



الجمهورية المغربية
وزارة التعليم، العلوم والثقافة
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION, SCIENCE ET CULTURE
MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA

المملكة المغربية
الرياضة التمدنية للعلماء

موسوعة تفكيرك خطاب التطرف

الجزء الثالث

(حقيبة بناء قدرات التمنيع من التطرف العنيف)
~ الأسس المعرفية والوظائف البانية ~

تنسيق و تحرير

د. عبد الصمد غازي - د. محمد المنتار

الإشراف العام

أ.د. أحمد عبادي - أ.د. سالم بن محمد المالك





الإيداع القانوني : 2021MO2416

ردمك : 0-3-9035-9920-978

الطبعة الأولى : 1446 هـ / 2024 م

مطبعة الإيسيسكو الرقمية

تنسيق و تحرير: د. عبد الصمد غازي - د. محمد المنتار

الإخراج الفني : إبراهيم كوزا



تطلب منشوراتنا من :

• مصلحة النشر والطبع وتنظيم المعارض

العنوان : الرابطة المحمدية للعلماء، شارع لعلو، لوداية - الرباط
الهاتف والفاكس : 0537.70.15.85
البريد الإلكتروني : manchoratarrabita@gmail.com

• ايسيسكو

العنوان : شارع الجيش الملكي - حي الرياض
ص. ب. 2275 - ر. ب. 10104 - الرباط - المملكة المغربية
الهاتف : 537.56.60.52 (212) - الفاكس : 537.56.60.12/13 (212)
البريد الإلكتروني : contact@icesco.org

• دار الأمان للنشر والتوزيع الرباط

العنوان : رقم 4، ساحة الماهونية، الرباط - المملكة المغربية
الهاتف : 0537.72.32.76 - الفاكس : 0537.20.00.55
البريد الإلكتروني : darelamane@menara.ma

• المعرض الدائم لإصدارات الرابطة المحمدية للعلماء

العنوان : شارع فيكتور ميكو رقم 53 مكر، الأحباس، الدار البيضاء
الهاتف : 0522.54.20.51 - الفاكس : 0522.44.86.57
البريد الإلكتروني : manchoratarrabita@gmail.com

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة للناشر

المملكة المغربية
الرابطة المحمدية للعلماء

• الرابطة المحمدية للعلماء: شارع لعلو، لوداية الرباط

الهاتف : 0537.70.57.48 - الفاكس : 0537.70.57.49
البريد الإلكتروني : info.arrabita@gmail.com
الموقع الإلكتروني : www.arrabita.ma



• ايسيسكو

العنوان : شارع الجيش الملكي - حي الرياض
ص. ب. 2275 - ر. ب. 10104 - الرباط - المملكة المغربية
الهاتف : 537.56.60.52 (212) - الفاكس : 537.56.60.12/13 (212)
البريد الإلكتروني : contact@icesco.org

يُمنع طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على أي شكل أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على أسطوانات ضوئية أو نشره رقمياً على الإنترنت إلا بموافقة الناشر خطياً.





موسوعة تفكيك خطاب التّطرف



(حقيبة بناء قدرات التّمنيع من التّطرف العنيف)
الأسس المعرفيّة والوظائف البانية)



الإشراف العام

أ. د. أحمد عبادي - أ. د سالم بن محمد الهالك

تنسيق و تحرير

د. عبد الصهد غازي - د. محمد المنتار

الخبراء المساهمون

د. محمد بلكبير - د. عبد الصهد غازي - د. محمد المنتار

المهندس جواد مقبول - المهندس بدر الدّين غازي - المهندس ياسين صابر

المهندس أوقسو الموجودي - المهندس مصطفى بلمقدم.

فهرس



القسم الأول

دليل بناء قدرات التّمنيع من الإرهاب المبنّي على التّطرّف العنيف ~الأسس المعرفيّة والوظائف البانية~

المحور الأول: إيضاحات ومقدمات في السياق العام

- 15 - موقعة هذا الدليل في سياق المجهود الفكري المشترك بين «الرّابطة المحمدية للعلماء»
و «منظمة العالم الإسلامي للتربية والعلوم والثّقافة»
- 16 - الوظيفيّة والمنتظرات
- 18 - الكفايات والأهداف

المحور الثّاني: المضمون المعرفيّ: المفاهيم والتهيّات

- 21 - المصوغّة الأولى: تحديد المناط المركزي في الدليل
- 39 - المصوغّة الثّانية: صناعة التّطرّف وأساليب الاختراق
- 51 - المصوغّة الثّالثة: الخرائط الدّهنيّة ميدان للمنازلة والرهان في جدلية الاختراق
- 73 - المصوغّة الرّابعة: جدلية التّواؤم والتّصادم بين قوة الاختراق ومناعة الخارطة الدّهنيّة

المحور الثّالث: التنزيّلات المنهجيّة

- 85 - هندسة إنفاذ المخطط العام للبرنامج
- 87 - مقارنة التّمنيع بالتّظير

المحور الرابع: التطبيقات العملية

- 101 المهتمين النظراء - «مجموعات النقاش البؤرية» أو «مجموعات التركيز» (Focus Groups) تقنية لتشخيص حاجات
- 109 منهجيات وتقنيات مقارنة التمنيع بالنظير -

المحور الخامس: هندسة برنامج التكوين/التمنيع وتنزيله

- 153 هندسة مخطط التكوين -
- 165 استراتيجية تنزيل مقارنة «التمنيع بالنظير» -
- 169 مسار تكوين المهتمين النظراء - عدة المهتمين النظير في تثقيف وتمنيع نظرائه من الاختراق ~



القسم الثاني

العدة التقنية لمؤثر ناجح

- 193 المحتوى الرقمي -
- 213 صناعة المحتوى الرقمي -
- 282 التأثير عبر منصات التواصل الاجتماعي -
- 294 تقنيات جلب المتابعين -
- 316 تقنيات الشبكي والتعاون مع المؤثرين -
- 321 الربح عبر منصات المحتوى الرقمي -









●————— القسم الأول —————●

دليل بناء قدرات التّمنيع من الإرهاب
المبنيّ على التّطرفّ العنيف
~الأسس المعرفيّة والوظائف البانيّة~





المحور الأول

إيضاحات ومقدمات في السياق العام

1. موقعة هذا الدليل في سياق المجهود الفكري المشترك بين «الرّابطة المحمدية للعلماء» و «منظمة العالم الإسلامي للتربية والعلوم والثقافة»
2. الوظيفية والمنتظرات
3. الكفايات والأهداف



1. موقعة الدليل في سياق المجهود الفكري المشترك بين «الرّابطة المحمدية للعلماء» و«منظمة العالم الإسلامي للتربية والعلوم والثقافة».

يتموقع هذا الدليل ضمن المنتج العلميّ ذي توجه استراتيجي لـ«الرّابطة المحمدية للعلماء» و«منظمة العالم الإسلامي للتربية والعلوم والثقافة»، موضوعه «التّمنيع» ضدّ الإرهاب المبنيّ على التّطرّف العنيف، من خلال عمليتين عضويتين:

(1) إبراز الدور التدميري للإرهاب المبنيّ على التّطرّف العنيف في حياة الفرد، والمجتمع والحضارة الإنسانية، و فعله السّلبى على طمأنينة الفرد وسكينة، وعلى السّلم الاجتماعي، والتّنمية المجتمعية؛

العمل على تجاوزه من خلال المدافعة العلميّة.

(2) ويجدر في هذا السياق بسط بعض المعايينات التي تعتبر منطلقاً لكل مبحث في الإرهاب المبنيّ على التّطرّف العنيف، تم استقاؤها من التأطير الميداني، والرّصد والتّتبّع اليوميّ لمختلف الوسائط التّواصلية والإخبارية، والتي يمكن اختصار عناوينها الكبرى في:

- تنامي الحركات التّطرّفية والجرائم المنظمة بمختلف أشكالها؛

o انتشار الأفكار العدمية والتدميرية؛

o تقتيل مبادئ وقيم الإنسانية والكرامة والسّلم؛

o بثّ الذعر والرهب والرّعب في أوساط الساكنة الآمنة؛

o اتهام الدّين بتغذية الحركات الإرهابية انطلاقاً من أن بعض الحركات الإرهابية

اتخذت الدّين الإسلاميّ مطيّة لأفعالها، أو أنّ بعض المذاهب والإيديولوجيات

تربط بين هذه الحركات والدّين الإسلاميّ دون أيّ سند مشروع.

o استغلال الحركات المتطرّفة والإرهابية للكسب الرّقمي المعاصر في الدعاية

والتجنيد والتنظيم والتنفيذ.

2. الوظيفية والمنتظرات

- تتمثل وظيفية هذا الدليل في إعداد مصوغة علمية تمنيعية ضد التطرف العنيف، وما يتولد عنه من سلوكيات خطيرة، والانطلاق من مسلمات موجهة، أبرزها:
- محورة مختلف الأنشطة، التي تؤثت فضاءات معيش المواطن، حول عمليات إنبات وغرس قيم بانية (فكرياً، وعقدياً/ حضارياً، واجتماعياً...)، مساوقة لمبادئ وفلسفة المجتمعات في العالم الإسلامي، ومرتكزة في الآن نفسه على الحقائق العلمية؛
- ترجمة هذه القيم من مفاهيم ومبادئ تجريدية إلى سلوكيات وأفعال إجرائية، يتملكها الناس في حياتهم اليومية، وفق مناوالات تحكمية، قابلة للملاحظة والقياس، من أجل تبين أثر الرجع المنتظر منها؛
- فسح المجال للشباب باعتبارهم شركاء في بناء وإنفاذ هذه التعلّمات والممارسات، بما يتمّ توفيره لهم من مداخل ومقاربات علمية، وآليات تتسم بالتعددية والتكامل والجدة، وأدوات قياس وتتبع يوظفونها ذاتياً لتقويم أنشطتهم بدافع إغنائها؛
- احترام ذكاء الشباب باعتباره من «شباب الألفية الثالثة»، وميولاته واهتماماته ذات الصلة بالعالم الرقمي، الذي ولد وعاش فيه، ممّا يدعو إلى إبعاد النمطية في بناء الأنشطة؛
- صياغة كفايات تثقيفية جديدة تستجيب لحاجات الشباب، ومنها: إقدار الشاب على تبين واستيضاح مساره الحياتي، واستشراف مآلاته لصناعة مستقبله اعتماداً على نفسه، وليس ارتكازاً على ما يُملى عليه قسراً. ومن أجل ذلك يكون من اللازم وضع مصفوقة (حزمة) من الكفايات والقيم المصوغة بناء على مقاسات الشباب في كلّ الأبعاد المكوّنة لذواتهم. ومن مكونات هذه الحزمة:

- جِدَّة (Originalité) ونجاعة (Efficacité) وجودة (Qualité) الخدمات التي يتم إنتاجها لتؤثّر فضاءات ارتياد الشّباب، ومنها المصفوفات الرقمية، بحيث لا تكرر ما هو متوافر تقديمه على مستوى العديد من القنوات الموجهة للشباب؛
- الجرأة المسؤولة والمحسوبة في اختراق المستجدات، والاجتهاد العلمي في إيجاد الأجوبة المقنعة لمختلف الأسئلة والتساؤلات حول التّطرف العنيف، وما يتولّد عنه من سلوكيات خطيرة، عن طريق التشخيص الدقيق لانتظارات السائلين وتبيّن مقاصدها؛
- الحدق المنهجي في التّواصل والتّشيط والعرض؛
- المعرفة والفهم الدّقيقان والشاملان لما يروج في العالم من مظاهر سلوكية وثقافية وروحية/عقدية؛
- التّخطيط وبناء الإجراءات العمليّة في ظل المعايير التوصيفية لجودة المنتج (النشاط) الذي يتمّ تقديمه؛
- الاستناد إلى مرجعيات علمية ذات مصداقية، في مختلف المواضيع التي تعتبر محاور مركزية في المشروع؛
- قطع الصلة مع المقاربات التعليميّة الأحادية القسرية في الأنشطة الموجهة للشباب، والاستعاضة عنها بأنشطة تقوم على التّفاعل والتّلعيب، ضمن مختلف أساليب التّواصل التشاركي، بحيث تكون الغاية من هذه الأنشطة تنمية قدرات الشّباب، وتكون الأدوات والدّعامات متمثلة في ما يعجّ به عالم الشّباب من تقنيّات متعدّدة، من مثل: (Sites dédiés, blogs, Applications, Smartphone, Reseaux sociaux)

لا يمكن لهذه الأهداف والمنتظرات أن تقوم في الواقع وفق التوصيفات السابقة إلا ضمن «دليل علمي»، تصاغ محتوياته وتُبنى وفق هندسة، انطلاقاً من كفاية وأهداف استراتيجية.

ومن منتظرات هذا الدليل:

- تعزيز الأنشطة في المناطق التي تروم التأهيل الفكري (المعرفي)، والقيمي، والاجتماعي...، دَرءاً للمستفيد من الوقوع في مختلف المزالق والتصادمات الفكرية، والنزعات اللاسوية، وأضرِب المسارات الخطيرة والسلوكيات المشينة؛

3. الكفايات والأهداف

يتكون الدليل من قسمين: أحدهما خاصّ بالمتن المعرفي المتعلّق بالمفاهيم الرئيسة، والثاني يقدم الجوانب المنهجية والديداكتيكية. ويتغيى الدليل بقسميه تحقيق الأهداف التالية:

- بناء القدرات لدى الأفراد، وإكسابهم المهارات، من خلال تقديم مضامين إيجابية، ناجعة وفعّالة، تعالج مشاكلهم السلوكية الشائكة المطروحة، وتمثلاتهم القيمة السلبية الشائعة، من خلال حسن استثمار الإمكانيات الهائلة التي تتيحها المصفوفات الرقمية، ومواقع التواصل الاجتماعي، ضمن مجتمع متغيّر باستمرار؛
- توضيح المفاهيم والمعارف ومناهج التعامل، ذات الصلة بالتصدي للإرهاب المبني على التطرف العنيف من منظور الاهتمام بأمن الناس ورفاهتهم؛
- السعي إلى الإسهام في تعزيز ودعم المبادرات والجهود في مجال مواجهة خطاب الجمود والتطرف والإرهاب، من خلال اعتماد مداخل تربوية وقيمية وثقافية؛
- تمكين الأفراد من استثمار كفايات وقيم بانية، يمتلكونها ويمثلونها كقناعات، يستبطنونها ويسلكون وفقها؛
- الإقرار على ترجمة هذه القيم والكفايات إلى أنشطة، وتنزيلها عبر أداءات مثيرة وجذّابة؛
- اعتماد الأسناد والوسائط الرقمية، تقنيات وأدوات، في الوقت نفسه، لتحقيق الكفايات والقيم.



المحور الثاني

المضمون المعرفي: المفاهيم والقيم

- المصوغة الأولى: تحديد المناط المركزي في الدليل
- المصوغة الثانية: صناعة التطرف وأساليب الاختراق
- المصوغة الثالثة: الخرائط الذهنية ميدان للمنازلة والرّهان في جدلية الاختراق
- المصوغة الرابعة: جدلية التواءم والتصادم بين قوّة الاختراق ومناعة الخارطة الذهنية.



المصوغة الأولى

تحديد المناط المركزي في الدليل

1. وظيفة تحديد المفاهيم في ضبط المحمول المضموني

مما لا اختلاف فيه، أن كل ما أنتجه العقل البشري هو جهد إنساني مشترك، يسهم في تطور الحياة الإنسانية، مما يخول الحق للجميع في معرفته والتفاعل معه، وإبداء الرأي فيه، إذ إننا اليوم نحيا في عالم صغير، نتقارب فيه وجوداً، ونختلف فيه ثقافةً وفكراً وعقيدةً...، فعالم اليوم يتطلب تدبيراً راشداً للاختلاف، من أجل ضمان عيش مشترك يحترم القيم الإنسانية الكونية ويحافظ، في الآن نفسه على مختلف الخصوصيات التي ليست في المحصلة إلا زيادة ثراء وغنى للرصيد الحضاري الإنساني.

