



جامعة وهران 2
محمد بن أحمد
كلية العلوم الاجتماعية
قسم الفلسفة

اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه LMD

آليات التفاعلية في مهرجانات الأفلام

مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي نموذجاً

ضمن مشروع: فلسفة الفن، التراث والمهن الثقافية

إشراف الأستاذ الدكتور:

بن مزيان بن شرقي

إعداد الطالب:

الزين عبدالحق

تشكيلة لجنة المناقشة

اسم و لقب الاستاذ	الرتبة	الصفة	مؤسسة الانتماء
الزاوي الحسين	أستاذ التعليم العالي	رئيساً	جامعة وهران 2
بن مزيان بن شرقي	أستاذ التعليم العالي	مشرفاً ومقرراً	جامعة وهران 2
يزلي بن عمر	أستاذ التعليم العالي	مناقشاً	جامعة وهران 2
دراس شهرزاد	أستاذ التعليم العالي	مناقشاً	جامعة وهران 2
براهيم أحمد	أستاذ التعليم العالي	مناقشاً	جامعة مستغانم
بن دريس أحمد	أستاذ محاضر —أ—	مناقشاً	جامعة وهران 1

السنة الجامعية: 2018-2019 م



جامعة وهران 2
محمد بن أحمد
كلية العلوم الاجتماعية
قسم الفلسفة

اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه LMD

آليات التفاعلية في مهرجانات الأفلام

مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي نموذجاً

ضمن مشروع: فلسفة الفن، التراث والمهن الثقافية

إشراف الأستاذ الدكتور:

بن مزيان بن شرقي

إعداد الطالب:

الزين عبدالحق

تشكيلة لجنة المناقشة

اسم و لقب الاستاذ	الرتبة	الصفة	مؤسسة الانتماء
الزاوي الحسين	أستاذ التعليم العالي	رئيساً	جامعة وهران 2
بن مزيان بن شرقي	أستاذ التعليم العالي	مشرفاً ومقرراً	جامعة وهران 2
يزلي بن عمر	أستاذ التعليم العالي	مناقشاً	جامعة وهران 2
دراس شهرزاد	أستاذ التعليم العالي	مناقشاً	جامعة وهران 2
براهيم أحمد	أستاذ التعليم العالي	مناقشاً	جامعة مستغانم
بن دريس أحمد	أستاذ محاضر —أ—	مناقشاً	جامعة وهران 1

السنة الجامعية: 2018-2019 م

شكر وتقدير

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف

بن مزيان بن شرقي لإشرافه على هذا العمل وعلى توجيهاته

القيمة .

كما أتقدم بشكري الخالص إلى السادة الأساتذة أعضاء لجنة

المناقشة على قبول مناقشة هذا العمل وعلى تحمل عناء القراءة.

كما أوجه شكري وامتناني

إلى كل من ساعدني في انجاز هذا البحث من قريب أو من بعيد

دوا أن أنسى تشكراتي الخالصة للسيدة زان خضرة .

إهداء

أهدي هذا العمل

إلى الوالدين الكريمين عرفانا وتقديرا

إلى أخوتي وأخواتي

إلى زملائي في دفعة الوسيط الثقافي وفلسفة الفن

الزين محمد الحق

الفهرس

الفهرس

07	مقدمة.....
30	1. الفصل الأول: التفاعلية في الاتصال وعناصرها.....
30	تمهيد.....
30	1-1 التفاعلية المفهوم، النشأة والتطور.....
32	1-2 أبعاد التفاعلية، أشكالها ووسائلها.....
38	1-3 آليات التفاعل الإلكتروني.....
47	1-4 التفاعل في وسائل الاعلام الجماهيرية.....
50	1-5 التفاعل في وسائل الاعلام الجديدة.....
54	1-6 نماذج الاتصال التفاعلي.....
61	خلاصة.....
62	2. الفصل الثاني: بعض النظريات المفسرة للتفاعلية.....
62	تمهيد.....
62	1-2 نظرية التفاعلية.....
65	2-2 نظرية التفاعلية الرمزية.....

68.....	3-2 نظرية الحتمية التكنولوجية
70.....	4-2 نظرية انتشار المبتكرات
74.....	5-2 نظرية الاستخدامات الاشباعات.....
79.....	6-2 نظرية فاعلية الشبكة
82.....	خلاصة.....
83.....	3. الفصل الثالث: الصناعة السينمائية ومهرجانات الأفلام.....
83.....	تمهيد.....
83.....	1-3 السينما وصناعة الافلام.....
87.....	2-3 السينما في الوطن العربي.....
95.....	3-3 السينما في الجزائر.....
104.....	4-3مهرجانات الافلام النشأة والتطور.....
114.....	5-3 مهرجانات الافلام في الوطن العربي.....
117.....	6-3 مهرجانات الافلام في الجزائر.....
124.....	خلاصة

4. الفصل الرابع: مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي.....125

تمهيد.....125

1-4 وهران وواقع الحركة الثقافية125

2-4 مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي132

3-4 صورة المهرجان: الجدل عند النقاد والجمهور وفي الصحافة.....140

4-4 مهرجان وهران: التنظيم وفاعلية الشبكة.146

5-4 الاستراتيجية الاتصالية والاعلامية لمهرجان وهران.....148

6-4 آليات تقييم المهرجان.....150

خلاصة159

5. الفصل الخامس: التفاعلية في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي160

تمهيد.....160

1-5 مجتمع البحث160

2-5 عينة الدراسة.....161

3-5 تحليل الموقع الالكتروني لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي.....161

4-5 تحليل صفحة فيسبوك لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي.....168

191.....5-5 تحليل موقع تويتر لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي

203.....6-5 نتائج الدراسة

205.....خلاصة الفصل

206.....خاتمة

208.....قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

مقدمة

نجد من بين الإبداعات الفنية في المجال الثقافي والإعلامي السينما أو ما يطلق عليه بالفن السابع. فهي تعبر عن مهنة صناعة الأفلام ولهذا نجد من يقول بأن السينما هي صناعة وتجارة وفن. فالفيلم السينمائي يعتبر فن لأنه يقدم تعابير جمالية من خلال الحركة وعرض الصور ويعتبر صناعة لأنه يقوم على إنتاج فني محدد بميزانية وبالتالي الفيلم كمنتج فني يروج له عبر فضاءات مختلفة ويتم تسويقه إلى الجمهور، فمن هنا تكون السينما عبارة عن تجارة.

تمر صناعة السينما بمراحل مختلفة تتداخل فيها عوامل في صناعتها منها سياسية، ثقافية، اجتماعية واقتصادية.

من بين فضاءات عرض الإنتاج السينمائي نجد مهرجانات الأفلام والتي تقام في أنحاء مختلفة من العالم، لكل منها أهدافه أسس من أجلها، كما تتنوع مضامين هذه المهرجانات حسب اتجاهات القائمين عليها، فمهرجان الفيلم هو عبارة عن حدث ثقافي وفني لأنه يجمع السينما كفن ومكونات الثقافة بشكل عام. فعملية تنظيم مهرجانات الأفلام هي الأخرى تمر بمراحل مختلفة من تحضيرات تسبق موعد انطلاق الحدث بحيث يسمح فضاءه بالتقاء عدة أطراف من صناع السينما وأصحاب المهن ذات العلاقة بالإضافة إلى جمهور الفن السابع ومن هنا تتشكل علاقة اتصالية تفاعلية بين مختلف هذه الأطراف.

نشأ التفاعلية و تعبر عن المدى الذي يمكن فيه المرسل والمستقبل أن يتبادلا الاستجابة التي يرسلها كل من المرسل والمتلقي. ومن خلال هذا الفضاء نميز نوعين من التفاعلية، النوع الأول يعبر عن التفاعل بين الفاعلين في المهرجان داخل الشبكة ويشمل الجمهور، المنظمين، المعارضين، المنتجين، النقاد، المعلنين وغيرهم وسياقه الفضاء الواقعي أما النوع الثاني فيعبر عن التفاعل الافتراضي وسياقه الحوامل الالكترونية المستخدمة من قبل القائم بالاتصال في مهرجانات الأفلام وهذا النوع من التفاعلية هو من سمات المجتمع المعلوماتي وهو ما أفرزته تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بحيث نتطرق إلى نظرية تبني الابتكرات الحديثة وفق مستويين، المستوى الأول من حيث تبني القائم

مقدمة

بالاتصال للمبتكرات الحديثة في مجال الاتصال التفاعلي بمعنى استغلال أدوات التفاعلية والمستوى الثاني يتعلق بالمستخدم ، بمعنى كيف يتبنى هو الآخر المستحدثات من أدوات التفاعل وما هي درجة التفاعل التي تتحقق من جراء هذه العملية التواصلية.

ارتأينا في هذا السياق إجراء هذه الدراسة لمعرفة طبيعة تبني المبتكرات الحديثة المتمثلة أساسا في أدوات الاتصال التفاعلي من قبل القائم بالاتصال في مهرجانات الأفلام و المستخدمين لهذه الوسائل على حد سواء، مع قياس نسبة التفاعل عبر هذه الحوامل وعلى هذا الأساس وقفنا ضمن الإطار المنهجي على توضيح مشكلة الدراسة ،دوافع اختيار الموضوع ، المنهج المستخدم والأدوات المستعملة وهذا ما يتناوله الفصل المنهجي للدراسة .

يحمل الفصل الأول السمة النظرية و فيه تطرقنا إلى مفهوم التفاعلية متعرضين إلى أبعادها وآلياتها ووسائلها المختلفة وتجلياتها في وسائل الإعلام الجماهيرية ووسائل الإعلام الجديدة ، بالإضافة إلى عرض نماذج الاتصال التفاعلي.

اتخذ الفصل الثاني من هذه الدراسة الطابع المقاربي لتفسير بعض النظريات للتفاعل وعلاقتها بمهرجانات الأفلام، وقد اتخذنا ست نظريات لتفسير وآلياتها داخل مهرجان الفيلم (مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي) ويتعلق الأمر بالنظرية التفاعلية ، نظرية التفاعلية الرمزية ، نظرية الحتمية التكنولوجية ، نظرية الاستخدامات و الإشباعات ونظرية فاعلية الشبكة .

حاولنا في الفصل الثالث من الدراسة والذي يحمل الصفة النظرية التطرق إلى ماهية السينما وصناعة الأفلام وتقديم لمحة عن السينما في العالم والعالم العربي مع التركيز على الجزائر ويضم الشق الثاني من هذا الفصل مدخلا عن مهرجانات الأفلام وذلك بالتطرق إلى مفهومها وتاريخها وأنواعها وكذلك إلى مهرجانات الأفلام في العالم العربي بشكل عام والجزائر بشكل خاص .

مقدمة

قدمنا في الفصل الرابع من هذا الدراسة النموذج المختار لهذه الدراسة والمتمثل في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي ففي هذه الفصل نستكشف مميزات فضاء العرض (المدينة- قاعات العرض ... الخ) ، قراءة تاريخية لهذا المهرجان وعلى الاستراتيجية التي يتبناها القائم بالاتصال في ذات المهرجان.

خصصنا الفصل الخامس والأخير من هذه الدراسة للعمل الميداني حيث سعينا إلى قياس درجة التفاعل عبر الدعائم الالكترونية الموقع الالكتروني ،موقع فيسبوك و موقع تويتر من قبل المستخدمين وختمنا الدراسة بالاستنتاجات المتوصل إليها .

يشهد العصر الحالي (القرن الواحد والعشرين) تطورا لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وما تقدمه من وسائل جديدة خاصة الفضاء الإلكتروني، لا سيما الانترنت وذلك بعد ظهور الويب 2.0 والذي سمح لمستخدم الانترنت بإدخال المحتويات والمشاركة في هذه الشبكة، وبالتالي تحقيق التفاعل، كل هذه التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمزايا التي توفرها من تطبيقات مختلفة كالوسائط المتعددة والتواصل الاجتماعي، جعلت المؤسسات ومختلف الهيئات تتبناها كحتمية لا بد منها وذلك بغية تحقيق أكبر قدر ممكن من التفاعلية مع المستخدم والذي هو جمهور افتراضي.^{1*}

نجد أن هذه التكنولوجيا قد فرضت نفسها بحيث لا يمكن الاستغناء عنها إذ أصبح من الضروري استخدامها في مختلف التنظيمات والمؤسسات، من بينها نجد تلك التي تشرف على إقامة التظاهرات الثقافية والمهرجانات الفنية، فمهرجانات الأفلام في مفهومها العام تعني تظاهرة تسمح بالتقاء عدة أطراف من منتجي الأفلام ومخرجين وممثلين وجمهور الفن السابع ومن هنا تكون علاقة تواصلية تفاعلية على المستوى الواقعي وتنشأ علاقة أخرى وسيقها التفاعل الإلكتروني أو الافتراضي، فدراستنا تسعى إلى معرفة آليات التفاعل المستخدمة في مهرجانات الأفلام وقياس نسبة التفاعلية ولهذا تطلب موضوع بحثنا نموذجا من مهرجانات الأفلام التي تقام في الجزائر وتم اختيار مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي لاعتبارات موضوعية وذاتية نأتي على ذكرها لاحقا من هذه الدراسة، هذا المهرجان ذو التوجه الإقليمي (العربي) أين يعنى هذا المهرجان بعرض إنتاجات السينما العربية ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

^{1*} يقسم الجمهور الافتراضي إلى: جمهور شامل، جمهور الويب، مستخدم الانترنت، جمهور على الخط، جمهور خارج الخط، جمهور مشبك، جمهور الكتروني، جمهور الوسائط المتعددة وهذا ناتج عن التطبيقات المختلفة التي أوجدتها الانترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

مقدمة

ما هي آليات التفاعلية المستخدمة في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي وما هي درجة التفاعلية التي تحققها؟ و ما مدى فاعلية هذه الآليات في تحقيق أكبر قدر ممكن من التفاعل مع المستخدمين؟

تساؤلات الدراسة: من خلال المشكل الذي طرحناه تتفرع عدة تساؤلات:

1. فيما تتمثل الأدوات التفاعلية المستخدمة من قبل القائم بالاتصال في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي؟
2. هل يوظف القائم بالاتصال كل الإمكانيات التكنولوجية المتاحة أمام جمهور المستخدمين؟
3. ما هي الإشباعات المحققة من قبل القائم بالاتصال من خلال هذه الآليات؟
4. ما هي مميزات التفاعل الشبكي داخل المهرجان؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة كونها ستتطرق إلى موضوع مهرجانات الأفلام والذي تعد الأبحاث حوله قليلة إذا ما قارناها بالسينما مثلا، وإلى موضوع يطرح نفسه بفعل التطور التكنولوجي ألا وهو التفاعلية هذا الموضوع القديم الجديد سيسمح لنا بالتعرف على درجته لدى جمهور مستخدمي التكنولوجيا ومواقع التواصل وذلك في واحدة من الأحداث الثقافية الجزائرية ألا وهو مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي وعليه:

- حاجة المؤسسات والتنظيمات الثقافية إلى مثل هذه الدراسات بغية التعرف على جمهور المستخدمين وبالتالي إعداد الرسائل المناسبة له.
- إبراز المضامين على الحوامل الالكترونية لمهرجانات الأفلام ومدى استغلالها للإمكانيات المتاحة في مجال الإعلام الالكتروني.
- التعرف على ما ينبغي أن تكون عليه مؤسسة مهرجان الفيلم.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى:

- معرفة تبني القائم بالاتصال في مهرجانات الفيلم للمبتكرات الحديثة المتمثلة في وسائل الاتصال التفاعلية.
- معرفة تبني جمهور المستخدمين للمهرجان الفيلم للذات المبتكرات الحديثة.
- التعرف على دوافع الاستخدام و الإشباعات المحققة من قبل الطرفين (القائم بالاتصال-جمهور المستخدمين).
- قياس نسبة التفاعل عبر الوسائط المتعددة والدعائم الالكترونية بين الطرفين (القائم بالاتصال-جمهور المستخدمين).
- تقييم آليات التفاعل ومدى فعاليتها في تحقيق أكبر قدر ممكن من التفاعل.
- فاعلية التنظيم الشبكي داخل مؤسسة مهرجان وهران للفيلم العربي.

حدود الدراسة:

جرى البحث في هذه الدراسة على الطبعتين الثامنة والتاسعة المتتاليتين لسنة 2015 و 2016 و الطبعة الاستثنائية الخاصة بالفيلم المتوج بقسنطينة وذلك بفضاءات العرض¹ لمدينة وهران، كما تمت هذه الدراسة على الموقع الالكتروني للمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي ومواقع التواصل الاجتماعي للمهرجان (فيسبوك facebook ،تويتر twitter) .

¹ قاعات العرض الخاص بمهرجان وهران موجودة في مدينة وهران وهي كالأتي : سينما سعادة ، قاعة سينماتك و سينما المغرب.

أسباب اختيار الموضوع:

من الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع هو الجمع بين تخصصين هما حقل الإعلام والوساطة الثقافية¹ ومن جملة الأسباب نذكر:

- اهتمامي الخاص بموضوع التفاعلية خاصة على الحوامل الالكترونية.
- افتقار المكتبة الجزائرية والعربية على حد سواء إلى مثل هذه الدراسات خاصة مهرجانات الأفلام.
- معرفة مدى توظيف التكنولوجيا الحديثة في مختلف التنظيمات الثقافية.
- مدى استجابة المستخدمين للرسائل القائم بالاتصال عبر آليات التفاعل الالكتروني.
- قلة الكتابات العلمية حول مهرجانات الأفلام بالمقارنة ما يكتب حول السينما.
- وعينا بأن الأحداث الثقافية والتظاهرات تشكل رقم مهم في الاقتصاد ومع ذلك تُسير هذه الأحداث في الجزائر بمنطق يخضع لدعم الدولة. (رأي مبني على دراسة استطلاعية).
- قرب مكان انعقاد المهرجان من مقر إقامة الباحث مما ساعد في التردد عليه بشكل مستمر.

¹ عبدالحق الزين ، ليسانس إعلام واتصال، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية ، قسم الإعلام والاتصال ، جامعة وهران، 2012، الجزائر تحت إشراف الاستاذ بن لعربي يحيى.

وشهادة الماستر في الوساطة الثقافية . كلية العلوم الاجتماعية ، قسم الفلسفة ، جامعة وهران ، الجزائر تحت إشراف الاستاذ

عادل عبد الاله 2013./2014.

منهج البحث:

لتحقيق هذا البحث يتعين توضيح المنهج المستخدم في هذه الدراسة، والمنهج حسب موريس أنجرس هو مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف¹. ومن ثمة فإن طبيعة الموضوع تفرض علينا استخدام المنهج الوصفي التحليلي وهذا لتحقيق أهداف الدراسة.

لا يمكننا التعرف على آليات التفاعل من دون وصفها، وعليه فالمنهج الوصفي هو طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة، وطريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كيميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتحليلها وإخضاعها لدراسة دقيقة². اعتمدنا بالإضافة إلى الوصف، إلى التحليل الذي يعتمد على عنصري الكمي والكيفي، وهو وسيلة لمعرفة تفاصيل الموضوع المدروس من خلال فعالية أدوات التفاعل المتبنية من قبل القائم بالاتصال في المهرجان الفيلم والتي يستعملها جمهور المستخدمين وذلك من خلال التعليقات والتصويتات وإبداء الآراء على رسائل القائم بالاتصال.

أدوات البحث:

من التقنيات الأكثر استخداما في مجال الدراسات الإعلامية هي تقنية تحليل المضمون، ويستعمل هذا الأخير في معرفة عوامل تغير الاجتماعي وردود فعل الناس وهي وسيلة تستخدم لمعالجة نصوص مكتوبة، أشرطة صوتية، أفلام مصورة، بغض النظر عن الزمن الذي تنتمي إليه³. ولهذا تتطلب دراستنا الجانب الوصفي التحليلي لأدوات التفاعل

1 موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص115.

2 عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ط4، ص137.

3 عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات، نفس المرجع، ص149.

مقدمة

بغية التعرف على فعاليتها وأيضاً لردود جمهور المستخدمين من خلال التعليقات المنشورة في إطار التفاعل مع مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي .

تضمن تحليل المضمون لدراستنا هاته تحليل الحقل الدلالي للقائم بالاتصال و مختلف الرموز والسياقات المستعملة في هذا الفضاء الإلكتروني ولما كان المحتوى في الملتيميديا أو ما يسمى بالوسائط المتعددة خليط من المحتوى الحسي والمعرفي (الأشكال، الألوان، الأصوات، النصوص)، فقد استدعى ذلك تحليلها وفق هذه التقنية بحيث تم استعمال القوائم والجدول، فهذه الأدوات تسمح بمعرفة متغيرات ديناميكية تسمح بإنتاج مخرجات المعلومة¹ أما بالنسبة للمخططات والأشكال البيانية فهي تسمح بتمثيل تلك المعطيات حتى تسهل مقارنتها في مختلف مراحل البحث .

بالإضافة إلى ذلك قمنا بتدعيم دراستنا بتقنية المقابلة والتي تعتبر بشكل ما محادثة يمكن أن تكون مبنية حول أسئلة مشكلة قبلية من قبل الباحث في شكل شبكة يسأل من خلالها الباحث المبحوثين عن معتقداتهم، أحاسيسهم، آراءهم، دوافعهم أو تجاربهم حتى يفهم جيدا الظاهرة التي يدرسها² ويقصد بها المحادثة الموجهة من قبل فرد مع آخر أو مع أفراد بهدف الحصول على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث علمي³، ذلك لمعرفة مدى أهمية أدوات الاتصال التفاعلي لدى القائم بالاتصال في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي، كذلك بالنسبة للمستخدمين من الجمهور الذين يتفاعلون مع الرسائل المنشورة على مواقع الإلكترونية للمهرجان. وتمت المقابلة مع القائم بالاتصال في مهرجان (مسؤول الموقع الإلكتروني). ومع بعض الفاعلين في المهرجان، بالإضافة إلى المقابلة أيضاً قمنا باستعمال الملاحظة والتي هي توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك معين أو ظاهرة معينة وتسجيل جوانب ذلك

¹ Franak bulinge, maitriser l' information stratégique ,méthodes et techniques d'analyse, édition de Boeck, Belgique,1^e édition ,2014 ,p128.

² Luc Bonneville, Sylvie Grosjean et Martin Lagacé ,Introduction aux méthodes de recherche en communication ,édition cheniére éducation, Montréal(Québec),2007,p173.

³ أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص106.

مقدمة

السلوك أو خصائصها¹. وتستعمل هذه الأخيرة في حالات معينة بالنسبة للمواضيع السلوكية أو المواضيع التي تحتاج إلى معاينة والحصول على المعلومات اللازمة في المواقف الطبيعية.² حيث تم مراقبة الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وفق فترات منتظمة للتعرف على أي تغيير قد يطرأ عليها .

صعوبات الدراسة :

من أهم العراقيل التي واجهتنا ،هي قلة المراجع باللغة العربية فيما يخص موضوع التفاعلية بشكل عام، نظرا لتشعب المفهوم في عدة حقول معرفية ناهيك عن موضوع مهرجانات الأفلام الذي تعد الكتابة حوله كتابات ذاتية نقدية أكثر منها علمية موضوعية بالإضافة إلى عدم توفرها باللغة العربية .

يقوم القائم بالاتصال في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي بتغيير الموقع الإلكتروني في كل طبعة كما أنه لا يحتفظ بالنسخ الأرشيفية لجميع الطباعات السابقة لذات المهرجان.

مما دفعنا في حصر إشكاليتنا نحو جزئية خاصة وهي التفاعل الإلكتروني . تذبذب شبكة الانترنت من حين لآخر يعرقل عملية مراقبة المواقع.

¹عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات، مرجع سبق ذكره ،ص ص 81- 82 .

²عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب،الجزائر،1985،ب ط ،ص40.

تحديد المصطلحات:

التفاعلية:

التفاعلية هي المحرك الأساس في انتشار وسائل الإعلام الجديدة، وهي أكثر الخواص المشار إليها غالباً لتمييز الانترنت عن وسائل الإعلام الأخرى، وقد تكون التفاعلية بين المراسلين والمستقبلين وبين الإنسان والآلة أو بين الرسالة وقراءها، وبالتالي يختلف من هذه الناحية عن رجوع الصدى. ويقصد بها العلاقة الثنائية الاتجاه التي تسمح بتبادل الأدوار والآراء وذلك بفرص متساوية.¹

مهرجان الفيلم :

يقصد به حدث يرعى من قبل حكومة وطنية أو محلية أو منظمات أو جمعيات تهتم بقطاع السينما. حيث يسمح هذا الحدث بالتقاء صناع السينما، المنتجين، الموزعين، النقاد، الجمهور والمهتمين بقطاع السينما في فترة زمنية معلومة ومكان محدد.

الجمهور:

أولئك هم المتلقون الذين ترغب في الوصول إليهم والتأثير فيهم من خلال الإعلام.² و يقابل لفظ الجمهور، لفظة ADIANCE . و الجمهور في هذه الدراسة هم مجموعة الأفراد الذين يطلعون على الحدث الثقافي وغيره ويتفاعلون معه في الموقع الإلكتروني من خلال التعليقات والتصويت... الخ .

¹ حسن شفيق، الإعلام التفاعلي، دار فكر وفن، د ت، د ط، ص ص 29-32.

² خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية: دليل إنتاج النشرات التلفزيونية، دار الأمين، القاهرة، 2007، ص 263.

دراسة الجمهور:

دراسات الجمهور ونعني بها مختلف الدراسات المنظمة لمعرفة استجابة وردود أفعال المستمعين، المشاهدين والقراء للوقوف على وجهات نظرهم فيما تقدمه وسائل الإعلام، ومعرفة رغباتهم ومعوقات الاتصال، ومن تم تقديم الخدمة في الشكل الأمثل والأنسب.¹

التفاعل:

يصف عملية الاتصال ذات الاتجاهين وهو قائم على أساس وسيلة اتصال تكنولوجية (الانترنت) ويقسمه نصر الدين العياضي إلى ثلاثة مستويات. الأول التفاعل غير المتعدي، الثاني التفاعل المتعدي البسيط أو الضعيف والثالث هو التفاعل المتعدي القوي². وهو يعتبر رد فعل يستخدم لتعديل الرسالة الاتصالية.

الانترنت:

تعد الانترنت وسيطا إعلاميا لاختبار فرضية الجمهور النشط. ذلك أنه عند دخول الأفراد إلى الشبكة فأنهم عادة ما يسعون إلى تنفيذ نشاط معين أو الوصول إلى هدف ما في أذهانهم³. ومعروف عن الانترنت أنها أشهر وسيلة معلوماتية تفاعلية إلى حد الآن، كونها عبارة عن شبكة ضخمة من الشبكات العمومية والخاصة المتصلة ببعضها البعض⁴.

¹ كرم شليبي، معجم المصطلحات الإعلامية: انجليزي-عربي، دار الشروق، القاهرة، 1979، ص 44

² نصر الدين لعياضي، التلفزيون: دراسات وتجارب، دار هومة، الجزائر، 1998، ص 109.

³ منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، دار نشر الجامعات، القاهرة، 2007، ص 139.

⁴ فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته ووسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 164.

الموقع الالكتروني:

هو مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة المرتبطة فيما بينها قام بتصميمها فرد أو مجموعة أو إحدى المؤسسات.

الويب:

يعرفه محمد نصر حسني بأنه " نظام من خادمت الكمبيوتر يدعم الوثائق المكتوبة بلغة النص الفائق ويقوم بربط بين الوثائق ببعضها البعض (...). وهو مجموعة من المعلومات المترابطة والمخزنة في أجهزة الكمبيوتر (...). يتم تسليمها عبر الانترنت بشكل صفحة أو صفحات يطلق عليها صفحة الويب.¹

الويب 02:

يعرف هذا المفهوم بظهور التفاعلية في الانترنت، هذه التفاعلية تكون من الآن ممكنة بتقدم التكنولوجيات التي تسمح للصفحة الانترنت بإعادة التفاعل في الوظائف لأفعالنا.²

الوسائط المتعددة:

تسمح الوسائط المتعددة بمزج النص، الصورة (الملونة)، الصوت وحتى فيديو في نفس الصفحة بواسطة وصلات النصوص الفائقة hypertexts، تسمح بالإبحار في الملفات بحثا عن المعلومة التي قد تكون في نفس

¹ محمد نصر حسني، الانترنت والإعلام: الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ص28.

² Rissoan, Les réseaux sociaux Facebook ,Twitter, LinkedIn, Vidéo ,Google+ :comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication ,Edition ENI,2011.p31.

مقدمة

الملف أو في ملف آخر لنفس الكمبيوتر أو في ملف في كمبيوتر آخر.¹ وتعني أيضا عرض المعلومات في شكل نصوص مع إدخال بعض العناصر كالمواد السمعية، المواد البصرية والرسوم المتحركة ولقطات فيديو حية.²

أشكال مشاركة المستخدم:

- إضافة وصلات.
- أن يبدي تعليقه وآراءه حول الموضوعات المختلفة المنشورة.
- مراسلة كُتاب الموضوعات والمحررين بشكل مباشر عبر البريد الإلكتروني.
- استطلاع رأيه حول الموضوعات المختلفة.³

مواقع تواصل اجتماعي :

مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت تسمح بإنشاء حسابات خاصة للأفراد للتواصل فيما بينهم في بنية مجتمع افتراضي، يسمح لهم بإدخال محتويات متعددة _ وسائل متعددة ومن بين تلك المواقع نجد فيسبوك تويتر يوتيوب.

¹محمد لعقاب، المواطن الرقمي : كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية ، دار هومه للنشر والتوزيع ، الجزائر طبعة ثانية ، 2013، ص 25.

²محمود علم الدين ، الإعلام والتنمية : الأسس النظرية والإسهامات العربية والنماذج التطبيقية ، فيروز الهادي، القاهرة ، 2003، ص 64.

³ماجد سالم تريان، الانترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية ، د ط ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 2008، ص 311.

الدراسات السابقة :

تعد الدراسات حول موضوعي التفاعلية ومهرجانات الأفلام باللغة العربية على حد سواء قليلة بالمقارنة بالمواضيع التي هي أقرب إليها كالسينما أو الاتصال مثلا، مما دفعنا للبحث في الأدبيات الأجنبية لا سيما الأنجلوساكسونية وعليه تم تقسيم الدراسات السابقة وفق محورين الأول يتعلق بموضع مهرجانات الأفلام والثاني يتعلق بمفهوم وآليات التفاعلية في المجال الإعلامي، يذكر أنه في خضم البحث عن كل ما يتصل ببحثنا وجدنا مجموع مقالات التي تتحدث عن مهرجانات الأفلام لكن جاءت معظمها في قراءات نقدية وقوالب فنية وتنطوي على أحكام تقديرية وأخلت بالشروط العلمية وبالتالي لم يتم الاستناد إليها كمرجع لأن في مجملها تتناقض مع بعضها .

يعد موضوع التفاعلية من المواضيع المتشعبة في حقل الإعلام ، كونه يتقاطع مع مختلف التخصصات الأخرى وفي خضم البحث عن ما هو بصلة بدراستنا، لم نجد دراسات متخصصة بالجمهور المتفاعل مع حدث ما، باستثناء ما يمكن اعتباره كمقاربات ربطت بين جمهور فعلي في غالبها بتفاعله مع قضايا إن لم تكن عامة كانت سياسية بالدرجة الأولى، أو بين جمهور متفاعل مع قضايا عامة ومن هنا نشير أن آليات التفاعلية في مهرجانات الأفلام* مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي نموذجاً* تعد الدراسة الأولى من حيث الخصوصية لكونها تجمع بين موضوعين هما الجمهور والتفاعلية وعلاقتها بمهرجان الفيلم ، وعلية وجب التنويه بأنه في ظل العديد الدراسات تم انتقاء عدد منها باعتبارها كمقاربة لبحثنا هذا. فهي تقترب منه من حيث الوسائل والطبيعة وتختلف عنه من حيث الخصوصية.

ويمكن أن نقسمها إلى:

1. الدراسات الجزائرية :

الدراسة الأولى:

Le festival d'Oran du film arabe :sondage auprès du public et témoignages de participants en 2013.¹

مهرجان وهران للفيلم العربي: سبر الآراء للجمهور وشهادة المشاركين 2013.

قدمت هذه الدراسة سبر آراء حول الجمهور والمشاركين في مهرجان وهران للفيلم العربي طبعة 2013، فمن خلال حصيلة ست سنوات اعتبرت الباحثة أن المهرجان كرهان ثقافي جهوي أو إقليمي يعتبر أول مهرجان موجه للفيلم العربي، تعرج الباحثة على هدف دراستها وهو التعرف على ممارسات واختيارات الجمهور الذين يترددون على قاعات العرض السينمائي وذلك خلال الطبعة السابعة سنة 2013 وقد قدمت الباحثة حصيلة سبر الآراء وفق المحاور التالية: 1- النوع المفضل للأفلام 2- الموضوع المفضل 3- معايير اختيار الفيلم 4- فئة آخر فيلم تم مشاهدته في قاعة عرض أو أي دعامة (حامل) أخرى 5- اللغة وتنوع اللهجات العربية المختلفة 6- نمط الاستهلاك 7- معايير اختيار قاعة العرض 8- ما هي الدعامات (الحوامل) التي تقدم معلومات عن المهرجان 9- تعاليق شخصية .

واختتمت الدراسة بإجراء مقابلات مع بعض الشخصيات الفاعلة في الحدث مثل المخرج أحمد راشدي والممثل حسان كشاش ومع المنتج بشير درياس.

الدراسة الثانية :

¹ LEILA Moussedk , Le festival d'Oran du film arabe :sondage auprès du public et témoignages de participants en 2013,production et réceptions culturelles littérature, musique et cinéma :crasc, Oran ,pp 87-120.

سينمائيات: فسيفساء المهرجانات السينمائية العربية والدولية¹

في هذا المقال تم التعرض إلى مجموعة من المهرجانات العربية منذ نشأتها من خلال تحديد أهدافها وطموحاتها والتعرض إلى بعض من مشاكلها، فقد تطرقت الباحثة إلى مهرجان الخليج السينمائي والذي يهدف إلى تطوير وترسيخ الثقافة السينمائية المحلية والخليجية ومنح فرصة أمام المبدعين الخليجيين لعرض أفلامهم، كما تم التطرق إلى مهرجان بغداد السينمائي الدولي والذي تأسس سنة 2004، هذا المهرجان الذي صنع الاستثناء نظرا للظروف التي يمر بها العراق ويهدف هذا المهرجان إلى تشجيع الشباب نحو سينما الاحتراف ودعم المرأة في العراق والعالم العربي، قدم هذا المقال قراءة لمهرجان وهران للفيلم العربي واعتبره المترجم على عرش المهرجانات في الجزائر نظرا للمكانة التي يحتلها من قبل السلطة ووسائل الإعلام يهدف المهرجان إلى فسح المجال أمام المبدعين العرب ليسهموا في إنماء المشهد الفيلمي العربي .

الدراسة الثالثة:

ظاهرة "سيبرتوتيزم" - cyber-tautisme والحقيقة في حقل الاتصال والإعلام: دراسة تحليلية لإنتاج

واستقبال المضامين على المواقع الالكترونية التفاعلية الجزائرية²

سعت هذه الدراسة إلى البحث في ظاهرة سيبرتوتيزم في المجتمع الجزائري في ظل التطورات التكنولوجية والبحث في علاقة المستخدم بالمضامين في المواقع الالكترونية التفاعلية (الفايسبوك، المدونات، المنتديات). تم استخدام تحليل المضمون والاستبيان لتفسير مختلف العلاقات بين المتغيرات المكونة للفرضيات الدراسة وتم التوصل إلى نتائج متعلقة

¹ مجلة مصطفى الزقاي، سينمائيات: فسيفساء المهرجانات السينمائية العربية والدولية، مجلة افاق سينمائية، العدد 2014، 2، مخبر الفهرس الافلام الثورية جامعة وهران، ص ص 91-94.

² صلاح فلاق شيرة، ظاهرة ال"سيبر توتيزم cyber-tautisme" والحقيقة في حقل الاتصال والإعلام: دراسة تحليلية لإنتاج واستقبال المضامين على المواقع الالكترونية التفاعلية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام إشراف عبدالاله عبدالقادر كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران 2014-2015.

مقدمة

بواقع وأفاق تبلور انتشار ظاهرة ال سيبرتوتيزم في المجتمع الجزائري وعلاقتها ببناء وإدراك الحقيقة الاجتماعية في مجالات الاتصال والإعلام.

الدراسة الرابعة :

اتجاهات الجمهور في التفاعلية مع الأحداث الثقافية -موقع الشروق اون لاين نموذجاً -¹

ناقشت هذه المذكرة اتجاهات جمهور المستخدمين في التفاعل مع الأخبار الثقافية على الدعامة الالكترونية لجريدة الشروق. سعى هذا البحث في التحري عن دوافع التفاعل وطبيعة المستخدمين الذين يتفاعلون مع الحدث الثقافي وانعكاساته على مواقف المستخدمين ومعرفة الإمكانيات التفاعلية المتوفرة التي يقدمها الموقع الالكتروني . تم استعمال تقنية تحليل المضمون لمعالجة الاتجاهات .

2. الدراسات الأجنبية :

الدراسة الأولى :

film festivals: cinema and cultural exchange²

مهرجانات الأفلام: السينما والتبادل الثقافي

اعتبرت هذه الدراسة أن التقارير الصحفية للمهرجانات الأفلام أخذت تلفت انتباه الاكاديميين وتطبيق المفهوم في ميادين متحاولة كالدراسات الثقافية و الاثنوغرافية . ونتيجة ذلك أصبحت مهرجانات الأفلام الآن تدريجياً كمؤسسة وكمجال ضمن تخصص واسع للدراسات الأفلام، هذه الأطروحة سعت إلى استكشاف التبادل السينمائي الثقافي، الاجتماعي، السياسي والاقتصادي بالإضافة إلى الطرق المتعددة بحيث هذه الأحداث تنتج قيم ثقافية.

¹الزين عبدالحق، اتجاهات الجمهور في التفاعلية مع الأحداث :موقع الشروق اون لاين نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الفلسفة، جامعة وهران الجزائر تحت إشراف عادل عبد الاله 2014/2013.

² Mar Diestro-Dopido, Film festivals: cinema and cultural exchange, phd, Queen Mary university of London 2014.

وظفت الدراسة منهج دراسة الحالة على ثلاثة مهرجانات (مهرجان بويتنس ايرس في الأرجنتين ،مهرجان bfi في

لندن و مهرجان العالمي للفيلم بسان سيستيان بإسبانيا)

الدراسة الثانية :

"International film festivals as Field–configuring Events"¹

مهرجانات الأفلام الدولي كمجال لتنظيم الأحداث.

تقوم هذه الأطروحة على شرح واحدة من الأحداث في الصناعة الثقافية وبالخصوص صناعة الافلام العالمية

–مهرجان الفيلم الدولي- وقامت على أربع محددات الأول إطار مفاهيمي والثلاثة الآخرين امبريقي (تجريبي) يتعلق

الأول بمفصلة مهرجانات الأفلام كمجال لتنظيم الأحداث وتحقق من بعض المفاتيح المميزة: تثبيت المكان، التكرار

الزماني، البرمجة، رئاسة لجنة تحكيم المنافسة، الحواجز الجانبية، الاعتمادات . أما الثاني :فقام الباحث باختبار التنظيم ،

الاستراتيجية والعرض للمهرجانات الأفلام الدولي ، بحيث يرى أن العرض يقوم على مجريين الاول سمعة المرشحين

(الفيلم وصناع الفيلم) و سمعة لجنة التحكيم أما المنطلق الثالث فهو يقوم على شرح الترابط الكبير بين المعاهد الوطنية

للأفلام .

الدراسة الثالثة :

"the Pusan international film festival 1996–2005:south Korean

cinema in local ,regional, and global context."²

¹ Shivasharan S.Nadavulakere, International film festivals as Field–configuring Events, PhD, in management ,faculty of management cass business school city university, London October 2008.

² Soojaog AHN, the Pusan international film festival 1996–2005:south Korean cinema in local ,regional, and global context, PhD , university of Nottingham , June 2008.

مهرجان بوزان الدولي للفيلم: السينما الكورية الجنوبية في السياق المحلي، الإقليمي والعالمي 1996-2005.

حاولت هذه الأطروحة أن تعبر عن الاستكشاف السياسي، الاجتماعي والثقافي لمهرجان بوزان الدولي للفيلم في كوريا الجنوبية بين 1996-2005. اتخذ الباحث المنهج التحريبي لكشف كيفية مشاهدة المهرجان وتأثيره ضمن التغيرات العالمية السريعة، تعتبر هذه الدراسة أن مهرجان بوزان تغلغل في مهرجانات الأفلام الأخرى في بناء هوية خاصة وفي الحصول على فوائد متبادلة لصناعة الأفلام الوطنية، هذه المذكرة درست العوامل السياسية والاقتصادية المؤثرة على بداية المهرجان، برنامجه، تسويق المشروع وذكراه العاشرة في عام 2005. كما أشارت إلى كيفية تكييف المهرجانات الأفلام الحالية لأدوارها وهويتها لتقبلها التغير المحلي الإقليمي والعالمي .

الدراسة الرابعة :

"Branding Latin America :film festivals and international circulation of Latin American films"¹

وسم أمريكا اللاتينية: مهرجانات الأفلام و الرواج الدولي لأفلام أمريكا اللاتينية.

أصبحت مهرجانات الأفلام الأرضية الطبيعية لأفلام السينما فكلاهما حد من القيم الفنية بالرغم من الاهتمام الأكاديمي القليل تاريخيا بمهرجانات الأفلام، وباستعمال الإطار النظري لسوسيولوجيا الفن، استخدم هذا البحث مفهوم مهرجان الفيلم الدولي لتحليل تلقي السينما أمريكا اللاتينية العالمية كجزء من عملية الصناعة والثقافة لتحديد أفضل فيلم في المنطقة. أولا اختبار مهرجان الفيلم كظاهرة في حدود التفاعل مع الصناعة الأفلام الدولية والتسويق منتج الفيلم للجمهور الأجنبي ثانيا تحليل تلقي الدولي لأفلام أمريكا اللاتينية .

¹ Laura Rodriguez Isaza, Branding Latin America: film festivals and international circulation of Latin American films, PhD, school of media and cultures, Centre for world cinema, the university of Leeds, October 2012.

هذه الدراسة تثبت أن السينما في أمريكا اللاتينية من حيث النوعية عرفت بترابطها مع الأفكار والنشاطات لمهرجان الفيلم الدولي .

الدراسة الخامسة:

The role(s) of the international film festival in supporting :

Emerging Women's Cinema "¹

دور مهرجان الفيلم الدولي في دعم ظهور سينما المرأة.

تنظر هذه الدراسة في استثمار دور مهرجانات الأفلام الدولية في بزوغ السينما المرأة وبالتركيز على صناعات الأفلام، استخدمت هذه الدراسة منهج التحليل النصي والمنهج الكيفي للدراسة الحالة واستخدام المقابلة لفهم السياق. تم التركيز على حالات "مهرجان برزين، مهرجان روتردام، مهرجان تورنتو" وتم اختيار هذه الحالات على أساس جغرافي آسيا، أوروبا و أمريكا الشمالية . وتوصلت الدراسة إلى أن الجيل الحالي من صناعات الفيلم يملك مراحل متنوعة من الخبرات والنجاحات في مفاوضات دورات مهرجانات الافلام الدولية .

الدراسة السادسة:

Cultural and commercial aspects of film festivals: The case of

international film festival of India(IFFI)²

الجوانب الثقافية والاقتصادية لمهرجانات الأفلام: دراسة حالة مهرجان الفيلم الدولي للهند.

¹Tess Van Hermert, international Acclaim: The role(s) of the international film festival in supporting Emerging Women's Cinema, school of media entertainment and creative arts –creative industries faculty, queen school university of techonology.2013.

² Rajeev Kumar Jain, cultural and commercial aspects of film festivals :The case of international film festival of India(IFFI)master degree international center for promotion of enterprise ,faculty of economics university of ljob ljana October, new Delhi, 2006.

مقدمة

قامت هذه الدراسة على دراسة المحددات الآتية: الصناعة السينمائية في الهند والعالم ،تطور مهرجانات الأفلام ،المظاهر الاقتصادية والثقافية لمهرجانات الأفلام إلى جانب إمكانية الترويج الثقافي و تطوير الشركاء العموميين ،والخواص ،دور الحكومة في مهرجان الفيلم بالأخذ بمرجعية الماضي والحاضر لمهرجان الهند ، مرجعية مظاهر اختلاف مهرجانات الأفلام الدولية مع مهرجان الهند و البحث في الخيارات المختلفة في ماذا يمكن أن يستفيد مهرجان الهند من الخبرات الدولية .

الدراسة السابعة:

Festivals de cinéma dans le monde arabe¹

مهرجانات السينما في العالم العربي:

قدم الباحث في هذا المقال نبذة عن مهرجانات الأفلام في العالم العربي وحاول أن يربط بينها وبين الحراك السياسي والاجتماعي في بعض البلدان منها أو ما يطلق عليها باسم بلدان الربيع العربي ،يناقش هذا المقال فكرة انفجار ظاهرة المهرجانات في المنطقة العربية خصوصا بعد تراجع أهم مهرجانيين مهرجان قرطاج بتونس ومهرجان القاهرة فيما يسمى بأحداث الربيع العربي ،ويعطي صاحب المقال أفضلية للمغرب في تنظيم الأحداث الثقافية كمهرجان مراكش مثلا .ويعرج إلى ظهور مهرجانات السينما في الخليج العربي في الامارات وقطر، وفي نظره تترجم هذا المهرجانات نظرة اتصالية أكثر من رغبة في تطوير الثقافة وهذه الاستراتيجية تضعف من خلال المنافسة بين مختلف الفاعلين.

¹ **Jean-Michel Frodon**, « Festivals de cinéma dans le monde arabe », Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée [En ligne], 134 | décembre 2013, , consulté le 07 avril 2017.
URL : <http://journals.openedition.org/remmm/8184>

تعليق على هذه الدراسات:

لقد سمحت لنا هذه الدراسات بتكوين فكرة عن الجوانب التي يمكن دراستها في فضاء المهرجان الفيلم و أعطتنا صورة واضحة عن أدوات البحث التي يمكن استخدامها في هكذا مواضيع خصوصا ما تعلق بكل اشكالية و عليه يمكن القول إن دراستنا تختلف عن هذه الدراسات من حيث أننا اختارنا الفضاء الافتراضي مع جمهور افتراضي لمهرجان وذلك بغية قياس مدى فاعلية آليات التفاعلية المسخرة من قبل القائم بالاتصال .

الإطار النظري للدراسة:

يدخل هذا البحث ضمن إطار الدراسات المتعلقة باكتساب المستحدثات الجديدة واستغلالها ونقصد بها في هذه الدراسة بتلك الأدوات والآليات التي تسمح بالتفاعل على مستوى مواقع الانترنت وأيضا الاستخدام والإشباع المحقق من هذه الأدوات والآليات بالنسبة للمرسل والمتلقي في هذه العملية ، كما ندرس فاعلية التفاعل الشبكي للمهرجان وفق نظرية التفاعلية المستعملة في مجال علم الاجتماع التنظيم والعمل ، لهذا ارتأينا أن نقارب موضوع دراستنا بنظريات انتشار المبتكرات ونظرية الاستخدامات و الإشباعات ونظريات التفاعل الشبكي و التفاعلية وعلاقتها بمهرجان الفيلم.

تمهيد:

نحاول في هذا الفصل التطرق إلى التفاعلية من حيث نشأة المفهوم وتطوره في حقل الإعلام والاتصال ذلك من خلال التعرف على أبعادها، أشكالها ووسائلها، بالإضافة إلى التعرف على آليات التفاعل الإلكتروني والتي يقصد بها في هذه الدراسة الحوامل الإلكترونية التي يستخدمها القائم بالاتصال في مؤسسة مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي، ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر لأنهما الحسابان الوحيدان المفعلان من قبل القائم بالاتصال .

بحيث نعرض في هذا الفصل التعرف على هذه الحوامل من مميزات وخصائص، ثم التوقف على أوجه التفاعلية في وسائل الإعلام سواء كانت جماهيرية أو جديدة. فالإعلام الجديد هو الآخر يعرف تطوراً نتيجة خدمات الانترنت مما ساعد في ظهور خاصية التفاعل أين سمح للمستخدمين بالمشاركة في هذه العملية ونختتم هذا الفصل بعرض بعض نماذج الاتصال التفاعلي بحيث يقدم كل نموذج صورة عن التفاعل.

1-1 : التفاعلية: المفهوم النشأة والتطور .

ينبغي علينا أن نوضح في البداية أنه تمت فرق في مفهوم التفاعلية، فهي تحمل معنى مغاير في ميدان الإعلام والاتصال على خلاف الاختصاصات الأخرى¹، حيث بدأ البحث في هذا المفهوم منذ أن أشار نوربرت وينر Norbert Wiener إلى مفهوم رجوع الصدى feed back عام 1948 إلا أنه لم يتطور المفهوم نتيجة بقاء سيطرة وسائل الإعلام الجماهيرية على الاتصال في اتجاه واحد، فكلمة تفاعلية interactivity مركبة من كلمتين inter وتعني بين أو فيما بين وكلمة activus وتعني الممارسة في مقابل النظرية ولما يلفظان معا من

¹ فمثلاً نجد في الفلسفة تعني التفاعل بين العقل والنفس والذات ويشار إليها في علم الاجتماع بالتفاعل الرمزي أي من خلال نظام من رموز يتم التواصل ونجدها في اللغة من خلال الاستعارة كقولنا زيد أسد فهذا التشبيه يخلق نوع من التفاعل وهو كناية عن الشجاعة التي هي صفة الأسد التي أخذها الانسان.

الأصل اللاتيني تعني ممارسة بين اثنين أي تبادل وتفاعل¹، ونفهم من هذا التعريف أنه لا يوجد اختلاف بين التفاعلية والاتصال، فحين يعرف المعجم الإعلامي التفاعلية بأنها تشير إلى أنها من سمات المجتمع المعلوماتي وتعني قدرة المستقبل الاتصال على التعامل مع مشتركين آخرين وتبادل ردود الأفعال المستمرة للمعلومات ومكونات هذه الشبكة طبقا لما يروونه من رد الفعل. ولهذا تتميز التفاعلية بالتشبيك بمعنى الربط الكامل بين جميع مستخدمي الشبكة في إطار الصحافة الإلكترونية².

أما حسنين شفيق فيرى أن التفاعلية هي "إحدى القوى الدافعة نحو انتشار وسائل الإعلام الجديدة (...)" وهي أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا و المستخدمة لتمييز الانترنت عن وسائل الإعلام الأخرى (...). التفاعلية ليس مفهوما متناغما فقد تكون بين مرسل ومستقبل أو بين إنسان وآلة أو بين الرسالة وقرائها.

وأما لا تعد السمة الوسيلة بقدر ما هي عملية ترتبط بالاتصال نفسه وفي الصحف الفورية بمثابة نقطة الالتقاء بين الاتصال المباشر الشخصي و الوسيطي والجماهيري³، بينما هناك من يرى بأن التفاعلية تلك السمة التي تطلق على درجة يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهذه التفاعلية بمعنيين، هناك بسلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع شخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر⁴. كما تتعدد تعاريف مفهوم التفاعلية حسب عناصر العملية الاتصالية فنجد تعاريف من حيث المستخدم ومن حيث علاقة المرسل بالمتلقي و تعاريف مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة. يشار إلى أن تطور مفهوم التفاعلية جاء نتيجة تطورات المتسارعة لتكنولوجيا

¹ خالد زعموم والسعيد بومعيرة، التفاعلية في الاذاعة: أشكالها ووسائلها، د ط، اتحاد اذاعات دول العربية، تونس، 2007، ص 26.

² محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 156.

³ حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره ص ص 28 29.

⁴ سميرة شيخاي، الإعلام الجديد في عصر المعلوماتية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 1 و2، ص 446.

الإعلام والاتصال، وأن التعدد في التعاريف ناتج عن اهتمامات الباحثين بظاهرة التفاعلية وانعكاساتها على المستويين النفسي والاجتماعي مما صعب الإجماع على مفهوم واحد للتفاعلية، وتعود أسباب ذلك إلى كل الباحثين وتقديمهم مفهوم التفاعلية انطلاقاً من اختصاصهم وخلفياتهم النظرية والمعرفية.

1-2: أبعاد التفاعلية أشكالها ووسائلها:

تتخذ التفاعلية عدة أبعاد في مفهومها الواسع لتقاطعها مع اختصاصات عدة ومن الأبعاد العامة نذكر:

1. البعد الاجتماعي:

ويتمثل هذا البعد في عملية التفاعل الاجتماعي بين الأفراد في حياتهم اليومية من تفاعلات وتبادلات، وكانت هذه الأخيرة محل أبحاث نظرية في حقل علم النفس وعلم الاجتماع. وهي أكثر وضوحاً في أعمال مدرسة تفاعلات الاجتماعية (الرمزية) خاصة أعمال جورج هربرت ميد George Herbert Mead 1934، أين يتواصل الناس عن طريق تأويل الرموز .

2. البعد الإدراكي للتفاعلية

يذهب هذا البعد إلى دراسة كيفية تأثير الوسائط المتعددة على مختلف مظاهر الاتصال الإنساني وينصب الاهتمام على عملية التلقي عبر الوسائط المتعددة .

3. البعد النفسي

يقوم هذا البعد على البحث في حاجات الفرد ورغباته ودوافعه التي يمكن أن تحدد كيفية استخدامه لوسائل الاتصال وبالتالي يمكن خلال ذلك دراسة الشخصية .

4. البعد التكنولوجي

وينظر إلى التفاعلية من الجانب على أنه ترويج لصناعة حول تكنولوجيات جديدة.¹

أما أبعاد التفاعلية في مجال الإعلام والاتصال فإنها تتميز ببعدين: أولهما المضمون المعروض، وهي الدرجة التي تتيح للمستخدمين (القائم بالاتصال) التحكم في شكل ومستوى استخدامهم للمحتوى الإعلامي وبالتالي فإن الاستخدام بناء غير خطي في بناء المادة الفورية ويؤكد على قدرة المستخدم على التفاعل مع المحتوى نفسه والبعد الثاني مرتبط بالتفاعلية في الاتصالات الشخصية أو مع الأطراف المشاركة، ولهذا نميز أربع مستويات من التفاعلية:

- التفاعل مع المستخدم والقائم بالاتصال.
- التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين.
- أن يصبح المستخدم نفسه مصدرا وذلك حين تتاح له إمكانية التعليق على المادة ونشر رأيه.
- التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في محاور وأشكال المعلومات.²

أشكال التفاعلية

لكي نفهم أشكال التفاعلية سنعمد على التصنيف الذي قدمه سعيد النجار في تناوله للتفاعلية .

◀ تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين.

