments represent 93.58% of the Palestinian discourse, 95.15% in the Israeli discourse and 98.39% in the speech of the mediator of the peace process.

- The dominance of convincing argument with 95.62% in the Palestinian discourse and 52.15% in the Israeli discourse. As for, the American mediator has adopted persuasive argument with 67.74%.

- The speech of both parties including in a first phase terminology, values and verbs that fit with the nature of discourse of negotiation which are mainly verbs of cooperation and participation, peace and safety values and words taken from the jargon of hope, future and better life. However, these two speeches have changed the rules and linguistic techniques after the breakdown of negotiations on many occasions, they are using the language of Manichaeism and the discourse of victimization and they change the qualifiers, qualities, actions, values and references of the “partner”. A change from a positive actor to a negative one.

- The Palestinian negotiator

- He/She has adopted in his/her speech a classic negotiation theory. He/She has assigned for himself as a main goal to succeed the peaceful resolution of the conflict and the coexistence of a Palestinian State with an Israeli State. He/She has shown that he/she is willing to do anything to advance and succeed in the peace process. This explains the fact that he accepts the very modest results from adopting a progress policy by steps and internal and external pressures. He also accepted several concessions in order to prove the rigor of its choice of peace with “the enemy” even with minimum agreements. However, this has led to a stubbornness of the opposing party seeking to gain time and delay factor negotiating fundamental questions.

- The communication strategy and his speech during his participation in the peace process have been influenced by changes at the international scale. Indeed, they went from the invitation to the armed struggle against the “rapist enemy” for the liberation of territory to the adoption of the peaceful resolution of the conflict through negotiation, and based on the partnership and cooperation lexicon, the values of tolerance, moderation and peaceful coexistence. Similarly, they tend to trust the Israeli side qualified as a partner to stop the occupation operations and therefore bolster the peace process, but this process has been stopped by the Israeli stubbornness hence, the recourse to the General Assembly of the United Nations becomes the option.

He also sought through his speech to implement the international decisions and the various agreements concluded in the framework of the peace process by all means.

- The Israeli negotiator

- He is based, from the beginning, on a clear communication strategy and policy of negotiation aimed at resolving the conflict rule through international law. Negotiations and peaceful talks in reality serve to change his image of an "occupier" to that of a peace maker while undermining the spirit of resistance and sacrifice which are considered as terrorist acts from the part of Israeli when coming from the Palestinian side. This speaker adopts a strategy that is based on deception and dishonesty to legitimize the Israeli atrocities against the Palestinians through the demonization of "Hamas" and his commitment to live in security and peace in order to win the support of the international community. To this end, he used the language of wood, rules of integration and orchestration.

- He sought to draw attention of world public opinion to another player "Iran" not concerned with the Palestinian-Israeli negotiations, and terrified the receiver by Iranian's threat by exaggerating in describing his extremism and military capabilities as a danger because of its nuclear program on the whole region and also worldwide. So that, the Israeli's aim is to distract the public opinion and its orientation towards a non-actor involved in the peace process and look like a "victim" trying at all costs fight numerous enemies and threats which surround her and thus deny the accusations and criticisms against her. So, he tried to root the image of the "pacifist" who only wants to be accepted in the region and to coexist peacefully with his neighbors and the Arab-Muslim countries, which is his main goal. Indeed, he excelled to achieve this goal and to convince the receiver that made Israeli discourse an ultimate propaganda speech for this new image.

He sought every means to distance the peace process in the UN umbrella and avoid any recourse to the law or international conventions.

- The mediator of the negotiation's process

- From the beginning, the US speaker used a defensive strategy based on the following equation "No peace without negotiation" corroborating the Israeli thesis. This is what explains the ubiquity of this strategy in his speeches (81.95%) which is reflecting his clear agenda whose purpose is to serve his own interests in the region as well as those of his ally which is the realization of his project "Greater Middle East". He used as a "mediator" the Manichean

language based on the duality of "good" and "evil" as the only global principle, hence the use of the heroic rescuer speech.

- He promoted the image of "impartial mediator" who wants to ensure the success of the peace process. However, his speech was far from successful in convincing the listener of this role. Indeed, its undeniable support to the thesis of Israeli negotiator was obvious.

It is in this spirit that he sought to restart negotiations each time it trampled by pushing the Palestinian negotiator to accept more concessions to advance the peace process which naturally serves the Israeli strategy.

Finally, the question that arises is : whether the strategy of the Israeli negotiator and the mediator of peace process will undergo a change after following the Palestine's accession to International Criminal Court which will enable to file a claim against Israel over war crimes perpetrated against the Palestinian people?

Or will this change be beneficial for the Israeli negotiator following the change of position of the United States after President Trump's declaration not to dictate a solution to the parties to the conflict to whom the choice is given to decide on the appropriate settlement between them?

Will Trump's statement put an end to a policy adopted for decades by republican and democrat administrations which prevails the two-state solution to Israeli-Palestinian conflict, which has also become the basis of international peace efforts?

If so, the US to the two-state solution is in fact disbanded will the solution of one state be promoted in order to abandon any reference to the settlement process, particularly United Nations resolutions, so that the only basis for negotiation will be the agreement of both parties?

The Emergence and Development of Sports Journalism in Yemen

Production Conditions... and Product Characteristics

Presented by : Hassin Dhayfallah Aouadhi
Director : prof. Mohamed Hamdane

The study is based on a new vision for media and communication and a contemporary vision for sports. It also is built on the idea that sports journalism has become a social and communication phenomenon in the public arena of Yemen, and magnifying it (specialized newspapers, many journalists) requires studying and discussing the factors surrounding its development and evolution. The study seeks to answer a pivotal question:

- What are the social, historical, political and social conditions that paved and facilitated the evolution of Sports journalism in Yemen? And how such evolution and stages were affected by the surrounding conditions?
- What are the characteristics of the key phases of the development of Sports journalism and what are the particularities of each phase? And
- How was sports journalism product affected by the conditions of its production?

The study does not address the press as a mere phenomenon but includes it within a community context, and aims to discuss the phenomenon of sports journalism in Yemen, with the comprehensive dimensions and circumstances surrounding its development and stages of evolution. The study examines the features of the press and sport landscape in Yemen and seeks to understand the factors affecting its establishment and the nature of the mutual relationships affecting its various components. The study highlights a variety of dimensions in the fields of information, communication, sociology and sports where the different branches of human knowledge are converged. The study is based on the three dimensions to address the phenomenon of

sports journalism: the first dimension is theoretical, the second is documentary and the third is practical, and employing the historical and descriptive approaches. The study contains a preliminary framework of the study and five chapters as follows: Chapter I addresses the theoretical references of sports journalism, and Chapter II examines the evolution, production conditions and the characteristics of the sport press product prior to the Yemeni unity.

Chapter III monitors specialized sports journalism in Yemen, the factors of its evolution, its press system, editorial and technical features.

Chapter IV is dedicated for the current athletic press scene in Yemen, its components, the factors affecting its evolution, characteristics of the Yemeni sports journalist, system of the sports journalism institution and the impact of the media legislations on the sports journalism in Yemen.

Chapter V is dedicated for the electronic sports journalism in Yemen, its evolution and characteristics as a new and influential tributary in the sports journalistic scene in Yemen.

The study reached a number of conclusions, mainly:

- That sports journalism, in its evolution, was affected by the social and political conditions and its stages of evolution have long been associated with the political stability, population growth and the liberal media legislations.
- The cross cultural fertilization in Yemen - Yemeni Turkish in the north, and Yemeni British in the south- as contributed to the evolution of sports journalism. The printers brought by Turks to Sana'a and the British to Aden marked the early beginnings of the press in Yemen, on the one hand, and on the other hand the British and Turks transferred their athletic games which were accompanied by a press coverage in newspapers marking the early beginnings of the evolution of the sports journalism.
- The results showed that the journalistic athletic product was "colored" by the eras of the regimes that ruled Yemen, and that sports journalism was saturated with the political ideology of those eras.
- The results of the study indicated that the sophisticated economic and trading conditions of the city of Aden, as a British colony, contributed to the emergence of private newspapers characterized by professional press and had available modern printing techniques. An active athletic climate of effective institutional sports emerged, contributing to the emergence of sports journalism in its modern form, including issues of

sports supplements, emergence of sports criticism, and diversity of editorial and technical arts and the emergence of a pioneer generation of sports journalists, reporters and photographers.

- The study results showed that the development of the Yemeni sport and emergence of the specialized sports journalism met at the point of the modern Yemeni state marked by the unification of the two parts of Yemen and the establishment of the Republic of Yemen in 1990, and the accompanying sports development and diversity, increased number of press releases and amendment of the media legislations related to the issuance of the newspapers.
- That the emergence of the specialized sports journalism cannot be isolated from the development of the Yemeni society and development of sports as a cultural phenomenon. In this case, sports journalism succeeded in providing a communication message to the Yemeni citizen on the sports affairs, as sport meets with the press at the function of the later in the dissemination of news, entertainment and education.
- The results of the study showed that sports publications issued by the government press institutions are under the control of public funds and the official media policy, and that human and technical resources enabled it to sustain and outperform the individual and private Press institutions.
- The study showed that clubs press and civil sports institutions are seasonal press and their publication is associated with the championships and athletic achievements, and that they do not adhere to the journalistic traditions, with their range of dissemination is limited and are not subject to the law of publication of newspapers which is enforced by the Ministry of Information.
- The results of the study highlighted the features of the Yemeni sports journalism and that they allocate a wider space for football and are indulged in the local affairs, and that the sports press publications, both public and private, entertain low number of commercials, which in turn is linked with the political and social relationships and is not subject to the popularity or marketability of the newspaper.
- The results of the study also showed that the journalistic athletic scene in Yemen is an urban one , and that the sports and media institutions suffer the problem of dependency among three agencies (i) the

Ministry of Youth and Sports, (ii) Journalists Syndicate and (iii) sports media union.

- The conclusions of the study reveals that the electronic sports journalism in Yemen represents an extension of the specialized sports printed press, and that the sports journalism, both printed and electronic, gain its specificity from the specificity of the Yemeni society and that, as a new communication phenomenon in a traditional society, still evolving influenced by the surrounding conditions of the community a consistent system that interacts with other systems of the Yemeni society.

