

العمل الإعلامي بين الخدمة العمومية والخدمة الحكومية "قراءة نقدية في تعدد الفضاءات"

بن عيشة عبد الكريم / طالب دكتوراه
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

ملخص:

تنطلق قراءتنا النقدية من الواقع الإعلامي العربي عموما والجزائري خصوصا وعلاقته بمجال الخدمة العمومية، بحيث تتأسس هذه القراءة وفق منظور مقارنة الفضاء العمومي لبورغنهايماس من خلال حديثه عن الفعل التواصلي بشأن ما يعرف بالرأي العام وتحقيق المصلحة العامة وفق حوار عقلائي تسوده الديمقراطية والمشاركة السياسية للجمهور، والابتعاد عن منطق المصلحة البرغماتية ومبدأ السيطرة والهيمنة لوسائل الإعلام وجعلها كأداة طائفة في خدمة فئة أو جهة معينة، بحيث تم اسقاط بعض افتراضات هذه المقاربة على واقع العمل الإعلامي الجزائري وعلاقته بالدولة (الخدمة الحكومية) والمجتمع (الخدمة العمومية)، بالإضافة إلى مجال المقارنة بين وسائل الإعلام ووظائفها تجاه الخدمة العمومية في الفضاء العمومي، ولعل هذا ما يقودنا لدور الاتصال العمومي، وبين وظائفها في الفضاء العمومي الافتراضي في ظل الإعلام الجديد ووسائطه المتعددة.

الكلمات المفتاحية:

الخدمة العمومية، الخدمة الحكومية، الاتصال العمومي، الفضاء العمومي، الفضاء العمومي الافتراضي.

Résumé :

Notre lecture émane de la réalité des médias arabes en général, et Algériens en particulier, et de leurs relations avec le domaine du service public, elle est basée sur l'approche de l'espace public de Jürgen Habermas. Ce dernier parle de l'action communicative sur qui s'appelle l'opinion publique et nous invite à atteindre l'objectif de l'intérêt public par le dialogue rationnel, une concrétisation réelle de la démocratie et la participation politique du public. Il nous conseille de rester à l'écart de la logique de l'intérêt pragmatique et du principe de contrôle et de domination des médias qui les rend des instruments au service d'une classe ou d'un groupe particulier;

Dans notre analyse nous allons essayer d'appliquer les hypothèses de l'approche de Habermas sur le contexte médiatique algérien pour déterminer la relation entre ses médias, l'état (le service gouvernemental), et la société (le service public), nous allons aussi faire une comparaison entre les médias et ce qu'elles proposent comme fonctions

de service public dans l'espace public, et peut-être que cela est ce qui nous amène au rôle de la communication publique, aux fonctions des médias dans l'espace public virtuel caractériser par l'apparition des nouveaux medias et les multi plateformes.

Mots clés le service public, le service du gouvernement, la communication publique, l'espace public, l'espace public virtuel.

مقدمة:

يعتبر الاتصال العمومي أحد الأشكال الهامة في العمليات الاتصالية المختلفة، حيث لا يزال هذا المفهوم يرتبط بالدولة ومؤسساتها العمومية، أو بالأحرى تلك الوسائل الإعلامية العمومية كالصحف والإذاعة والتلفزيون التي يسميها البعض بالتقليدية مقارنة بالإعلام الجديد الذي يرتبط أساسا بظهور الأنترنت وما أنتجته من وسائط متعددة، وهذا ما يظهر في العالم العربي بشكل كبير باعتبار أن هناك بعض النظريات الإعلامية والسياسية التقليدية التي لا تزال قائمة بذاتها تسيير العملية الاتصالية وتحكم في الفضاء الاعلامي، وذلك بمنطق الخدمة العمومية وتأطير المصلحة العامة.

وظلت ماهية الخدمة العمومية محصورة في معنى المفهوم الدولي والمؤسسي، حيث كانت وسائل الإعلام التقليدية خاصة الإذاعة والتلفزيون أو ما يعرف بالإعلام الوطني أو الرسمي، هي الأداة الإعلامية التي تستغلها الدولة في تكريس إيديولوجياتها ونظامها السياسي، ولا تزال هذه العملية سارية المفعول في كثير من الدول العربية، باعتبار أن هذه الوسائل ملكا للدولة، وبقي تمرير الخدمة العمومية يتراوح مكانه بمفهوم الدولة نفسها، وهذا بممارسة عمليات اتصالية واضحة المعالم تحت وصاية المصلحة العامة، وما يمكن ملاحظته خاصة بعد ظهور العولمة وما أحدثته من تطورات على المستوى الاعلامي والتكنولوجي، هي تلك التغييرات الطارئة على المجتمعات العربية، حيث تغيرت ملامح الجمهور لارتباطه بالتكنولوجيات الحديثة، خاصة مع ظهور الأنترنت كفضاء واسع يلتقي فيها كل ما هو إلكتروني وافترض.

والعالم العربي وبالخصوص الجزائر تواجه عدة صعوبات وعراقيل وحتى مشكلات جعلت منه عالما متأخرا مقارنة بالدول الغربية من حيث العدة التكنولوجية، والتنوع الخدماتي، ولعل ما أسسه المنظر الألماني يوغرن هابرماس في قراءته النقدية للمجتمعات الغربية في كتابه الفضاء العمومي¹ جدير بالذكر، خاصة عندما تحدث عن الفعل التواصلي كمحور لعقلنة المجتمع وتحديثه في المجال العمومي، حيث تتم فيه مداولة الشؤون العامة، حيث استند إلى مبادئ معيارية لتسيير هذه المداولات وضبطها وفق قيم وأخلاقيات النقاش، كما يرى في هذا الاطار إمكانية تجاوز التوتر القائم بين الفكر الحداثي والسياسات الديمقراطية القائمة التي تحكمها "العقلانية الغائية"، فعبير المجال العمومي تتم بلورة الحداثة، وعبره يتم تحقيقها، وبواسطتها يعمل المجال العمومي وينجز مهامه.

ولعل نشاط الاتصال العمومي هو إحدى مكونات هذه العملية يتركز على فضاءات مكانية كالمؤسسات العمومية، ومنظمات المجتمع المدني، والنوادي، والبرلمانات، وحتى الأماكن العمومية كالمقاهي وغيرها، ووسائط أدائية تتمثل في جميع