ويتم ذلك من خلال تعدد الوصلات التشعبية على الموقع، يتيح للمستخدمين الإبحار في موقع الإلكتروني وهي مهمة في التفاعلية، ولهذا يدرك مصمم الموقع بأن المستخدمين يفضلون الاختيار التصفح ما بين النص والصور الثابتة

¹ فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال - التفاعلية - وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد خاص بالحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، جامعة الجزائر، 2003، ص 500 504.

² حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 72.

والمتحركة أو تلقي المعلومات باللغة التي يريدونها، بالإضافة إلى خيارات تتعلق بقنوات الاتصال مثل النص الفائق وغيرها .

◀ إمكانية الاتصال بين المستخدمين و مسؤولي الموقع ومحريها.

ويكون عن طريق توفر عناوين البريد الالكتروني الذي يسهل عملية الاتصال بين المستخدمين من جهة ومسؤولي المواقع الالكترونية من جهة أخرى.

◀ إمكانية الاتصال الشخصي.

ويعني إمكانية اتصال المستخدمين عن طريق الوسيلة الاتصالية ببعضهم البعض، ويتوافر ذلك في غرف دردشة أو منتديات أو مجموعات نقاش تسمح بجذب القراء إلى الموقع الالكتروني.

◀ المراقبة المستمرة للموقع.

تساعد مراقبة الموقع التعرف على أكثر المواضيع قراءة وتحميلا وتعليقا وأي من الأجزاء من الموقع الذي تم زيارته، أين تساهم هذه العملية في القدرة على تلبية حاجات المستخدمين.

◀ إمكانية البحث عن المعلومات.

تتيح المواقع خدمة البحث داخل المواقع أو بتوفير محركات البحث أمام المستخدم، بالإضافة إلى وجود أرشيف الذي يسمح بالاطلاع على الأعداد السابقة .

◀ إمكانية إضافة المعلومات.

يتحول المستخدم في هذه الحالة إلى مراسل أو محرر لموقع الإلكتروني، حيث تسمح بعض المواقع على الإنترنت للمستخدمين بإضافة أنواع معينة من المعلومات.¹

الإنترنت:

تعد الإنترنت أحدث وسيلة إعلامية سريعة التطور ولو حاولنا أن نستعرض كل التعريفات فسيأخذ ذلك مساحة أكبر، فلكل تعريف هدف محدد حسب كل معرف، ولهذا سنقف على بعض التعريفات التي تخدم هذه الدراسة. فكلمة إنترنت Internet مكونة من كلمتين Internet=inter-networks وتعني لغويا ترابط بين الشبكات وبعبارة أخرى شبكة الشبكات أي مجموعة الحواسيب المترابطة والمتباعدة في أنحاء العالم ويحكم ترابط هذه الأجهزة بروتوكول يسمى بروتوكول ترانسلم الإنترنت (IP)،² كما تم تعريف الإنترنت على أنها دائرة معارف عملاقة يمكن للناس من خلالها الحصول على المعلومات حول أي موضوع في شكل نص مكتوب أو رسوم أو صور أو خرائط أو ترانسلم عن طريق البريد الإلكتروني،³ وإجمالاً لهذه التعاريف و تعاريف أخرى يمكن القول بأن الإنترنت هي اتصال بين جميع شبكات الحواسيب الموجودة في العالم وفق نظام بروتوكولات يحكمها .

تقدم الإنترنت مجموعة من الخدمات الاتصالية ويمكن أن نعددها كما يلي:

البريد الإلكتروني:

هو نظام يسمح بتبادل الرسائل الإلكترونية بين المستخدمين مهما كان نوعها وله عدة مزايا منها التكلفة المنخفضة وسرعة التبادل الرسائل والإرسال المتعدد وفي أنحاء مختلفة من العالم وفي الوقت نفسه.

¹ سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت، البحرين، 2009، ص 08 14.

² محمد النوي محمد علي، إدمان الإنترنت في عصر العولمة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص 14.

³ علي بن عبدالله عسيري، الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2004، ص 13.

مجموعات الأخبار

هي مجموعة من الأشخاص لهم اهتمامات مشتركة ترتبط بعضهم البعض، حيث تسمح المجموعة الإخبارية بتبادل النصوص في شكلها الأولي والصور الثابتة والمتحركة ويمكن للمشارك الدخول إلى هذه المجموعة عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به، حيث يتلقى كل ما يصدر عن هذه المجموعة من أخبار ومعلومات حسب اهتماماته .

الشبكات الإخبارية net news

تتألف هذه الشبكة من نظام يشمل على عدد كبير من ندوات الحوار المفتوح والمستمر كما أنها تقدم لوحات إعلانات وغرف حوار.

خدمة التراسل الفوري Instant Messaging

تساعد هذه الخدمة على تبادل البيانات والمعلومات والتحاو بين فرد وآخر ومن بين البرامج التي توفر خدمة

التراسل الفوري ¹ MSN, YAHOO MESSENGER.

خدمة غوفر GOPHER

الغوفر هو خدمة البحث عن المعلومات من خلال الانترنت، تعتمد على عرض قوائم نصية تستطيع من

خلالها معالجة أي معلومات واستغلالها دون أن يتوجب أن تحدد سلفاً موقع تواجدتها، إذ يسمح الغوفر بالنفاد إلى

قوائم المكتبات وإلى قواعد البيانات وغيرها.²

¹ فيصل أبو عيشة، الاعلام الإلكتروني، دار أسامة، عمان، الاردن، د ط، 2010، ص ص 70 74
² ماجد سالم تزيان، مرجع سبق ذكره، ص62

المدونات

هي أحد أشكال التفاعلية الإلكترونية، وهو موقع شخصي على شبكة الانترنت يتضمن آراء مواقف حول مسائل متنوعة، ويعد تطبيق من تطبيقات الانترنت. ومن أشهر المواقع الإلكترونية التي تسمح بإنشاء مدونات خاصة نذكر: www.blogger.com, www.technorati.com, www.blogpulse.com.¹

الوسائط المتعددة:

يشير محمد لعقاب إلى أن مفهوم الوسائط المتعددة أو الملتيميديا إلى وسيلة اتصال التي تتضمن عدة وسائل في الوقت نفسه: الصوت، الصورة الثابتة والمتحركة والنص المكتوب². تسمح الوسائط المتعددة بمزج النص، الصورة (الملونة)، الصوت وحتى فيديو في نفس الصفحة بواسطة وصلات النصوص الفائقة، تسمح بالإبحار في الملفات بحثا عن المعلومة التي قد تكون في نفس الملف أو في ملف آخر لنفس الكمبيوتر أو في ملف في كمبيوتر آخر³. كما ينبغي أن نفرق بين الوسائط المتعددة والوسائط المتعددة التفاعلية Interactive Multimedia، فهذه الأخيرة وعلاوة على خصائص الملتيميديا فإنها تسمح للمستخدم في التحكم المباشر في تتابع المعلومات واختيار المضمون والانتهاء من البرنامج. وللوسائط الإلكترونية التفاعلية مجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي:

- ◀ وسائط تشمل النص، الصوت، الفيديو والرسوم.... الخ.
- ◀ رغبات المستخدم واختياراته والبناء غير الخطي للمضمون.
- ◀ يعتبر المستخدم فاعلا عن طريق التدخل والمشاركة الفعالة مع محتوى هذه الوسائط.

¹ انتصار إبراهيم عبدالرزاق، صفا حسام الساموك، الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، طبعة الكترونية 1، 2011، ص 29 30.

² محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة الجزائر ط 1، 2007، ص 11

³ محمد لعقاب، نفس المرجع، ص 12.

أما السمات التفاعلية الاتصالية على شبكة الانترنت فتمثل في مواقع الدردشة (المحادثة عبر الانترنت باستخدام Internet realy chat ،المحادثة talk الدردشة الجماعية)و عقد المؤتمرات عن طريق الفيديو المؤتمر الالكتروني.¹

1-3-3: آليات التفاعل الالكتروني :

نقصد بآليات التفاعلية مجموع الأدوات التي تسمح بعملية التواصل بين أفراد المستخدمين من خلال استغلال فضاء الويب 2.0 والمشار إليها في هذه الدراسة بالحوامل الالكترونية ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي.

1-3-1 تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

عند تحديد ماهية مواقع التواصل الاجتماعي نجده شائك نظرا لتشعب الاتجاهات التي درسته ، و قد جاء هذا المفهوم نتيجة التطور التقني الذي استحدثته التكنولوجيا ومن جملة التعريفات تعريف زاهر راضي² : "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".

وقد عرفها كل من بويد ونيكول ايلسون³ على أنها مواقع تتشكل من خلال توفر الانترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وتقديم فرصة للغير المنخرطين بالتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات".

¹ ماجد سالم تريان ، نفس المرجع، ص 64 66.

² زاهر راضي ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية ، ع15، جامعة عمان الاهلية ، عمان ، 2003، ص 23.

³ Danah M.Boyd ,Nicol B Ellison , social network sites ,history ,Definition, history and scholarship ,journal of computer mediated communication, vol 13,2007,p211.

إذن هي مواقع على شبكة الانترنت ظهرت بظهور الجيل الثاني للويب 2.0¹، تسمح للأفراد المستخدمين بالتواصل فيما بينهم تجمعهم اهتمامات مشتركة من خلال الرسائل وإنشاء حسابات شخصية للاطلاع عليها من قبل الغير .

أما من الناحية التاريخية فيجب أن نميز مرحلتين وهما :

المرحلة الأولى : وهي ظهور الويب 1.0 وذلك نظرا للخدمات التي كان يوفرها، إذ على مستواه يتم إنشاء مواقع والتفاعل محدود إذ لا يسمح للجمهور المستخدمين بالتفاعل و ظهرت عدت مواقع منها موقع لايف جورنال لكن أغلبها لم يبق موجود لأنها لم تستطع تحقيق أرباح.

المرحلة الثانية: ويشير إلى ظهور الويب 2.0 وذلك بظهور المدونات و الوسائط المتعددة وجاءت نتيجة تطور خدمات الانترنت ومن أبرز المواقع: ماي سبيس وموقع فيسبوك و تويتر بحيث عرفت هذه المواقع انتشار واستعمالا كبيرا من قبل المستخدمين.

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي :

تصنف مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وهي:

أ- شبكات التنبئة الاجتماعية:

وهي شبكات وضعت من اجل الترفيه والتواصل بين الأعضاء مثل فيسبوك ومي سبيس.

ب- شبكات التواصل الاجتماعي:

وهي الشبكات التي تستخدم من أجل إيجاد علاقات جديدة وتضم عدد كبير من أسماء المستخدمين.

¹ ينقسم الويب إلى أربعة أقسام: الويب 1 ثابت، الويب 2 تفاعلي، الويب 3 خدماتي، الويب 4 ذكي.

ت- الشبكات الاجتماعية للإبحار:

وهي تساعد المستخدمين على إيجاد المعلومات أو البحث عن مصادر¹.

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي :

- **المشاركة** : وذلك من خلال التعليقات أو المساهمات في النشر والتصويت على الآراء وإعادة نشرها.
- **الانفتاح**: ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي في الانفتاح على الآخرين وذلك بسهولة التواصل بين الأفراد وتبادل المعلومات.
- **المحادثة**: إتاحة فرصة أمام المستخدمين للتباحث والمشاركة والتفاعل مع الأخبار والأحداث.
- **إرسال الرسائل**: تسمح هذه الوسائل بإرسال رسائل بين المستخدمين سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
- **المجتمع**: تتيح للمجتمعات المحلية بالتواصل مع المجتمعات الدولية .
- **المجموعات**: تسمح بإنشاء مجموعات الاهتمام المشترك أو التي تجمعهم أهداف واحدة.
- **الترباط**: هي عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض.²

تاريخ شبكات التواصل الاجتماعي

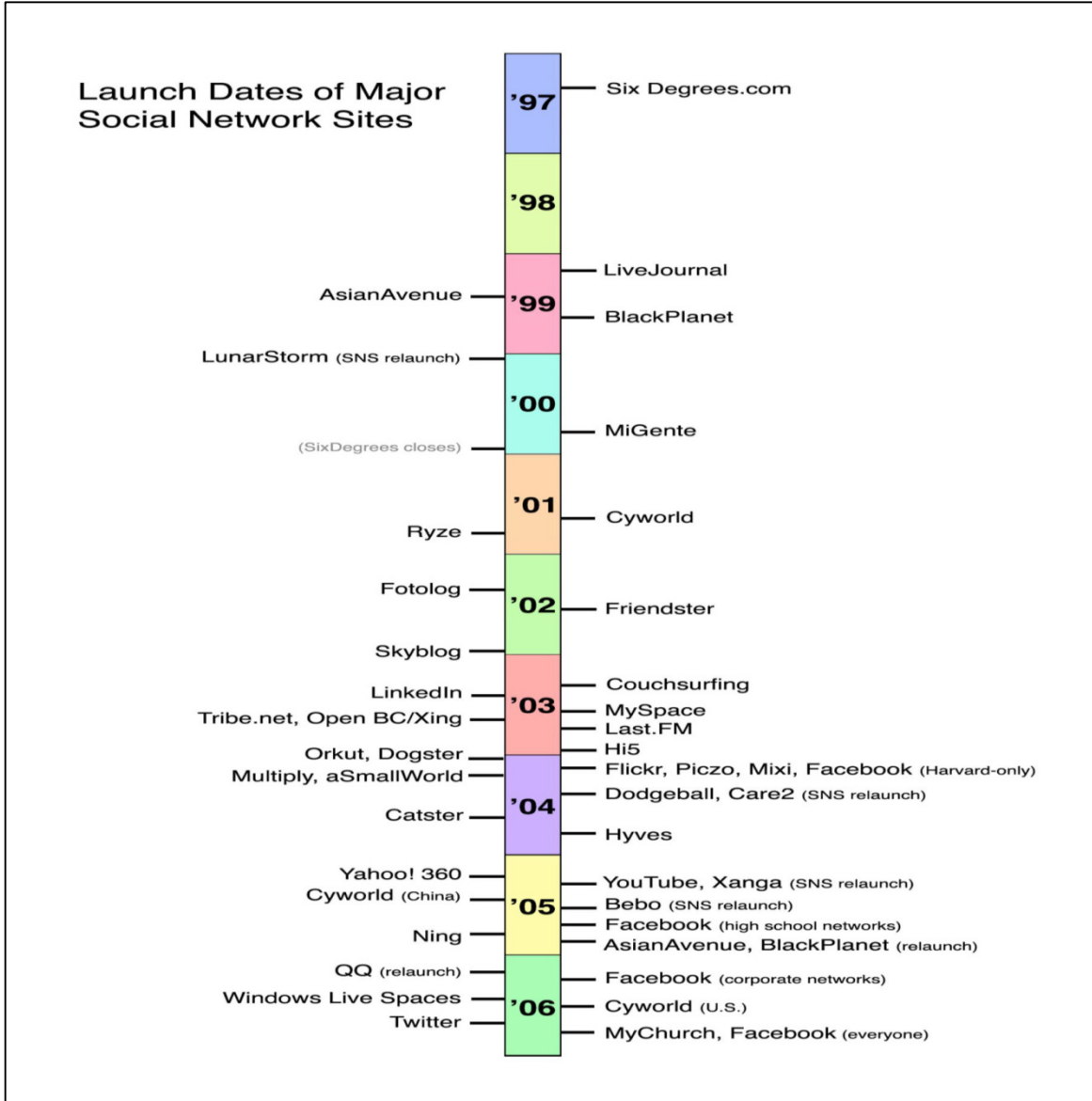
تاريخياً ، كانت البداية مع موقع سيكس ديقريز دوت كوم (six degrees.com) عام 1997 ثم سنة 1999 مع موقع لايف جورنال (live journal) وبلاك بلانت (black planet) وإيجين افنيون (asian avenue)، أما الموقع الأكثر شهرة وتداولاً نجد موقع لينكد إن (LinkedIn) في سنة 2003 مع موقع مي سبيس (My space)، وفي سنة 2004 موقع فلايكر (flicker) وبداية الفيسبوك (facebook)

¹مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 2011، 395 ص 159.

²إبراهيم أحمد الدوي، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلل الأحمر والصليب الأحمر ط، ص ص 10 02

الأولى في جامعة هارفارد، وفي سنة 2004 ظهور موقع الفيديو الشهير اليوتوب (YouTube) وإعادة بعث موقع بلاك بلانت. أما سنة 2006 فشهدت تأسيس الفيسبوك كشبكة وموقع التغريدات تويتر (twitter) وفيما يلي

مخطط يوضح ذلك :



المصدر:

Laurant colle ,Sécurité et vie privée ,mémoire pour master en gestion de la sécurité d'information, faculté de droit d'économie et de finance ,Luxembourg ;2009.

تتعدد مواقع التواصل الاجتماعي في الفضاء الإلكتروني و نعدد منها الفاييسبوك التويتير ليكند ان ماي سبسي غوغل +لايف جورنال... الخ. أما في دراستنا هذه سنتطرق إلى :

1-3-2 موقع فيسبوك

النشأة :

تعود نشأة هذا الموقع إلى أحد طلاب جامعة هارفرد مارك زوكر بيرج (Mark zuckerberg) بإنشاء الفيس ماتش في أكتوبر العام 2003 حينما كان يزاول دراسته في نفس الجامعة ، حيث قام بإنشاء مدونة في عام 2004 وكان الهدف في البداية هو إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة وعليه انتشرت الفكرة حيث زاد عدد المستخدمين إذ بلغ عددهم نصف مليار عام 2005.¹

تعريف الفاسيبوك:

يعرفه المعجم الإعلامي للإعلام والاتصال بأنه شبكة اجتماعية على الخط تأسس سنة 2004، بحيث يسمح للأشخاص بالنشر، ويعود نشأته وتطويره إلى طلاب الجامعة وهو على موقع الويب facebook.com.²

ويعرفه شاربي كينكوف كالآتي: " واحد من موقع الشبكات الاجتماعية، يمثل مجتمع دولي عبر الانترنت، وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو، وغيرها من المعلومات، والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم، ويربط الأفراد داخل المدن والمناطق والعمل أو المنزل أو المدرسة أو أي مكان آخر، تبنى هذه العلاقات على سطح صفحات الملف الشخصي التي تسمح

¹ James Watson and Anne, Dictionary of media and communication studies 8th edition ,bloosbury acdamic ,2012,newyork p98.

² Marcelandonesir ; Dictionary of media and communication, ME sharp armouk,Newyork,2009 p117.

للمستخدمين بتبادل المعلومات والتواصل مع الآخرين، الفيس بوك Facebook يسعى لخلق بيئة يمكن فيها الأفراد الدخول بانتظام لتتبع ما يفعل الأصدقاء والزلاء، وتبادل الأنشطة الخاصة بهم، والتفاعل حول المصالح المشتركة أو الهوايات، أو إرسال الرسائل، والانضمام إلى الجماعات والشبكات الأخرى¹ وخلاصة القول أن موقع فيسبوك هو موقع اجتماعي للتواصل بين جميع أفراد العالم .

مميزات الفيس بوك:

يتميز "الفيس بوك" بعدد من الميزات التي تتيح للمستخدمين للتواصل مع بعضهم البعض وأهمها:

- 1) خاصية الجدار أو الحائط وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائطه.
- 2) خاصية النكرة تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- 3) خاصية الملتيميديا الصور والفيديوهات والمقاطع الصوتية التي تكمن للمستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع.
- 4) خاصية statut أو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي أو ماذا يفعلون.
- 5) التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.

¹ Sherry Kinkoph Gunter , Teach yourself facebook in 10 minuts ,sams press indiana USA, 3rd edition,2012, pp 5-7

هذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل والدردشة.

كما أن الفيس بوك يوفر مساحة إعلانية للبيع والشراء الخاصة بالأعضاء بالإضافة الى تشكيل مجموعات

وصفحات خاصة¹.

خدمات الفيسبوك:

يقدم موقع الفيسبوك مجموعة من الخدمات منها:

1- الاشتراك المجاني.

2- البحث على الأصدقاء والتعرف على آخرين.

3- الحصول على صفحة شخصية بحيث تمنح لك حرية اختيار وضع ما تريده مع تحديد الأشخاص المسموح لهم بالمشاهدة.

4- وضع صور الخاصة للفرد على صفحته الشخصية وتكوين البوم صور خاص به وتحديد من يمكنه رؤيته.

5- وضع الفيديوهات المفضلة على الصفحة الشخصية وتحديد من يمكنه رؤيتها.

6- تكوين مجموعات أو الاشتراك في مجموعات وبدون ادبي شروط.

7- المحادثة المباشرة مع الأصدقاء.

8- إرسال واستلام الرسائل من الأصدقاء².

¹ حسين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الاعلامية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص 95-96

² ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد والدولة الافتراضية، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2013. ص 393

1-3-3: موقع تويتر twitter:

النشأة :

كانت بداية تويتر twitter عبارة عن مشروع بحثي قامت به شركة odeo في مدينة سان فرانسيسكو وذلك عام 2006، ليتطور المشروع ويصبح موقعا اجتماعيا، حيث أعلنت عنه الشركة الأم على موقعها الرسمي في شهر أكتوبر من نفس السنة.

وبدأ هذا الموقع في استقطاب المستخدمين بشكل لافت ، ومع حول سنة 2007 قامت الشركة odeo عن فصل موقع تويتر عنها وإنشاء شركة تحمل اسم الموقع ذاته. أسس هذا الموقع كل من جاك دوسي (jack Dorsey) رفقة كل من نوه ايفن (Noah Glass Evan) وويليام بيز ستون (Williams Biz stone)¹.

تعريف تويتر twitter :

هو عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي تأسس في العام 2006 ، يستخدم للتدوين الصغير وإرسال رسائل نصية في حدود 140 حرف وهو على الانترنت twitter.com، تتخذ من شركة تويتر في كاليفورنيا مقر لها ، يسمح الموقع للمستخدمين بمجموعة من الخدمات منها متابعة الآخرين والتغريد.²

مميزات تويتر:

- يسمح بمشاركة الوسائط المتعددة (صور فيديو كتابة).
- يسمح بالحصول على الأخبار والمعلومات.

¹ محمد طلال بدوي، تويتر: الطيور على أشكالها تقع، بدوي . كوم، د ط، د ت، ص25.

² James Watson and Anne, op cit, p310

- يستخدم للتواصل مع الآخرين ولتبادل الأفكار.
- متوفر بلغات عدة.¹

خدمات تويتر :

- الاشتراك المجاني.
- خدمة الرسائل النصية.
- مشاركة التغريدات الـريتويت.
- الرد على التغريدات.
- المختصرات .
- التحديث للتطبيق.²

الفرق بين الفيس بوك و تويتر

بالرغم من التشابه الكبير في بعض الخصائص والخدمات إلى أن مستعمل هذان الموقعان سيدرك أوجه الاختلاف بينهما ونعدها في النقاط التالية :

- موقع تويتر مخصص للكتابة فقط وأصبح مؤخرًا يتيح إضافة مقاطع فيديو صغيرة أو الصور على عكس الفيسبوك يتيح مساحة أكبر للكتابة والنشر الواسع للملتمديا.
- يتيح الفيسبوك خدمة النشر الانتقائي، بمعنى يمكنك أن تحدد الجمهور الذي سيتلقى رسالتك أو منشوراتك أما بالنسبة للتويتر فالنشر يكون على نطاق واسع .
- يمكن لأي شخص في تويتر أن يتابع حسابك على عكس الفيسبوك فهو انتقائي، كما يمكن إغفال البحث عن حسابك داخل الشبكة نفسها، بمعنى وجود محتوى ملفك غير قابل للظهور خلال البحث عنه.

¹ محمد طلال بدوي، نفس المرجع ، ص30
² متوفرة على موقع تويتر twitter.com

- يقدم موقع تويتر هشتاغ الأكثر تفاعلا وتداول من قبل النشطاء بينما لا نجد هذه الميزة في الفيسبوك.
- يأخذ موقع تويتر طابع شبه رسمي وفي بعض الأحيان نجده لسان حال بعض المؤسسات الرسمية كالوزارات أو الهيئات الدبلوماسية على عكس الفيسبوك الذي يأخذ طابع عاما فهو يهتم بالأخبار والترفيه بشكل أساسي.
- يتيح الفيسبوك خدمة النشر الداخلي والخارجي ويقدم ميزات مثل سبر الآراء ويقدم إحصائيات خصوصا للمستخدمين الذين يملكون صفحات حول المواضيع الأكثر تفاعلية. أما تويتر فالميزة الأساسية هي التغريدة وإعادة التغريدة.
- يسمح فضاء الفيسبوك بكم هائل من التعليقات التي يقدمها المستخدمون بينما هي محدودة في موقع تويتر.
- سهولة وضع إعلانات على موقع فيسبوك بالمقارنة مع تويتر الذي يعد محدود في مسألة النشر.

هذه بعض الفروق بين الموقعين وإن كان التداخل بينهما يتضح في بعض المميزات المشتركة

1-4: التفاعلية في وسائل الإعلام الجماهيرية

1. التفاعلية في الصحافة المكتوبة

تعد الصحافة المكتوبة من أقدم وسائل الإعلام الجماهيرية، وعادة ما تعرف بأنها مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلق عليها ويكون عن طريق مساحات من الورق المطبوع بغرض التوزيع.¹ وبالتالي يقدم هذا التعريف كل التصنيفات بما فيها الجرائد والمجلات والمطبوعات الورقية سواء كانت إخبارية أو تحمل طابع صحافة الرأي، والتفاعلية في هذا النوع من الصحافة بقي في شكلها التقليدي يتمثل في إعادة نشر رسائل القراء واقتراحاتهم وإبداعاتهم وانشغالهم بالإضافة إلى بعض أركان التفاعلية الموجودة في صفحات الجرائد والمجلات

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره ص 82

كالاتصالات القانونية والطبية والدينية.¹ وتتسم العملية التفاعلية في الصحافة المكتوبة بالبطء نتيجة استغراق عملية تواصل في إرسال واستلام ونشر الرسالة وقت أكبر، بالإضافة إلى خصوصيات الصحف وسياستها التحريرية التي لا تسمح بنشر أي مضامين على صفحاتها.

2. التفاعلية في الإذاعة

الإذاعة أو الراديو و هي ما ييثر عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية وبإمكانها اجتياز حاجز الأمية والحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها المتباعدين برباط مباشر وسريع.² والتفاعلية في الإذاعة تبدو أكثر وضوحا من خلال عملية رجوع الصدى feed back من خلال التدخل المباشر لجمهور المستمعين في البرامج بالتعبير عن آرائهم ورغباتهم وطرح انشغالاتهم واستعمال البريد العادي. وكان ذلك في البدايات الأولى، وزادت مظاهر التفاعلية مع ظهور الإذاعات المحلية، أين بدأت تقترب من اهتمامات المواطنين ، ومع تطور وسائل الاتصال الحديثة شهدت الإذاعة عدة تطورات فعلى مستوى البث لم يبق محصورا على نظام التردد FM ،حيث أصبح اليوم الاستقطاب عن طريق الأقمار الاصطناعية خصوصا للمناطق المعزولة والتي لا يغطيها البث ، كما توسع البث عن طريق الانترنت وظهر ما يطلق عليه براديو الانترنت أين سمح باستخدام وسائل اتصال بديلة كالبريد الالكتروني والوسائط المتعددة وشبكات التواصل الاجتماعي بدل الوسائل التقليدية الأخرى، بالإضافة إلى الراديو في الهاتف النقال ومختلف التطبيقات الموجودة على المحمول والمحطات الرقمية.³ وبالتالي يمكننا القول بأن التفاعلية في الإذاعة بدأت بأبسط مراحلها وبدأت تتطور مع تطور الوسائل الحديثة للتكنولوجيا داخل الإذاعة المسموعة.

¹ فضيلة تومي، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري: البرامج الموضوعاتية نموذجا رسالة ماجستير ،جامعة الجزائر ،كلية العلوم السياسية والاعلام ، قسم الاعلام والاتصال 2007 / 2008، ص 79.

² عبدالحق الزين، كيفية إعداد نشرة إخبارية إذاعية :إذاعة سيدي بلعباس نموذجا ، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية ،قسم الإعلام والاتصال ،جامعة وهران، 2012 ص 07.

³ حسنين شفيق ، مرجع سبق ذكره ، ص 192.

3. التفاعلية في التلفزيون

التلفزيون من الناحية اللغوية يعني الرؤية عن بعد وهو وسيلة اتصال سمعية بصرية قائم على إرسال واستقبال الصورة والصوت أساسا من مكان لآخر بواسطة موجات كهرومغناطيسية وكابلات والأقمار الاصطناعية، والتفاعلية في التلفزيون تأخذ عدة معاني فالبعض يرى بأنها اختيار بين القنوات في ذلك الحين كتفاعلية والبعض الآخر يرغب في التحديد الكامل لمقطع الفيديو الموضوعي المستوعب لأن يكون متاح في الوقت الفعلي،¹ ولا تختلف حالة التلفزيون عن الإذاعة فانتقل من الحالة التقليدية إلى التفاعلية وذلك بسبب تطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة وظهور تلفزيونات ذكية وتطبيقات خاصة. وفكرة التلفزيون التفاعلي قائمة على تحكم المشاهد في شاشة التلفزيون وذلك بغية مشاهدة ما يريد في الوقت الذي يريد²، كما أتاح التلفزيون التفاعلي عدة خيارات أمام مشاهديه لكنه يتوقف على جملة من الايجابيات والسلبيات*

4. السينما التفاعلية

يعرف الفيلم السينمائي بأنه سلسلة من الصور المتوالية الثابتة عن موضوع معين مطبوع على شريط ملفوف على بكره تتراوح مدة عرضه بين عشرة دقائق إلى ساعتين حسب موضوعه والظروف التي تحيط به،³ ومع التكنولوجيا الجديدة تطورت الصناعات السينمائية من حيث الوسائل والتجهيزات وطرق التصوير والمونتاج.... الخ ، إلى أن أصبحت رقمية وظهرت التفاعلية في قاعات السينما لأول مرة على يد شركة interfilm technologies في هوليوود بالولايات المتحدة عام 1992 أين قدم فيلم مدته عشرين دقيقة باقتراح يتيح للمشاهدين توجيه مسار الفيلم عن طريق التصويت لـ 12 سيناريو مختلف في كل ثمانين ثانية وذلك

²Kari jääkeläinen ,strategic question in the development of Interactive television

programs,Publication series of the university of Art and Design ,Helsinki ,pp 18 19. (ترجمة شخصية)

² فضيلة تومي ،التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري ،مرجع سبق ذكره ،ص91.

* للمزيد حول هذا الموضوع الرجاء ينظر إلى مذكرة الماجستير حول التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري للباحثة تومي فضيلة .

³ فضيل دليو ،مرجع سبق ذكره ،ص ص 139 140.

بالتحكم عن طريق جهاز تحت الكرسي، وبعد ثورة الانترنت قدمت سينما "ناو" فيلما على موقعها الالكتروني www.cinemanow.com وحدد سعر المشاهدة ب 2,99 دولارا مقابل مشاهدة عدة مرات خلال 48 ساعة¹، والسؤال الذي يطرح اليوم حول العلاقة بين الانترنت ودور العرض السينمائية هل أصبحت الانترنت تشكل خطرا على قاعات السينما؟ ويبقى مفهوم التفاعلية في السينما حبيس الدعم القوي من القائمين عليها وتطوير المزيد من التقنيات والتكنولوجيات لرفع تحدي التفاعلية.

5-1 التفاعلية في الإعلام الجديد

يرتبط الإعلام الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الانترنت وظهور الويب 2.0 وكل التطبيقات التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال والإعلام. وتشير مجموع التعريفات إلى أنه نوع يستعين بأدوات ووسائل الاتصال المنبثقة عن الانترنت، فنجد من يعرفه على أنه إعلام عصر المعلومات بحيث يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج المعلومات وتخزينها وتوزيعها وخاصة الإعلام الجديد هو التفاعلية التي لا يوفرها الإعلام التقليدي. فالإعلام الجديد هو إعلام الوسائط المتعددة.²

ويعرفه الباحث رضوان بلخيري كما يلي: "هو إعلام كل شيء هو إعلام يختص بالرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو التي تنشر الكترونيا من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لنظام سياسي أو غيره سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ ووفق ما لديه من رقابة ذاتية."³

وخلاصة القول أن الإعلام الجديد هو نوع جديد يستند إلى خدمات الانترنت والوسائط المتعددة من أجل

تقديم خدماته.

¹ حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره ص 319.

² محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 25.

³ رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، ط2014، ص11.

خصائص الإعلام الجديد:

- هو إعلام الوسائط المتعددة : استخدام النص ،الصوت ،الصورة، الفيديو .
- النصوص المتشعبة: وهو الترابط بين النصوص المتشابهة في المواضيع أو ذات الصلة بالموضوع.
- العالمية: يهتم الإعلام الجديد بكل ما هو عالمي .
- التفاعلية: يسمح للمستخدمين بالمشاركة من خلال جملة من الخصائص تعليق، تصويت...الخ.
- الفورية: الآنية في تقديم المعلومات والأخبار فور وقوعها نتيجة التطبيقات المتاحة.
- التحديث: كلما يطرأ جديد على موضوع يتم تحديثه.
- كثافة المعلومات: وجود كم هائل من الأخبار والمعلومات.¹

التفاعلية في الصحافة الالكترونية

مفهوم الصحافة الالكترونية :

لقد تعددت تعاريف الصحافة الالكترونية ومن الصعب الوصول إلى تعريف جامع مانع وهي كتعبير جاء

مترجما من تعابير عدة منها " ; Electronic News Paper, On Line Journalisme

» Electronic Journalisme, Digital News Paper, interactive News Paper

فيعرفها فيصل أبو عيشة " بأنها نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني - الانترنت وشبكات

المعلومات والاتصالات الأخرى - تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها

مهارات و آليات تقنيات المعلومات التي تناسب الاستخدام الفضاء الالكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال، بما في ذلك

استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية

¹محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد مرجع سبق ذكره، ص ص 13-20.

ومعالجتها وتحليلها ونشرها.¹ وتعرف أيضا بأنها وسيلة من الوسائل المتعددة Multimedia، تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنت بشكل دوري، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية. وتصل القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة.²

فحين نجد أنه يتم التعبير عنها بأنها هي الصحافة التي يتم إصدارها ونشرها على الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم مضامين النسخ الورقية أو كجرائد إلكترونية ليست لها إصدارات مطبوعة على الورق، وهي تحتوي مزيجا من الأخبار والمقالات والتعليقات والخدمات المرجعية³، ومن خلال هذه التعريفات يمكننا القول بأن الصحافة الإلكترونية تشمل المضامين الإخبارية والصحفية منشورا إلكترونيا على شبكة الانترنت سواء كانت لها أصل مطبوع أو لا، يضاف إليها الميزات المتعلقة بالكمبيوتر وخدمات الويب من أرشيف ووسائط متعددة وخدمات تفاعلية. وتنقسم الصحافة الإلكترونية إلى أنواع وهي:

• صحف إلكترونية كاملة On-Line Newspaper.

هي صحف قائمة بذاتها وان كانت تحمل اسم الصحيفة المطبوعة ولها ميزات خاصة، فبالإضافة إلى خدمات الصحافة المكتوبة من أخبار وتقارير فهي تتيح خدمات شبكة الانترنت من وسائط متعددة والبحث في شبكة الويب سواء داخل الموقع أو خارجه .

¹ فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 99.

² أمين رضا عبدالواحد، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، د ت، ص 95.

³ إبراهيم محمد سعد، استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومدى انعكاساتها على الأداء الصحفي، المؤتمر العلمي الخامس، كلية الإعلام، القاهرة، ص 106.

- النسخ الإلكتروني من الصحف الورقية .

وهي مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقتصر خدماتها على بعض أو كل الصحيفة الورقية.¹

أصبحت الصحافة الإلكترونية تتسم الآن بأنها وسيط إعلامي فعال مكن الأفراد والمؤسسات من تبادل وإرسال واستقبال المعلومات عبر أي مسافة وفي أي زمان ومكان، مما دفع المؤسسات الصحفية الإقبال على استخدامها ومن جملة الخصائص نذكر منها.

- إمكانية إرسال وتعرض المتلقي طوال اليوم على عكس الصحافة المطبوعة أين ينتظر المتلقي يوم كامل للحصول على عدد حديد.

- إمكانية متابعة المستجدات في أي وقت .

- إمكانية بناء إنتاج على طلب المستخدم أو ما يعرف بخدمة (News on demand).²

ومن بين المتغيرات الحاصلة على مستوى الصحافة الإلكترونية هو ظهور التفاعلية وذلك عن طريق خلق فضاءات الدردشة والحوار وإعطاء إمكانية المشاركة بالرأي للقراء، وتقوم باستثمار الوسائط الإلكترونية بشكل عميق في أبعاد التفاعلية بتمكين من المشاركة بالرأي والتعليق على الأحداث وفي مسائل عدة والتصويت على سبر الآراء، كما تتيح الصحف الإلكترونية على موقعها عناوين البريد الإلكتروني للصحفيين وخدمة الحوار مع المحررين والرد على المواد المنشورة³ . ولما كانت الصحافة الإلكترونية من أهم وسائل الاتصال الجماهيري أصبحت تتوفر اليوم على ما يسمى بالاتصال التفاعلي أو التفاعلية بالرغم من صعوبة تحديد دقيق لمصطلح اتصال تفاعلي أو تفاعلية في هذا المجال فان ما طرحه الصحافة الإلكترونية اليوم يمثل قفزة نوعية تسمح للمتلقي بالتعبير عن آرائه من خلال الاتصال

¹ فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 109 110.

² انتصار إبراهيم عبدالرزاق، صند حسام الساموك، مرجع سبق ذكره ص 28

³ عبدالله الزين الحيدري، الإعلام الجديد: النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الشارقة، ص 18 19

بالحررين والصحفيين وغيرها ويمكن تقسيم التفاعلية في هذا النوع إلى نوعين:

1. الاتصال التفاعلي المباشر

في هذا النوع تتحقق التفاعلية بشكل مباشر وذلك عن طريق غرف الحوار أو الدردشة chat room أين يتم تبادل الحوار بين المحررين والقراء حول قضايا مختلفة ويتحقق هذا النوع من التفاعل من خلال خدمة المسنجر messenger حيث تسمح أيضا بإمكانية الاتصال المباشر بين المحررين ومصادرهم .

2. الاتصال التفاعلي غير المباشر

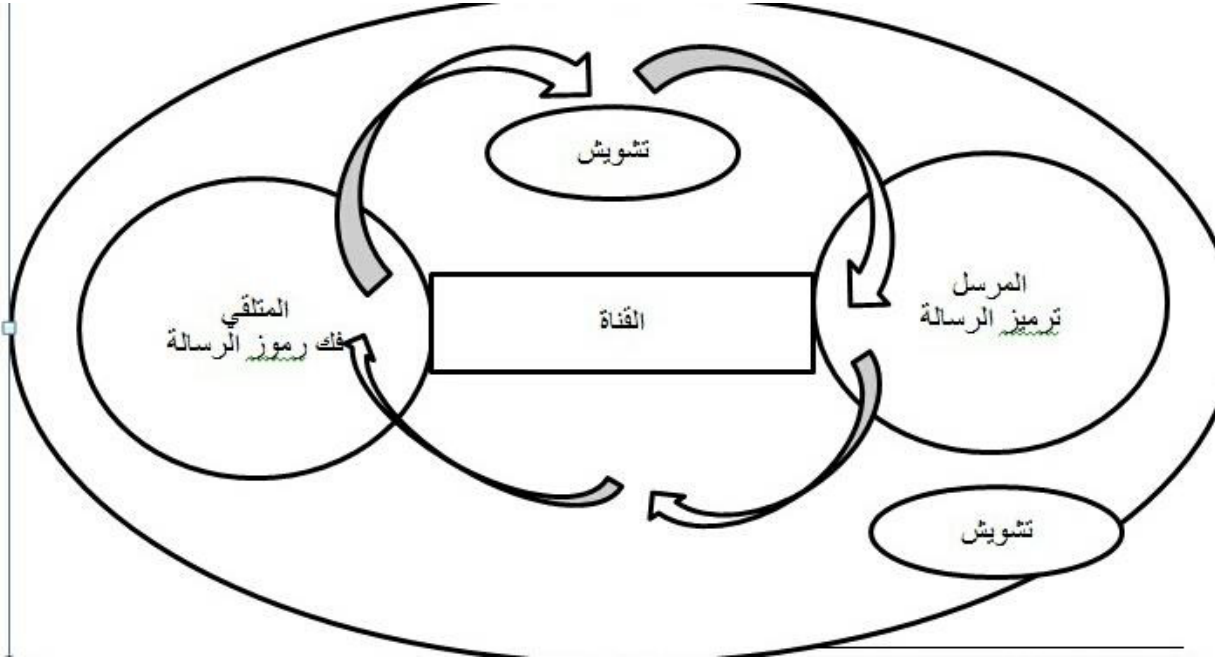
يتمثل أساسا في البريد الإلكتروني E-mail الذي يسمح بإرسال رسائل القراء الإلكترونية والتي تتضمن تعليقاتهم إلى الصحف التي يتعرضون إليها، ومن ثم تعيد الصحف الرد على تلك الرسائل ، كما تعتمد بعض الصحف إلى التفاعل الغير المباشر وذلك وفق تقنية BBS التي تسمح بالتحكم في المشاركات عن طريق الفلتره أي تعديل أو الحذف¹.

1-6: نماذج الاتصال التفاعلي:

تتعدد نماذج الاتصال التفاعلي ويرجع ظهورها إلى القصور في الاتصال في النمط السابق أي النمط الخطي ويتعلق هذا في التفاعل بين المرسل والمتلقي ومن بين النماذج :

¹ ماجد سالم التريبان، مرجع سبق ذكره، ص ص 129 130 .

الاتصال عملية تفاعلية



نموذج بيركو وولفين 1989

يقوم هذا النموذج على أساس مفهومين متداخلين أولهما التفاعل بين المرسل والمستقبل والثاني بين الاستجابة بين أو التغذية الراجعة feedback بحيث يوضح المخطط أعلاه إلى انتقال عملية التواصل من بعده الأحادي إلى بعده الدائري التفاعلي والتي تعبر عن سلسلة من الأفعال وردود الأفعال بين المرسل والمتلقي وهذا ما يمثله السياق العام للتفاعل في حلقة الاتصال ومنه نميز نموذجين .

أولا نموذج ولبر شرام :

لقد قدم هذا الأخير عدة مفاهيم في سياق تحليله للعملية الاتصالية ومنها :

- مفهوم التفاعل.
- التغذية الراجعة feedback .
- الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي .
- القيم الاجتماعية .
- اللغة المشتركة بين المرسل والمتلقي.¹

وكل هذه المفاهيم في نظر شرام هي المفاتيح الأساسية لفهم العملية الاتصالية ،فهو يركز على عامل الخبرة

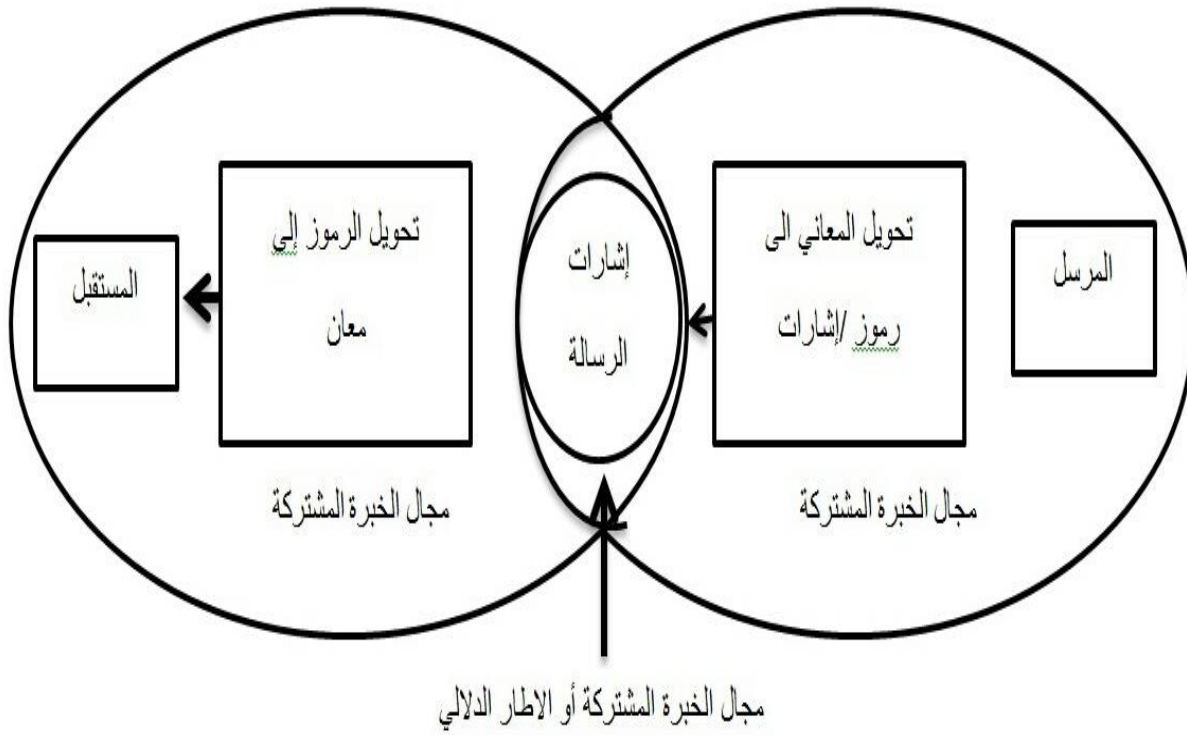
المشتركة وعلى الفاعلين في الاتصال المرسل والمستقبل .

بالرغم من الطرح الجديد الذي قدمه ولبر شرام حول النموذج الاتصال التفاعلي إلا أنه لقي انتقادات ومن بينها:

- تفسير الاتصال بهذه الطريقة من شأنه أن يقطع انسيابية العملية الاتصالية ويجزئها بين مرسل نشط ومتلقي خامل ينتظر الرسالة .وبعدها يتحول المتلقي الخامل إلى مرسل نشط وذلك في سياق رده على المرسل والذي هو في حالة انتظار ما يسمى تغذية راجعة أو استجابة وبالتالي يبقى سياقها قريب من النمط الخطي مبني على فعل ورد فعل أي سبب ونتيجة.
- تجزئة الاتصال بهذه الطريقة وتبسيطه هو بعيد كل البعد عن الطبيعة الحقيقية للاتصال في تعقيده وتشابكه بحيث أننا لا نأخذ الاعتبار ما يحدث للبشر عند تواصلهم ببعضهم².

¹حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي: الأبعاد والمبادئ والمهارات، دار كنوز العلمية للنشر، عمان، الاردن، طبعة اولى، 2014، ص 115.

²حلمي خضر ساري، المرجع نفسه،ص123



ثانيا نموذج كوتلييه :

يعرض الباحث كوتلييه نموده تحت مسمى التل الجليدي Ice berg ويعتبر من بين النماذج التفاعلية التي انتقدت النموذج الخطي للاتصال، بحيث يقوم هذا النموذج على تشبيه كل من المرسل والمتلقي من خلال تواصلهما بجبلين من الجليد وأن هذا الجزء من الجبل لا يرى للطرف الآخر بمعنى أن الشخص الذي يتواصل مع الآخر لا يعرف عن شخصيته إلا القليل وهو الجزء الظاهر من جبل الجليد. ويرى كوتلييه أن الجزء الخفي من الجليد هو الذي يشكل الأساس و حتى نفهم ذلك علينا أن نعي علاقة الجزء الظاهر بالباطن أو مدى تحكم الجزء الباطن أو الخفي بالجزء الظاهر ويقدم كوتلييه فكرة الرسالة التي تمر عبر مراحل متداخلة .

مراحل سير الرسالة :

1. المرحلة التي تمر بها الرسالة تحت الماء.

2. مرحلة وضع الرسالة في الرموز.

3. مرحلة فك رموز الرسالة.

أولاً : المرحلة التي تمر بها الرسالة تحت الماء

تأخذ الرسالة قبل أن تصل إلى المستقبل طريقاً طويلاً ويتكون هذه الطريق من ثلاث مناطق

1. منطقة الصراع الذاتي :

وفيها تتعرض الرسالة إلى الصراعات الغير الواعية للفرد بمعنى الرغبة في الاتصال مع الطرف الآخر والخوف من

ردة الفعل وهكذا يستمر النزاع داخل الفرد إلى أن تتقرر الرغبة في الاتصال مع الآخرين ومنها تبدأ المرحلة الثانية .

2. منطقة الصور :

وهذه المنطقة مسؤولة عن التحكم في شكل ومضمون الرسالة قبل إرسالها إلى المستقبل ومجموع الصور

التي تتكون منها هذه المنقطة هي :

1) صورة المرسل عن نفسه :

أي كانت حقيقة في معناه الشكلي للفرد أو ما يريد أن يكون عليه المرسل بمعنى الصورة المثالية التي يطمح إليها .

2) الصورة التي يرغب المرسل أن يعرفها المستقبل عنه

وهي الرغبة التي يريد المرسل أو الانطباع الذي يود أن يخلقه لدى المتلقي وهذه الرغبة تتحكم في محتوى

الرسالة والشكل التي ستكون عليه .

3) الصورة التي يعتقد المرسل أن المتلقي يعرفها عنه

وهي صورة قد تحمل الحقيقة و إما أن تكون غير ذلك بمعنى خاطئة وهو ما قد يدفع المرسل للقيام بسلوكات لتصحيح صورته .

4) الصورة التي ترسم أثناء الاتصال

وهي الصورة التي يكوها كل من الفاعلين أي المرسل والمستقبل عن بعضهما أثناء الاتصال وتتجسد من خلال السلوكات معينة يقومان بها اتجاه بعضهما.

3. منطقة الشعور أو الوعي:

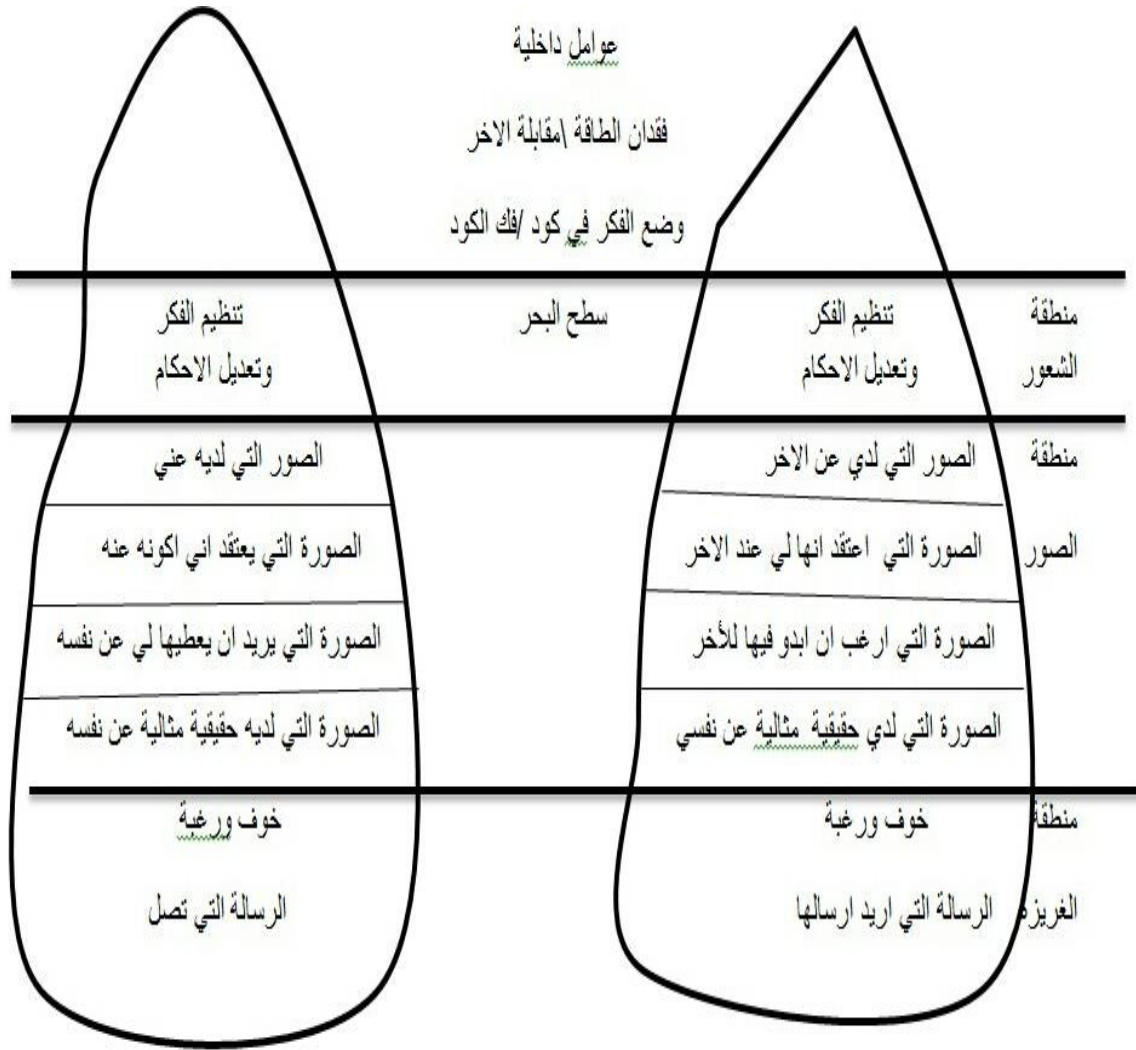
في هذه المرحلة قد تخضع الرسالة إلى تعديل من قبل الفرد لبعض صوره كمرسل أو بالنسبة لمستقبل الرسالة.

ثانيا: مرحلة ترميز الرسالة

لما تدخل الرسالة منطقة الشعور أو الوعي فإن هذا الأخير يقوم بإعادة تمحيص الصور السابقة أو إعادة تشكيلها كما يرغب المرسل في ذلك ،وعندما تتم هذه العملية فإنه يقوم بوضع رموز معينة ويرسلها إلى المتلقي وفي هذه المرحلة نظر كوتلييه إلى أن الرسالة قد تتعرض إلى عوامل خارجية قد تؤثر عليها مما قد يضطر المرسل إلى التعديل أو التحريف.

ثالثا:مرحلة فك الترميز

وهذا شأن مستقبل الرسالة يقوم بتفكيك رموز ما يصل إليه من رسائل من أجل فهمها ومعرفة مرادها ودلالاتها ويشير الباحث نفسه إلى تأثير العوامل التي قد تؤثر على تفكيك شأنها شأن العوامل التي تدخلت في الإرسال .



الشكل يوضح عملية تفاعل حسب نموذج كوتليه¹

لم يعد المنظرون في مجال التواصل الاجتماعي إلى الاكتفاء بهذه النماذج بل كثفوا جهودهم في فهم العملية التواصلية بعمق ولهذا نجد ظهور أطروحات جديدة .

¹ حلمي خضر، مرجع سبق ذكره، ص 129.