The Experience of Television on Social Media, New Media and New Practices

Presented by : Nouha Belaid
Director : prof. Abdelkarim Hizaoui

Through this research, we have studied how Tunisian viewers are exposing to the TV content of the national channels, posted on social media, due to the availability of new digital media such as the computer, the smartphone and the tablet. It seemed to be worth analyzing of the diffusion and reception of Tunisian series during the month of Ramadan 2014. We conducted, primarily, a quantitative analysis of social media (Facebook and YouTube) of Tunisian series "Naouret Lahwa 1" and "Maktoub 4". Secondly, we launched a questionnaire survey among the audiences of these two series. Some interviews have been conducted with the social media managers of national and foreign TV channels. In Tunisia, the diffusion and reception of TV content in 2014 led to new practices in the era of social media, which started to be involved in information and communication practices. This happened along with the appropriation of new communication tools by TV.

Mots clés : Television, social media, practices, diffusion, reception, convergence, second screen.

Media Politics in Tunisia from 1987 – 2011

Rationale, regulations, and executive mechanisms

**Presented by : Khaled Hadded
Director : prof. Moncef Ouennes**

The study of “Media Politics in Tunisia from 1987 to 2011: Rationale, regulations, and executive mechanisms” follows a research project under the field of Media Sciences and Communication. The research aims at following the changes that occurred in the media sector in post-independence Tunisia from the perspective of the relation with the political power and movements in the country.

Throughout this research project at the MA, the researcher set out to study the communicative experience of the late President Habib Bourguiba (Bourguiba and the Media: The Controversy of Representation and Practice). The second part of the study is addressed in the PhD thesis and is to be completed later by:

- conducting a comparative study of the media development in the ruling periods of the Presidents Habib Bourguiba and Zine El Abidine Ben Ali.
- studying the changes that took place after 14 January 2011 to measure the influence of the democratic transition track on the philosophy of the political authority in dealing with the various influential groups in the media and its ability to make use of the acquired freedom state.
- both of the above mentioned will enable conducting a third study that establishes a comparison between the “media status under the rule of Bourguiba and Ben Ali”; i.e. the oppressive State and individual reign and the post revolution period to discover whether “freedom” is guaranteed to remove all the obstacles in the face of the media in order to improve its performance.

Based on the MA research, the researcher overlooked contradictions and aimed at strengthening the theoretical and research methods to approach

the “media phenomenon” from a broader perspective, that is “media politics”, since the MA research was limited to viewing the phenomenon from a content-analysis perspective of the late President Bourguiba’s speeches.

This approach required the researcher to use a different method by adopting a more comprehensive theoretical perspective and approach in addition to more meaningful and in-depth research tools. In light of an academic and research-oriented addressing of “The Concept of Media Politics”, the researcher was able to determine the research methods using classification and functional approaches by focusing on:

a) Multiple parties: each party has a role in influencing media policies. There are official parties that are politically active, influential, and have a vision about ruling. On the other hand, non-official parties, consisting of journalists, media associations, various civil society components (syndicates, professionals, and legalists defending human rights and freedom of the media), and the receptive audience who interact with political and media messages.

b) Multiple sources of media politics: Media politics, or any other general politics, cannot be studied without tracing their four hypothetical sources, namely: political message, legislations, bodies of civil society reports and practice.

Using this methodology, the essential stages of analytical and applied research became clear to the researcher, as indicated in the first section. The stages are:

1. Analyzing official political discourse in the media. The researcher relied on a research record that has been subjected to the deliberation method in discourse analysis; thus placing it in its historical context and trying to determine the characteristics of the speaker, receiver and “the untold”; i.e. the implications of the discourse author. The researcher has also resorted to statistics to highlight the importance of the media in the political discourse.

2. Conducting a field study that targeted a sample of the studied population; i.e. political officials, media sector administrative supervisors, journalists, corporation owners, the media audience, and professional, syndicate, and legal representatives defending freedom of the media.

3. Reading legislations pertaining to modifications to the journalist magazine.

4. Analyzing content of significant syndicate and legal reports on the reality of media freedom in Tunisia.

Taking into consideration that the research is connected to “politics”, the researcher used the “policies analysis” approach, which is one of the approved methods in political sciences used to understand how media policy trends and decisions are formulated and determine the key players/factors involved.

In the second section, the researcher resorted to a collective writing effort to address the four sections of the first part and has chosen “Media Politics from Controversy of Message and Practice” as a title for this section; such that the word “message” encompasses “speech/ legislations” as they are statements issued by the ruling power. The word “practice” refers to both “current living state and social activists’ reports”.

The deliberation approach in discourse analysis has enabled the researcher to reach valid conclusions concerning the late President’s perceptions on the media. The discourse included various signs indicating a lack of a political willingness for reform in the media sector so that it can perform its important role of monitoring the ruling party, enlightening the public opinion and holding a debate among the different influential socialists and politicians, despite the promises made by the ruling party throughout its first speech on November 7, 1987. The political speech had the inconspicuous strategy of implementing “media censorship” instead of supporting “media freedom”. This was evident in the language style, phrases and concepts that implied threat, intimidation, conciliation and encouragement in addition to the postponement strategy and the strong presence of the thirst for rule at the expense of the other parties that should be playing their role in forming the media policies and reinforcing its tendencies.

In terms of composition, the language of the speech was simple and clear and did not have advanced/sophisticated rhetoric. Therefore, there was no place for interpretation or discretion. This reflected on the speech author; firm, exact and does not accept much argument and therefore need interpretation, analysis, research or conviction. His message is quite clear: a tethered media that is controlled by the ruling power and is surrounded by red lines that do not even allow the thought of crossing them.

The discourse analysis concluded by discovering that the discourse itself had admitted making mistakes regarding the media policy adopted by the authority for over more than twenty-three years. The main responsible political party admitted that it was on the wrong track and that many issues did not go as intended, promising that there would be accountability and ensur-

ing that the country is in need for change and reform in the media sector, by that recalling the statement of November 7 1987 and presenting a copy that is nearly identical to it.

The study of the press alteration philosophy that occurred on four occasions (1988, 1993, 2001 and 2006) confirmed that the legislator was dependent on the willingness of the authority in keeping the newspaper discouraging. The context analysis revealed that the changes came as a result of environmental, local, regional and international events and did not result from a willingness to change or reform. The ruling power used the change as an opportunity for political propaganda and merely as a cosmetics for openness of the media; as such the changes remained "fiction" without a real impact on the status of media freedom.

The field study has also revealed the state of censorship on journalists and the pressure media agencies were facing, the most common of which was punishment and the "policy of instructions" that were almost made as "creed" for people to be devoted to. This entrenched "self-censorship" as an easy way to avoid conflict with the authority to keep the workflow of media associations.

The study also revealed a lack of confidence that existed between the audience and the local media, which led to seeking the alternative and foreign media (WAP websites and social media networks) to obtain information.

The reports from the professional and legal associations and syndicates confirmed the pressure the media freedom was undergoing. The authority was persistent on deliberate harassing, censorship and steering practices. The reports pointed out continuous appeals to bring about reform and respond to the aspirations of the workers as well as the Tunisian public for a diversified media that reflects the variety in the society, serves the different forms of development and oversees the state components, particularly the political.

The sections of the second chapter were a summary and writings to link between the conclusions of the first chapter regarding arriving at some kind of understanding of the authority's rationale towards the "media policy" and the regulations and executive mechanisms it created to impose such a logic or philosophy. This policy is later described and the changes it has undergone and the historical stages are identified in terms of influential parties, headlines and major decisions that were taken.

The researcher concluded that "The media policy in Tunisia during the reign of the late President Ben Ali" started positively as the country witnessed

significant openness in the media; however, this was only for a short period of time (November 7, 1987- April 1989). Afterwards, a strategy of blinding (blacking out) and tightening continued over the period of April 1989 – January 14, 2011.

The authority maintained a solitary pattern regarding media policy making; it hid the positive interaction with the other unofficial parties, refrained from listening to criticism, forbade difference and diversity and hindered the freedom of the media, despite having some short periods of openness for the sake of allowing some space for “political breathing” and trying to polish the regime’s image.

The research reached other main conclusions, some of which are:

- The main source of that policy was the oppressing regime pattern that pushed toward stiffness and inflexibility and imposed conservative tendencies toward the media that refused initiatives and reform, even gradually, and instead followed theoretical constancies considered, as described by the author, as the “media creed” that was based on the theory of “zero mistakes”.

- The oppressing totalitarian regime, which is based on prevention, concealing, punishment, closure, not listening to the others and fearing them, fed the struggle over power and interests within the ruling regime, especially within the official media system that represented a witness to the breakdown, scattering and confusion of the regime and its inability to face the crisis of which it was aware. In fact, the regime had a media that was two-headed and two politically, financially and economically influential forces that aimed at insuring two different tracks to “succeed Ben Ali” himself; however, that system lacked compatibility, unity, and swiftness in dealing with the events to eventually become confused, incompetent and finally fail to protect the regime which ultimately collapsed as have these forces.

- studying media politics can offer an explanation to the political movement and characteristics of the ruling power and its various stages and major transformations. Given the entangled connections and relations among journalists and politicians, the varied interests of the influential centers within regimes, and the different visions among them in connection with the future of ruling, the researcher concluded that one can try to understand what took place in Tunisia on the political level since January 14, 2011.

The researcher cited the biography of the last communication minister in Ben Ali’s government from the end of December 2010 until January 15, 2011, where the regime lived a state of confusion after the public protest,

ongoing events in the country, incoherence and lack of effectiveness of its media system. There is a close connection between the inefficiency of the media and the state of collapse the regime experienced in its final stages.

The relation is quite close between “the politician” and “the journalist”, and the “media policy” cannot exist but with interaction and diversity. If the policy strays away from this democratic, diverse and collaborative track to the direction of solitary, individual power, it shall turn into a system that is soon shaken by conflicts and confrontations that would prevent harmony, thus leading to inefficiency, turmoil, and failure.

Social Communication Policy and Health in Tunisia : Actors, Practices and Reception

**Presented by : Lamia Ben Hassine
Director : prof. Zohra Gharbi**

The aim of this study is to thoroughly explore the practices of communication actors through the process of designing and implementing social communication campaigns in sexual and reproductive health and thus to understand the modalities of receiving preventive messages. Four themes sparked our interest in family planning, HIV / AIDS sexual transmitted infections prevention, breast cancer control and gender-based violence. The State seems to be interested in the development of national strategic plans to combat these scourges and technical committees these committees are tasked with suggesting the strategies to be implemented for the prevention of the various themes mentioned above contribution to the development of national programs for the prevention and control of these diseases, and to recommending measures for evaluating the monitoring and implementation of the various prevention programs to ensure the Well-being of the population through a change in attitudes and behaviors.