وسائل الإعلام كالصحف والإذاعة والتلفزيون، وقنوات فضائية، وشبكات الاتصال الرقمية والإلكترونية المختلفة، فإن تحديد العناصر المكوّنة لها والفاعلين فيها، وفهم طبيعة النشاط الاتصالي الذي يمر عبرها يعدّ أمراً ضرورياً لكل من يهتم بالفعل الرمزي والأداء الاجتماعي الذي تساهم فيه، ولعلّ الجزائر والعالم العربي عموماً كوضعية يسند لها هذا النشاط بما توفره الدولة من خدمة عمومية بمعطيات اتصالية عمومية، وذلك من خلال جميع مؤسساتها العمومية، وكذا الوسائل الإعلامية التقليدية بمختلف أنواعها، خاصة وأن الخدمة العمومية تظهر في هذه الأخيرة كونها تخضع لمبدأ الدولة من خلال إعلامها الحكومي، وينظر إلى الاتصال العمومي هنا أنه يفتقد للمصداقية والفاعلية في أغلب الأحيان، وهذا العجز يمكن إرجاعه إلى دور تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، وما أحدثته من تغيرات على المستوى التكنولوجي (مسألة التحديث)، وكذا على مستوى الخدمات الذي يتماشى ومتطلبات الجمهور الجديدة، والمتعددة، والمتنوعة، وعليه يمكننا أن نتساءل عن العلاقة الموجودة بين الاتصال العمومي والخدمة العمومية ووسائل الإعلام خاصة بين الفضاءات العمومية التقليدية وبين الفضاءات العمومية الجديدة، ولذا أردنا أن نسلط الضوء في هذه الورقة على النقاط التالية: الاتصال والإعلام بين الخدمة العمومية والخدمة الحكومية، الاتصال والإعلام وعلاقته بالفضاء العمومي في العالم العربي (الجزائر مثلاً)، مقارنة الفضاء العمومي الافتراضي، الخدمة العامة ووسائل الإعلام.

1- الاتصال والإعلام بين الخدمة العمومية والخدمة الحكومية:

الاتصال العمومي يمكن تعريفه باعتباره مجموعة من النشاطات التي تقوم بها المؤسسات والمنظمات العمومية لنقل وتغيير المعلومات وفق هدفها الرئيسي، عن طريق تقديم وشرح القرارات والأفعال العمومية، وذلك لتعزيز الشرعية للدفاع عن القيم المتعارف عليها، وكذا المساعدة للحفاظ على الرابط الاجتماعي². والاتصال العمومي ليس بظاهرة جديدة، حيث أن مجال إدارة العلاقات بين المؤسسات العمومية والمواطن يبدأ من خلال تكريس الخدمة العمومية وتداول المعلومة في الخدمة الإدارية، من هنا أصبح الحق في المعلومة، ودمقرطة الإدارة مطلبين أساسيين في دور المؤسسات الإدارية للدولة، لذا تأسست شرعية توزيع المعلومة سواء تعلق الأمر بعلاقة الدولة مع المواطن، أو في علاقتها مع فروعها وأجزائها (كالموظفين، الممثلين السياسيين، الخ...).

ولعلّ هناك بعض القوانين تكفل هذه الشرعية من خلال تحسين العلاقة بين الإدارة والمواطن، حيث تنص هذه المشاريع على المعلومة ودورها في الخدمة العمومية، والمسجلة في استراتيجية عامة لانفتاح الإدارة، بالإضافة إلى الامكانيات المقدمة لتوجيه الجمهور التي تستند على أساسيات مثل القرارات الأكثر قبولا وتطبيقا .

ونشاطات الخدمة العمومية هي الحاسمة في هذا المجال، وذلك عن طريق تقديم المعلومة للمستخدمين، مما يتطلب ويسمح بميدان متكامل أساسه المصالح العامة، وتوطيد العلاقة ما بين المواطن وإدارته.

وتزامناً مع الحراك الداخلي للإدارة تطورت أشكال الحوار السياسي، مما مهد بظهور كتلة من الفاعلين في المجال السياسي والمجال المهني، ومن هنا بدأ يتضح دور الاتصال العمومي باعتباره يمثل الهوية المهنية والسياسية، ويمرر الخدمة العمومية³. والاتصال العمومي مسألة معقدة داخل مجتمع المعلومات، فجميع المنظمات سواء أن كانت اقتصادية أو اجتماعية أو عمومية أو سياسية، فإنها تبحث لجعل نشاطاتها مرئية وترويجية لإنشاء علاقات متميزة مع شركائها، كما يستخدمون لهذا الغرض تقنيات الاتصال من خلال محاولة الأصالة أو تزياد الإشهار، لاحتلال الحقل الإعلامي والرمزي، حيث

تعتبر تلك التقنيات (الإشهار) عائقا أمام المنظمات العمومية، مع توفرها على ميزانيات محدودة المنافسة، مقارنة بالمنظمات التي تنتهج نفس هذه الأساليب، وهذا للوصول لنفس مستوى الكفاءة، ولعلّ تزايد نفقات الاتصال في هذا المجال يعد عاملا أساسيا لجلب وسائل الإعلام من أجل متابعتها للمعلومة، أما عن التدابير الحكومية فإنها ضرورية حاليا من خلال تعدد استراتيجياتها ومخططاتها الاتصالية للجمع بين مختلف وسائل الاعلام⁴.

كما يشترك توصيف الكثير من الباحثين رغم اختلاف البعض حول مفهوم الاتصال العمومي في علاقته بخدمة المصلحة العامة هذا من جهة، ولعلّ تسرب إيديولوجيا الاتصال⁵ والقيم التي تحملها وتبشّر بها إلى المؤسسات المجتمعية مهما كانت طبيعتها، وغلبيتها وطغيانه على المشهد من جهة أخرى، حيث يؤكد هذا الأخير على تعاضم النموذج التواصلي الذي عكس تحولا حضاريا ومجتمعيا يؤدي إلى استبدال آليات الهيمنة التقليدية القائمة على الإكراه والاختصاص القسري بآليات وتقنيات جديدة تعتمد على الإغراء والتأثير والإقناع، مما تدفع بالمؤسسات الإدارية إلى محاكاة المؤسسات الاقتصادية التي تقوم سياستها على الآليات والتقنيات نفسها، وهذا الدور يتطابق مع نفس المعنى الذي قال عنه الباحث الفرنسي برنارد مياج في أن الاتصال أصبح قانونا يخضع مؤسسات المجتمع لضوابطه.

حيث أنّ الاتصال العمومي غالبا ما يشغل في نفس الوقت العديد من الوظائف المختلفة، حتى وإن كانت صعبة لإعطاء الأولوية لهذه الوظائف، وذلك بموجب أنها تفعل كل ماله أهمية تبعا لنوع من التنظيم في مجال السياسة العامة أو الحالة المعينة التي يمكن تمييزها بين المهام الأساسية و التكميلية على أساس المعايير القانونية. وفي الواقع بعض المهام تعتبر كشكل من أشكال القيمة العامة أو الدفاع عن جزء من قيمة الهيئة التشريعية، وبالتالي هي غير مسجلة في القوانين، في حين أن قيم أخرى مثل تعزيز أنشطة المواطنين الرئيسية مقبولة عموما ومعترف بها، ولكنها لم تدرج حتى بطريقتهم غير مباشرة في النصوص القانونية⁶.

إذن فالالاتصال العمومي هو روح الخدمة العمومية خاصة وأن هذا المفهوم يختلف مع كل ما هو خاص، ونردف هنا جميع المؤسسات الخاصة التي تختلف في الوظائف والمهام عن المؤسسات والمنظمات العمومية، ولعلّ هذه المفارقة تظهر في عمليتي اقتناء السلع والخدمات والعمل التجاري الربحي، با لإضافة إلى عمليتي الإشهار والإعلان، والتسويق الثقافي وهذا ما يظهر كثيرا في المؤسسات الإعلامية.