خلاصة :

إن المتتبع لتطور مفهوم التفاعلية في ميدان الإعلام والاتصال بشكل خاص والعلوم الاجتماعية بصفة عامة، يلاحظ ذلك التأثير الواضح لإفرازات التطبيقات التي أوجدتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة والانترنت، ونجد تأثير خواص التفاعلية في مختلف وسائل الإعلام مما نتج ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد حيث انتقل السؤال التقليدي من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام ، بالإضافة إلى تعدد آليات التفاعل والأدوات التي سمحت للمستخدمين بالمشاركة في المحتوى ومضامين وسائل الإعلام.

تمهيد:

هنالك العديد من النظريات التي فسرت التفاعلية، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وذلك وفق سياق نشوء كل نظرية. ويرجع الاختلاف فيما بينها إلى اختلاف الحقل المعرفي وإن كان متقارب فهو سليل حقل العلوم الاجتماعية والإنسانية، ولما كانت دراستنا تبحث في الآليات وأدوات التفاعل ارتأينا اختيار مقاربات نظرية متعلقة بالاتصال وفق مخطط (مرسل، رسالة، قناة، مستقبل) حتى نفهم فعالية هذه الآليات في تحقيقها للتفاعل. فكل عنصر من هاته العناصر هو عبارة عن جزء لا يتجزأ من العملية التواصلية التفاعلية، بحيث نقوم في هذا الفصل بعرض بعض النظريات التي فسرت التفاعلية في شقيها التقليدي والحديث وذلك من مختلف مكونات العملية التواصلية (مرسل-رسالة-قناة-مستقبل).

1-2 نظرية التفاعلية :

يرجع تأسيس هذه النظرية إلى كل من جورج زيمل (George Simmel) و شارلس كوولي (Cooley, Charles Horton) وتم تطويرها فيما بعد على يد الباحث مورس كينزبيرك (Morris, Ginsberg) وهذا في بداية القرن العشرين. وقد جاء ظهور هذه النظرية بعد زيادة الاهتمام بدراسة التفاعلات التي تحدث بين الجماعات والرغبة في فهم أشكال العلاقات التي تقع في المجتمع .

ينطلق شارلس كوولي (Cooley, Charles Horton) في دراسته للتفاعلية من فكرة الذات من حيث التطور والنمو في المحيط المعاش فيه، بمعنى تفاعل ذاتها مع نفسها ومع الآخرين (الغير)، وعملية التفاعل عنده تقوم على أربع محددات وهي :

1. الاختلاط بين الأفراد لمدة زمنية.
2. تقييم الفرد بعد التفاعل من قبل الغير.

3. تقييم الفرد لذاته وفقا لتقييم الغير.

4. التأثير الذي يقع على الفرد نتيجة التفاعل مع الغير.¹

أما جورج زيمل (George Simmel) يقدم ست ثنائيات من التفاعلات التي تسيطر على

الجماعات والنظم والمؤسسات وهي :

1. المركزية واللامركزية.

2. الرئاسة والمرؤسية.

3. الذاتية والموضوعية.

4. الصراعية والتوافقية.

5. التنافس والتعاون.

6. التحيز والحياد.

فلكل من هذه الثنائيات سياق تفاعلي خاص بها تتجسد في تفاعلات اجتماعية مختلفة.²

أما بالنسبة لمورس كينزبيرك (Morris, Ginsberg) فهو يصف التفاعلية بأنها مرتبطة بالعلاقات ويعتبرها

المحرك الأساس فهو يعرفها كالتالي : "هي التفاعلات التي تقع بين شخصين أو أكثر من اجل تحقيق أغراض

الأشخاص الذين يدخلون في مجالها أو فلكها"³.

¹إحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، طبعة أولى 2005، ص 69.

²إحسان محمد الحسن، المرجع نفسه ص 70.

³ Ginsberg, Morris, Sociology, london, oxford university press, 1980, p7.

ومن شروطها:

- وجود شخصين أو أكثر.
- حضور الرموز السلوكية والكلامية واللغوية.
- وجود الفعل ورد الفعل من المتفاعلين.

ويصنفها ذات الباحث إلى أربعة أنواع :

النوع الأول : علاقات اجتماعية عمودية: وهو اتصال أو تفاعل بين شخصين أو أكثر يحتلون مراكز اجتماعية مختلفة كعلاقة الطبيب بالمريض مثلا.

النوع الثاني: علاقات اجتماعية أفقية : وهو اتصال أو تفاعل بين شخصين أو أكثر يحتلون مراكز اجتماعية متساوية أو متكافئة كعلاقة بين عامل وعامل آخر.

النوع الثالث: علاقات تفاعلية رسمية: وهو الاتصال أو التفاعل الذي يقع بين شخصين أو أكثر ويكون حول عمل ما.

النوع الرابع: العلاقات الاجتماعية غير الرسمية: وهو الاتصال أو التفاعل بين شخصين أو أكثر ويكون حول أمور شخصية للأفراد.

ويعرج مورس على نتائج تلك العلاقات خاصة في المؤسسات بمعنى انعكاس تفاعل الأفراد على مردود المؤسسة سواء بالإيجاب أو بالسلب.

المبادئ الأساسية لنظرية التفاعلية :

- دخول الأفراد في علاقات مع بعضهم البعض لمدة زمنية.
- تكون العلاقات في جماعات مهما كان حجمها أو نوعها بحيث يتم التعرف على الآخرين.

- عملية التقييم التي يقدمها الأفراد اتجاه الآخرين بناء على الصور الذهنية.
- إيصال التقييم للآخرين عبر الاتصال والتفاعل.
- انعكاس (إيجابي أو سلبي) على الفرد ذاته أو المجتمع (تقييم الأنا والغير).
- المجتمع الإنساني نسيج من التفاعلات المعقدة والانطباعات والتقييمات الاجتماعية.¹

عموما التفاعلية في الحياة الاجتماعية كما يشير كروزيه (Michel Crozier) هي استخدام الناس استراتيجيات لبلوغ غاياتهم ولديهم القدرة على أن يتفاعلوا مع بعضهم البعض في ضوء توقعات شائعة لسلوك المجتمع لمختلف الفاعلين.²

2-2 نظرية التفاعلية الرمزية :

تنطلق هذه النظرية من أطروحة الفعل الاجتماعي من خلال عملية التفاعل من خلال نظام رمزي وقد جاءت هذه النظرية في أعقاب النقد الذي وجه للنظرية التفاعلية لشارلس كوولي (cooley, Charles Horton)، بحيث ركزت هذه الأخيرة على عملية تقييم الأفراد. ويرجع الفضل في تأسيس هذه النظرية إلى جورج هربرت ميد (George Herbert Mead) من خلال مؤلفه العقل والذات والمجتمع (Mind self and society) إلا أنه ليس الوحيد من رواد هذه النظرية فنجد إلى جانبه كل من هربرت بلومر (Herbert blumer) وفكتور تيرنر (Victor Turner).

يرى جورج هربرت ميد (George Herbert Mead) أن الذات الاجتماعية هي حصيلة تفاعل الفرد، وهي نتيجة تفاعل العامل النفسي الداخلي والذي يحمل السمات الشخصية للفرد والعامل الاجتماعي الذي يمثل البناء الاجتماعي المحيط بالفرد، ومن خلال هذه العوامل يكون الفرد صورة ذهنية أو رمز عن كل فرد تفاعل معه،

¹ إحسان محمد الحسن، مرجع سبق ذكره ص 83.

² دافيد سيلفرمان :تر عادل مختار الهواري :الإطار السوسولوجي لنظرية التنظيم ،سلسلة كتب علم الاجتماع والتنمية القاهرة الحديثة للطباعة ، طبعة أولى 1979.ص 263.

والمجتمع بالنسبة إليه ما هو إلا نتيجة التفاعل بين العقل والنفس البشرية ولا وجود للعقل أو النفس خارج المجتمع الإنساني، فسلوك الفرد ما هو إلا انعكاس لعملية التفاعل الاجتماعي المستمر في المجتمع.¹

أما هربرت بلومر (Herbert blumer) ومن المتعارف عليه أنه تلميذ جورج هربرت ميد، وإن كان التأثير وضحا في أعماله فيما يتعلق بالتفاعلية الرمزية إلا أن أفكار بلومر جاءت كإضافة لما سبق فانطلاقاً من التسمية وصولاً إلى اعتبار عملية التفاعل لا تقتصر على الأفراد فقط وإنما تتعداه إلى التفاعل بين الأفراد والمؤسسات والمنظمات والمجتمعات المحلية والطبقات.² وقد جاءت هذه الإضافات في مؤلفه التفاعلية الرمزية: المنظور والطريقة (Symbolic interactionism : perspective and method)، حيث انتقد المنهجية، خاصة العلاقة بين المتغيرات فهو يرى بأنها خاصة بالعلوم الدقيقة ولا يمكن تطبيقها في علم الاجتماع دون تعديل.³

يعتبر فيكتور تيرنر (Victor Turner) واحد من بين رواد التفاعلية الرمزية ، من مؤلفاته غابة الرموز (Forest of Symbols) فهو يرى أن الإنسان محاط بكم هائل من الرموز (تشبه الغابة) والإنسان يقوم باختبارها ومعرفة دلالاتها فهو يشمل كل الأشياء المادية والغير مادية المحيطة بالإنسان.

فالإنسان يلاحظ هذه الرموز وهذه الأخيرة لها تقييمات لديه فهي التي تحدد الصلة بين الإنسان والرمز وهذا التقييم يكون إما ايجابياً أو سلبياً ويقدم المسلمات التالية :

- الإنسان محاط بالأشياء المادية والاعتبارية.
- بواسطة اللغة والذات يتم اختبار وتجريب هذه الأشياء.
- تحول الأشياء إلى رموز بعد الاختبار.

¹عزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي : جدليات وتحديات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان طبعة أولى، 2010، ص ص 226-227.

² وهذا ما يدخل في صلب دراستنا حول تفاعل مع مؤسسة المهرجان في حد ذاتها.

³ إحسان محمد الحسن، المرجع سبق ذكره ص، 83.

- الرموز لها تقييمات إيجابية أو سلبية أو محايدة.
- الرموز الذي تعطيه لأي شيء هو الذي يحدد صورة التفاعل بيننا وبين الرمز.

المصطلحات المتداولة في هذه النظرية :

- التفاعل: مجموعة مستمرة من الاتصالات بين فرد أو جماعة أو أشياء اعتبارية (مؤسسات، منظمات... الخ).
- الرموز: مجموعة من الإشارات يستخدمها الأفراد للتواصل فيما بينهم وعلى أساسها تبنى التقييمات .
- الوعي الذاتي: وهي قيام الإنسان بدوره من خلال توقعات السلوك لدى الآخرين، بمعنى معرفة التقييمات من قبل الغير.¹

مبادئ التفاعلية الرمزية:

- يحدث التفاعل الاجتماعي بين الأفراد الذين يحتلون مراكز اجتماعية معينة ويأخذ زمنا معيناً.
- بعد التفاعل يكون الأفراد صوراً رمزية ذهنية على الأشخاص الذين يتفاعلون معهم وهي في نظر هيرت ميد لا تعكس جوهر الشخص وحقيقته الفعلية.
- انطباع الصورة الذهنية عن الفرد المتفاعل معه لمجرد رؤيته أو السماع عنه من دون التحقق من صحة الأخبار عنه.
- بعد تكوين الصورة الرمزية عن فرد معين فإنها تنتشر لدى الآخرين، كون الذي تفاعل معه كونه صورة رمزية عنه سواء بالإيجاب أو بالسلب وليس عن حقيقة ذلك الشخص.
- بعد عملية تكوين رمز عن شخص معين من الصعوبة بما كان تغيير ذلك أو تغيير تلك الصورة ومن هنا تتم عملية التقييم الفرد لذاته بناء على تلك الصورة الذهنية التي كوّنّها اتجاه الآخر.

¹ إحسان محمد الحسن، مرجع سبق ذكره ص. 83.

- تفاعل الشخص مع الآخرين أو لا ، يعود إلى اعتماد الصورة الرمزية التي كَوَّنَهَا عن الغير فإذا كانت ايجابية يستمر التفاعل وإذا كانت سلبية مع الشخص فسيتوقف.¹

ومع ذلك لاقت هذه النظرية جملة من الانتقادات خصوصا المنهجية التي صيغت بها هذه النظرية والمفاهيم التي قدمتها خصوصا ما تعلق بالفرد كذات بعيدا عن البناءات الاجتماعية والسياقات التي تحيط به.

2-3 نظرية الحتمية التكنولوجية :

الوسيلة هي الرسالة هكذا يقدم الباحث مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) أطروحته حول هذه النظرية فقد أعطى دورا هاما لوسائل الاتصال خاصة في المجتمع وقد قامت هذه النظرية على مجموعة من الفرضيات :

الفرضية الأولى: وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان:

يرى ماكلوهان أن الاختراعات التي أفرزتها التكنولوجيا هي التي تؤثر على المجتمعات، فالتحول الأساسي في تقنيات الاتصال يؤثر على التحولات في المجتمع. فطبيعة وسائل الاتصال التي تكون في فترة زمنية معينة هي التي تكون المجتمع أكثر مما تكون عليه الرسالة في تلك الوسيلة، بمعنى أن كل فترة زمنية معينة ترتبط بالوسيلة الإعلامية المتوفرة في زمنها وهو يقسم الاتصال الإنساني إلى أربعة مراحل:

1. مرحلة المشاهدة.
2. مرحلة الكتابة.
3. مرحلة الطباعة.
4. مرحلة الوسائل الالكترونية.²

¹ إحسان محمد الحسن، مرجع سبق ذكره ص 84.

² وهو التقسيم المعمول به في تطور وسائل الاتصال والإعلام

يشار إلى أن فكرة العالم قرية كونية هي التي ساعدت على نشر فكرة مكلوهان حول استخدام تكنولوجيا الاتصال.

الفرضية الثانية : الوسيلة هي الرسالة :

بمعنى أن كل وسيلة هي الأساس وليس المضمون أو المحتوى الذي تقدمه و ذلك في تشكيل المجتمعات، فالمضمون حسبه غير مهم بل الوسيلة ، فلكل وسيلة جمهور معين يتفوق اهتمامه على المضمون الذي تقدمه.¹ يعتقد مكلوهان أن هناك وسيلة أفضل من أخرى في تقديم مضمون أو تجربة أحسن من الوسيلة الأخرى كنقل مباراة كرة قدم على التلفزيون مثلا أفضل من جريدة أو الإذاعة فلكل وسيلة خصائص أفضل من الأخرى.

الفرضية الثالثة: وسائل الاتصال الساخنة و الباردة:

لقد قدم مكلوهان مصطلحين، الساخن والبارد لتوصيف وسائل الاتصال. ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب جهدا إيجابيا في المستقبل كما هو الحال بالنسبة للسينما أو التلفزيون فهي تحتاج إلى جهد كبير من قبل الجمهور للتخيل فهو بذلك يحتاج إلى مساهمة كبيرة من الجمهور أما الوسائل الساخنة فهي التي تقيم المعنى الجاهز مما يقلل من اجتهاد الشخص المتلقي فهي لا تحافظ على توازن الحواس كما هو الشأن في الوسائل الباردة.

ومع كل ما قدمه مكلوهان حول نظرية الحتمية التكنولوجية فإنه لقي انتقادات أبرزها حول مفهوم القرية الكونية التي لم تعد مجدية في خضم الفردانية التي عززتها تكنولوجيا الاتصال، والعزلة التي فرضتها على الفرد بالإضافة إلى تزايد متطلبات الأفراد من الوسائل أي البحث في الاستخدام والإشباع المحقق من الوسيلة الإعلامية وهو ما يتناقض مع التركيز على الوسيلة كرسالة .

¹فضيل دليو،الاتصال: مفاهيمه،نظرياته ووسائله،مرجع سبق ذكره ص 36.

4-2 نظرية انتشار المبتكرات الحديثة:

تقترب هذه النظرية من نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين مع توسيع المراحل التدفق ووسائطه وهذا في إطار تمديد وتعميق العلاقات الشخصية، تأخذ هذه المقاربة بفرضية تدفق الاتصال على مراحل وعبر أفراد والدور الذي يلعبه التأثير في نشر الأفكار المستحدثة خاصة قادة الرأي¹ وبالتالي تحليل مجموع عملية الابتكار أي عن طريق التركيز على انتشار المبتكرات وعلى مراحل، ويعتبر كل من الباحثين روجرز وشوميكير rogers & shoemaker من مؤسسي هذه النظرية، إذ يرى روجرز أن هذه النظرية تعتمد على أساس اتصالي، فانتشار الأفكار والتكنولوجيا بين الأفراد يتم من خلال الحملات الإعلامية إضافة إلى الاتصال الشخصي الذي يسهم هو الآخر في نشر هذه المستحدثات ولقد انتقل الاهتمام بهذه النظرية في حقل الإعلام في أمريكا بعدما كانت تهتم في بدايتها بالمجتمعات الريفية وتحديدا مجال الزراعة وتطويرها² ويقدم كل من الباحثان نموذجا لعناصر تدفق المعلومات المتعلقة بالابتكار كالآتي :

1- المصدر: المخترعون والعلماء وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي.

2- الرسالة: الابتكار الجديد.

- الوسيلة: قنوات وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي.

4- المستقبل: أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.

5- الأثر: تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك.

¹ يتجسد في هذه الدراسة في القائم بالاتصال في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي .

² Thomas Valente & Johns Hopkins ,Diffusion of innovations and policy Decision making ,journal of communication ,Vol 43 winter 1993 P30.

إذا سلمنا بفرضية هارولد لا زويل القائلة بأن الوسيلة هي الرسالة¹ في عرض أطروحته حول الحتمية التكنولوجية technological Determinism، فسنقول بالضرورة أن العنصر المستحدث ليس ما تتضمنه الوسائل الإعلامية الجديدة من رسائل بقدر ما تتحول هي بنفسها إلى رسالة²، وقد خص روجرز و شوميكرو المحددات والخصائص التي تحدد وانتشار المبتكرات فيما يلي:

1- الميزة النسبية : المستحدث أو المبتكر قد يكون شيء مشابه لشيء آخر موجود مسبقا ، لكن المهم هو مدى إدراك الفرد للمزايا النسبية للفكرة الجديدة سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية ويقصد بالميزة النسبية عادة مدى الفائدة الاقتصادية التي تعود على الشخص الذي يتبنى الفكرة أو الأسلوب الجديد .

2-درجة التعقيد: أي مدى إدراك الفرد للمبتكر أو المستحدث على أنه سهل الفهم والاستخدام ويلاحظ أن بعض الأفكار المستحدثة أكثر وضوحا وأيسر استعمالا من أفكار أخرى (اختلاف آليات وأدوات الإعلام الجديد فلكل منها خاصية تميزها عن الأخرى³) وتختلف المستخدمات في مدى سهولة فهمها والتعامل معها فكلما كانت الفكرة الجديدة سهلة التعامل والفهم زادت سرعة انتشارها.

3-الملائمة: والمقصود هنا توافق الفكرة مع القيم المنتشرة لدى من يتبناها أي كلما أدرك الفرد أن هذه المبتكرات تتفق مع قيمه واجتماعاته وخبراته السابقة زادت سرعة انتشارها، بمعنى أن هذا التوافق من شأنه أن يجعل الفكرة أسهل ومدى ملائمتها للحاجات التي يريد تحقيقها الفرد في عملية تبني المستحدث.

¹ فضيل دليو،الاتصال: مفاهيمه، نظرياته ووسائله، مرجع سبق ذكره ص36.

² . ومنه نشير إلى تقبل القائم بالاتصال في مهرجان الفيلم وسائل الإعلام الجديدة كحتمية لتحقيق أهداف تقليدية كالإعلام، الإعلان، الترويج وغيرها وأهداف جديدة تتمثل في خلق عالم افتراضي مواز لما هو كائن بحيث ستكون هناك اتصالات مباشرة وتفاعلية من دون حواجز أساسها المبتكر الجديد ألا وهو الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في هذا الشأن) وبالعودة إلى المبتكر ليست كل الأفكار والمبتكرات على قدر واحد من الذبوع والانتشار لأن هناك عدة آليات يقوم عليها الإعلام الجديد من البديهي أن تختلف كل أداة عن غيرها لأنها لا تتشابه في الخصائص والصفات ما يجعل بعضها أكثر رواجاً وأكثر تقبلاً من البعض الأخر.

³ Romain Risoan; les réseaux sociaux Facebook, twitter, linledin, viadeo , Google+, comprendre et maitriser ces nouveau outils de communication op cit p 80.

4- القابلية للتجريب: وتعني مدى قدرة الفرد على تجربة المستخدم على نطاق محدد على سبيل التجربة وقبل أن يتخذ القرار النهائي بشأنه ، لهذا كلما كان الفرد على تجربة المستخدم زادت فرصة تنبيه له بحيث يمكن أن يتعرف على المزايا النسبية للمستخدم / المبتكر من خلال هذه المعاينة.

5- قبول النتيجة: أي مدى وضوح استخدام أو تبني المستخدم فسهولة ملاحظة الفرد والجماعة لنتائج تبني المستخدم تزيد من إمكانية انتشاره وتتيح هذه الخاصية للفرد أن يتحدث عن المستخدم مع الآخرين مما قد يزيد من قناعتهم الخاصة بفوائده¹.

مع هذه المحددات يضاف إليها عوامل أخرى تساهم في نشر المبتكر نذكر منها:

- طبيعة ونوعية المجتمع والنمط الإيديولوجي المسيطر عليه.

- نوع الفكرة والابتكار.

- القيمة المادية للمستخدم.

- المستوى الاجتماعي والتعليمي الغالب على أفراد المجتمع.

- نوع المجتمع (فالمجتمع المتمدن المتحضر يعرف إقبالا كبيرا على كل ما هو جديد).

- العادات والتقاليد السائدة في المجتمع.² ولا يمكن لهذه المحددات أن تكون إلا عبر مرورها بالمراحل الخمس

حتى يقع تبني الأفكار والأساليب المستحدثة:

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1998، ص 255.

² حسن عماد مكاوي، المرجع نفسه ، ص ص، 256-257.

فروجرز يعرف عملية تبني الأفكار الجديدة والمستحدثة بوجه عام أنها "العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها"¹ وتتم هذه العملية بخمس مراحل هي:

1- مرحلة الوعي بالفكرة: وفي هذه المرحلة يسمع الفرد أو يعلم بالفكرة الجديدة لأول مرة ولا يمكن الجزم أن كان هذا الوعي عفويا أو مقصودا , ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية التبني .

2- مرحلة الاهتمام: تتولد في هذه المرحلة رغبة لدى الفرد في التعرف على واقع الفكرة وجمع المزيد من المعلومات عنها ليصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة والابتكار لهذا يصبح سلوكه هادفا بشكل كبير .

3- مرحلة التقييم: في هذه المرحلة يجري الفرد عملية موازنة ومطابقة بين ما جمعه من معلومات عن الفكرة المبتكرة في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلا لينتهي به الأمر إلى اتخاذ قرار يرفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العملي .

4- مرحلة التجريب: وفيما يستخدم الفرد المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة كي يحدد فائدتها وفق ظروف خاصة, فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر تبنيها وتطبيقها على نطاق أوسع أو العكس في حالة عدم جدواها .

-مرحلة التبني: تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي ، فالفرد قد انتهى إلى قرار تبني الفكرة المستحدثة بعد إقناعه بجدواها , غير انه يجب تذكر انه في بعض الحالات قد يتملص الفرد من التنفيذ تاركا الفكرة المستحدثة لأسباب عديدة ومتنوعة.²

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 267.

² حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع نفسه، 269.

2-5 نظرية الاستخدامات و الإشباع:

لقد انتقل السؤال في ميدان البحث في علوم الإعلام والاتصال من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور (نظرية الحقنة تحت الجلد أو القذيفة السحرية) إلى سؤال عن ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، أي عن استخدام هذه الوسائل و الإشباع الذي تحققه ، حيث كانت البداية الفعلية من خلال الدراسة التي قدمها كل من تامار ليباس (Tamar Liebes) و ايليهو كاتز (Elihu Katz) حول المسلسل التلفزيوني دالاس ومن هنا تم الانتقال من دراسة الرسالة والوسيلة إلى الجمهور وقد كان للكتاب أثر استخدام وسائل الاتصال الجماهيري ل ايليهو و كاتز دور في إبراز معالم هذه النظرية.¹

فلاستخدامات و الإشباع تبحث عن الحاجات التي تلي رغبات الجمهور ،وبهذا نعتبر أن الجمهور في هذه الحالة ناشط ينتقي اختياراته بدقة، وهنا يتقدم مفهومي الدافع والحاجة كمفهومين رئيسيان في البحث عن الاستخدام وتحقيق الإشباع و الرضا، ومن جملة الوظائف التي يقدمها ايلنهو نعددها كما يلي:

- وظيفة نفعية: يرتبط استخدام وسائل الإعلام بما يحققه من منفعة من خلال تعرضه لهذه الوسائل وتحمل نتيجة اختياره.
- وظيفة الدفاع عن الذات: يستخدم الفرد وسائل الإعلام التي تقدم صورة مُرضية عنه ويرفض التي تقوم بعكس ذلك.
- وظيفة التعبير عن القيم: وهو شعور بالرضا عن المحتوى الإعلامي الذي يُعبر عن القيم السائدة والتي يتمسك بها.

¹أرمان ميشال ماتلار،تر:نصر الدين العياضي و الصادق رابح: تاريخ نظريات الاتصال،مركز دراسات الوحدة العربية،طبعة الأولى،2005.بيروت ص ص، 166-167.

- الوظيفة المعرفية : وهي حاجة الفرد لمعرفة تساعده في بناء إدراكه وتشكيل معاني لتفسير و الفهم وتحديد موقفه.

يضيف دينيس ماكويل (DENIS MCQUAIL) الوظائف التالية :

- وظيفة الإعلام: بمعنى نقل الأخبار والمعلومات والمعرفة للأحداث والوقائع التي تحيط بالفرد والمجتمع.
- وظيفة تحديد الهوية الشخصية: ويتجسد ذلك من خلال أنماط السلوك من خلال تحقيق الفرد لذاته والتوحد مع قيم الغير.
- وظيفة التمسك والتفاعل الاجتماعي: وذلك من خلال التواصل مع الآخرين لتحقيق الانتماء وهي من حاجات الأفراد.¹

تقوم هذه النظرية على مجموعة من الفرضيات أبرزها:

- اعتبار الجمهور عنصر فعال ومشارك في عملية الاتصال الجماهيري وهو يستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهدافه.
- الاستخدام يعبر عن الحاجات التي يريدها الجمهور وفق معيار الفروق الفردية.
- الجمهور ينتقي محتوى الإعلامي التي تشبع حاجاته فحين تتنافس وسائل الإعلام تنهافت لتلبية هذه الرغبات.
- تحديد الدوافع من قبل الجمهور ومقدرتهم على اختيار الوسائل المناسبة لتحقيق الإشباع.
- تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية في عملية الاستخدام

¹ See Mcqail ,Denis , Mass communication theory,2010, 6ed.(ينظر إلى)

تهدف نظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى :

1. التعرف على دوافع الاستخدام لوسائل الاتصال.
2. معرفة كيفية استخدام وسائل الاتصال للجمهور من بعد استخدامه لها.
3. التعرف على الحاجات و الإشباعات التي يريدها الجمهور.
4. فهم المتغيرات وتأثيرها على الوسائل والتعمق في عمليات الاتصال.

تتكون نظرية من عناصر تتمثل في :

الجمهور : وهو نشيط باعتباره أنه انتقائي، فهو يبحث عما يريد وليس فيما ترغب أن تقدمه له بحيث يتدخل الإدراك كعامل في تحديد اختيارات الجمهور .

العوامل النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال: ويقصد بها، أن اختيار الفرد لمضامين يرجع إلى تركيبته الذهنية واستعداداته النفسية وظروفه الاجتماعية، وبالتالي يتعين على القائم بالاتصال معرفة حاجات الفرد النفسية حتى يكون في موقف قوي لإعداد الرسالة المناسبة لذلك.

الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام: ترتبط الدوافع بحاجات الجمهور من وسائل الإعلام ولهد نجد تصنيف ماسلو يقسم الحاجات إلى نوعين أساسية مثل الحاجة إلى المعرفة والتواصل مع الآخرين والحاجات الثانوية كمعرفة الأحداث وغيرها.

توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: تفترض نظرية الاستخدامات و الإشباعات أن لدى الجمهور مجموعة من التوقعات التي تبين قدراتهم على معرفة الاختيارات المتنوعة بين مختلف وسائل الإعلام وانتقاء الكم الهائل من مضامين رسائلها وذلك وفق القيم والسمات الثقافية التي يحملها الجمهور.

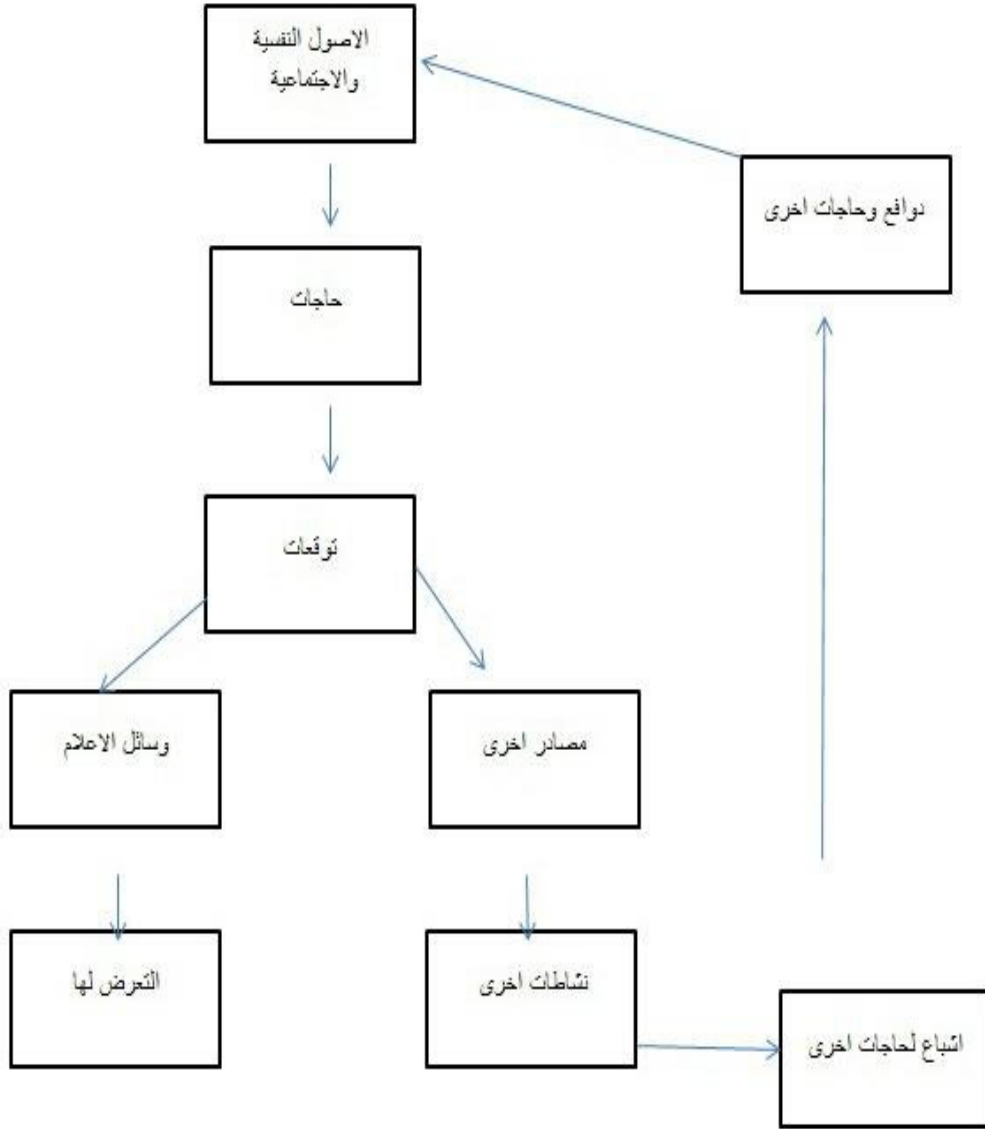
إشباع وسائل الإعلام: تأخذ هذه الفرضية منحىين للتفريق بين إشباع التي يريدونها الجمهور و إشباع التي تتحقق فعليا، فالإشباع المطلوبة والتي يريد الجمهور الحصول عليها وتحقيقها من خلال الاستخدام المباشر لوسائل الاتصال ولكن ليس ما يطلبه الجمهور يحقق رغباته ويشبعه. أما الإشباع المحققة فعليا فهي الإشباع التي يحصل عليها من خلال استخدام وسائل الاتصال والتعرض لمحتواها وتحقق إشباعا حقيقيا لحاجاته .

وفي كل مما تقدم لاقت هذه النظرية مجموعة من الانتقادات تمحورت حول كيفية قياس واستخدام المستقبل للوسيلة الإعلامية وعدم توفير بدائل كثيرة يلغي فكرة الجمهور النشط، بالإضافة إلى اتخاذ الاستخدام والإشباع كمطية لإنتاج المحتوى الإعلامي الهابط، وهذا ما تذهب إليه المدرسة النقدية وذلك بالتركيز على المضامين الترفيهية والتسلية على حساب المضمون الجاد¹.

نموذج كاتز للاستخدامات و الإشباع

في هذا نموذج يوضح كاتز كيف تتشكل الإشباع ببعض الحاجات من خلال التعرض لوسائل الإعلام والتوقعات التي من شأنها تلبية حاجاته انطلاقا من العوامل النفسية والاجتماعية للفرد .

¹ تذهب مدرسة فرانكفورت إلى نقد المجتمعات الصناعية وخاصة الصناعة الثقافية منها.



نموذج كاتز للاستخدامات و الإشباعات¹

¹ سلسلة محاضرات في نظريات الاعلام والاتصال موقع جامعة ورقلة Elearn-univ-ourgla.dz تاريخ الزيارة 2016/03/15 على الساعة

6-2 نظرية فاعلية الشبكة Actor Network theory

هي إحدى النظريات الاجتماعية التي تم تقديمها وتطويرها من قبل الباحثين برونو لاتور (Bruno Latour)¹ وميشال كالون (Michel Callon) وجون لاو (John Law)²، بحيث تختلف هذه النظرية عن النظريات الأخرى، فهي تهتم بالمنظمات والمؤسسات والأشياء وليس فقط الإنسان أو العامل البشري.

تقوم نظرية فاعلية الشبكة على فكرة الشبكة التي نجد فيها مجموعة من العناصر الغير المتجانسة بحيث تتضمن هذه الأخيرة أجزاء اجتماعية وتكنولوجية وهما في تكامل بينهما حسب هذا النظرية، وهي تهدف إلى وصف مكونات البشرية والغير بشرية كونها عناصر فاعلة ومتساوية ومرتبطة ببعضها البعض من أجل هدف معين، وتسعى هذه النظرية إلى تجاوز الطرح التقليدي عن نشوء المعرفة، ف-لاتور يرى أن النتائج العلمية هي تحصيل لعوامل غير متجانسة فيما يقوم به العلماء.³

الاستخدام الأكثر شيوعاً لهذه النظرية هو في تحليل السياقات وعلاقته بتطوير مجتمع المعرفة والتكنولوجيا، بحيث تضم الشبكة مجموعة من العناصر المادية والإنسانية المتكاملة معا وتتميز بالانسيابية والديناميكية وهي تعمل وفق شكل نظامي وتسمح بدخول الأفراد إليها (الشبكة) ولا يمكن أن يكون لأحد مركزاً أو محورياً في داخلها.

وهي تستند في تحليلها إلى الأسس التالية:

- العلم قائم ومؤسس اجتماعياً.
- العلم وسياقه يتميز بالنسبية.

¹ Latour, Bruno, Reassembling the social: an introduction to Actor Network theory, oxford university press, newyork, 2005. p29.

² Johan Law, After ANT: complexity, naming and topology, the editorial board of the sociological review, bladwell publishers, oxford, uk, 1999. p44

³ Latour, Bruno, Reassembling the social: an introduction to Actor Network theory; p13.

- المعرفة والقوة متفاعلان ومرتبطان.¹

المفاهيم الأساسية للنظرية :

1- العنصر الفاعل :

وهي الكيانات التي تقوم بالأشياء وقد تكون عناصر بشرية أو غير ذلك وقد يكون عبارة عن مهارات ويعرفه لاتور على أنه كل ما يمكن تمثيله .

2- الصندوق الأسود:

وهو الذي يحتوي على الأشياء التي لم تعد مهمة وهو يمثل النظام الذي تتعامل معه المدخلات والمخرجات، والعناصر التي تتشكل منه هي الأشياء المغلقة جدا وقد يشمل شبكة مغلقة من الناس والأشياء.

3- الشبكة :

هي مجموعة من العلاقات بين مختلف الكيانات الغير محددة تربط بين الأشياء والأفراد وفيها تكون علاقة تبادلية والفاعل لا يقوم بدوره بدون شبكة، وبالتالي الشبكة هي عنصر فعال في الربط بين العناصر الغير متجانسة وهي قادرة على تحويل مكوناتها لتظهر بشكل مختلف.

4- القانون:

وهو مجموعة القواعد التي تسمح أو تمنع أي عنصر من عناصر شبكة سواء كان شخص مادي أو اعتباريا في الشبكة.

¹ Tara Fenwick, Richard Edwards , Actor network theory in Education , routledge ,USA .2010, p 11.

5- الوساطة :

تتمثل في لغة الشبكة فمن خلال الوساطة يتواصل الفاعلون مع بعضهم البعض وهي التي تربط العناصر الفاعلة وبالتالي تحديد الشبكة نفسها.

تقوم نظرية فاعلية الشبكة على ثلاث محددات في سيرورتها تبدأ بالبروغ ثم التطور وتنتهي بالاستقرار.

• البروغ والنشوء :

إن ظهور الشبكة لا يتم إلا بوجود فاعلين وقد تنبثق هذه الشبكة عن شبكات أخرى موجودة قبلها.

• التطور:

التطور يكون وفق مبدأي التقارب والتباعد بين عناصر الشبكة، إضافة عناصر جديدة إلى الشبكة قد يؤدي إلى التوحس منها وبالتالي يحدث تباعد، فالعنصر الجديد هو حتما عنصر قديم في شبكة أخرى وهذه النقاط (التباعد والتقارب) قد تتسبب إما في استقرار الشبكة أو تفككها .

• الاستقرار:

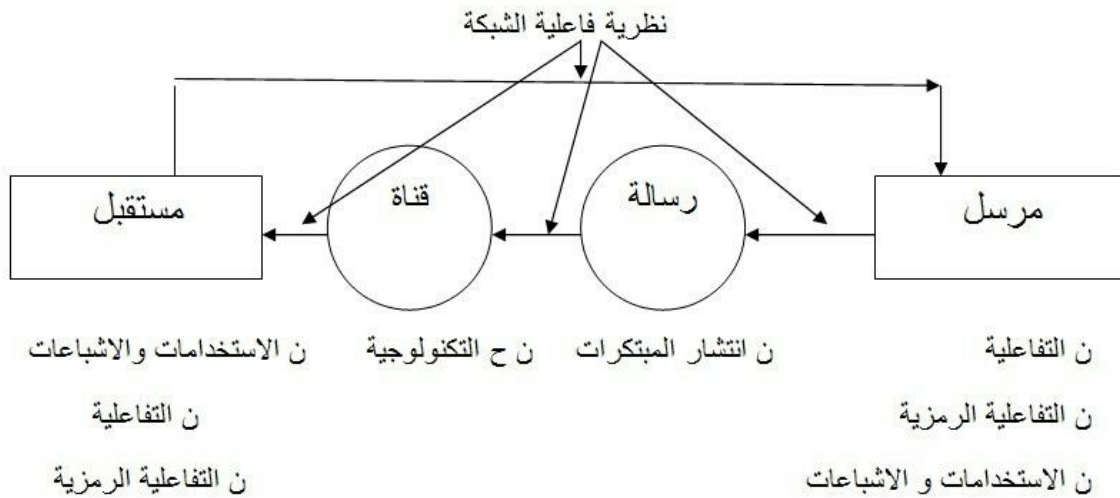
كما قلنا فالشبكة التي تحقق التقارب تحافظ على الاستقرار وتزدهر وتصبح قادرة على أن تكون نقطة ارتكاز لأي شبكة أخرى، أما الشبكات الغير القادرة على تحقيق الاستقرار فمصيرها الاختفاء من المشهد، ولهذا حتى يضمن بقاء الشبكة يتم الاستناد إلى مبدأ التقارب لتحقيق الاستقرار.¹

¹ مريم محمود ، نظرية الشبكة الفاعلة Actor-Network Theory ومحددات استخدامها في مجال الإعلام، تاريخ الزيارة 2016/07/11 على الساعة 9:10

<http://papersofarationalgirl.blogspot.com/2011/12/actor-network-theory.html>

خلاصة :

يتبين لنا من خلال هذا الفصل أن كل نظرية حاولت تفسير ظاهرة اجتماعية معينة وخاصة في مجال الإعلام والاتصال، وذلك بالتركيز على جانب معين. فنظريتي التفاعلية والتفاعلية الرمزية تركز على الأفراد والذات الإنسانية التي تقوم بفعل التفاعل مع ذاتها ومع غيرها، وبناء تصورات وصور ذهنية ورموز للتواصل مع الآخرين. بينما نجد نظرية الحتمية التكنولوجية تركز على الوسيلة الاتصالية بمعنى القناة التي تنقل الرسالة واعتبارها أهم من الرسالة في حد ذاتها، فحين نجد نظرية انتشار المبتكرات تركز على أن الرسالة هي الابتكار الجديد كاستخدام وسائل التواصل مثلاً، بينما تقدم لنا نظرية الاستخدامات و الإشباعات فكرة عن متلقي المضامين الإعلامية من الجمهور وكل هذه العناصر تدخل في شبكة تحدد فاعليتها نظرية فاعلية الشبكة و المخطط التالي يوضح ذلك.



مخطط من إعداد الباحث في سياق التوظيف النظري للدراسة

تمهيد

لا يستقيم الحديث عن مهرجانات الأفلام دون الرجوع إلى المكون الأساس لها وهي الصناعة التي خلقت هذا الفضاء ونقصد هنا الصناعة السينمائية والمواد الفيلمية وبمختلف الأبعاد التجارية، التقنية، الفنية والجمالية، فلولا السينما لما كانت هناك مهرجانات الأفلام وحتى نكون في السياق الذي نتخندق فيه الجزائر ينبغي النظر إلى محيطها الإقليمي فقد سبقتها تاريخيا بعض الدول العربية في بروز بعض مهرجاناتها على الساحة الدولية (مهرجان قرطاج و القاهرة مثلا) بعكس الصناعة السينمائية بحيث كانت للجزائر مكانة في فترة من الفترات اعتبر العصر الذهبي للسينما الجزائرية.

1-3 : السينما وصناعة الأفلام

اختلفت الآراء حول التأريخ لبدايات السينما فهناك من يربط ظهورها بالاختراعات و ظهور آلة التصوير والتسجيل وهناك من يربطها بالتجارب المتتالية بدء من الأفلام الصامتة وصولا إلى الخدع مرورا بالحركة. وفي هذا الصدد تقدم مجموعة من التعاريف ويرتبط كل تعريف بزاوية معينة فالتقنيون على سبيل المثال يرون أن السينما على أنها شريط ملفوف على بكرة يعرض صور ثابتة وجاء هذا التعريف نتيجة اختراع آلة العرض المعروفة باسم cinématographe وهي إشارة إلى الصور المتحركة والمأخوذة عن اليونانية kenema kinematos بمعنى الحركة¹ وهكذا بعد توالي التجارب وتطور التقنية إلى أن أصبح الأمر متعلق بالكاميرا، فحين نجد أن هناك من يركز على الجانب الجمالي في السينما بمعنى آخر الخصائص التعبيرية الفنية والبعد الاستيطقي فيها فجوهر السينما عند التقنيون هو الحركة المتتابعة للصورة أما الجانب الجمالي فيها فهو فيما تقدمه تلك الصور من إبداعات ونقصد هنا الفيلم. فالفيلم يترجم تلك الصور عن طريق الحركة بعدما كانت ثابتة وذلك في إطار متسلسل ومنظم، وبالعودة إلى الجانب الجمالي والإبداعي يتم التركيز على تجارب الأفلام المقدمة وكان أهمها الذي قدمه الأخوان لوميير في فيلمهم

¹ البرت فولتوم، السينما و آلة الفن، تر:صلاح عزالدين فؤادكامل، مكتبة مصر ، القاهرة، 1960 ص 32 .

الخروج من مصنع لوميير¹ وما اعتبروه من أن السينما هي عبارة عن مرآة عاكسة للواقع وهو ما يعكس جملة الأعمال الفيلمية التي قدمها الأخوان، وفي اتجاه آخر هناك من يرى أن فن السينما ليس مرآة عاكسة للواقع لكن هو تجسيد لفن الخداع البصري أيضا، وهذا ما ذهب إليه جورج ميليس² من خلال إدراج مكونات كالألعاب السحرية والخيال في تشكيل صورة بيانية مغايرة لتلك الموجودة في الواقع، ومنه يمكن القول أن السينما هي وسيلة تواصل جماهيرية تحاكي الواقع والخيال وهي من الصناعات الثقافية.

تعريف السينما :

تتعدد تعريفات السينما نظرا لتعدد الزوايا التي عملت على هذا الموضوع فنجد التعريف الاصطلاحي والتقني والفني والاشتقاقي وإن اختلفت هذه التعاريف في جزئيتها إلا أنها تتفق في عموميتها على أن السينما هو ما يتم عرضه من صور متحركة وتجمع الفنون التي سبقت ظهورها من دراما ورقص وموسيقى فهو فن مركب³، كما تعتبر من وسائل الإعلام الجماهيرية فهي التي تبعد الصور وتعبّر عن آراء وأفكار وهو انعكاس في بعض جوانبها للواقع ويتجسد من خلالها شكل من أشكال التعبير الفني كما يعتبرها البعض الأخر سلعة اقتصادية فهي تخضع لقواعد السوق والمنافسة .

خصائص السينما كوسيلة إعلام جماهيرية:

- تخاطب السينما حواس الجمهور من سمع و بصر من خلال توظيف الحركة، الألوان، الصوت والمؤثرات للتأثير في المتلقي .

¹George sadoul,Histoir du cinema mondial,falllario,paris1973,p 24 .

² George sadoul,op cit p 25.

³جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال :الوظائف،الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص78.

- لا تخاطب السينما جمهورا محددًا، فيستطيع أي كان متابعتها فهي لا تحتاج إلى معرفة بالقراءة والكتابة فهي تخاطب بالصورة أكثر .
- يكون أفراد الجمهور مهينون لمشاهدة المادة السينمائية وتقبل مضمونها وذلك حينما يتردد على قاعات العرض.
- تؤثر السينما تأثيرا كبيرا على المتلقي من خلال بعض الأفلام التي تهتم القضايا الإنسانية فعادة ما يقلد الجمهور أبطال الفيلم في الحركة والملبس وغيرها وهذا ما يسمى بالتقمص الوجداني¹.

الصناعة السينمائية في العالم:

تتعدد أقطاب صناعة الأفلام السينمائية في العالم بحيث تلقى هذه الصناعة رواجًا واسعًا ونجد المتصدر الأساسي والمهيمن فيها هي الولايات المتحدة الأمريكية والممثلة في إنتاجات هوليوود ويقدر حجم إنتاجها العالمي بـ 6 بالمائة من إجمالي الإنتاج². وبالحدوث عن الصناعة السينمائية في العالم نجد أن دول أمريكا اللاتينية كانت فيها السينما بحسب قدرة كل بلد على إنتاج هذا النوع من الفنون بل وحتى تأثير صناعة هوليوود عليها، غير أن ما يميز تلك الصناعة بشكل عام في هذه القارة هو صناعة الأفلام الصامتة التي عرفت تطورًا وانتشارًا في بلدانها كالبرازيل والمكسيك والأرجنتين وغيرها ، ومن جملة المميزات التي تميزت بها هي اللغة التي كانت تقدم بها تلك الدول أفلامها لهذا صنفت بأفلام دول أمريكا اللاتينية لكن سرعان ما تم الإشادة بالأعمال التي كانت تقدمها هذه السينما نظير الموضوعات التي تقدمها وافتككها الجوائز لمرات عديدة في المحافل الدولية ، وتختلف الموضوعات سينما أمريكا اللاتينية حسب دولة المنتجة للفيلم فنجد الشق الاجتماعي والثوري في كوبا مثلاً أو تأثير ثقافة السكان الأصليين فالبيرو لكن سرعان ما تطورت السينما في مطلع الستينيات القرن الماضي مع ظهور موجة جديدة من المخرجين ثم عاودت الركود

¹ جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره ص 79.

² احصائيات جامعة بركلي الأمريكية www.berkeley.edu تاريخ المعينة 2016/03/13 توقيتها 16:05.

في مطلع السبعينات نتيجة الأوضاع السياسية التي كانت تشهدها تلك الدول من انقلابات عسكرية وتبقى الميزة الرئيسية هي تصدر كل من الدول الثلاث البرازيل المكسيك والأرجنتين في صناعة وإبراز معالم سينما دول أمريكا اللاتينية.

أما في القارة الأوروبية، التي تعتبر مهد الصناعة السينمائية وتعدد أقطابها على مختلف دولها إلا أنها لم تسلم من التأثير والهيمنة الأمريكية، فالبدائيات طبعاً كانت في فرنسا مع الاخوة لوميير حيث عرفت بأولى العروض السينمائية في العالم ثم ظهور ما يسمى بالأفلام الصامتة والتي حققت فيها أوروبا نجاحاً ولقد كان للمدراس تأثيراً واضحاً في انتاجات السينما الأوروبية من الواقعية والتعبيرية والانطباعية وهذا ما تميزت بها بلدان أوروبا الغربية فرنسا، ألمانيا، بريطانيا و إيطاليا، ثم تطورت هذا الصناعة في هذا البلدان وظهور موجات جديدة من الانتاج دون أن ننسى دول أوروبا الشرقية في مطلع الخمسينيات والستينات في كل من بولونيا تشيكوسلوفاكيا والبلدان الإسكندنافية مطلع التسعينيات القرن الماضي .

ونفس الأمر في روسيا إذ شهدت عام 1903 افتتاح دور للعرض¹، أما في إفريقيا إذا ما استثنينا البلدان العربية الإفريقية فيمكننا القول أن البدايات الأولى للسينما الإفريقية كانت بعد حركات التحرر في مرحلة الستينات والسبعينات، إذ شهدت بعض البلدان الإفريقية قفزة نوعية كصناعة الأفلام في نيجيريا أو ما يطلق عليها باسم "نوليوود"². وتعكس السينما الإفريقية مشاكل وهموم المواطن الإفريقي يجعلها مواضيع كالفقر والمجاعة و الأزمات.

وتحاول كل دولة تقديم أعمال فنية متميزة وهذا ما تجسد من خلال بعض الأعمال في كل من نيجيريا، مالي بوركينا فاسو، روندا، جنوب إفريقيا وغيرها، دون أن ننسى دور أكاديمية الفيلم الإفريقي التي تأسست سنة 2004 في دعم السينما الإفريقية.

¹ موقع قناة آر تي بالعربية https://arabic.rt.com/tags/cinema_russia تاريخ الزيارة 2017/03/13 على الساعة 17:40.

² ستيف أومانوفيتشي، انطلاقة النجاح: انطلاق صناعة السينما في إفريقيا، مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي، ع، 40 يونيو 2016، ص 30.

إن المتبع للسينما الآسيوية سيلاحظ ذلك التنوع في أقطاب صناعة هذا الفن ونجد من أبرزها بوليوود رمز الصناعة الهندية و ظهور مراكز أخرى على ساحة الدولية كصناعة الأفلام الصينية واليابانية والكورية وحتى في إيران .

كانت البداية في اليابان عام 1898 بإنتاج أول فيلم قصير ونفس الفترة تقريبا نجد أول إنتاج فيلم في الهند، ولقد ازدهرت السينما في آسيا في فترة الثلاثينيات القرن الماضي ويرى النقاد والمتبعين أن ازدهار السينما جاءت بعد الحرب العالمية الثانية أين عرفت السينما الصينية أوج عطائها تليها فترة الخمسينات والستينات التي عرفت اكتساح السينما الهندية وتبوؤها مكانة لا بأس بها. دون أن ننسى السينما في هونغ كونغ وظهور السينما الإيرانية على يد نخبة من المخرجين يتقدمهم عباس كياروستومي.

وفي استراليا كانت الانطلاقة عام 1896 حيث تم عرض أول فيلم. ولم تسلم استراليا من هيمنة السينما الأمريكية على سوقها الداخلي وهكذا ازدادت الضغوط على المنتجين المحليين لمواكبة ما هو موجود على الساحة الدولية¹ وقد أثارت هذه الهيمنة أزمة ثقافية من خلال سيطرة الثقافة الأمريكية على الثقافة الاسترالية من خلال السينما.

3-2 : السينما في الوطن العربي :

الكلام عن السينما في الوطن العربي يجرنا إلى الحديث عن المتصدر فيها وهي مصر، فهذه الأخيرة لازالت تهيمن على السينما العربية إنتاجا وعرضا إلى يومنا هذا ،فمصر من أوائل البلدان العربية التي عرفت السينما وذلك من عام 1896 ،حيث قدم أول عرض سينمائي بالقاهرة. وفي سنة 1897 أقيم في مدينة الإسكندرية أول عرض سينمائي بواسطة أجهزة لوميير وهكذا بعض العروض المتتالية هنا وهناك تم تأسيس دور خاص بالعرض. إذ شهد عام

¹مقال على الانترنت تاريخ الزيارة 2017/3/13 على الساعة 15:15 <http://www.alwasatnews.com/news/379809.html>

1905 وجود ثلاثة دور عرض في القاهرة وكان أفراد الشعب وتلاميذ المدارس والطلاب هم من يشكلون جمهور السينما المصرية.

بدأ أول تصوير سينمائي بالإسكندرية عام 1907 وتم صناعة أول فيلم روائي طويل سنة 1923 وهو "في بلاد توت عنخ آمون"، وفي سنة 1934 تم تشييد استديو مصر، وقبلها بعام أنتج أول فيلم مشترك مع الأجانب وتحديدًا مع شركة جومونت الفرنسية وهو فيلم "ياقوت أفندي" ثم فيلم "القاهرة- بغداد" من خلال الإنتاج المشترك بين مصر العراق وإيطاليا.