The research we conducted was done in several stages: a scale of intent in accordance with the theoretical and methodological approaches of reception and the cognitive models of behavior change and the theories of communication of change applied to health problems. Those that we have described lead us to the conclusion that efficiency concerns have important theoretical and practical consequences. "Traditional efforts by researchers to try to explain the mechanisms of behavior and other efforts no longer tend towards this goal, but rather aim more and more pragmatically to change behavior. This theoretical basis has enabled us to note that "the methods of persuasion are not perfect". Researchers are making more and more efforts to improve strategies. "Persuasion has the advantage of making the individual

act". According to Jacques de Guise, a professor at the University of Laval, "this respects two fundamental values of our societies: the freedom and equality of individuals. It is values of this kind that should serve as a basis for our ethics to persuade and which should make us accept as an indisputable postulate the rate of essential inefficiency of our actions on others"⁽¹⁾.

Meeting the challenges of "health for all" in an evolving world was one of the values highlighted through the recommendations of international conferences that constantly recall the objectives of equality between women and men as the basis for Human rights and development. Some of these values are not yet translated effectively into health systems. The first conference on health promotion held in Ottawa (1986) showed that "action-oriented prevention is part of a comprehensive strategy where several actions are taken to address social problems or mental health"⁽²⁾. It is therefore "clear that preventive action is conceived in terms of actions with people, living environments and local communities"⁽³⁾. In the 1990s, the situation began to change; new themes emerged from a sustainable development perspective: environment, good governance, health and epidemic prevention, gender equality, etc., principles that have been reiterated and complemented in the Bangkok Charter (2005) by taking up and complementing the principles and strategies of action established for health promotion⁽⁴⁾.

Theoretical and practical approaches to the information and communication sciences are constantly evolving. "The interdisciplinarity of information and communication sciences produces transferable results in certain professional practices"⁽⁵⁾. The actors mainly focus on the health approaches "ignoring" the interest of certain theses, research currents and models for the promotion of health since it emerges from what is mentioned above that it is necessary to conceive the behaviors related to Health from a social perspective rather than exclusively from their links with health and disease.

(1) De Guise Jacques, « Marketing social et stratégies de communication dans le domaine de la santé », In, *Recherches en communication*, N°4, Hors série : Actes du colloque « Communication des savoirs et publicité sociale », Département DIC - Laval et Département COMU - UCL, Louvain-la-Neuve, 2-5 novembre 1994. 23 pages. En ligne : <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/issue/view/291>. Date de consultation : 15 mars 2017.

(2) Dufort Francine, Guay Jérôme, *Agir au cœur des communautés : la psychologie communautaire et le changement social*, Edition illustrée, Canada, Presses de l'Université Laval, 2001, prof. 231.

(3) Dufort Francine, Guay Jérôme, *Ibidem*.

(4) Lafrance Jean-Paul, Laulan Anne-Marie et De Sotelo Carmen Rico, *Place et rôle de la communication dans le développement international*, Canada, Éditions Presses de l'Université du Québec, 2006, prof. 33.

(5) Michel Jean-Luc, *Les professions de la communication : fonctions et métiers*, Paris, Edition Ellipses, 2004, Collection Infocom, prof. 11.

In this respect, the different theoretical models have offered us interesting ways to modify behavior and demonstrate that it is not necessary to fear with threats in order to achieve the expected results. For example, why raise the specter of Aids to convince adolescents to use a condom? Or why show a woman with bruises on her face to incite non-violence? It is widely accepted that target populations do not perceive themselves to be at risk, even if they admit that Aids or violence based on gender or breast cancer could have serious consequences on their lives. Faced with this problem, this is the same as for other areas of health: people who adopt preventive behaviors do not share the same opinion about the harmful effects of non-behavioral behavior on their health. For example, some people still do not use condoms although they know the dangers of such a practice⁽¹⁾.

As part of this research, several communication theories and concepts were presented. However, the combined effect of these theories and concepts remains unknown. Does one theory run counter to another? Does one concept complement or reinforce another? The combined effect would be relevant to study in order to identify the most effective clusters to modify health behaviors and to know the most effective combinations of communication actions to better target the communication actions to be undertaken. However, one question remains: is it possible to determine an effective communication association in all contexts?

On the other hand, analyzing communication practices aimed at modifying behavior would reveal certain trends and draw conclusions. The latter could then be used by communication professionals in sexual and reproductive health in order to maximize the effectiveness of their communications and thus act on human behavior⁽²⁾.

The process of change is much more complex than it sounds. Thanks to research in the area of persuasion, we are now able to optimize prevention campaigns as much as possible. However, we can have the best persuasive methods, but they will not achieve the desired effects if the individuals concerned are not able to process the persuasive information or to treat them.

(1) Godin Gaston, « L'éducation pour la santé : les fondements psycho-sociaux de la définition des messages éducatifs » ; In ; *Sciences sociales et santé*. Volume 9, n°1, 1991, prof. 90 -Source : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/sosan_0294-0337_1991_num_9_1_1185pp. Date de consultation : Mai 2015.

(2) Berteau Marie-Josée, *Évaluation d'une Campagne de Communication : Le cas de L'Agrile du Frêne à Granby*, Université de Sherbrooke, Québec, Juillet 2015, pp. 76-77. En ligne : https://www.usherbrooke.ca/environnement/fileadmin/sites/environnement/documents/Essais_2015/Berteau_Marie_Josée_M_Env_2015.pdf - Date de consultation : 15 mars 2017

The individual is free to decide whether or not what is asked of him is acceptable to him⁽¹⁾.

Thus, two openings invite us to study new theoretical and practical questions that nourish the dynamics of our research.

The use of the theory of engagement could serve as a framework for many prevention actions (condom use by high school students, wearing safety devices by workers, AIDS screening, etc.) and actions in favor of the environment⁽²⁾.

The partnership in information and communication sciences and social psychology led to the formulation of a new concept, a kind of integrative model. This is the concept of engaging communication. This concept designates both a new intervention practice and a new paradigm of research. It refers to reconciliation between, on the one hand, the work of the theory of Commitment and, on the other hand, works relating to communication and, more specifically, persuasive communication⁽³⁾. "On the side of social psychology, the contribution of the theory of commitment is essential, the question of meaning is associated with the act is studied mainly through three notions: the rationalization of action, the action and the public nature of the act". Information and communication sciences researchers study how the "public nature of the act" is seized by the media and neo-media ; they also study how the inscription of the act in a public space that is also a discursive space leads to meaningful productions that have to do with the circulation-transformation of these meaning⁽⁴⁾.

The interest in the applications of this engaging communication paradigm has been evident in recent years in France in the field of public health, road safety, work, behavior as diverse as condom use, participation Charitable activities, energy saving, monitoring of a diet, participation in a training course, wearing of seat belts, etc⁽⁵⁾.

(1) Fabienne Michelik, *La communication engageante : effets sur les dimensions cognitives et comportementales*, Bourgogne, Thèse de doctorat en psychologie, Université De Franche-Comte, 2011, prof. 40. En ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-00840255/document> - Date de consultation : 15 mars 2017.

(2) Fortin Gwénoél, Weigel Romain, « Comment modifier les comportements ? Une approche synthétique : de la psychologie de la persuasion à la psychologie de l'Engagement ». En ligne : <http://www.eepsys.com/es/comment-modifier-les-comportements-une-approche-synthetique-de-la-psychologie-de-la-persuasion-a-la-psychologie-de-lengagement>. Date de consultation : 03 mars 2017.

(3) Fortin Gwénoél, op.cit.

(4) Loneux Catherine, Parent Bertrand, *Communication des organisations : recherches récentes*, Tome 1, Paris, Edition l'Harmattan, 2010, prof. 18.

(5) Charbrol Claude, Radu Miruna, *Psychologie de la communication et persuasion : Théories et applica-*

In 1994, Tunisia adopted strategies to integrate reproductive health. Several components have been adopted. The documentary review led us to conclude that the country's population policy is incorporated into development plans whose implementation does not mobilize much interest and resources particularly after January 14, 2011. But it remains "an example of the good practices that have tied population policies to development policies and led to the successful transition of fertility"⁽¹⁾. However, the course of the various communication actions carried out revealed the absence of a global communication strategy in sexual reproductive health. However, surprising as it may seem, the Ministry of Health, and especially the ONFP which is responsible for the reproductive health component in the country, has never had a clearly defined communication strategy on sexual reproductive health. ONFP communication has a fairly large number of graduates in communication, journalism and marketing who can translate the ONFP's political message into the appropriate language.

However, in the absence of a relationship of trust between the staff and the permanent, visible and explicit support of the General Director of ONFP, communication is inoperative. Lack of coordination and adequate complementary training is also a fundamental "failure" factor.

As for civil society actors and DSSB, it is not surprising that there is no communicator due to lack of administrative procedures or the recruitment and allocation of necessary budgetary funds. In addition, "the method of calculating budgets always communicates in expenditure and never in revenue, because it is not clear how to measure the gains made by good communication"⁽²⁾. Indeed, the creation of a communication post generated significant annual costs. To this end, our first hypothesis cannot be confirmed on all actors working on communication on sexual and reproductive health.

To understand the functioning of social communication in Tunisia, we used a field survey of the population of Greater Tunis: "Knowledge, attitudes and acceptance of the messages conveyed on sexual and reproductive health". Three hundred participants were selected for the analysis of the results, the majority of which are feminine. Our study allowed us to gain an overview of the knowledge, attitudes and reception of sexual and reproductive health messages.

tions, op. cit, p 119.

(1) Vallin Jacques, J. Wunsch Guillaume, Histoire des idées et politiques de population, Paris, Edition INED, 2006, prof. 235.

(2) Michel Jean-Luc, Les professions de la communication : fonctions et métiers, op. cit, prof. 29.

The majority of the respondents did not benefit from awareness-raising sessions on sexual and reproductive health (Family planning, HIV / Aids, Breast Cancer, and violence based on gender), but they were able to hear about one of the components mentioned above. Most respondents mentioned national radio and TV stations as the main source of information on sexual reproductive health. As for the reception of the sexual reproductive health messages broadcast by the ONFP, 48,3% of the participants considered that they had been exposed to the prevention message on breast cancer compared to 25,7% on violence based on gender and 15% on HIV AIDS. Some of these messages were broadcast over a long period of time through several broadcast channels. These results remind us of the need to find adequate and sustainable strategies for better promotion of healthy behaviors. Work on changing attitudes towards the population must be initiated.

This survey revealed that the level of reception of the actions carried out remains modest. This involves assessing the way in which social communication has been carried out. Its measurement reflects the effectiveness of the work of communication actors and the responsiveness of the population. Message providers should use diverse strategies that involve other larger interests of their receivers, when they have little enthusiasm for information. They can develop information by combining these themes with others that the receivers feel the need for.