2- الاتصال والإعلام وعلاقتها بالفضاء العمومي في العالم العربي (الجزائر مثلا):

لابد من الإشارة في هذا السياق إلى العلاقة الوطيدة بين الاتصال العمومي ومسألة الفضاء العمومي، فتعاضم استراتيجيات الاتصال العمومي والأشكال الأخرى من الاتصال السياسي والإعلان تساهم في تغييرات عميقة في الفضاء العمومي، وقد شكلت مقارنة يورغن هابرماس حول الفضاء العمومي خلفية نظرية للتعامل مع التطورات الحديثة في هذا المجال، خاصة مع ظهور الفضاءات الاتصالية الجديدة، التي سمحت باستخدام تقنيات وآليات متعددة، ويمكن الحديث هنا عن مسألة الإشهار أو العلنية التي تحوّلت من وظيفتها الأصلية أي النقاش العام العقلاني، إلى الإشهار الذي يهدف إلى التأثير والهيمنة من خلال التحكم في إنتاج الآراء العامة، ومن منظور هابرماس فإن الممارسات الاتصالية التي تقوم بها الإدارة تساهم في تشكيل عقلانية استراتيجية تهدف إلى إنتاج الولاء والسلوكيات الاجتماعية المقبولة.

كما أُنسَم السياق المجتمعي والثقافي لظهور الاتصال العمومي في المجتمعات الغربية بتطورات المجال العام بأزمات المؤسسات الاجتماعية التقليدية وبضعف شرعية الدولة، وبإعادة تشكّل مفهوم المواطنة، وتجنّد مبدأ المنافسة خاصة مع ظهور القطاعات الخاصة، وكذا هيمنة الايديولوجيا الليبرالية التي فرضت على مؤسسات القطاع العام خطاباً جديداً يستلهم قيمه من هذه الايديولوجية كالفعلية والخدمة، وهذا وبالإضافة إلى التحولات العميقة التي طالت المجال الاعلامي كظهور أشكال إعلامية وتواصلية جديدة، كالمواقع والمنتديات والمدونات الإلكترونية، وصحافة المواطن، ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الوسائط المتعددة، مما جعلها تؤثر على طبيعة الاتصال العمومي من جهة، وعلى العلاقة الموجودة بين مجالي الاتصال والإعلام من جهة أخرى⁷، ولعلّ هذا الاختلاف الوظيفي للاتصال يتطابق مع ما أكد عليه الباحثان الفرنسيان برنارد مياج وإيف دو لاهاي بأن وسائل الإعلام السمعية البصرية أصبحت تعمل على إقامة العلاقات العامة المعممة (Relation Publique Généralisée)، والتي تهتم بالمواضيع التوافقية في كل ميادين الحياة الاجتماعية، ويمكن أن نجد هذه الأخيرة في المؤسسات المعاصرة التي تقدم إعلاماً عن نشاط هذه المؤسسات بقدر ما تقيم اتصالاً مبنياً على هاجس أساسي يتمثل في تسويق صورة المؤسسة، فالعديد من المؤسسات الإعلامية تكتفي بإعادة إنتاج ما يعده مدراء العلاقات العامة والإعلام في هذه المؤسسات، وذلك لاعتبارات عديدة⁸.

إن إشكالية المجال العمومي الذي أنتظم تاريخياً حول وسائط الإعلام التقليدية منذ ظهور الصحافة، بل إن مستقبل التلفزيون العمومي كوسيلة إعلامية مرتبط بقدرته على أن يكون فضاءً عمومياً يحتضن النقاش العام والمداولة الديمقراطية، كما تؤكد ذلك التجارب الأوروبية، ووسائل الاعلام تعمل على استقطاب جمهور المشاهدين والمستمعين، ولكنها تسلبهم في الوقت ذاته تلك المسافات التحررية، أي إمكانية الحجاج والكلام والنقض، حيث أن استعمال جمهور القراء للعقل يندثر لصالح الآراء حول الأذواق والميول التي يتبادلها المستهلكون، هكذا فقد الاتصال العمومي جوهره، ولعلّ زوال هذا الأخير يرجع إلى اندثار استعمال العقل، وسطو عمليات الإشهارات والإعلانات، وكذا الولاء السياسي والسلطوي وسياسة الإغراءات⁹.

ومن هنا نجد أن المجال العمومي مرتبط بالديمقراطية باعتبارها نظاماً مخصوصاً لإدارة المجتمع يقوم على النقاش العام كوسيلة للتشريع، ويتحوّل الاتصال والإعلام إلى مورد أساسي للديمقراطية كونها تدير الجماعة لذاتها عبر النقاش، والمجال العمومي تقيد في هذا الاطار نقطتين أساسيتين تتمثل الأولى في ضمانات مؤسسات الدولة (القانون)، و تتمثل الثانية في ضمانات ثقافة الحرية (التقاليد).

ومقاربة المجال العمومي في العالم العربي جدير بالذكر خاصة ما تعلق بالاتصال العمومي، حيث يمكننا أن نشخص عملية تطور هذا الأخير انطلاقاً من تطور المؤسسات العمومية من جهة، وكذا تطور وسائل الإعلام من جهة أخرى، وذلك نظراً لما أفرزته تداعيات العولمة والتطورات التي حدثت في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ففي البداية ظهرت غلبة الاتصال النخبوي الذي تعلق بوجود كتلة من المثقفين، خاصة في تزامنه مع ظهور صحافة الرأي، وتحرر المؤسسات الإدارية وبداية الحركة الديمقراطية وظهر قيم المواطنة في هذا المجال، إلى الاتصال الرسمي الذي بدأ مع دور الدولة في تكريس ايديولوجيتها عبر مبدأ الخدمة العمومية ومجالات نفاذ نظامها السلطوي المهيمن، وذلك من خلال مؤسساتها العمومية، بالإضافة إلى ظهور الإذاعة والتلفزيون كعاملان أساسيان في تجسيد الخدمة العمومية، من خلال الإعلام الوطني

بالنسبة لمؤسسات إعلام الدولة، ثم بعد ذلك ظهرت سيادة الاتصال المتعدد التقنيات والاستراتيجيات الذي أثر بدوره في تطور مؤسسات الدولة وتعدد وظائفها، خاصة مع ظهور تكنولوجيا الاعلام والاتصال، مما أفرز تعددا في مجالات الخدمة العمومية، ومهد ايضا في عودة ايدولوجيا الاتصال في حلة يغلب عليها طابع الحتمية.