وإذا كانت الحوارات القائمة بين الشعوب والأمم، خاصة في مواضيع محدّدة ذات الصلة بـ«العيش المشترك»، مع «قبول الاختلاف» تبني خطاباتها، عبر التواصل المؤسّساتي (المنظمات الدولية، والهيئات العلمية، ومؤسّسات المجتمع المدني العابرة للقارات...)، اعتماداً على مصطلحات ومفاهيم، فمن قواعد وأسس الحوار التواصلي بين الباحثين والدّارسين والعلماء... معرفة إذا ما كانت مصطلحات ومفاهيم هذه الوثائق، تعبّر عن قاسم إنساني مشترك بالفعل، أم أنّها تعكس نظرة أحادية لقضية معيّنة على مختلف الأصعدة: سياسياً واقتصادياً واجتماعياً...، خاصة وأن منظومات التواصل المؤسّساتي ترى أن ما تطالب به هو قاسم إنساني مشترك.

إن تدقيق المصطلح المركزي في هذا الدليل، وهو «التمنيع من الإرهاب المبني على التّطرف العنيف» يعتبر من القواعد المؤدّية للفهم الصّحيح، لأن الموضوعية العلمية، من منطلقاتها الإبستيمولوجية، تلزم الباحث بضرورة تحديد جهازه المفهومي (Appareil conceptuel)

تحديداً علمياً دقيقاً، وبالضرورة الملحّة، عندما يكون البحث يتوخّى تأصيل قضية تتولد حولها الأفكار متسارعة، وهي تثير نقاشات، كما هو الأمر في قضية «الإرهاب المبني على التّطرّف العنيف»، والتنقيب الأركيولوجي (الحفري) / المعرفي عن جذورها في التراث المعرفي الإنساني متنوع المرجعيات. فتحديد المصطلح بالدقة العلميّة، المترتب عنها فهم موحد مشترك، يفضي إلى ربط الحقائق العلميّة الحديثة بأصولها الأولى، انطلاقاً من تحديد نشأة هذا المصطلح، ودلالاته الأولى تحديداً دقيقاً، ممّا يجعل من المصطلح العلميّ أداة من أدوات عدّة الباحث، التي تقوده إلى التوصل إلى نتائج علميّة مسكوت عنها، قد تلقي أضواء على جوانب هامّة من التّراث العلميّ الرّاحر، وتفتح، تبعاً لذلك، مجالات واسعة لإعادة اكتشاف هذا التّراث اكتشافاً علمياً واعياً، فاعلاً في حركية تطور المعرفة.

إنّنا حينما ننظر إلى «الأدوات - المصطلحات» (Outils-concepts) في الرّسائل الفكرية نكون في حاجة ماسّة وشديدة إلى ضبط المصطلح، لأننا، حينذاك، نجد أنفسنا أمام «أوعية» عامّة وأدوات مشتركة بين الحضارات والأنساق الفكرية، وفي ذات الوقت، أمام «مضامين» خاصّة ورسائل مميّزة، تختلف فيها وتتميّز بها هذه الأوعية العامّة والأدوات المشتركة لدى أهل كلّ حضارة من الحضارات المتميزة^[1]، ومن ثمة، كان اقتناعنا ملزماً بأن نُفرد في هذا الدليل قولاً يتناول أهميّة تحديد المصطلحات، والحال أن تراثنا الفكريّ يؤكّد على أهميّة ضبط الكلمات والألفاظ، ولا سيّما ما ارتبط منها بموقف فكريّ أو ثقافيّ محدّد، لدرجة الحرص التّام على إلزام النّاس استعمال مصطلحات وألفاظ بعينها، والنّهي عن الحيد عنها، حتى ولو كان التقارب بين اللفظين قوياً: ﴿لَا تَقُولُوا رَاعِنَا﴾ في قوله جل وعلا: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَفُولُوا ۚ نَظَرْنَا وَاسْمَعُوا وَلِلْجَبْرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ﴾ [البقرة: 104]. ومعنى الآية الكريمة: يا أيها الذين آمنوا لا تقولوا لنبيكم: راعنا سمعك وفرغنا لنا نفهمك وتفهمنا

[1] د. محمد عمارة، معركة المصطلحات بين الغرب والإسلام، القاهرة: نهضة مصر للطباعة والنّشر والتوزيع، 1996، ص 4.

ما نقول، ولكن قولوا: انتظرنا وترقبنا حتى نفهم عنك ما تعلمنا وتبينه لنا. واسمعوا منه ما يقول لكم، فعوه واحفظوه وافهموه.

1.1. السلوك الخطر مفهوم مركزي جامع في هذا الدليل

في تحديد مداليل المفاهيم، يمكن تعريف «السلوك الخطر» أو «السلوك المشين» وفق ما يلي:

1.1 «السلوك الخطر» (Comportements à risques) يتحدد معناه الشامل حين مقابلته بـ«السلوك السوي»، الذي يحيل إلى القدرة على ممارسة الحياة العملية والنشاط اليومي بطرائق تحقق الفاعلية والاستقلال المناسب، وتتيح للفرد الحرية في التعرف دون تبعية عمياء مع تحقيق التكيف مع المجتمع. ويحدث ذلك كله ضمن توازن ذاتي للفرد، تنتفي معه المعاناة (النفسية والاجتماعية والعقدية...) في صورها الحادة.

وإذا كان قد درج العرف والتقليد على حصر السلوكيات الخطرة في التصرفات الفردية أو الجماعية، التي ينتج عنها خطر أو ضرر يمس الجسد أو العقل، فيحدث فيهما عللاً أو إعاقات، فإن الرابطة المحمدية للعلماء ترى في هذا التعريف نقصاً، مما يضيع على الباحثين والمهتمين الانصراف إلى شرائح أخرى من المجتمع، تتسم سلوكياتهم بالخطر لكنها، بحكم التصنيف السابق، لا يهتم بها. ومن مثل هذه السلوكيات الخطرة:

- التطرف الفكري؛
- عدم تقدير الذات كما هو الأمر في العمليات الانتحارية؛
- إساءة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي، بما يتسبب في إيذاء الآخرين؛
- التمرد على ما هو أصيل باسم الحداثة؛
- نشر الإباحية و قتل الكرامة؛
- الزهد في تقدير الذات؛

- نشر سلوكيات منافية للحسّ والذوق والثقافة الوطنية؛.....

وتنطلق الرابطة المحمدية للعلماء، في هذا التبنّي للمعنى الواسع للسلوك الخطر من المفهوم الإيجابي للصحة الذي تبناه منظمة الصحة العالمية، وهو مفهوم يشدد على أن الصحة ليست مجرد انتفاء المرض، وخلو الجسد من العلل، وإنما هي التوازنات الفعّالة التي تجعل الإنسان متناسقاً مع نفسه ومع من حوله، بما يحقق التكيف مع الذات والمجتمع، بدءاً بالأسرة فالمجتمع الأصغر فما يليه، وكذلك بما يضمن التوازن الإيجابي مع المجتمع الإنساني^[2]. وقد أضاف بعض المشتغلين بموضوع الصحة والسواء النفسي في العالم العربي بُعداً آخر، وهو التوازن مع الكون الأعظم.

وهكذا يمكن اختزال تعريف السلوك الخطر، لدى الرابطة المحمدية للعلماء، في:

كلّ سلوك فردي أو جماعي، تنتفي فيه الفاعلية والتوازن والتكيف مع الذات والمجتمع، قيماً وثقافة وسلوكاً.

وعلى العموم، فإنّ السلوك الخطر سلوك سلبي، هدام غير بناء، ويعتبر مشكلة اجتماعية تهدد أمن الفرد والمجتمع، لأنّها من المشكلات التي تعوق التنمية. إن المنحرفين والجانحين وذوي السلوك المضاد للمجتمع يمثلون خطراً على حياة الآخرين، ويكوّنون عنصراً قلقاً واضطراباً، قد يعرضون فيه حياة الآخرين للخطر، فهم إما أن يسرقوهم أو يقتلوهم أو يعتدوا عليهم جنسياً.... وهم في الوقت نفسه يمثلون خطراً على أنفسهم، لأنهم، نتيجة لانحرافهم، يقاومهم المجتمع، ممّا يجعلهم عرضةً لاضطرابات نفسية، أقلها القلق، وهم يمثلون مشكلة اجتماعية وتنموية واقتصادية خطيرة، فهم معاؤل هدم. ويبدو من المعايينات اليومية لسلوكيات الناس أن الأمراض الاجتماعية في تزايد يستوجب التدخل للوقاية والعلاج حتى نتجنب الخسارة البشرية الناتجة عنها.

[2] OMS - Bureau Régional pour l'Europe et BZgA. Standards pour l'éducation sexuelle en Europe, un cadre de référence pour les décideurs politiques, les autorités compétentes en matière d'éducation et de santé et les spécialistes. Lausanne, 2013, 70 pages.

ترى الدراسات الحديثة ذات الصلة بـ«سوسيولوجيا الأمراض» (Socio pathologie) أنه من الضروري التمييز بين مفهوم «التصرفات الخطرة» (Conduites à risque)، ومفهوم «السلوكيات الخطرة» (Comportements à risques)، انطلاقاً من مرجعية منظمة الصحة العالمية، التي تُعرّف «التصرفات الخطرة» بأنها «سلوكيات مرتبطة بهشاشة متزايدة بفعل سبب معين، يؤدي إلى اعتلال الصحة».

إنّ مفهوم «التصرفات الخطرة» مفهوم حديث إلى حدّ ما، وقد تمّ تطويره في مجالات أخرى بعيداً عن المجال الطبي، ليشمل مجموعة من السلوكيات غير المتجانسة والمتنوعة للغاية: جسدية، وطبية، ونفسية، وقانونية، وأكاديمية، واجتماعية،...

والملاحظ منهجياً أن مفهوم «التصرف الخطر» في السياق الغربي على وجه الخصوص، غالباً ما يشير إلى المخاطر الناتجة عن أعراض الشعور بالضيق، لا سيما بين المراهقين.

وفي موضوع الأخطار، ظهر مفهوم ثالث هو «السلوك الشاق» (Comportement ordalique) المتسم بالمحنة، وهو سلوك محفوف بالمخاطر، مدفوع بالحاجة إلى اللعب بالموت، أو إعادة تنشيط وجود المرء في اندفاع «شهوة محبّة للصدمة»، كما في حالة الرياضات العنيفة.

ومن رَحِم السوسيولوجيا، خرج فرع جديد باسم «سوسيولوجيا المخاطر»^[3] (Sociologie des risques)، ومن أبرز تيماتها «مجتمع المخاطر» (Société des risques)^[4]، حسب تعبير أولريش بيك^[5] (Ulrich Beck). وهو تخصص سوسيولوجي حديث نسبياً، يهتم

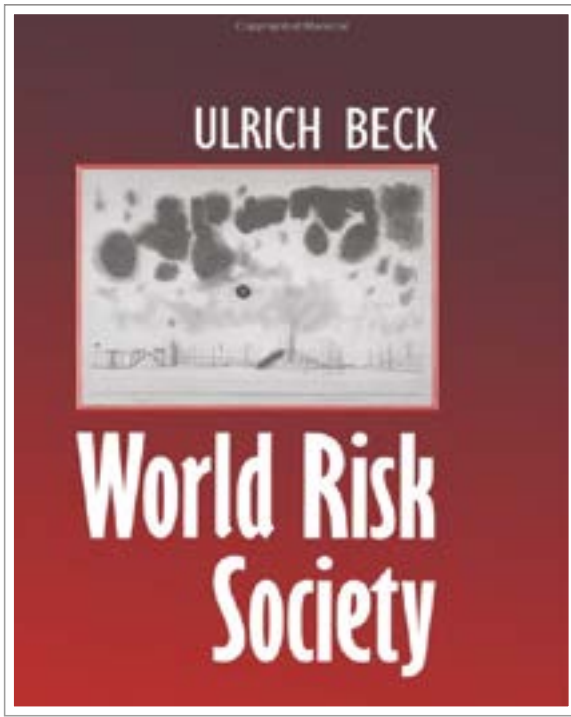
[3] «المخاطر»: جمع، لا مفرد له من صيغته. واستعمال هذه المفردة مرفوض عند الأكثرين، والسبب أن هذا الجمع لم يرد في المعاجم. والفصيح عندهم «أخطار» لا «مخاطر».

[4] يراجع في هذا الشأن كتاب أولريش بيك (Ulrich Beck):

La Société du risque : Sur la voie d'une autre modernité [« Risikogesellschaft »], Aubier, 2001, p. 521 (ISBN 978-2-7007-3679-3)

[5] أولريش بيك - Ulrich Beck (15 مايو 1944 - 1 يناير 2015): عالم اجتماع ألماني مشهور. ركز عمله على مسائل عدم القدرة على التحكم والجهل والارتباب في العصر الحديث، وصاغ مصطلحات «مجتمع المخاطرة» و «الحداثة الثانية» أو «الحداثة الانعكاسية». حاول أيضاً قلب وجهات النظر الوطنية

بتحليل «ظاهرة الأخطار» تحليلاً سوسيو لوجياً، يهدف إلى فهم وتفسير أسبابها و نتائجها في الحيز التاريخي والمجال المجتمعي ككل، كما يهتم بدراسة الأخطار المرتبطة بعصر الحداثة، وهي ظواهر اجتماعية مرضية، تختلف باختلاف المجتمعات وبنائها الثقافية، والاجتماعية، والاقتصادية، لكن تأثير هذه الأخطار له أثره الفاعل، الساري من مجتمع إلى آخر، على الرغم من الاختلافات القائمة بين المجتمعات.



وفي هذا السياق يتحدث أولريش بيك عن الأخطار العالمية في كتابه: «مجتمع الأخطار العالمي»^[6] (La Société mondiale du risque). حيث تعم الأخطار ربوع العالم، بعدما كانت لا تتعدى حدود الدولة القومية، واصفاً هذه الأخطار بـ «الأخطار الطيارة»^[7]، أي الأخطار التي تطير من مكان إلى مكان آخر، متفلّته من أي محاولة مسك بها، ومقاومة لكل محاولة كبح، مما ترتب عنه: «عولمة الأخطار»، أو «عدم الأمان المصطنع». هذه الأخطار غير محدودة وغير ثابتة، لأنها تتمدد وتتطاير متحدية

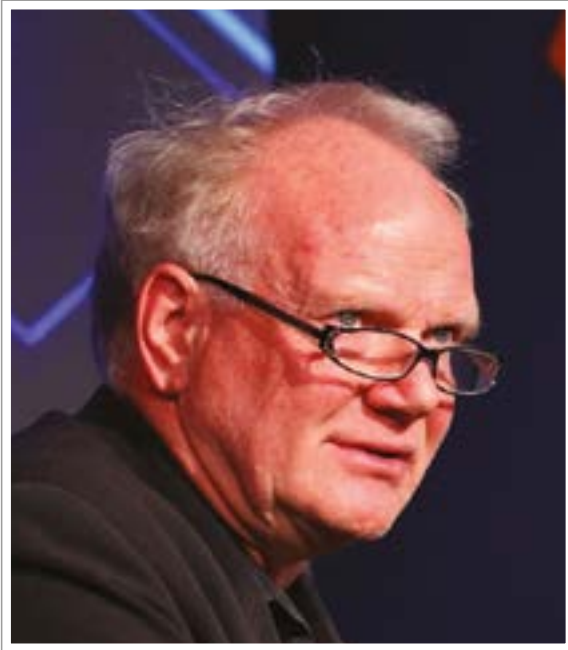
= التي سادت في التحقيقات الاجتماعية مع كوسموبوليتية تعترف بالترابط بين العالم الحديث. اشتغل أستاذاً في جامعة ميونيخ، كما شغل مناصب في مؤسسة دار العلوم الإنسانية في باريس، وفي كلية لندن للاقتصاد.

[6] Ulrich Beck «The world risk society» Cambridge: Polity Press

صدر عام 2006، وترجم إلى عشر لغات.

[7] اقتبس مفهوم «المخاطر الطيارة» من مفهوم شائع، هو مفهوم «المذيبات الطيارة» (Volatile solvents)، وهي سوائل تبخر بسهولة، متحولة إلى غاز، يُمكن أن يسبب عند استنشاقه حالة من التسمم، ومخاطر صحية على المدى الطويل.