As a complement to the quantitative survey, these qualitative interviews enabled us to touch on the practical aspects of the actors in their conceptions of communication campaigns, see information, education and communication strategies carried out through various components in sexual and reproductive health. They also allowed us to identify the connections and the divergences of their practices. These interviews were coupled with the observation of their work and allowed to paint a fairly complete landscape of their working methodology.

There are many communication challenges in the area of sexual and reproductive health. The first and "most difficult is that the communication actors aim to almost always change behaviors". For example, certain specific measures can be taken such as changing one's sexual behavior. "The attitude predicts bad behavior". Until recently researchers seem to have born the ambiguity of this situation and have developed new approaches. The second difficulty for the actors of the communication is that "the behaviors that they want to adopt have most often, in the short term, aversive consequences".

The individual must “believe that his present behavior will have an positive impact in the future”⁽¹⁾.

To this end, the assessment of behavior consists of two elements. “The evaluation of the effectiveness of the action is intended to reduce or neutralize the threat. It is, in other words, the perception of the effectiveness of the proposed remedy. The second element is knowledge of the disadvantages of the behavior or the knowledge of the obstacles that must be overcome in order to pose it, and the assessment that one makes of these obstacles”⁽²⁾. However, “The difficult correlation between an action and its effects is only one of the problems of evaluation. Other difficulties in reporting the effectiveness of the action feed into debates over the lack of usefulness of campaigns. More generally, the attempt to make a judgment on the realization of a program encounters, in many public policies methodological constraints related to the logics of the actors”⁽³⁾.

Lack of linkage between campaigns and changes in behavior: Communication actors do not attribute the same causes to this lack of link between communication and modification of the practices of the population. Most feel that it is impossible to establish such a relationship insofar as communication is only one factor of influence among others.

The data presented in this research demonstrate the need to maintain, and even expand activities related to sexual and reproductive health prevention. The actors expressed their willingness to strengthen the networks of public and associative organizations in sexual and reproductive health, encouraging vocations at the national and regional levels and encouraging the rise of listening, guidance and assistance spaces conveying messages adapted to the needs of the population. The issue of the flow of information between regions and central management is more difficult in terms of field activities and possible assessments.

The need for evaluation, even if the budget is limited, must be a usual activity. The key reason for evaluating campaigns is to find strategies to

(1) De Guise Jacques, «Marketing social et stratégies de communication dans le domaine de la santé», In, Recherches en communication, N°4, Hors série : Actes du colloque « Communication des savoirs et publicité sociale », Département DIC - Laval et Département COMU - UCL, Louvain-la-Neuve, 2-5 novembre 1994. 23 pages. En ligne : <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/issue/view/291>. Date de consultation : 15 mars 2017.

(2) Ibidem.

(3) Sitbon Audrey, Maresca Bruno, « L'évaluation des campagnes de prévention du Sida », In, Cahier de Recherche - n° C172, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, 2002, 9 pages. En ligne : <http://www.credoc.fr/publications/abstract.php?ref=Sou2002-1513>. Date de consultation : 15 mars 2017.

make an effective campaign. This knowledge is essential for the construction of future campaigns. "The constraint on the evaluation of public action concerns problems of temporality. The assessment of the results may be very imperfect if we do not know when the impact will be maximum and minimum"⁽¹⁾. In addition, often "evaluation takes place in the short or medium term, while the effects can have a long-term impact"⁽²⁾. This is in part linked to the demands of political staff who, being accountable for short-term mandates, exert pressure to ensure that the results of an action are quickly estimated.

The choice of messages has important implications in terms of communication. "Some models believe that prevention messages must include arguments that lead to the possibility of the occurrence of the risk and its seriousness, perception of personal vulnerability, perception of a prevention possibility, etc. Most of them consider prevention messages to contain arguments that induce attitudes and norms that are conducive to protective behavior, perceived behavioral control, and behavioral skills"⁽³⁾. However, "it should never be forgotten that every message has to face fierce competition and a poaching selection to ensure its penetration, acceptance and retention among the target audience"⁽⁴⁾.

To this end, Roland Barthes states that "Every message is the meeting of a plane of expression and a plane of content or signified"⁽⁵⁾. From the linguistic point of view, spoken discourses differ from written discourses only by the substance of their signifier : the phonic subject replaces the spelling. But this difference changes the situation of communication, the structure of meaning and the elocutionary value of messages : it is another semiotic⁽⁶⁾. Perhaps, it is a very important element in the formulation of messages in sexual and reproductive health communication campaigns that some of the actors do not pay enough attention to.

(1) Sitbon Audrey, Maresca Bruno, *Ibidem*.

(2) Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé, Éducation pour la santé pour mieux vivre, Dossier Technique, France, 2001. En ligne : http://doc.hubsante.org/index.php?lvl=coll_see&id=1048#.WMkQSIU1_IU. Date de consultation : 15 mars 2017.

(3) Kouabenan, Dongo Rémi, et all, *Psychologie du risque : Identifier, évaluer, prévenir*, Bruxelles, Edition de Boeck, Collection Ouvertures psychologiques, Série LMD, 2006, prof. 278.

(4) Dagenais Bernard, *Le plan de communication: l'art de séduire ou de convaincre les autres*, Canada, Les Presses Université Laval, 10ème tirage, 1998, prof. 55.

(5) Jouve Michèle, *Communication: théories et pratiques*, Paris, Éditions Bréal, Collection Synergies, 2000, p. 137.

(6) Abastado Claudie, *Messages des médias*, Collection textes et non textes, Paris, Edition CEDIC, 1980, p. 169.

The analysis of the interviews enabled us to note that the actors have a lot of field experience which can help to promote the conduct of action research with an intervention at different levels. This research will make it possible to highlight theoretical constructs linked to action. Lack of mission and studies to identify motivations, causes and attitudes (favorable or unfavorable) of people to join a given service and related sexual and reproductive health issues, remain one of the shortcomings of the majority of players. Actors need to be able to analyze and interpret the information they need to make it accessible to researchers (Quantitative, qualitative, interviews, content analyzes, discussion groups, life histories, etc.). Internal and external organizations, sometimes through the media but often through other means, allow interactive communication (interactive web, creation of virtual groups for the exchange of information, meetings, etc.)⁽¹⁾. This analysis confirms our second hypothesis that the actors' practices are not based on theoretical and scientific pluridisciplinary bases.

Sexual and reproductive health is an area that affects all populations; it is a concern both individually and collectively. The development of new technologies to increase access to information in SSR has become an imperative.

To support local and regional outreach efforts, stakeholders shared their information, needs and additional training specific to the implementation of Sexual and reproductive health awareness campaigns. Themes related to violence based on gender, HIV Aids and Breast Cancer require multidisciplinary teams that are sufficiently equipped to provide rich and well-informed information enabling the citizen to choose the most appropriate solution. One stakeholder expressed interest in having common "Guidelines", explaining the steps involved in implementing an effective, step-by-step campaign with content on material development, health promotion, social marketing and being aware of the best existing practices of effective campaigns.

In this perspective, the problem is complex where the analysis by competences puts in relation various attempts of objectification. All actors responsible for sexual and reproductive health communication must share the same values and attitudes. Essential Skills statements should not be considered individually, but as a set of knowledge, skills and attitudes that respects the values promoted by sexual and reproductive health while boosting leadership skills that promote skills development, increase performance

(1) Saint-Charles Johanne, Mongeau Pierre, *Communication : Horizons de Pratiques et de Recherche*, Canada, Presses de l'Université du Québec, Collection Communication, 2004, prof. 229.

and improve the efficiency of the workplace. These skills also enable organizations and communities to establish, communicate and update a common vision, mission and values.

At the end of this research, the cross-fertilization of the quantitative and qualitative method (interview and direct observation) enabled us to understand why the communication strategies are carried out in this way and to verify and confirm our third hypothesis concerning the influence of the profiles of the actors and their practices on the reception of sexual and reproductive health communication campaigns.

In order to improve the effectiveness of communication strategies in sexual and reproductive health, three interesting proposals were made during the interviews with sexual and reproductive health communication actors :

- The creation of a national structure for the promotion of health under the supervision of the Ministry of Health: This structure will ensure the design and implementation of national health education strategies on all health-related components, not just reproductive health. This structure would be independent of the Ministry of Health and apolitical; it could include collaborators or communication officers by regional representation.

- The establishment of a "Collegiate Directorate" so that it is a leader, responsible for a period (ONFP or DSSB or NGO), for an elected mandate with a rotating presidency. This will ensure that the communication and health education dimension is designed and implemented together to avoid duplication of effort and ensure better coverage of activities at the country level".

- The reactivation and expansion of the prerogatives and tasks of the National technical committee to fight Aids, is the body responsible for designing, validating and coordinating the communication on Aids to a national technical committee on Aids and health chaired by the General Director of Health or a president elected by representatives of governmental, non-governmental organizations and bilateral organizations and the private sector. This committee will preserve its subcommittees with an extension of their prerogatives to cover health and sexual and reproductive health particularly in its various components. The sub-committees are indicated as follows:

- The sub-committee "Information, education, communication".
- The sub-committee "Monitoring of the epidemiological situation".
- The subcommittee "Medical, biological and social care".
- The Subcommittee on "Ethics and Legislation".

However, the last two proposals would be structures of the Ministry of Health. Their roles could be limited to an advisory opinion in the areas covered by the sexual and reproductive health.

The creation of a national structure for the promotion of health would be an ideal to achieve, as was the case of the National Public Health Agency in France, which brought together the National Institute for Prevention and Education for Health (INPES), the Institute for Public Health Surveillance (INVS) and the Emergency Preparedness and Response Facility (EPRUS). The mission of this agency is to protect the health of populations. As a scientific and expertise agency in the health field, it is in charge of⁽¹⁾ :

- Epidemiological observation and monitoring of the health status of populations.
- On the eve of the health risks threatening the populations.
- Promoting health and reducing health risks.
- Development of prevention and education for health.
- Preparedness and response to threats, warnings and health crises.
- The launch of the health alert.

The coordination of social communication campaigns in sexual and reproductive health must meet a goal of consistency and effectiveness of actions. It is essential that these campaigns are implemented with professionalism. The implementation of this organizational model could not be done without prior evaluation of the capacities of the different organizations, particularly the ONFP and the DSSB, in the management of public communication strategies in SSR and any related components.