ولعلّ مقارنة هابرماس "الحجاجية والعقلانية التي تؤجج الفكر المثالي والمعياري، ودور النقاشات والحوارات العقلانية التي تهتم بالقضايا العامة نحو المصلحة العامة، والاتفاق حول المعايير التي تؤسس الحياة الاجتماعية، ودور الاتصال والسياسة في علاقتهما العضوية بالمجتمعات الديمقراطية"، مقارنة ارتبطت بالمجتمع الغربي الحديث، حيث يمكن اسقاطها على السياق العربي الذي يتميز بخصوصيات معينة، فنكون وفق هذا الاسقاط أمام ثلاثة مقاربات، الأولى تعترف بالنفي وهذا يعود إلى الاختلاف في السياق، والثانية تعترف بالإثبات مع عدم فاعلية هذا المجال من جهة وضبابيته وتشوّهه من جهة أخرى، وهذا لعدم وجود قاعدة خصبة تحتضن جميع أبعاد المقاربة ومفاهيمها الأساسية، و المقاربة الثالثة تعترف بالمزج بين الحوار العقلاني والجمالي التمثيلي¹⁰، ولعلّ هذا الأخير يعتبر كمجال عمومي بمقاربة جمالية إستراتيجية، ينطلق من كونه نظاما تتمثل فيه الجماعة من خلال ذاتها حسب تعبير لوي كيري، أو كوسيط الذي تنظر الانسانية من خلاله إلى نفسها حسب تعبير جون مارك فيري.

والمجال العمومي التمثيلي يبني على ثلاثة أجزاء أساسية، حيث يكمن الجزء الأول في المنظور الاشهاري وآليات التمثيل، والثاني يتمثل في الاطار وعمليات التمثيل الإعلامي، ويكمن الجزء الأخير في المجال التواصلي الوسائطي، ومن خلال هذه الأجزاء يمكن اعتبار أن المجال العمومي هو الاطار الذي تتحقق من خلاله عملية التمثيل الإعلامي للأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية، وهو مجال تواصلي وسائطي تشكله وسائط الإعلام التي تبرز الأفكار والآراء والأحداث الاجتماعية.

وعلى هذا المنحى وذاك يمكن لنا أن نستند إلى المستوى الوطني في دراستنا للمجال العمومي، وذلك من خلال وسائط الإعلام والاتصال ذات التوجه العربي التي تقتضي جمهورا عربيا¹¹.

كما تثير في هذا المجال مسألة الاتصال العمومي في العالم العربي عدة إشكالات، حيث يبلورها الباحث العربي الصادق الحمامي في إشكاليتين نظريتين أساسيتين، تتعلق الأولى بتغيرات الدولة والتي تتمثل في طبيعة علاقتها بالمجتمع ومدى اعتمادها على آليات واستراتيجيات جديدة تستبعد منطق الهيمنة والسيطرة و الإكراه، وتتلاءم مع متطلبات المجتمع الذي يعيش في كنف العولمة، مما يمهد إلى عودة المكانة الجديدة للاتصال العمومي، أما الإشكالية الثانية فتتعلق بمسألة التحديث والتي تراعي فيها الدولة نفسها متطلبات المجتمع وحاجيات إشباعه، والخروج من الخضوع والانصياع التام للنماذج و التمثلات القديمة بالنسبة للمؤسسات العمومية، مع تحديث الآليات والاستراتيجيات المتماثلة مع أساليب الاغراء والتأثير والاقناع التي توفرها¹² خاصة ونحن نعيش زمن العولمة والرقمنة والمعرفة.

والفضاء الاتصالي هو أحد المكونات الأساسية في المشهد الثقافي وفي خدمة المجتمع، وفي تكريس التفاعل السليم لكل مكونات الفضاء العمومي، ولعلّه يمثل الحيز الذي تتحدّد فيه جغرافية التيارات الإعلامية لترسم الملامح العامة والدوائر الممثلة لمشهد اتصالي ما، ولا يمكن اعتباره قيمة تدلّ على ما هو إعلامي فحسب، وإنما ينظر إليه باعتباره سياقاً ثقافياً

واجتماعيا يحمل الكثير من الاتجاهات الاعلامية الهجينة، وهو ما يؤسس لمفارقات واختلافات قد تطل المشهد الإعلامي المتشابه¹³.

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن الفضاء الاتصالي يمثل الركيزة الأساسية للفضاء العمومي، لأن هذا الأخير يشكل فضاء للوساطة الرمزية حول القضايا السياسية.

وعلاقة الفضاء العمومي بالفضاء الإعلامي تنبني من تقاطعهما جزئيا لكنهما يظلان حقلان رمزيان منفصلان عن بعضهما، وإن كان كلاهما مغروس في الفضاء الاتصالي، لكن مع التطور التكنولوجي وإعادة هيكلة المجتمعات الصناعية، تطور الاتصال ونما وأصبح يفضل الإغراء أكثر من تقديم الحجة أو المحاجة¹⁴، حيث يمكن تعريف الفضاء العمومي الإعلامي باعتباره مجموعة من الظواهر التي تعمل على إنتاج، ومعالجة، وبت، وإعادة إنتاج المعلومة، مع خلق وتوجيه النقاش والرهانات السياسية، كما يمكن اعتباره كفضاء اتصالي معين للأفراد الذين لديهم إمكانية تعبير على أسئلة المصلحة عن رأي الجمهور، ولعلّ الباحث الفرنسي دومينيك فولتن يعتبر وسائل الاتصال في أنّها تمّول المكان المشترك الرئيسي للتمثلات وحوار المجتمعات المتقدمة الراهنة¹⁵.

والإعلام والاتصال الذي لا يساهم في تحديد أولويات المجتمع السياسية والثقافية والاقتصادية، لا يمكنه أن يكون فاعلا في أي مشروع يسعى لتداول سلمي على السلطة كنتيجة حتمية لتداول أهم التصورات حول أسلوب إدارة الشأن العام، بالاعتماد على الرأي العام الذي تسهم وسائل الإعلام الحرة في بلورته بشكل محايد وموضوعي بعيدا عن أي توظيف اقتصادي أو سياسي¹⁶، حيث أن مكان الشرعية السياسية من خلال الحق في الاتصال مهما كان نوعه أو شكله، وكذا حق المواطن للوصول إلى المعلومة والنفاذ إليها بسهولة كحق في الإعلام، مع تكوين الجماعات السياسية كفضاء رمزي يجتمع فيه الأفراد باختلاف أشكالهم وتنوع أفكارهم لتأسيس مشهد للتمظهر السياسي باعتبارهم فاعلين سياسيين.

والفضاء العمومي في هذا الإطار لا يحدّه البعد السياسي أو القضائي القانوني فقط، وأنما بل يستغله فاعلين اجتماعيين، وكذا جميع تلك الخطابات والممارسات النقدية دون اكراه أو اقضاء أو عزلة اجتماعية، ولعلّ من بين مميزات الفضاء العمومي الاعلامي في الجزائر هي تلك الاكراهات وجميع أساليب الهيمنة الممارسة من طرف الدولة نفسها، وما يميّزه من هشاشة وضبابية في نفس الوقت، كما يتعرض لعدة أخطاء منها ما هو إجرائي عملي، ومنها ما هو تدريجي يتطور بالتراكم لنفس الممارسات والايديولوجيات وحتى في الآليات والاستراتيجيات، بالإضافة إلى مسألة عدم التخطيط كعملية استراتيجية لإعادة تكوين هذا الفضاء¹⁷.