ويرى النقاد أن مرحلة الأربعينيات تمثل مرحلة ازدهار الصناعة السينمائية المصرية حيث انتقل الإنتاج من تسعة أفلام عام 1939 إلى ستة عشر فيلماً عام 1945 ومردده ذلك إلى دخول رؤوس الأموال إلى ميدان صناعة السينما وظل إنتاج الأفلام في تزايد مستمر بالموازاة مع تزايد دور العرض السينمائي وإنشاء استوديوهات تصوير.¹

أما بقية الدول العربية فتختلف التجربة من بلد إلى آخر نلخصها وفق المحاور التالية:

1. بلدان المغرب العربي :

البدايات الأولى للسينما كانت عن طريق المستعمر الفرنسي خاصة في الجزائر وتونس والمغرب وذلك من خلال إقامة مؤسسات تشرف على هذا النوع من الإنتاج، فنجد انشاء دائرة السينما في الجزائر 1947 ومركز السينما التونسي 1946 والمركز السينمائي المغربي 1944 بينما كانت ليبيا تخضع للإحتلال الايطالي وكحتمية نجد تأثير السينما الايطالية فيها.

¹ الكسان جان، السينما في الوطن العربي، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 51 يناير 1978 ص ص 251 259.

المغرب:

كانت البدايات الأولى للسينما في المغرب من خلال بعض المحاولات هنا وهناك، بالإضافة إلى تصوير الأفلام الأجنبية وذلك نتيجة الطبيعة القريبة من أوروبا والمناخ المعتدل، حيث قدرت دور العرض بحوالي 250 دار عرض¹ في تلك الفترة أي خمسينات القرن الماضي وعلى أثرها أنشئ المركز المغربي للسينما عام 1944 في ظل الاحتلال الفرنسي، وكانت هناك عدة مراكز تنشط في هذا الحقل منها المركز المغربي للسينما كما ذكرنا بالإضافة إلى قسم السينما التابع لوزارة الاعلام بحيث كانا يشرفان على إنتاج بعض الاشرطة بهدف دعائي وبعده لغات (اللغة العربية، الفرنسية والاسبانية) بالإضافة إلى عرض إنتاجات السينما الأجنبية، وتخضع كل ذلك إلى الرقابة بحيث يجب أن لا تتعارض مع ثوابت الدين الاسلامي أو تتعارض مع سياسة الدولة .

ولد كانت السينما في المغرب عبارة عن سوق استهلاكية نتيجة احتكار دور العرض وتوزيع الانتاج مما اثر سلبا على التعاون الخارجي مع السينمات الأخرى أو المجاورة فكلا منها يصب في اتجاه مغاير (مثلا الجزائر تركز على السينما الثورية في نفس الفترة) وذلك بسبب طبيعة الاحتكار والمحافظة التي تميزت بها السينما المغربية في بدايتها ويشير الكسان إلى أن صناعة الأفلام في المغرب تعود الى المجمعين الرئيسيين وهما استوديوهات صيوصي في الرباط والذي تأسس سنة 1944 وأستوديو عين الشوك في الدار البيضاء والذي تأسس سنة 1967 .

ويشير الكسان الى ظهور نزعتان بعد الاستقلال في السينما المغربية فواحدة تهتم بالجانب التجاري وتركز على الانتاج المنخفض التكاليف ونزعة أخرى تهتم بما يحاط من سينما ليس كإنتاج وانما تأريخ لها .

¹الكسان جان، السينما في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره ص 251 .

تونس :

تعود التجارب الأولى للسينما في تونس إلى المحاولة الأولى عام 1921 حين قام الناقد والمصور شمامة شكلي بإخراج فيلمه الزهراء، وبذلك يعتبر أول محاولة لصنع سينما محلية على المستويين العربي والأفريقي، ولم يختلف الأمر كثيرا عن باقي البلدان المغاربية الأخرى التي كانت تقبع تحت سلطة الاحتلال الفرنسي، فظل الإنتاج في مراحله الأولى تحت سلطة المركز السينمائي التونسي الذي تأسس سنة 1946 ليتحول فيما بعد تحت مسمى آخر ستوديوهات إفريقيا عام 1949. بحيث كان يتم إنتاج الأفلام القصيرة والوثائقية.

بلغ دور العرض بعد الاستقلال في تونس حوالي 120 دار عرض، وكانت عدة شركات قد تأسست لكن الاحتكار كان من قبل الدولة التونسية والمتمثلة في الشركة التونسية للتنمية السينمائية والإنتاج عام 1962. وتنتشر في تونس النوادي السينمائية والجمعيات (جمعية السينمائيين التونسيين للمحترفين 1970، الجامعة التونسية لهواة السينما و الجامعة التونسية لنوادي السينما) ومن خلال توالي الانتاجات دخلت السينما التونسية مرحلة جديدة من خلال بعض الاعمال التي وصفها النقاد بالناضجة ويقدم جان الكسان كرونولوجيا تطور السينما في تونس بدءا من عام 1908 بتدشين أول قاعة عرض في تونس 1924 إنتاج أول فيلم تونسي إلى غاية 1968 بتدشين مخابر للسينما المتطورة.¹

ليبيا:

على خلاف باقي بلدان المغرب العربي الأخرى والتي كانت تقبع تحت الاحتلال الفرنسي، كانت ليبيا تحت سلطة الاحتلال الايطالي ومن البديهي أن تكون سوق السينما الليبية تحت الهيمنة الايطالية، فقد بلغ دور العرض حوالي ثلاثين وكانت تعرض الأفلام الايطالية والمصرية والامريكية فيها، ويرى النقاد أن السينما في ليبيا مرت بمرحلتين

¹الكسان جان، السينما في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره ص 259 .

الأولى بدء من عام 1963 و تميزت بإنتاج الأشرطة التسجيلية وكان إنتاجها من قبل بعض الهواة وتم تقدير إجمالي الإنتاج هذه المرحلة بسبعين شريط أما المرحلة الثانية فكانت عام 1973 ، عندما أنشئت المؤسسة العامة للخيالة الليبية والتي بدورها أنشأت مصنعا حديثا فخلال فترة خمس سنوات تم إنتاج ما يربو عن 134 شريطا تسجيلي وقد تولت هذه المؤسسة إنتاج أول شريط روائي طويل عن معركة **تافرقت** وتضم هذه الهيئة العديد من المخرجين والفنيين الليبيين، أما من حيث الإنتاج فيرى النقاد أنه لا يتعدى أشرطة تسجيل أو اشرطة وثائقية عن الحرب الليبية الايطالية ومن أهم الأفلام الليبية المنتجة نجد فيلم انتفاضة شعب للمخرج احمد الطوخي سنة 1970 .¹

موريتانيا:

دخلت السينما الموريتانية بدايات الستينيات على يد الفرنسي غميز حيث تم افتتاح دور للعرض بالعاصمة نواكشوط وقد بلغ عددها 11 دار عرض، وكانت البوادر الأولى للسينما الموريتانية ما قدمه **همام اخال** من خلال أفلامه التسجيلية الثلاثة وخلال الفترة التي أعقبت هذه المرحلة، شهدت الساحة السينمائية الموريتانية موجة من المخرجين الذين لمعت اسمائهم في السينما الموريتانية ومنهم محمد ولد السالك ومحمد هندو وسيدني سوخنا، وتعتبر دار السينمائيين الموريتانيين من بين المؤسسات التي تهتم بالشأن السينمائي في البلاد والذي أسسها المخرج عبدالرحمن ولد أحمد السالم .²

¹الكسان جان، مرجع سبق ذكره، ص 275.

² موقع وزارة الثقافة والصناعة التقليدية الموريتانية : <http://www.culture.gov.mr/spip.php?article55&lang=ar> تاريخ المعاينة

يوم 2017/03/16 على الساعة 9:30

2. بلدان الخليج العربي.

تعتبر بلدان الخليج عموماً حديثة العهد بالسينما ولهذا قمنا باختيار عينة بسيطة للتعرف على بعض السينمات فيها ومنها :

البحرين:

يرى الكاتب الصحفي محمد علال أن السينما البحرينية الأكثر وجوداً وحضوراً في مقابل دول خليجية أخرى ويعود الفضل إلى في ذلك إلى شركات الإنتاج: عمران ميديا ومركز فريم بوكس للتصوير والإنتاج السينمائي والتلفزيوني. حيث أشرفت على إنتاج العديد من الأفلام منها كشمير تنادي للمخرج خليفة شاهين سنة 1967 وفيلم حمد والقرصنة سنة 1970 من إنتاج شركة والت ديزني، و ما يغلب على طابع الأفلام البحرينية بوجه خاص والخليجية بصفة عامة هو موضوعاتها الاجتماعية والعقائدية.¹

الكويت :

البدايات الأولى للسينما الكويتية ترجع إلى ما قدمه المخرج خالد الصديق من خلال فيلمه "بس يا بحر" و"عرس الزين"، يبلغ دور العرض في الكويت 14 دار عرض تُدار من قبل الشركة الوطنية للاستيراد والتوزيع و العرض التي أنشئت سنة 1954، ومن المؤسسات التي تشرف على السينما نجد قسم السينما في وزارة الاعلام وقسم السينما في التلفزيون. و انتج أول فيلم روائي كويتي عام 1972، كما تمارس في هذا البلد رقابة على الأفلام المستوردة خصوصاً تلك التي لا تتماشى وقيم الدين الاسلامي وتقاليد البلد أو التي تحمل آراء سياسية وعنصرية².

¹ أحمد مجاوي وميشال سارسو، الأدب والسينما العربية، منشورات الشهاب، د م، د ط، 2016، ص 83.

² الكسان جان، السينما في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره ص 281.

السعودية:

تعتبر من البلدان العربية المحافظة وتفرض قيود على هذا النوع من الفنون، ترجع البدايات الأولى للسينما في السعودية إلى دور السفارات الأجنبية التي قدمت للمشاهد السعودي بعض الأعمال، وعلى إثرها تم انشأ دور عرض سينمائي في بعض المناطق من المملكة وذلك خلال السبعينات القرن الماضي، وتم إنتاج أول فيلم سعودي عام 1977 بعنوان "اغتيال مدينة"، وخلال فترة الثمانينيات وبفعل التغييرات الاجتماعية والدينية تم غلق جميع دور العرض،¹ وعادت مؤخر رباح التغيير لتشهد الآونة الاخيرة انفتاح سعودي على مجلات الثقافة إذ تم إعادة فتح دور عرض في المملكة وتم فيها فصل الجنسين تماشياً مع نظام الذي يسود في المملكة كما تم الاستحواذ على شركات إنتاج سينمائي من قبل مستثمرين سعوديين .

3. بلدان الشرق الاوسط (سوريا، العراق، لبنان، فلسطين)

سوريا: كانت الانطلاقة في عام 1928 بإنتاج أول فيلم "المتهم البريء"، حيث كانت دائرة السينما في وزارة الثقافة أو ما ستعرف لاحقاً باسم المؤسسة العامة للسينما بالإشراف على السينما في سوريا إذ شهدت فترة ما قبل الستينيات إنتاج القطاع الخاص، حيث يرى النقاد أن تلك الفترة تميزت بعروض الأفلام التجارية وإعادة إنتاج ما سبق إنتاجه في مصر على سبيل المثال أو تحويل الإنتاج الكاسد في مصر إلى سوريا مع تحويل بسيط كتغيير أسماء المدن المصرية وجعلها سورية، أما مرحلة ما بعد ستينيات القرن الماضي فشهد دخول القطاع العام للميدان الثقافي ولعبت هذه المؤسسة دوراً في إنتاج السمعي البصري بدءاً بالأفلام الوثائقية ثم الأفلام القصيرة وكان ذلك ضمن جملة من الأهداف لتحقيقها إلى أن كانت الانطلاقة لإنتاج الأفلام الطويلة بعد تكوين الفنيين وغيرهم وقد بلغ عدد صالات العرض في تلك الفترة حوالي تسعين صالة².

¹ خالد ربيع السيد، الفانوس السحري قراءات في السينما، الانتشار الادبي، بيروت، ط1، 2008، ص 293.

² الكسان جان، السينما في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره ص 87 .

لبنان:

كان لبنان تحت الإنتداب الفرنسي والبدايات الأولى في السينما كان من إخراج أجنبي وتم تقديم فيلم الصامت مغامرات "الياس الحبروك" سنة 1929 على أنه أول فيلم لبناني بالرغم من أن مخرجه إيطالي، وبعد الاستقلال شهدت السينما في لبنان مرحلة جديدة خصوصا بعد انشاء الاستديوهات مثل استديو هارون واستديو الارز وظهور مخرجون جدد . وتميزت تلك المرحلة بظهور اتجاهين في السينما اللبنانية يتعلق الأول بترجمة ثقافة ذلك الجيل وذهنيته، بينما يذهب الطرف الثاني إلى البحث عن أسواق خارج دولتهم لإنتاجهم ، وقد تميزت مرحلة ما بعد الستينات بإنتاج كبير للأفلام، وبلغ عدد قاعات العرض آنذاك حوالي أربعمئة قاعة.¹

دون أن نتغافل عن تأثير الحروب اللبنانية على الإنتاج السينمائي اللبناني من حيث الإنتاج في حد ذاته أو موضوعاته ويرى النقاد أن السينما اللبنانية تختلف نتيجة الظروف السياسية في لبنان والطبيعة الفكرية والجغرافية هناك.

فلسطين: ترتبط السينما الفلسطينية بمفهوم السينما النضالية أو المقاومة، ويذكر التاريخ لهذه السينما عندما عرض أول فيلم في سينما تل أبيب عن قدوم الملك سعود إلى فلسطين عام 1935، وقد تبلورت السينما الفلسطينية من خلال الهيئات والمؤسسات التابعة للمنظمات الفلسطينية كقسم الثقافة لمنظمة التحرير الفلسطينية، مؤسسة السينما الفلسطينية وغيرها والأمر لا يتوقف عند هذه المؤسسات فحسب بل أيضا إلى الانتاجات التي تتعلق بالقضية الفلسطينية وتم إنتاجها خارج فلسطين، ارتبطت السينما في فلسطين بالكفاح المسلح وتصوير الأحداث الجماهيرية المتعلقة بالثورة الفلسطينية ولعل ما يميز السينما في هذا البلد هو تسجيل الأحداث أو الوثائقي الذي يعتمد على الارشيف.²

¹الكسان جان، نفس المرجع، ص123.

²الكسان جان، مرجع سبق ذكره، ص141.

العراق:

كان العراق مسرحاً لتصوير الأفلام الأجنبية ومحاولات عديدة باءت بالفشل ، و أما الانطلاقة كانت في الأربعينيات من القرن الماضي أي بعد الحرب العالمية الثانية وبذلك تكون بداياتها متأخرة مقارنة بالبلدان الأقرب إليها . ولقد كانت الواقعية السمة البارزة في تلك المحاولات بالتركيز على المواقع الحقيقية في التصوير بدل الاستديو ولقد تم عرض أول فيلم عام 1909 في دار الشفاء بحيث ظل القطاع الخاص يستورد ويوزع الأفلام في البلاد إلى أن تم توقيفه بقرار من مجلس قيادة الثورة 1973 الذي جعل الدولة تحتكر استيراد وتوزيع الأفلام ، وتم تأمين أول قاعة عرض وهي سينما بابل عام 1974 ، كما دخل التلفزيون العراقي على خط الإنتاج السمعي البصري من خلال أفلام روائية وقصيرة عن القضية الفلسطينية .¹

3-3 السينما في الجزائر :

في هذا الجانب سوف نتوقف للحديث عن السينما الجزائرية وفق محورين ، يتعلق المحور الأول بجانب الإنتاج بمعنى مضمون الصناعة السينمائية الجزائرية وتوجهاتها ويتعلق المحور الثاني بواقع الهياكل والأطر القانونية التي تدير قطاع السينما في الجزائر .

3-3-1 الإنتاج السينمائي الجزائري:

تشير الكتابات حول السينما الجزائرية وخصوصاً بداياتها الأولى على أنها الأكثر ثراءً وثقلاً خصوصاً أنها نشأت في مرحلة الثورة، غير أن المصادر التاريخية تقول أن البدايات كانت مع الأجانب حينما كانت تصور الأفلام الأجنبية في الطبيعة الجزائرية، فكانت مدن كالعاصمة وتلمسان مسرحاً لتصوير بعض المشاهد ويقسمها المشتغلين بالسينما إلى قسمين سينما ما قبل الاستقلال وهي تلك المرتبطة بسلطة الاستعمار الفرنسي حيث تم إنتاج ما يقارب مائة فيلم

¹الكسان جان، نفس المرجع، ص 169.

عن الجزائر¹، بحيث انشأت فرنسا مصلحة للسينما عام 1947، قدمت أفلام تلك المرحلة والمنتجة من قبل الاستعمار الفرنسي صورة نمطية عن الجزائر حيث عكفوا على تقديم الطبيعة الجزائرية بدون حياة اجتماعية للفرد الجزائري، ثم ركزت عليه (الفرد الجزائري) على أنه مخلوق دويني في مقارنة مع الانسان الأوروبي ذو حضارة وشخصية مع إبراز حق الانسان الجزائري². ولقد تنوعت مواضيع السينما الاستعمارية فهناك من الأفلام من جسد المرأة الجزائرية على أنها جارية وبدون شرف، انتصار الصليب على الهلال، الجزائر أرض الميعاد وغيرها من المواضيع التي حملت الطابع العنصري، بالموازاة مع ذلك نجد رد فعل الجزائر اثناء تلك الحقبة من خلال إنشاء مدرسة سينمائية في الجبال وهذا نتيجة الاتفاق بين عبان رمضان³ ورونيه فوتيه (Vautier René)⁴ حيث استطاعت هذه المدرسة إنجاز العديد من الأفلام من بينها الأفلام الوثائقية بغية التعريف بالقضية الجزائرية بالخارج ثم انتقلت هذه المدرسة إلى تونس بعدما ألحقت بالحكومة المؤقتة ونتيجة لاشتداد المعارك. وبالرغم من الامكانيات المحدودة والظروف الصعبة ونقص الخبرة توال إنتاج الأفلام إلى غاية استقلال البلاد.

تميزت مرحلة ما بعد الاستقلال باحتكار الدولة للإنتاج السينمائي من خلال انشاء مجموعة من المراكز والمؤسسات منها ديوان الأحداث الجزائرية 1963، المركز الوطني للسينما الجزائرية 1964، المركز الجزائري للسينماتوغرافيا 1967 والديوان الوطني للتجارة والصناعة السينمائية، اهتمت في مرحلتها الأولى كما يشير الكسان إلى بناء شخصية وطنية بعد الإساءة الاستعمارية لها وتثمين مكتسبات الثورة التحريرية⁵ وسعت هذه المؤسسات إلى تقديم سينما حيث شهدت هذه المؤسسات حل وإعادة هيكلة إلا أن الاهتمام كان منصبا على موضوع حرب

¹ أحمد بجاوي و ميشال سارسو، مرجع سبق ذكره، ص 19.

² فاطمة طاهري، السينما الجزائرية الثورية 1957-1962 مجلة عصور الجديدة، مختبر تاريخ الجزائر، جامعة وهران 1، أحمد بن بلة، العدد 21_22 ماي 2016. ص 355.

³ عبان رمضان 1929-1957 مناضل وثوري جزائري ساهم في انشاء جريدة المجاهد لسان حال جبهة التحرير الوطني في الثورة الجزائرية .

⁴ رونية فوتيه من مواليد 1928 من السينمائيين الفرنسيين خريج المعد العالي للسينما، جاء فوتيه إلى الجزائر أواخر عام 1956م حيث قام بتصوير

مقومي جيش التحرير الوطني حيث أشرف على انشاء مدرسة تكوين السينمائي بتبسة وساهم في إنتاج العديد من أفلام السينما المناضلة توفي عام 2015.

⁵ الكسان جان، مرجع سبق ذكره، ص 220.

التحرير الجزائرية وتم إنتاج العديد من الأفلام من بينها "معركة الجزائر" الأفيون والعصا" إلا أن "وقائع سنين الجمر" للمخرج لخضر حامينا والمنتج سنة 1970 استطاع افتتاح السعفة الذهبية في مهرجان كان السينمائي .

يتفق النقاد والمتابعين للشأن السينمائي الجزائري على أن فترة السبعينات القرن الماضي تعتبر العصر الذهبي للسينما الجزائرية، حيث عرفت السينما مواضع أخرى تلامس الواقع والحياة الاجتماعية للمجتمع الجزائري خصوصا تلك الفترة ومن بين تلك الأفلام فيلم "تحيا يا ديدو" سنة 1971 من إنتاج المجلس الشعبي للعاصمة و إخراج محمد زينات و "الغولة اللي فات مات" من إنتاج ديوان الأحداث الجزائرية وإخراج مصطفى كاتب سنة 1972، فيلم "عطلة المفتش الطاهر" من إنتاج الديوان الوطني للتجارة والصناعة السينمائية ومن إخراج موسى حداد سنة 1973 وفيلم "عمر قتلاتو" لمرزاق علواش سنة 1976 من إنتاج الديوان الوطني للتجارة والصناعة السينمائية، بدون أن ننسى اسهامات التلفزيون الجزائري بعد تأميمه هو الآخر في إنتاج العديد من الافلام (العرق الاسود لسيد علي مازيف، الفحام محمد عماري، فيلم بالقرب من الصنصاف لموسى حداد... الخ).

تليها فترة الثمانينيات إلى غاية التسعينات حيث يلاحظ انخفاض في مستوى الإنتاج بالرغم من تنوع موضوعات السينما وخروجها من دائرة ثيمات الثورة والحرب التحريرية.

يرى الباحث حادو نورالدين عبدالواحد¹ أن سبب ذلك يرجع إلى حل المؤسسات السينمائية وإعادة هيكلتها مع فتح المجال أمام الخواص، مما أثر سلبي على إنتاج و توزيع الأفلام الجزائرية، ففي هذه المرحلة تم التحلي عن قاعات السينما مما نتج عنه غلق معظمها خصوصا بعد عام 1988 ويعود ذلك إلى الأزمة الاقتصادية والاجتماعية التي عرفتتها الجزائر آنذاك .

¹ حادو نورالدين عبدالواحد، الخطاب السينمائي الجزائري: مقارنة سيميائية لفيلم خارج عن القانون لرشيد بوشارب، أطروحة دكتوراه في الفنون، قسم الفنون، كلية الآداب والفنون، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، 2015/2016 تحت اشراف غانم نقاش، ص 97 .

لم يختلف الوضع كثيرا في مرحلة التسعينات ،ففي هذه المرحلة شهدت وضع جديد تمثل في التعددية السياسية والانفتاح على العالم وأزمة عنف مما أفرز وضع جديد بالنسبة للسينما وللمجتمع على حد سواء حيث تعددت الآراء الفكرية والطروحات الأيديولوجية وبالتالي أصبح الخطاب التوعوي لنظام الواحد غير مجد.

يضيف الباحث حادو عبدالواحد نورالدين في بحثه عن الخطاب السينمائي الجزائري أن هذه المرحلة (التسعينات) هي مرحلة أزمة خصوصا الأوضاع الأمنية التي كانت تعيشها الجزائر¹ ومع ذلك لا يمنع ذلك الوضع من إنتاج بعض الأفلام، نذكر على سبيل المثال فيلم "باب الواد سيتي" سنة 1994 لمرزاق علوش وفيلم "كرنفال في دشرة" نفس السنة لمحمد أوقاسي .

مع بداية الالفية وظهر أولى بوادر الاستقرار الأمني يلاحظ عودة الإنتاج ولوكان بشكل طفيف ومحتشم خصوصا بعد انتعاش قطاع الثقافة من خلال إنشاء الصندوق الوطني للدعم السينمائي² ،ففي مطلع الالفية سنجد تلك الافلام التي عاجلت موضع أزمة العنف والارهاب ومن بين تلك الافلام فيلم "رشيدة" المنتج سنة 2002 للمخرجة يامنة بشير شويخ ،فيلم "بركات" المنتج سنة 2006 للمخرجة جميلة صحراوي وغيرها من الأفلام التي تطرقت لنفس الموضوع ،غير أن احتضان الجزائر لتظاهرات ثقافية كبرى كالجوائز عاصمة للثقافة العربية سنة 2007 وقسنطينة لنفس التظاهرة سنة 2015 و تلمسان عاصمة للثقافة الاسلامية سنة 2011 ،فقد أطلقت الدولة برامج دعم للأنشطة الثقافية كالنشر والتوزيع والطباعة واستفادت السينما هي الأخرى من هذه البرامج وبرامج دعم أخرى على غرار دعم وزارة المجاهدين للأفلام الثورية والتاريخية ومن بين الأفلام المنتجة في هذا الصدد نجد فيلم "زبانة" سنة 2012 للمخرج سعيد ولد خليفة وفيلم " لالة فاطمة نسومر" سنة 2014 للمخرج بلقاسم حجاج وفيلم "كريم بلقاسم" سنة 2014 للمخرج لأحمد راشدي وفيلم "لطي" سنة 2015 لذات المخرج.

¹ حادو نورالدين عبدالواحد، مرجع سبق ذكره ،ص 105.

² مرسوم تنفيذي رقم 12-90 المؤرخ في 28 فيفري 2012 يحدد كفاءات تسيير حساب التخصيص الخاص رقم 014-302 الذي عنوانه "صندوق تنمية الفن السينمائي وتقنياته وصناعته".

لقد تنوعت موضوعات الأفلام في هذه الفترة فارتبط جزء منها بالذاكرة والتاريخ والأخر بالأزمات التي عاشتها الجزائر واهتم البعض الآخر بالجانب الاجتماعي للمجتمع الجزائري.

3-3-2: واقع الهياكل والأطر القانونية

تشرف في الجزائر عدة مؤسسات على قطاع السينما ومن بينها المركز السابقة الذكر إلا أنه كان يتم حلها وإعادة هيكلتها في كل مرة، فلقد صدر آخر قانون للسينما في الجزائر عام 2011¹ في ستة فصول يتعلق الفصل الاول بأحكام عامة في ثمانية مواد تهدف إلى تحديد القواعد العامة للنشاط السينمائي حيث تعتبر المادة الاولى منه على أنه نشاط صناعي وتجاري بغض النظر عن طابعه الفني والثقافي. بينما المادة الخامسة تمنع أي إنتاج أو تمويل أي عمل يزدرى الأديان أو الثورة الجزائرية أو رموزها أو ما يتعلق بالنظام العام والوحدة الوطنية أو تمجيد الاستعمار بالإضافة إلى وجوب الحصول على رخص مسبقة من وزير الثقافة فيما يتعلق بالتوزيع والنشر والنسخ .

أما الفصل الثاني فيرصد ممارسة النشاط السينمائي في أربعة مواد (المادة 09 المادة 10 المادة 11 المادة 12) وتتلخص في تطوير الإنتاج والتوزيع و الاستغلال السينمائي من قبل الدولة ،بالإضافة إلى حفظ الأرشيف و تميمينه. وتمنح بطاقة مهنية خاصة بالنشاط السينمائي لبعض المهن والوظائف ذات العلاقة بالسينما من قبل لجنة خاصة ناهيك عن قوانين تتعلق بالإنتاج (المواد 13،14،15) والتوزيع (المادتين 16،17) الاستغلال (المواد 18،19،21،22،23) الإيداع القانوني (المادتان 24 و 25) و قطاع المنشآت الأساسية والصناعة التقنية (المادة 26)². أما الفصل الثالث من القانون فيحدد طرق تمويل السينما وترقيتها (المادة 27) ، بحيث تركز على إعانة ما يسمى بصندوق تنمية الفيلم السينمائي وتقنياته وصناعته أو عن طريق إعانات المؤسسات العمومية وتكون هذه المنح بعد موافقة لجنة قراءة مشكلة من مهنيي قطاع السينما ،الفصل الرابع من القانون ومن خلال المواد

¹ قانون رقم 03-11 المؤرخ في 14 ربيع الاول عام 1432 الموافق 17 فبراير سنة 2011 ،الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 13 .

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 13 ، ينظر الى الملحق

(34,35,36) يحدد التكوين في مهن السينما، بحيث يسمح القانون للخواص بإنشاء مؤسسات في التكوين السينمائي بعد رأي وزير الثقافة، الفصل الخامس من القانون يتعلق بالأحكام الجزائية والعقوبات المترتبة عن مخالفة القوانين بالإضافة إلى تأهيل ضباط الشرطة القضائية في المعاينة برتبة مفتش السينما و مراقب السينما والذين يؤدون اليمين أمام المحكمة المختصة .

أما الفصل السادس والأخير فيتعلق بأحكام ختامية ويتعلق بإلغاء الامر رقم 67 52 المؤرخ في 6 ذي الحجة عام 1386 الموافق ل 17 مارس سنة 1967 والمتضمن تنظيم فن السينما وصناعتها.

أما من حيث المؤسسات التي تشرف على تسيير القطاع السينمائي نجد المركز الجزائري للسينما فقد أنشئ سنة 1968 وصدر قانونه الأساسي عن طريق مرسوم تنفيذي رقم 10 74 مؤرخ في 21 صفر عام 1431 الموافق 6 فبراير سنة 2010، حيث ضم هذا المرسوم ثلاث فصول تتعلق الأول بالتسمية والهدف والمقر بحيث توضح موادها تبعية المركز إلى وزارة الثقافة وطابعه العمومي فيما تحدد المادة 5 مهام المركز¹، أما الفصل الثاني فينص على

¹ المادة 5 : يتولى المركز المهام الرئيسية المتمثلة في البحث على جميع الافلام والوثائق السينمائية وجمعها وحفظها وتأمينها ونشرها .
وبهذه الصفة يكلف بالخصوص، بما يأتي :

- إجراء جميع الدراسات والبحوث و النشريات المتعلقة بالفن السينمائي وتشجيعها.
- تسيير قاعات السينما التابعة للمركز وتجهئته قاعات جديدة.
- حفظ الوثائق والمعدات التي لها علاقة بالسينما وكل الأفلام التي تودع عنده والمستعارة والتي وهبت له أو التي يمكنه أن يكتسبها أو يقوم بإعادة انتاجها وتسجيلها على مختلف الدعائم،
- تشجيع تنفيذ سياسة تحذف الى الحفاظ على التراث السينمائي وتوثيقه، بالاتصال مع المؤسسات الوطنية الأخرى التي تنشط في هذا الميدان،
- اعداد جرد دائم للأعمال السينمائية
- اثناء المجموعات بتجميع نسخ جديدة للأفلام.
- انشاء مكتبة مختصة بالسينما.
- نشر الافلام و الوثائق بصفة فنية او ترويجية او ثقافية وبجميع الوسائل الملائمة، لاسيما بواسطة العرض والمعارض والنشر والدروس والمحاضرات .
- انشاء بنك للمعطيات يتعلق بالسينما الجزائرية والأجنبية .
- اصدار مؤلفات او دوريات وجميع النشريات التي ترمي الى التعريف بالسينما الوطنية ونشرها
- تنظيم عروض وتظاهرات تتعلق بالسينما
- تشجيع تنمية الاندية السينمائية عبر التراب الوطني
- اتخاذ جميع الاجراءات الرامية لترقية نر الاعمال السينمائية ووصول الجمهور للقاعات التابعة للمركز.

التنظيم و السير بحيث يضم قسمين قسم يتعلق بمجلس التوجيه (المواد 13،12،11،10،9،8) والقسم الثاني يتعلق بالمدير،المواد (14،15)، أما الفصل الأخير فينص على الأحكام المالية والتي تعتمد على إعانات الدولة والهبات والهدايا والايادات التي تتعلق بنشاط المركز ، بالموازاة مع ذلك نجد إنشاء مركز جزائري لتطوير السينما¹ والذي أنشئ بموجب مرسوم تنفيذي رقم 10-227 مؤرخ في 21 شوال عام 1431 الموافق 30 سبتمبر سنة 2010² وهو مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري بحيث يخضع المركز لوصاية وزارة الثقافة وتحدد المادة³ المهام المنوطة به، ويختلف المركز الجزائري لتطوير السينما عن المركز الجزائري للسينما كون الأول هو مؤسسة ذات طابع تجاري وصناعي وبالتالي يسيرها مجلس إدارة مكون من ممثلين عن الحكومة بينما المركز الثاني هو ذو طابع إداري يسير من قبل مجلس توجيهي ويتكون مجلسه من عدة ممثلين من الجهاز التنفيذي بالإضافة الى ممثلين عن الفن السينمائي .

قاعات العرض:

من حيث العدد من الصعوبة بما كان حصرها في ظل غلق عدد كبير منها أو التخلي عنها بصفة نهائية أو تحويلها وترجع المصادر التاريخية إلى أن عدد قاعات السينما في الجزائر كان حوالي 458⁴ قاعة غداة الاستقلال

¹ <http://www.cadcinema.dz/>

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 57، 2010، ص ص 03-06 .

³ المادة 05 : يكلف المركز بالتطوير التجاري والصناعي والفني للسينما الجزائرية وترقيتها. وبهذه الصفة، بكلف على الخصوص بما يأتي :

- إنتاج أو إنتاج مشترك لأعمال سينمائية.
- تسير الحقوق المعنوية والمالية للأفلام المنتجة أو المنتجة بالاشتراك .
- إصدار دعائم الترقية السينمائية مثل الكتالوجات والملصقات والاشربة الاعلانية واقتنائها واستغلالها لفائدة الافلام الجزائرية المنتجة أو المنتجة بالاشتراك.
- توزيع الفيلم الجزائري في السوق الوطنية والدولية واستغلاله .
- تسير وإيجار واستغلال في اطار الانتاج أو الانتاج المشترك، المنشآت والتجهيزات التقنية للإنتاج لا سيما استديوهات التصوير والصوت والمخابر وكذا أدوات الرقمنة والحفظ والتخزين.
- تشجيع الاستثمار السينمائي الاجنبي في الجزائر
- انجاز المشاريع المتعلقة بالسينما كصاحب مشروع مفوض وذلك على اساس اتفاقية .

⁴ Abdelghani, Megherbi, le miroir approuvé : sociologie du cinéma algérien ,Enal, pou gam,alger 1985,p15.

موزعة على أرجاء الوطن لا تنشط منها سوى 91 قاعة بينما يتبع 25 لوزارة الثقافة والأخرى للبلديات التي ترفض التحلي عنها بينما تظل 222 قاعة مغلقة وتتصدر الجزائر العاصمة الولايات التي تحوز على عدد أكبر من القاعات ب 52 قاعة تليها ولايتي وهران وتيز وزو ب 16 قاعة ثم ولايات: بجاية، باتنة، تلمسان، سكيكدة، عنابة، مستغانم بومرداس، تيبازة وعين تموشنت بعدد قاعات يساوي 10 أو يفوق بقليل. أما بقية الولايات الأخرى فهي تحوز على عدد قاعات قليل لا يتجاوز العشرة فحين نسجل عدم وجود قاعات للسينما نهائيا بولايتي البويرة وتسمسليت¹.*(انظر الى الملحق).

وعليه يبلغ التعداد الكلي للقاعات حسب احصائيات سنة 2006 كما يلي:

مغلقة	موظفة	المجموع الكلي
222	91	313
%71	%29	النسبة

المصدر: احصائيات وزارة الثقافة الجزائرية¹*

يوضح نفس المصدر تبعية القاعات السينمائية الهيئة التي تشرف على تسييرها وما يمكن ملاحظته هو العدد القليل التي تشرف عيه وزارة الثقافة اي 25 قاعة في 15 ولاية فقط ونفس الامر بالنسبة للخووص وذلك بالإشراف على 32 قاعة موزعة على 15 ولاية فقط بينما تحتكر البلديات باقي القاعات .

¹ <https://www.m-culture.gov.dz/.../pdf/schema%20directeur%20des%20grands%20cinemas%20de%20algerie.pdf>
وزارة الثقافة الجزائرية تاريخ المعينة 2016/04/17 على الساعة 18:37

المجموع الكلي	المجلس الشعبي البلدي	تحت وصاية وزارة الثقافة	الخواص	اخرى
313	251	25	32	05
النسبة	%80	%08	%10	%02

المصدر: المصدر: احصائيات وزارة الثقافة الجزائرية¹

أما من حيث تسييرها وتصنيفها فهي تخضع لأحكام القرار صادر في 21 محرم عام 1435 الموافق 25 نوفمبر سنة 2013 من قبل وزيرة الثقافة² فحسب المادة 8 من هذا القرار تصنف قاعات العرض السينمائي إلى قاعات الفن والتجارب، قاعات خارج الصنف، قاعة من الصنف الأول، قاعة من الصنف الثاني ومجمع القاعات.³ كما يوضح هذا القرار الالتزامات التقنية الواجب توفرها في القاعات والتزامات أخرى تتعلق بالسير بالإضافة إلى أحكام تتعلق بالتذاكر .

¹ [https://www.m-culture.gov.dz/.../pdf/schema%20directeur%20des%20grands%](https://www.m-culture.gov.dz/.../pdf/schema%20directeur%20des%20grands%20)

وزارة الثقافة الجزائرية تاريخ المعينة 2016/04/17 الساعة 18:37

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 38 ص 29.

³ تقدم المواد 9 و 10 و 11 و 12 و 13 من نفس القرار ماهية التصنيف وهي كالآتي :

تعتبر قاعات للفن والتجارب، قاعات العروض السينمائية التي تتضمن برامجها أعمالا تبرز على الأقل إحدى الخصائص الآتية:

- أعمال سينمائية لها طابع البحث أو الخدائة في مجال الإبداع السينمائي.
- أعمال سينمائية ذات نوعية أكيدة غير أنها لم تحظ بالمشاهدة التي تستحقها.
- أعمال سينمائية تعكس حياة بلدان لا يعرف إنتاجها السينمائي توزيعا كافيا في الجزائر.
- إعادة لأعمال سينمائية تكنسي قائمة فنية أو تاريخية، لا سيما الاعمال السينمائية التي تعتبر من كلاسيكيات الشاشة.
- اعمال سينمائية قصيرة المدة والتي ترمي الى تجديد العرض السينمائي من خلال نوعيتها واختيارها .
- يمكن ان تشمل البرامج السينمائية للفن والتجارب استثنائيا على ما يأتي :
- الاعمال السينمائية الحديثة التي جمعت بين متطلبات النقد ورضى الجمهور والتي يمكن اعتبارها كأعمال تقدم مساهمة ملموسة للفن السينمائي.
- أعمال سينمائية للهواة تكنسي طابعاً استثنائياً .

المادة 10: تعتبر قاعات خارج الصنف، قاعات العرض السينمائي التي تبث الافلام السينمائية بصفة حصرية و أولية وتكون مجهزة بما يأتي

- شاشة 15 متر كحد أدنى.
 - جهاز صوتي على الجودة وأجهزة ووسائل للراحة والاستقبال من المقام الاول.
 - محلات ملحقة تخصص لاستقبال الجمهور لا سيما قاعة استقبال وفضاءات للعرض وكفيتريا ومكتبة بيع.
 - يشترط على الخصوص ارتداء بدلات مهترمة لدخول قاعات العرض السينمائي المرتبة خارج الصنف.
- المادة 11: تدرج في الصنف الاول قاعات العرض السينمائي التي تبث ثلاثة (3) عروض يوميا لأفلام ذات العرض الحصري والأولي باستثناء فترات الراحة والعطل. وتكون هذه القاعات مجهزة بما يأتي:
- شاشة 15 مترا كحد ادنى
 - جهاز صوتي علوي الجودة واجهزة ووسائل للراحة والاستقبال من المقام الاول.
 - محلات ملحقة تستغل على أساس كفيتريا

المادة 12: تدرج في الصنف الثاني قاعات العرض السينمائي التي تبث على الاقل عرضا واحدا يوميا باستثناء فترات الراحة والعطل مهما كان مستوى الرفاهية والراحة بالقاعة .

المادة 13: يقصد بمجمع القاعات كل مركب سينمائي يتكون من ثلاث قاعات على الاقل تتوفر على قدرة استيعاب تصل الى 600 مقعد على الاقل ويتميز بمجمع القاعات بشساعة فضاءات الاستقبال وقاعات مدرجة مكيفة مريحة وواسعة تكون مجهزة بشاشات كبيرة تسمح للمشاهد بالاستمتاع بنوعية جيدة للعرض وزيادة على ذلك فانه يتوفر على مداخل سهلة الوصول اليها ومجموعة قاعات سينما توفر للمشاهد عند تواجده نفس المكان خيارا كبيرا من الافلام وراحة متميزة.

3-4 مهرجانات الأفلام:

من الناحية اللغوية نجد أن كلمة مهرجان تأخذ عدة معاني، فحسب المعجم العربي فهي كلمة فارسية مركبة من جزأين الأول **مهر** ومن معانيها الشمس والشق الثاني **جان** ومن معانيها الحياة¹.

أما باللغة الأجنبية فكلمة festival هي من الجذر اللاتيني festivus وتعني مكان إقامة الحفلة².

اصطلاحاً :

لا يوجد تعريف محدد للمهرجان الفيلم إلا أننا يمكن تقديم قراءة عامة حول مجموعة من القراءات.

يعرف مهرجان الفيلم على أنه حدث يرمى من قبل حكومة محلية أو وطنية أو منظمات خدمتية أو جمعيات الأفلام والسينما أو رعاة خواص، وهي عبارة عن تقديم فرصة لصناع الأفلام والموزعين والنقاد والمنتجين وكل المهتمين بعالم الفن السابع بعرض منتوجاتهم بحيث يسمح هذا الحدث بمناقشة آخر مستجدات فن صناعة الافلام.

كما نجد من يقدم التعريف وفق مقارنة زمان مكان بمعنى أن المهرجان هو تظاهرة ثقافية معلوم المكان ومحدد زمنياً، بحيث يتم عرض الأفلام في قاعة سينما واحدة أو أكثر من قاعة وتختلف العروض من مهرجان لأخر، فهناك من يقدم العروض في هواء الطلق بدل قاعات العرض السينمائي وتنوع مهرجانات الافلام حسب موضوعاتها وأهدافها³.

¹ معجم الوسيط على الانترنت تاريخ المعاينة 2015/8/14 على الساعة 12:30 s://www.almaany.com/ar/dict/ar-
ar/مهرجان/?c=المعجم الوسيط

² christel Taillibert ,Triblation festivalieres :les festivals de cinema et audiovisuel en France , edtion harmattan, paris ,2009 p11.

³ من جملة المهرجانات نجد تلك التي تهتم بمواضيع معينة مثل مهرجان الفيلم العربي ، سينما المرأة ، أفلام الرعب... الخ أو مهرجانات تختص بأنواع أفلام معينة كمهرجان الافلام الوثائقية ،مهرجان الافلام القصيرة هناك مهرجانات ذات أهداف ربحية وأخرى غير ذلك.

أما في الجزائر فالمهرجان حسب القانون هو كل تظاهرة ثقافية تتعلق بميادين الفنون والآداب تنظم دوريا في شكل عروض متتالية بمكان معين.¹

آلية عمل المهرجانات:

تنقسم مهرجانات الأفلام إلى نوعين ربحي وغير ربحي وذلك يعود إلى أهداف كل مؤسسة وراء إنشاء هذا المهرجان، لكن أغلب المهرجانات في العالم تتخذ النموذج الغير ربحي الذي تعود أساسات تمويله من رعاية شركات بحيث تسمح إدارة المهرجان بترويج الإعلانات التجارية لجمهور المهرجان لتلك الشركات ومن شبك تذاكر كما تتلقى بعض المهرجانات تمويلا من قبل الحكومة فحين تفرض مهرجانات أخرى رسوم تسمى رسوم الدخول وهي تستهدف صانعي الأفلام الجدد حتى يتسنى النظر في أعمالهم، ونجد هذا الرسم في بعض المهرجانات الدولية كمهرجان كان أو توريننتو مثلا فيحن لا تفرض مهرجانات أخرى رسوم دخول ومنها مهرجان روتردام ومهرجان مومباي.

أساس إقامة المهرجان هو المسابقة أو المنافسة وهو فحص الأفلام المشاركة بغرض الحكم عليها بينما نجد نوع من المهرجانات غايته العرض فقط وليس المنافسة.

فريق العمل في المهرجان :

يقوم نجاح أو فشل أي مهرجان استنادا إلى فريق عمل الذي يشرف على المهرجان ويختلف عدد أعضاء فريق العمل حسب طبيعة كل مهرجان ومع اختلاف التسميات فإن الأدوار تتشابه وهي كالآتي :

¹ المادة 2 من أحكام المرسوم التنفيذي رقم 297/03 الصادر بتاريخ 2003/09/15. ينظر إلى الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 55 سنة 2003.

أدوار فريق العمل :

حسب دليل إقامة مهرجان الفيلم¹ وحتى إن لم يكن هناك ميزانية كافية وتم الاعتماد على التطوع فمن المهم تخصيص المسؤوليات وتوزيعها على الأفراد وذلك لاتخاذ أدوار قد تكون مهمة في نجاح المهرجان ومنها :

الرئيس : وهو في الغالب يكون واجهة المهرجان والناطق الرسمي باسمه وتشمل مهامه أيضا جمع التمويل للمهرجان وتمثيله في محافل أخرى.

المبرمج : شخص أو مجموعة أشخاص تشاهد جميع الأفلام من أجل اختيار برنامج المهرجان وتسمى أحيانا لجنة المشاهدة.

منسق البرنامج : ويأتي دوره بعد الموافقة على البرنامج وهو الشخص الذي يتواصل مع جميع أصحاب حقوق الأفلام من أجل الحصول منهم على النسخ الأصلية للعرض في المهرجان.

المنسق الفني : ويكمن دوره في التحقق من العمل من الناحية الفنية.

قسم الإنتاج : يقوم هذه القسم بالعمل مع الأقسام الأخرى والتنسيق معها من أجل عديد المهام كحجز القاعات العرض وإصدار التذاكر و... الخ.

منسق الضيوف : وهو الوسيط بين المهرجان وجميع الضيوف وخاصة الأجانب منهم وهو الشخص المسؤول عن

إقامتهم وتنقلهم والمساعدة في الحصول على التأشيرات و هو الذي يزودهم بترتيبات سفرهم (رقم الرحلة، اسم

الفندق... الخ) جدولهم الزمني الشخصي (وقت العروض، الندوات الصحفية، المناقشات واللقاءات... الخ)

¹ هانا كولمان كوفيا آخرون تر: منى الصادق، دليل إقامة مهرجان لأفلام حقوق الانسان : دليل استرشادي ملهم لمنظمي مهرجانات الأفلام في العالم، منظمة أفلام مهمة، امستردام، 2017.

وهو المكلف بإعداد ملف لكل ضيف ويشمل الملف (نشاط الضيف، رسالة ترحيبية، خريطة المدينة، دليل المهرجان وجدوله الزمني، بطاقات دخول إن وجدت، معلومات مفيدة عن المدينة أو البلد وشارة الاعتماد).

المسؤول الاعلامي أو العلاقات العامة :

وهو الشخص الذي له صلة قوية بوسائل الاعلام ولديه مهارة في التواصل فمهمته تقتضي التسويق للمهرجان .

مدير الموقع: وهو أحد أعضاء الفريق الذي ينبغي أن يتواجد خلال العرض وذلك للتدخل عند حدوث الأخطاء ومهامه أيضا التأكد من بدء العرض في الوقت المحدد والتأكد من الضيوف والمشرفين في أماكنهم المحددة وسلامة آلة العرض.

المترجمون: إذا كان مهرجان دولي فلا يمكن إدارته بدون مترجمين.

مشرفو النقاش: وهو الشخص الذي يقوم بإجراء المقابلات والتعامل مع الجمهور وإدارة النقاش ، من صفاته أن يكون مطلعاً بالقضايا السينمائية .

المتطوعون: وهم الأشخاص الذين يمكنهم أخذ أدوار أقل دراية بشؤون المهرجان ويتم انتدابهم بفترة قصيرة قبل المهرجان أو اثنائه.

أهداف المهرجان :

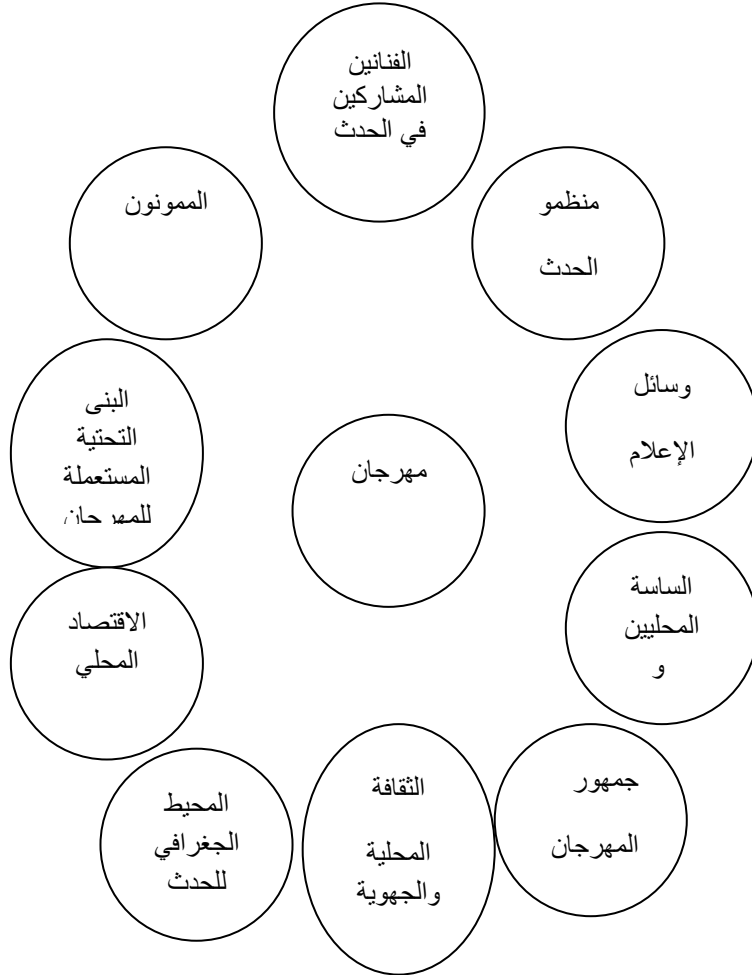
يهدف المهرجان في العموم إلى ما يلي :

- التعريف بسينمات مجهولة.
- تقديم أفضل الإنتاج السينمائي لمتفرج محلي.
- الكشف عن مواهب سينمائية واعدة.

- نشر الثقافة السينمائية.
- جذب الجمهور الى قاعات السينما.
- الدفاع عن السينما المحلية او الوطنية.¹

مكونات محيط المهرجان:

يتكون جمهور المهرجان من 10 عناصر وهي موضح كآآتي في المخطط :



رسم تخطيطي يوضح العناصر المكونة لمحيط المهرجان

¹ صلاح السرميني مقال منشور على الانترنت تاريخ المعاينة 2017/04/14 على الساعة 21:09 www.ahewar.org/debat/show

مهرجانات الأفلام في العالم :

من الصعوبة بما كان تعداد مهرجانات الأفلام في العالم إلا أن بعضها يكتسي شهرة، فتاريخيا ظهر مهرجان البندقية بإيطاليا سنة 1932 كأول مهرجان ولا يزال إلى يوم هذا، بالإضافة إلى مهرجان كان بفرنسا الذي تأسس سنة 1946 ومهرجان برلين 1951، بالإضافة إلى مهرجان توريننو بكندا إذ يعتبرها النقاد الأفلام أنها من أكبر مهرجانات الأفلام التي لازالت تحافظ على عراقتها على ساحة الدولية.¹

وفيما يلي سنحاول عرض أهم المهرجانات في العالم حسب القارة:

مهرجانات الأفلام في آسيا :

من بين المهرجانات الآسيوية نجد المهرجانات الهندية ومن جملتها مهرجان دلهي السينمائي الدولي الذي تأسس سنة 2011 من قبل وزارة الإعلام للحكومة الهندية في دلهي ويتلقى الدعم من وزارتي الثقافة والسياحة إذ يهدف إلى خلق وعي اجتماعي من اجل تنمية المجتمع .

بالإضافة إلى وجود العشرات من مهرجانات التي يطمح إليها الكثيرون للحضور فيها أو المشاركة فيها، ومنها مهرجان مومباي السينمائي حيث يعرض أفلام من قبل نساء فنيات، وفي الهند دائما نجد مهرجان كيرالا الذي يعد من كبريات المهرجانات في جنوب الهند والذي يقام في ترفندم عاصمة ولاية كيرالا جنوب غربي الهند². وبالموازاة نجد مهرجان الأفلام الوثائقية في شالاشيرا، ففي الهند تتعدد الثقافات ونجد تنوع اللهجات واللغات فكتيجة حتمية ستتعدد مهرجانات الأفلام فهناك مهرجان تشناي في الشرق الهندي، مهرجان كالكوتا السينمائي الدولي، كما نجد في نفس المدينة مهرجان موجه لأفلام الأطفال، مهرجان ديهرادون في اوترا برادش، غير بعيد عن الهند نجد مهرجان راني

¹ FREDERIC Vidal, le festival de cannes et entranment media , edition ,dider carpentier,paris ,2012,p9.

² حضور الباحث شخصيا إحدى طبعات هذا المهرجان في عام 2015 .

بير في باكستان ولعل الكم الهائل للمهرجانات في الهند يرجع إلى غزارة الإنتاج السينمائي الهندي .ولعل من أبرز مهرجاناتها هو مهرجان الفيلم الدولي في الهند IFFI الذي يحظى بدعم الحكومة والذي يقام في غوا أحد المدن الهندية.

أما في بقية البلدان الآسيوية فنجد مهرجان بوزان السينمائي الدولي في كوريا الجنوبية ومهرجان هونغ كونغ، مهرجان آسيا لافي هونغ كونج، أيضا في ايران نجد مهرجان طهران الدولي للفيلم، مهرجان "سباس" بمعنى التقدير مهرجان الفجر الدولي مهرجان الدفاع المقدس، ويوجد في إيران أكثر من مائة مهرجان منها موجه حسب شرائح المجتمع أطفال والمراهقين، مهرجان الشباب "جشن خانه سينما"، مهرجان بيت السينما¹. وفي الصين نجد مهرجان بيجين السينمائي الدولي ومهرجان الاستقلال، مهرجان الأفلام الوثائقي الصيني، مهرجان شنغهاي الدولي للأفلام. بالإضافة إلى مهرجان الدولي لفيلم الطلاب وتعدد مهرجانات الأفلام في الصين فهناك من يقام داخل أراضيها وهناك من يقام للجاليات في الخارج كمهرجان نيويورك للأفلام الصينية أو تايوان، لندن ويوجد في الصين أكثر من 58 مهرجان مصنف.²

غير بعيد عن آسيا وتحديدا في استراليا نجد مهرجان ملبورن السينمائي الدولي MFF الذي تأسس سنة 1952 من أقدم المهرجانات هناك ثم يأتي بعده مهرجان سيدني SFF الذي تأسس سنة 1954 وتعدد مهرجانات في استراليا فهناك ما يتعلق بإنتاجات السينما الأسترالية وهناك ما ينظم من مهرجانات أجنبية على أرضها³ ومن بين المهرجانات الشائعة في استراليا أيضا مهرجان كانبرا للأفلام السينمائية ومهرجان هوبرت ومهرجان برزبن.⁴

¹ فاطمة برجكاني، السينما الإيرانية: تاريخ وتحديات، سلسلة الفكر الإيراني المعاصر، مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، بيروت، ط1، 2009، ص 235.

² Chris berry and luke robinson, Chinese film festivals : sites of translation Macmillan edition ,2017,p255.