For this purpose, it would be advisable to transform the current Communication Directorate into a "Technical department for communication and advocacy" or a "Center for the international training and research in sexual and reproductive health" Like the CEFIR within the ONFP, which is directly linked to the General Director. This department will ensure the knowledge, knowledge and know-how and experiences of communication, IEC, public relations and press on the themes of population, family health and sexual and reproductive health. It will be responsible for the presentation of the problems and their context, thus justifying the need for a communication action, the objectives and targets of this action, the message to be delivered, the means envisaged, the budget and the period of Dissemination. To achieve

(1) Santé publique France. En ligne : <http://inpes.santepubliquefrance.fr> - date de consultation : 15 mars 2017.

this performance, the merger of several branches within the ONFP is to be considered, namely the documentation, archives and publications center, the public relations and press unit and the coordination unit and monitoring of regional activities. In a later stage, it will ensure compliance with legislative and ethical rules, control of costs, optimization of investments and evaluation of communication actions. In order to ensure better mobilization of resources, an "Advocacy and Resource Mobilization Department" should be set up to monitor the budgetary resources dedicated to sexual and reproductive health communication programs and interventions. This department will take into account the different aspects of communication both internally and externally.

In a second step (For a period of five years), this department will broaden its scope and will thus coordinate all communication activities of the Ministry of Health relating to communicable and non communicable diseases. It will integrate the sub-direction of health education currently established within the DSSB with all its components (sexual reproductive health and others). As a result, the ONFP will manage the health communication component across the country, targeted at an external audience and with a theme of general interest, regardless of the budget of the action to be done and the means of its implementation.

As for the third stage (for a period of five years), this department will expand on curative aspects and integrate hospital communication, information systems management, communication management with patients, etc.

This nearly 15th year journey will allow the creation of a national agency for the promotion of health or a population health agency across the country. It "could allow the development of very differentiated strategies to serve a common purpose: prevention through communication"⁽¹⁾. In addition to its role of coordination and centralization, this agency could provide an incentive role. In this way, it will be able to define, each year in agreement with the Ministry of Health, the priority themes of the government communication on health and sexual reproductive health; it sets up working groups on themes that concern the whole government advertisers such as participation in national or international fairs or improved procedures for evaluating awareness campaigns⁽²⁾.

From what has been argued, we conclude that the efforts of the communication actors in Tunisia have focused mainly on the transmission of knowl-

(1) Messenger Marianne, *La communication publique en pratique*, France, Collection Service Public, prof. 237.

(2) *Ibidem*, prof. 238.

edge. The change in attitudes and behavior on the components studied was not taken into consideration.

From now on, it is necessary to develop messages that are strictly targeted and organized around arguments that highlight the benefits of behavior change. Similarly, it is important to group messages that target high-risk groups and messages that target secondary audiences that condition the environmental factors of behavior change.

Once the target is defined, a study of its profile should be planned in order to collect the necessary information that is fundamental to any strategic reflection. In this regard, it is necessary to opt for prevention approaches based on the principle of genuine participation of the public concerned. Above all, it is necessary to take into account the elements and mechanisms that manage the change in human behavior and which would sometimes be a brake on the acceptance of the ideas conveyed.

The search for effectiveness requires messages to be systematically pre-tested and regularly evaluated during the process of designing the risk discourse. This conception of communication determines the stakes of its own reception. The pre-test is an important step to see what is successful, which can be misunderstood and ensure that its content is clear and effective.

Field studies teach us about the concerns of the targeted population, their expectations, their anxieties about the risks involved. After each campaign, it is necessary to measure its impact on the population in order to judge the degree of penetration of the idea and to take the necessary corrective measures and not to be satisfied with occasional studies.

Sensitizing the public means initiating it, under the influence of the media, into a question or a subject of public debate. The sexual and reproductive health discourse must exhaust demographic, sociological, psychological, and epidemiological data that can influence people's perceptions of the problem and thus raise awareness of the issue.

From the point of view of good effective communication, "the quantity of messages is less important than the quality of the media plan and the "contacts" with the target. It is therefore a matter of working to put in place a communication strategy for the change of behavior according to the rules of the art based on reliable data and not on an intuitive construction based on common sense.

The structuring of communication interventions in sexual reproductive health requires taking into account the short and medium term (the pro-

cess) as well as the long term (the impact on health) and the determinants of health and change. A combination of strategies to change these determinants through incentives to change individual behavior, develop personal skills, support a lifestyle by creating a supportive environment, and use scientifically validated methods and practices.

Measuring the success of the communication intervention must be based on qualitative as well as quantitative approaches, on researching evidence on the health impact and on the quality of internal communication, between the actors involved and for the benefit of the public and the persons to whom the interventions are addressed. The involvement of the players takes into account the interdisciplinarity of the teams in a framework associating different institutions (NGOs and Government) and the effective involvement of the recipients of the intervention in its preparation, implementation and evaluation. In order to achieve this objective, systematic provision should be made for the evaluation of programs and actions (5% of the budget) and the organization of technical assistance on this point.

At the regional level, establish a regional sexual and reproductive health program at least once a year for an initial phase of implementation, including an interim evaluation, and an additional three to five years for a confirmed program. The relationship between the national and regional levels would benefit from a partnership where the roles are shared in a clear way based on mutual partnership. The national level establishes references and provides resources and advice, while the regional level decides on the nature, content and strategy of the programs. In addition, there is a need to strengthen technical assistance to regional programs through regular renewal of training in programming. The organization of methodological training is also necessary: project management, mobilization of actors (knowledge of the statutes, missions and procedures of the main partners, exchanges on the factors of success), communication, and sexual and reproductive health approach.

Support sexual and reproductive health interventions through strong political commitment at the national and regional levels. It is important that public and reproductive issues continue to be the subject of public debate. Support for the program by the country's authorities is a key factor for success. The main institutions must be involved and represented at a sufficient level of decision-making. The ONFP will need administrative support from partner organizations.

Give a real place to the citizen and the sexual and reproductive health user. At national level, increase the organization of public debates such as

citizen conference and maintain the organization of regular public debates at regional or local level in order to define the priorities and the needs of the population in sexual and reproductive health.

These points are only exhaustive, and we have tried to draw up a summary of the points which appeared to us to be the most important and for which the efforts to change should be concentrated.

International Media Discourse

Example of Syrian crisis

Presented by : Soumaya Berrejab
Director : prof. Salwa Charfi

This research analyzes the “International Media Discourse” of Arabic-speaking TV channels, which have the largest Arab and international audience. It focuses in each of these channels on the components of discourse in order to identify the aspects of the conflict and opposition between media contents on the “Syrian crisis” being one of the most important and most dangerous subjects of the twenty-first century, according to political analysts.

This thesis is proposed to indicate “how the media agendas and communication strategies incorporated in the discourse of the international TV channels, focusing on the Syrian crisis become a base of the international geopolitical conflict.

Therefore, we have adopted a descriptive approach and an analytical method to discover the funds of some Media Agendas and how communicators have used such propaganda tackles to create political communication in order to impact the viewers and to lead them to change their points of view or to adopt a pro- Syrian -regime or an anti-Syrian regime outlooks.

As the methodology of the research is based on the contents’ analysis of 488 News broadcasts on eight international Arabic-speaking TV channels, which are : “Al-Jazeera, France 24, Al-Hurra, Al-Arabiya, Al-Mayadeen, Al- Russia Today, Addounia”, this allowed us to reveal the importance of the Syrian crisis for communicators in these channels. We have been permitted to analyze the discourse, which helped us to spot the inconsistencies in the news messages broadcast about the Syrian issue.

Indeed, we have based on the technique of comparison and a certain number of analysis networks among which we cite especially “Grid of the path of argumentation” to ensure the existence of the tools that fit the Such as

vocabulary, attributes and titles, mental images, sources, verbal acts, rhetorical images (metaphors), in addition to the semantics of physical images.

Based on a context of reference that synthesizes three major theories: "The Gatekeeping Theory", "The Agenda Setting" Theory, and "The Framing Theory, and because of deep tests of international TV channels discourses about the Syrian crisis, we have answered three hypotheses.

In terms of duration and of journalistic genre, we have allowed to deduce the importance of this international political crisis to the Medias communicators as well as the confirmation of the existence of two opposite poles of allies. The first one is an anti-Syrian- regime pole: (Al-Jazeera TV, France 24 TV, Al-Hurra TV, Al-Arabiya TV) and the second is a Pro -Syrian – regime pole: (Al-Mayadeen TV, Al-Alam TV, Russia Today TV, Addounia TV) in which, each TV channel' communicator, organizes the order according to its editorial line and the importance of the news.

Consequently, this allowed us to validate the methods used in the Agenda Setting phase and to explore its fundamental objectives recognized by the media communicators, by using the conflict mechanisms ratified in the international TV discourses of the two opposed medias poles (propaganda and counter-propaganda).

According to the previous methods, we have been permitted to detect the purposes of political communication in the International TV discourse which is looking for administrate the international public opinion, especially the Arab public opinion.

This outcome, seemed clearer in the third hypothesis' answer of this research, based on the consequences of the existence of a conspiracy discourse in the discourses of the pro-Syrian-regime TV channels.

From unidirectional communication to circular communication

Case study: rural development programmes

Presented by : Wafa ATTYAOUI
Director : prof. Chafik SAÏD

Our research aims to analyse the obstacles hindering interpersonal communication in rural Tunisia since 2011, identifying the communication processes favouring the transition from “unidirectional communication” to “circular communication”.

The government structures of rural development continue to adopt, in this revolutionary context that Tunisia is experiencing, a unidirectional model of communication based on extension thus leading to exclusion of the recipient (the farmer) from participation in communication. This finding validates our first hypothesis but not the 2nd one.

In order to transit this situation of unidirectional communication to circular communication, we identify the following communication processes: the need for the official development to take into account the spatio-temporal, cultural and institutional contexts and the approach genre.

The complex process the transition from unidirectional communication to circular communication cannot be, in this Tunisian revolutionary context, the result of a simple unidirectional model of communication or a quiet path. Rather, it is a matter of considering interpersonal communication for rural development as a global phenomenon.

We use quantitative and qualitative methods as part of our research. According to the research results, the communication model used in the field of our study is a unidirectional model that does not favour the participation of the target population (farmers) in communication. The reaction of the

receiver (the farmer) to this unidirectional model consists in a behaviour of refusal to communicate, generating a situation of non-communication.

This research opts at the end for a transition to circular communication, the “symbolic” death of the “dominant” transmitter and the birth of the “stand-by” receiver.

Keywords : Interpersonal communication, rural development, unidirectional model, circular communication, context, communication process, approach, gender.