ولقد فتحت تقنيات الاتصال الحديثة مجالا واسعا للانتشار الإعلامي والمدّ الاتصالي، حيث غنمت حرية التعبير من هذا الأخير، على أن الالتزام بالضوابط الأخلاقية لم يكن دوما متاحا، مما طرح موضوع المسؤولية الاجتماعية المشتركة ودورها في تأطير العملية الاتصالية داخل الفضاءات الجديدة (شبكات الأنترنت)، ولعلّ هذه المسؤولية تتقاسمها عدة أطراف، تبدأ بدور الحكومات وما تسنّه من قوانين وتشريعات، وكذا دور المؤسسات الإعلامية بأخلاق المهنة في هذا المجال، ثم دور الجمهور الذي لا يخرج عن دائرة المسؤولية، بالإضافة إلى دور المنظمات الدولية المعنية بحرية وسائل الإعلام وحقوق الإنسان¹⁸.

ولعلّ انفتاح دول المغرب العربي على التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، جعلها تصطدم بإشكالية أسس آليات الرقابة واحتكار البث الإعلامي الجديد، الذي فسح مجالاً كبيراً لحرية التعبير وتداول المعلومات دون عراقيل أو قيود، ونظراً لما أتاحتها هذه الوسائط المتعددة من تحولات سريعة وعميقة في المشهد الاتصالي والإعلامي المغربي، وحتى العربي عامة، سعت الحكومات إلى اتخاذ إجراءات وتدابير ضابطة لتنظيم هذه العملية ومراقبة هذه التحولات التي طرأت على الممارسة الإعلامية بكاملها، وهكذا وجدت الحكومات المغربية العربية نفسها أمام تحدي كبير يتمثل في إشكالية أخلاقيات وآداب المهنة في ظل قدرات الوسائط الرقمية¹⁹، التي أضحت منبراً للإعلام الرسمي وغير الرسمي في نفس الوقت، من هنا لجأت هذه الحكومات إلى بعض الحلول الترقيعية لتجاوز مشكلة مسامية الحدود الإلكترونية، متوسطة بجملة من الاجراءات العرضية كتبني استراتيجية التنوع السطحي للقنوات التلفزيونية بما يحفظ لها سلطة التحكم في المضمون الاعلامي.

وظهور الإعلام الرقمي ايضاً مهّد إلى إعادة تكوين السياسة الإعلامية، وتدشين المؤسسات الفردية في الاتصال كالمواقع المتخصصة، والصحف الالكترونية، وغرف الدردشة، والمدونات، ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، حيث لم تجد الحكومة استراتيجية واضحة من إعادة تنظيم ملامح هذا الفضاء الإعلامي الجديد، واستنجدت في المقابل ببعض الايديولوجيات الموازية كالخطاب المسجدي لتكريس اتصالها العمومي الذي تسعى بواسطته تمرير سلطتها وفق مبدأ خدمة الجمهور²⁰.

هكذا تكون تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد أسهمت في ظهور اجتماعيات جديدة، وبروز ما يعرف بالمجتمعات الشخصية²¹، وأكدت حقيقة عدم عزل عنصر الانسان ككائن ثقافي وكمحور مفصلي في عملية الاتصال، ولعلّ هذه الحقيقة الجوهرية التي غابت عن الحكومات المغربية والعربية في محاولة تنظيم الفضاء الاتصالي وسيط السيطرة عليه²².

ويقدم لنا الباحث المغربي يحيى اليحيوي في هذا الاطار ثلاثة ملاحظات أساسية يعتبرها مبدأ استهلال في حديثه عن معوقات التواصل العمومي، ويركز هنا عن التجربة المغربية في هذا المجال، حيث تكمن الملاحظة الأولى في مركزية معطى التواصل، والتي لا تخرج عن ثلاثة معطيات متداخلة فيما بينها تشمل كل من التواصل العمومي، و التواصل السياسي، والتواصل المؤسساتي والاجتماعي، ثم الملاحظة الثانية والتي تشمل مبدأ التنوع في أدوات التواصل من خلال التنوع في الطرق والآليات والاستراتيجيات، أما الملاحظة الثالثة فتتعلق بالبنية الرافعة من حيث توفر النص ووجود مصادر التواصل العمومي.

كما يتطرق الباحث في ذات السياق عن جوانب القصور التي تطاول التواصل العمومي، ويمكن حصرها أولاً في:

- دواعي ومسببات تقصير المؤسسات العمومية في التواصل.
- مصب السياسات و الاجراءات التي تثوي خلفها هاته المؤسسات.
- العوائق القانونية والتشريعية والإدارية التي تتحكم في التواصل العمومي.
- ضعف عمل الدولة والمؤسسات التابعة لها.
- مبدأ النفاذ للمعلومات وتقصير الترسانة القانونية.

- مبدأ ممارسة الحريات العامة وتحقيق المشاركة.

- الحق في الإعلام والاتصال.

ومن هنا يلخص الباحث معوقات التواصل العمومي في بعض النقاط ذات الأهمية والتي نجدها في مايلي:

- سيادة ثقافة السرية والتعتيم.

- التردد في استصدار قانون الحق في المعلومة والحق في الإعلام والاتصال.

- وجود العوائق القانونية، ويتضح ذلك من خلال منع تسريب المعطيات الرسمية، وعدم بلوغ بعض المعلومات السرية خاصة في المؤسسات الأمنية والعسكرية، ومنع النفاذ إلى المعلومات ذات الطبيعة الخاصة أي المرتبطة بالحياة الخاصة للأفراد والجماعات.

- عصرنة الإدارة وعلى رأسها المؤسسات الإعلامية والاتصالية كأداة للتواصل العمومي، وتظهر هذه العصرنة في عملية اللامركزية في البنى الإدارية، وإعادة تحديد وظائفها، ثم تقوية أخلاقيات المرفق العام وتخليق سلوكياته، ثم تحسين العلاقات بين الإدارة والمواطنين من خلال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، بالإضافة إلى إدخال طرق جديدة لتدبير الموارد البشرية مع الاعتماد على نظام جديد للتحفيز بالوظيفة العمومية.

ولعلّ هذه المقاربة تجعلنا نسقط مجال التشابه من خلال بعض الإصلاحات المؤسساتية للدولة كمعوق للتواصل العمومي، حيث يمكن إرجاعه حسب الباحث إلى:

- الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري " إصلاح ظاهري واحتكاري باطني".

- قانون إصلاح المشهد السمعي البصري "اختفاء رهانات وتحديات المضامين".

- قانون الصحافة ودوره في إعادة إنتاج للقوانين السابقة والعقوبات المماثلة.

ولعلّ أهم معيق ليس ذلك فقط، إنما هو غياب قانون أسمى لبلوغ والنفاذ إلى المعلومات الذي يكون بمثابة بنية أساسية للحق في الإعلام والاتصال، وبالتالي يبقى الحديث عن التواصل العمومي ليس فقط شاغرا عند المقاربة للمدارس أو الجماعات، بل وبعيدا عن السلوك الإدارية العمومية العام القائم على الأخبار والتوجيه والإرشاد، وليس بأي حال من الأحوال على الاتصال المباشر أو المتوسط، فما بالك بالتواصل في بعده التفاعلي²³.