³ من بينها نجد مهرجان الافلام اليابانية و مهرجان الافلام السوفياتية انمي في عام 1989، مهرجانات الافلام الايطالية مهرجان الفيلم المعاصر الفرنسي مهرجان الافلام اليهود الاستراليين مهرجان سينما اليهودية مهرجان الافلام الاسبانية.

⁴ kirsten stevens , Australian film festivals : audience, place and exhibtion culture ,Macmillan, edion ,2016,p250.

مهرجانات الافلام في القارة الأمريكية:

بذكر القارة الأمريكية يتبادر إلى ذهننا للوهلة الأولى جوائز الأوسكار التي تمنحها أكاديمية الفنون والصور المتحركة، من بين المهرجانات ذائعة الصيت مهرجان تورنتو السينمائي الدولي بكندا الذي يحظى بحضور جماهيري غفير، تأسس هذا المهرجان على يد كل من بيل مارشال وهنك فاندير كولك ودوستي كول وفي كندا دائما نجد مهرجان ريجينا السينمائي الدولي الذي أسسه جون ثيموتي والذي يقام في غرب البلاد وفي الولايات المتحدة الأمريكية يعد مهرجان سان فرانسيسكو من أقدم المهرجانات التي تأسس في عام 1957 بحيث يركز على الاتجاهات المعاصرة في صناعة الأفلام، بالإضافة الى الافلام المتخصصة ومهرجاناتها في هذا البلد كمهرجان سياتل السينمائي الدولي ومهرجان ويسلر¹.

أما في دول أمريكا اللاتينية فنجد أقدم مهرجان في البرازيل مهرجان غرامادو مع مهرجانات دولة المكسيك مهرجان غوادالاخارا، مهرجان موريليان السينمائي الدولي ومهرجان ميشواكان إلا أن مهرجان لوس كابوس السينمائي الدولي والذي تأسس حديثا سنة 2015 يأخذ تسمية مهرجان أمريكا اللاتينية نظرا لشهرته الكبيرة .

كما تقام مهرجانات للأفلام بالنسبة للبلدان التي تتكلم بالإسبانية كمهرجان أوساكا ، وهناك مهرجانات أفلام موجه حسب شرائح المجتمع ومن بين تلك التي تأخذ طابع تنافسي مهرجان اكسبرثيون أون كورتو Expression en Corto بدون أن ننسى مهرجان بوينس ايرس في الارجننتين، مهرجان ريوديجانيرو في البرازيل.

أما في منطقة الكاريبي فمهرجان هافانا يعتبر أقدمها تأسس هذا الأخير عام 1979 في كوبا ويركز على أفلام دول أمريكا اللاتينية وتسعى كل دولة في المنطقة إلى تنظيم مهرجان يعنى بقضايا سينمائية ومن جملة المهرجانات نعد

¹ Marijke de valck ,film festivals from european geopolitics to global cinephilia .Amsterdam universty press.2007,p15.

الآتي : مهرجان ترايناد وتباغو 2006، مهرجان جاميكا السينمائي ، مهرجان كودالوبي ، مهرجان المثليين في جزر كايمان والباهاما¹.

مهرجانات الأفلام في إفريقيا:

تتعدد في إفريقيا العديد من المهرجانات منها مهرجان ديربان 1979 في جنوب إفريقيا ومهرجان الفيلم الوثائقي الذي تأسس سنة 1999 ومهرجان زنجبار في تنزانيا بالإضافة الى مهرجان بانافريكانا بواداغودو في بوركينا فاسو ونجد مهرجان صحاري السينمائي الذي يعقد في مخيمات اللاجئين بتندوف في الجزائر وهو خاص باللاجئين الصحراويين فهو خاص بالصحراء الغربية. بالإضافة إلى مهرجان قرطاج التونسي والذي يعد من أقدم المهرجانات في القارة 1966.

مهرجانات الأفلام في أوروبا :

يصنف كل من مهرجان كان بفرنسا ومهرجان برلين بألمانيا ومهرجان البندقية بإيطاليا على أنها ثلاثة مهرجانات كبرى ليس فقط في أوروبا بل في العالم نظرا لعرقاتها ونشأتها تاريخيا.

مهرجان كان

تأسس مهرجان كان عام 1946 في إطار كمشروع بين وزارة التربية والجهة الشعبية للفنون الجميلة ووزارة الداخلية الفرنسية يقام كل عام في مدينة كان الفرنسية وعادة ما تكون دوراته في شهر ماي من كل سنة بحيث يضم المهرجان عدة أجزاء وأقسام تجعل منه سوقا للمخرجين والمنتجين للبحث عن تمويلات لمشروعاتهم كما يعتبر مهرجان

¹ Marijke de valck ,op cit,p 27.

كان على أنه تظاهرة سياحية أيضا، ويمنح هذا المهرجان عدة جوائز أهمها النخلة الذهبية والتي تعتبر الجائزة الكبرى وتمنح لأفضل فيلم.¹

مهرجان برلين

تأسس المهرجان عام 1951 ويقام كل سنة، وعادة تنعقد دوراته في بداية شهر فيفري، ويعتبره النقاد من بين الأسواق المهمة للأفلام كما يركز هذا المهرجان على مسابقة الأفلام الطويلة وتمنح جائزة الدب الذهبي لأفضل الأعمال بالإضافة إلى جوائز أخرى كالدب الفضي والكاميرا البرلينية.²

مهرجان البندقية:

من بين المهرجانات الأعرق في إيطاليا والعالم تعود نشأته إلى عام 1932 يقام بشكل دوري سنويا وتنعقد دوراته في شهر سبتمبر تقريبا ويقام في مدينة البندقية بإيطاليا، ويعتبر هو الحدث الأبرز المسجل ضمن إطار التنظيم الأكثر اتساعا في البندقية للمهرجانات الثقافية والفنية المعاصرة وتعتبر جائزة الأسد الذهبي من أهم الجوائز التي تمنح في هذا المهرجان.³

¹ <https://www.festival-cannes.com/f> تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من الساعة 13:00

² https://www.berlinale.de/en/das_festival/festivalp تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من الساعة 13:00

³ <http://www.labiennale.org/en/cinema/2018> تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من الساعة 13:00

3-5 مهرجانات الأفلام في الوطن العربي:

يقول أحد النقاد حول مهرجانات الأفلام على أنها كالفطريات تظهر وتختفي وهذا هو حال بعض المهرجانات العربية إلا أننا سنقوم بعرض بعض النماذج فمنها التي تأخذ الطابع التاريخي ومنها الحديث الذي يشق طريقه في عالم السينما.

ترجع بعض المصادر التاريخية إلى أن أول مهرجان أقيم في العالم العربي كان في دمشق في سوريا عام 1956 على هامش معرض دمشق الدولي بحيث حضر مشاركون من عدة دول .

مهرجان القاهرة CIFF:

هو مهرجان سنوي للفيلم الدولي تأسس عام 1976 ويعقد في دار الاوبرا المصرية وتوقف عن تنظيمه عامي 2011 و 2013 بسبب الميزانية والأوضاع السياسية، يعتبر المهرجان الوحيد الذي تعترف به فيدرالية الدولية لمنتجي الافلام السينمائية FIAPE في العالم العربي وأفريقيا¹، فهو واحد بين خمسة عشر مهرجانا يصنف ضمن فئة أ من قبل ذات الفيدرالية وأقام نسخته التاسعة والثلاثون في سنة 2017، ويعود الفضل إلى انشاء هذا المهرجان إلى الناقد والكاتب كمال الملاخ بعدما زار مهرجان برلين السينمائي عام 1975 حيث كانت تشهد مصر العصر الذهبي للسينما وهي التي اشتهرت بهوليوود الشرق لسمعتها الطويلة في صناعة الأفلام وهيمنتها على المشاهد العربي آنذاك والناطقين باللغة العربية وتأثير إنتاجها الفني من خلال الدراما والمسرح والموسيقى والأفلام فكانت القاهرة قبله أي فنان عربي للوصول إلى الجمهور العريض في أرجاء الوطن العربي وعليه تم اطلاق مهرجان القاهرة الدولي للسينما عام 1976 وقد بلغ عدد المشاركات حوالي 100 فيلم من أكثر من ثلاثين دولة .

¹الاتحاد الدولي لجمعيات منتجي الأفلام ومقرها في باريس ، التي أنشئت في عام 1933 ، هي منظمة مؤلفة من 36 اتحادًا من 30 دولة من الدول الرائدة في الإنتاج السمعي البصري FIAPF. هو أيضا مسؤول عن تنظيم المهرجانات السينمائية الدولية. <http://www.fiapf.org>

وترأست الجمعية المصرية للكتاب السينمائيين والنقاد المهرجان للسنوات الأولى للمهرجان ثم أشرف على المهرجان فيما بعد إتحاد نقابات الفنانين ليتم تشكيل لجنة مشتركة فيما بعد لتحسن أوضاع المهرجان ومن جملة الجوائز التي يقدمها:

- جائزة الهرم الذهبي.
- الهرم الفضي.
- تمثال الملك اخناتون.
- الأميرة باكت اتون.
- تمثال الوزير امنحوتب.
- تمثال الكاتب المصري .
- تمثال نجيب محفوظ.
- جائزة افضل ابداع في .
- جائزة افضل فيلم عربي ¹.

مهرجان قرطاج ²:

تأسس هذا المهرجان سنة 1966 ويتولى تنظيم هذا الحدث في تونس لجنة ترأسها وزارة الثقافة بالتعاون مع متخصصين في السينما ويهدف هذا المهرجان إلى تعزيز السينما في البلدان الأفريقية وبلدان الجنوب.

يرجع الفضل في تأسيس هذا المهرجان إلى وزير الثقافة التونسي الشاذلي القليبي ويهدف هذا المهرجان إلى خلق

جسور الحوار بين عالم الشمال والجنوب في المجال السينمائي وتسهيل الأضواء على السينما الافريقية والعربية.

¹ تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من الساعة 13:00 <https://www.ciff.org.eg/ar/>

² تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من الساعة 13:00 <http://festivaldecarthage.tn/>

وقد تمخض عن هذا المهرجان إنشاء الاتحاد الأفريقي لصناع الافلام سنة 1970 .

ويضم مهرجان قرطاج ورش عمل مختلفة تضم مجموعة من المنتجين وصناع الأفلام والنقاد إلا أن ما يميز هذا المهرجان هو جمهوره العريض من رواد السينما . ويتميز بجمعه للخصوصية العربية والأفريقية للسينما كما أن موقع تونس سمح لها أن تكون نقطة لقاء مهمة بين أوروبا و إفريقيا والعالم العربي ويعد التانيت الذهبي أبرز الجوائز التي يقدمها مهرجان قرطاج نسبة إلى الالهة الفينيقية .

1: مهرجان دمشق

كانت البدايات الأولى لهذا المهرجان في سبعينيات القرن الماضي، حيث كان يتناوب مع مهرجان قرطاج السينمائي في تونس ويعود تأسيسه إلى المخرج السوري محمد شاهين عام 1979 وابتداء من سنة 2001 أخذ المهرجان الصبغة الدولية ويعد مهرجان دمشق السينمائي الدولي واحد من بين أقدم المهرجانات العربية ففي دورته الأولى المنعقدة في أكتوبر 1979، شهد المهرجان مشاركة دول عربية ومن أمريكا اللاتينية وآسيا وأوروبا وكان يقام على هامشه ندوات وعروض مختلفة .

يقدم مهرجان دمشق عدة جوائز وذلك طبقا للمسابقة عن الأفلام الطويلة والقصيرة ولجنة خاصة بتحكيم الفيلم العربي .

2: مهرجان دبي

تعتبر بلدان الخليج حديثة العهد بمهرجانات الأفلام وعادة ما يتم تصنيفها من قبل النقاد على أنها غير كلاسيكية بمعنى لا تبحث عن جمهور السينما بقدر ما تبحث عن إنتاج وخلق سوق للسينما في منطقتها ومن أبرز

¹ <http://cinemasy.com/index.php?page=show&ex=2&dir=docs&lang=1&ser=1&cat=469>

² <https://dubaifilmfest.com/ar/home.html> تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من الساعة 13:00

المهرجانات نجد مهرجان دبي السينمائي الدولي الذي تأسس سنة 2004 ويعتبر من التنظيمات الثقافية الغير ربحية التي تنظمه سلطة المنطقة الحرة للتكنولوجيا للإعلام في إمارة دبي ، يسعى هذا المهرجان إلى دعم المواهب المحلية ويقدم جوائز معتبرة أهمها المهر للإبداع السينمائي العربي ، وجائزة المهر الآسيوي الأفريقي . ومن ضمن فعالياته تقام ندوات وجلسات نقاش.

ويسعى مهرجان دبي السينمائي إلى خلق سوق توفر أرضية لإنتاج السمعي البصري في المنطقة.

3-6 مهرجانات الأفلام في الجزائر:

تخضع المهرجانات الثقافية بشكل عام في الجزائر إلى مجموعة من القوانين التي تسيّر هذه النشاطات، وعليه يحدد المرسوم التنفيذي رقم 03-297 المؤرخ في 13 رجب عام 1424 الموافق 10 سبتمبر سنة 2003 شروط تنظيمها وكيفيةها بحيث يضم هذا المرسوم ثلاث فصول تتعلق الأول بأحكام عامة بحيث تشير مواده إلى تعريف المهرجان الثقافي وإسهاماته بالإضافة إلى أصناف المهرجانات ،الفصل الثاني يتعلق بشروط التنظيم أما الفصل الثالث فيتعلق بالأحكام المالية أي الجانب المالي والميزانية للتظاهرة الثقافية¹، بقي هذا المرسوم معمول به الى أن صدر مرسوم

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 55، 2003 ص 15 17 ينظر إلى ملحق الجريدة الرسمية

المادة 7: ينظم المهرجانات الثقافية الأشخاص المعنويين و الخاضعون للقانون العام والخاص.

المادة 8: يخضع تنظيم كل مهرجان ثقافي لدفتر شروط يحدد بمقرر من السلطة المختصة .

المادة 10: يعين لكل مهرجان ثقافي محافظ يتم اختياره من بين الشخصيات البارزة في الميدان الثقافي، يعين الوزير المكلف بالثقافة اعضاء لجنة تنظيم

المهرجانات الثقافية بناء على اقتراح من محافظ المهرجان .

المادة 11: يعين الوزير المكلف بالثقافة محافظي المهرجانات الثقافية الوطنية والدولية المؤسسة. يعين الوزير المكلف بالثقافة محافظي المهرجانات الثقافية المحلية

المؤسسة بناء على اقتراح من الوالي المختص اقليميا.

المادة 12: يمكن المهرجان الثقافي المؤسس الاستفادة من : مساهمة الوزارة المكلفة بالثقافة

مساهمة الجماعات المحلية

الإعانات التي يمنحها المتعاملون الاقتصاديون العموميون او الخواص في شكل تمويل اشهاري او رعاية،

كل الموارد الأخرى المتأتية من ايرادات العروض في اطار المهرجان

الهبات والوصايا وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بمما .

تنفيذي رقم 07-348 مؤرخ في 4 ذي القعدة عام 1428 الموافق 14 نوفمبر سنة 2007¹ يعدل ويتم المرسوم التنفيذي 03-279. يليه المرسوم التنفيذي رقم 09-14 المؤرخ في 14 محرم عام 1430 الموافق 11 يناير سنة 2009² والذي تم وعدل المرسوم التنفيذي الأول رقم 03-279.

تتعدد التظاهرات الثقافية في الجزائر فنجد العديد من المهرجانات المتعلقة بالمسرح والرسم والرقص والفنون الشعبية ومن بينها المهرجانات السينمائية، فمنها من يأخذ الطابع الرسمي ومنها من يأخذ الطابع المحلي وهناك تظاهرات تسير من قبل الهواة وحسب قانون الذي ينظم المهرجانات الثقافية في الجزائر يميزها في ثلاثة أصناف :

" المهرجانات الثقافية الدولية: وهي المهرجانات التي تتميز بحضور الوفود أو الأعمال الأجنبية .

المهرجانات الثقافية الوطنية: وهي المهرجانات التي تشارك فيها مختلف مناطق الوطن.

المهرجانات الثقافية المحلية: وهي المهرجانات التي يكون فيها المشاركون من ولاية واحدة أو عدة ولايات مجاورة ."³ ومن خلال بحثنا هذا ارتأينا عرض التظاهرات السينمائية حسب كل ولاية وهي كالآتي :

1. ولاية أدرار: أيام توات سينما.
2. ولاية الشلف: أيام الأصنام للفيلم القصير.
3. ولاية الاغواط: غير معلوم.
4. ولاية أم البواقي: غير معلوم.
5. ولاية باتنة: المهرجان الوطني الجامعي للفيلم القصير.
6. ولاية بجاية: الأيام السينمائية الدولية .

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 72، 2007، ص 06 07. ينظر إلى ملحق الجريدة الرسمية

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 03، 2009، ص 19. ينظر إلى ملحق الجريدة الرسمية

³ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 55 الصادرة في 14/09/2003 م ص 16. ينظر إلى ملحق الجريدة الرسمية

7. ولاية بسكرة: غير معلوم .
8. ولاية بشار: الأيام الوطنية للفيلم القصير.
9. ولاية البليدة: الأيام السينمائية الدولية للفيلم القصير.
10. ولاية البويرة: غير معلوم.
11. ولاية تلمسان: الأيام السينمائية من تقديم جمعية لوميبار.
12. ولاية تبسة: الأيام الوطنية سيني تيفاست.
13. ولاية تلمسان: الايام السينمائية لتلمسان.
14. ولاية تيارت: غير معلوم.
15. ولاية تيزي وزو: مهرجان الفيلم الامازيغي.
16. ولاية الجزائر: مهرجان الجزائر للسينما .
- مهرجان الثقافي المغاربي للسينما.
- الأيام الدولية للسينما
17. ولاية الجلفة: الأيام الوطنية لسينما الشباب.
18. ولاية جيجل: أيام جيجل السينمائية.
19. ولاية سطيف: المهرجان الدولي للفيلم القصير.
- أيام القرقور للفيلم القصير - حمام قرقور - سطيف .
20. ولاية سعيدة: المهرجان الثقافي لأدب وسينما المرأة.
21. ولاية سكيكدة: الأيام الدولية للسينما.
22. ولاية سيدي بلعباس: أيام الفيلم القصير للهواة.

23. ولاية عنابة: مهرجان عنابة للفيلم المتوسطي.
24. ولاية قالمة : غير معلوم.
25. ولاية قسنطينة: الأيام السينمائية والذاكرة .
26. ولاية المدية: الأيام السينمائية الجهوية للفيلم القصير .
27. ولاية مستغانم: أيام الفيلم القصير والوثائقي.
28. ولاية المسيلة : أيام السينما والسياحة الشبابية
أيام كردادة للفيلم القصير بوسعادة.
29. ولاية معسكر: الأيام السينمائية الوطنية.
30. ولاية ورقلة : أيام وركلان للفيلم القصير والوثائقي.
31. ولاية وهران : مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي.
32. ولاية البيض: أيام الفيلم القصير.
33. ولاية البزي: غير معلوم.
34. ولاية برج وعريج: غير معلوم.
35. ولاية بومرداس غير معلوم
36. ولاية الطارف: غير معلوم
37. ولاية تيندوف: ايام المقار للفيلم القصير .
38. ولاية تسمسيلت غير معلوم.
39. ولاية الوادي: الأيام الوطنية للفيلم القصير والوثائقي.
40. ولاية خنشلة: غير معلوم.

41. ولاية سوق اهراس: غير معلوم.
42. ولاية تيبازة: غير معلوم.
43. ولاية ميلة : أيام السينمائية لجمعية لوميبار.
44. ولاية عين الدفلى: غير معلوم.
45. ولاية النعامة :ا لأيام السينمائية جمعية لوميبار.
46. ولاية عين تموشنت: الأيام السينمائية للفيلم القصير.
47. ولاية غرداية: مهرجان غرداية القاري للفيلم القصير.
48. ولاية غليزان: الأيام المحلية لسينما الشباب .

تختلف هذه التظاهرات حسب خصائص كل منطقة وطبيعة ومحتوى المنافسة التي تقدمه هذه التظاهرات غير أن من جملة ما نجد ستة مهرجانات نجد لها السند القانوني الذي أنشأها وهي :

1- مهرجان وهران للفيلم العربي :

أنشئ هذا المهرجان سنة 2007، حيث انعقدت أولى دوراته في مدينة وهران¹ (تفاصيل هذا المهرجان في الفصل الرابع من هذه الدراسة).

2- مهرجان الجزائر للسينما²:

أنشئ هذا المهرجان سنة 2005 بموجب قرار مؤرخ في 7 جمادى الثانية 1426 الموافق 13 يوليو سنة 2005 والذي تضمن تأسيس مهرجان ثقافي الجزائر للسينما، بحيث يخضع تنظيمه إلى شروط تنظيم المهرجانات المنصوص

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 25، 2007 ص 19. انظر إلى الملحق الجريدة الرسمية.

² <https://www.ficinema.dz/fr/> تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من الساعة 13:00

عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-297.¹ وتقتصر مسابقة المهرجان على الأفلام الطويلة والوثائقية فقط وتمنح أربع جوائز وهي الجائزة الكبرى وجائزة لجنة التحكيم الخاصة وجائزة الجمهور وجائزة متعلقة بالتنويه الخاص لكلا الصنفين.

3- مهرجان الفيلم المغربي:

أنشئ هذا المهرجان سنة 2010 بموجب قرار مؤرخ في 28 جمادى الأولى 1431 الموافق 13 مايو سنة 2010 والذي تضمن تأسيس المهرجان الثقافي المغربي للسينما، بحيث يخضع تنظيمه إلى شروط تنظيم المهرجانات المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-297.² لكن تم إلغائه من قبل وزير الثقافة بقرار مؤرخ في 7 محرم 1437 الموافق 21 أكتوبر سنة 2015 في مادته الثانية³، بحيث كانت تتضمن مسابقتها الأفلام الطويلة، الأفلام القصيرة والأفلام الوثائقية وتمنح جائزة الأميال الذهبية لصنف الأفلام الطويلة والقصيرة والجائزة الكبرى لصنف الأفلام الوثائقية.

4- مهرجان الثقافي لأدب وسينما المرأة:⁴

أنشئ هذا المهرجان سنة 2014 بموجب قرار مؤرخ في 05 صفر عام 1435 الموافق 08 ديسمبر سنة 2013 والذي تضمن تأسيس المهرجان الثقافي الوطني لأدب وسينما المرأة وقد نصت المادة الأولى على تحديد مكانه بولاية سعيدة، بحيث يخضع تنظيمه إلى شروط تنظيم المهرجانات المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-297.⁵ يسعى هذا المهرجان إلى تكريم الوجوه النسوية في عالم الأدب والسينما.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 2005، 68، ص 24

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 2010، 36، ص 20 ينظر إلى ملحق الجريدة الرسمية

³ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 61، 2015، ص 28. ينظر إلى ملحق الجريدة الرسمية

⁴ <http://mculturesaida.com/> تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من الساعة 13:00

⁵ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 39، 2014، ص 31. ينظر إلى ملحق الجريدة الرسمية

-5- مهرجان الفيلم الأمازيغي¹ :

أنشئ هذا المهرجان سنة 2005 بموجب قرار مؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1426 الموافق 25 ديسمبر سنة 2005 والذي تضمن تأسيس مهرجان ثقافي وطني للفيلم الأمازيغي، بحيث يخضع تنظيمه إلى شروط تنظيم المهرجانات المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-297² وتتضمن المسابقة فئة الأفلام الطويلة، القصيرة والوثائقية وتتضمن الجوائز جائزة الزيتونة الذهبية وهي بمثابة الجائزة الكبرى، جائزة أحسن دور رجال، جائزة أحسن دور نساء وجائزة لجنة التحكيم وذلك في مختلف أصناف الفيلم.

-6- مهرجان عنابة للفيلم المتوسطي³ :

أنشئ هذا المهرجان سنة 2015 بموجب قرار مؤرخ في 07 محرم عام 1437 الموافق 21 أكتوبر سنة 2015 والذي تضمن تأسيس المهرجان الثقافي للفيلم المتوسطي تحت مسمى مهرجان عنابة للفيلم المتوسطي، بحيث يخضع تنظيمه إلى شروط تنظيم المهرجانات المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-297⁴، ويمنح عدة جوائز منها العناب الذهبي، جائزة أحسن سيناريو، أحسن دور رجالي ونسائي و جائزة لجنة التحكيم الخاصة.

أما بقية التظاهرات السينمائية الأخرى فلها مجموعة من المميزات نذكر منها:

- غياب السند القانوني الذي يحدد شروط إنشائها.
- تسييرها من قبل جمعيات ثقافية أو هواة وفي بعض الأحيان مدير الثقافة للولاية يعتبر محافظا للمهرجان.

¹ تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من <http://www.dircultureto.dz/festival-cultural-national-film-amazigh> الساعة 13:00

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 306، 2006 ص 20. ينظر إلى ملحق الجريدة الرسمية

³ <https://www.annabamedfilms.org/> تاريخ المعاينة يوم 2017/12/01 ابتداء من الساعة 13:00

⁴ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 61، 2015 ص 28. ينظر إلى ملحق الجريدة الرسمية

- غياب الترويج الاعلامي لها.
- عدم الانتظام في الدورات واختفاء بعضها.
- تعتبر المنتفس الوحيد أمام الشباب المبدعين لتقدم وعرض إنتاجهم في المجال السينمائي في ظل غياب الإمكانيات الكبيرة .

خلاصة :

من خلال هذا الفصل يتضح لنا أن مهرجانات الأفلام وخصوصا تلك التي لها عراقة تعود بالأساس إلى وجود ديناميكية سينمائية من وفرة الإنتاج و إرساء تقاليد لدي جمهور هذا الفن، ويتضح ذلك جليا في المجتمع الغربي في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية. أما في العالم العربي فرغم عراقة بعض المهرجانات السينمائية إلا أنها تتأثر بالعوامل السياسية وكما يضيف الباحث جون ميشال فوردون **Jean-Michel Frodon** في دراسته حول مهرجانات الأفلام في الوطن العربي على أنها جزء من السياسة كونها تخضع لتمويل النظام. أما في الجزائر لاحظنا من خلال هذا الفصل كيف تم إنشاء المهرجانات بمعنى المرجعية القانونية وأيضا وضعية الهياكل قطاع السينما ومحمل القوانين المسيرة لهذا الفن في الجزائر .

تمهيد:

في هذا الفصل من الدراسة، نتوقف للتعرف على مدينة وهران والحياة الثقافية فيها، ناهيك عن مؤهلاتها في القطاع السينمائي ومختلف البنى التحتية الخاصة بالفن السابع، بالإضافة الى تظاهراتها المهرجانية وبالأخص مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي، بحيث نعرض على حصيلة هذا المهرجان بعد عشر طبعات من تنظيمه والتعرف على مختلف هياكله وآليات عمله، فلا يمكننا معرفة تنظيم معين دون الاطلاع على سياقات نشأته وظروفه التي تحيط به والبيئة التي تحتضنه، كما نتوقف على رصد صورة المهرجان من خلال أعين الصحفيين والنقاد والجمهور، وهذه الصورة التي يظهر بها المهرجان ما هي إلا نتيجة حتمية لعمل شبكة تنظم المهرجان. ومنه نختبر فاعلية هذه الشبكة في التواصل والتفاعل على حد سواء، كما نتوقف على الاستراتيجية الاتصالية والإعلامية التي يقوم بها القائم بالاتصال لنختتم هذا الفصل بآليات التقييم المعتمدة في المهرجانات وإسقاطها على مهرجان وهران .

1-4 وهران وواقع الحركة الثقافية:

الموقع: تقع ولاية وهران في غرب الجزائر على سواحل البحر الابيض المتوسط، تتكون إداريا من تسع دوائر¹ (مقاطعة إدارية) و 26 بلدية (20 منها حضرية و 6 ريفية) يحدها شمالا البحر الأبيض المتوسط وشرقا ولاية مستغانم وجنوبا ولايتي معسكر وسيدي بلعباس وغربا ولاية عين تموشنت تترجع على مساحة قدرها 2125.98 كم² تتميز بمناخها المتوسطي المعتدل الحار صيفا والمعتدل شتاء.

تاريخيا عُرفت مدينة وهران تأسيسها في القرن العاشر ميلادي على يد التجار الأندلسيين والمغاربة، حيث أحتلت من قبل الاسبان عام 1509 . شهدت فيما بعد دخول العثمانيين الذين حرروها من الاسبان ثم عرفت الاحتلال

¹ وهران، عين الترك، بوتليس، وادي تليلات، السانيا، بئر الخير، قديل، أرزيو وبطيوة.

² المصدر: وزارة الداخلية تاريخ المعاينة 2017/12/15 على الساعة 14:30 /http://www.interieur.gov.dz/index.php/ar

الفرنسي 1838م¹ إلى غاية استقلال الجزائر عام 1962. وهو ما يتجلى في بعض من معالم عمرائها ومنها مسجد الباشا وكاتدرائية هران وكنيسة سانتا كروز .

تشير إحدى دراسات² إلى أن التركيبة البشرية لمدينة وهران تتلخص في ثلاث جماعات وهي الجزائريون، الأوروبيون وكحيلة وهران بالإضافة إلى اثنية سكان وهران من يهود وكراغلة وغيرهم³، أما اقتصادها فهي من المدن التي تربط أوروبا (إسبانيا وفرنسا) بالجزائر من خلال شبكة مواصلات المتمثلة في مينائها ومطارها بالإضافة إلى خطوط سكك الحديدية مع باقي المناطق الداخلية للجزائر .

الحياة الثقافية في وهران:

في هذا الصدد لا يمكن حصر مجموع الأنشطة الثقافية في هذه المدينة نظرا لتعدد تارة و لانعدام استمراريته تارة أخرى، بحيث تشتهر مدينة وهران حاليا بأنها البيئة الحاضنة لأغنية الرأي حيث بات هذا النوع من الأغاني يروج في العالم العربي والغربي ، وفي هذا الشأن سنعدد بعض التظاهرات التي تميز مدينة وهران مركزين على الجانب السينمائي وهي كالآتي :

مهرجان الراي :

تأسس بموجب قرار مؤرخ في 04 رجب عام 1426 الموافق 9 غشت سنة 2005 والذي تضمن تأسيس مهرجان ثقافي وطني لأغنية الراي⁴* ويخضع تنظيمه للمرسوم التنفيذي رقم 03-297 المؤرخ في 13 رجب

¹ خديجة بختاوي، التحولات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في عمالة وهران 1870-1939، اطروحة دكتوراه في التاريخ الحديث و المعاصر، كلية العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية، قسم التاريخ و الآثار، جامعة وهران، تحت اشراف بن نعمة عبدالمجيد، 2012/2011.

² جميلة حيدرة، الحياة الثقافية بمدينة وهران 1930-1962: دراسة سوسولوجية و مونوغرافية، اطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الثقافي، كلية العموم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران 2، تحت اشراف حسن رمعون، 2016/2015.

³ بلغ عدد سكانها حسب إحصائيات وزارة الداخلية سنة 2006 - 1363310 نسمة.

⁴ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2005، 77، ص 18. (انظر الى الملحق).

*تواريخ التظاهرات المدونة في الجريدة الرسمية ما هي إلا تاريخ يرسم التظاهرة بصفة قانونية ولا يعبر عن تاريخ نشأتها.

عام 1424 الموافق 10 سبتمبر سنة 2003 والذي يحدد شروط تنظيم المهرجانات الثقافية، لكن سرعان ما تم نقله إلى ولاية سيدي بلعباس بعد طبعين شهدت خلاله بعض المشاكل التنظيمية واستبدل بمهرجان تحت مسمى مهرجان الأغنية الوهرانية.

مهرجان الأغنية الوهرانية:

تأسس هذا المهرجان بموجب قرار مؤرخ في 11 ربيع الأول عام 1429 الموافق 19 مارس سنة 2008 والذي يتضمن تأسيس مهرجان ثقافي محلي للموسيقى والأغنية الوهرانية وفي مادته الأولى يخضع هذا المهرجان لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 03-297 المؤرخ في 13 رجب عام 1424 الموافق 10 سبتمبر سنة 2003 والذي يحدد شروط تنظيم المهرجانات الثقافية، مع تحديد مكانه بولاية وهران، جاء هذا المهرجان كبديل عن مهرجان الراي بعد أن تم نقله إلى ولاية سيدي بلعباس، بحيث يركز هذا المهرجان على الأغنية الأصيلة ذات الطابع الوهراني .

المهرجان الوطني للمسرح في دورته التاسعة :

والذي أقيم مناصفة مع ولاية مستغانم في سنة 2017، وهو المهرجان الذي تنظمه الهيئة العربية للمسرح والتي مقرها في دولة الامارات العربية المتحدة بحيث ينظم هذا المهرجان كل مرة في دولة عربية .

السينما في وهران:

بالرجوع إلى المصادر التاريخية تتعدد قاعات السينما في ولاية وهران، والتي تعود إلى الحقبة الاستعمارية وكان تعددها حوالي 36 قاعة¹ ومن خلال البحث وجدنا حوالي 31 قاعة في مدينة وهران دون المناطق أو المقاطعات الإدارية التابعة لها وهي مصنفة كالآتي في الجدول :

¹ مقابلة مع السيد بن صالح الحاج منظم في مهرجان وهران سابقا يوم 2016/04/5 في المركز التوثيق الاقتصادي والاجتماعي على الساعة 14:30 زوالا.

القاعات السينمائية:

الرقم	اسم القاعة القديم	العنوان
01	L'Alcazar	41 rue Pégoud
02	L'Alhambra	35 ,boulevard Vauchez
03	Le bon accueil	Rue Montaigne
04	Le capitole	70, avenu de la république
05	Le colisée	Rue de l'artillerie
06	Le century	Rue Jaques
07	L'eldorado	Rue de Tlemcen
08	L'empire	18, rue Alsace lorraine
09	L'Escorial	Boulevard George Clémenceau
10	La familia	32 , Boulevard Oudinot
11	L'idéal	Place des victoires
12	Le paris	29 , boulevard du 2 ^e Zouaves
13	Le lido	Avenue de Gambetta
14	Le Magic	3, rue de d'Ajaccio
15	Le Mogador	Rue de Fondouck et rue de salles

16	Le Mondial	25, rue président Fallières(choupot)
17	L'Olympia (Tafna)	Place de saint Eugène
18	Le Pigalle (ex Richelieu)	Rue de lourmel
19	le plaza	Avenue d'Oujda (Eckmul)
20	Le régent	Rue General leclerc
21	Le Regina	Rue Gay Lussac (bel air)
22	Le Rex	Rue de Tlemcen
23	Le Rio (George V)	21 , Rue General leclerc
24	Le Ritz (lynx)	85 , Rue General leclerc
25	Le Rialto(Balzac)	Rue General leclerc
26	Le Royal	4 ,place Marechal Foch
27	Le Roxy	13, boulevard Hippolythe Giroud
28	Le Tivoli (Monaco)	Rue de Mostaganem
30	Le Victoria	Place Laurence, saint Antoine.
31	Le Vox	Miramar

جدول بين عدد القاعات السينمائية في مدينة وهران¹

¹ تاريخ المعاينة 2017/7/1 على الساعة 20:00 <http://www.villedoran.com/p13.html>

أما ما هو موجود حاليا فنشير إلى احصائيات وزارة الثقافة الجزائرية على مستوى ولاية وهران في الفترة الممتدة من سنة

2011 الى سنة 2014 وهي كالاتي :

الرقم	اسم القاعة	الهيئة التي تسييرها أو التابعة لها
01	سينماتك	المركز الجزائري للسينما
02	المغرب - سابقا الريجون	البلدية
03	السعادة - سابقا الكوليزي	البلدية
04	مرحبة - سابقا اسكوريال	البلدية
05	الفتح - سابقا بيجال	البلدية
06	العصفور - سابقا ايديال	البلدية
07	فلوسن - سابقا روكسي	البلدية
08	حورية سابقا الكازار	البلدية
09	الظهرة	البلدية
10	الاوراس - سابقا ركس	البلدية
11	الشلف	البلدية
12	الاطلس	البلدية
13	شهرزاد	البلدية
14	المستقبل	البلدية
15	طاسيلي	البلدية

البلدية	الاندلسية	16
البلدية	افريقيا	17
البلدية	دنيا زاد	18
البلدية	مقطع	19
البلدية	ريكس	20
البلدية	لينكس	21
البلدية	موغادور	22
البلدية	جرجرة سابقا موناكو	23
البلدية	الهقار سابقا سننري	24
البلدية	التافنة	25
البلدية	قديل	26
البلدية	البورادو	27
البلدية	مرجاجو	28

جدول بين إحصائيات قاعات السينما في ولاية وهران في الفترة 2011-2014¹

ما يلاحظ على هذه القائمة أن بعض القاعات قد حولت عن مهامها الأساسية بعدما تولت البلدية تسييرها فالبعض تحول إلى قاعات حفلات وغيرها أقل.

أما التي لا زالت تزاوّل نشاطها فتجد متحف سينما وهران، سينماتك، قاعة المغرب، قاعة السعادة وهي نفسها التي يستعملها مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي في تقديم عروضه سواء داخل المنافسة أو خارجها .

¹ وزارة الثقافة الجزائرية تاريخ المعاينة 2017/7/1 على الساعة 20:00 /<https://www.m-culture.gov.dz/mc2/ar>

2-4 مهرجان وهران للفيلم العربي:

تأسس مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي بناء على قرار مؤرخ في 19 ربيع الأول عام 1428 الموافق ل07 أبريل سنة 2007¹، بحيث يخضع هذا المهرجان والمسمى المهرجان الثقافي العربي للسينما إلى احكام المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 03-297 المؤرخ في 13 رجب عام 1424 الموافق 10 سبتمبر سنة 2003 والذي يحدد شروط تنظيم المهرجانات الثقافية، مع أن هذا القرار لم يحدد مكان إقامة المهرجان كغيره من القرارات المشابهة. بلغ مهرجان دورته العاشرة سنة 2017، يسير هذا المهرجان من قبل محافظة مكونة من محافظ ومدراء من مختلف المهام فنيين وتقنيين. وقد تداول على هذا المهرجان إلى غاية دورته الحادي عشر أربعة محافظين، تولى رئاسته مدير التلفزيون الجزائري الأسبق حمراوي حبيب شوقي في ثلاث طبعات متتالية بدء من سنة 2007، ليخلفه في الطبعة الرابعة مدير الوكالة الجزائرية للإشعاع الثقافي محمد عريف الذي ترأس المهرجان للدورة واحدة فقط سنة 2010.

ثم أتى الدور على مديرة الثقافة لولاية وهران والتي عينت محافظة لذات المهرجان للثلاثة طبعات متتالية بدء من سنة 2011 إلى غاية 2013، ليخلفها في نفس المنصب مدير الأخبار ورئيس التحرير في التلفزيون الجزائري ابراهيم صديقي بدء من الطبعة الثامنة سنة 2015 وإلى غاية الطبعة الحادي عشر سنة 2018. ومع كل محافظ جديد كان يتم تغيير الطاقم الفني الذي يشرف على تسيير الحدث ويقع مقر المحافظة في مدينة الجزائر العاصمة وليس مدينة الحدث وهران، ففي كل طبعة كان يرفع مهرجان وهران للفيلم العربي شعار حسب المناسبة والظروف التي تمر بها الجزائر أو الأمة العربية و الإسلامية وفي كل طبعة كان يتم تخصيص ركن للسينما الأجنبية كضيف شرف.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2007، 25، ص 19. (انظر الى الملحق).

يشترط مهرجان وهران للمشاركة في مسابقتها جملة من الشروط وهي الافلام التي لم يسبق لها المشاركة في دورة المهرجان السابقة، ولم يتم عرضها على الجمهور الجزائري من قبل باستثناء الأفلام الجزائرية، ولم يتم بثها على أي قناة تلفزيونية أو عبر الأنترنت، كما تشترط محافظة المهرجان أن يحمل الفيلم هوية عربية من جهة الإنتاج أو الإخراج، وفي حال كان المخرج لا يحمل جنسية إحدى الدول العربية بإمكان فيلمه أن يشارك ضمن إحدى شركات الإنتاج السينمائية العربية، أما الأفلام التي تكون قيد الإنجاز فيتم الإشارة إلى ذلك بشكل واضح في خانة الملاحظات، تحديد الموعد النهائي لجاهزية الفيلم، وبالنسبة للغة فيجب أن تقدم الأفلام بلغتها الأصلية، وفي حال كانت ناطقة بغير اللغة العربية وجب إدراج ترجمة نصية أو دبلجة للعربية.¹

يقوم مهرجان وهران على إقامة منافسة بين الأعمال العربية السينمائية وهو من بين المهرجانات القليلة التي تختص بالأعمال السينمائية العربية داخل الوطن العربي مع مهرجان عمان للفيلم العربي بالأردن مثلا، بينما تقام مهرجانات الأفلام العربية الأخرى خارج الوطن العربي مثل مهرجان السينما العربية في باريس ، برلين للفيلم العربي، مهرجان مواسم السينما العربية، مهرجان مالمو للسينما العربية بالسويد.

وخلال عقد من الزمن عرف مهرجان وهران تحولات سواء من ناحية التسمية أو المسابقة، ففي البداية كان يقوم المهرجان تحت رعاية مؤسسة الفنك الذهبي وتحت مسمى المهرجان الدولي للفيلم العربي واختصارا باللغة الأجنبية FIOFA، ثم تحول إلى رعاية وزارة الثقافة الجزائرية بدء من الطبعة الخامسة سنة 2011 أين عرفت هذه الطبعة تعديلات على تسمية الجائزة من الأهقار الذهبي إلى الوهر الذهبي نسبة إلى الوهران بمعنى الأسدان وتحول إلى مسمى مهرجان وهران للفيلم العربي اختصارا FOFA، كما تم إضافة مسابقة الأفلام الوثائقية بعدما كانت تقتصر المنافسة على الأفلام الوثائقية والقصيرة وذلك تزامنا مع تلمسان عاصمة للثقافة الاسلامية، لتعود التسمية من جديد إلى مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي مع الطبعة الثامنة سنة 2015 والتي كان من المقرر إجراؤها سنة من قبل إلى

¹ ينظر إلى شروط في موقع المهرجان <http://oranfestival.com/?p=17890>

أن تم تأجيلها بداعي أمور تنظيمية، يهدف مهرجان وهران حسب القائمين عليه إلى تشجيع السينمائيين الجدد لتقديم إنتاجاتهم بالإضافة إلى تنسيق بين السينمات العربية وتوحيد الجهود من أجل نهوض بقطاع السينما في أقطار

البلدان العربية وفيما يلي عرض لحصيلة عشر طبعات لمهرجان وهران :

الطبعة	شعار الطبعة	المحافظ	السنة
الاولى	سينما عربية أكثر انفتاحا ونضجا	حمراوي حبيب شوقي	من 28 جويلية الى 03 أوت 2007
الثانية	/	حمراوي حبيب شوقي	من 26 جوان الى 03 جويلية 2008
الثالثة	القدس عاصمة أبدية للثقافة العربية	حمراوي حبيب شوقي	من 23 الى 30 جويلية 2009
الرابعة	/	مصطفى عريف	من 16 الى 23 ديسمبر 2010
الخامسة	/	ربيعة موساوي	من 15 الى 22 ديسمبر 2011
السادسة	الصورة وكفاح التحرير	ربيعة موساوي	من 15 الى 23 ديسمبر 2012
السابعة	/	ربيعة موساوي	من 23 الى 30 سبتمبر 2013
الثامنة	الواقع في دور البطولة	ابراهيم صديقي	من 03 إلى 15 جوان 2015
التاسعة	الأخر في السينما العربية	ابراهيم صديقي	من 22 الى 27 جويلية 2016

العاشرة	/	ابراهيم صديقي	من 23 الى 31 جويلية 2017
الحادي عشر	لنعيش معا بسلام	ابراهيم صديقي	من 25 الى 30 جويلية 2018

جدول يوضح شعارات مهرجان وهران والمحافظين لكل طبعة مع فترة انعقاده¹

تعتبر البرمجة من أهم ما يقوم عليه المهرجان وخلال عقد من الزمن لاحظنا تغيير في زمن انعقاده فانتقل من الفترة الصيفية في شهر جويلية في ثلاث طبعات أولى مع المحافظ الأول حمراوي حبيب شوقي إلى الفترة الشتوية في شهر ديسمبر مع المحافظ مصطفى عريف والمحافظ ربيعة موساوي ليعود إلى الفترة الخريفية في الطبعة السابعة سنة 2013، وتم تأجيل الطبعة الموالية إلى غاية عام 2015 بدلا من عام 2014، وذلك لأسباب تنظيمية حسب القائمين على المهرجان، مما أفرز محافظة جديدة مع الشاعر ومدير الأخبار السابق للتلفزيون الجزائري ابراهيم صديقي بدء من الطبعة الثامنة حيث عاد توقيت المهرجان إلى الفترة الصيفية في شهر جويلية، و تخضع برمجة مهرجان وهران للفيلم العربي إلى جملة من الاعتبارات منها الجاهزية والميزانية بالإضافة إلى توقيت مهرجانات أخرى في نفس الفترة .

يحتفي مهرجان وهران في كل طبعة بسينما كضيف شرف وهي فرصة للجمهور من أجل مشاهدة أفلام لم يسبق له أن شاهدها، وتشير الأرقام التي يقدمها المحافظين في كل طبعة إلى العدد الكبير من الأفلام التي يتم إرسالها من أجل المشاركة في المسابقة إذ يتجاوز عددها المئات ويتأرجح مشاركة الأفلام من الدول العربية في كل طبعة، بحيث تنتقي لجنة المشاهدة أهم الافلام التي تدخل مسابقة الوهر الذهبي وهي كالاتي :

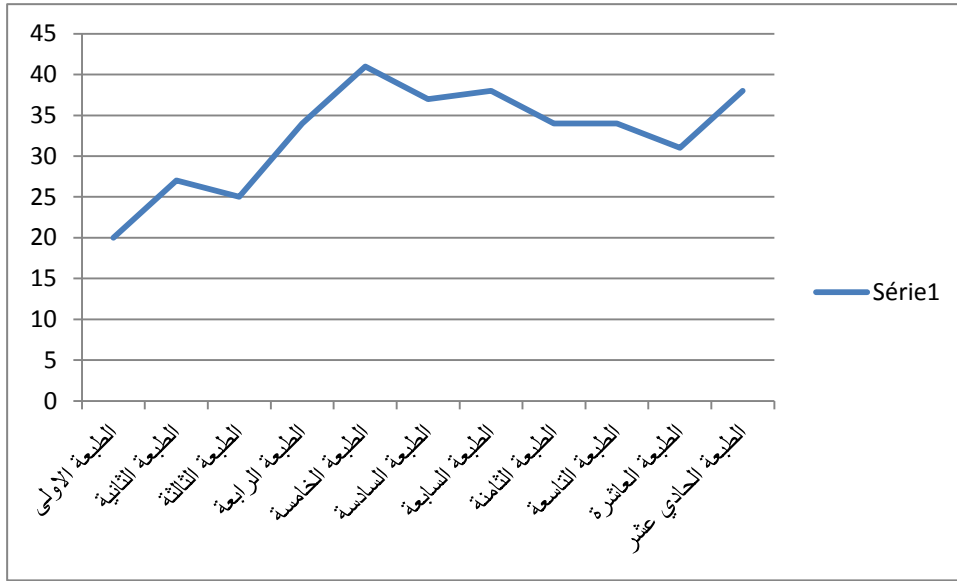
¹ معلومات جمعها الباحث من خلال مطبوعات المهرجان.

الافلام المتوجة حسب الفئات	عدد الافلام المتنافسة	سينما ضيف شرف	الطبعة
الفيلم الطويل: اخر فيلم making off ، للمخرج نوري بوزيد ، تونس . الفيلم القصير : فيلم حورية، للمخرج محمد يريقي ، الجزائر .	20	اسبانيا	الاولى 2007
الفيلم الطويل: خارج التغطية ، للمخرج عبداللطيف عبدالحميد ، سوريا . الفيلم القصير: فيلم أيدي نظيفة ، للمخرج فانوس عبدالكريم ، مصر	27	فرنسا	الثانية 2008
الفيلم الطويل: خلطة فوزية ، للمخرج مجدي أحمد ، مصر . الفيلم القصير: قولي لي ، للمخرجة صبرينة دراوي ، الجزائر	25	فلسطين	الثالثة 2009
الفيلم الطويل: النخيل الجريح ، للمخرج عبداللطيف بن عمار ، تونس الفيلم القصير: قراقوز للمخرج عبدالنور زحزح ، الجزائر مناصفة مع فيلم الغسيل الوسخ للمخرج مالك عمارة من تونس	34	السينما الخليجية	الرابعة 2010
الفيلم الطويل: هلا لوين للمخرجة نادين لبكي ، لبنان . الفيلم القصير: حياة قصيرة للمخرج لعديل الفضيلي ، المغرب . الفيلم الوثائقي: دار الحديث مكان للعبادة واعلم ، للمخرج سعيد عولمي ، الجزائر .	41	/	الخامسة 2011
الفيلم الطويل: خروج الى النهار للمخرجة هالة لطفى ، مصر . الفيلم القصير: الجزيرة للمخرج أمين سيدي بومدين ، الجزائر . الفيلم الوثائقي: تونس ما قبل التاريخ للمخرج حمدي بن أحمد ، تونس .	37	/	السادسة 2012
الفيلم الطويل: فيلم مريم للمخرج باسل الخطيب ، سوريا مناصفة مع فيلم	38	/	السابعة

2013		هرج ومرج للمخرجة نادين خان من مصر. الفيلم القصير: ايام سابقة للمخرج كريم المساوي، الجزائر. الفيلم الوثائقي: عالم ليس لنا للمخرج مهدي فليفل، لبنان
الثامنة 2015	تركيا 34	الفيلم الطويل: جوق العميين للمخرج محمد مفتكر، المغرب. الفيلم القصير: فتزوج روميو جوليت للمخرجة هند جمعة، تونس الفيلم الوثائقي: انا مع العروسة للمخرجين خالد سليمان الناصري والمخرج غابريال غراندي والمخرج انطونيو اوجولييار، فلسطين، ايطاليا.
التاسعة 2016	أعمال شكسبير 34	الفيلم الطويل: فيلم نواره للمخرجة هالة الخليل، مصر الفيلم القصير: حار جاف صيفا للمخرج شريف البنداري، مصر الفيلم الوثائقي: في رأسي دوار للمخرج حسن فرحاني، الجزائر
العاشرة 2017	/	الفيلم الطويل: في انتظار السنونوات للمخرج كريم الموساوي، الجزائر الفيلم القصير: فيلم وعدتك للمخرج محمد يرقى من الجزائر مناصفة مع فيلم 5 أولاد وعجلة للمخرج سعيد زاغة من فلسطين. الفيلم الوثائقي: اصطياد الاشباح للمخرج رائد أنطوني، فلسطين
الحادي عشر 2018	/	الفيلم الطويل: الى اخر الزمان للمخرجة ياسمين شويخ، الجزائر الفيلم القصير: فيلم شحن للمخرج كريم الرحباني، لبنان. الفيلم الوثائقي: طعم الاسمنت للمخرج زياد كلثوم، سوريا.

جدول يوضح سينما الضيف وعدد الافلام المشاركة والمتوجة في المهرجان¹

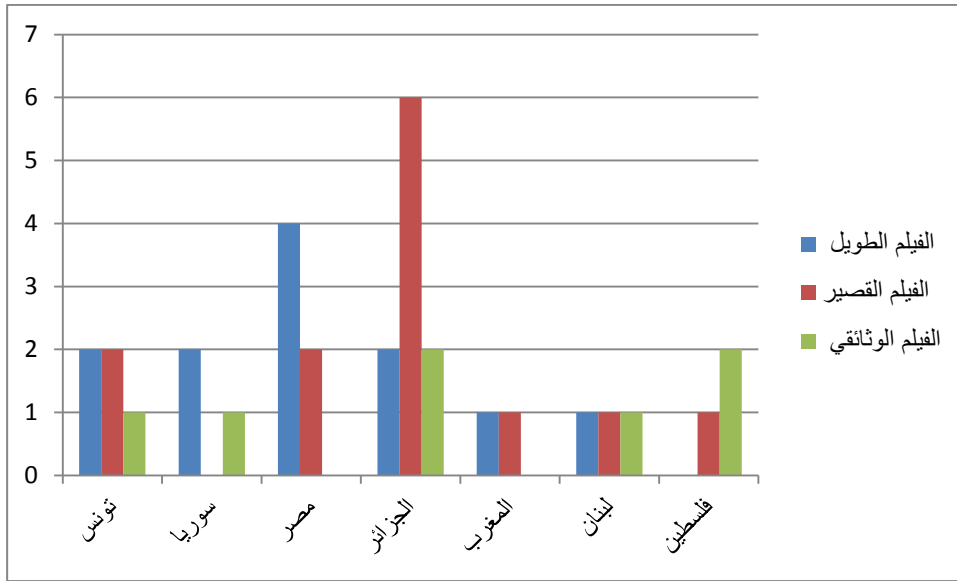
¹ معلومات جمعها الباحث من خلال مطبوعات المهرجان والحضور الشخصي لبعض الطبعات.



رسم بياني يوضح عدد الأفلام المشاركة في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي

من خلال الجدول والرسم البياني نلاحظ تطور في عدد الأفلام المقبولة للمشاركة في المسابقة الرسمية لمهرجان وهران للفيلم العربي، خصوصا بعد الطبعة الخامسة سنة 2011، أين عرفت زيادة صنف الأفلام الوثائقية بعدما كانت المسابقة تقتصر على الفيلم القصير والطويل (الروائي). حيث بلغ عدد الأفلام المشاركة في تلك الطبعة 41 فيلما، لتبقى عدد المشاركات المقبولة تتراوح في ثلاثينيات ما بين 31 و38 فيلم مقبول في المسابقة .

تجدر الإشارة إلى وجود أفلام تعرض خارج المسابقة الرسمية .



رسم بياني يوضح عدد الدول العربية المتوجة في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي

من خلال هذا التخطيط البياني نلاحظ هيمنة مصر في صنف الأفلام الطويلة الروائية بأربع تتويجات، وهذه نتيجة حتمية لما تشهده مصر في المجال السينمائي من غزارة في الإنتاج عربيًا ، تليها كل من الجزائر ، تونس وسوريا بتتويجين لكل منهم وتتويج واحد لكل من المغرب ولبنان . أما في صنف الأفلام القصيرة فتصدر الجزائر الدول الأكثر تتويجا بست تتويجات وهذا يرجع إلى دعم المهرجان للشباب لهذا النوع من الأفلام خاصة أنه منخفض التكاليف من حيث الإنتاج ولهذا نجد في الجزائر عدة تظاهرات سينمائية تعنى بهذا النوع فقط من الإنتاج السينمائي دون غيره ، تليها كل من تونس ومصر بتتويجين اثنين وتتويج واحد لكل من المغرب، لبنان وفلسطين ، أما في صنف الأفلام الوثائقية فجاءت فلسطين بتتويجين اثنين مناصفة مع الجزائر وتتويج واحد في هذا الصنف لكل من سوريا، تونس ولبنان وبذلك تكون الجزائر البلد المضيف الذي يحصد عدد أكبر من الجوائز على مدار عقد من زمن المهرجان وذلك بعشر تتويجات متبوعة بدولة مصر بست تتويجات فتونس بخمس تتويجات وثلاث تتويجات لكل من فلسطين لبنان وسوريا وتتويجين للمغرب .