TIC Appropriation in the tunisian port enterprises : Evolution of the usages of «Liasse Transport»

**Presented by : Nessrine Hmaici
Director : prof. Larbi Chouikha**

The study of organizational appropriation and the uses of information and communication technology led us to understand the relationship in which the actors, the technologies and the organization were engaged. By retracing the “Liasse Transport” technology uses by a population of employees responsible for the maritime transport procedures within the public enterprises of the port community at the port of Rades, we have highlighted the dynamics and strategies that lead to the uses of this information technology. In addition well as the influence of this ICT on the users and the relations in the organization, this research work consists in highlighting how an ICT and the uses to which it is subjected interact to fit into the organizational process.

This research is part of structurationist studies of technology. It relies on the qualitative approach of the case study. We tried to observe, in situ, the professional experience and practices of a group of actors, composed of twenty-three employees, during their enactment of the ICT “Liasse Transport”. We also conducted semi-directional interviews with them in order to deepen our understanding of representations and meanings around the introduction of this tool in their daily activity.

Our initial question was to ask “how employees of Tunisian public port enterprises appropriate the ICT “Liasse Transport” in their daily work? Thus, what are the mechanisms and strategies implemented by this population of employees in the use of this ICT after a few years of its introduction? In this perspective, a study of actual uses, the representations of users, the mechanisms of its integration into professional practice, the dynamics and strategies that drive use, are the subject of our research. Our thesis is:

The appropriation of an ICT in an organizational environment is a process of structuring and intermediate forms of use. This structuring makes it possible to understand how the located and recurrent actions as well as the structural properties are produced and reproduced in the interaction between the actors and the objects.

Main results

The results of this research come to check the validity of our assumptions of departure, while trying to answer the problematic questions posed. This work is intended to be analytical of the process of appropriation of an ICT in organizations, through its uses. The results obtained seem to be rich in terms of data collected. Then we present those results, in this general conclusion, in a synthetic way.

As a first step, we will expose the empirical results of the comprehensive study of the appropriation of “Liasse Transport”, in situ. Secondly, we present the main theoretical inputs of this study of the uses and processes of organizational appropriation of an ICT. It will be in a structuralist perspective. Finally, we will suggest a new research trail. At the same time, we will and give an overview of the research program that we want to pursue.

Appropriation of “Liasse Transport” uses by the employees of port enterprises

The empirical results, which we have got through the single case study of the «Liasse Transport» system, seem to confirm our main hypothesis of departure. The performance of a TIC in the organization seems to depend on the incorporation of this tool, in recurrent professional activities of users. Furthermore, our results seem to confirm our secondary assumptions where the appropriation of an ICT in the organization seems to depend on the structural properties of ICT, systems of signification and representation, practices and interpersonal networks in the organizations studied.

During our presence on the public port enterprises, we detected a diversity of the forms of “Liasse Transport” uses, which were actually developed by the actors and which seem, at first glance, similar, in the same user group. In fact, three main forms of use have been observed:

- The use of “Liasse Transport” as a tool for the execution of professional tasks around the procedures of the maritime merchandise transport (treatment and exchange of procedures between the stakeholders of the port community);

- The use of the “Liasse Transport” as a simple tool of search of information around these procedures;
- The use of the “Liasse Transport” to control and supervise the activities of the employees and the flows of the merchandise in the port of Rades (in our research).

These forms of use correspond to different use significations shared between users along with individual interpretations and highly individualized practices of the “Liasse Transport” ICT. These differences allow for multiple possibilities of reinvention of significations and practices implemented by users. In this case, the dominant significations associated with the use of the “Transport Liasse” refer essentially to representations of the improvement of work processes, through the standardization of transport procedures; the speed of processing (entering, reading saving and recording data and procedures...) and exchange between stakeholders. Strongly associated with the idea of a reliable computer tool and source of gains in time and money, it is also widely perceived as an instrument at the service of a better organizational productivity.

In an era where information seems to be paramount, the “Liasse Transport” seems to acquire a great importance among the actors. The idea of social progress is essentially positive for both the individual and the community. However, other significations one strongly denounced in the speeches of the users on the degradation of human and communication relations. At the same time they criticized the importance of the surveillance phenomenon and the diffuse control of their activity during the use of this ICT. We also noticed heterogeneity of significations and of individual representations between users. This diversity significantly influences the forms of use and unpredictabl leaves the strategies of the users during their enactment of the “Liasse Transport”.

In fact, the unpredictability of user strategies in “Liasse Transport”'s enactment (appropriation) seems to threaten, more or less, their autonomy and sense of ontological security. This threat comes mainly from ICT control properties and strategies of its use as a medium of control and surveillance. In this context, users have also created a number of strategies, such as the delegation of certain tasks performed on the “Transport Liasse” to subordinates and the avoidance of the use of certain features.

We attented also some invented uses, or forms of “bricolage314” (DE CERTEAU) in order to express the non-submission to the ICT and to other actors.

The reports in the use of “Liasse Transport” as an ICT, emphasizes the importance of control relations in the daily activities in organizations. In this case, we tried to highlight some strategies of use through which the actors apply and a reflexive control of their action. This form of control seems to be internalized, in their professional relations. By knowing the conditions of their action and by anticipating the strategies of other actors, individuals tend to exercise a form of self-control. We can say that they integrated exercise of the reflexive control in the use of the “Liasse Transport”. But these forms of control mobilize also this ICT, and manifest it in its uses. On a general level, these practices result in an extension of the field of practice of the reflexive control of the action.

The detailed analysis of “Liasse Transport” technology’s appropriation dynamics (structures of signification, structures of domination and structures legitimation) in the studied enterprises showed the importance of interaction networks, standards and rules in construction and determination of the form of use. Thus, in a public enterprise characterized by decisive role of the state in their decision-making, the use of the “Liasse Transport” is seen as mandatory since it comes as part of a state project. Moreover, in these highly hierarchical enterprises, compliance with rules and instructions is one of the mechanisms that contribute to the recurrent use of this ICT. Similarly, the networks of interactions between the employees of these organisations characterized by a strong group membership help in the appropriation of the tool, especially the informal networks and technical support networks.

On the other hand, we have identified two modes of appropriation of the “Liasse Transport, according to the forms of use (enactement) and the recurrent practices. The two modes of appropriation are:

- Inertia: The “Liasse Transport” does not greatly influence the organizational structures of the enterprises and the users integrated it into their daily activities, as any other management or communication tool. Thus, the ICT doesn’t change their daily management of their professional activities.
- Change: The “Transport Liasse” has caused a modification of the structures of work. It has transformed the way of work of its users. The ICT has troubled their professional world.

Beyond the different forms of the “Liasse Transport”’s use, we have been able to detect three categories or “typical ideals” of users. This categorization

is quite limiting but seems to allow, in part, the diversity of “Liasse Transport” uses and the complexity of the actors.

- The first category of actors is the “Leaders”. They have a very high technical culture. They consider the “Liasse Transport” as an obligation for the organization evolution. They serve the ICT as a tool for monitoring and controlling port activity.
- The second category is the “utilitarian”. They represent the majority of the user population. They depend on their superiors for decision making. They are the most concerned by the use of “Liasse Transport” to accomplish their daily work tasks. The “Liasse Transport” represent for them, an official working tool by administrative obligation and political instruction;
- Finally, the third category is that of the “Reluctant”. They have a limited use of ICT. They limit their actions in research or consultation of information about transport procedures. They see “Liasse Transport” as a source of extra or marginal activity in their professional activities. This category represents a minority in terms of number of users.

Furthermore, we had to specify that the forms and the modes of uses, the structural properties of the organization (the significations, the representations, the norms, the rules) and the networks of interaction, in the appropriation of the TIC “Liasse Transport”, are in perpetual evolution and cannot be stable or stabilized, as well as the structural properties of the technology used. We point out, that the limits between the different dimensions of ICT ownership are permeable and interrelated.

The contribution of our research at the theoretical level

Our results seem to open avenues at several levels, from the point of view of the theory of structuration as well as that of the question of the uses and appropriation of ICT. First, these results seem to confirm the general scope of the theory of structuring. Giddens conceived this approach as a “theory of the social”, which would serve to explain society and social relations in a general way. However, we had noticed that the question of ICT, central to modernity, was barely mentioned in this theory.

Our study does not confirm that the theory of structuration is effectively to explain society and social relations in a general way, but it does however show that this theory is a relevant framework for analyzing the place of ICTs and their uses within the reduced social world (the company). ICTs are technical objects of great importance in contemporary society and especially

for daily activities, both in the private sphere and in the organizational and professional sphere. As a theoretical framework for analyzing these types of objects and their uses, the application of the theory of structuration seems to indicate that this approach makes it possible to integrate central objects of study for the social world, even haven't shown when they are not present in this context.

The results of our study make possible showing that ICTs should indeed be apprehended as exchange tools and information containers, but should be also studied as allocation resources and authority supports. These notions make possible to link the question of ICT appropriation with control and surveillance dynamics within organizations. In addition, we found that the "Liasse Transport" and its uses were directly related to the exercise of reflexive control of the action by the actors, which is a condition for action. Thus, "Liasse Transport" by its allocation and authority resources corresponds to what Giddens defined as structures of domination. It participate, by its reproduction by the actors, in the generation of control.

The "Liasse Transport" and its uses, that we have observed, correspond to this notion of the information container encompassing allocation resources and authority support. This fact allows the production and reproduction of a structural principle linked to control. It reflects one of the dimensions of modernity, "the surveillance" according to Giddens. This point seems to be confirmed by our results.

We also emphasize the importance of the processes of data processing also recovering and safeguarding information for social activities. If the invention of writing has constituted a historical break for these processes, the introduction of information and communication technologies in a professional context is a phenomenon that derives from this break. Indeed, the digitalization of information, whatever its form (text, sound, image, multimedia content ...), represents a new break in the process of data processing, as well as in recovering and safeguarding information. This break is not solely related to the form of information. Nevertheless, it offers virtually the possibility of using these processes. Concerning the "Liasse Transport" as an ICT in an organizational framework, the rupture also results from the introduction of its use which directly related to the nature of the relations established between actors and between actors and the ICT. The professional sphere is marked by relations of power, control and coordination which are, at first sight, more "apparent" than in other spheres.

Our results offer also ways of the application of the theory of structuration. In fact, the framework of analysis built by Giddens mobilizes different interdisciplinary approaches to form its model. This approach seems to fit into a particularity that is often put forward in the field of information and communication sciences.

Future research perspectives

At the end of this general conclusion, we can open our discussion on other research to be carried out, in order to reinforce the legitimacy of the results and to extend research on appropriation and social uses of ICT in an organization. More precisely, it will be a question of working not only on the theoretical reinforcement but also on the opening of our research on other grounds.