كما يمكن اعتبار فهم السياق المجتمعي مرحلة هامة في ممارسات الاتصال العمومي، حيث يتعلّق هذا الفهم من معرفة تحولات الدولة نفسها، ودور المجال السياسي والإحاطة به، ودور قيم المواطنة، وتأثيرات العولمة، من هنا يمكننا أن ننتج بيئة تواصلية عمومية²⁴ تشترك فيها قيم المواطنة، وتعزز فيها مبادئ الديمقراطية، وتفتح فيها مجالات المشاركة السياسية، وتُكرس فيها أيضا معالم الخدمة العمومية.

3- مقارنة الفضاء العمومي الافتراضي:

تقينا المقاربة التفاعلية بين الوسيط والمستخدم والسياق فخ الحتمية التكنولوجية التي تجعل من تأثيرات الميديا الجديدة نتائج حتمية، ومن ثمة إسناد التحولات السياسية والاجتماعية إلى الفايسبوك مثلا الذي أصبح أداة ذات تأثيرات عظيمة²⁵، وهذا ما تطرق إليه الباحث العربي الصادق الحمامي في حديثه عن فضاء الفيسبوك وتأثيراته على الشباب التونسي خاصة في زمن الثورة الأخيرة، حيث يقول أنّ الفايسبوك فضاء عمومي ولكنه ليس ذلك الذي يحكمه العقل والحجة والبرهان

العقلي والبحث الأصيل عن المصلحة العامة. فالفايسبوك فضاء يتيح إشهار الأفكار والآراء وأحداث الحياة الجماعية وفضاء البروز (visibilité) واستعراض الذات وعواملها الخاصة أحياناً. والفايسبوك فضاء التسويق السياسي والتجنيد الإيديولوجي والصراع الفكري، وهي في أحيان نادرة توسع من النقاش العام.

فتعطيل منظومات الوساطة من الأسباب التي تفسر انهيار النظام برمته كالبنيان الذي سحبت منه أعمدته. وفي هذا السياق تشكلت نخب جديدة من نشطاء الفايسبوك، ونموذجهم الأشهر هو ما يعرف بـ"الأدمين" (admin) أو (مشرف الصفحات) ذي الاسم المستعار والهوية المخفية، والذي أضحى اليوم، بسبب أزمة منظومة الوسطاء التقليديين، يحكم الفضاء العمومي الافتراضي ويحدد أجندة النقاش العام وأطره²⁶.

إن الأنترنت توسع المجال العمومي لأنها تتيح فضاءات جديدة للنخب البديلة وتساهم في تجاوز البعد النخبوي والتمثيلي لصالح البعد التداولي للمجال العمومي، كما تعزز الميديا الجديدة مشاركة المواطنين في الحياة السياسية عبر أدوات جديدة، وهي بالتالي تساهم في تأسيس الديمقراطية التداولية.

ولعل تشظي فضاءات الأنترنت يهدد النموذج التقليدي للمجال العمومي الذي يفرض أطراً مكانية وزمانية وإشكالات مشتركة أيضاً يتشكل من خلالها النقاش المتنوع المتعدد، والنظر إلى الميديا الجديدة باعتبارها فضاء وليس وسيلة يتيح مقارنة التمثيل الافتراضي للحياة الاجتماعية، وأشكالها ومظاهرها وأحداثها وفاعليها، التي تشكل الفضاء العمومي الافتراضي.

كما أن خصوصية هذا الفضاء في العالم العربي يظهر في شكله الأفقي من جهة، الذي يمثل الجانب المنفتح من خلال التغيرات التي تطرأ على علاقة الدولة بالمجتمع نحو فضاء وطني متعدد وبديل، أو في شكل آخر عمودي يظهر في عملية النظام الإعلامي التقليدي الذي تسيطر وتهيمن عليه الدولة في علاقتها مع المجتمع²⁷.

ومسألة الفضاء الأنترنتي الجديد وما أفرزه من تقنيات، وما أتاحت من إمكانيات، وظهور الأنترنت في الدول العربية تحول أداة ديمقراطية، غير أن هذه الأخيرة ترتبط بمجتمع بأكمله، و إلى فضاء عمومي افتراضي، غير أن هذا الأخير لا يمكن أن يكون بديلاً عن فضاء عمومي فعلي، ومن هنا تحولت الأنترنت في الدول العربية إلى فضاء عمومي يحده عاملين أساسيين هما:

- محدودية الاستفادة من خدمات الأنترنت (ضعف انتشار الشبكة في بعض الدول العربية، المقابل المالي، وسيلة أكثر نخبوية مقارنة بالتلفزيون).

- أنتشار الأمية في الدول العربية، ولعل ما كشفتته الدراسات الميدانية في هذا الإطار وحول عمليات الاستخدام، أتضح بأن الشباب العربي يستخدم الأنترنت من أجل تبادل العلاقات والرسائل الشخصية، الاطلاع على الأخبار، الدردشة، أو بالأحرى إقامة علاقات مع الجنس الآخر، والبحث عن سبل الهجرة إلى الشمال، عكس المناقشة في القضايا العامة ذات الشأن العام، واستخدام الحجة والمحااجة العقلانية²⁸.

4- الخدمة العامة ووسائل الإعلام:

يعرف أصحاب مجال الإدارة العامة في مفهومهم للخدمة العامة أو الخدمة المدنية كما يعتبرها البعض، بأنه يوحي بتلك الرابطة التي تجمع بين الإدارة العامة الحكومية و المواطنين على مستوى تلبية الرغبات، وإشباع الحاجات المختلفة للأفراد

من طرف الجهات الإدارية والمنظمات العامة، ولذلك يركز الدكتور ثابت عبد الرحمن إدريس في تعريفه للخدمة العامة على محورين أساسيين: يبدأ الأول بمفهوم الخدمة العامة كعملية باعتبارها تمثل طابعا تكامليا ينطوي على عمليتي المدخلات والمخرجات، والمفهوم الثاني يعتبر الخدمة العامة كنظم من خلال النظام الذي تعمل في اطاره، والأجزاء التي تتكون منها، وذلك لبلوغ الشكل الذي لا بد أن تكون عليه²⁹.

ومفهوم الخدمة العامة (**service public**) هو من المفاهيم المحورية في السياسات الإعلامية الحالية والتخطيط للأنظمة الإعلامية في المستقبل، ومن أقرب المرادفات لهذا المصطلح ترتبط بالدولة والحكومة وكل ما هو رسمي.

ولعل مفهوم الخدمة العامة وماهيته يرتبط بثلاثة أبعاد متداخلة: تظهر الأولى في اعتبار أن الخدمة العامة في التلفزيون هي ممارسة يومية، ثانيا أنها عبارة عن نظام اقتصادي واجتماعي، ثالثا كونها ايديولوجية. من هنا يمكن تأسيس البعد الفلسفي للخدمة العامة انطلاقا من بعدين أساسيين، يمثل الأول البعد البراغماتي من خلال التكييف والتواءم مع وظائف الإعلام، حيث تمثل نقطتها المرجعية، و البعد الثاني في الطبيعة التأملية في شكل الخدمة العامة وما يحتاجه المجتمع، حيث يمثل هذا الأخير نقطتها المرجعية.