للزّمان، بفضل تكنولوجيات التّواصل الرّقمي، ومواقع التّواصل الاجتماعي، والأسناد الرقمية... وكل ذلك يحمل في طيّاته الأخطار التي توسع شبكة العلاقات «الإجرامية».. وكذا تغذية صراعات ونزاعات إثنية وعرقية ذات بعد ثقافي - ديني، ممّا قد يترتّب عنه أيضاً أخطار أخرى عالمية، وأبرزها أخطار التنظيمات الإرهابي العابرة للقارّات...



يأتي هنا الاهتمام بالسوسيولوجي الألماني أولريش بيك - Ulrich Beck، في موضوع التّطرّف العنيف والإرهاب، لأن أطروحته تدعو إلى التوقّف عنده. فمن خلال تحليل أطروحته، نستخلص أن التّطرّف العنيف والإرهاب مكونان عضويان من مكونات المخاطر التي يعيشها العالم في عصر الحداثة من جهة، وأن صنّاع التّطرّف والإرهاب يوظّفون معطيات عصر الحداثة فكراً وتكنولوجياً، في الدّفع بأفكارهم وترجمتها إلى سلوكيّات تتسم بالمخاطر من جهة ثانية.

إن نظريّة أولريش بيك «نسق تحليلي شامل»، يتسع لدراسة التّطرّف العنيف والإرهاب، ليس باعتبارهما سلوكيّات تجزيئية، ولكن باعتبارهما مظهرات لسياق عامّ، هو سياق المخاطر الذي يشكّل مرتعاً خصباً بكلّ مكوّناته لصناعة التّطرّف العنيف والإرهاب. فقد يرى البعض أن حركات التّطرّف العنيف والإرهاب قد رافقت المجتمعات عبر مختلف العصور، والشّاهد على ذلك مثلاً: الحركات العنيفة السّرية في المجتمعات الإسلاميّة، كالزّطّ، والخرميين، والقرامطة، والخوارج... لكن خطورة تلك الحركات العنيفة لم تصل في قوتها وشساعة انتشارها إلى مخاطر التّظيمات الإرهابية الحالية. والسّبب في ذلك، من منظور أولريش

يرى باومان أن الاستهلاك في زمننا هذا، قد تجاوز فكرة السلعة الهادية، إلى استهلاك العواطف والعلاقات الإنسانية، وتكنولوجيا التواصل، بالصورة التي أثرت كثيرا على معاني الحياة والحب والأخلاق، وبالطريقة التي جعلتنا مراقبين باستمرار بسبب استهلاكنا النهم للتكنولوجيا الحديثة، مما أدى إلى سهولة الخوف تحت وطأة الاستهلاك والقلق مما يخبئه الغد، وأنتج لنا اضطراباً أخلاقياً أصبح معه الشرُّ هُبراً.

«الشبكة العربية للأبحاث والنشر»، ضمن سلسلة «الفقه الاستراتيجي».

بيك، العولمة، والحدثة، والتحويلات الاجتماعية، والتطور التكنولوجي المتسارع، وآثارها على المجتمع الإنساني، الذي يغيب فيه البعد الأخلاقي، بسبب نزوعه إلى الأنوية النفعية (Egocentrisme pragmatique). ومن هذا المنطلق، يتفق طرح^[8] أولريش بيك إلى حد بعيد، مع طرح عالم الاجتماع البولندي، زيغمونت باومان (Zygmunt Bauman)، حين حديثه عن «الحدثة المائعة»، أي (مرحلة ما بعد الحدثة)، وهشاشة الروابط الإنسانية، والأزمات،... وهو مفهوم سوسيولوجي أحدثه زيغمونت باومان في مقابل «الحدثة الصلبة»، أي

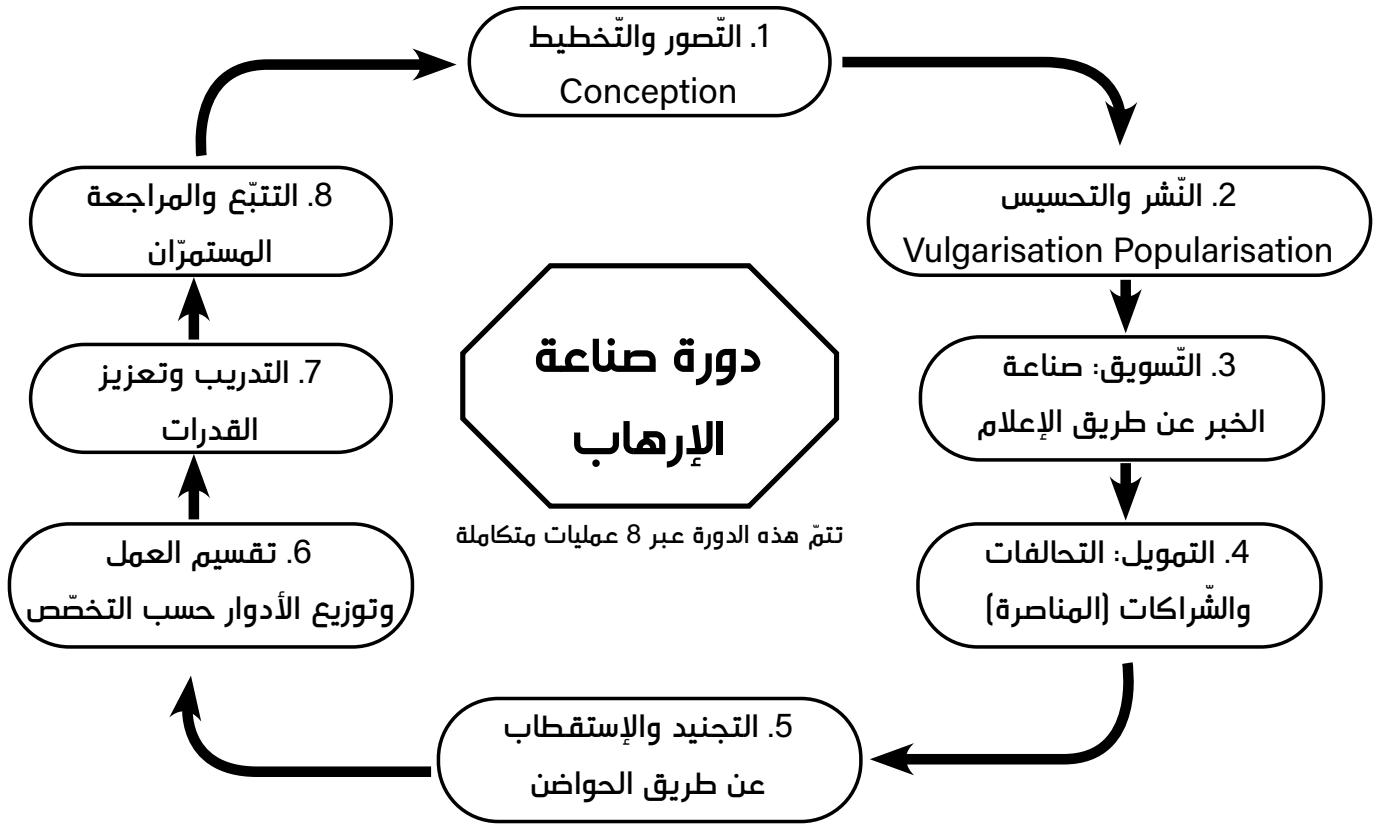
(مرحلة الحدثة)، التي يصفها بكونها ظاهرة تتسم بسيادة العقل على كل شيء. أما ظاهرة ما بعد الحدثة، التي وصفها بأنها حدثة مائعة فهي التي يموت فيها الحب، والحياة، والأخلاق، ويسود الخوف، والشر، والمراقبة.

وكما يتحدث أولريش بيك عن «المخاطر الطيارة»، فإن زيغمونت باومان يتحدث عن «المخاوف»^[9] المائعة، إشارة منه إلى أن المخاطر والأخطار التي كانت تدور في حدود «الدولة

[8] تمت ترجمة مفهوم «الحدثة المائعة» (Liquid Modernity) بـ «الحدثة السائلة»، كما ورد ذلك في «الشبكة العربية للأبحاث والنشر»، ضمن سلسلة «الفقه الاستراتيجي».

[9] «المخاوف» جمع «مخافة»، من: خافَ يَخَافُ «خَوْفاً»، و«خَيْفاً»، و«مخافةً»، و«خيفةً».

القومية/ المحدودة» قد سالت اليوم في عصر «المجتمع العالمي» ليتعدى سيانها حدود دولة بعينها، أو منطقة محدودة، فيسيل إلى مدى أبعد من ذلك، ويجتاح مناطق و أمكنة وفضاءات أخرى. ويترتب عن سيان التّطّرف العنيف والإرهاب سيان الخوف، في صورة رعب/ رهب (Phobie) وقلق (Angoisse) جامحين، لينتج عن ذلك «مجتمعات مريضة»، على حد تعبير جان بيير لوغوف^[10] (Jean-Pierre Le Goff)، في كتابه: «المجتمع المريض» (La société malade)، مع اعتبار الفارق في مسببات المرض.



[10] 1. Jean-Pierre Le Goff, «La société malade», Parution: 03/03/2021, Collection: ESSAIS – DOCUMENTS

1.2. «السلوك المشين» (Comportement honteux) تعبيراً عن السلوك الخطر

ورد مفهوم «السلوك المشين» بمعنى «السلوك الخطر» في برنامج «دعم الارتقاء بقيم التسامح والسلوك المدني والمواطنة والوقاية من السلوكيات المشينة في الوسط المدرسي» (APT2C)^[11]، المشترك بين وزارة التربية الوطنية والرابطة المحمدية للعلماء، بقصد تأهيل فضاءات الحياة المدرسية لإعداد المتعلمين والمتعلمات بعيداً عن المخاطر التي تتولد عن بعض سلوكياتهم.

يقصد بـ«السلوك المشين» بفتح «الميم»، باعتباره اسم مفعول من فعل «شان» «يشين»، «شَيْنًا» الفعل المستقبح، والمعيب، وغير المرغوب فيه، واسم الفاعل «شائن»: «مَا كَانَ الْفُحْشُ فِي شَيْءٍ إِلَّا شَانَهُ...»^[12]

أما «السلوك المشين» بضم الميم، فهو اسم فاعل من فعل «أشان»، «يُشِين»، «إشانة»، واسم المفعول «مُشان»، ويحيل معناه الشامل حين مقابلته بـ«السلوك السوي» إلى ما يشير إليه مصطلح «السلوك الخطر» أو «السلوك الضار المشار إليه سابقاً».

«السلوك المشين» أو «السلوك الخطر» أو «السلوك الضار» يتحدّد معناه الشامل حين مقابلته بـ«السلوك السوي» الذي يحيل إلى القدرة على ممارسة الحياة العملية، والنشاط اليومي، بطرائق تحقق الفاعلية والاستقلال المناسب، وتتيح للفرد الحرية في السلوك دون تبعية عمياء، وتحقيق التكيف مع المجتمع استناداً إلى التوزيع الاعتدالي. ويحدث ذلك كله ضمن توازن ذاتي للفرد تنتفي معه المعاناة (النفسية والاجتماعية والعقدية...) في صورتها الحادة.

[11] projet d'Appui a la Promotion de la Tolérance, du Civisme, de la Citoyenneté en milieu scolaire et a la prévention des comportements a risques

[12] عَنْ أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «مَا كَانَ الْفُحْشُ فِي شَيْءٍ إِلَّا شَانَهُ، وَمَا كَانَ الْحَيَاءُ فِي شَيْءٍ إِلَّا زَانَهُ». رواه الترمذي وقال: حديثٌ حسنٌ.

وهكذا يمكن اختزال تعريف السلوك الخطر أو السلوك المشين في كل سلوك فردي أو جماعي تنفي فيه الفاعلية والتوازن والتكيف مع الذات والمجتمع. لأنه سلوك سلبي وهدام غير بناء، ويعتبر مشكلة اجتماعية تهدد أمن الفرد والمجتمع لأنها من المشكلات التي تعوق التنمية. إن ذوي السلوك المضاد للمجتمع عنصر قلق مستمر لأنهم:

- يمثلون خطراً على حياة الآخرين؛
- يكونون عنصراً قلقاً واضطراباً؛
- يعرضون فيه حياة الآخرين للخطر: إما أن يسرقوهم أو يقتلوهم أو يعتدوا على ممتلكاتهم....؛
- يمثلون خطراً على حياتهم أنفسهم لأنهم، نتيجة لانحرافهم، يقاومهم المجتمع مما يجعلهم عرضة لاضطرابات نفسية أقلها القلق؛
- يمثلون مشكلة اجتماعية وتنموية واقتصادية خطيرة، فهم معاول هدم...

2. المجال المعرفي لدراسة السلوكيات الخطرة

تدرج معالجة «السلوك المرضي» ضمن «علم الاجتماع المرضي/ سوسولوجيا الأمراض»^[13] (La Socio pathologie)، وهو تخصص يجمع بين العلوم التي تهدف إلى دراسة سلوكيات التجمعات التي تعتبر مرضية أو شاذة، وينتمي إلى حقل العلوم الاجتماعية. ويتم

[13] «علم اجتماع المخاطر» هو ذلك العلم الذي يهتم بفهم و تفسير ظاهرة المخاطرة بأسبابها و نتائجها في السياق التاريخي و المجتمعي ككل، تفسيراً سوسولوجياً، كما أنه يعني، تحديداً، بدراسة المخاطر/ الأخطار المنبعثة من عصر الحداثة و ما بعدها، أي أنه يتناول بالدراسة المخاطر التي يعرفها عالمنا اليوم وأثرها على المجتمع الإنساني، و هو يرتبط بشكل كبير بإسهامات عالم الاجتماع الألماني أولريش بيك الذي يعزى له الفضل في صياغة مفهوم «مجتمع المخاطرة». كما يبرز في هذا المجال أيضاً علماء اجتماع مثل الانجليزي أنتوني جيدنز، و الألماني نيكلاس لومان، و الفرنسي دافيد لوبروتون..

في بعض الأحيان الخلط بينه وبين دراسة سلوك «المعتلين اجتماعياً» (Sociopathes) التي هي في الغالب مسألة «الطب النفسي» (La médecine psychiatrique). ويبحث «علم الاجتماع المرضي» في السلوك المضطرب أو الجانح أو نواحي العجز في القدرة على أداء السلوك الاجتماعي السوي، كما يدرس هذا العلم أيضاً اضطرابات الخلق، أي الانحرافات السلوكية أو السلوك اللاأخلاقي والموجه ضد المجتمع: السلوك المضاد للمجتمع (Anti-Social comportement) أي سلوك مضاد للأعراف والقيم الاجتماعية والثقافية.

إن توجه المهتمين بدراسة السلوكيات الخطرة ينطلق من المنظور المتطور لمفهوم الصحة، والذي أصبح يعرف بـ«طب المجتمع» الذي تطورت اهتماماته ومجالاته خلال القرن العشرين، حيث يلاحظ أنه ركز في البداية على صحة البيئة بمختلف أصنافها، وانتهى بالنظرة الشمولية التي تربط بين الصحة والسلوك. وتحيل مسؤولية الحفاظ على صحة الإنسان إلى مسؤولية مشتركة بين الفرد والمجتمع، عبر مؤسساته المختلفة، وليس المؤسسات الصحية فقط.