3-4 صورة المهرجان: الجدل في الصحافة و النقد و الجمهور:

في خضم البحث في صورة المهرجان قمنا بالرجوع إلى هذا الثالوث الصحافة، النقد والجمهور ومن خلال بحثنا هذا التمسنا الجدل فهناك من يقدم صورة إيجابية عن المهرجان وهناك من يقدم صورة سلبية و نادرا ما يقف طرف ثالث بينهما موزانا بين الحكمين.

الجمهور:

نقصد هنا بالجمهور مجموع الأفراد الذين يترددون على مهرجان وهران بشكل منتظم ،وانطلاقا من السؤال هل هناك جمهور منتظم يتردد على السينما وبالتحديد على الأفلام العربية ؟ وعليه استندنا على شبكة ملاحظات ميدانية من خلال حصر عدد تقريبي للجمهور الذي يحضر داخل القاعة لاحظنا ما يلي :

- مجانية الولوج إلى قاعات العرض السينمائي خلال أيام المهرجان والمشاهدة المجانية لأفلام المسابقة وخارج المسابقة.
- حضور الجمهور بشكل مكثف في حفل افتتاح المهرجان واختتامه (حضور لمشاهدة البساط الأحمر والأفلام المتوجة) أما بالنسبة للمدعوين تسلم الدعوات في بعض الأحيان عبر وسطات.
- خلال أيام المهرجان ينخفض حضور الجمهور حسب العرض وحسب الفترات.
- يتكون الجمهور الحاضر للأفلام أساسا من الصحفيين ،لجنة التحكيم ،النقاد ،بعض هواة السينما ،
- في بعض العروض يتم مغادرة بعض أفراد الجمهور القاعة وذلك لأسباب منها خطأ في الترجمة ،تأخير عرض الفيلم ،عرض لقطات اباحية ،... الخ.

هذه جملة الملاحظات دفعتنا للبحث عن عزوف الجمهور خلال فترة العروض وأجرينا مقابلات بصفة عشوائية مع بعض الأفراد، يقول الطالب ز ف "لقد أجبرنا الأستاذ على حضور المهرجان و مشاهدة العروض

، وإعداد تقرير عن الفيلم...، السينما العربية لا تستهويني والآن لا خيار أمامي سوى مغادرة القاعة وكتابة التقرير الذي سأنتقله من الجرائد"¹، ما يمكننا قوله أن غياب الجمهور عن المهرجان أو السينما هو في حد ذاته مشكلة قائمة قبل نشوء المهرجان، فلا تزال تقدم البحوث والأطروحات الأكاديمية والورشات السينمائية والندوات الفكرية هذه المشكلة في الجزائر للبحث في جمهور السينما. سأل الأكاديمي حميد بوحبيب عمّا أسماها مفارقة: "ما معنى أن تكون المهرجانات السينمائية في الجزائر أكثر عددًا من الأفلام المنتجة خلال العام؟"، وسأل المسرحي أحمد رزاق "هل هو مهرجان للسينمائيين أم للشعراء؟"، في إشارة إلى دعوة نخبة كبيرة من الشعراء العرب والجزائريين.

النقاد:

يرى الناقد الجزائري عبدالكريم قادري أن: "الجزائر لا تزال متخلفة في مجال تنظيم التظاهرات الثقافية، وأقصد هنا المهرجانات السينمائية، خذ مثلاً مهرجان وهران للفيلم العربي الذي كانت طبعاته الأولى أكثر رزانة ومتانة من الطبقات الأخيرة، والتي أصبحت تُدار بطرق بدائية أكل عليها الزمن، باعتمادها على أسماء ليس لها أي علاقة بالسينما، وهذا على الأقل من الناحية العملية، ناهيك عن كيفية اختيار منظمي التظاهرة، والآليات القديمة التي تعتمد عليها، إذ لم ينجح المهرجان في استقطاب أفلاماً جديدة، وحديثة، تثير الحدث، وتفكك بعض المواضيع الهامة، كما لم يقدر على استقطاب فيلماً واحداً للعرض الأول"²

وفي معرض رده عن مقارنة بين الاختيار بين العرض في مهرجان وهران ومهرجانات الخليج أجاب قائلاً: ما الذي سيضيفه لي العرض الأول في مهرجانات الخليج مقابل مهرجان وهران؟، الأول سيقدم تغطية إعلامية كبيرة، وجائزة محترمة، وسوف يلتقي المخرج بالعديد من صنّاع السينما من كل أنحاء العالم أما الثاني فلا، وستكون الإجابة،

¹ مقابلة أجريت خلال انعقاد دورة المهرجان الثامنة.

² حوار أجراه الناقد السوري صلاح سرميني منشور في القدس العربي يوم 12 نوفمبر 2013 <http://www.alquds.co.uk/?p=102782>

تاريخ المعاينة 2017/12/26 على الساعة 12:00.

بأنه سوف يختار مهرجانات الخليج، وبالعودة إلى مقدمة سؤالك، لم أظلم 'مهرجان وهران للسينما العربية'، هو نفسه ظلم صنّاع السينما، والجزائر، لأنه، من المؤسف، أن تخصص الوزارة ميزانية كبيرة تغدق بها على محافظة المهرجان، وفي المقابل، يتم تقديم هذه النتائج الهزيلة غير المشرفة، لأن المنظمين البعيدين كل البعد عن السينما، يختارون دائما الدقائق الأخيرة للتحضير، بينما مهرجانات أخرى ما إن تنتهي إحدى الطبقات حتى ينطلقون في تحضير طبعة السنة المقبلة، نفس المعطيات التي يعتمدها مهرجان وهران طوال الطبقات الماضية، ويبحث عن نتائج مختلفة¹.

وفي مقال يشير الناقد السوري صلاح سرميني إلى الفرق بين مهرجان وهران ومهرجان قلبية التونسي حيث قال :

"ولكن كما بدا لي بأنه انطلق من تظاهرة استثنائية كبرى(الجزائر عاصمة للثقافة العربية)،وهو واحد من أنشطتها التي حفلت بها عموم المدن الجزائرية، وكان المهرجان من نصيب وهران لأسباب معلنة لم نعيها أو نتعرف عليها على أرض الواقع خلال فعاليات المهرجان ومع بمتانته وانحسار المتفرج المحلي عنه كان الأجدر أن ينعقد بالجزائر العاصمة "

يشير الناقد والذي كان موجود في الطبعة الأولى لمهرجان وهران أي مسالة اختيار مدينة وهران والتي أثير حولها جدل آنذاك ومن خلال البحث عن سبب ذلك، يعود سبب الاختيار إلى المحافظ الأول للمهرجان حمراوي حبيب شوقي والذي وجهت له اتهامات بواد مهرجان كراكالا السينمائي² في تبسة وتحويله إلى مهرجان وهران حسب تصريح السيد جمال الدين حريز مدير الصالون الدولي للسينما والفيديو والمشرق على تنظيم مهرجان تبسة السينمائي الدولي³، حيث قال:

¹ حوار أجراه الناقد السوري صلاح سرميني منشور في القدس العربي يوم 12 نوفمبر 2013 <http://www.alquds.co.uk/?p=102782>

تاريخ المعاينة 2017/12/26 على الساعة 12:00

² مهرجان سينمائي توقف العام 2001 بعد تسع دورات .

³ مقال بعنوان :جمال الدين حريز : حمراوي حبيب شوقي اغتال مهرجان كراكالا بتبسة وحوله الى وهران.

" أنه تم عرقلة مهرجان كراكالا بمجموعة من القرارات التي وقفت كحجرة عثرة أمام المنظمين ومن بينها دعوات الضيوف الأجانب التي يجب أن تخضع إلى موافقة مسبقة من السلطات المختصة".

وبالعودة إلى مهرجان وهران يضيف الناقد صلاح سرميني قائلا: "هو مهرجان مناسباتي ثم تنظيمه وبرمجته على عجل ربما ثلاثة شهور (وهي غير كافية لتنظيم مهرجان) كما طغت أشكال (كرم الضيافة) على نشاطاته السينمائية المأمولة، فأزاحت بعضها وحاول المهرجان تقليد احتفاليات مهرجانات عربية أخرى مثل دمشق، القاهرة ودي... بدون امتلاك خبراتها بالتوفيق ما بين نشاطها السينمائي والاحتفالي.

ومن الملاحظات المؤلمة لأي ضيف مخلص للسينما، فراغ القاعات الثلاث المخصص للعروض، إلا من جمهور وهراني عابر، قاده الفضول للدخول إلى قاعات كئيبة ليحتمى من حر الصيف، أو على أكثر تقدير ليشاهد ما لم يتوفر له خارج إطار هذه الاحتفالية ...¹

من جانب آخر نجد من يقدم رؤية مغايرة من قبل نقاد آخرين وعادة ما نجد هذا الطرح يعاد نشره من قبل القائم بالاتصال في مهرجان وهران عبر وسائل مختلفة من بينها الصحافة ومن الأمثلة على ذلك تصريح الناقد اللبناني ابراهيم العريس الذي قال: " أن مهرجان وهران للفيلم العربي هو الوحيد المتخصص في السينما العربية ، وهو ما يميزه عن غيره من المهرجانات الأخرى (...). ضرورة استمرار هذا الاهتمام الرسمي بالفن السابع العربي (...). الجزائر باتت هي البلد العربي الوحيد القادر على احتضان هذا النوع من المهرجانات السينمائية (...). ، فهو المهرجان الوحيد المتخصص في السينما العربية ، كما يمكن أن يكون الفرصة الأكبر لاستعادة سينما متألفة وناجحة ، وعلى هذا الأساس فأنا أرحو أن يكون هذا الاهتمام الرسمي والجيد بالسينما العربية مستمرا إلى ما لا نهاية ، حتى تنهض السينما الجزائرية نهضة

¹ صلاح سرميني مقال منشور على الانترنت تاريخ المعاينة تاريخ المعاينة 2017/12/26 على الساعة 12:00

<http://elhiwardz.com/culture/13>

جديدة وبأفلام حقيقية تكشف لنا حيثيات الواقع الجزائري"¹، ترى الناقدة المصرية علا الشافعي: أن مهرجان له شخصية وطبيعة خاصة لأنه يحتفي بالإنتاجات العربية بشكل كبير وخصوصا في هذا التوقيت"²

ويرى الناقد المصري مجدي الطيب "أن مهرجان وهران يضع إنتاجات السينما العربية في متناول الجميع، فقد أصبح متاحا لأي ناقد أو صحفي أو متخصص في مجال السينما من أن يكتشف هذه الأعمال ليدرسها ويدرس كذلك القضايا التي تعالجها، في حين أن المهرجانات الأخرى غير المتخصصة تعتمد على عرض فيلم أو فيلمين عربيين والباقي يكون أجنبيا.....، هذا التفتح الذي تعرفه الولاية بحيث يتوافد إليها الجمهور بكثرة حتى من الولايات الأخرى وهذا أمر لا يحدث في كل البلدان، فهناك مهرجانات عندما تقام في ولاية معينة حتى أصحاب تلك الولايات لا يكونون على علم، بينما في وهران أوصلت إدارة المهرجان تظاهرتها السينمائية للناس الذي يعتبر مقياسا للنجاح بمدى إقباله"³

فحين هناك من يتأرجح موقفه في الوسط كموقف الناقد العراقي كاظم السلوم الذي قال :

"حضورى لمهرجان وهران، جاء للمشاركة فيه كناقد سينمائي عربي،..... كذلك أنا أحرص على نقل أخبار المهرجان للصحف العراقية، وكذلك الكتابة النقدية عن الأفلام التي عرضت فيه..... باستثناء ما حصل من تأخير في حفل الافتتاح، وتأجيل عرض فيلم "كارما" لخالد يوسف، فإن المهرجان كان جيدا من حيث التنظيم واختيار الأفلام لأننا شاهدنا أفلاما مهمة..... كذلك كان السكن والنقل جيدا، بدأ من المطار حيث لا تعقيدات،

¹ حوار منشور أجرته الصحفية علياء بوخاري جريدة الجمهورية عالية بخاري يوم 2015/06/04 جريدة الجمهورية

² تصريح علا الشافعي منشور على اليوتوب يوم 2017/08/02 تاريخ المعاينة 2017/08/03 على الساعة 12:00

https://www.youtube.com/watch?v=Bf_9O_6Pm8

³ يوم نشر في الجزائر الجديدة زينة بن سعيد مقابلة 44573 www.eldjazairledjadida.dz/spip.php?page=article&id_article=44573

<http://2018-07-31>

وانتهاء بالمطار ثانية..... من حق الإعلام أن ينتقد ويشخص الأخطاء بدافع التنبيه لها وتقويمها، ولا يوجد مهرجان حال من الأخطاء والمفوات هنا أو هناك، وهي أخطاء غير متعمدة بالتأكيد، فلا وجود لمن يتعمد الخطأ وهو يعرف أن أعيننا مختلفة ترقبه، أعين الإعلام والضيوف وغيرهم، لذلك على القائمين بالمهرجان أن يرحبوا بالنقد، وعلى المنتقد أن يكون نقده بناء، وعدم توجيه الانتقاد بناء على غرض مسبق¹

عموما يعتبر النقد أحد آليات العمل السينمائي ، فيركز عليه من أجل تطوير وتشجيع وتقديم الأفضل في الأعمال الفنية و عليه ينبغي تقديم الأهمية لهذه الآلية التي تهمش في بعض الأحيان.

الصحافة :

تنوع التقارير والبرورتاجات والمقالات الصحافية في وسائل الاعلام المحلية والوطنية والدولية حول مهرجان وهران ، بالإضافة إلى وكالات الأنباء بحيث أن جزء من هذه الوسائل الاعلامية يرفعى المهرجان ونخص بالذكر وسائل الإعلام العمومية كالتلفزيون الجزائري والإذاعة الوطنية الجزائرية، بالإضافة إلى بعض الصحف الوطنية كالجماهيرية والشعب على سبيل المثال وفي بعض الطبعات تكون وسائل إعلامية جزائرية خاصة .ونفس الأمر ينطبق على وسائل الإعلام حول ما تنقله عن صورة المهرجان ما بين الصورة الحسنة والسيئة وأحيانا الصورتين معا ومن خلال ملاحظة ما تنقله وسائل الاعلام على اختلافها يمكن ذكر ما يلي :

- يتوجب على وسائل الاعلام الحصول على ترخيص مسبق لتغطية الحدث سواء كانت مؤسسة أو صحفيين مستقلين أو مهتمين بالحدث .
- يقوم القائم بالاتصال في مهرجان وهران بإعادة نشر المقالات والمقاطع الصوتية أو الفيديو التي تقدم صورة إيجابية عن المهرجان.

¹ هذا ما حدث في مهرجان وهران ، حوار مع الناقد كاظم السلوم منشور على موقع جريدة الحوار/elhiwardz.com تاريخ المعاينة 2018/08/01 على الساعة 8:00.

- عادة ما تكون هذه الوسائل تقوم بنشر أخبار وتقارير مجردة تحمل معطيات ومعلومات تقنية وفنية عن المهرجان ونذكر منها: وكالة الأنباء الجزائرية، وكالة رويترز، راديو موزاييك التونسي، صحيفة اليوم السابع المصرية، صحيفة الشروق المصرية، اليوم السابع، الاهرام المسائي، الوفد... الخ.
- يقوم القائم بالاتصال في مهرجان وهران بالتركيز على الصحافة العربية والأجنبية من خلال الاستشهاد بها في التصريحات للفنانين أكثر من الصحافة الوطنية.
- في بعض الدورات يضم فريق الاتصال لمهرجان وهران مجموعة من الصحفيين لمختلف مؤسسات الصحفية الجزائرية مما يخلق انحسار المعلومة.
- تنقل بعض وسائل الإعلام الجزائرية وبعض وسائل التواصل الاجتماعي الجانب الأخر من المهرجان، تركيز على الهفوات وأخطاء المهرجان والأحداث العرضية .
- تساهم بعض وسائل الإعلام في عقد منتديات حول المهرجان .

4-4 مهرجان وهران: التنظيم وفاعلية الشبكة .

مهرجان الفيلم كتنظيم يتكون من أقسام وفريق عمل يقوم بتقاسم الأدوار من أجل تقسيم العمل، فأى تنظيم أو مؤسسة مهما كانت تقوم على مبدأ التخطيط المسبق، فهي من العمليات التي تسند على خطة شاملة قائمة على موارد مادية وبشرية وهو ما ينطبق على مؤسسة المهرجان، لكن ما كان يطبع دورات مهرجان وهران للفيلم العربي هو الارتجال في العمل ويتضح ذلك من خلال الهفوات التنظيمية التي تتكرر في كل طبعة، وهذا التخطيط يستند إلى قسم إنتاج أو التنسيق الفني (تختلف تسميته من مهرجان لأخر) الذي يقوم على البحث عن أماكن إقامة العروض والاحتفال من قاعات سينما أو مسارح أو ساحات عامة... الخ. ففي مهرجان وهران وحسب كل طبعة يخضع مكان حفل الافتتاح والاختتام إلى ميزانية المهرجان فأحيانا تكون في الفنادق الفخمة أو قصر المؤتمرات وأحيانا أخرى على المسرح أو مسرح هواء الطلق، أما أماكن إقامة عروض الافلام فهي تقتصر على ثلاثة قاعات وهي، قاعة

السعادة قاعة المغرب متحف السينما (سينماتك)، فمكان إقامة العرض حسب مختصين في هذا المجال¹ يجب أن يحظى بشعبية ويمكن الوصول إليه بسهولة وخاصة بالنسبة لعروض هواء الطلق التي يجب هي الأخرى أن تكون في مكان مركزي و اختيار الأماكن يأخذ فحسابه مجموعة من الاعتبارات منها: تسهيل وصول الجماهير، مراعاة الموارد الاقتصادية للجمهور وأيضا توقيت برمجة الأفلام بالإضافة إلى سعة القاعات وعدد المقاعد، ففي مهرجان وهران فإن القاعات السابقة الذكر تقع على مقربة من بعضها وهي في شارع واحد²، أما بالنسبة للتذاكر فالدخول مجاني لكن ذلك لا يمنع من توزيعها بغية التحكم في عدد الضيوف بالنسبة للمقاعد المتوفرة كما أنها تساعد في عملية إحصاء الجمهور ومن ثمة تقييم المهرجان، وبما أن المهرجان يتكون من فاعلين وترابطهم شبكة تواصل نحاول هنا تفكيك هذه الشبكة.

على العموم تتكون شبكة مهرجان وهران من مجموعة فاعلين وهم كالآتي: طاقم المحافظة ويشمل المحافظ وأعوانه من مدير فني ومكلف بالإعلام ومدير لوجستي ومالي، ومن ضمن الفاعلين أيضا الضيوف من صناع الأفلام، الممثلين، المخرجين والنقاد، ويدخل ضمن اطار الفاعلين الجمهور العام وأيضا الجهات التي تمول المهرجان بالإضافة إلى الصحافة.

خلال عشر طبعات من عمر المهرجان تداول عدة محافظين على رأس المهرجان ومع كل محافظ جديد طاقم جديد، حيث يعتبر المحافظ الواجهة الأساسية للمهرجان وقوة شخصيته وعلاقاته تساعد إدارة المهرجان، لهذا نرى الاختلاف في طبعات مهرجان وهران خصوصا مع المحافظ الأول الذي كان يشغل منصب مدير للتلفزيون ووزير سابق حيث سخر كل الإمكانيات المتاحة تحت سلطته ووظفها في إنجاح المهرجان ناهيك عن الميزانية التي كان يتلقها من الدولة حيث قاربت المليون دولار في إحدى الطبعات، مما يعني أن المحافظ هو فاعل رئيسي ضمن شبكة المنظمة أي

¹ هانا كولهان كوكا وآخرون: تر، منى صادق، دليل إقامة مهرجانات الأفلام لحقوق الانسان، مرجع سبق ذكره، ص 77.

² شارع العربي بن مهدي وهران.

المهرجان بعكس المحافظين اللاحقين والتي كانت فاعليتهم أقل من الأول ويرجع ذلك إلى جملة من الأسباب منها مناصبهم قبل تولي رئاسة محافظة مهرجان وهران (مديرة الثقافة لولاية وهران، مدير الوكالة الجزائرية للإشعاع الثقافي، مدير الاخبار بالتلفزيون الجزائري) وهي مناصب ذات صلاحيات محدودة .

أما المشاركون في المهرجان من فئة المخرجين والمنتجين والممثلين والإعلاميين والنقاد فترابطهم شبكة أكثر تفاعلية من خلال النشاطات والأعمال سواء أكانت رسمية أو جانبية وهذا من خلال آلية التواصل المباشر فيما بينهم .

والفاعل الرئيسي الأخر الذي يقام من أجله المهرجان هو الجمهور وحسب ملاحظتنا فإن حضوره القوي يكون في حفلي الافتتاح والاختتام خاصة إذ كان العرض في الفضاء العمومي¹ أما خلال فترة العروض فيتأرجح حضوره ويتذبذب من قليل إلى كثير وذلك حسب البرمجة وقوة الدعاية للمهرجان و السياق الذي تقام فيه الطبعة .

هذه الشبكة المتكونة من الفاعلين تتحدد قوتها وضعفها من خلال عملية تقييمية تستند على آليات تقييم داخلي وخارجي تأتي على ذكرها لاحقا في هذه الدراسة.

4-5 الاستراتيجية الاتصالية والإعلامية لمهرجان وهران

من الوسائل المهمة للترويج للمهرجان هو إقناع وسائل الإعلام ويكون ذلك من خلال المبادرة التي يقوم بها القائم بالاتصال من خلال استخدام العلاقات العامة وذلك بالاتصال بالصحفيين و دعوتهم وتوفير لهم المواد (صور تصريحات أخبار... الخ) بعناية وهذا بغية توفير تغطية إعلامية على نطاق أوسع، وبالموازاة مع ذلك، الاستعانة بوسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك تويتر يوتوب انستغرام... الخ).

¹ في بعض الأحيان يقام عرضي الافتتاح والاختتام في فضاءات خاصة كقصر المؤتمرات وغيرها .

تهدف الاستراتيجية عموماً في مهرجانات الأفلام إلى تحديد أفضل الطرق للتواصل مع مجموعات مستهدفة في المهرجان¹ بمعنى وجود جمهور مستهدف ومن ثمة تحديد الرسالة الأنسب، ويتحدد هذا كله مع مراعاة الميزانية المخصصة لذلك .

من خلال الدورات الثلاث الأخيرة للمهرجان لاحظنا أن القائم بالاتصال يعتمد إلى إشراك صحفيين من مختلف وسائل الإعلام المحلية والوطنية في عمل فريقه وذلك لتحرير المقالات و النشريات التي يصدرها أو العمل في فريق المهرجان ضمن صلاحيات أخرى².

كما ذكرنا سابقاً فإن كل طبعة تختلف عن الأخرى حسب الميزانية أو المحافظ وبالتالي تتأثر الاستراتيجية الإعلامية للمهرجان هي الأخرى بذلك .ومن جملة الأعمال في هذا الصدد نعدد ما يلي :

- إعداد مجلات يومية خلال أيام المهرجان تعنى بالأخبار والحوارات حوله.
- نشر مطبوعات للنقاد والكتاب.
- بيع كتب خاصة بالسينما بالإهداء.
- حصص إذاعية خاصة بالمهرجان بمعية الإذاعات الجهوية.
- الإعلانات الترويجية التلفزيونية والإذاعية.
- الملصقات اللافتات في الطرقات.
- الترويج عبر المواقع الإلكترونية للمهرجان.
- إقامة ندوات ومؤتمرات صحفية.
- إصدار بيانات صحفية.

¹ دليل إقامة مهرجان افلام، مرجع سبق ذكره، ص ص 105 122.

² مثلاً نجد الصحفي محمد علال من جريدة الخبر هو المدير الفني لمهرجان وهران.

4-6 آليات تقييم المهرجان:

إقامة تظاهرة ثقافية محددة الأهداف يترتب عنها وضع آليات لتقييم الحدث بغية التحقق من الوصول إلى الأهداف المسطرة لذلك . والتقييم في مهرجانات الأفلام نوعان داخلي وخارجي .

التقييم الداخلي : يقوم به أفراد فريق المهرجان ذاته وذلك استنادا إلى مجموعة من الأدوات ، كما يعتمد أعضاء الفريق على خبراتهم بهدف تحسن كل طبعة من المهرجان ومن بين الأدوات التي يستندون إليها :

التحليل الرباعي SWOT:

ويقصد به أسلوب لتحليل منظمة معينة من خلال ما يسمى نقاط القوة والضعف والتعرف على مختلف التهديدات والفرص المتاحة والتي تؤثر في المنظمة أو المؤسسة ، وهذا التحليل من النظم المهمة لإعداد وتصميم الاستراتيجيات وهذا من أجل تقديم مجموعة من الخطط ويتشكل نظام سوات من أربع محددات رئيسية وهي :

أ- القوة STRENGTHS : S

وهي مجموع العناصر التي من شأنها أن تجعل المشروع متميز عن باقي المشاريع وتمثل مجمل القدرات المتواجدة داخل المنظمة أو المؤسسة، وهذه القدرات تلي حاجة المنظمة كما تساهم في درء المخاطر عنها وقد يتمثلون في مدراء عمال موارد مالية أو تكنولوجيا مثالا.

ب- الضعف WEAKNESSES : W

ويشار إليها، إلى مجموع العناصر التي تساعد على ظهور علامات القصور والضعف في المشروع ، أي المعوقات التي تمنع المشروع من الوصول إلى أهدافه ومن الأمثلة على ذلك مشكلة التوزيع والبرمجة.

ت- الفرص O : OPPORTUNITIES

وهي مجموع العناصر التي تتبع المشروع أو المؤسسة وتتجسد في العوامل الخارجية وقد تساعد بشكل إيجابي في تحقيق أهداف المؤسسة.

ث- التهديدات T : THREATS

وهي مجموع العناصر التي تأتي من خارج المؤسسة أو المنظمة وقد تؤدي إلى تأثير سلبي عليها مشكلاتاً تهديداً قد ينتج عنه اضطراب في العمل. ومن الأمثلة على ذلك عدم إقبال الجمهور على المهرجان مثلاً.

هناك نموذج لتحليل يقدمه SWOT لتحديد الموقف الاستراتيجي ويطلق عليه بالنموذج المزدوج أو الثنائي للبيئة والأداء ويتطلب هذا النموذج جميع التقييمات الداخلية والخارجية والجدول الآتي يوضح .

نقاط الضعف	نقاط القوة	نقاط البيئة الداخلية نقاط البيئة الخارجية
معالجة نقاط الضعف واستثمار الفرص المتاحة	استعمال نقاط القوة واستثمار الفرص المتاحة	الفرص
تقليل نقاط الضعف وتقليل التهديدات	استعمال نقاط القوة وتقليل التهديدات	التهديدات

جدول يوضح نموذج تحليل SWOT

المصدر : دليل المدير خطوة في الإدارة الاستراتيجية¹

¹ أحمد ماهر، دليل المدير في الإدارة الاستراتيجية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 1999، ب ط، ص 134.

أهمية تحليل SWOT

يساعد تحليل SWOT في:

- تحديد مواطن القوة المتوفرة التي يمكن استخدامها في مواجهة العقبات .
- معالجة الأوضاع المعقدة وذلك من خلال تحسين صنع القرار.
- بلوغ المنظمة لتحقيق أهدافها.
- الكشف عن الحواجز والمعوقات أثناء عمليات التغيير .
- توليد المعلومات الخاصة بكل فئة (نقاط القوة والضعف).
- المساعدة على اكتشاف الحلول للمشاكل .
- خلق توصية في دراسة الجدوى.¹

وعليه يتم في بعض مهرجانات العالم الاستعانة بهذا النظام نظام الرباعي بعد شهر أو شهرين من انقضاء المهرجان ، وهذا بمجرد تجميع المعلومات من خلال ردود فعل الجمهور عبر سبر الآراء واستطلاعات الرأي وكذلك عن طريق الضيوف والمتطوعين وشركاء المهرجان، ويتم الاجتماع بين مختلف أعضاء فريق المهرجان لتباحث سويًا في نقاط القوة والضعف وما الذي يهدد المهرجان بحيث تصبح تلك الاستنتاجات الناتجة عن النقاش محل خطة ومرجعية للتخطيط لدورة قادمة .

أما في مهرجان وهران فيبدو الأمر مختلفًا فالاجتماع عادة ما يعقد بعد انقضاء المهرجان بفترة وجيزة ليخرج المحافظ يتناقش مع وسائل الاعلام في ندوة تسمى ندوة تقييمية يقدم فيها المحافظ حصيلة المهرجان .

¹ فادية جغوي، دور التحليل الاستراتيجي SWOT في تحسين اداء المنظمة، دراسة حالة مؤسسة مطاحن الزيبان بسكرة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة ، اشراف حجازي اسماعيل ، ص 62.

من الآليات التقييمية أيضا هناك ما يسمى باستعراض الخبرة المكتسبة .

من الناحية العملية هي أداة بسيطة تساعد في تحسين التعلم التنظيمي الذي يحتاجه الفريق ،ويتجلى ذلك من خلال تقييم الأداء من خلال التعرف على النجاحات والاختفاقات والتعلم منها بالإضافة إلى المساعدة في بناء استراتيجية مستقبلية ناجحة .

تقوم هذه الآلية على :

- مناقشة مهنية مفتوحة وصادقة.
- مشاركة كل أعضاء الفرق.
- التركيز على الحدث أو المشروع.
- تحديد طرق المداومة على ما تم إنجازه.
- تطوير التوصيات بشأن التغلب على العقبات.

بحيث يركز استعراض الخبرة حول أربعة أسئلة وهي :

1. ما الذي كان متوقعا حدوثه خلال مهرجان الأفلام الذي نظمناه؟
2. ما الذي حدث فعلا؟
3. ما الذي تم إنجازه بشكل جيد ولماذا؟
4. ما الذي يمكن تحسينه وكيف؟

وعلى المهرجان الاستناد إلى مجموعة من المؤشرات في عملية التقييم نذكر منها:

المؤشرات ¹	في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي
عدد الحضور	الدخول مجاني إلى قاعات العرض، يتذبذب الحضور حسب فترات العرض من الصباحية إلى المسائية بين قاعات ممتلئة إلى قاعات شبه فارغة تقتصر على حضور لجنة التحكيم والصحفيين وبعض النقاد.
عدد المشاركين (صناع الافلام)	يفرض مهرجان وهران على الضيوف المقبولة أفلامهم في المسابقة عدد محدود من الدعوات، بحيث يحدد المهرجان عدد الضيوف بالنسبة للجهة التي أنتجت الفيلم وهذه الأخيرة تقترح أسماء المشاركين ليتم تأكيدها فيما بعد من قبل إدارة المهرجان .
مدى قبول ودعم المنظمات والمؤسسات	متغير من طبعة لأخرى حسب الشركات التي ترعى المهرجان فهي ليست ثابتة.
تبنى المجتمع المحلي للمهرجان ومشاركته فيه	تشارك بعض المؤسسات المحلية منها المجلس الشعبي البلدي لوهران في تقديم صاليتين للعرض ، والتطوع من الشباب شبه غائب.
مدى قبول البرمجة (رد فعل الجمهور و استطلاعات الرأي)	تختلف ردود فعل حول البرمجة لكن ما يعاب هو تأخير العروض أو استبدال فيلم مكان فيلم آخر وعدم الالتزام

¹ دليل مهرجان، مرجع سبق ذكره ، ص ص 143 154.

بالبرنامج .	
حضور كلا الجنسين.	التوازن من حيث تنوع الجنسين في الجماهير
من خلال الملاحظات الميدانية أن جمهور المهرجان يتكون من الفئة الشبانية فما فوق .	التنوع بين أفراد الجمهور
يعتبر التلفزيون الجزائري والإذاعة الجزائرية المؤسسات العموميتان اللتان تدعمان المهرجان، بحيث يرمي التلفزيون الجزائري بكل ثقله خاصة الطبقات الثلاثة الأولى حيث كان المحافظ هو نفسه مدير التلفزيون الجزائري . بالإضافة إلى تغطيات وسائل الإعلام العربية كاليوم السابع والأهرام المصرية ووكالات الأنباء كوكالة رويترز والمواقع الإخبارية الالكترونية العربية نت والجزيرة نت وغيرها .	التغطية الإعلامية
تجلى ذلك في بعض الطبقات من خلال حضور بعض الشخصيات السياسية منها حضور الرئيس الجزائري عبدالعزيز بوتفليقة إلى الحدث ويتجسد أيضا من خلال وزراء الثقافة الذين تعاقبوا خلال دورات المتعاقبة لانعقاد المهرجان و أيضا السلطات المحلية المتمثلة في والي ولاية وهران.	تأثير صناع القرار في المهرجان

<p>يعتمد المهرجان بشكل أساسي على الإعانات التي تقدمها الدولة له. وقد بلغت في الطبعة الثانية حوالي مليون دولار بينما بلغت في الطبعة الحادي عشر حوالي أربعة ملايين سنتيم بالعملة المحلية .</p>	<p>تكلفة المهرجان المالية والاقتصادية</p>
<p>تتم نشاطات موازية تعتبر إيجابية بالنسبة للمهرجان منها تنظيم ملتقيات فكرية وندوات علمية بالإضافة إلى ورشات تكوينية في مهن السينما بالإضافة إلى إقامة صالونات متعلقة أيضا بالسمعي البصري وتقام أيضا عروض أفلام في هواء الطلق بالنسبة للمقاطعات الادارية القريبة من وهران وعروض أفلام في الولايات المجاورة.</p>	<p>المزايا الجانبية للمهرجان</p>
<p>وقد تنتج من دون تخطيط مسبق سواء أكانت إيجابية أو سلبية وفي مهرجان وهران تنعكس الهفوات التي يقع فيها منظم المهرجان في كل طبعة .</p>	<p>الأثار الجانبية الغير مقصودة</p>

جدول يوضح مؤشرات التقييم

التقييم الخارجي: يقوم به مجموعة من الأشخاص من خارج المهرجان مستقلين عنه وذلك باستخدام منهجية ومبادئ توضح أهمية هذا النوع من التقييم، والغرض الأساسي للتقييم الخارجي هو تقييم مدى أثر المهرجان واستمراريته وعليه يقدم مجموعة من المبادئ التي يجب أن تتوفر فيه وهي :

- الموضوعية.
- استقلالية فريق التقييم.

- الشفافية والوضوح والتركيز.
- سهولة الفهم.
- شمولية التقارير ووضوحها
- الجدوى.

ومعايير التقييم الخارجي ترتبط بما يلي:

المعيار	ما هيته وشروطه
مدى الارتباط	<p>معرفة مدى ملائمة المهرجان المنظم للأولويات الجمهور والجهات المانحة بحيث يتم التساؤل حول:</p> <p>ما مدى مشروعية الأهداف؟</p> <p>هل أنشطة المهرجان ونتائجه متوافقة مع الهدف العام</p> <p>هل تنسق أنشطة ونتائج المهرجان مع تأثيره؟</p>
الفعالية	<p>وهي تحديد مقدار نجاح المهرجان في تحقيق الأهداف</p> <p>المسطرة بحيث يتم التساؤل حول:</p> <p>الى أي مدى تحققت الأهداف؟</p> <p>ما هي العوامل التي ساعدت على تحديد الأهداف؟</p>
الكفاءة	<p>هي قياس النتائج من الناحية الكمية والنوعية ويتم التساؤل حول:</p> <p>هل تم بالفعل إدارة المهرجان بأكثر الاساليب كفاءة</p>

<p>مقارنة بالبدائل الأخرى؟</p> <p>هل عادلته فعالية كل نشاط من الأنشطة تكلفته؟</p> <p>هل تم تحقيق الأهداف في الوقت المحددة لها؟</p>	
<p>ويقصد به التغييرات الإيجابية أو السلبية التي قد يحدثها المهرجان سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، بحيث يتم التساؤل حول :</p> <p>ما الذي حدث كنتيجة للمهرجان؟</p> <p>كم عدد الذين تأثروا بالمهرجان ؟</p>	<p>التأثير</p>
<p>وهي قياس منافع المهرجان واحتمالية استمراره بعد توقف تمويل المتبرعين ولذلك يجب أن يبقى المهرجان مستمرا أخذا في الحسبان الاعتبارات المجتمعية والمالية بحيث يتم التساؤل حول ما يلي :</p> <p>الى أي حد سوف تستمر إيرادات المهرجان بعد توقف الممول الحالي ؟</p> <p>ما هي العوامل الرئيسية التي أترث على تحقيق أو عدم تحقيق استمرارية المهرجان ؟</p>	<p>الاستمرارية</p>

¹ جدول يوضح معايير التقييم الخارجي في مهرجانات الافلام.

¹ دليل مهرجان، مرجع سبق ذكره ، ص ص 143 155.

خلاصة :

رأينا في هذا الفصل كيف تطور مهرجان وهران منذ نشأته سنة 2007 والظروف التي جعلت من مدينة وهران حاضنة لهذه التظاهرة وخلصنا إلى أن مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي هو واحد من بين التظاهرات القليلة في الوطن العربي الذي يهتم بالسينما العربية وإنتاجاتها، كما تعرفنا على صورة المهرجان من خلال رصد انطباعات النقاد والجمهور وما تداولته الصحافة الوطنية والأجنبية عن هذا المهرجان.

وقفنا أيضا على فاعلية الشبكة المهرجان الداخلية والخارجية من أجل معرفة تحديد نقاط الضعف والقوة وهو ما تجسد من خلال معرفة آليات تقييم المهرجانات استنادا إلى دليل إقامة المهرجانات.

يرتكز أي مهرجان إلى مدى قوة الاستراتيجية الإعلامية والاتصالية التي يضعها القائم بالاتصال، وعليه تم

التعرف على هذه الاستراتيجية الموظفة من قبل إدارة المهرجان في تسيير هذا الحدث.

تمهيد :

تهدف هذه الدراسة كما سبق وأن ذكرنا إلى معرفة أهم آليات التفاعلية الموظفة من قبل القائم بالاتصال في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي وما هي فاعلية هذه الآليات والأدوات في تحقيق أكبر ممكن من التفاعلية ؟ وما هي ردود المستخدمين اتجاه مضامين صفحات المهرجان .

تعتبر هذه الدراسة طولانية ولهذا أخذت العينة القصدية قبل أثناء وبعد المهرجان وذلك في طبعتين متتاليتين ، وهما الطبعة الثامنة سنة 2015 و الطبعة التاسعة سنة 2016 ، ونشير إلى أنه تم تخصيص طبعة استثنائية بين الطبعتين السابقتين ويتعلق الأمر بأيام الفيلم المتوج بقسنطينة وذلك بمناسبة إقامة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية . إلا أن هذه التظاهرة لم تكن عبارة عن مسابقة وإنما إعادة عرض الأفلام المتوجة والمشاركة في المسابقة الرسمية لمهرجان وهران مع تكريم بعض الفنانين .

1-5 مجتمع البحث

بعد تحديد مشكلة البحث وتساؤلات الدراسة قمنا بتحديد مجتمع البحث، والذي يتمثل في مختلف المنصات و الحوامل الالكترونية والوسائط لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي ورصد مختلف ردود الأفعال من تعليقات وتصويبات وأراء الجمهور اتجاه الحدث الثقافي(مهرجان) من خلال منشورات القائم بالاتصال على هذه المنصات و الصفحات.

وقد تم اختيار الموقع الالكتروني للمهرجان بالإضافة إلى موقعي فايسبوك و تويتر وقد استبعد الباحث مواقع أخرى منها اليوتوب وغوغل بلاس بالإضافة إلى وسائط أخرى بعدما تبين للباحث عدم جدوها في البحث كون القائم بالاتصال لا يعتمد عليها في تقديم رسائله.

2-5 عينة الدراسة

قمنا باختيار العينة القصصية وهذه الأخيرة تعني ما يلي:

العينة القصصية أو العمودية أو العرضية أو النمطية هي تسميات كثيرة تشير إلى العينة نفسها، حيث يقوم الباحث شخصيا باقتناء مفردتها الممثلة وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة.¹ وتهتم هذه الدراسة بالتعرف على مجمل آليات التفاعل المستخدمة في مهرجان الفيلم العربي لوهران بتحليل عينة والمتمثلة في الطبعة الثامنة التاسعة من مهرجان ذاته والطبعة الاستثنائية المنعقدة بينهما أي الفترة الممتدة سنتي 2015 و 2016.

3-5 تحليل الموقع الإلكتروني لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي.

عند تحليلنا للموقع الإلكتروني حسب العينة المختارة واجهتنا مشكلة تتمثل في أن لكل طبعة موقع خاصة بها وفي كل مرة يتم اعتماد موقع بدل الحفاظ على موقع واحد وهذا ما دفعنا إلى تحليل ثلاثة مواقع : الموقع الأول خاص بالطبعة الثامنة <http://www.fofa2015.com> / والموقع الثاني خاص بالطبعة الاستثنائية والخاص بالفيلم العربي المتوج بقسنطينة <http://www.fcacdz.com> و الموقع الثالث خاص بالطبعة التاسعة لنفس المهرجان www.oranfestival.com: وبديهيًا أن يطرح السؤال نفسه لماذا يتم تغيير كل مرة الموقع الإلكتروني في كل طبعة ؟

¹ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 197.

5-3-1 تحليل موقع الطبعة الثامنة

من الناحية الشكلية يتوفر هذا الموقع على ثلاث لغات وهي العربية الفرنسية والانجليزية ولديه روابط مباشرة مع مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ، تويتر ، يوتوب و غوغل بلاس .

يتضمن الموقع في صفحته الأولى عدة وصلات وهي (الصفحة الأولى ،المهرجان، صحافة ،تسجيل الفيلم ،مسابقة السيناريو، ملتقى الرواية والسينما الشروط ،اتصال) ،

تتضمن الواجهة شريط للأخبار و كلمة افتتاحية تتوسطهما صورة كبيرة الحجم (منظر علوي لمدينة وهران) ،

جرى تحديث على الموقع من الناحية الشكل والمضمون وكان ذلك على كل الموقع بالإضافة إلى تحديث الأخبار وهذا تزامنا مع قرب انطلاق الطبعة الثامنة بحيث احتفظ الموقع بالعارضة الأساسية العلوية والتي تتضمن لغات الموقع (العربية الانجليزية الفرنسية) بالإضافة إلى روابط مع مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب غوغل بلاس) ، تتوسطهما صورة للمهرجان الطبعة الثامنة يليه في الأسفل شريط الأخبار المختصرة وهي روابط للمقالات منشورة في ذات الموقع تحتوي الصفحة الأولى بعد التحديث على ما يلي:

*التخصصات وتضم الفئات التالية: الإخراج، التلفزيون، التمثيل، الرواية، سيناريو، الشعر، الصحافة، النقد وكل منها عبارة عن رابط للموضوع.

* في الواجهة: عرض للصور متحركة مع العناوين على شاكلة المواقع الاخبارية .

*التكريمات: عرض للصور متحركة متعاقبة تضم صور الفنانين الذين سيتم تكريمهم في المهرجان.

*البلدان وتضم هذه الفئة أسماء البلدان التالية – إيران، الأردن، الجزائر، العراق، المغرب، تركيا، تونس، سوريا، عمان، فلسطين، لبنان و مصر وهي عبارة عن روابط تشمل علاقة البلد وموضوعه في المهرجان مثلا سينما الضيف: السينما التركية .

*التصنيفات وهي روابط تضم معلومات ومقالات حسب المواضيع الأتية: آخر الأخبار، أفلام خارج المسابقة، الانتقاء الرسمي، الرئيس الشرفي، المقالات، تاريخ المهرجان، تكريمات، صالون السينما والتلفزيون، ضيوف الشرف، عن المهرجان، قائمة الأفلام المتنافسة، لجان التحكيم، ملتقى الرواية والسينما، من نحن، من وهران مباشرة، مهرجان 2015، وهران الباهية بالإضافة إلى صور النقاد ولجان التحكيم.

*كلمة ترحيبية

*روابط في الأسفل / مخطط الموقع تواصل معنا الأولى.

*آلية البحث في التصنيفات، التخصصات والبلدان .

*عنوان المهرجان وأرقام الهاتف

*رموز وشعارات متحركة للمؤسسات المساهمة والراعية للمهرجان وأيضا أصدقاؤه والبالغ عددهم 30 مؤسسة .¹

¹ وهم كالآتي : (أوريدو، الوكالة الجزائرية للشعاع الثقافي، وزارة الشباب والرياضة، الاذاعة الجزائرية، المركز الدولي للصحافة، الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، / Kou.c.c /sovac/socope/hch alferia sarl mateg جريدة الشعب، التلفزيون الجزائري)أصدقاء المهرجان (ولاية وهران ، hasnaoui /numedi /joktal/ccio/Eden group kiteal/aster of paint /eurl Brahim salem /fertial/Tmpy ، (plastique /e.e.t.t.r/Turbo31/luxembourg/e.t.b.p.h/ritaj mall/promag infra-bitume

ولتحليل ما جاء في الموقع سنتبع استمارة تحليل الموقع الآتية¹ :

1- شخصية الموقع

*النشرات الاخبارية : من خلال تفحصنا للموقع يحتوي على شريط الأخبار بحيث ، تشير المواضيع المنشورة في الموقع الالكتروني للمهرجان وهران في طبعته الثامنة باستثناء الافتتاحية ودياجة المهرجان إلى جملة من المقالات الصحفية المنشورة سابقا عبر الصحف والمواقع الالكترونية الإخبارية بحيث أن الموقع يعيد نشر تلك المقالات أو أجزاء منها كمقتطفات فعلى سبيل المثال نجد نافذة " يقولون عن المهرجان " وهي عبارة عن تصريحات أدلى بها محافظ المهرجان " ابراهيم صديقي " لوسائل الاعلام في ندوات صحافية سابقة ، كما نجد تصريحات للفنانين المشاركين والعديد من أخبار المهرجان وهذا ما يعطي دلالة أن القائم بالاتصال لا يقوم بتقديم المعلومة بل يقوم بإعادة إنتاجها بما يخدم صورة المهرجان وبالتالي القائم بالاتصال في هذه الصفحة لا يمكننا اعتباره كمصدر للمعلومات بقدر ما يقوم بتأكيد تلك الموجودة على بعض الصحف .

لا يحتوي الموقع على خاصية النشر المتزامن RSS ولكن من السهل التحكم في واجهة وصفحات الموقع وذلك نظرا لتصميمه البسيط.

*التحديث:

من خلال مراقبتنا للموقع لا يتم تحديث كل مادة على حدى، وإنما عن طريق إضافة مقالات أو أخبار أخرى. يشار إلى أنه تم تحديث كل موقع بشكل كامل قبيل انطلاق المهرجان بعدة أيام، أما بالنسبة للزمن التحديث فهو غير منتظم ويتم حسب المواد المتوفرة للقائم بالاتصال ويكون بشكل أقل قبل الحدث ثم يتزايد أثناء الحدث وبعده من خلال تسجيل ردود الفعل على المهرجان إلى أن ينقص تدريجاً.

¹ هذه الاستمارة مستوحاة من دراسة أجراها الباحث عمار رابح ، قسم الاعلام بجامعة وهران ، الجزائر في دراسته حول سمات الصحافة الالكترونية وقد قمنا بإجراء تعديل عليها بما يخدم موضع دراستنا .

*العمق المعرفي:

لقد ذكرنا في السابق أن لكل طبعة موقعها الخاص إلا أن القوائم بالاتصال يدرج في كل موقع الأرشيف السابق وبالتأكيد على الصور بشكل خاص للطبعات السابقة، كما يتيح الربط بالموقع السابق على أساس أنه أرشيف كذلك، ويسمح الموقع بربط المقالات الأخرى داخل المواقع إلا أنه لا يتوفر على خاصية ربط بمقالات خارج الموقع .

*الوسائط المتعددة:

في الموقع الإلكتروني للطبعة الثامنة يتم التركيز بشكل أساسي على الصور فحين أن الصوت أو مقاطع الفيديو فيتم عن طريق روابط كموقع اليوتيوب youtube مثلا، نجد أيضا وجود الحركة animation للصور أو الأخبار كما يقدم عروض الشرائح المصحوبة بالتعليق .

*التفاعلية :

فيما يتعلق بأدوات التفاعل الإبحارية فالتفاعل مع النص موجود عن طريق الروابط الداخلية كإضافة تعليق مثلا أو روابط خارجية كإعادة نشر الموضوع عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي. يتوفر الموقع أيضا على محرك بحث وخاصية بحث أخرى وفق تصنيفات وخصائص محددة، أما بالنسبة للتفاعل مع هيئة التحرير فالموقع لا يسمح إلا بالاتصال مع الإدارة العامة إذ لا يتوفر على خدمة الدردشة.

طرق إضافة الآراء تتم عن طريق إضافة تعليق بحيث لا يحتوي الموقع على استطلاع رأي أو نوادي المناقشة forum، الدردشة chat، أما أشكال المشاركة فتكون عبر إمكانية إعادة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي .

2-3-5 تحليل الموقع الثاني الطبعة الاستثنائية

على خلاف الطبعة السابقة جاء موقع الطبعة الاستثنائية الخاص بعرض الفيلم المتوج في قسنطينة بمناسبة تظاهرة قسنطينة عاصمة للثقافة العربية أكثر بساطة في تصميم، بحيث اقتصر هذا الموقع على اللغتين العربية والفرنسية، أما من الناحية الشكل فقد احتوى على عارضة زرقاء في الأعلى فيها الروابط التالية (الصفحة الرئيسية، مهرجان 2016 وتحتوي هذه النافذة على نتائج الأفلام الروائية الطويلة، القصيرة الأفلام الوثائقية، لجنة التحكيم، تكريمات، ضيوف الشرف، الممولون و من نحن؟ وكلها عبارة عن روابط ، تحتوي العارضة على البرنامج، أفلام خارج المنافسة، لقاءات، ملتقى الرواية، الورشة) أخبار، صور، معرض الصحافة، طبعة 2015، اتصل بنا .

أما صدر صفحة فكان مقسما إلى جزأين الأول فئة النتائج وفيه تم عرض نتائج الفائزين في مختلف الفئات، فئة الأفلام الوثائقية، فئة الأفلام الروائية القصيرة و فئة الأفلام الروائية الطويلة أما الجزء الثاني والمعنون بالمهرجان فاحتوى على روابط الافلام المتنافسة حسب الفئات (الوثائقية، الروائية القصيرة والطويلة) لجنة التحكيم، البرنامج، صور، تكريمات، الورشة، ملتقى الأخر في السينما الجزائرية ومن الملاحظ أن هذه الروابط هي تكرار لما هو موجود في العارضة العلوية في أسفل الصفحة وهذا بغية سد الفراغ الموجود في الصفحة وقلة المعلومات الموجودة فيه ، كما نجد شريط متحرك يحمل رموز المؤسسات الممولة للمهرجان والبالغ عددها 19¹ .

وحسب استمارة تحليلنا للموقع فكانت كالاتي :

1- شخصية الموقع

¹ وهي كالاتي (جريدة الشعب، جريدة النهار، جريدة الجمهورية، التلفزيون الجزائري، مؤسسة لكوستيمبورغ، باتنة للسفر، المسرح الجهوي وهران، المركز الوطني للسينما والسمعي البصري، قناة الجزائرية، مجموعة شنيبي، الوكالة الجزائرية للإشعاع الثقافي، المركز الدولي للصحافة، ولاية وهران، الديوان الوطني للثقافة والاعلام onda، onci، الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، جريدة الحياة ، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الاذاعة الجزائرية .

***النشرات الإخبارية:**

لا يحتوي الموقع على أخبار محدثة أو النشرات الإخبارية كما أنه لا يحتوي على روابط عديدة بل فقط نافذة بعنوان أخبار يتم من خلالها عرض بعض المقالات التي سبق نشرها وهذا يرجع إلى طبيعة الحدث في نظرنا والذي هو فقط إعادة طبعة بدون مسابقة وهي عرض الأفلام الفائزة في المهرجان ، لا يحتوي الموقع أيضا على خاصية النشر المتزامن RSS ولكن من السهل التحكم في واجهة وصفحات الموقع وذلك نظرا لتصميمه البسيط.

***التحديث:**

يمكننا القول أن الموقع في أصله تحديث فلم نجد تحديث المواد على حدى أو إضافة أخبار جديدة بل تم تحديث الموقع شكلا وجزء كبير من المضمون ، كما أن هذا التحديث غير منتظم زمنيا وكان في ظرف استثنائي، طريقة إضافة الأخبار تتم بصفة غير منتظمة بمعنى حجم المقالات كميا المضافة إلى الموقع ليس بالقدر نفسه يوميا.

***العمق المعرفي:**

في هذا الموقع يوجد أرشيف من خلال رابط الطبعة التي سبقها كم يتيح الموقع ربط المقال بمقالات أخرى داخل الموقع إلا أنه لا يتيح ذلك خارج الموقع.

***الوسائط المتعددة:**

نلاحظ وجود الصورة في مقابل غياب الصوت أو مقاطع الفيديو ولأن هذا الموقع كان بسيطا في تصميمه فإن الحركة animation وعروض الشرائح أو الشرائح المصحوبة بالتعليق والوسائط المتشعبة كانت غائبة تماما .

3-3-5 تحليل الموقع الثالث الطبعة التاسعة

لم يختلف موقع الطبعة التاسعة كثيرا عن موقع الطبعة الاستثنائية سوى في تغيير الألوان و تغيير فقط رمز الطبعة بالإضافة إلى تحديث الأخبار محتفظا بنفس بساطة التصميم .

وما يمكن حوصلته حول ما جاء في هذه المواقع الالكترونية وتحليلنا لمضمونها يكمن القول ما يلي :

- التحديث العشوائي والغير منتظم للأخبار والمواد الموجودة .
- إعادة إنتاج المعلومة بشكل كبير من خلال إعادة نشر مقالات للصحف أو روابط الكترونية أخرى.
- غياب شبه تام للتفاعل مع صفحات المواقع الالكترونية بالرغم من توفر خصائص تفاعلية عدة .
- في مجال الوسائط المتعددة يتم التركيز بشكل كبير على الصور.
- غياب التفاعل مع هيئة التحرير للمواقع الالكترونية من خلال غياب موقع للدردشة .
- كثرة الإعلانات في البعض منها .
- إعادة توزيع روابط داخلية في الصفحة الواحدة .
- إدراج الأرشيف الخاص بالطبعة السابقة في كل موقع عن طريق الروابط .
- غياب النشر المتزامن RSS .

4-5 تحليل صفحة فيسبوك لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي.

حسب دراستنا الاستطلاعية تعتبر صفحة "الفيسبوك facebook" للمهرجان واحدة من بين الصفحات النشطة، إذ على مستوها يتم بث مختلف الأخبار والإعلانات المتعلقة بالمهرجان و الأحداث المرتبطة أو ذات العلاقة بهذا الحدث.