ومفهوم الخدمة العامة يرتبط بأحد نظريات الإعلام التي ظهرت في أوروبا، ومفادها أن وسائل الإعلام تعمل في المجال العام وليس الخاص، ويترب عن ذلك على مختلف أطراف المجتمع ممثلة في هذه الوسائل سواء تعلق الأمر بالتأثير على مضامين هذه الوسائل أو إدارتها، وتعتبر البي بي سي (BBC) مثال الخدمة العامة إذ بشارك إدارتها أطراف ثلاثة بالتساوي: الدولة، ممثلو القطاع التجاري، ممثلو الجمهور المستخدم، ويشارك المستمعون والمشاهدون في دفع تكاليف الاشتراك التي تنعكس في شكل برامج نوعية³⁰.

والهدف المحوري للتلفزيون العام هو خدمة المصلحة العامة للجمهور من خلال الجمع بين الترفيه الشعبي والبرامج الإخبارية للمادة الإعلامية المتعلقة بالقضايا العامة، حيث تكون خدمة التلفزيون هنا قائمة من أجل الجمهور، وممولة من طرفه، كما أن الخدمة العامة في هذا الإطار لا تخرج عن أربعة نقاط استراتيجية، تتمثل في الفائدة الاجتماعية (الخدمات)، وخدمة الفضاء العام من خلال توفر عامل المشاركة والحرية والمواطنة، ثم التماثل بين العامة والجمهور (أفراد أو المستهلكين)، بالإضافة إلى البعد المعياري (قبولية الواقع بشكل ما). أما عن تغير مفهوم الخدمة العامة فيبقى رهين المجالات التكنولوجية والتنظيمية، وبيئة السوق وسلوك الجمهور المستهلك، وكذا مقتضيات العمل التجاري، وارتفاع نسبة الاعلانات، هذا وبالإضافة على المراهنة على البرمجة كآلية عملية في إعطاء الخدمة العامة.

كما تشير الرؤى المعيارية إلى أن الخدمة العامة في التلفزيون مرتبطة بشكل مباشر بالاحتياجات الديمقراطية والاجتماعية والثقافية لكل مجتمع، وترتبط بالحاجة إلى الحفاظ على التعددية الفكرية والإعلامية.

ولعل عملية دمج الخدمة العامة في التجديد التكنولوجي تتطلب مايلي:

- 1 - تطور علامة تجارية مؤسسية وبرامج متميزة عن مجموع مقدمي المضامين التلفزيونية.
- 2 - توفير المضامين على كل المنصات الرقمية (جلب الجمهور).
- 3- استثمار الأنترنت والموارد التفاعلية في دعم المضامين التقليدية لتلفزيون الخدمة العامة.
- 4- تقديم خدمات متعددة وذات جودة عالية.

5- كسب ثقة الجمهور من خلال المضامين الإلكترونية.

7- تقدم المضامين حسب تنوع الفئات والأقليات.

ولقد أظهرت التجارب العالمية أثر تحرير وخصخصة الخدمة العامة، قاد إلى تنوع أكبر في المضامين وتحسن في نوعيتها وانخفاض في أسعارها، وبالتالي خدمة أفضل للجمهور³¹.

ونجد في ذات السياق الدراسة التي قام بها أميت شاتجر في عام 2000 على عينة من مواقع التلفزيونات العمومية، حيث صنّفها في شكلين أساسيين، الأولى تتعلق بالمواقع الإخبارية، والثانية تتعلق بالمواقع التمثيلية، وتوصل الباحث أن مواقع التلفزيونات الغربية تندرج عموماً في الصنف الأول، أما مواقع التلفزيونات العربية فتندرج في الصنف الثاني، وذلك لما تمثله من البعد السياسي والوطني والتشريفي أو الرسمي، وتخلص هذه الدراسة أن استراتيجية المؤسسات التلفزيونية في مجال الأنترنت، تتسم بالتذبذب في مستوى الهوية المنظماتية، كما تبقى الأنترنت بالنسبة لهذه المؤسسات مجرد وسيط، أما عن إمكانات الشبكة لدمقرطة المجتمع، وإعادة تشكيل دور الإعلام السمعي البصري تبقى ضعيفة.

كما يمكننا أن نذكر هنا أيضاً الدراسة التي قام بها الباحث التونسي الصادق الحمامي في معاينة على مواقع مؤسسات إعلامية غربية (أوروبية وأمريكية) ويتعلق الأمر بكل من مؤسسة التلفزيون لكل من (BBC/PBS/RAI/F2/RC)، بالإضافة إلى مؤسسات إعلامية عربية تتمثل في كل مؤسسة التلفزيون الجزائري، السعودي، التونسي، المصري، اليمني، المغربي، الأردني، السوري)، حاول الباحث أن ينطلق من ثلاثة فرضيات أساسية ليقسب بها درجة التحديث أو رفضه، أو إعادة إنتاج النموذج الكلاسيكي نفسه.

ولعلّ الفرضية الأولى تعتبر في الوب كآلية لتعزيز الشرعية المجتمعية للمؤسسة، حيث اتضح في هذا المجال أنّ الفئة الأولى (التلفزيونات الغربية) توفر جميع المعلومات حول مؤسساتها الإعلامية من تقارير وأرشيفات والتزامات المؤسسة المجتمعية والثقافية، وغيرها من المعلومات، كما أنّها توفر آليات التمويل، ومعرفة الإدارة وتاريخها، بالإضافة إلى آليات التواصل من خلال توفير خدمات للجمهور وفق سياسات اتصالية تخدم هذا الأخير. أما عن الفئة الثانية (التلفزيونات العربية) فاتضح نتائجها في ندرة المعلومات، ومحدودية التواصل، وغياب آليات المسائلة القانونية، وفي الفرضية الثانية التي تعتبر الوب كآلية لتعزيز آليات النفاذ إلى برامج التلفزيون العمومي، حيث اتضح من خلال الفئة الأولى أنّها توفر مجموعة من التكنولوجيات والتطبيقات في هذا المجال، كما توفر عملية التسييل أو النفاذ إلى البرامج من خلال نماذج جديدة كالفديو عند الطلب، والتلفزيون التعويضي وغيرها من الخدمات، أما عن الفئة الثانية فقد تنحصر في عملية التسييل وفق البث المباشر، مع الاكتفاء بالبرامج المسجلة، كما تغيب فيها مجمل الخدمات المذكورة آنفاً، واتضح نتائج الفرضية الثالثة التي تعتبر الوب كآلية لإدارة النقاش العام وتعزيز مشاركة الجمهور في الفضاء العمومي وإبراز التعددية والتنوع الفكري، حيث توفرت جميع إمكانات التعليقات والتدوينات من خلال طرق الإنشاء والعرض، بالنسبة للفئة الأولى، هذا وبالإضافة إلى توفرها على خدمات التدوين والمشاركة في الاستفتاءات والمنتديات، وذلك من خلال فضاءات المشاركة، والمنصات الإلكترونية، وخدمات RSS، وكذا خدمات التحميل والأرشفة، أما عن نتائج الفئة الثانية فتظهر في غياب الشبه الكامل لتلك التطبيقات والخدمات والتكنولوجيات الحديثة، ويمكن أن نستثني هنا التلفزيون المغربي لتوفره على بعض الخدمات التي تصبّ في هذا المجال³².