وفي هذا السياق العلمي الرامي إلى الاهتمام بالناس، وتمنيعهم من السلوكيات الخطرة، تم الاهتمام أيضاً بـ«العدوى الاجتماعية»، أو «التقليد». وتستعمل لفظة «العدوى» في الميدان الاجتماعي لتشبيه حالة الانتشار العفوي لبعض الظواهر المرضية اجتماعياً، بحالة انتقال المرض من شخص إلى شخص. فكما أن انتقال المرض يتم بدون إرادة المريض، ولا إرادة الشخص الذي انتقل إليه المرض، كذلك تنتقل الظاهرة السلوكية المرضية، من شخص إلى آخر بشكل لا إرادي. وقد تكون عبارة عن رأي، أو اتجاه، أو مشاعر معينة، أو اندفاع عاطفي في وجهة معينة. وفي كل هذه الحالات يتم تقبل الظاهرة المنتقلة من الشخص الآخر بشكل «آلي» أي بدون تدخل الإرادة الواعية. ويمكن اعتبار التطرف العنيف، بمثابة ظواهر تنتقل بواسطة العدوى الاجتماعية. وفي هذا الإطار يمكن تفسير كيف يتم انتقال نماذج السلوك من شخص إلى آخر، وكيف يصبح نموذج ما للسلوك

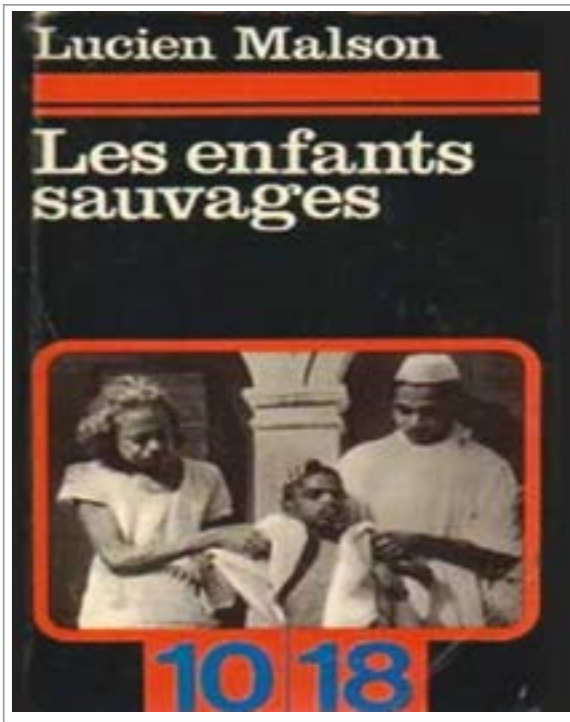
مسيطرًا. إنَّ «العدوى الاجتماعية» التي يكون موضوعها «آفة اجتماعية» أو «شرًا اجتماعيًا» تسمى أيضًا بـ«التلويث الاجتماعي».

3. السلوك الإنساني الخطر قابل للتعديل: حقائق سوسيوأنثروبولوجية

لقد ازدادت الدراسات العلمية تطوراً، الشيء الذي أوضح، بكثير من التدقيق، مكونات دراسة «سلوك الإنسان»، هذا الكائن المركب، وأفصح عن بنيات سلوكه وتركيباتها السوية، كما أبدعها الله سبحانه و تعالى. ومن بين هذه الدراسات العلمية: العلوم اللسانية، والسيكولوجيا، والسوسولوجيا، والسيكوسوسولوجيا...، حيث فتحت هذه العلوم نوافذ عدّة في تحليل سلوك الإنسان، اعتُبرت تخصصات جديدة، ومنها على سبيل المثال: سيكولوجيا الشخصية، وسوسولوجيا الثقافة، وعلم النفس المرضي، والبرمجة العصبية اللغوية. إن هذه الدراسات وما يسير في فلکها قد أوضح، بكثير من الدقة، الميكانيزمات والآليات التي تتحكّم في سلوك الإنسان، كما أوضحت أن هذا السلوك ليس متروكاً للصدفة، بل تحكّمه ضوابط و محدّدات بالإمكان التدخل والتأثير في مسارها. ليس آلياً، وإنما هو تصرف تتحكّم فيه عوامل تجعل منه السلوك المرغوب، أو السلوك المرفوض، ولعلّ هذه الحقيقة هي التي أشار إليها عالم النفس السلوكي الأمريكي واطسون^[14] حينما اشترط على نفسه أن يصنع من أشخاص عاديين نماذج متباينة، بناء على طلبات من يتعامل معهم. فقد ورد عنه قوله: لو وُضع تحت تصرفي اثنا عشر طفلاً رضيعاً يتمتعون بصحة جيدة وبنية سليمة، وطلب مني أن أعلمهم بالطريقة التي أعتقد أنّها المثلى للتعلّم، فإنني قادر على تعليم أيّ من هؤلاء الأطفال بطريقتي هذه، بحيث يصبح مختصّاً في المجال الذي أختاره له، كأن يكون طبيباً، أو محامياً، أو فنّاناً، أو رجل أعمال بغضّ النظر عن مواهبه أو اهتماماته، أو ميوله، أو قدرته، أو مهنة آباءه وأجداده، أو الجنس الذي ينتمي إليه.

[14] J.B.Watson Behaviorism, W.W.Norton ,New York ,1925,p.82.

وإن كانت هذه القضية تجد جذورها في سلوكية العالم الروسي بافلوف (Pavlov)، فإننا نجد في التراث الإسلامي ما يوضحها: فعن أبي هريرة، عن رسول الله ﷺ قال: كُلُّ مَوْلُودٍ يُوَلَّدُ عَلَى الْفِطْرَةِ، فَأَبَوَاهُ يُهَوِّدَانِهِ أَوْ يُنَصِّرَانِهِ أَوْ يُمَجِّسَانِهِ، كَمَا تَتَّبِعُونَ إِبِلَكُمْ هَذِهِ هَلْ تُحْسِنُونَ فِيهَا مِنْ جَدْعَاءَ. ثُمَّ يَقُولُ أَبُو هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: ﴿وَطَرَتِ اللَّهُ إِلَيْهِ فِطْرَ النَّاسِ عَلَيْهَا﴾ [الروم: 30].^[15]



إن هذه الحقائق العلمية قد عززتها وقائع معيشة ترتبط بـ«الأطفال المتوحشين» (Les enfants sauvages) الذين عثر عليهم منبوذين ومُهملين في الأدغال، في مناطق عدة من العالم، بداية من القرن الرابع عشر. وهم أطفال تركوا لحالهم منذ السنين الأولى من حياتهم، فما تعلموا شيئاً من الثقافة المهذبة للسلوك البري، وإنما كانوا آدميين بيولوجيين (حيوانات في صور آدميين). ولم يفلح العلماء، على مختلف مشاربهم وأطيافهم العلمية: (السيكولوجيون، السوسولوجيون، الأثنروبولوجيون، السياسيون، الأطباء...)، أن يعيدوهم إلى

حياتهم البشرية. وهكذا خلص الباحثون إلى أن الإنسانية (Humanité) لا تنتقل بالوراثة، وإنما هي قدرات يمتلكها الإنسان بالكسب عن طريق محددات كثيرة تدخل ضمن السياق العام الذي نسّميه «ثقافة» أو «حضارة» (Culture ou Civilisation).

[15] صحيح البخارى وصحيح مسلم وصحيح ابن حبان.

ومن هذا المنظور العلمي اعتبر الإنسان كائنًا خديجًا (ولد قبل الأوان)، و عليه أن يستدرك الناقص منه بعد الولادة. وهذا الناقص هو الجانب السوسيو ثقافي في معناه العام.^[16]

الثقافة هي:

- « وسائل الحياة المختلفة، الظاهر منها والضمني كما العقلي واللاعقلي، التي توصل إليها الإنسان عبر التاريخ، والتي توجد في وقت معين، وتكوّن وسائل إرشاد توجه سلوك الأفراد في المجتمع».
- «كيان مركّب من أساليب التفكير والشعور والعمل. وهي أساليب منظّمة، إلى حدّ أو آخر، يعتنقها ويعمل بموجبها عدد من الأفراد، فتحوّلهم، موضوعيًا ورمزيًا، إلى جماعة موحّدة ذات خصائص مشتركة».^[17]
- « ذلك الكل المركّب الذي يشمل المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والعادات والمواقف والقيم، وكل القدرات التي يكتسبها الإنسان كعضو في جماعة».^[18]

وتأسيسًا على هذه المعطيات يتضح أن أغلب ما يشكل البعد اللاعضوي في الإنسان، وهو الأهمّ، يتمّ اكتسابه بعد الولادة عن طريق التربية والتثقيف، وأن مجاله واسع جدًا يشمل، من ضمن ما يشمل، القيم والمعتقدات التي تعتبر المرتكز الذي يستند إليه السلوك.

إن القيم هي الأساسات والمبادئ والمرتكزات التي تنظم حياتنا ونتخذ، في ضوءها، قرارًا، نأخذ به في مواجهة الأطفال واليافعين، ثمّ فهي ضرورية للإنسان، مرافقة له في حياته سواء أشعر بها أم لم يستشعرها، لأنّه قد بسلك بموجبها رغم أنها قد تكون ضمن اللاوعي أو اللاشعور كما يحدث في الكشوفات الاجتماعية مثل القتل والسرقة.^[17] Gay Bochner, Introduction à la psychologie générale, II: L'Action sociale, Paris, Editions Poinsot, 1995, p. 111 والأعراض التحولية

[18] Edward Tylor, Primitive Culture, London: John Murray, 1871, p.1

(الهيستوريا)،... وهذه القيم هي التي يدخلها كارل بوبر (K.Popper) ضمن السياق اللامادي في الكيان البشري، والتي يرى أنها توجد وراء كل تغيير مادي في الإنسان. وقد دعا في مشروعه الفكري إلى استيضاح الكيفية التي تعمل بها هذه المنظومة اللامادية، بما فيها القيم، في إحداث تغييرات مادية في الإنسان ومحيطه: فالناس، في الغالب الأعم لا يستبطنون أفكارهم وإنما يحرصون على تبيين كيف يعيشون، وكيف يسلكون في حياتهم اليومية، وكيف ينشئون أطفالهم، وكيف يتخذون مساكنهم... وهذه كلها أمور تشير إلى سلوكيات الأفراد لا إلى القيم التي تكون وراء هذه السلوكيات، رغم أن هذه القيم هي الأساس في تحديد هذه السلوكيات، بينما هؤلاء الناس أنفسهم قد يدعون، بصريح العبارة و عبر منابر متعددة، إلى تبني مجموعة من القيم عادة ما يسمونها «منظومة القيم العليا» كالحرية والكرامة والمساواة والأخوة وحقوق الإنسان والمواطنة... على الرغم من أنهم لا يمارسونها. فهناك من يسلك بناء على قيمه دون أن يستحضرها ويعيها كمنطلقات في سلوكياته، وهناك من يجمع على أهمية مجموعة من القيم دون أن يتخذها منطلقاً لتصرفاته.

يتضح:

- أن القيم جزء لا يتجزأ من وجود الإنسان؛
- أنها رافعة يعتمد عليها في تصرفاته و سلوكياته؛
- أنها قابلة للتعديل والتغيير بقصد تغيير التصرفات والسلوكيات والتأثير في الشخصية وإعطائها منحى آخر.

4. «التتقيف الصحي» مسلك الرابطة المحمدية للعلماء في مكافحة الإرهاب المبني

على التطرف العنيف:

تميز الرابطة المحمدية للعلماء في كل مشاريعها الرامية إلى مكافحة الإرهاب والتطرف

العنيف بين مسلكين :

- المسلك الأول: إذا ما تمّ حصر الإرهاب المبنيّ على التّطرف العنيف في مفهومه الجرمي الضيق فإنّ الاهتمام به سيكون على مستوى المقاربة الأمنية، التي تتمّ عبر المساطر القضائية وإجراءات الشرطة والعقوبات الزجرية الحبسية.
- المسلك الثاني: أما إذا ما تمّ النّظر إلى الإرهاب المبنيّ على التّطرف العنيف في مشموله العام، باعتباره «حالة اضطراب في السلوك العاطفي والاجتماعي وعدم توازن الشخصية»، فإنّ «التثقيف الصّحي»^[19] عندئذ يكون أنجع أداة وأكمل أسلوب في التعامل مع هذه السلوكيات.

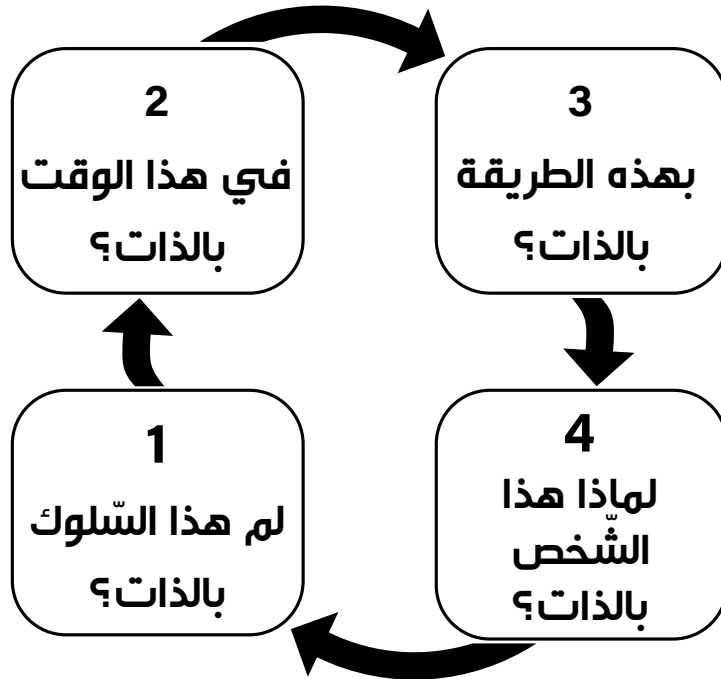
ويقصد بـ«التثقيف الصّحي» تطوير المعلومات والمفاهيم والسلوك السوي عند الأفراد. فمعرفة النّاس بالأمور الصّحية هي الخطوة الأولى لتبنيهم سلوكاً صحياً سليماً لتحملهم مسؤولية تعزيز الصّحة ومكافحة المرض. ووسائل التثقيف هي: الكلمة والصّورة والحوار والنموذج والقدوة والتعليم بالممارسة. والتثقيف الصّحي يتسم بالصّعوبة والبساطة في آن واحد، حيث يتحدّث عنه النّاس كما لو كانت قضيته تنتهي بإيصال المعلومة إلى الآخرين، في حين، تتمثّل صعوبته في أن إيصال المعلومة لا يكفي إذا لم تتحول هذه المعلومة إلى دافع نفسيّ (موقف)، ثمّ يتحوّل الموقف إلى سلوك، لأن معرفة النّاس بالأمور الصّحية هي الخطوة الأولى لتبنيهم سلوكاً صحياً سليماً. كما أن التثقيف الصّحي لا يرى في السلوك الخطر مجرد عارض عشوائيّ وموضعيّ، وإنما يعتبره حلقة في سلسلة لها تركيبات تتداخل وتتفاعل على نحو بالغ التعقيد والدلالة.

إن نظرة من هذا القبيل هي وحدها القادرة على التصديّ للأسئلة الكبرى من مثل:

وهكذا فإنّ التثقيف الصّحي لا يرى في السلوك الخطر (الإرهاب) مجرد عارض عشوائيّ وموضعيّ، وإنما يعتبره حلقة في سلسلة لها حلقات تتداخل وتتفاعل على نحو بالغ التعقيد والدلالة.

[19] بالمعنى العام لمفهوم الصّحة المشار إليه سابقاً

قد تبدو أسئلة من هذا القبيل نظريّة وفضولية وعديمة الدّلالة، ولكنّ طرحها قد يكون الفارق الدّي يميز التعامل مع السلوك الخطر، من حيث العلاج الضيق إلى التّثقيف الشامل المؤدي إلى التّمنيع الدّاتي (Auto immunisation). ويحصل ذلك بامتلاك وتملّك المهارات الحياتية. (Compétences/Habilités de vie).