أ- الخصائص التقنية :

التسمية : صفحة مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي

عدد المعجبين بالصفحة: 13272*¹

عدد المتابعين: 13196*¹

الرمز: الوهر + الشريط السينمائي .

الشعار: يتغير حسب كل طبعة .

المسؤول: القائم بالاتصال للمهرجان .

لتحليل هذه الصفحة سنتبع الفئات التالية .²

1- فئات ماذا قيل :

تشير هذه الفئة إلى جملة المواضيع المنشورة على صفحة الفايسبوك facebook لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي محاولين سبر مضامينها من خلال الوقوف على أهدافها واتجاهها ومعرفة جمهورها المستهدف ومصدر مواضيعها.

أ- فئة الموضوع :

من خلال سبر الصفحة الخاصة بالمهرجان نجد أن المواضيع عموماً تتعلق بالسينما ومهرجانات الأفلام وحياة الفنانين ولا تخرج عن هذا السياق . وتتجه المواضيع حسب مخرجات العينة إلى إعلانات عن مواعيد و تاريخ انعقاد

¹ * إلى غاية تاريخ 2015/08/30.

² هذه الفئات مستوحاة من دراسة أجراها الباحث فلاق شيرة صالح قسم الاعلام بجامعة وهران الجزائر في دراسته حول ظاهرة "سير توتيزم" والحقيقة في مجال الاعلام والاتصال قمنا بإجراء تعديل عليها بما يخدم موضع دراستنا .

المهرجان ،شروط الترشح للمهرجان وفعائته ،إعلان عن شعار الطبعة أو موضوعها والكشف عن رمز الطبعة ثم تتدرج المواضيع حول الشخصيات المدعوة للطبعة وضيوف الشرف والكشف عن أسماء الشخصيات المزمع تكريمها، أو تذكير بتاريخ نهاية استلام الأعمال المشاركة في المسابقة وخارجها. بالموازاة مع ذلك يتم نشر أخبار عن التحضيرات إلى غاية إقامة التظاهرة وتصريحات الضيوف الذين يؤكدون تأكيد مشاركتهم سواء عن طريق القائم بالاتصال أو إعادة نشر الأخبار عن طريق روابط من مصادر أخرى، قبيل الحدث بزمن قصير يتم نشر تصريحات الفنانين الذين يصلون إلى مدينة إقامة المهرجان " وهران "، ثم نجد المواضيع التي تتعلق بالافتتاح والندوات المصاحبة لهذه التظاهرة من طرح إشكالية الطبعة والأحداث التي تصاحب النشاطات المختلفة أثناء إقامة العروض من آراء النقاد والصحافة و الممثلين والفاعلين في المجال السينمائي . وبعد نهاية الحدث يتم التطرق الى مواضيع التكريمات والأعمال المتوجة و عرض جملة من الآراء والأخبار المتنوعة لهذا الحدث.

ب- فئة الأهداف:

لقد سعينا في هذه الدراسة للتعرف على أهداف هذه الصفحة من خلال قراءة ما وراء السطور وكذلك بمحاورة القائم عليها بحيث تشكل هذه الصفحة الناطق الرسمي لإدارة المهرجان خاصة من خلال طرح الإعلانات و الأخبار.

- تشكيل جسر تواصل بين ادارة المهرجان والجمهور بشكل عام وجمهور المهرجان بشكل خاص .
- تهدف الصفحة إلى تقديم الأخبار المختلفة عن مهرجان وهران .
- تقديم مواعيد وتواريخ مهمة تتعلق بالمهرجان

ت- فئة الجمهور المستهدف:

تهدف الصفحة للتواصل مع الجمهور المستخدمين والذين يهتمون بالسينما ومهرجانات الأفلام وتشمل الجمهور العام و الفنانين و الصحفيين و النقاد. من خلال نشر جملة من المواضيع التي تصب في نفس السياق .

ث- فئة الاتجاه

يركز القائمون على الصفحة نحو نشر المواضيع المتعلقة بالمهرجان بالدرجة الأولى والمواضيع السينمائية بالإضافة إلى مواضيع مناسبة متفرقة تتعلق بالتهاني والتعازي.

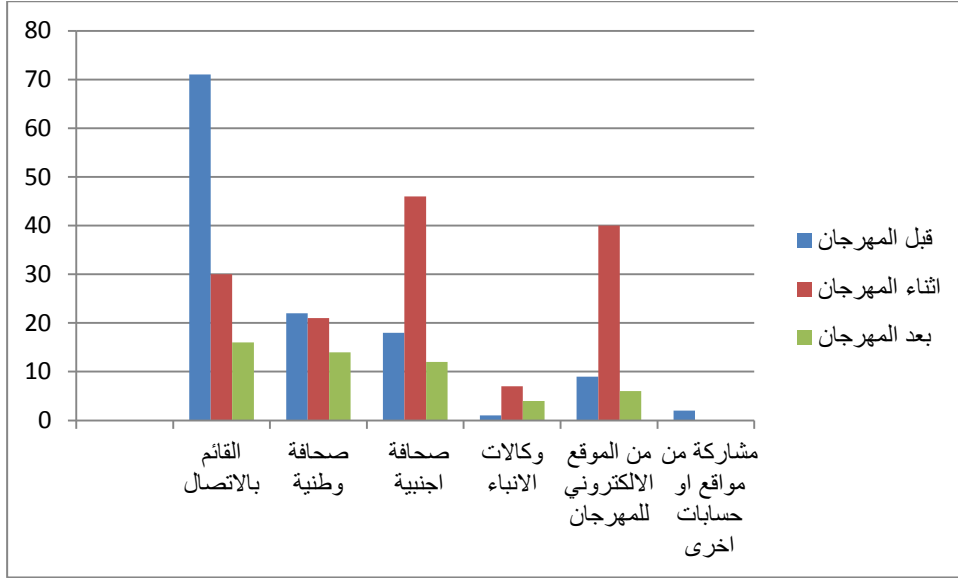
ج- فئة مصدر المعلومة:

يمكن التعرف على مصدر المعلومات للصفحة من خلال الجدول الآتي :

طبعة 2015:

بعد المهرجان		أثناء المهرجان		قبل المهرجان		مصدر المعلومة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
30.76	16	20.83	30	57.72	71	القائم بالاتصال
26.92	14	14.54	21	17.88	22	صحافة وطنية
23.07	12	31.94	46	14.63	18	صحافة أجنبية
07.69	04	04.86	07	00.81	01	وكالات الأنباء
11.53	06	27.77	40	07.31	09	من الموقع الإلكتروني للمهرجان
00	00	00	00	01.62	02	مشاركة من مواقع أو حسابات أخرى
100	52	100	144	100	123	المجموع

جدول يبين مصادر المعلومات في مهرجان وهران



رسم تخطيطي يبين حجم مصادر المعلومات

تشكل مصادر المعلومات ركن أساسيا في تحديد رسائل القائم بالاتصال، فمن خلال هذا الجدول نلاحظ أن مصادر المعلومات قبل المهرجان كانت بنسبة كبيرة من القائم بالاتصال نفسه وذلك بنسبة 57 بالمائة ثم إعادة نشر ما تتداوله الصحافة الوطنية بنسبة 17.88 بالمائة ثم الصحافة الأجنبية بنسبة 14.63 بالمائة وبشكل أقل المصادر الأخرى من قبيل وكالات الأنباء أو الموقع الإلكتروني الرسمي للمهرجان، وهذه النتيجة تعتبر منطقية إلى حد ما باعتبار أن القائم بالاتصال هو المسؤول على نشر المعلومات إلا أنه يقوم بإعادة إنتاج المعلومات من الصحافة من خلال إعادة نشرها بما يتوافق وخصوصيات الحدث.

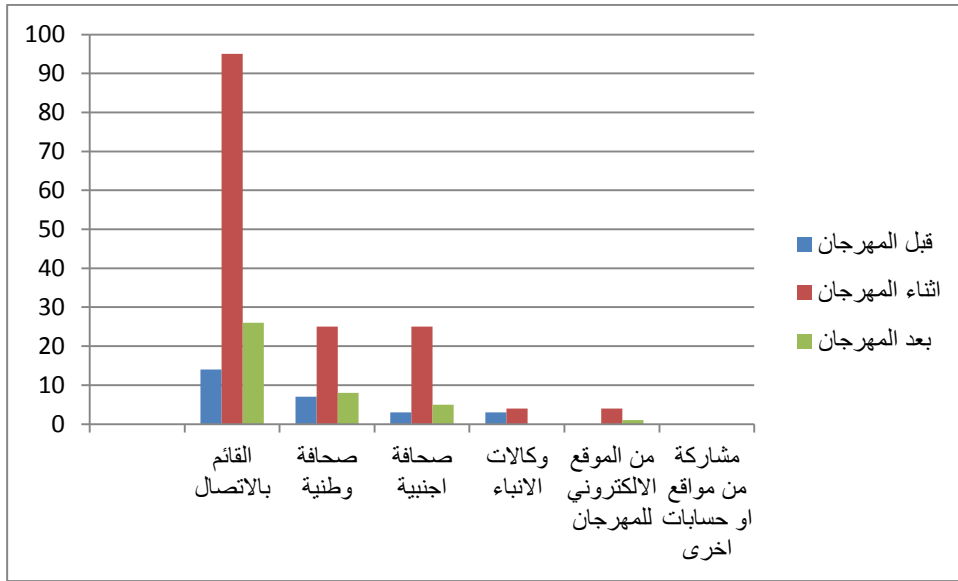
أما أثناء المهرجان فنلاحظ فهذه الطبعة التركيز على ما تنشره الصحافة الأجنبية عن المهرجان وذلك بإعادة نشر المقالات والأخبار وذلك بنسبة 31.94 بالمائة، ثم يليه مباشرة الموقع الإلكتروني للمهرجان بنسبة 27.77 بالمائة فالقائم بالاتصال بنسبة 20.83 بالمائة ثم الصحافة الوطنية بنسبة 14.54 بالمائة هذا التغيير في المصادر راجع أساسا إلى الحدث نفسه ، فتوفر المادة الأساس يجعل الصحافة تستقي المعلومات والأخبار مباشرة من الحدث دون

وسيط. وبالتالي نلاحظ تقارب في نسب توزيع المصادر لكن بعد المهرجان هو أقرب إلى بداية المهرجان من خلال المصادر فنلاحظ التقارب بين القائم بالاتصال بنسبة 30.76 بالمائة والصحافة الوطنية والأجنبية بنسبة تفوق العشرين بالمائة وبنسبة أقل بالنسبة للموقع الإلكتروني ووكالات الأنباء .

الطبعة الاستثنائية 2016/2015:

بعد المهرجان		أثناء المهرجان		قبل المهرجان		مصدر المعلومة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
65	26	62.09	95	51.85	14	القائم بالاتصال
20	08	16.33	25	25.92	07	صحافة وطنية
12.50	05	16.33	25	11.11	3	صحافة أجنبية
00	00	02.61	04	11.11	3	وكالات الأنباء
02.50	01	02.61	04	00	00	من الموقع الإلكتروني للمهرجان
00	00	00	00	00	00	مشاركة من مواقع أو حسابات أخرى
100	40	100	153	100	27	المجموع

جدول يبين مصادر المعلومات في مهرجان وهران



رسم تخطيطي يوضح مصادر المعلومات في مهرجان وهران

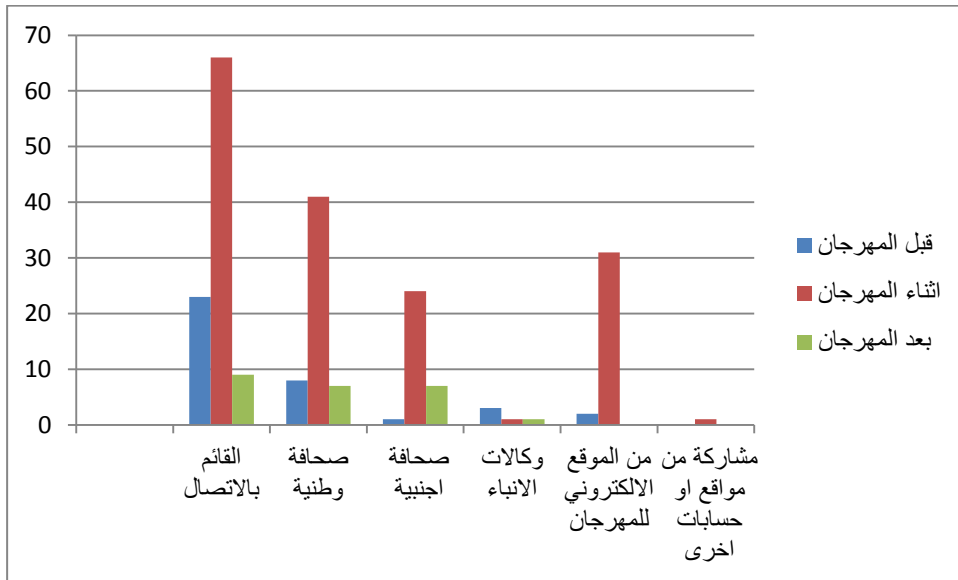
بالنسبة للطبعة الاستثنائية تبقى مصادر المعلومات قبل المهرجان محتكرة من قبل القائم بالاتصال بنسبة تقدر بـ 51.85 بالمائة ثم إعادة نشر ما هو موجود في الصحافة الوطنية بـ 25.92 بالمائة ، ثم وكالات الانباء والصحافة الأجنبية بـ 11.11 بالمائة في غياب إعادة النشر من الموقع الالكتروني للمهرجان.

أما خلال المهرجان نلاحظ في هذه الطبعة الاستثنائية أن القائم بالاتصال يحتكر مصادر المعلومة وذلك بنسبة 62.09 بالمائة ثم نشر ما جاء في الصحافة الوطنية والأجنبية بنسبة 16.33 بالمائة لكلاهما و 2.61 بالمائة بالنسبة لكل من وكالات الأنباء و الموقع الالكتروني للمهرجان وينسحب الأمر تقريبا على مرحلة ما بعد المهرجان في هذه الطبعة باحتفاظ القائم بالاتصال على صدارة الترتيب في تقديم المعلومات كمصدر وذلك بنسبة 65 بالمائة ثم الصحافة الوطنية بـ 20 بالمائة فالصحافة الأجنبية بـ 12.50 بالمائة وأخيرا الموقع الالكتروني للمهرجان بنسبة 2.50 بالمائة ، ما يمكن حوصلته عن هذه الطبعة أن مصادر المعلومات كانت عن طريق القائم بالاتصال بشكل مباشر وهذا راجع إلى طبيعة الحدث الذي خلى من المنافسة .

طبعة 2016:

بعد المهرجان		اثناء المهرجان		قبل المهرجان		مصدر المعلومة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
37.50	09	40.24	66	62.16	23	القائم بالاتصال
29.16	07	25.00	41	21.62	08	صحافة وطنية
29.16	07	14.63	24	02.70	01	صحافة أجنبية
04.16	01	0.60	01	08.10	03	وكالات الأنباء
00	00	18.90	31	05.40	02	من الموقع الالكتروني للمهرجان
00	00	0.60	01	00	00	مشاركة من مواقع أو حسابات أخرى
100	24	100	164	100	37	المجموع

جدول يبين مصادر المعلومات في مهرجان وهران



رسم تخطيطي يبين مصادر المعلومات في مهرجان وهران

في هذه الطبعة جاءت مصادر المعلومات قبل موعد المهرجان من قبل القائم بالاتصال بنسبة 62.16 بالمائة. ثم الصحافة الوطنية بنسبة 21.62 بالمائة فحين تم إعادة نشر ما تداولته الصحافة الأجنبية بنسبة 2.70 بالمائة كما تم الاعتماد على أخبار وكالات الأنباء بما يقدر بنسبة 8.10 بالمائة وإعادة نشر ما جاء في الموقع الإلكتروني بنسبة 5.40 بالمائة. أثناء المهرجان بقيت الصادرة للقائم بالاتصال بنسبة 40 بالمائة ثم الصحافة الوطنية بنسبة 25 بالمائة يليه الموقع الإلكتروني بنسبة 18.90 بالمائة ثم الصحافة الأجنبية 14.63 بالمائة وما يمكن ملاحظته في هذه الطبعة هو عدم الاعتماد على نشر ما تداولته الصحافة الأجنبية عن المهرجان بشكل كبير كما هو الشأن مع الطبعة السابقة على سبيل المقارنة وينسب أقل المصادر الأخرى من وكالات الأنباء أو مواقع أو حسابات الكترونية أخرى . أما بعد المهرجان نلاحظ التقارب في مصادر المعلومات بين القائم بالاتصال والصحافة الأجنبية والوطنية تتروح في حدود الثلاثين بالمائة وبنسبة أقل وكالات الأنباء .

2- فئات كيف قيل :

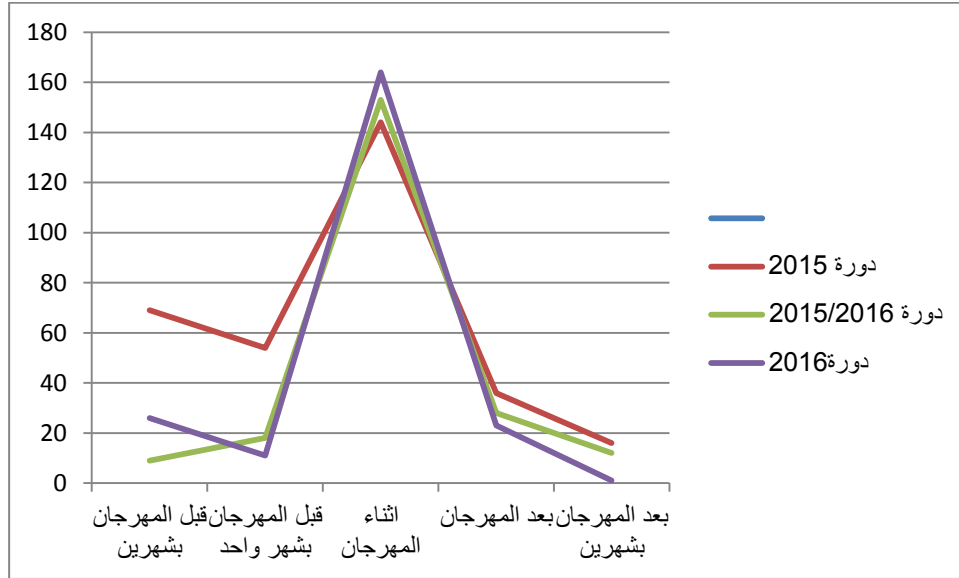
في هذه الفئة نتعرف على محتويات من حيث كثافتها وتحديثها بالإضافة إلى نوعها وشكلها ، كما نستقرأ في اللغة المستخدمة وتأثيراتها في عملية التفاعل بين المتفاعلين (مرسل مستقبل – مستقبل مرسل)

أ- كثافة النشر والتحديث

نحاول في هذا الجانب رصد كثافة النشر وانتظامه من خلال طبعا العينة وذلك قبل المهرجان بشهرين متتالين وأثناء وبعد المهرجان بشهرين متتالين أيضا .

المجموع	بعد المهرجان بشهرين	بعد المهرجان بشهر واحد	أثناء المهرجان	قبل المهرجان بشهر واحد	قبل المهرجان بشهرين	دورات المهرجان
319	16	36	144	54	69	دورة 2015
220	12	28	153	18	9	دورة 2016/2015
225	1	23	164	11	26	دورة 2016

جدول يبين كثافة نشر المعلومات والأخبار



رسم بياني يوضح كثافة النشر في دورات مهرجان وهران للفيلم العربي.

نلاحظ من خلال الرسم البياني حجم المواد المنشورة كميًا في كل دورة من دورات المهرجان، فقبل المهرجان تكون متناقصة تمامًا ثم تبلغ ذروتها في موعد انعقاد المهرجان وذلك لتوفر المادة الإعلامية ثم تبدأ في التناقص التدريجي بعد الحدث لتعود إلى مستويات متدنية من النشر على الحامل الإلكتروني - الفيسبوك - فخلال خمس أشهر لكل

دورة قبل، أثناء و بعد نلاحظ تقارب في معدل النشر باستثناء الطبعة الاستثنائية 2016/2015 إذ نلاحظ تزايد النشر قبل المهرجان بشكل متزايد من 9 إلى 18 منشور إلى أن يبلغ ذروته في شهر انعقاد المهرجان ب 153 منشور، ثم التناقص بعد انتهاء الحدث من 28 إلى 12 منشور.

أما بالنسبة للدورتين الخاصة بالطبيعتين فنلاحظ تناقص قبل المهرجان ثم ارتفاع كبير في شهر انعقاد المهرجان إلى أن يتناقص بشكل كبير وهذا ما يطرح تساؤلات حول انتظام النشر لدى القائم بالاتصال . حيث صرح القائم بالاتصال أن النشر يعود على حسب المواد والمضامين المتوفرة¹

ب- اللغة المستخدمة:

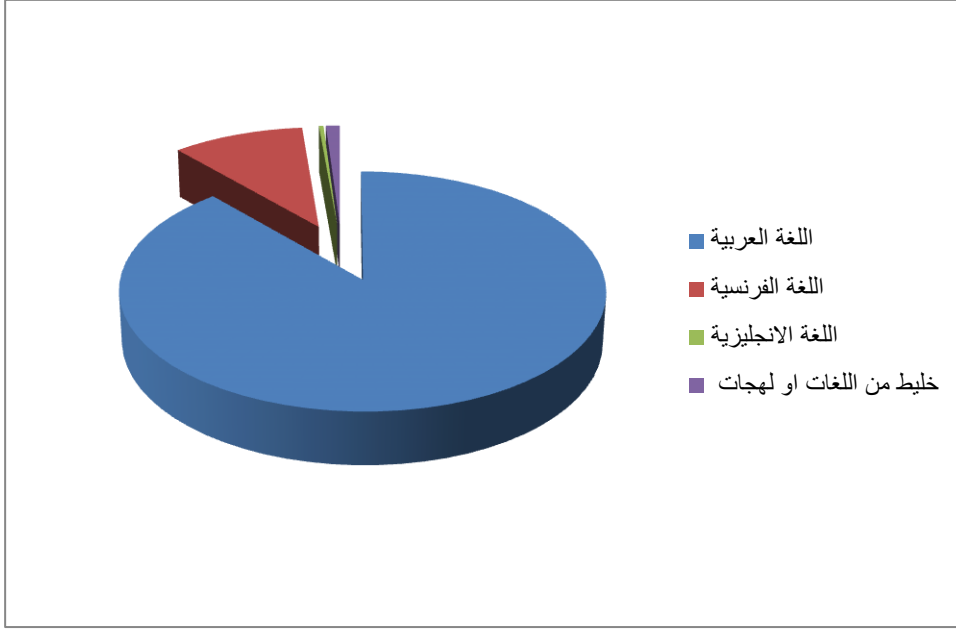
نسعى في هذا العنصر إلى دراسة الجانب التواصلي من خلال اللغة المستخدمة سواء من قبل القائم بالاتصال أو تلك المستخدمة من قبل جمهور المستخدمين .

لغة النشر:

المجموع	خليط من اللغات		اللغة الانجليزية		اللغة الفرنسية		اللغة العربية		الطبقات	
	النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100	319	0.94	03	0.62	02	01.25	04	97.17	310	2015
100	220	0.45	01	00	00	11.81	26	87.72	193	2016/2015
100	225	1.77	04	0.44	01	16.88	38	80.88	182	2016
100	254.66	1.05	2.66	0.35	01	09.98	22.66	88.59	228.33	المعدل

جدول يوضح نسبة استخدام اللغات المنشورة من قبل القائم بالاتصال في مهرجان وهران

¹ مقابلة مع القائم بالاتصال لمهرجان وهران الفيلم العربي بمخبر الأنساق النماذج البنيات الممارسات، جامعة وهران 2 يوم 2016/05/11 على الساعة 09:30 صباحا.



رسم بياني يوضح نسبة استخدام اللغات المنشورة من قبل القائم بالاتصال في مهرجان وهران

تأتي اللغة العربية في صدارة اللغات المستعملة في النشر بنسبة تفوق 97 بالمائة تليها اللغة الفرنسية بنسبة 1.25 بالمائة ثم الإنجليزية فخليط من اللغات بالنسبة للطبعة 2015 ، و ينسحب نفس الأمر على باقي طبعات الدراسة بحيث يبلغ متوسط استعمال اللغة العربية في النشر ما يقارب 88.59 بالمائة ثم اللغة الفرنسية ب 9.98 بالمائة ،خليط ما بين اللغات 1.05 بالمائة ثم الإنجليزية ب 0.35 بالمائة هذه النتيجة تفسرها عدة أسباب.

منها طبيعة الحدث الذي يشترط أن تكون اللغة العربية حاضرة من خلال الإنتاج أو لغة الفيلم ،بالإضافة إلى كون

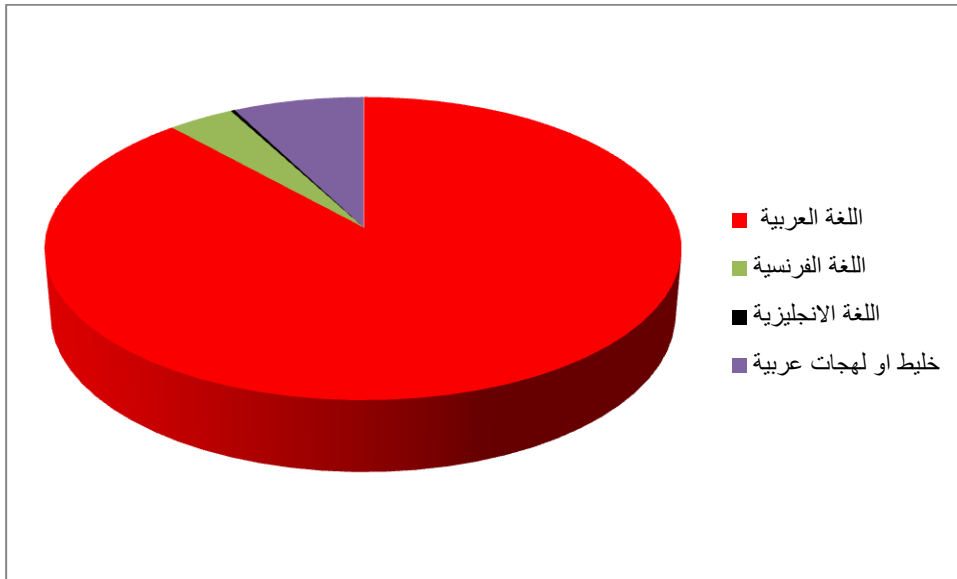
القائم بالاتصال معرب.¹

¹ محمد عبيدو، ناقد سوري مكلف بالاتصال في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي.

لغة التفاعل:

المجموع	خليط من اللغات أو لهجات عربية		اللغة الانجليزية		اللغة الفرنسية		اللغة العربية		الطبقات	
	النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100	306	13.72	42	0.65	02	05.88	18	79.73	244	2015
100	192	04.16	08	00	00	05.20	10	90.62	174	/2015 2016
100	5330	04.93	263	0.05	03	0.48	26	94.52	5038	2016
100	1942.66	07.60	104.3 3	0.23	1.66	3.85	18	88.29	1818.66	المعدل

جدول يوضح اللغات المستخدمة من قبل المتفاعلين في مهرجان وهران



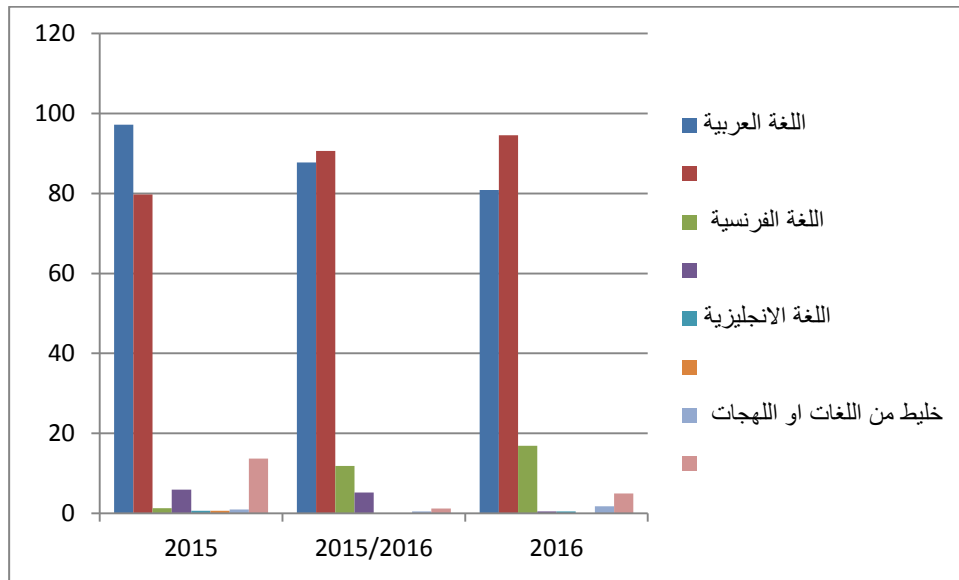
رسم جدول يوضح اللغات المستخدمة من قبل المتفاعلين في مهرجان وهران

جاءت اللغة العربية في المرتبة الأولى من حيث اللغات الأكثر استعمالاً في التفاعل مع المنشورات على صفحة فايسبوك بمعدل يفوق 88 بالمائة، تليها مباشرة خليط من اللغات بمعدل 7.610 بالمائة ثم اللغة الفرنسية بنسبة 3.85 بالمائة والإنجليزية بنسبة 0.23 بالمائة وتعتبر هذه النتيجة متأرجحة في اللغة المستعملة للنشر ولغة المستخدم للرد في التفاعل وهذا ما يفسره الجدول الآتي :

المقارنة بين التفاعل بين لغة النشر ولغة تفاعل المستخدم :

أخرى		اللغة الإنجليزية		اللغة الفرنسية		اللغة العربية		
13,72	0,94	0,65	0,62	5,88	1,25	79,73	97,17	2015
1,16	0,45	0	0	5,2	11,81	90,62	87,72	2015/2016
4,93	1,77	0,05	0,44	0,48	16,88	94,52	80,88	2016

جدول يوضح في نسب المقارنة بين لغة النشر والتفاعل



رسم بياني يوضح في نسب المقارنة بين لغة النشر والتفاعل

نلاحظ في طبعة 2015 أن الذين تفاعلوا باللغة العربية أقل بالنسبة للمواد المنشورة باللغة ذاتها بعكس اللغة الفرنسية بحيث نجد أن عدد المتفاعلين بهذه اللغة يفوق لغة النشر بفارق 4 بالمائة والأمر ذاته مع خليط من اللغات، حيث نجد أن هناك من يستعمل عدة لغات في التفاعل مع المواد المنشورة على خلاف ذلك نجد في الطبعة الاستثنائية سنة 2016/2015 الخاصة بالفيلم المتوج بمناسبة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية أن لغة التفاعل باللغة العربية كانت أكبر من لغة النشر بفارق 3 بالمائة والعكس بالنسبة للغة الفرنسية بفارق 6 بالمائة ونتيجة متقاربة بين الفئات الأخرى أي اللغة الإنجليزية أو خليط من اللغات نفس الأمر ينسحب على الطبعة التي جاءت بعد ذلك سنة 2016 بحيث كان تفاعل باللغة العربية يفوق لغة النشر بـ 14 بالمائة فحين أن التفاعل باللغة الفرنسية جاء أقل من لغة النشر بأكثر من 15 بالمائة مما يعطي دلالة على تشتت جمهور المستخدمين حسب كل طبعة ونتيجة متقاربة بالنسبة للغة الإنجليزية. أما خليط من اللغات فجاءت نتيجة تفاعله أكبر بـ 3 بالمائة عن لغة النشر .

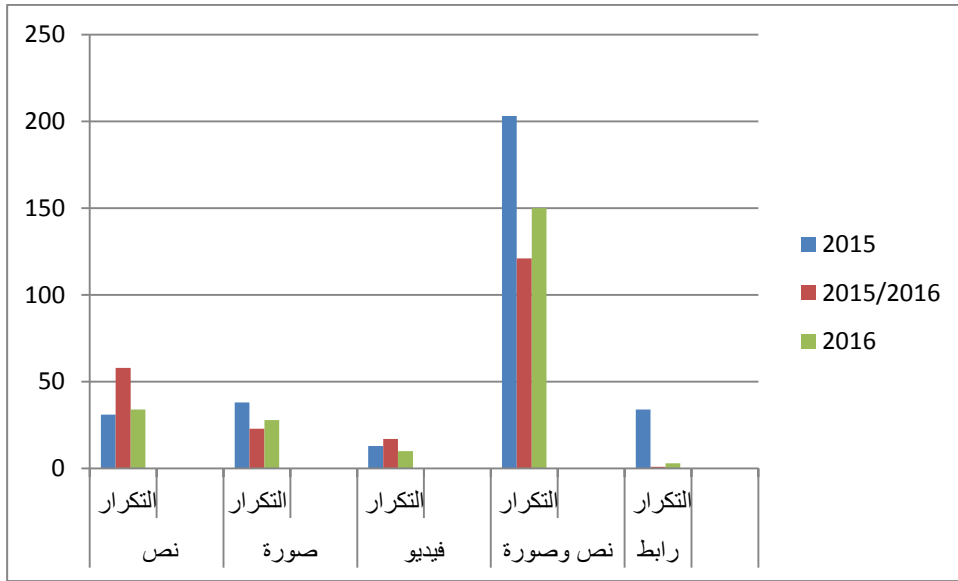
ح- فئة شكل المضمون :

يقصد به مختلف الأشكال التي نشرت على صفحة فايسبوك من مواد وتجتمع كلها في الملتيميديا أو ما يسمى بالوسائط المتعددة وهي كالآتي :

الوسائط المتعددة :

المجموع	رابط		نص وصورة		فيديو		صورة		نص			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100,00	319	10,66	34	63,64	203	4,08	13	11,91	38	9,72	31	2015
100,00	220	0,45	1	55,00	121	7,73	17	10,45	23	26,36	58	2015/2016
100,00	225	1,33	3	66,67	150	4,44	10	12,44	28	15,11	34	2016
100,00	254,67	4,15	12,67	61,77	158	5,42	13,33	11,60	29,67	17,06	41	المعدل

جدول يوضح نسب الوسائط المتعددة المستخدمة من قبل القائم بالاتصال في مهرجان وهران



رسم بياني يوضح نسب الوسائط المتعددة المستخدمة من قبل القائم بالاتصال في مهرجان وهران

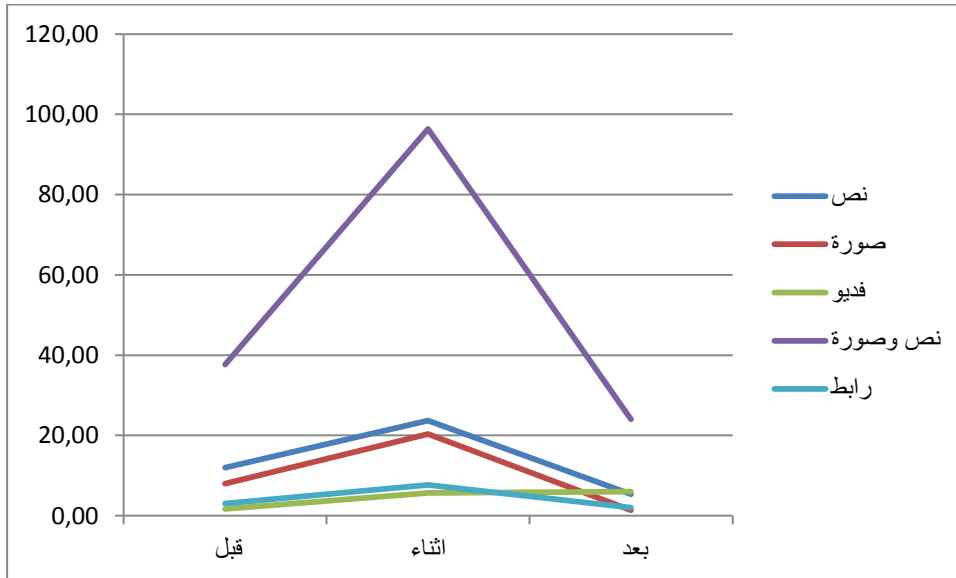
تشكل الوسائط المتعددة المادة المحورية في تشكيل شكل المواد المقدمة، ففي طبعة 2015 جاءت النصوص والصور معا في صدارة المواد المقدمة بنسبة تفوق 63 بالمائة ثم الصور لوحدها بنسبة 11.91 بالمائة ثم نشر روابط بنسبة 10.66 بالمائة ، نصوص لوحدها بنسبة 9.72 بالمائة وأخيرا مقاطع فيديو بنسبة 4 بالمائة ما يمثل 13 مقطع.

أما بالنسبة للطبعة الاستثنائية 2016/2015 فكانت نسبة النصوص والصور ب 55 بالمائة بمجموع 121 من أصل 220 مادة منشورة يليها مباشرة النصوص لوحدها ب 26.36 بالمائة ثم الصور بنسبة 10.45 بالمائة ثم الفيديو ب 7.73 بالمائة وأخيرا الروابط ب 0.45 بالمائة أي ما يمثل رابط واحد من مجموع 220 مادة منشورة وبالنسبة للطبعة سنة 2016 فتبقى الصدارة للنصوص مع الصور معا بنسبة 66.67 بالمائة ثم النصوص لوحدها ب 15.11 بالمائة ،صور ب 12.44 بالمائة الفيديو ب 4.44 بالمائة وأخيرا الرابط ب 1.33 بالمائة ما يمثل 3 روابط من مجموع 225 مادة منشورة .

نستخلص أن الحجم الأكبر من المواد المنشورة يتمثل في النصوص مرفوقة بالصور ب 61.77 بالمائة بمعدل يقدر ب 158 مادة من أصل 254 ثم يليها مباشرة النصوص ب 17.06 بالمائة بمعدل 41 نص يليها مباشرة الفيديو وروابط بنسب متقاربة من 4 الى 5 بالمائة .

بعد	اثناء	قبل	
5,33	23,67	12,00	نص
1,33	20,33	8,00	صورة
6,00	5,67	1,67	فديو
24,00	96,33	37,67	نص وصورة
2,00	7,67	3,00	رابط

جدول يبين توزيع الوسائط المتعددة في فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان



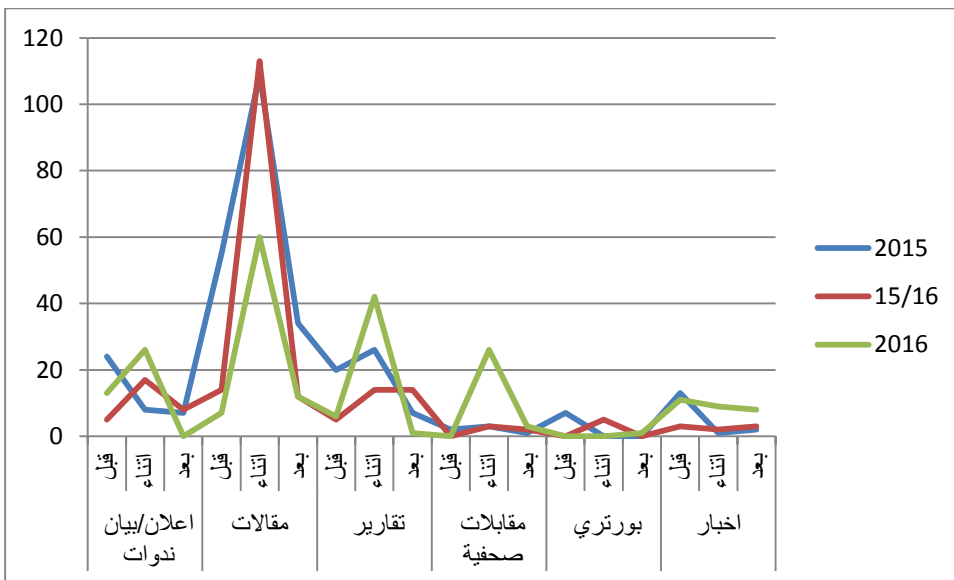
رسم بياني يبين توزيع الوسائط المتعددة في فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان

في دراستنا الطولانية هاته نبحت في معدلات نشر المواد إذ يظهر الجدول والرسم البياني السابق أن كل المواد المنشورة على موقع فيسبوك ترتفع ذروتها مع انعقاد المهرجان، وكما أشرنا سابقا تبقى النصوص والصور الأكثر نشرا خصوصا أثناء المهرجان بمعدل 96.33 بالمائة ثم النصوص فالصور وأخيرا الروابط وهذا يرجع إلى توفر المادة الإعلامية خلال المهرجان بعكس الفترة التي تسبقه بحيث تكون المواضيع كما أشارنا من قبيل نشر الإعلانات و التواريخ المهمة عن المهرجان... الخ، وهذا ما يدفعنا إلى البحث في نوع هذه المضامين المعروضة .

نوع النشر :

	اعلان/بيان ننوات			مقالات			تقارير			مقابلات صحفية			بورترى			اخبار		
	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	
2015	24	8	7	55	109	34	20	26	7	2	3	1	7	0	0	13	1	2
15/16	5	17	8	14	113	12	5	14	14	0	3	2	0	5	0	3	2	3
2016	13	26	0	7	60	12	6	42	1	0	26	3	0	0	0	11	9	8

جدول تفصيلي يوضح حجم المنشورات خلال فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان



رسم بياني تفصيلي يوضح حجم المنشورات خلال فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان

اختلاف مواد الوسائط المتعددة دفعنا إلى البحث في مضامينها وقد جاءت على النحو التالي: المقالات الصحفية وقد بلغ ذروتها أثناء المهرجان ب 113 مقالة في الطبعة الاستثنائية و 109 مقالة في طبعة 2015 و 60 مقالة في طبعة 2016 وبشكل أقل قبل وبعد المهرجان، بعدها تأتي التقارير الصحفية بأنواعها¹ بلغت ذروتها أثناء المهرجان في طبعة 2016 حوالي 42 تقرير و 26 في طبعة 2015 و 14 تقرير في الطبعة الاستثنائية وبشكل أقل قبل وبعد المهرجان، ثم يلي مباشرة المقابلات أو الحوارات الصحفية. أما بقية الأنواع الأخرى فشملت الأخبار، الإعلانات البيانات والندوات وجاءت بنسب أعلى قبل بداية المهرجان وبنسب أقل أثناء وبعد المهرجان إذ من البديهي جدا أن تبلغ الإعلانات ذروتها قبل المهرجان.

خ- فئة الإقناع:

يسعى القائم بالاتصال في مهرجان وهران إلى اقناع المهتمين بالقطاع السينمائي و صناع الأفلام بالمشاركة في المهرجان من خلال الإعلان عن تاريخه وشروط المسابقة كمرحلة أولى، ثم مرحلة إقناع الجمهور من خلال نشر البوستات والصور الخاصة بالفنانين المشاركين وغيرهم. بالإضافة إلى توزيع البرامج التي تحمل مواعيد العروض.

3- فئات التفاعلية :

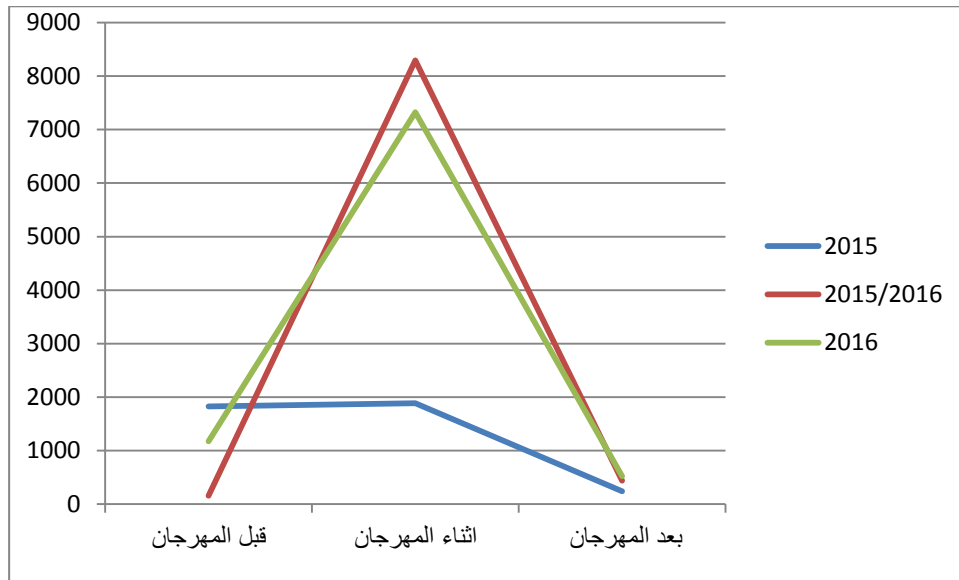
تبرز هذه الفئة مختلف ردود الفعل من قبل الجمهور المستخدمين اتجاه القائم بالاتصال والمضامين التي يطرحها في صفحة الفيسبوك الرسمية للمهرجان، ومن جملتها حجم الزيارة الصفحة ومشاهدة المضامين، المساهمة والتعليقات بالإضافة الى تداول النشر عن طريق إعادة نشر من قبل المستخدمين .

¹أنواع التقارير الصحفية: تقرير حي، تقرير عرض شخصيات و التقرير الاخباري .

أ- فئة المشاهدات أو الزيارات

فئات المشاهدات أو الزيارات				الطبعة
المجموع	بعد المهرجان	أثناء المهرجان	قبل المهرجان	
3956	242	1885	1829	2015
8895	442	8295	158	2015/2016
9027	525	7325	1177	2016

جدول يوضح حجم الزيارة للصفحة من قبل المستخدمين خلال فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان



رسم يوضح حجم الزيارة للصفحة من قبل المستخدمين خلال فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان

نلاحظ في طبعة 2015 أن فئة المشاهدة بقيت شبه مستقرة قبل وأثناء المهرجان ثم انخفضت إلى ما بعده في حدود 242 زيارة للصفحة وقد بلغ المجموع حسب هذه الفئات 3956 بحيث بلغت ذروتها أثناء المهرجان بـ 1885 زيارة. بالنسبة للطبعة الاستثنائية كان هناك انخفاض في عدد المشاهدات أو زوار الصفحة فكانت قبل

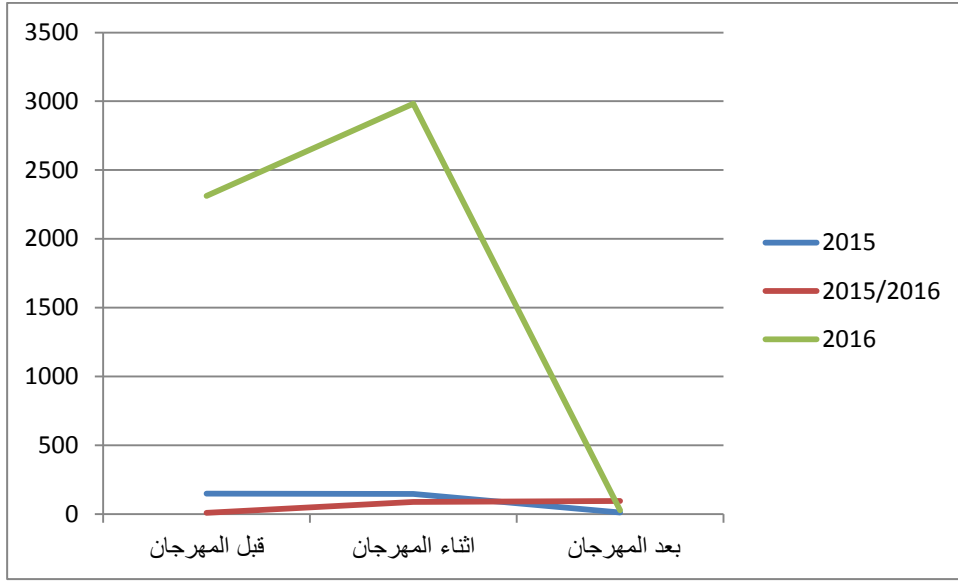
المهرجان بـ158 زائر لتبلغ الذروة أثناء المهرجان بـ8295 وهي الأعلى ما بين الطبعتين السابقة واللاحقة لتنخفض إلى 442 زيارة بعد نهاية المهرجان بمجموع قدره 8895 .

طبعة 2016 بلغ عدد الزيارات حوالي 1177 قبل المهرجان و 7325 أثناء المهرجان لتنخفض إلى حدود 525 مشاهدة في نهاية الطبعة وقد بلغ مجموع الزيارات والمشاهدات 9027 وهو الأعلى بين الطبعتين السابقتين ،وما يلفت الانتباه في هذه الأرقام هو التساؤل حول طبيعة المواضيع التي أثارت جمهور المستخدمين لزيارة الصفحة ومن خلال الإحصاء الذي قمنا به تبين أن الصور الخاص بالفنانين وبعض العروض جعلت جمهور المستخدم يلج إلى الصفحة .

ب- فئة المساهمات أو التعليقات

فئات المساهمة والتعليقات				الطبعة
المجموع	بعد المهرجان	أثناء المهرجان	قبل المهرجان	
306	12	146	148	2015
192	95	88	9	2015/2016
5324	29	2982	2313	2016

جدول يوضح حجم التعليقات من قبل المستخدمين خلال فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان



رسم بياني يوضح حجم التعليقات من قبل المستخدمين خلال فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان

بالنسبة لتعليقات جمهور المستخدمين ومساهماتهم فجاءت النتائج متباينة حسب كل طبعة فمن خلال الجدول والرسم البياني نلاحظ أن طبعة 2016 هي الأعلى من حيث عدد المعلقين بمجموع 5324 تعليق، إذ قارب عدد المعلقين الثلاثين ألفاً أثناء الطبعة التاسعة للمهرجان وأكثر من 2300 قبل الحدث للتهامى إلى ما دون الثلاثينات بعد المهرجان .

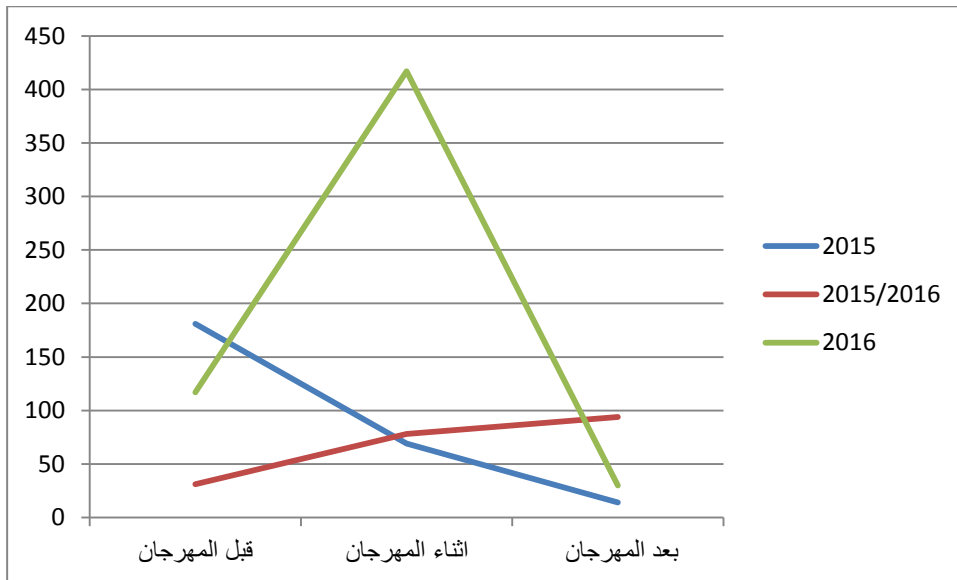
تأتي طبعة 2015 بمجموع 306 مساهمة إذ بلغ 148 تعليق قبل المهرجان و 146 أثناءه وبالتالي تأخذ منحى طبعة 2016 من ناحية استقرار في عدد المعلقين في فترتي قبل وأثناء الحدث ثم نأتي لما جاء في الطبعة الاستثنائية ونتائجها المغايرة تماما بعدد تعليقات في منحى متزايد على مراحل المهرجان 9 قبل، 88 أثناء و 95 بعد المهرجان مما يعكس حالة اختلاف في التفاعل مما يقدم مؤشر على اختلاف في الرسائل أو المرسل¹.

¹ اختلاف القائمين بالاتصال حسب الطبقات فمع كل محافظ جديد يتم تغيير الطاقم.

ت- فئة تداول والنشر

فئة تداول والنشر				الطبعة
المجموع	بعد المهرجان	أثناء المهرجان	قبل المهرجان	
264	14	69	181	2015
203	94	78	31	2015/2016
564	30	417	117	2016

جدول يوضح تداول ونشر المضمين قبل المستخدمين خلال فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان



رسم بياني يوضح تداول ونشر المضمين قبل المستخدمين خلال فترة ما قبل اثناء وبعد المهرجان

تأتي طبعة 2016 من الطبقات التي تم فيها التداول النشر أو إعادة النشر من قبل الجمهور المستخدمين وذلك بمجموع 564 وقد بلغت ذروته أثناء المهرجان بـ 417 بعدما كان قبل المهرجان بـ 117 وبعده بـ 30، أما بالنسبة لطبعة 2015 فجاءت بـ 264 تداول لكن بوتيرة متنازلة بلغت ذروتها قبل المهرجان بـ 181 ثم 59 أثناء المهرجان وبعده بـ 14 تداول على خلاف ذلك جاءت الطبعة الاستثنائية بوتيرة متزايدة بمجموع 203 فبلغت ذروتها

ب 94 تداول بعد نهاية المهرجان ثم 78 أثناء و 31 قبل بدايته وهذا ما يقدم لنا فرضيات بوجود اختلاف في المرسل (القائم بالاتصال) في كل طبعة أو وجود اختلاف في طريقة وضع الرسائل للجمهور.

ث- فئة البحث والتحميل

يضع في بعض الأحيان القائم بالاتصال وصلات لاستمارة يمكن تحميلها خاصة تلك المتعلقة بالمشاركة في المهرجان أما خاصية البحث داخل الصفحة فهي غير متوفرة من الموقع نفسه (فيسبوك) لكنها متوفرة في الحساب الشخصي للمستخدم عند استعمال خاصية البحث .

ج- فئة المتابعة والتواصل :

يتزايد عدد المتابعين للصفحة تدريجيا حيث انتقل من 13196 متابع سنة 2015 إلى 18699 متابع للصفحة سنة 2018 بزيادة 5503 متابع ويشير ذلك إلى تزايد الاهتمام من قبل الجمهور المستخدمين بهذا الحدث على الأقل من الناحية الافتراضية.

5-5 تحليل موقع تويتر لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي.

موقع تغريدات الرسائل القصير التويتر من بين الوسائل التواصلية الاجتماعية، بحيث يستخدمه القائم بالاتصال لبحث المعلومات المختلفة عن المهرجان وهو محدود بعدد الكلمات وحجم المواد المصورة التي يمكن وضعها فيه .