The purpose of our study was on the dynamics or the processes of appropriation of an ICT in the organization. These processes are never stable and constantly evolving. The work on process needs to be continued to deepen the analysis by conceptualizing and modeling a process of appropriation of an ICT in an organization, in a group of actors with similar size and characteristics, and to observe the process in relation to the theoretically framework advanced in our thesis. Bringing closer the two cases will then have to show the relevance of the statements and the solidity of our interpretation of the organizational appropriation of ICTs. As such, other methods may be mobilized (surveys, experiments, interviews, etc.). By showing the strengths and the weaknesses of our argument, we will be able to enrich the concepts by coming out of the only empirical framework of our "Liasse Transport" case.

We also propose to open our reflection to the theme of change in organizations following the introduction of an ICT. ICT appropriation refers to the question of organization being made. In studying the appropriation of ICT, we have highlighted the role of objects in the evolution of individual and collective practices and rules. Moreover, beyond the mere question of appropriation, the modeling we propose can be seen as a representation of the dynamics and processes of collective action in a sociotechnical network. This research perspective invites us to re-read our results in order to understand the constitution and structuring of organizations through the introduction of ICT.

The use of the Tunisian Political Parties of Social Media in Political Communication

Example : Ennahdha, Nidaa and Public front

Presented by : Aroua Kooli
Director : prof. Saoua Charfi

The rise of communication technologies, especially social media has affected political communication practices worldwide.

The expansion of the number of users and the development of communication and marketing techniques on social media has triggered political actors to engage in benefiting from the opportunities offered by the new media.

The main research has studied the politicians' practices and uses of social media and their influence on the political landscape, during campaign and non campaign periods. Our research attempts to study political uses of social media in the Tunisian context, by studying official Facebook pages of Tunisian political parties.

We aim at understanding these uses, working on a specific research question. We attempt to study how Tunisian parties invest in using social media for political communication. We suggest 3 hypotheses to be verified:

- Political communication via social media has become more interactive and less unidirectional. As such, we assume that Tunisian political parties use their Facebook pages in an interactive and two-way communication.
- Due to the fact that social media allows politicians to go beyond traditional media, the Tunisian political parties perform the role of the gatekeepers on their Facebook pages and control the network created by their linking and sharing practices and the presence of traditional media content as well.

- New media has affected positively political sympathizers' mobilization. For this reason, we presume that Tunisian political parties have targeted their faithful fans in order to recruit new sympathizers, and motivate them to spread the party's message and convince other people with the party's points of view.

We have operated empirically, by comparing the posted content by three political parties in order to test our hypotheses. They are Ennahda, Nidaa Tounes and Jabha Chabya. We have studied their uses during three main events: the assassination of Chokri Belaid, the assassination of Mohamed Brahmi, and the launching of the National Dialogue, all have happened in 2013. We have also conducted semi-structured interviews with the responsables for the parties' pages. This was done according to four theories: uses and gratifications theory, gatekeeping theory, agenda-setting theory, and medium theory.

We opted for computer-mediated discourse analysis and link analysis as methods of analysis. Both are methods that are adapted to the specificities of computer-mediated communication. We have used as well semi- structured interviews.

Our results confirm other research results in different contexts. For the practices of interactivity and way of communication, the studied parties used standardized communication. Their interactivity was minimum and they used their pages as party newspapers informing about party news and points of view.

However, when it comes to the process of gatekeeping, parties have attempted to opt for strategic linking and sharing while investing in posting traditional media content to serve the agenda set on the page.

Nevertheless, using the page for micro-targeting specific categories and mobilizing new supporters through the parties' sympathizers' networks was nearly non-existent.

The religious phenomenon in the Tunisian weekly newspapers between 2011 and 2014

Presented by : Hanen Melliti
Director : prof. Zohra Gharbi

This study titled "The religious phenomenon in the Tunisian weekly newspapers between 2011 and 2014" aims at investigating the nature of the weekly written media handling of the religious phenomenon during the transitional period that the Tunisian country underwent from January 2011 up until October 2014.

This phenomenon was represented a critical issue, and it was among the uppermost files to attract the concern of the Tunisian public opinion, given that it had reflections on an array of the important sectors, including security, social, political and so on.

We conducted this study starting from a problematic embodied in the following pivotal question : How did the Tunisian national weekly press mold its interest in the religious phenomenon in Tunisia in terms of form and substance, during the transitional period that the Tunisian country underwent from January 2011 up until October 2014 ?

To this problematic, we have assigned likely answers that were gathered in the four following hypotheses :

- In terms of the number, space and placement of articles along with the exploitation of pictures, colors and titles, the mode choices of the sample newspapers reflect a noticeable interest in the religious phenomenon conducted by the independent newspapers contrary to a deliberate disregard exerted by party newspapers.
- In their coverage of the religious phenomenon, the sample newspapers shed light on the values of importance, fame, conflict, thrill and close-

ness. Thus, highlighting a media orientation that ranges between professional objectivity and ideological subjectivity.

- In their handling of the religious phenomenon, the sample newspapers rely on media patterns that depict certain ideological orientations that are based on ethical assessment, conflict and shouldering responsibility.
- In their handling of the religious phenomenon, the sample newspapers heavily rely on communicative persuasive strategies based on emotional grooming, along with intimidation and scare tactics related to the dangers of extremism, takfir and collusion with radical movements.

Following the nature of our research and what it requires of meticulous investigation concerning the manner of the media handling of the religious phenomenon, we opted to the analysis of the contents of the sample newspapers consisting of four articles extracted from Tunisian weekly newspapers naming : "Sawt Al Sha'ab" of the Labour party, "Al Fajr" of El Nahdha movement, and two independent newspapers : "Al Sabah Al Ousbou"i" and "Akher Khabar" insofar to identify the editing orientations of each in relation to their investigation of the phenomenon.

Moreover, we analyzed the patterns used along with the communicative compelling strategies. This analysis was backed by interviews with the editors-in-chief of the sample newspapers in order to ensure the credibility of the analysis results.

Following the completion of the steps related to the sample analysis , the research has reached the following results :

- Due to their repudiation of any connections, restrictions or affiliations, the two independent newspapers have exhibited a noticeable interest in the religious phenomenon. However, the two party newspapers seemed to be more restricted while investigating the matter due to their political and party affiliations, and considering their ideological orientations they were prevented from endowing a particular interest or an in-depth analysis of the phenomenon.
- Both of the party newspapers focused on opinion articles that exhibit subjective opinions, which reflected a shallow media coverage that lacks the appropriate depth, explanation and analysis of a complicated subject in which many factors are being interrelated .
- The party newspapers oriented in their framing of the religious phenomenon towards relying on ethical frames and conflict through blaming and shouldering responsibility on their political and ideological

opponents in relation to the state of extremism and disorder in the Tunisian society. As they worked to widen the gap with their opponents and to complicate the conflict against them.

- Both of the independent newspapers have employed most of the experienced patterns in their investigation of the religious phenomenon, especially responsibility frames and the restricting patterns of the cause, conflict, strategy and humanitarian issues.
- Despite their similarity in being conclusive about the features of the religious phenomenon, the two newspapers were in stark difference in relation to their diagnosis. Hence, "Al Sabah Al Ousbou"l " was the closest to keep distances with the concerned parts, as it attempted to shoulder responsibility in an objective and neutral manner. However, "Akher Khabar" seemed to be biased against Al Nahdha Party through holding it responsible for the diversion of the religious natural course into extremism and Takfir. In addition, it blamed it for the extremist salafist movement growth through appeasing their emergence.
- All of the sample newspapers, except, "Al Fajr" made sure to use strategies of intimidation and scare tactics to a high extent. They highlighted particularly the intimidation of the likelihood of employing religion for political purposes by the Islamist movements, as well as the possibility of having Al Nahdha Party's support to the radical movements along with the Takfir and violence exerted by the very same radical movements towards their opponents. As for "Al Fajr" newspaper, it opted for an enticement strategy through enticing the comeback to the Islamic Arabic identity and authority and all what is related to it of centralism, temperance, progression and allowance.

All the sample newspapers without exception have exhibited obvious care of the strategy that is built on emotional grooming, aiming at the emotional charging of their receivers and gaining their sympathy followed by persuading them.

Based on that, we may conclude through the content analysis and the employment of the professional patterns, experienced frames and compelling strategies that the media handling of the religious phenomenon in the sample newspapers was to a certain extent a shallow, confused handling lacking the ability to provide a complete apprehension and dissection of the phenomenon insofar to be understood by the reader along with its reasons,

causes, implications and various dimensions particularly in the first two years that followed the January 14th 2011 incidents.

Consequently, the media investigations of the religious phenomenon remains captive of the ideological orientations and affiliations of the journalists' parts, hence it is kept far from the subjective treatment which is the core of the social and ethical responsibility of these institutions towards their societies.

Communication transformation in the tunisian public administration after january 2011

Presented by : Itidel Jabri Kraiem

Director : prof. Zohra Gharbi

Nowadays, the Tunisian administration is undergoing several social transformations, which are mainly the result of the employees changing and revolutionary attitudes. This shift in attitudes is usually due to a deep feeling of shame and neglect. The deep feeling of shame among the officers was an efficient locomotive of rejection of the authoritarian relations and domination in their institutions and a real reason to announce their desire to change their professional reality. This desire led all actors to participate in a process of "change" within their institutions in order to establish a new order.

A study of the status of this changing process has proved that this in depth transformation is communicative and schematic. The informal conversations between individuals and groups have played an effective role in the development of resistance among officials. The actors' discussions have focused on reviewing the existing power relations in order to rebuild other professional relationships. In addition, this research has shown that debates dominated by strategies with individual and collective backgrounds have pushed actors into contentious conflicts, creating stifling pressure for groups. Finally, the absence of a corporate communication would frame this rhetoric in the Tunisian administration to prevent an establishment of a connection based on openness and participation principals.

In conclusion, these discussions have taken an unlikely way as far as its main goal, is concerned which made fleeting and fragile discussions results-unwritten. Therefore, the change did not exceed the intentions to get a practical realization' level.

Keywords : change - internal communication - Public agent - power relationship - formal and informal exchanges - discussion.

The image of the North African immigrants in Italian media

Presented by : Lotfi Mekni
Director : prof. Moncef Ouennes

We have started our academic research titled "The image of the Maghrebian immigrant in the Italian media : The illegal Tunisian immigration as an example", in order to explore the background of the symmetries that have implanted the features of the image circulated -through our research- in the three most important Italian daily newspapers in 2011, namely *corriere-della sera*, *Il-Messaggero*, *La Stampa*. That year saw the largest wave of illegal immigrants from the Tunisian coasts towards the Italian ones, making the majority of the Italian media give an absolute priority in its coverage of the current events at that time in North Africa which led to the succession of the waves of illegal immigrants coming from the shores of the Southern bank of the Mediterranean.