المصوغة الثانية صناعة التطرف وأساليب الاختراق

1. مقدمات

يرتكز «الإرهاب»، باعتباره توجّهاً عدوانياً تدميراً، على السلوك العنفي. والعنف من منظور مختلف مدارس علم النفس، آلية من آليات الدفاع عن الذات ضد المخاطر، التي

تهدد أمن الإنسان والحيوان، وخاصة ما يرتبط بأمن العيش والبقاء. لكن آليات هذه الغريزة وطرائق إشباعها تختلف بين الإنسان والحيوان، وذلك لأن الإنسان «حيوان اجتماعي بطبعه»، متم لمجتمع، وممتلك لقيم، ومنتج لثقافة تعتبر «كياناً مركباً من أساليب التفكير والشعور والعمل، وأساليب منظمة، إلى حدّ أو آخر، يعتنقها ويعمل بموجبها عدد من الأفراد، فتحوّلهم، موضوعياً ورمزياً، إلى جماعة موحّدة ذات خصائص مشتركة»^[20]،

يعتبر مفهوم «الأبيتوس» (Habitus) مفهوماً مركزياً في سوسيولوجيا بورديو، ويحدده في مجموع الشروط التي تحكم علاقة الفرد بالمجتمع. وهو المحرك لكل سلوكياته وتصرفاته. فالفرد يسلك وفق ما يمليه عليه المحيط الاجتماعي الذي ينتمي إليه، و ما يراكمه من رأسمال سوسيوثقافي. وهكذا يحيل مفهوم الأبيتوس إلى كلّ ما يستبطنه الفرد من مجتمعه، حيث يتمّ تحويل ما هو خارجي وجعله داخلياً عن طريق عملية الاستبطان، ومن ثمّ تترسخ لدى الفرد كلّ البنيات الاجتماعية من عادات وتقاليد وقيم، ويتحوّل تبعاً لذلك إلى مناصر ووكيل يدافع عن قيم مجتمعه التي يكون قد تشبّع بها. الأبيتوس عملية تحويل منظومات القيم إلى مؤسسات للسلوك...

لأنها تتضمن «ذلك الكل المركب، الذي يشمل المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والعادات والمواقف والقيم، وكل القدرات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً فاعلاً في

[20] Guy Rocher, Introduction à la sociologie générale, I:L'action sociale, Paris: Editions Points, 1995, p. 111.

جماعة»^[21]، مسؤولاً ومكرماً، في مقابل باقي الكائنات الحية الأخرى، وممتمكاً عقلاً يفكر به، ولساناً يتكلم به ويعبر بواسطته عما يريد... وبهذه الخاصيات الأنثروبولوجية استطاع الإنسان تهذيب غرائزه، وتنظيم سلوكه، وبناء حضارته، وتوجيه إمكاناته توجيهاً صحيحاً ونافعاً لخدمة ذاته ومجتمعه.

ويعتبر التحليل السوسولوجي لظاهرة العنف من أكثر التحليلات قبولاً، وخاصة عند «علماء الاجتماع التفاعليين»^[22] (Sociologues interactionnistes)، لأنه يفسر العنف عند الإنسان بكونه ظاهرة اجتماعية، وأنه مدفوع لممارسته بسبب التنافس والصراع من أجل البقاء على الحياة، وليس بطريقة غريزية صرفة. وقد حول الإنسان العلم والتقنية إلى وسائل إبادة وتدمير، في اندفاع أكثر شدة وأكثر خطورة مما هو عليه الحيوان. إن دورهما (أي العلم والتقنية) التدميري في حياة الفرد والمجتمع والحضارة الإنسانية، وأثرهما السلبي في دحر التنمية، يوجب على الباحث أن يتغيب رصد المفاهيم التي يستند إليها الإرهاب المبني على التطرف، وأن يحدد ويفكك مداليلها بنوع من التعمق. ومن بين ما يدعو إلى إنجاز هذا التحليل: أن من أهم المعايينات التي دخلت في المألوف لدى العديد من الناس، وكأنها مكون ضروري من معيشهم اليومي الطبيعي (l'Habitus) تنامي الحركات التطرفية، وظهور الجريمة المنظمة، ونشر الأفكار التدميرية، وقتل مبادئ وقيم الإنسانية والكرامة والسلم، وبث الدعر والرهب والرعب في أوساط الساكنة الآمنة...، واتهام الدين بتغذية الحركات الإرهابية، انطلاقاً من أن بعض الحركات السرية الإرهابية اتخذت الدين الإسلامي مطية لأفعالها، أو أن بعض المذاهب والإيديولوجيات ربطت بين هذه الحركات والدين الإسلامي دون أي سند مبرر.

[21] Edward Tylor, Primitive Culture, London: John Murray, 1871, p.1

[22] يراجع في هذا الشأن:

- a. E. H. Sutherland & D. R. Cressey, Principe de criminologie, (éd. orig. américaine 1924), Paris, Lujas, 1966.
- b. Coulon, L'Ecole de Chicago, Paris, PUF, 1992.

2. مفردات الجهاز المفاهيمي للإرهاب المبني على التطرف العنيف

من باب الإحاطة بمنظومة «التطرف» و«الإرهاب» ندرج في هذه الفقرة جهازاً مفاهيمياً خاصاً، يبنى سياقه من المفردات التالية:

2.1 العنف (Violence)

«العنف»، بالمعنى العام، موضوع واسع ومتعدد الجوانب، لأن كثيراً من العناصر تتدخل وتؤثر على مواقفنا تجاه العنف، بحيث نجد من يرفض العنف، ومن يوافق على استخدامه في الموقف نفسه، وهذا نابع من عدة عوامل كالثقافة السائدة والجنس والخلفية القيمية/الأخلاقية وغيرها.

وحسب تعريف منظّمة الصّحة العالميّة فـ«إنّ العنف هو الاستعمال المقصود للقوة الفيزيقية (Physique)، بالتهديد، أو الممارسة الفعلية ضدّ الذات، أو شخص آخر أو جماعة أو مجتمع، والذي ينتج منه عنه ضرر أو جرح، أو يقصد به الضرر أو الموت أو الضرر النفسيّ أو الحرمان...» ويلتقي هذا التعريف مع مختلف التحديدات التي وضعها بعض علماء النفس للعنف:

- العنف هو: تعبير عن إرادة القوة (آدلر)؛
- العنف هو: أيّ سلوك واع وشعوري، ناتج عن غريزة الموت التي افترض فرويد وجودها، واعتبرها مسؤولة عن سلوك العدوان والتدمير (سيغموند فرويد)؛
- العنف هو: السلوك الذي يُقصد به إيذاء شخص آخر، أو جرحه لتعويض إحباط معين. وكلّما ازداد إحباط الفرد ازداد عدوانه (فيليب هريمان)؛
- العنف هو: كلّ نشاط هدام أو تخريبي مهما كان نوعه، وأنه نشاط يقدم عليه الفرد لإلحاق الأذى بشخص آخر، عن طريق الجرح المادّي أو المعنويّ. فهو سلوك الاستهزاء والسخرية والضحك والاستهجان (هيلغارد).

ومن سياق هذه التعريفات يتضح أن العنف:

- يتضمّن كلّ أشكال الإيذاء البدني والعقلي، وسوء المعاملة والإهمال؛
- استخدام وسائل إكراهية لتحقيق الأهداف؛
- سلوك أو فعل يتسم بالعدوانية، يصدر عن طريق فرد، أو جماعة، أو طبقة اجتماعية، بهدف استغلال وإخضاع طرف آخر، في إطار علاقة قوة غير متكافئة اقتصادياً، أو اجتماعياً، أو سياسياً...، ممّا يتسبب في إحداث أضرار مادية أو معنوية.

2.2 التّعصّب (Fanatisme/Dogmatisme)

يمكن اعتبار التّعصّب عاملاً آخر من عوامل إحداث الإرهاب، يعمل على تذكّيته وتوسيع مجالات حضوره. وهو من الناحية اللغوية يعني «عدم قبول الحق بالرغم من وضوح الدليل عليه، والميل الشديد إلى جهة معينة، أو جماعة، أو مذهب عقدي، أو فكر سياسي، أو طائفة...» وهو بهذا المعنى «تطرف»، لكنه يختلف عن التطرف، لأن الشخص المتطرف يكون في غالب الأحيان واعياً بأنه متطرف، وأنه إنّما يسلك متطرفاً لكونه يميل إلى جهة ما تربطه بها مصالح قبلية، أو عرقية أو مالية أو ثقافية...، وقد يدرك أنه على خطأ في سلوكه، لكنه يتمادى في هذا السلوك. ولهذه الخاصية سمّاهم البعض بـ«متقفي التشدد»، وهم يعيشون في مأزق كبير، لأنهم غير قادرين على إيجاد تفسير واضح، يبررون به سبب انشغالهم بالإرهاب.. لكن التّعصّب، حسب التعريفات السيكولوجية، هو «شحنة انفعالية» (Charge émotionnelle) حادة، وغير قابلة للتبرير المنطقي. فكل سلوك تعصبي هو سلوك مقبول من صاحبه الذي لا يبدي أي استعداد للتحوار في شأن تصرّفه، الذي يتمسك به بشكل أعمى. ولذلك يسمى التّعصّب أحياناً بـ«السلوك الوثوقي»، أو «السلوك الدوغمائي» (Comportement dogmatique). ويسمى الشخص المتسم بهذا التوصيف «شخصاً متعصباً». ويكمن الربط بين التّعصّب والإرهاب، في أن الشخص المتعصّب يكون، في غالب الأحيان، متشدداً، وغير منفتح على قيم التسامح، وغير قادر على استبصار المسالك المنطقية المستندة إلى التعامل بمبدأ الحوار المتسامح...

وأشد أشكال التعصّب خطراً هو: التعصّب القومي، والتعصّب الديني، والتعصّب السياسي.. ولا يمكن لأحد أن يتصور وجود مجتمع إنساني مستقر وآمن، يعيش فيه الناس بسلام وأمان وطمأنينة مع وجود هذا النوع من السلوك المتعصب، الذي يرفض الحق، ويصادر آراء الآخرين، ولا يؤمن بالتساكن والتعايش...

2.3 الإرهاب (Terrorisme)

تفيد لفظة «الإرهاب» (Terrorisme) في منظومة القيم الإسلامية والكونية إحداث الرّهبة، أي التخويف وإشاعة عدم الاطمئنان وبث الرّعب والفرع، بهدف زعزعة الاستقرار، لتحقيق غايات وأهداف معيّنة. والإرهاب هو العنف المخيف المرعب الذي يُستخدم ضدّ الإنسان والاعتداء على حقوقه الأساسية في الحياة، من دون موجب قانوني أو تعاقد جماعي.

ومفهوم الإرهاب نسبي ومتطور، يختلف من مكان لآخر، ومن شخص لغيره، ومن عقيدة أو فكرة لغيرها، ووفق المتغيّرات الظرفية والمكانية، على الرّغم من وجود قواسم مشتركة. ولهذا فمن الصّعب جدّاً أن نجد مفهوماً واحداً للإرهاب، أو للجريمة السياسية يقبل به الجميع، أو يحظى بالرّضى التّام لكل المتدخلين، إلا أن هذا لا يمنع من الاتفاق على بعض الخاصّيات المشتركة لدى الإرهابيين أفراداً وجماعات. إذ يتميز الشّخص الإرهابي ببعض المظاهر السلوكية التي تلازمه في أغلب الأوقات، ومن أبرز هذه المحدّدات السلوكية العناصر التّالية:

- فقدان السيطرة على الأعصاب في أغلب المواقف؛
- النزعة التخريبية المتمثلة في تفكير مستمر من أجل إحداث أفعال عدوانية؛
- السلوك التدميري المستمر؛
- البعد عن التّفكير المنطقي الصّائب، وعدم الاستشراف بسبب عدم إعمال الفكر وتبصر العواقب والمآلات؛

- الإقدام على السلوك المتهور دون تقدير النتائج؛
- استعمال عبارات القذف والتشهير وتهديد الآخرين؛
- حمل الأسلحة والتدريب على استعمالها، بدءاً من أسلحة الدمار المتطورة، إلى أبسط الأسلحة العدوانية (سكاكين، سيوف، أدوات أخرى حادة، سلاسل ...)؛
- الانغماس والتترس.

وأيًا كان نوع الإرهاب فهو جريمة متعمدة وخطيرة، ويعتبر فاعلها، وفق الشرع، مجرمًا يستوجب التعامل معه، حسب فعله الجرمي، وحالته النفسية، تعاملًا يستند إلى كل المداخل القانونية والسيكولوجية والسوسيولوجية والشرعية. ولا يمكن، حين الحديث عن الإرهاب، استثناء الجرائم التي تُرتكب من طرف دول أو عصابات أو منظمات أو تجمعات إرهابية كالتطهير العرقي، وزعزعة أمن الدول واستقرار ساكنتها، وتهريب البشر واحتجازهم في معسكرات وغيتوهات لأنها تثير الخوف والفرع والرعب في النفس البشرية، مخالفة بشكل صريح أبسط حقوق الإنسان.. وجرائم الإرهاب يمكن تحديدها «في ضرب المدنيين الأبرياء والأهداف المدنية وحرق القرى ومصادر الرزق العام والخدمات وأماكن العبادة المختلفة وهي أيضا جرائم دولية لا تسقط بسبب التقادم الزمني ...»

2.4 التّطَرّف (Extrémisme)

«التّطَرّف»، لغة، يفيد الوقوف في أحد الطرفين، وهو عكس «التوسط» و«الاعتدال»، ومن تم، فقد يُقصد به التسبب أو المغالاة، وإن كان قد شاع استخدامه في المغالاة والإفراط فقط، والتّطَرّف كذلك يعني الغلو، وهو ارتفاع الشيء ومجاوزه الحدّ فيه.

التّطَرّف هو «تفعّل»، بتشديد العين، من «طرف» «يطرف» «طرفًا» بالتحريك، وهو الأخذ بأحد الطرفين والميل لهما: إما الطّرف الأدنى أو الأقصى^[23]، ومنه أطلقوه على الناحية وطائفة الشيء.. ومعناه مجاوزة الوسط في كل شيء، في الاعتقاد، والسلوك، والآراء.

[23] «القاموس المحيط»، و«تاج العروس» و«لسان العرب» و«معجم مقاييس اللغة»، و«الصحاح» و«المصباح

ومجازة الوسط قد تكون بالإفراط والغلو، فيولد التّطرف، وقد يكون بالتفريط والإهمال، فيولد الانحلال والتسيب، وكلا الطرفين مذمومٌ شرعاً وعقلاً. وهذا التحديد البسيط ذو ترابط قوي بالمدلول اللغوي لكلمة التّطرف في أصلها الاشتقاقي، وبالجزر اللغوي المتمثل في: «طرف»^[24].

و«التّطرف» اصطلاحاً يرتبط بأفكار بعيدة عمّا تعارف عليه الناس في معيشتهم اليومي سياسياً واقتصادياً واجتماعياً ودينيّاً. والتّطرف بهذا المعنى قد يحدث دون أن يكون فيه فعل ممارس لسلوكيات العنف في مواجهة المجتمع أو الدولة أو أيّ آخر. لكنّه قد لا يكون كذلك دائماً، إذ بإمكانه حين الغلو أن ينتقل من مجرد أفكار إلى حركات معاكسة إيذائية تجاه من يعتقد فيه أنه «الغير» «المخالف» (l'Autrui)، فيصير تبعاً لذلك دافعاً ومولداً للإرهاب.

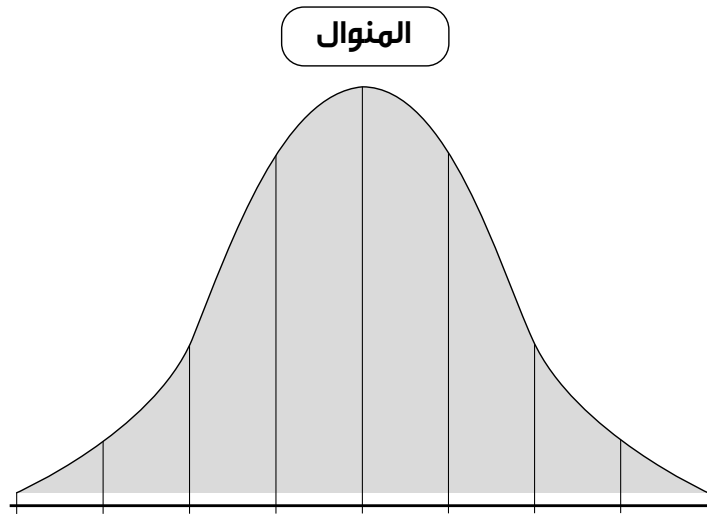
ويحدّد الدكتور محمد الكتاني مفهوم الوسطية في الإسلام باعتبارها نقيضاً للتّطرف في قوله: «... الوسطية تعني في نفس الوقت عدم التّطرف، بل ومواجهته في كلّ مظهره، باعتبار التّطرف نقيضاً للوسطية، لأنّه يفضي إما إلى الانغلاق، وإما إلى الفوضى. وبما أن الدّين الإسلامي هو عبارة عن معتقدات، وحقوق مشروعة، وقيم سلوكيّة، فإنّ المؤمن ربّما صعب عليه تمييز الحد الفاصل بين الشطط في التّصور والممارسة، أو في التّزمت في الفهم والتطبيق. ولذلك ألح الإسلام على الوسطية، جاعلاً منها الميزة الأساسية للأمة الإسلاميّة بمعناها الحق»

وفي هذا التعريف صورة لمعنى الاعتدال بالمفهوم الإحصائي حسب منحني غوس (Courbe de Gauss)، الذي يستعمل في غالب الأحيان دلالة على التوازن النفسي والاجتماعي.