1- فئات ماذا قيل :

ونستعرض هنا ما ورد من تغريدات التي بثها القائم بالاتصال وتتمحور مجملها عن أخبار المهرجان وتصريحات الفنانين .

أ- فئة الموضوع

ب- فئة الأهداف

ت- فئة الجمهور المستهدف

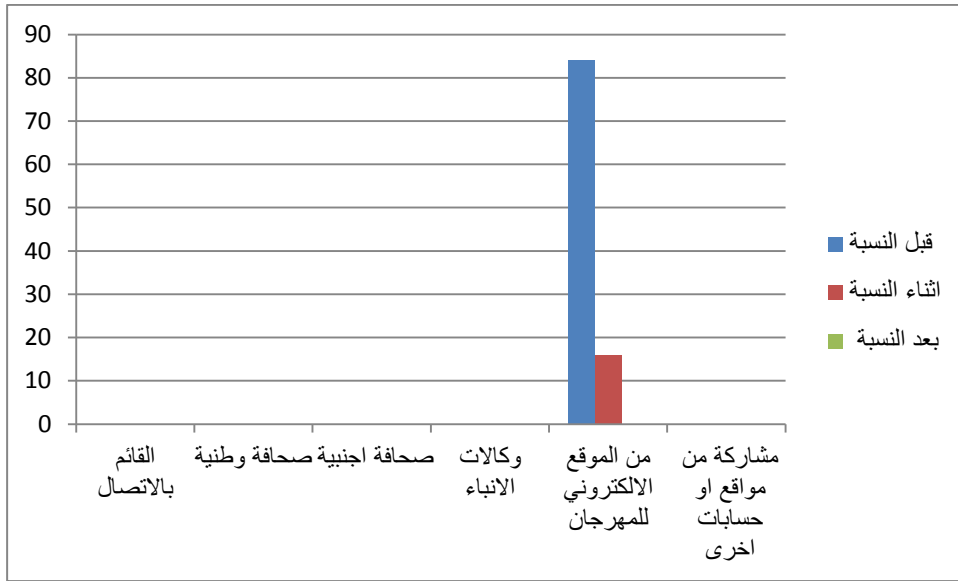
ث- فئة الاتجاه

لا تختلف هذه الفئات في حساب تويتر لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي عن فئات الفيسبوك .

ج- فئة مصدر المعلومة: الطبعة الثامنة

بعد		أثناء		قبل المهرجان		مصدر المعلومة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
0	0	0	0	0	0	القائم بالاتصال
0	0	0	0	0	0	صحافة وطنية
0	0	0	0	0	0	صحافة اجنبية
0	0	0	0	0	0	وكالات الانباء
0	0	16	4	84	21	من الموقع الالكتروني للمهرجان
0	0	0	0	0	0	مشاركة من مواقع او حسابات اخرى
0	0	16	4	0	21	المجموع

جدول يبين مصادر المعلومات على حساب تويتر في مهرجان وهران



رسم بياني يبين مصادر المعلومات على حساب تويتر في مهرجان وهران

جاءت التغريدات في موقع تويتر في الطبعة الثامنة عبارة في مجملها عن روابط للمقالات الموجودة في الموقع

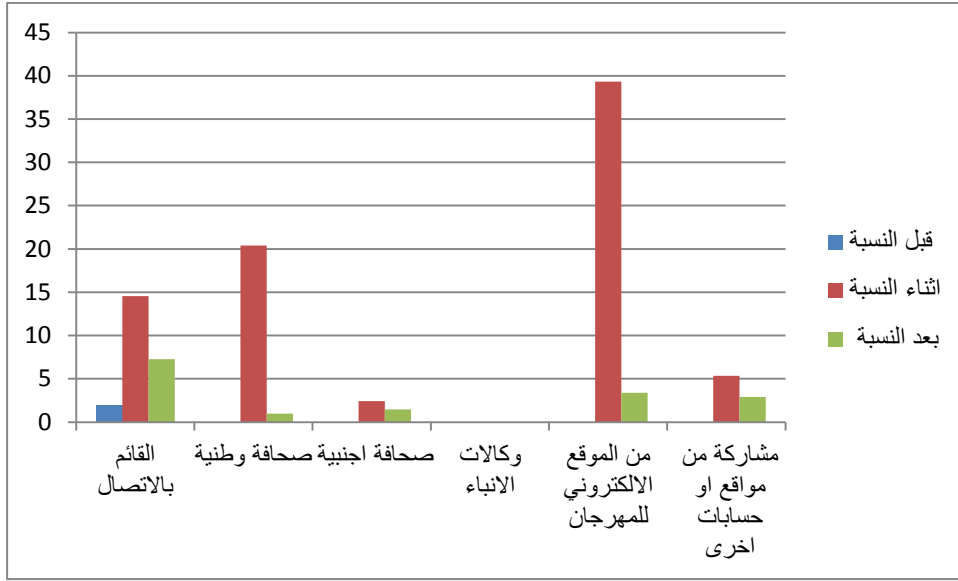
الالكتروني للمهرجان إذ بلغت في مجملها 25 منشور مقسمة بـ 84 بالمائة قبل المهرجان و 16 بالمائة أثناءه و 00

بالمائة بعده، هذا الكم والنسبة المتوية تعكس عدم تقديم الأهمية لهذا الحامل الالكتروني في هذه الطبعة والاكتفاء

بنشر ما جاء في الموقع الالكتروني. أما الطبعة التاسعة فكانت على النحو الآتي :

مصدر المعلومة	قبل المهرجان		أثناء		بعد	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
القائمة بالاتصال	4	1,94	30	14,56	15	7,28
صحافة وطنية	0	0	42	20,38	2	0,97
صحافة أجنبية	0	0	5	2,42	3	1,45
وكالات الانباء	0	0	0	0	0	0
من الموقع الالكتروني للمهرجان	0	0	81	39,32	7	3,39
مشاركة من مواقع أو حسابات أخرى	0	0	11	5,33	6	2,91

جدول يبين مصادر المعلومات على حساب تويتر في مهرجان وهران



رسم بياني يبين مصادر المعلومات على حساب تويتر في مهرجان وهران

نلاحظ في الطبعة التاسعة للمهرجان وجود اختلاف من حيث مصادر المعلومة وإن كان الاستحواذ لغالبية المصادر من الموقع الالكتروني للمهرجان بحد ذاته مع عدم وجود معلومات قبل المهرجان باستثناء ما قدمه القائم بالاتصال بنسبة 1.94 بالمائة. أما أثناء المهرجان فكان نسبة كبيرة لموقع المهرجان بنسبة قاربت الأربعون بالمائة تليها مباشرة الصحافة الوطنية بأكثر من عشرين بالمائة ثم القائم بالاتصال ب 14.56 بالمائة، مشاركة من مواقع أخرى ب 5.33 بالمائة والصحافة الأجنبية ب 2.42 بالمائة بعد المهرجان نلاحظ عودة القائم بالاتصال كمصدر للمعلومة ثم بقيت المصادر الأخرى بنسب متفاوتة بين 0.5 بالمائة الى 8 بالمائة .

هذا التباين في الطبعتين يفسره التغيير في طاقم الاتصال في كل طبعة .

2- فئات كيف قيل :

نستعرض هنا مضامين التغريدات من حيث كثافتها وتحديثها من خلال سبر نوعها وشكلها متعرضين إلى اللغة

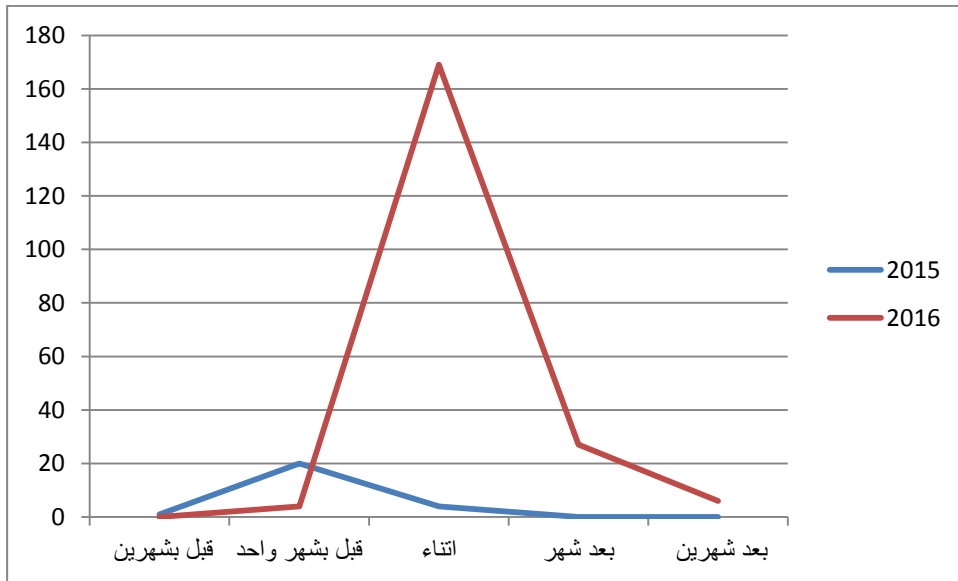
المستخدمة وتأثيرها في التفاعل .

أ- كثافة النشر والتحديث

في الجدول الموالي نقدم حجم النشر في موقع التغريدات تويتر لحساب مهرجان وهران .

الطبعة	قبل بشهرين	قبل بشهر	اثناء	بعد شهر	بعد شهرين	المجموع
2015	1	20	4	0	0	25
2016	0	4	169	27	6	206

جدول يبين حجم التغريدات في مهرجان وهران



رسم بياني يبين حجم التغريدات في مهرجان وهران

يتبين من خلال الجدول والرسم البياني وجود اختلاف كبير في الطبعتين ففي سنة 2015 بلغ مجموع المواد

المنشورة خمس وعشرين منشورا في مقابل مائتان وستة منشورات في الطبعة الموالية ، نلاحظ في طبعة 2015 أن

المنشورات بلغت ذروتها قبل المهرجان ب 21 منشورا ثم 4 منشور أثناء المهرجان ثم ينعدم النشر على الحامل

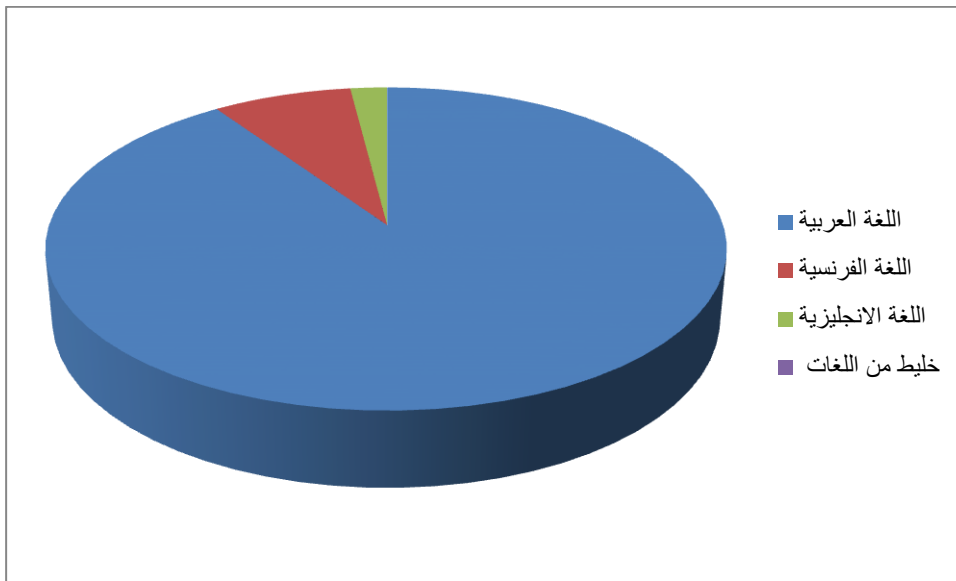
الإلكتروني تويتير تماما على عكس ذلك نرى في طبعة 2016 وجود 04 منشور قبل المهرجان لتبلغ ذروة النشر أثناء المهرجان ب169 منشور لتتخفف تدريجيا بعد نهاية المهرجان ب33 منشور .

ب- اللغة المستخدمة :

أ- لغة النشر :

الطباعات	اللغة العربية		اللغة الفرنسية		اللغة الانجليزية		خليط من اللغات		الاجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
2015	92	23	4	1	4	1	0	0	100
2016	88,83	183	11,16	23	0	0	0	0	100
المعدل	90,42	103	7,58	12	2	0,5	0	0	115,5

جدول يبين نسبة اللغات المستخدمة في التغريد



رسم يوضح نسبة اللغات المستخدمة في التغريد

من خلال سبر محتوى مضامين منشورات على حساب تويتير كانت غالبية المنشورات باللغة العربية بنسبة

90.42 بالمائة واللغة الفرنسية ب7.58 بالمائة واللغة الانجليزية ب02 بالمائة و 00 بالمائة خليط من اللغات وهذا

مما يقدم صورة عن طبيعة المهرجان الذي يعنى بالسينما العربية واللغة العربية أو احدى لهاجاتها هي من أحد شروط مسابقة المهرجان.

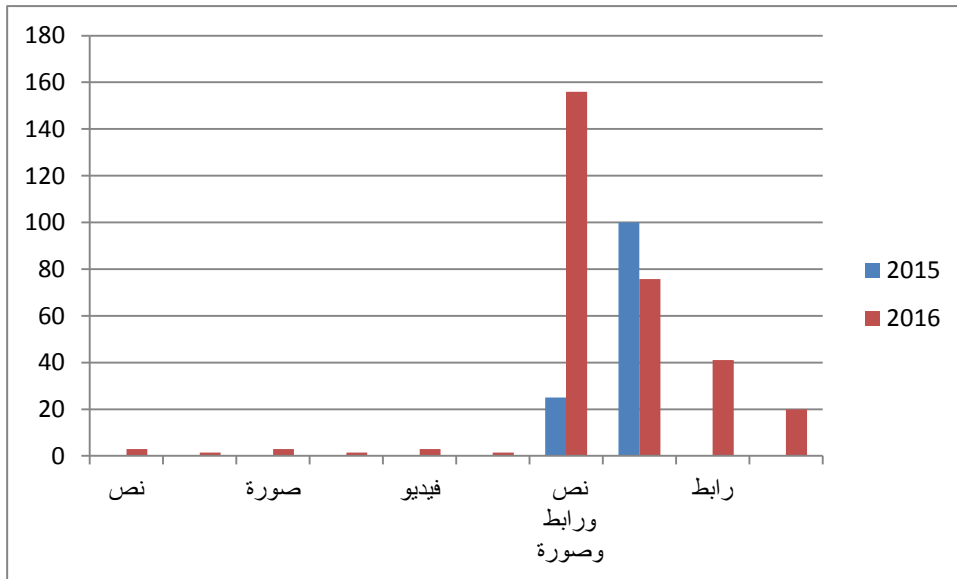
أ- لغة التفاعل:

التفاعل اللغوي مع موقع التويتز منعدم مما يستدعي تقديم تساؤلات والبحث في مكامن الخلل وهذا ما دفعنا بالسؤال القائم بالاتصال الذي أجاب "لدي الكثير من المهام في آن ولا أستطيع أن أتابع كل شيء".

ت- فئة شكل المضمون :

طبعة	نص		صورة		فيديو		نص و رابط وصورة		رابط	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
2015	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2016	3	1,45	3	1,45	3	1,45	156	75,72	41	19,9

جدول يبين نسب الوسائط المتعددة على حساب تويتز في مهرجان وهران



رسم بياني يبين نسب الوسائط المتعددة على حساب تويتز في مهرجان وهران

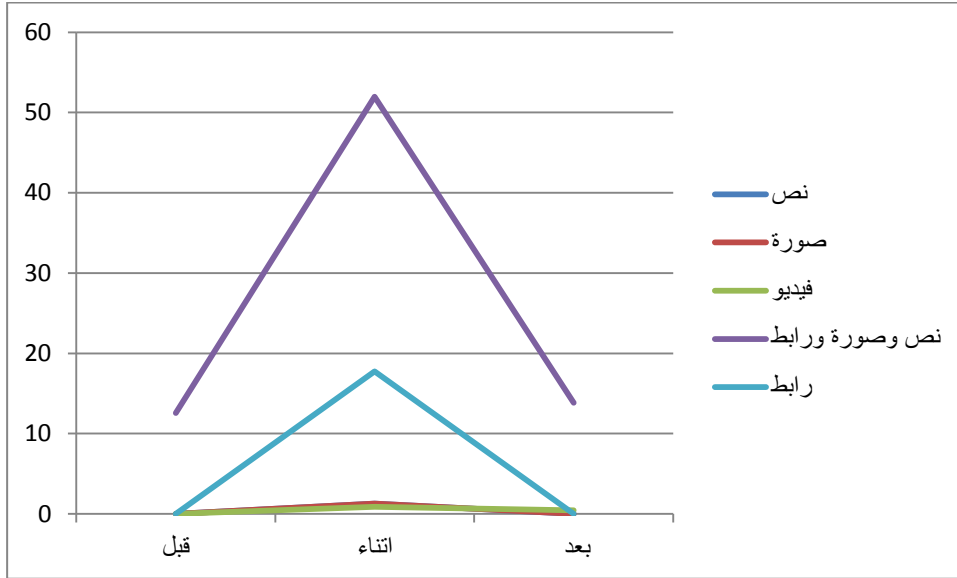
جاءت المضامين بنسبة كبيرة لرابط ونص وصورة بنسبة 75 بالمائة ثم روابط لوحدها بنسبة قاربت العشرين

بالمائة ثم الوسائط الأخرى بنسب متساوية ب1.45 بالمائة لكل من الصور والنصوص والفيديو وهذا يرجع إلى طبيعة

الحامل الإلكتروني الذي لا يسمح بتجاوز حجم النص 140 حرف أو مقاطع فيديو ذات مدة زمنية أطول .

بعد	اثناء	قبل	
0	3	0	نص
0	3	0	صورة
1	2	0	فيديو
32	120	29	نص وصورة و رابط
0	41	0	رابط

جدول يوضح توزيع الوسائط المتعددة على الفترات الزمنية



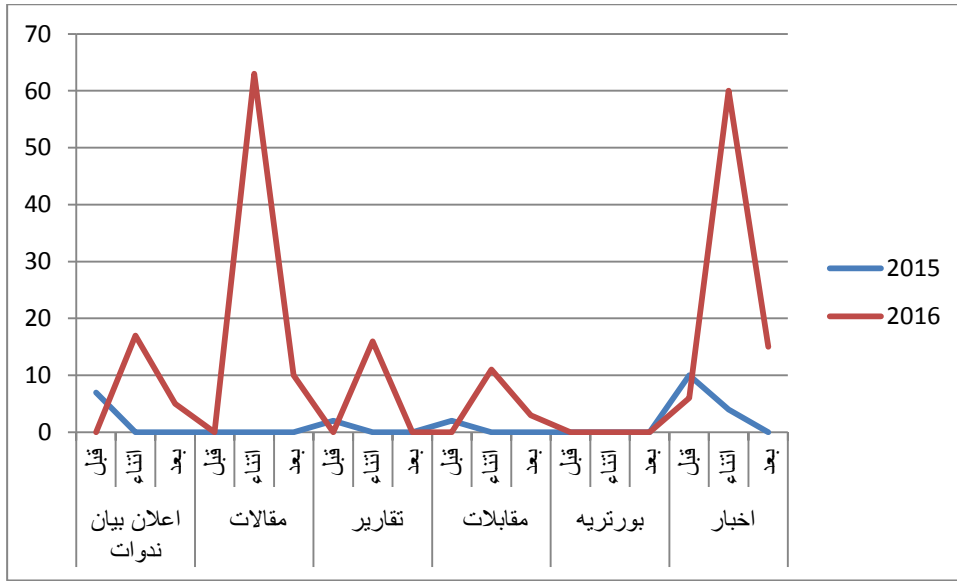
رسم بياني يوضح توزيع الوسائط المتعددة على الفترات الزمنية

بلغت ذروة جميع الوسائط المتعددة أثناء المهرجان للنص والصورة والرابط معا ب120 أما قبل المهرجان وبعده فهي بشكل أقل. مما يعني أن القائم بالاتصال ينشط فقط اثناء المهرجان على هذا الحامل وذلك لتوفر المادة الإعلامية.

ث- نوع النشر أو المضمون:

الطبعة	اعلان بيان ندوات			مقالات			تقارير			مقابلات			بورتريه			اخبار		
	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	بعد	قبل	اثناء	بعد
2015	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	4	0	0
2016	0	17	5	0	63	10	0	16	0	0	0	3	11	0	6	60	15	0

جدول يبين طبيعة المضامين وتوزيعها على الفترات الزمنية



رسم بياني يوضح طبيعة المضامين وتوزيعها على الفترات الزمنية

من خلال سير محتوى المضامين التي عرضت على الحامل الالكتروني تويتر ، كانت في طبعة 2015 أعلى نسبة للأخبار خصوصا قبل المهرجان لتتخف تدريجيا أثناء وبعد الحدث تليها مباشرة الإعلانات قبل المهرجان بنسبة أعلى من المراحل الاخرى وينسب قليلة المضامين الأخرى أو انعدامها على خلاف ذلك نجد طبعة 2016

أكثر غزارة من حيث النشر بالمقارنة مع الطبعة التي سبقتها، فبلغت أعلى نسبة للمقالات أثناء المهرجان ب 63 مقال وبشكل أقل بعد المهرجان ب 10 مقالات وانعدامها قبله، تليها الأخبار من حيث المضامين الأكثر نشر أثناء المهرجان ب 60 خبر بعدما نشرت 6 أخبار قبل المهرجان و 15 بعده، ثم تأتي الإعلانات والندوات والبيانات ب 17 منشور أثناء المهرجان وتسجيل 5 بعد المهرجان ونسجل هنا المفارقة عادة ما تكون الإعلانات قبل المهرجان بشكل مرتفع عكس الأخبار ثم تأتي التقارير الصحفية و المقابلات بنسب مرتفعة خلال فترة المهرجان مقارنة بالفترة التي تسبقه أو التي تليه مع انعدم نشر البورتريهات. وهو ما يوضح حالة اللاتجانس في استعمال الدعائم الالكترونية بشكل سلس.

ج- فئة الاقناع:

وهو المسعى العام الذي تطمح إليه إدارة المهرجان وذلك بإقناع المهتمين بالسينما بالمشاركة في المهرجان وكذلك الجمهور .

3- فئات التفاعلية :

وهي الفئات التي تبحث في ردود الفعل على مختلف تغريدات القوائم بالاتصال في مهرجان وهران للفيلم العربي وتشمل الريتويت (إعادة التغريد) والمشاركة والمساهمة أو التعليق عليها .

أ- فئة المشاهدات او الزيارات

فئات المشاهدات او الزيارات				الطبعة
المجموع	بعد المهرجان	أثناء المهرجان	قبل المهرجان	
1	0	0	1	2015
0	0	0	0	2016

جدول يبين عدد المشاهدات والزيارات لحساب المهرجان على تويتر



رسم بياني يبين عدد المشاهدات والزيارات لحساب المهرجان على تويتر

يعتبر التفاعل جد ضعيف في موقع تويتر وهذا ما يوضحه الجدول حيث نجد شخص واحد من بين الزوار الذين تصفحوا موقع التويتر في طبعة 2015 وانعدام التفاعل في طبعة 2016. وهذا ما يفسر إلى أن جمهور المهرجان يميل إلى استعمال الفيسبوك أكثر من تويتر.

ب- فئة المساهمات أو التعليقات

فئات المساهمة والتعليقات				الطبعة
المجموع	بعد المهرجان	أثناء المهرجان	قبل المهرجان	
7	0	4	3	2015
0	0	0	0	2016

جدول يبين مساهمات المستخدمين اتجاه حساب المهرجان على تويتر



رسم بياني يبين مساهمات المستخدمين اتجاه حساب المهرجان على تويتر

من خلال التعليقات و المساهمات نجد 3 قبل المهرجان و 4 أثناء المهرجان في طبعة 2015 وانعدامها في طبعة 2016، مما يطرح تساؤلات حول هذه الاختلافات والعشوائية في الأرقام بالتفاعل شبه معدوم.

ت- فئة التداول و النشر

كما سبقنا وأن ذكرنا بالتفاعل شبه معدوم في حساب مهرجان وهران على تويتر وبالتالي ينعدم تداول منشورات القائم بالاتصال .

ث- فئة البحث والتحميل :

تتوفر خاصية البحث لدى المستخدمين للبحث عن موضوع ذات علاقة بالمهرجان أما عن التحميل فهو غير متاح إلا بواسطة الروابط الموضوعة في الحساب .

ج- فئة المتابعة والتواصل :

من خلال متابعتنا لحسابات المهرجان لاحظنا أن عدد المتابعين قفز من 14 متابع في طبعة 2015 إلى 159 متابع في طبعة 2016 بزيادة قدرها 145 متابعا ويفسر ذلك التغيير الدائم في القائم بالاتصال والمسؤول على الوسائط الالكترونية وكذلك في تغيير تسمية حساب في كل طبعة.

5-6 نتائج الدراسة :

خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النقاط :

- مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي واحد من بين المهرجانات المتخصصة في السينما العربية على مستوى الوطن العربي.
- يتأثر مهرجان وهران بمحيطه الاقتصادي والسياسية وهذا ما ينعكس على أدائه في كل طبعة .
- يعتمد مهرجان وهران على استراتيجية اتصالية وإعلامية مغلقة.
- خلق ارتباطك لدى المتلقين والمتابعين للمهرجان وذلك بتغيير الموقع الالكتروني في كل طبعة والنتائج عن تغيير القائم بالاتصال في كل مرة.
- عدم الاهتمام بالأرشيف للطبعات السابقة على الدعائم الالكترونية.
- لا تحتوي بعض المواقع الالكترونية للمهرجان على خاصية النشر المتزامن RSS لتسهيل المتابعة و خدمة الدردشة .
- التحديث بصفة غير منتظمة للموقع ذلك أنه مرتبط بحجم المادة المتوفرة لدى القائم بالاتصال .
- لا يسمح موقع المهرجان بالتواصل مع هيئة التحرير بينما يسمح التواصل مع الإدارة العامة .
- تعتبر صفحة فيسبوك الأكثر نشاطا من بين المواقع الأخرى.
- يعتبر القائم بالاتصال المصدر الأول للمعلومات على حساب فيسبوك مما أعطاه صبغة رسمية أكثر من الموقع الالكتروني.

- ترتفع ذروة النشر في حساب فيسبوك أثناء تنظيم المهرجان وتكون بدرجة منخفضة قبله وبعده.
- يتم استخدام اللغة العربية بشكل واسع في النشر على حساب فيسبوك كما أنها لغة التفاعل الأولى من قبل المستخدمين.
- تشكل النصوص والصور النسبة الأعلى من حجم المواد المنشورة على الفيسبوك وبشكل أقل الفيديوهات.
- من الأنواع الصحفية الأكثر استخداما المقالات بأنواعها ثم التقارير وبشكل أقل البروتريجات.
- تردد عدد لا بأس به على صفحة المهرجان الرسمية على الفيسبوك خلال فترات تنظيم المهرجان.
- وجود تفاعل كبير مع الشخصيات الفنية المحلية وهي الأعلى من العينة المختارة.
- يتم تداول النشر في الموقع نفسه بصورة متذبذبة.
- زيادة عدد المتابعين للصفحة خلال ثلاث سنوات ب 5503 متابع.
- يختلف التفاعل على حساب تويتر فهو شبه منعدم .
- مجمل التغريدات هي إعادة نشر من الموقع الإلكتروني.
- تبلغ ذروة التغريدات أثناء المهرجان وتنعدم قبله وتتناقص بعده وبالتالي التغريد غير منتظم.
- يتم التركيز على الصور والنصوص القصيرة والروابط في التغريد بينما يتيح الحامل نشر وسائط أخرى.
- يختلف عدد المتابعين على مختلف الحسابات وذلك حسب القائم بالاتصال.
- تغيير القائم بالاتصال يؤثر بشكل كبير على أداء خلية الاتصال في التواصل عبر هذه الآليات.
- ترتبط قوة وضعف مهرجان وهران للفيلم العربي بمكانة وشخصية المحافظ الذي يشرف على التظاهرة.

خلاصة :

استعرضنا في هذا الفصل مجتمع البحث وعينة الدراسة المتمثلة في الدعائم الالكترونية لمهرجان وهران الدولي للفيلم العربي ، حيث قمنا بتحليل المواقع الإلكترونية بدلا من موقع واحد حيث يتم تقديمه بطريقة مغايرة في كل مرة ، كما قمنا بتحليل مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في موقعي فيسبوك وتويتر حيث لاحظنا الفرق بينهما في العملية التفاعلية وكيف أن موقع فيسوك كان الأكثر نشاطا وتفاعليتا من المواقع الأخرى وخلص هذا الفصل إلى مجموعة من النتائج أبرزها كان عدم تباث القائم بالاتصال أدى إلى التأثير في العملية التواصلية الافتراضية.

خاتمة:

يعد الجمهور الإلكتروني وتفاعله على المنصات الإلكترونية ومختلف الدعامات معيارا للقياس مدى إقبال الجمهور الفعلي على أي مؤسسة أو حدث ما ، كما أن تفاعله يمكن أن يكون محل دراسة من قبل القائم بالاتصال لإعداد الرسائل المناسبة في تلقي الرسالة مهما كان نوعها ، وهنا تكمن أهمية هذه الحوامل بأنها تساعد على البحث في الاستخدام والاشباع ومن ثمة تحقيق الهدف عن طريق التفاعل والتوصل ، من خلال هذه الدراسة بحثنا عن التفاعل في مهرجانات الأفلام والتي تعد الأبحاث حول هذه الفضاءات قليلة بالمقارنة مع السينما على سبيل المثال.

اتخذنا نموذج لدراستنا والمتمثل في مهرجان وهران من خلال تقديم إحاطة عن هذا المهرجان انطلاقا من تاريخ تأسيسه سنة 2007 و تم تقديم قراءة في حصيلة عقد من زمن تنظيمه وأفضت هذه الدراسة إلى مجموع من النتائج ، أبرزها كان متعلقة بقوة المهرجان و التي هي مرتبطة ارتباطا وثيقا بالمحافظ أولا و الظروف الاقتصادية والسياسية ثانيا ، باعتبار أن هذا المهرجان يعتمد بشكل كبير على إعانة وزارة الثقافة الجزائرية ، ثم تبقى مسألة الراعية تترنح من طبعة لأخرى ، فالمحافظ الذين يعين على رأس مهرجان وهران ينتقي طاقمه الخاص بالعمل به ، هذه التغييرات أثرت بشكل كبيرا على المهرجان وتجلي ذلك في تغيير تواريخ الدورات أو تأخير بعضها ، تمديد وتقليص فترة العروض وعدد أيام المهرجان في حد ذاته وعلى المستوى الإلكتروني ، فمع تغيير طاقم المحافظة وطاقم الاتصال أثر على أداء هذه الخلية بحيث خلصت الدراسة إلى عدم الالتزام القائم بالاتصال بموقع الكتروني واحد ففي كل طبعة نجد موقع الكتروني خاص بها ناهيك عن عدم حفظ المادة الارشيفية الإلكترونية السابقة إذ يقتصر وجودها على نسخة السابقة فقط .

تعتبر صفحة الفاييسبوك الأنشط من بين الحوامل الإلكترونية بالمقارنة مع الحوامل الأخرى ، ويتم التعامل معها برسمية أكثر من المواقع الأخرى ، ويزيد نشاط هذه الصفحة مع ذروة انعقاد المهرجان وتغيب وتتذبذب المنشورات طوال بقية السنة .

خاتمة

ما يلفت الانتباه هو كثرة اعادة إنتاج الأخبار والمعلومات من مصادر صحفية بإعادة نشر روابط مقالاتها في هذه الدعائم الالكترونية .

يقل الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعية الأخرى كموقع التغريدات التويتير مثلا والذي يعد في نظرنا مهم وذلك استنادا إلى البحوث ودراسات التي تشير إلى كثرة استخدامه في المشرق العربي بعكس الفاييسوك الأكثر استخداما في المغرب العربي وبما أن مهرجان وهران مخصص للسينما العربية كان ينبغي أن يراعي هذا التمايز .

حاولت هذه الدراسة التعرض لحدث ثقافي ألا وهو مهرجان الفيلم ،من خلال مقارنة موضوع التفاعلية وموضوع مهرجانات الأفلام وذلك عن طريق البحث في آليات التفاعل مع الحدث بواسطة هذه الوسائط مستخدمين تحليل المضمون كأداة للتحليل.

لعل ما يميز التفاعل هو رد فعل المستخدمين اتجاه أي رسالة وعليه ينبغي على القائمين بالاتصال إعداد الرسائل المناسبة وأن يولي العناية القصوى للوسائل التكنولوجية المتاحة بغية تحقيق أهداف المنشودة من إقامة المهرجان وهذا ما ينبغي أن يكون في مؤسسة المهرجان التي تعتمد أساسا على الجمهور كأحد أهم الفاعلين في هذا الحدث.

قائمة المصادر والمراجع

أولا المعاجم

- 1- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ب ط.
- 2- محمد جمال الفار، المعجم الاعلامي، دار اسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق الثقافي، عمان ط أولى 2006.
- 3- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية: الإنجليزي-عربي، دار الشروق، القاهرة، 1979.

ثانيا : الكتب

- 1- ابراهيم العريس وآخرون ،السينما العربية :تاريخها ومستقبلها ودورها النهضوي، مركز دراسات الوحدة العربية والمعهد السويدي بالإسكندرية، بيروت، طبعة أولى، 2014.
- 2- ابراهيم محمد سعد، استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومدى انعكاساتها على الأداء الصحفي، المؤتمر العلمي الخامس، كلية الإعلام، القاهرة . ب ت.
- 3- انتصار إبراهيم عبدالرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، ط1 الكترونية، 2011.
- 4- آلان لارامي، برنارد فالي: تر مجموعة من الاساتذة تدقيق فضيل دليو :البحث في الاتصال :عناصر منهجية :مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، طبعة ثانية، 2009.
- 5- أحمد بجاوي وميشال سارسو، الأدب والسينما العربية، منشورات الشهاب، د م، د ط 2016.
- 6- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 7- أحمد ماهر، دليل المدير في الادارة الاستراتيجية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 1999، د ط .
- 8- البرت فو لتوم، السينما والة الفن، تر:صلاح عزالدين فؤاد كامل، القاهرة . ب ت .
- 9- الكسان جان، السينما في الوطن العربي، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 51، 1982.
- 10- أرمان ميشال ماتلار، تر:نصر الدين العياضي و الصادق رابح :تاريخ نظريات الاتصال، منظمة العربية للترجمة، طبعة الاولى، بيروت، 2005.
- 11- أمين رضا عبدالواحد، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة .
- 12- إحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، طبعة أولى 2005.
- 13- جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال :الوظائف الهياكل الادوار، ديوان المطبوعات الجامعية. ب ت.
- 14- جوهر الجموسي، الثقافة الافتراضية، الشركة التونسية للنشر وتنمية فنون الرسم، تونس ب ط

- 2006.
- 15- جوهر الجموسي، المجتمع الافتراضي، الشركة التونسية للنشر وتنمية فنون الرسم، تونس ب ط 2007.
- 16- حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي، دار فكر وفن دط، دت.
- 17- حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، د م.
- 18- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة،المدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1998.
- 19- حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر،عمان،2014.
- 20- خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية: دليل إنتاج النشرات التلفزيونية، دار الأمين،القاهرة،2007،ص263.
- 21- خالد ربيع السيد، الفانوس السحري قراءات في السينما،الانتشار الادبي،بيروت،ط1، 2008.
- 22- خالد زعموم والسعيد بومعيرة،التفاعلية في الاذاعة: أشكالها ووسائلها، د ط ، اتحاد إذاعات دول العربية، تونس، 2007.
- 23- دافيد سيلفرمان :تر عادل مختار الهواري :الاطار السوسيولوجي لنظرية التنظيم ،سلسلة كتب علم الاجتماع والتنمية ، ب م ، طبعة اولى 1979.
- 24- ديفيد انغليز جون هيوسون :تر:لما نصير :مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة ،المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ،بيروت، طبعة أولى، 2013.
- 25- رضوان بلخيري ، مدخل إلى الاعلام الجديد :المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع،الجزائر ، طبعة أولى، 2014.
- 26- سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت، البحرين.
- 27- سميرة شيخاي، الإعلام الجديد في عصر المعلوماتية،مجلة جامعة دمشق،المجلد 26،العدد 1و2.
- 28- شيماء ذو الفقار غيب، مناهج البحث و الاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية

- ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،ط1، 2009.
- 29- عزام أبو الحمام ،الاعلام الثقافي : جدليات وتحديات ،دار أسامة للنشر والتوزيع ،عمان طبعة اولى ،2010.
- 30- علي بن عبدالله عسييري ،الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت ،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،الرياض ،ط1، 2004.
- 31- عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ،ط 04،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر،2007.
- 32- غيات بوفلجة :القيم الثقافية وفعالية التنظيمات ،ديوان المطبوعات الجامعية ،بن عكنون، الجزائر.
- 33- فاطمة برجكاني: السينما الايرانية :تاريخ وتحديث :مركز الحضارة لتنمية الفكر الاسلامي، بيروت ،طبعة أولى ،2009.
- 34- فرنسيس بال تر فؤاد شاهين :الميديا ،دار الكتاب الجيدي المتحدة بيروت، طبعة أولى 2008.
- 35- فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه،نظرياته ووسائله،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة،2003.
- 36- فواز منصور الحكيم ،سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري ،دار اسامة للنشر والتوزيع ،عمان،طبعة اولى 2011
- 37- فيصل أبو عيشة ، الاعلام الالكتروني ، د ط ،دار أسامة عمان الاردن ،2010.
- 38- كامل محمد المغربي ،أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان ،ط3، 2009.
- 39- لمياء مرتاض نفوسي، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية :أسس وتطبيقات، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع ،الجزائر ، ب ط،2016.
- 40- ماجد سالم تران، الانترنت والصحافة الالكترونية :رؤية مستقبلية ، د ط، الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة،2008.
- 41- محمد النوبي محمد علي، إدمان الانترنت في عصر العولمة ،دار صفاء للنشر والتوزيع ،عمان،ط1،

2010.

- 42- محمد طلال بدوي، تويتير: الطيور على أشكالها تقع، بدوي . كوم، د ت ، دط.
- 43- محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة الجزائر ط 1، 2007.
- 44- محمد لعقاب، المواطن الرقمي : كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية ، دار هومه للنشر والتوزيع، الجزائر طبعة ثانية، 2013.
- 45-
- 46- محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
- 47- محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة الجزائر ط 1، 2007.
- 48- محمد نصر حسني، الانترنت والإعلام: الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.
- 49- محمود علم الدين، الإعلام والتنمية: الأسس النظرية والإسهامات العربية والنماذج التطبيقية، فيروز الهادي، القاهرة، 2003.
- 50- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، دار نشر الجامعات، القاهرة، 2007.
- 51- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006.
- 52- هانا كولمان كوكا آخرون تر: منى الصادق، دليل إقامة مهرجان لأفلام حقوق الانسان : دليل استرشادي ملهم لمنظمي مهرجانات الأفلام في العالم، منظمة أفلام مهمة، امستردام، 2017.
- 53- ياس خضير البياتي ، الإعلام الجديد والدولة الافتراضية، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان 2013.

ثالثا: المجلات والدوريات:

- 1- إبراهيم أحمد الدوي، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، ب ط،
- 2- جميلة مصطفى الزقاي، سينمائيات: فسيفساء المهرجانات السينمائية العربية والدولية، مجلة افاق سينمائية، العدد 2، 2014 مخبر الفهرس الافلام الثورية جامعة وهران.

- 3- زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، بجامعة عمان الاهلية، عمان، 2003.
 - 4- ستيف أو مانوفيمي، انطلاقة النجاح: انطلاق صناعة السينما في افريقيا، مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي، يونيو 2016.
 - 5- سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت، البحرين.
 - 6- عبدالله الزين الحيدري، الإعلام الجديد: النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والاتصال، المشاركة . ب ت.
 - 7- فاطمة طاهري، السينما الجزائرية الثورية 1957-1962 مجلة عصور الجديدة، مختبر تاريخ الجزائر، جامعة وهران 1، أحمد بن بلة، العدد 21_ 22 ماي 2016.
 - 8- فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال -التفاعلية - وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، عدد خاص بالحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، 2012.
 - 9- مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، 2011.
- رابعا: المذكرات والاطروحات :

- 1- جميلة حيدرة، الحياة الثقافية بمدينة وهران 1930-1962: دراسة سوسيولوجية ومونوغرافية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الثقافي، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، تحت إشراف حسن رمعون، 2016/2015.
- 2- حادو نورالدين عبدالواحد، الخطاب السينمائي الجزائري: مقارنة سيميائية لفيلم خارج عن القانون لرشيد بوشارب، أطروحة دكتوراه في الفنون، قسم الفنون، كلية الآداب والفنون، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، 2016/2015 تحت إشراف غانم نقاش.
- 3- خديجة بختاوي، التحولات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في عمالة وهران 1870-1939، أطروحة دكتوراه في التاريخ الحديث والمعاصر، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، قسم التاريخ والآثار، جامعة وهران، تحت إشراف بن نعمة عبدالمجيد، 2012/2011.
- 4- صلاح فلاق شيرة، ظاهرة ال"سير توتيزم" " cyber- tautisme والحقيقة في حقل الاتصال والإعلام: دراسة تحليلية لإنتاج واستقبال المضامين على المواقع الالكترونية التفاعلية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام إشراف عبدالاله عبدالقادر كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران 2014-2015.
- عبدالحق الزين، اتجاهات الجمهور في التفاعلية مع الأحداث: موقع الشروق أون لاين نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الفلسفة، جامعة وهران الجزائر تحت إشراف عادل عبد الاله 2014/2013
- 5- عبدالحق الزين، كيفية إعداد نشرة إخبارية إذاعية: إذاعة سيدي بلعباس نموذجاً، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2012.

6- فادية جغوبي إشراف حجازي اسماعيل ، دور التحليل الاستراتيجي SWOT في تحسين أداء المنظمة

،دراسة حالة مؤسسة مطاحن الزيبان بسكرة،رسالة ماجستير،كلية العلوم الاقتصادية ،جامعة بسكرة.

7- فضيلة تومي، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري:البرامج الموضوعاتية نموذجاً،رسالة ماجستير ،جامعة

الجزائر ،كلية العلوم السياسية والاعلام ،قسم الاعلام والاتصال ،2008/2007.

المراجع باللغة الاجنبية :

Dictionaries :

1James Watson and Anne, Dictionary of media and communication studies, 8th edtion ,bloosbury acadmic ,newyork,2012.

2Marcel donesir ; Dictionary of media and communication, ME sharp armouk,Newyork,2009.

Books :

1. Chris Berry and Luke Robinson,chinese film festivals : sites of translation ,Macmillan edition ,2017.
2. Cindy Hing and Yuk Wong, film festivals :culture people and power on the global screen ,rutgers university press edition , new jersy ,USA,2011
3. Kari Jääkeläinen ,Strategic question in the development of Interactive television programs, Publication series of the university of Art and Design ,Helsinki .
4. Kirsten Stevens , Australian film festivals : audience, place and exhibtion culture ,Macmillan edion ,2016.
5. Marijke de Valck ,film festivals feom european geopolitics to global cinephilia, Amsterdam university press.2007.
6. Peter Bosma ,film programming,curating for cinemas,festivals, archiveswallflower, press book edtion ,Coluombia university .USA .2015.

7. Viola Shafik , Arab cinema : history and culture indentity,the american university in cairo press ,cairo 1998.

Livres :

1. Abdelghani Megherbi,le miroir apprivoisé :sociologie du cinéma Algérien ,enal pou gam,Alger 1985.
2. Abdelkarim Bouhafis,la communication dans l'entreprise , office des publications universitaire ,Alger ,2014
3. Adda Chentouf , 50 ans de cinéma en Algérie : de la splendeur passée au marasme actuel, édition dar el Adib 2016 .
4. Alexandra Saemmer, Rhethorique du texte numérique : figures de la lecture , Anticipation de pratiques ,presse de lenssib,2015.
5. Bernard Floris ,la communication managériale : la modernisation symbolique des entreprises, presses universitaire de Grenoble ,1996.
6. Catherine Naugrette, esthétique des medias et médiatisation des art, harmattan, paris 2016
7. Christel Taillibert ,Tribulation festivalières :les festivals de cinéma et audiovisuel en France , édition, harmattan, paris ,2009.
8. Daniel Thierry et autres ; nouvelle technologies de communication : nouveau usages, nouveau métiers, harmattan ,paris,2000.
9. Eric Dacheux et autres ,les sciences de l'information et de la communication ,édition , CNRS , paris ,2009.

10. Fadila Said Mahmoudche , communiquer efficacement en interne ,dar el othmania édition et distribution ,Alger,2011.
11. Franak Bulinge, Maitriser l' information stratégique :méthodes et techniques d'analyse, édition de Boeck, Belgique, 1e édition ,2014 .
12. FREDERIC Vidal, le festival de cannes et entraînement media , édition dédié Carpentier, paris ,2012.
13. Gerard Dereze, méthode empiriques de recherche en communication ,édition de boeck ,Bruxelles 2009.
14. Jacques Aumont , que reste-t-il-du cinéma ,librairie philosophique ,âris ,2012.
15. Jean francois Dortier ,la communication :des relations interpersonnelle aux réseaux sociaux ,édition sciences humaines ,2016.
16. Lotfi Maherzi, le cinéma algérien : institution imaginaire idéologie ,société nationale d'Édition et de diffusion , Alger 1980.
17. Luc Bonneville, Sylvie Grosjean et Martin Lagacé ,Introduction aux méthodes de recherche en communication ,édition chenelière éducation, Montréal (Québec),2007.
18. Michelle Bergadaa et autres ,Web :enjeux se confiance édition boeck, Bruxelles 2011.
19. Nadia el kenz, l'odysee des cinémathèque la cinémathèque algérienne, édition anep,2003.
20. Philippe Breton et Serge Proulx, l'explosion de la communication :

introduction aux théorie et aux pratiques de la communication,
édition la découverte, 4^{eme} ed. ,2012.

21.Ratiba Hadj Moussa , le corps , l'histoire , le territoire :
les rapports de genre dans le cinéma algérien, édition
balzac.quebec.1994.

22.Romain Risoan, Les réseaux sociaux Facebook, Twitter,
LinkedIn,Vidéo ,Google+ :comprendre et maîtriser ces nouveaux
outils de communication ,Edition ENI,2011.

23.Sabastien Rouquette ,sciences et medias, édition, CNRS, paris
2011.

24.Stephane Debendetti et autre, Marketing de l'art et de la culture,
édition dunod ,paris 2^{eme} édition, 2014.

25.Thomas Stenger et autres ,ces réseaux numériques dits sociaux
,édition CNRS , paris 2011.

Revues :

- 1- LEILA Moussedk , Le festival d'Oran du film arabe :sondage auprès
du public et témoignages de participants en 2013,production et
réceptions culturelles littérature, musique et cinéma :crasc.
- 2- Jean-Michel Frodon, « Festivals de cinéma dans le monde arabe »,
Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée
- 3- Danah m.Boyd ,Nicol B ellison , socialnetwork sites ,history
,Definition, history and scholarship ,journal of computer mediated
communication, vol 13 .
- 4- Thomas Valente & Johns Hopkins ;Diffusion of innovations and
policy Decision making ,journal of communication ,Vol 43 winter
1993.

Thesis :

- 1- Mar Diestro-Dopido, film festivals: cinema and culural exchange,

- phd, Queen Mary university of London 2014.
- 2- Shivasharan S.Nadavulakere, International film festivals as Field-configuring Events, phd I,*n management ,facultyof management cass business school city university, London October 2008.
 - 3- Soojeaog AHN, the pusan international film festival 1996-2005:south korean cinema in local ,regional, and global context,pdd , university of Nottingham , june 2008.
 - 4- Laura Rodriguez Isaza, Branding Latin America :film festivals and international circulation of Latin American films, phd, school of media and cultures ,centre gor world cinema , the university of leads ,October 2012.
 - 5- Tess Van Hermert, international Acclaim: The role(s) of the international film festival in supporting Emerging Women's Cinema, school of media entertainment and creative arts –creative industries faculty, queen school university of techonology.2013.
 - 6- Rajeev Kumar Jain, cultural and commercial aspects of film festivals :The case of international film festival of India(IFFI)master degree international center for promotion of enterprise ,faculty of economics university of ljub ljana October 2006 new Delhi.

sites

المواقع

- 1- <http://papersofarationalgirl.blogspot.com/2011/12/actor-network-theory.html>
- 2- https://arabic.rt.com/tags/cinema_russia/
- 3- <http://www.alwasatnews.com/news/379809.html>
- 4- <http://www.culture.gov.mr/spip.php?article55&lang=ar>
- 5- <http://www.cadcinema.dz/>
- 6- <https://www.m-culture.gov.dz/.../pdf/schema%20directeur%2>
- 7- <https://www.festival-cannes.com/fr/>
- 8- https://www.berlinale.de/en/das_festival/festivalp
- 9- <http://www.labiennale.org/en/cinema/2018>
- 10- <http://www.fiapf.org/>
- 11- <http://festivaldecarthage.tn/>

- 12- <http://cinemasy.com/index.php?page=show&ex=2&dir=docs&lang=1&ser=1&cat=469>
- 13- <https://dubaifilmfest.com/ar/home.html>
- 14- <ps://www.ficinema.dz/fr/>
- 15- [1] <http://mculturesaida.com/>
- 16- <http://www.dircultureto.dz/festival-culturel-national-film-amazigh>
- 17- <https://www.annabamedfilms.org/>
- 18- <http://www.aljazeera.net/news/cultureandart/2016/1/4/%D9>
- 19- www.ahewar.org/debat/show
- 20- [/www.alquds.co.uk/?p=10278](http://www.alquds.co.uk/?p=10278)
- 21- <http://www.villedoran.com/p13.html>
- 22- <http://oranfestival.com/?p=17890>
- 23- <http://elhiwardz.com/culture/13>
- 24- <http://www.fofa2015.com>
- 25- <http://www.fcacdz.com>
- 26- www.oranfestival.com
- 27- www.facebook.com
- 28- www.twitter.com
- 29- <http://www.cadcinema.dz/>
- 30- <s://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/مهرجان/?C=المعجم الوسيط>
- 31- <http://www.interieur.gov.dz/index.php/ar/>
- 32- www.eldjazaireldjadida.dz
- 33- https://www.youtube.com/watch?v=Bf__9O_6Pm8

الملاحق

دليل المقابلة

أسئلة متعلقة بهوية المبحوثين

- 1- السن
- 2- الجنس
- 3- المستوى التعليمي
- 4- المهنة

محور متعلق بمهرجان وهران للفيلم العربي

- 5- ما هي مهامكم في مهرجان وهران؟
- 6- منذ متى (أو في طبعة) التحقت بالمهرجان؟
- 7- ما الذي يميز وهران عن باقي المدن الأخرى لتكون حاضنة لهذا الحدث؟
- 8- هل تعتقد أن تغيير موعد المهرجان أو طاقم محافظة المهرجان يشكل فرقا؟
- 9- ما هي المدة الزمنية التي تستغرقونها في التحضيرات لهذا الحدث؟
- 10- ما هو موقع مهرجان وهران على خارطة المهرجانات العربية؟
- 11- ما هو تقييمكم لصورة المهرجان لدى الجمهور بشكل عام والصحافة؟

محور متعلق بالتفاعلية في مهرجان وهران الدولي للفيلم العربي

- 12- كيف تتم عملية معالجة قبول المشاركات والإعلان عنها؟
- 13- ما مدى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في عملكم؟
- 14- ما هي الفئة التي تسعون إلى إقناعها عبر الحوامل الإلكترونية؟
- 15- لماذا يتم تغيير الموقع الإلكتروني في كل طبعة؟
- 16- هناك تركيز على الفيسبوك بشكل كبير دون الوسائط الأخرى ، لماذا؟
- 17- لماذا يتزايد نشاط النشر الإلكتروني خلال فترة المهرجان؟ بعكس باقي أيام السنة؟
- 18- هناك اختلاف في الطبقات من حيث التفاعل إلى ما يرجع ذلك في رأيك؟
- 19- ما هي الآليات التي تستندون إليها لتقييم مردودكم من المهرجان؟

ملاحق



دعوة للمشاركة
الدورة الثامنة
لمهرجان وهران للفيلم العربي
من 20 إلى 27 سبتمبر 2014

تعن محافظة المهرجان عن بفتح تسجيلات
الأفلام المشاركة في الطبعة الثامنة
للمنافسة على جوائز المهرجان في صيغ :
- الأفلام القصيرة
- الأفلام الوثائقية
- الأفلام الطويلة
بالإضافة لبرامج خارج المنافسة
آخر موعد لتقديم المشاركات 20 جويلية 2014

وزارة الثقافة

ORAN Arab Film Festival
مهرجان وهران للفيلم العربي
من 20 إلى 27 سبتمبر 2014

المهرجان 2016

الصفحة الرئيسية

البرنامج

أخبار

لقاءات

أفلام خارج المنافسة

معرض الصحافة

طبعة

اتصل بنا

Français

البرنامج

صور

تكريمات

الورقة

ملتقى الآخر في السينما الجزائرية

جائزة التكوين " سميت الراعي" لعدد المشتت من المراق.
جائزة لجنة التحكيم للفيلم المرئي " مضافة الميل بخاني" لسيد خلاف.
جائزة أحسن دور نسائي للممثلة المصرية مئة تلي عن فيلم نوار.
أحسن دور رجالي للممثل اللبناني لأن سماء عن فيلم " كثير كبير".
جائزة أحسن سيناريو لجدو سيد في الفيلم السوري " بكتظار الخريف".
جائزة أحسن اخراج للمخرج الجزائري لملي بوتومسي عن فيلمه " البئر".
الجائزة الكبرى للفيلم المصري "نوار" للمخرجة هالة خليل.

فئة الأفلام الروائية الطويلة

الأفلام الوثائقية

الأفلام الروائية القصيرة

الحياة

ONDA

CNCA

الصحافة

DAESH

RAJA

English Français

FESTIVAL COUNTDOWN

01 day 22 hours 47 minutes 03 seconds

الأولى

بخصوص

التسجيلات

مهرجان 2015

من وهران مباشرة

الانتقاء الرسمي

الأولى « FIOFA »

إلى على مكرمة في مهرجان الفيلم العربي بهران

قائمة الأفلام ضمن المنافسة غير الرسمية

الأفلام الوثائقية في المنافسة الرسمية

الأفلام القصيرة في المنافسة الرسمية

أبراهيم سديوي محفل المهرجان يصنع المحطوط المبرحة للطلبة الثامنة لمهرجان وهران الدولي

آخر الأحداث

التخصصات

في الواجهة

تكريمات

إخراج

تمثيل

تلفزيون

سيناريو

شعر

صحافة

نقد

رواية