We sought through the problematic of our research and the hypotheses, the extent to which the contents of the sample we have worked on have been devoted to the similarities which have been still balanced in the Italian collective imagination and reflected in the content of the various forms of journalism which motivated the Italian society to be cautious from the continued influx of illegal immigrants.

We tried to stop at the daily interactions between the illegal immigrants and the components of the Italian society depending on what the symbolic and functional interaction as well put into the relations between the different components of society within the spatial and temporal framework. Based on this theory, we have concluded the explicit and implicit mixture in many times, of the propagandist discourse and the political discourse with regard to the integration of illegal immigrants coming to the Italian coasts since the beginning of the application of the Schengen Agreement for the entry and establishment of foreigners in European space.

What resulted from that mixture is the exchange of terms throughout the articles of our research sample, which reveals a devaluated perspective of the illegal immigrants from North Africa. This point of view feeds on the cultural and civilizational deposits that believe in the superiority of the Western culture and civilization on the others, the first of which is the Arab- Islamic civilization.

These terms have limited the image of illegal immigrants in the context of the search for a heaven that has been suspended in recent decades by the European judiciary. The various contents of the media discourse have served to present this space as being exposed to many civilizational, cultural and social violations, if the decision with these disorderly arrivals is easily-made.

The political discourse promoted by the right-wing parties was reflected in the contents of our research sample. The vocabulary of intimidation and division was overshadowed and it is therefore possible to say that the post-9/11 phase is the stage of spreading the fear of "everything related" to Arab Muslims.

This media has increased the severity of the terrorist attacks that targeted several European cities and their citizens. This gave the parties an argument to insist on non- openness and acceptance of these illegal immigrants especially that the terrorist organizations attracted many of them.

The search for that encounter, which often reached the degree of hegemony by the political forces and the money spent on some of the Italian media, concluded that the difficulties that the paper press knew in most countries of the world, including Italy, allowed those forces to emerge to the guidance sites on the editorship line through the publicity which that newspapers need from financial sources to treat their increasing expenses. It is no secret today that many productions and opinion articles in some Italian newspapers are closer to the reports and statements of some parties rejecting foreigners, the first of which are Italian right-wing parties.

In addition, Carta Roma called for the need for Italian media institutions to adhere to professional and ethical standards in the follow-up and treatment of the issue of migration and integration. Many of these regulations were not respected, and most of the Italian media organizations that attempted to comply with them faced many difficulties named in the 2016 report of IDOS center issued in Italy. The report actually created a kind of laxity or acceptance of the *fait accompli* for most of the contents of the media. The vocabulary of division and intimidation, the dangers of unemployment,

the increase in crime and the loss of civilizational and cultural components and even the belief in the increasing birth rate among Muslim immigrants as Italian society grows older.

The depth of the discourse refuses to integrate immigrants because of these concerns by its continuous talk about the problems created by not stopping arrivals from North Africa. Besides, the Italian media were devoted to the opacity and the absence of the opinion of immigrants as they can rarely express the subject and they always remained in the circle of the accused without giving them the opportunity to respond to those accusations. This was negatively reflected in the daily transactions between immigrants and Italians because of the impact of the media discourse that promoted many of the stereotypes that link the difficulties experienced by the Italian citizen to the increasing numbers of immigrants.

According to these conclusions, it is worth pursuing in the future to try to search for the revitalization of what can be said that a different discourse of the trader and the specialists to consider their commitment to a significant amount of objectivity and impartiality, compared to other influential financiers and politicians because their first goal is to promote certain ideas providing what he wants in accordance to advance on agenda.

In addition, successful models of immigrants are presented in many areas, as their policy of absenteeism has increased the stereotypes. This effort calls for the active movement of the immigrant elites, who are mostly sluggish or resigned to accept the media discourse promoted by most of the Italian media.

The research areas also have a future direction to focus more on the stages of rapprochement between the peoples of the two shores of the Mediterranean and to break out the cycle of history of wars and make them follow their culture and their beliefs which elevate the aversion case and the refusal of the different other.

It is worth starting with the establishment of an educational institution dedicated to multiculturalism, civilization and religion, and cut off with the peculiarities of divorce from the margin of coexistence. This applies to the reception of society as well as the immigrant community, which resorted to isolationism by discouraging their children from attending schools and learning Italian. The issue has deepened especially in recent years by the absence of new generations from what they inherited from their parents and the rejection of everything related to the community of residence. This was

transformed their perspectives and led them to evolve with extremist groups. This is a danger that the society should be cautious of in order to achieve the success of the integration process that requires greater efforts than religious institutions, the first of which is the Catholic Church because of its broad impact on public life and the actors inside Italy. The achievement of this requires an effort and a desire for rapprochement that avoids clinging to the inherited stereotypes that have deepened the distance and tension between peoples and cultures in a manner that supports the areas of integration and acceptance of the different ones, thus establishing coexistence between the various components of the same society. We may put the media at the forefront of the effort to change the stereotype of the immigrants and this is what we will be working on in the future with more research in mechanisms that support the expected role from it.

The Tunisian public company and communication management in a changing and uncertain environment Example: Tunisian Gas and Electricity Enterprise

**Presented by : Habib Labidi
Director : prof. Zohra Gharbi**

My research work intends to grasp the internal and external communication practices adopted by STEG, the Tunisian Gas and Electricity, public company, in a changing and uncertain environment, after the January 14, 2011 revolution.

The work consists in studying the management of its communication function, both internal and external and its impact on the new context which has changed its managerial systems engendering a larger freedom of expression and exchanges between the enterprise and its different partners owing to a better diversification and e-means of communication (web and social networks).

In this communicational trend, I would like to understand the way communication and management articulation has allowed STEG to better perform its information public role, its understanding of and dialogue with its employees, communication actors, and its customers by associating sustainably the concept of general interest.

In conclusion, I would like to determine how the enterprise, owing to communication, can master this real change and be able to avoid any disfunctioning or worsening of the problem. Thus, should the STEG insist on its credibility, and notoriety. And should it communicate about change or merely change its communication ?

Key concepts: Organisation, Public policy and action, Public enterprise, Organisational change, Communication management, Crisis communication.

The potential of public communication to transform scientific knowledge into a popular culture among people in Tunisia

**Presented by : Mustapha Boulila
Director : prof. Zohra Gharbi**

This research explores the potential of public communication to transform scientific knowledge into a popular culture among people in Tunisia. It is divided into two sections: the first part deals with a macro- sociological study of scientific culture in the world (Chapter 1) and in the Arab region (chapter 2) according to some qualitative approaches . We have conducted a quantitative study of mass media in science and technology in the Arab region (Chapter III). We concluded that religious discourse has dominated the message of science in traditional mass media : in books, magazines, radio and television. A reaction to this, led by the new generation of Arab youth through the establishment of dozens of scientific pages on social media, attracted millions of followers. We found that the identity of science in Tunisia is still between two cultural currents, the conservatives and modernists (Chapter IV).

The second part is a micro-sociological study of mass communication in science and technology (quantitative study). We concluded that the Tunisian public attaches great importance to scientific and technological matters. Which answers a frequently asked question in the Arab cultural arena about the relationship between Arab mentality and sciences (Chapter 5). We have concluded that public communication, especially television, has a great influence on the level of scientific knowledge of viewers. We have noted a lesser impact of these media, when it comes to public understanding of the scientific research approach (Chapter 6). It turns out that the Tunisian public has a very positive attitude towards science, but is still under the influence of religious discourse. It did not take a sufficient distance from parascience

(Chapter VII). After a study conducted on a sample of students we came to a concluding finding that there is a correlation between the level of their scientific culture and the level of rationality and acceptance of modernity (Chapter VIII).

The study also includes a comparison between the status of scientific culture in Tunisia and the findings of the research results, and its status in North America, Europe and Southeast Asia and other parts of the world.

Communities of practice and the mediating role of the documentation information professional : what contribution for organizational memory? Case of the National Social Security Fund

Presented by : Jihene Kandil Soussi
Director : prof. Wahid Gdoura

Many Tunisian organizations are facing, today, new challenges such as: significant ICT development in professional environment; retirement crunch; flow of information and communication. Besides, vital organizational knowledge is particularly tacit. All this may result in loss of key knowledge primarily stored in human brains. However, if no action is taken to protect this intangible wealth, the preservation of organizational memory would be threatened.

That is why it is important to establish and nurture, within the Tunisian organizations, communities of practice being a lever to the knowledge management and renewal. This would be a stronger tool to foster interaction between professionals bound by shared interests on one hand; and to supplement and ensure the sustainability of organizational memory of the home organization, on the other hand.

But, from a community perspective, few empirical studies were done to determine: to what extent these collaborative practices participate in the organizational memory development?

Our dissertation is designed to provide a better understanding of the knowledge sharing process set up within communities of practice; with emphasis on the two main following axes: On one side, the likely contribution communities may give for the organizational memory development; and the assessment of the information-documentation professionals' role

in the organizational memory management. This would be done in terms of identification, organization, preservation and dissemination of explicit knowledge for concerned users, on the other side.

For the first main objective, we adopted a quantitative approach that we realized by means of questionnaires administered to a sample of 621 members belonging to three communities of practice working in the National Social Security Fund. It deals about: community made up of accountants and financiers, community of supervisors and community of pension managers. We used, in addition, a deductive method subject to a comparative study between the three communities in order to identify common features and differences.

The findings of this study allowed us to conclude that although there are good practices in terms of knowledge sharing, efforts of participating members to integrate their already formalized knowledge in the organizational memory for reuse and share, remain marginal and small in scale.

This would be partly due to some dysfunction of Intranet in terms of availability of databases, reports and documents, on public part. This main finding allowed us to highlight obstacles encountered by participants when taking part in the renewal and sharing process of knowledge resulting from their professional practices.

For the second main objective, we chose to use the data collecting qualitative method based on semi-structured interviews with six professionals of the CNSS's information- documentation. The results of this survey allowed us to focus on the whole organizational memorization process being handled by these professionals.

Keywords: communities of practice, knowledge, knowledge sharing, organizational memory, information-documentation professionals, community of accountants and financiers, community of supervisors, community of pension managers, Tunisia, CNSS



Université de la Manouba
Institut de presse et des sciences de l'information

Revue Tunisienne de Communication

Revue Scientifique Semestrielle • Numéro 69 - Janvier/Décembre 2019