المنير» مادة (طرف).

[24] «لسان العرب»، مادة: طرف 90/217.

منحنى غوس، أو المنحنى الاعتدالي، الشبيه بالجرس، هو تمثيل بياني في شكل تناسبى، تمثل فيه التقديرات في الوسط، وتتوزع بالتساوي بين الأعلى والأدنى. ويعبر هذا التمثيل البياني عن خاصية عامة في تقدير قيم الأشياء، حيث إن التقديرات تتوزع بكثرة في الوسط (المنوال)، بينما تقل نسبتها في الطرفين الأيمن والأيسر.



3. الإرهاب والتطرف والعنف والتعصب سلوكيات خطيرة

«السلوك الخطر» (Comportement à risque) يتحدّد معناه الشامل حين مقابلته بـ«السلوك السوي»، الذي يحيل إلى القدرة على ممارسة الحياة العمليّة، والنشاط اليومي، بطرائق تحقّق الفاعلية والاستقلال المناسب، وتتيح للفرد الحرية في السلوك دون تبعية عمياء، مع تحقيق التكيف مع المجتمع استناداً إلى التوزع الاعتدالي المشار إليه سابقاً (منحنى غوس). ويحدث ذلك كله ضمن توازن ذاتي للفرد تنتفي معه المعاناة (النفسية والاجتماعية والعقدية...) في صورتها الحادة.

وقد درج العرف والتقليد على حصر «السلوكيات الخطرة» (Comportements à risques) في التصرفات الفردية أو الجماعية، التي ينتج عنها خطر أو ضرر يتصل بالجسد، أو العقل، فيحدث فيهما عللاً أو إعاقات. وأشهر السلوكيات التي تندرج ضمن هذا التعريف: الإدمان على المخدرات، والسلوكيات الجنسية الخارجة عما تواضع عليه الناس، ثقافة وما شابه ذلك. لكن هذا التعريف يبقى ناقصاً مما يضيع على الباحثين والمهتمين شرائح أخرى من المجتمع تسم سلوكياتهم بالخطر، لكنّها، بحكم التصنيف السابق، لا يهتمّ بها، ومن أخطر هذه السلوكيات: «التطرّف العنيف» (l'Extrémisme violent) الذي من تجلياته:

- التطرّف الفكري؛
- عدم تقدير الذات كما هو الأمر في العمليات الانتحارية (السيوف والتفخيخ)؛
- إساءة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي، مما يتسبب في إيذاية الآخرين؛
- المنافسة المتوحّشة المدمّرة؛
- الإرهاب والعدوان.

4. العلاقة الترابطية بين الإرهاب والتطرّف الديني

لا تختلف التحليلات العلمية لقضية الإرهاب المبني على التطرّف الديني، في أن الشخص الإرهابي يبني كلّ سلوكياته على الدين، وأن الإرهابيين ينطلقون من قناعات وهمية لديهم، لدرجة يمكن وصفها بالوثوقية والتعصب، في أنهم إنّما يعملون إرضاءً لمطالب الشرع الإسلامي، مما يدفع بهم إلى نشر بدائل لقيم التسامح والاستقرار والتعايش، تتمثل في اللااستقرار وثقافة الذعر والفرع...، استناداً إلى قراءات محرّفة للنصوص الدينية المؤسّسة قرآناً وسنة، وانتقادات لنصوص مفصولة عن سياقاتها الحقيقية لطائفة من علماء المسلمين الرواد.

التطّرف إطار نظريّ قناعي، والإرهاب شقّ تطبيقيّ ميدانيّ للتطّرف، ممّا يجعلنا نستنتج أن الإرهاب ناتج حتماً عن التطّرف، وأن التصديّ للإرهاب إنّما يجب أن يبدأ من معالجة التطّرف أولاً وتفكيك بنيته.

5. المنهج العلميّ في التعامل مع ظاهرة الإرهاب

إن الحدّ من مخاطر الإرهاب، بهدف القضاء عليها تدريجيّاً، يقوم بالأساس على منهج تفكيكيّ للتطّرف كفكر وعقيدة وبناء نسقيّ، أنتجته حركات تطرفية. ويتخذ هذا المنهج التفكيكيّ مساراً تتمّ فيه القراءة النقدية للفكر التطرفي، من خلال تتبّع الأساليب التعبيرية والأفكار المعتمدة، وبالتّحليل الدقيق للمصطلحات والمفاهيم التي توظّف لإنتاج الأفكار التي يتبناها الإرهابيون، وذلك بقصد تحرير تفكير المنضوين تحت الإرهاب من الأفكار الخاطئة، مع التّشديد على مضمون كلمة «التحرير» التي يُقصد بها تخليص (décolonisation) فكر الشّخص الإرهابي من المفارقات والأخطاء والأوهام، ولإقدار الإرهابي على تفعيل تفكيره وتحريكه في إطار حوار نقديّ مع ذاته، يجدّد من خلاله بناء هذه الذات خطوة خطوة، مدركاً قوة الأفكار التدميرية التي تمارس عليه قهراً وتستعبده. إن منهجاً من هذا النوع ينأى بالشّخص الإرهابي عن التّمرکز حول الأفكار القسرية التي فرضت عليه انطلاقاً من ربطها بالدين، ليسائل هذه الأفكار في جذورها ومصادرها ومآلاتها^[25].

6. توصيف شخصيّة الإرهابي المتطّرف دينياً

إن الشّخصية الإرهابية، من منظور مختلف التحليلات العلميّة، هي شخصيّة مضطربة تبحث عن التوازنات، وإنّ التطّرف والعدوان، في لاشعور الشّخص الإرهابي، يعتبران

[25] التحليل العلميّ المفصل، الشارح لهذا البعد، متضمّن في الدلائل:

دليل السردية الأصيلة للدين؛

دليل الوعي التاريخي؛

دليل التأويل وتغيير الخرائط الذهنية.

ميكانيزمين من ميكانيزمات هذا التوازن المبحوث عنه. ومن حيث البناء الدينامي للشخصية الإرهابية يتضح، من مختلف المرجعيات العلميّة المتخصّصة، أنّها شخصيّة تتسم بالهشاشة، وتستوجب العلاج. وفي هذا السياق يكون للفظّة «العلاج» أهمّيّتها في هذا المشروع، لأنّ الإرهاب «سلوك مَرَضِي اجتماعيًّا» يتسبّب في إحداثه شخصٌ لا سوي اجتماعيًّا ونفسيًّا، ويحقق بموجبه كسبًا روحيًّا ونفسيًّا وهميًّا؛ إذ إنّ، في اعتقاده، إنّما يسعى إلى إعادة قيّم المجتمع الإسلامي، التي افتقدها أو سُلبت منه قهراً، وهو بسلوكه وسلوك أمثاله يعمل على استعادة هذا المسلوب منه. فكل السلوكيات العدوانية والعنيفة التي تصدر منه هي آليات وميكانيزمات توافقية بالنسبة إليه.



المصوغة الثالثة

الخرائط الذهنية ميدان للمنازلة والرّهان في جدلية الاختراق

1. مفهوم الخارطة الذهنية في المعمار الفكري للشخصية

يرتبط مفهوم «الخارطة الذهنية» (Schéma cognitif) بـ«المعرفة العقلية» (La Cognition)، التي تشمل مجموع العمليات العقلية، من مثل الإدراك (la Perception)، والتذكّر (la Mémorisation)، والاستدلال (le Raisonnement)، وحل المشكلات (la Résolution de problèmes)...

وفي سيكولوجيا المعرفة (Psychologie cognitive)، يشير مفهوم «الخارطة الذهنية» أو «الخارطة المعرفية» إلى مجموع المعارف التي تمّ تحصيلها من التجربة، والتي تشكل المعتقدات القاعدية (Les croyances de base) لجوانب مهمّة في التكيّف، فـ«الخرائط الذهنية» هي مجموع البيانات والمعلومات المحتفظ بها في ذهن الشخص، التي يمكن من خلالها التخطيط للأنشطة وتحديد المسارات، كما هو الأمر تماماً في السير عبر الأراضي التي تمّ السفر فيها سابقاً.

ظهرت «الخارطة الذهنية» كوسيلة تعبيرية عن وجهة النظر الشخصية بشأن العالم الخاصّ بالأفكار والمخططات، بدلاً من الاقتصار على الكلمات فقط، حيث استخدم التشجير والصور والألوان في التعبير عن الأفكار.

ارتبط ظهور مفهوم «الخارطة الذهنية» بمخطّط مدن أمريكي، هو: كيفين أندروي لينش Kevin Andrew Lynch، الذي كان يعمل في غرينسبورو، نورث كارولاينا في مجال التخطيط الحضري، ولكنه التحق للتدريس في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا من قبل Rodwin لويد. بدأ بإلقاء المحاضرات في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا في العام التالي، وأصبح أستاذاً مساعداً في عام 1949، وكان مثبت على أنه أستاذ مشارك في عام 1955، وأصبح أستاذاً في عام 1963. وقدم لينش مساهمات مهمّة في مجال تخطيط المدن من

خلال البحوث التجريبية على كيفية تصور الأفراد للمشهد الحضري وتنقلهم في المدينة. واستكشف وجود عامل الزمان والتاريخ في البيئة الحضرية، وكيفية تأثير البيئات الحضرية على الأطفال، وكيفية تسخير الإدراك البشري من الشكل المادي للمدن والأقاليم والأساس النظري لتصميم حضري جيد.

يعتبر كتاب «صورة المدينة»، التي نشره عام 1960 الأكثر شهرة، وكان ثمرة دراسة دامت خمس سنوات حول عملية تصوّر وتنظيم المستخدمين.

- حصر لينش عناصر خمسة في تشكيل الخرائط الذهنية، هي:
- المعلومات والبيانات المكانية للتنقل عبر المدن. واستخدم ثلاث مدن مختلفة، هي: بوسطن، جيرسي سيتي،
- المسارات، في الشوارع والأرصفة والممرات، وغيرها من القنوات التي تسمح للناس بالسفر؛
- الحافات، والحدود المتصورة مثل الجدران والمباني والشواطئ؛
- الأحياء، والقطاعات الواسعة نسبياً من المدينة، التي تتميز بهوية مميزة؛
- الملتقيات، ونقاط الاتصال على مفارق الطرق أو المكاني؛
- المعالم، والأشياء التي يسهل تحديدها كنقاط مرجعية خارجية.

2. مفهوم الخارطة الذهنية ووظيفتها في حقل العلوم الإنسانية؛

2.1. مفهوم الخارطة الذهنية، حقل العلوم الإنسانية؛

يشير مصطلح الخارطة الذهنية في مجال العلوم الإنسانية، إلى المعلومات المحتفظ بها في ذهن الإنسان، التي يمكن من خلالها التخطيط للأنشطة، وتحديد المسارات الفكرية. وهي الطريقة الفعلية التي يستخدمها العقل البشري في التفكير: ربط الكلمات ومعانيها بصور، وربط المعاني المختلفة ببعضها البعض بالفروع. وهي تُستخدم كذلك لدى فصي الدماغ الأيمن والأيسر فترفع من كفاءة التعلم.

2.2. وظيفة الخارطة الذهنية في حقل العلوم الإنسانية؛

تلعب الخرائط الذهنية وظائف إستراتيجية في برمجة وتوجيه سلوك الأفراد. وإذا كانت الخرائط الذهنية قد ظهرت بدايةً في مجالات محدّدة ترتبط بالجغرافيا والبيئة، إلا أن استعمالها قد وجد امتداداً أرحب في التخطيطات الذهنية وتأثيرات الذاكرة. وفي هذا السياق اهتمت العلوم الإنسانية بالخرائط الذهنية كترسيمات للأفكار في ذاكرة الفرد الإنساني، قصد توجيهه والتدخل في مساراته، كما هو الأمر في المدرسة السلوكية، وخاصة فرعها الإشرافي/ الإجرائي مع كل من واطسون، وتورندياك وسكينر. فتصير الخريطة الذهنية، تبعاً لمقتضيات المدرسة السلوكية، أداة تعلم تعمل على إنشاء روابط أو علاقات في الجهاز العصبي بين الأعصاب الداخلية التي يثيرها المنبه المثير، والأعصاب الحركية التي تنبه العضلات، فيترتب بذلك ظهور استجابات معرفية وحركية (سلوكية).

ونظراً لأهمية الخرائط الذهنية في برمجة المكونات السيكلوجية المعرفية/العقلية والوجدانية التي تترتب عنها مختلف أضرب سلوك الفرد، فقد اهتم المؤثرون بها في تغيير سلوكيات الأفراد، كما هو الشأن عند تنظيمات التطرف العنيف والإرهاب، ومهندسي مجتمعات المخاطر^[26].

[26] انظر كتاب السوسولوجي الألماني أولريش بيك (1944 - 2015)، «مجتمع المخاطر العالمي بحثاً عن

وارتباطاً بهذا المعطى، فإنّ الخرائط الذهنية قد تؤدّي إلى تيسير الاختراقات المذهبية والعقدية، بإعداد الأذهان إلى استقبالها واستبطانها، فإنّ الخرائط الذهنية قادرة أيضاً على عصمة الأذهان من مخاطر الاختراقات، بفعل عمليات التّمنيع.

3. كيفية تخطيط خارطة ذهنية فكرية

يسلك في تخطيط خريطة ذهنية فكرية المسار التالي:

- رسم دائرة تمثل الفكرة أو الموضوع الرئيس من مثل قوله صلى الله عليه وسلم: «المُسلِمُ مَنْ سَلِمَ المسلمون من لسانه ويده، والمُهَاجِرُ مَنْ هَجَرَ ما نهى الله عنه»^[27]؛
- تشجير الموضوع الرئيس إلى فروع تمثّل الأفكار الرئيسة المتعلقة بهذا الموضوع؛
- يكتب على كلّ فرع كلمة واحدة فقط للتعبير عنه، ويمكن وضع صور رمزية على كلّ فرع تمثّل معناه، أو استخدام الألوان المختلفة للفروع المختلفة؛
- تفريع كلّ فرع من الفروع الرئيسة إلى فروع ثانوية تمثّل الأفكار الرئيسة أيضاً لهذا الفرع. وبالمثل تكتب كلمة واحدة على كلّ فرع ثانوي تمثّل معناه، كما يمكن استخدام الألوان والصور؛

العالم المفقود»، ظهر في ترجمته العربية سنة 2013، عن المركز القومي للترجمة بمصر، يرصد فيه كاتبه مجمل الأخطار التي بدأت تهدد البشرية مع نهاية القرن العشرين ومطلع بداية الألفية الثالثة، وهي أخطار كونية لا تهتم قطراً بعينه، بل هي تصيب مجمل المعمور، مثل التغيرات المناخية والتهديدات الإرهابية، أو الأزمات الاقتصادية والسياسية، لقد اكتسبت فرضية مجتمع المخاطر جاذبية كبيرة في علم الاجتماع، وأثارت نقاشات فكرية كبيرة حول طبيعة المجتمعات الصناعية المآ بعد حداثة.

[27] حديث صحيح، رواه البخاري ومسلم وغيرهما بألفاظ مختلفة، ولفظه كما في صحيح البخاري عن عبد الله بن عمرو - رضي الله عنهما - عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده، والمهاجر من هجر ما نهى الله عنه.