خاتمة:

إنّ الاتصال العمومي لا يمكن أن يتطور إذا لم تتوفر لمختلف الهياكل والمنظمات والمؤسسات العمومية، وحتى الخاصة منها بعض المؤهلات لتأمين الاتصال ورعايته وتنشيطه، خاصة ونحن نعيش عصر التطور في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وتأثيرات العولمة، وكذا انتشار شبكة الأنترنت، مما طرح فضاءات عمومية جديدة، لها مميزاتا وخصائصها، كما ساهمت هذه الأخيرة في ظهور تقنيات وآليات واستراتيجيات اتصالية جديدة، مما أدت إلى تغيير في أشكال الخدمة العمومية وتعدد مجالاتها، ولعلّ مسؤولية جميع المؤسسات الإدارية والإعلامية تبدو جسيمة، وذلك من منطلق دورها في هذا المجال ليس من خلال إحداث هياكل اتصالية جديدة، أو في استعمال تكنولوجيات حديثة، رغم أهمية هذا الدور، ولكن من خلال رسم استراتيجية اتصالية لتحسين الخدمات العمومية لفائدة المواطن، ولتعريفه بهذه الخدمات، وتحسيسه بأهمية المرافق العمومي، وتشريكه في تعهد هذه المرافق ورعايتها، خاصة وأن متطلبات الجمهور تغيرت وحاجياته تطورت، حيث لم تعد سياسة الدولة التقليدية تنفع في هذا المجال أمام ضخامة المعلومات، وتحدد التقنيات، فأصبح المجتمع يبحث عن مجالات حرية أكثر من خلال اتحاده الوصول إلى مصادر المعلومة والنفاذ إليها بسهولة، وحقّه في الاتصال والإعلام، وتطلّعه على العالم الآخر بحمولته المادية والمعنوية.

فتعاضد الممارسات الاتصالية أصبح بدوره قانونا تخضع مؤسسات المجتمع لضوابطه، وتحوّل المجتمع رهين بهذا الأخير وفق مسيرته لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وجميع التطورات الحاصلة في هذا المجال، وعليه يؤدي بالمؤسسة الاجتماعية مهما كان نوعها إلى بلوغ مستوى الرقي، خاصة إذا كانت تمثل إحدى مكونات الفضاء العمومي بمبادئه الأساسية، وتحسيدها عمليا بما يتماشى ومتغيرات الفضاءات الافتراضية الجديدة، مع حتمية المساءلة بما يخدم المصلحة العامة.

قائمة المراجع:

- 1- Jürgen Habermas, **L'espace Public**, Avec une préface inédite de l'auteur, traduit de l'allemand par Marc B. de Launay, Critique de la politique Payot, Paris, 1997.
- 2- Casoline Ollivier- Yamiv , La Communication Publique (communication d'intérêt général et exercice du pouvoir, Stéphane Olivesi (dir), Sciences de L'information et de La Communication (Objets, Savoirs, Discipline), Presses Universitaires de Grenoble (PUG), 2006.
- 3- Martial Pasquier, **Communication Publique**, Préface de Daniel Caron, Groupe De Boeck, Bruxelles, 1 édition, 2011.
- 4- دانييل بونيو، **الاتصال ضد الإعلام**، ترجمة نصر الدين العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري (أراء ورؤى)، دار القصبه، الجزائر، 1999م.

- 5- الصادق الحمامي، الاتصال العمومي منظرا إليه في سياقاته، منشورات أشغال الملتقى الدولي حول "الاتصال العمومي (المقاربات والتحويلات والرهانات)"، سانباكت للطبع، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، مؤسسة كونرادأديناور، تونس، 2007م.
- 6- نصر الدين العياضي، إشكالية الفضاء العمومي و التلفزيون في الدول العربية، مجلة الصورة والاتصال، العددين 1-2، سبتمبر 2012م، منشورات مخبر الدراسات الاعلامية والاتصالية، جامعة وهران، الجزائر.
- 7- الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي (الاحياء والانبعاث)، مجلة أتحاد الاذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 2012م. أنظر:

<http://www.arabmediastudies.com/>

- 8- فايذة يخلف، الفضاء الاتصالي بين الائتلاف والاختلاف، أشغال الملتقى الدولي حول الفضاءات العمومية في البلدان المغربية، إشراف حسن رمعون، عبد الحميد هنيّة، منشورات CRASC مركز البحث في أنتروبولوجيا الاجتماعية والثقافية، DIRASET جامعة تونس دراسات المغربية، 2007م.

9- Yamin Boudhane, AissaMerah, **L' espace Public Médiatique en Algérie**, PublicationsColloque international sur (**Les Espaces Publics au MAGREB**), Sous La Direction de Hassan Remaoun et Abdelhamid Hania, Edition (CRASC) Oran, (Diraset) Tunisie, 2013.

- 10- رضا مثناني، أخلاقيات الممارسة الصحفية في زمن الثورة الرقمية، أشغال الملتقى الدولي حول أخلاقيات الممارسة الصحفية في عالم عربي متحول، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، مؤسسة كونرادأديناور، تونس، 2009م.
- 11- محمد أبو الرب، دور الخطاب الدعوي التقني في بروز المجتمعات الشخصية، مجلة المستقبل العربي، العدد 397، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، مارس 2012م، ص 50-65.

- 12- يحيى اليحيوي، في معوقات التواصل العمومي بالمغرب، منشورات أشغال الملتقى الدولي حول "الاتصال العمومي (المقاربات والتحويلات والرهانات)"، سانباكت للطبع، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، مؤسسة كونرادأديناور، تونس، 2007م.

- 13- الصادق الحمامي، الفاييسوك والفضاء العام في تونس، المقال في موقع جريدة " الصحافة" صدر يوم الأحد 22-5-2011م أنظر: <http://www.arabmediastudies.com>

- 14- ثابت عبدالرحمن يادريس، المدخل الحديث في إدارة العامة، دونبلد النشر، الدارالجامعية، 2001م.

- 15- عزّي عبد الرحمن، دعوة إلى فهم "المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال"، دار المتوسطة للنشر، ط1، 1432هـ- 2001م.

- 16- الصادق رايح، مفهوم الخدمة العامة في التلفزيون (بين المقاربة التجارية والمنظور النقدي)، مجلة الاذاعات العربية، جامعة الدول العربية، 2011/02م، أنظر: www.asbu.net

- 17- الصادق الحمامي، الإعلام الكلاسيكي والإعلام الجديد بين الاتصال والانفصال، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، العدد 33، جامعة القاهرة، 2010م. أنظر: <http://www.arabmediastudies.com/>