- يستمر التشعيب والتشجير في هذه الخريطة، مع كتابة كلمات واصفة واستخدام الألوان والصّور، حتى ينتهي التشجير في النهاية إلى شكل أشبه بشجرة أو خريطة تعبّر عن الفكرة بكل جوانبها.

4. كيف يخطط المخترقون اعتماداً على استراتيجية الخرائط الذهنية الفكرية

اتضح ممّا سبق تقديمه أن «الخرائط الذهنية» تعني البيانات والمعلومات المحتفظ بها في ذهن الشخص، التي يمكن من خلالها التخطيط للأنشطة وتحديد المسارات عبر الأراضي التي تمّ السفر إليها سابقاً وما إلى ذلك.

أمّا في مجالات «العلوم الإنسانية» فهي تعني «الطريقة التي يستخدمها العقل البشري في التفكير»، وأن الاستجابات تتوقّف على هذا النوع من الخرائط الذهنية. فهي اقتراحات وأطر مرجعية تساعدنا على فهم جوانب معيّنة من الواقع، وأنها تعبّر عن الطريقة التي نرى بها العالم من حولنا، ونحن جميعاً لدينا خرائط عدّة في أدمغتنا سواء وعيننا وجودها أم لم نَع ذلك، وأن استخدام خرائط ذهنية مختلفة تجاه الأمر نفسه يؤدي إلى أفعال متباينة.

إن أبسط توضيح لكيفية بناء «الخريطة الذهنية الفكرية» هي نظرية التعلّم في مدارس علم النفس السلوكية، التي سبقت الإشارة إليها في أن التعلّم هو عملية إنشاء روابط أو علاقات في الجهاز العصبي بين الأعصاب الداخلية التي يثيرها المنبه المثير، والأعصاب الحركية التي تنبه العضلات فتعطي بذلك استجابات الحركة.

وتبعاً لذلك فإنّ الخارطة الذهنية الفكرية مجموعة قوانين آلية تؤسّس لتعلّم مبرمج، يمكن اختزالها في قوانين أربعة أساسية:

1) قانون المران (أو التدريب): والقصد منه أن الروابط بين عوامل التعلّم (المثيرات) والتعلّم (الاستجابة) تقوّي وتعزّز بالاستعمال المتكرّر، وتضعف وتنطفئ بالإغفال والترك المتواصلين. ومثال ذلك أن مواقع التّواصل الاجتماعي المتخصصة في

الدعوة إلى عقيدة مذهبية أو ايدولوجيا فكرية تستقطب مرتديها بمثيراتها المتكررة وإرسالياتها المستمرة بواسطة حوامل وأسناد جذّابة منها: الفيديوهات والكبسولات وألعاب الفيديو...

(2) قانون الأثر أو الوقع: والمقصود به أن الروابط بين المثيرات والاستجابات تتقوى وتتعزز كلما أحرزت ميلاً من المتلقّي وإشباعاً لحاجاته؛

(3) قانون الاستعداد: يركز هذا القانون على أن الشخص إذا كان في حالة استعداد للقيام بسلوك معيّن، وقام بأدائه، فهذا يؤدي إلى حالة من الرضا، أمّا إذا لم يتم به فهذا يؤدي إلى حالة من القلق وعدم الرضا. ويشير هذا القانون إلى العلاقة بين الحالة التي تكون عليها وحدة التوصيل العصبي لدى الفرد، وبين نمط المثيرات التي تتفاعل معها من ناحية أخرى، وتتباين هذه العلاقات على النحو التالي:

- عندما تكون وحدة التوصيل العصبي مهياًة فإنّ استثارته للعمل بالمثيرات المناسبة يؤدي إلى شعور الفرد بالرضا و الارتياح، ويكون التّعلم نشطاً وفعالاً.
- عندما تكون هذه الوحدة غير مهياًة فإنّ الضغط لإجبارها على العمل باستخدام نمط قوي من المثيرات يضايق الكائن الحي، ويكون التّعلم غير فعّال.
- عندما تكون هذه الوحدة مهياًة فإنّ عدم استثارته بالمثيرات الملائمة يضايق الفرد، وهنا يكون التّعلم أيضاً غير فعّال.
- عندما تكون هذه الوحدة غير مهياًة للعمل، وأن نمط المثيرات غير قادر على استثارتها أو استدعائها فإنّ التّعلم يكون غير نشط وغير فعّال.

(4) قانون التكرار: يرى هذا القانون أن الرّابطة بين المثير والاستجابة تقوى بالتكرار وتضعف بعدم التكرار.

اتضح خلال تحليل عينة من استراتيجيات الاختراق العقدي والمذهبي والإيديولوجي... التي وظفت فيها الخرائط الذهنية الفكرية، أن الخرائط الذهنية أداة وظيفية فعّالة في تغيير السلوك: وهو مجموعة استجابات ناتجة عن مثيرات المحيط الخارجي فكرياً كان أو اجتماعياً، في شكل علاقة شبه ميكانيكية بين المثيرات والاستجابات التي تصدر عن الكائن الإنساني في علاقة تبادلية:

المثيرات ↔ الاستجابات.

5. الخرائط الذهنية نمط من التعليم المبرمج؛

تعتبر الخرائط الذهنية الفكرية في عملية الاستقطاب والاختراق نمطاً من التعليم المبرمج، لأنها تعتمد على الأسس والمبادئ التالية:

- تقديم المعلومات المراد تعليمها للمرغوب استقطابه في شكل وحدات تعليمية مصغرة؛
- منح المرشّحين للاختراق تغذية مرتدة / راجعة فورية بالمعرفة الآنية لنتائج التعلّم؛
- إتاحة الفرصة للمرشّحين للاستقطاب لكي يتقدّموا في تعلماتهم وفقاً لمتطلبات البيداغوجيا الفارقية (بيداغوجيا الفروق الفردية).
- وهذه المبادئ مشتقة من نظريات التعلّم، ويرجع الفضل لسكنر (B.F. Skinner)، في وضعها موضع التنفيذ الإجرائي، وتعدّ نظرية سكنر الإشارات الإجرائي واحدة من أهمّ نظريات التعلّم في القرن العشرين والنظريات التربوية عموماً، حيث تعتبر نظرية الاشتراط الإجرائي حجر الزاوية في فهم السلوك الإنساني. وتعتمد طريقة سكنر على الخطوات التالية :

- تجزيء التعلّيمات وعرضها بكميات صغيرة، بحيث يتمّ استكمالها عبر مراحل: ينتقل المستهدف للاختراق تدريجياً من حصّة تعليمية إلى حصّة تليها في تعاقب وتسلسل محدّدين سلفاً؛
- مرافقة المستهدفين ومواكبتهم في العمليات التعليمية، وتعزيز أدوارهم، عبر ردود الأفعال، إذا كانت استجاباتهم تصبّ في مسار المخترقين؛
- تعزيز استجابات المرشّحين للاختراق بالمعرفة الفورية للنتائج: تعزيز الصّحيحة وتصحيح الخاطئة؛
- الحرص على التقدّم الذاتي للمرشّحين للاختراق: أن تتاح لهم فرص للتقدّم في التعلّيمات المراد تقديمها لهم.

«الخارطة الجغرافية/ الطبوغرافية» تمثّل رمزي لمنطقة محدّدة، تصف معالمه وتصور رمزيا مكوّناته، ممّا ييسر التنقل فيه، أما «الخارطة الذهنية» فهي طريقة يستخدمها العقل البشري في التّفكير، واستجاباتنا تتوقف على هذا النوع من الخرائط الذهنية، باعتبارها أطراً مرجعية تساعدنا على فهم جوانب معيّنة من الواقع، مع التأكيد على أنّها لا تعبّر دائماً عن الواقع في جوهره وحقيقته، لأنّها تعبّر عن الطريقة التي نرى بها العالم من حولنا. ونحن جميعاً لدينا خرائط ذهنية عدّة في أذهاننا، وهي التي تحكّم مساراتنا، سواء كُنّا على وعي بوجودها أم لم نكن على وعي بذلك.

تعمل الخرائط الذهنية على توجيه تأويل المواقف الجديدة. وهي تأويلات غالباً ما يمكن الوصول إليها بفعل ملاحظة «الأفكار التلقائية»، علماً أنّ الأفكار التلقائية هي تفسيرات عفوية للتجارب المعيشية، وهي أفكار قابلة للملاحظة، لكنها غالباً ما تمرّ دون أن يلاحظها أحد. فهي تستند إلى المخطّطات المعرفية، وهي التي تحدّد المشاعر إلى حد كبير. إن استخدام خرائط ذهنية مختلفة تجاه الأمر الواحد يؤدّي إلى أفعال متباينة.

6. الأفكار المؤسّسة للخرائط الذهنيّة؛

تنتج الخرائط الذهنيّة عن شبكة من الأفكار المتحكّمة، وهي الأفكار القصدية، علماً أن الأفكار نوعان: أفكار ناتجة عن تفكير تلقائي (آلي)، وأفكار ناتجة عن تفكير قصدي متحكّم.

- الأفكار التلقائيّة: ينشأ هذا النوع من الأفكار كردّ فعل مباشر تجاه حدث أو سلوك معيّن، نشعر حياله بالضيق أو الحرج. وقد يبدو هذا النوع من الأفكار أحياناً عارياً من المنطق، لكننا نستجيب إليه دون فحص أو تحليل استدلال، ونستجيب له بصورة تلقائيّة. هذا النوع من الأفكار يؤثّر بقوة على سلوكيّاتنا، لأنّه يمثّل الحيز الأكبر من أفكارنا، فيكون له، تبعاً لذلك، وقع على مزاجنا وردود أفعالنا. إلا أن وقع هذا النوع من الأفكار لا يستمر طويلاً، لأن الأفكار التلقائيّة غير مسترسلة التّحكّم، وغالباً ما تحتل خلفية وعي الفرد.

- الأفكار القصدية: على خلاف الأفكار التلقائيّة، فإنّ التفكير القصدي أكثر وعياً وأشدّ تركيزاً وتحكّماً واسترسالاً. يحتل هذا النوع من التفكير مقدّمة الوعي، ويخضع للمنطق بصورة كبيرة. وهذه الخاصية لها قوتها في بناء خارطة ذهنيّة طويلة الأمد في توجيه المرء والتحكّم في مساراته.

7. الأفكار القصدية والمعتقدات المحورية؛

- إن تنامي شبكة الأفكار القصدية المتحكّمة في استجابات الفرد، تتأسس تبعاً لها «معتقدات محورية». والمعتقد المحوري هو النموذج الداخلي للمرء، أو الطريقة الذهنيّة التي يدرك بها العالم والناس من حوله، وكذلك ذاته. فهو البرنامج الذي من خلاله يحكم المرء على معيشه اليومي، ويفسر الأحداث، ويتوقع ردود الأفعال.

- وبما أن المعتقد المحوري منظومة توجيه، أو لوحة قيادة لمسار الشّخص واتجاهاته الفكرية والعملية، فمن المطلوب علمياً تحديثه وتنميته باستمرار، في ضوء الخبرات

المستجدة وتراكم المعرفة، لأن جمود المعتقد المحوري، أو البطء في تحديثه يجعل منه مرتكزاً جامداً، قد يشوّه الواقع ويدمّر العلاقات ويؤدّي إلى المشاعر السلبية.

8. خطاطة هندسة بناء وترسيخا أو تشخيصا وتعديلا

8.1. تحليل الخطاطة

يساعد تحليل الخطاطة في فهم مكونات الخريطة الذهنية-الفكرية، وأسسها، وكيفية التعدي بها من خريطة ذهنية اختراقية، إلى خريطة ذهنية سليمة وبنائية.

من المعاينة الأولى يتضح أن الخطاطة تتقاسمها بطاقات بنفسجية وأخرى خضراء، يتوسطها سهم أحمر عريض يشير إلى بطاقة خضراء داكنة، ترمز إلى الهدف المبتغى، وهو التّمنيع من الاختراقات العقديّة والمذهبية والأيدولوجية.

البطاقات البنفسجية:

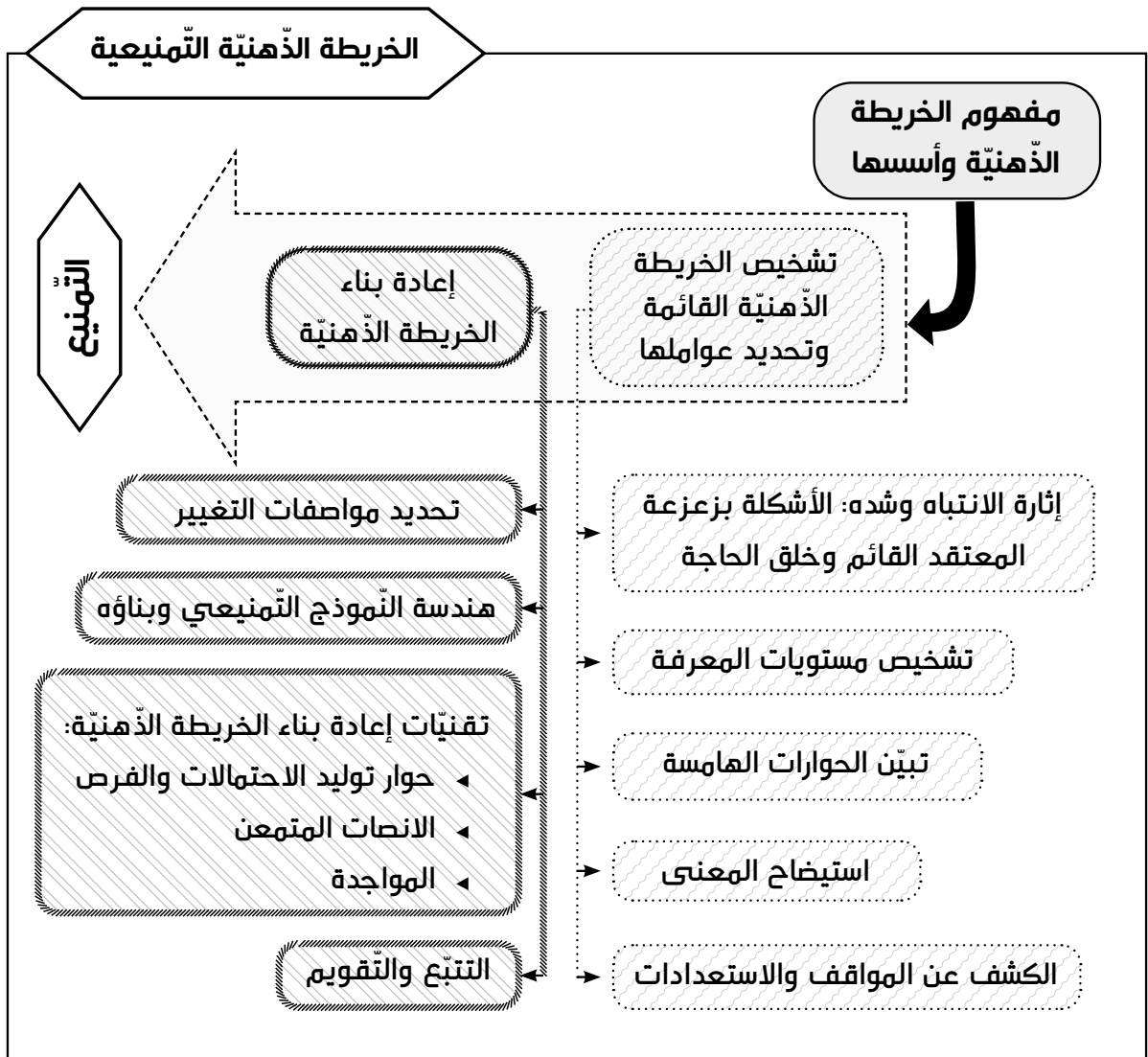
تستل «البطاقات البنفسجية الفرعية» من «بطاقة بنفسجية أم»، تشير إلى خارطة الذهنية القائمة، وهي خارطة ذهنية معرفية معتلة، هدفها ترسخ معتقدات فكرية شاذة. لتبين مكونات هذه الخارطة الفكرية وتفكيكها يقتضي الأمر تحليل عناصرها، وهي البطاقات الممتدة منها:

○ زعزعة أفكار المتبني لهذه الخريطة الفكرية، بإثارة انتباهه، عن طريق وسيط تواصل، إلى خطورة الوضعية التي هو عليها، وخلق الحاجة عنده لكي يتساءل؟؟؟

○ عن طريق أدوات الكشف: (المواجدة، الإنصات المتمعن، حوارات توليد الاحتمالات، التمايزات...) [28] يتمّ تشخيص مستويات المعرفة لدى الشخص المتبني لهذه الخريطة الفكرية.

[28] يراجع الدليل المنهجي في هذا الشأن.

- الكشف عن الحوارات الهامسة (الحوارات الخلفية) التي يمارسها هذا الشخص.
- تشخيص مدى دلالة الأفكار المذهبية والعقدية، ومعانيها لدى الشخص المتبني للخريطة الذهنية القائمة: أي دلالات عميقة أم دلالات سطحية، وما هي درجات الاقتناع بها؟ وكيف يمكن التصدي لدحضها؟ وذلك كله اعتماداً على الأدوات الكاشفة سابقة الذكر.



- دراسة شخصية الفرد المتبني للخريطة الفكرية القائمة من حيث مرونته أو تصلبه على مستوى القابلية والاستعداد لتغيير مواقفه والدخول في عملية تعليمية تعلمية جديدة.

البطاقات الخضراء؛

رأس هذه البطاقات «بطاقة خضراء أم». وهي البطاقة التي توضّح منهجية إعادة بناء الخريطة الذهنية بشكل سليم وفقاً لثوابت الأمة وقيمها. وترتكز إعادة البناء على مجموعة من العمليات يمثلها مجموع البطاقات الخضراء المتفرعة عن البطاقة الأم،

- اعتماداً على مخرجات التشخيص، توضع هندسة النموذج التّمنيعي وكيفية بنائه عبر خريطة ذهنية فكرية تمنيعية. ويشمل هذا البناء كلّ مكونات الخريطة من حيث المعارف والمعلومات والأهداف والمهارات والكفايات ووسائل التّمنيع (فيديوهات، كبسولات، مواقع التواصل الاجتماعي...)، إضافة إلى أساليب التّقويم والتّتبّع.

- تحديد وضبط الدّوال ومؤشّرات التغيير المرغوب إحداثه، التي يستدل من خلالها على ترسخ الخارطة الذهنية الجديدة في أذهان الأشخاص، والسّلك وفق مقتضياتها.

- تخضع بإعادة بناء الخريطة الذهنية الجديدة إلى التّتبّع والتّقويم والمواكبة باعتماد هذا التشكيل الهندسي المعرفي، نستطيع التعدي بالأشخاص المراد اختراقهم، من خريطة ذهنية فكرية سليمة معطّلة، إلى خريطة ذهنية فكرية سوية، قوية ومتحكمة.

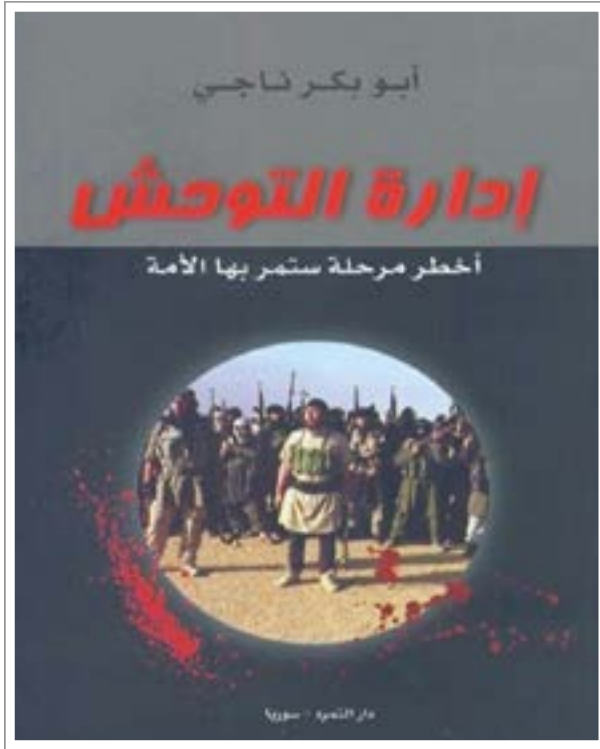
8.2. تحليل الخطاطة يحيل إلى قياس «التّمنيع الفكري» بدوال «التّمنيع البيولوجي»

التّمنيع الفكري	التّمنيع البيولوجي
الاختراق المذهبي أو العقدي المخالف لثوابت الأمة شبيه بعملية اختراق المستضدات لجسم الإنسان. عملية التخليص من الأفكار المدمرة شبيهة بتلك التي يلجأ إليها جهاز المناعة لتخليص جسم الإنسان من المستضدات.	عندما يهاجم مستضد جسم الإنسان يحدث ما يلي:
	التعرّف على المستضد الأجنبي الضار، المهاجم لجسم الإنسان؛
	تفعيل وتعبئة القوى المناعية للدّفاع؛
	مهاجمة المستضد؛
	السيطرة على المستضد وإنهاؤه وتخليص الجسم منه؛
	إذا تعطل الجهاز المناعي في مهاجمة المسضد أو أخطأ في تحديد الجسم ما إذا كان ذاتياً أو غير ذاتي، فقد يهاجم أنسجة الجسم نفسه، ممّا يتسبّب في حدوث اضطراب مناعي ذاتي؛
	تحدث اضطرابات الجهاز المناعي عندما يُولّد الجسم استجابة مناعية ضد نفسه: اضطراب مناعة ذاتية؛
	قد يُولّد الجسم استجابة مناعية مفرطة تجاه مستضدات أجنبية غير ضارة، فيلحق الضرر بأنسجة الجسم الطبيعيّة رد فعل تحسّسي؛
	يتعذر على الجسم توليد الاستجابة المناعية المناسبة ضد الكائنات الدقيقة المهاجمة في حال عوز المناعة؛
	تتطلب الاستجابة المناعية الناجحة تجاه الأجسام الممرضة المهاجمة، العمليات التّالية:
- التعرّف على الكائن أو الجسم الغريب؛	
- التفعيل والتعبئة؛	
- التنظيم؛	
- إنهاء الاستجابة.	

9. نماذج من الكتب الحاملة لاستراتيجيات اختراقية ووظيفيتها التنميطية

الكتب التي قد يكون لها مفعولها في اختراق الفئات غير الممنّعة، والارتحال بها إلى عوالم التّطرف العنيف والإرهاب، بسبب ما تتضمّنه من تعليمات واستراتيجيات توهيمية، منها على سبيل الأمثلة:

○ كتاب «إدارة التوحّش: أخطر مرحلة ستمر بها الأمة» لأبي بكر ناجي



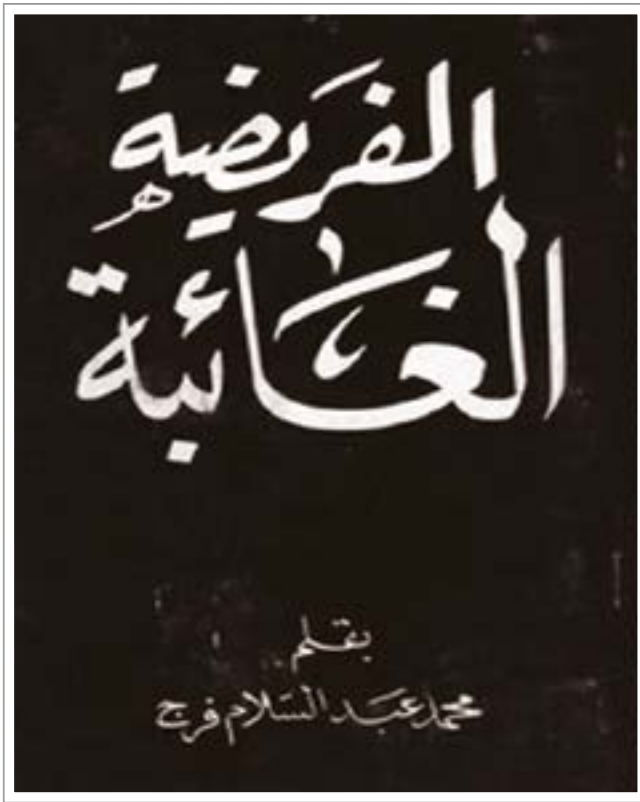
يؤكد المؤلف في هذا الكتاب أن «مرحلة التوحش» تعدّ المرحلة الثانية بعد المرحلة الأولى التي تتمثّل بـ «شوكة النكاية والإنهاك»، وقبل المرحلة الثالثة والأخيرة التي تقود إلى «التمكين»؛ أي إقامة الدولة الإسلاميّة، حسب الخطاب الجهادي الذي يرى أيضاً أن هناك مناطق رئيسة تمرّ بهذه المراحل، في حين أن هناك مناطق أخرى -غير رئيسة- لا تمرّ إلا بمرحلتين؛ أي أنّها لا تمرّ بمرحلة «إدارة التوحش» التي يأتيها التمكين من الخارج

ويشير الكتاب إلى أن عملية اختيار المناطق للدخول إلى «دائرة المناطق الرئيسة»؛ أي المرور عبر مرحلة «إدارة التوحش» اعتمدت على دراسات وبحوث «مرتبطة بالأحداث الجارية». ولذلك يؤكد بأنه «بعد أحداث 11 سبتمبر وما تلاها من تطورات أعلنت القيادة بعض التعديلات، فاستبعدت بعض المناطق من مجموعة المناطق الرئيسة، على أن يتمّ ضمها

لتعمل في نظام بقية الدول، وأدخلت بلدين، أو منطقتين إضافيتين ألا وهما بلاد الحرمين ونيجيريا، ومن ثم أصبحت الدول المرشحة مبدئياً لتدخل في مجموعة المناطق الرئيسة هي مناطق الدول الآتية: الأردن وبلاد المغرب ونيجيريا وباكستان وبلاد الحرمين واليمن».

○ كتاب «الفريضة الغائبة»

محمد عبد السلام فرج



يعد كتاب «الفريضة الغائبة» نافذة إلى تبرير القتل، فهو الأساس الفكري الأول لتنظيم الإرهاب. من تأليف المهندس محمد عبد السلام فرج، الذي أعدم في 1982 في قضية اغتيال السادات. فمنذ نشأة «تنظيم الجهاد» في مصر عام 1966، فإن هذا التنظيم لم يكتب تأصيلاً فكرياً وفقهياً وعقدياً مفصلاً للإستراتيجية التي تبناها التيار حتى عام 1980، عندما كتب محمد عبد السلام فرج كتابه الفريضة الغائبة.

كان أعضاء التنظيم يقومون، من حين لآخر، بتصوير أو طباعة كميات من مستلزمات كتب ابن تيمية، وابن كثير، والسيد قطب وغيرهم للاستدلال على أفكارهم، ثم يقومون بتوزيعها إلى أن جاء محمد عبد السلام فرج فجمع كل أفكار الجهاد الشفهية وضم إليها أقوال بعض العلماء التي يستدل بها الجهاديون، وصاغها صياغة متكاملة نسبياً بمقاييس الفكر الجهادي في ذلك الوقت.

وعلى الرغم من إعدام محمد عبد السلام سنة 1982، في قضية اغتيال السادات، فإنّ كتابه ظل مؤثراً على تيار الجهاد حتى اليوم، فهو منتشر على المواقع الجهادية على شبكة الإنترنت، كما جرى طبعه عدة طبعات ورقية منذ إعدام محمد عبد السلام وحتى اليوم، وكانت أول طبعة تمت بواسطة محمد عبد السلام نفسه في صيف 1980 فُيّل اغتيال السادات، ممّا جعل الكتاب الركيزة الفكرية الأساسية لاغتيال السادات، وبالتالي اعتبر دليلاً هاماً ضدّ محمد عبد السلام في قضية اغتيال السادات، ممّا أفضى للحكم بإعدام مؤلّف الفريضة الغائبة.

○ كتاب «صنع العدو أو كيف تقتل بضمير مرتاح» بيار كونيسا



في هذا الكتاب يفكك بيار كونيسا إستراتيجية صنع العدو، ويجيب عن سؤال محوري: هل وجود العدو ضرورة؟ يرى «كونيسا» أن معظم أجهزة الدولة والمخابرات، ومراكز التفكير والتخطيط الإستراتيجية، وكل صنّاع الرأي يشتغلون على صنع العدو، سواء أكان هذا العدو منافساً عالمياً (الصين)، أم عدواً قريباً (الهند - باكستان)، أم عدواً داخلياً حميماً (رواندا)؛ حيث ترى هذه القطاعات والأجهزة أنه من المفيد وجود عدو يصهر الأمة، ويؤكّد قوتها، ويشغل قطاعها الصناعي والعسكري.

يتألف الكتاب من ثلاثة فصول ومقدمة مختصرة وخاتمة:

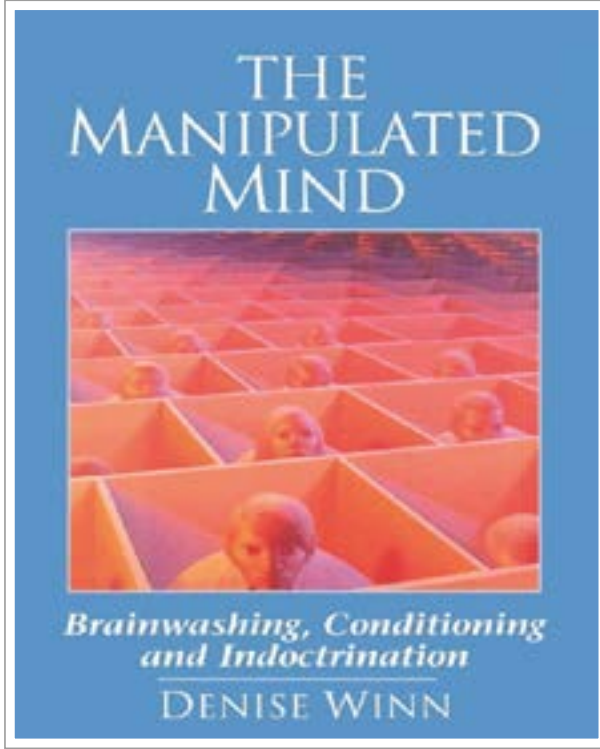
- الفصل الأول «ما العدو؟»، يتم فيه تحديد ماهية العدو، والتعرّف على صانعيه من مثقّفين وساسة، وبيان حاجة الدول إلى صناعة أعداء؛

- الفصل الثاني: «وجوه العدو: محاولة تصنيف»، ويستعرض فيه المؤلّف أنواع العدو، وأنواع السّلم، ويضرب مثلاً على ذلك.

- الفصل الثالث فيه حاول المؤلّف تفكيك العدو منطلقاً من مقولة: «ما دام العدو بنية فهي قابلة للتفكيك».



الفكرة الأساس في هذا الكتاب لـ «بياركونيسا»: أنه لا أحد يقتل من دون مبرّر داخلي يجعله يطمئن إلى فعلته الشنيعة، فيتصوّر لها رحمة وإنسانية، وغير ذلك من توهّمات، قد يخلقها عنده الدّين أو الأيديولوجيا أو الحمية العصبية والعرقية، المهمّ أن القاتل - مع خلفيته المسبقة هذه عن سبب القتل - يقتل وهو مرتاح الضمير، ذلك أنّه خلق لنفسه قبل ذهابه إلى الحرب عدوّاً متوهّمًا يكون قتله مبرّراً.



○ كتاب «العقل / التفكير المتلاعب به»

(The manipulated mind)

يوضح هذا الكتاب، من خلال تفكيك ما يسمّى بـ «غسل الدّماغ» إلى عناصره الفردية، ما يلي:

- كيف أن التّكييف الاجتماعي، والحاجة إلى التوافق، والاعتماد العاطفي، والكثير ممّا لا ندركه، يمنعنا من أن نكون موجهين لذواتنا كما نعتقد؛

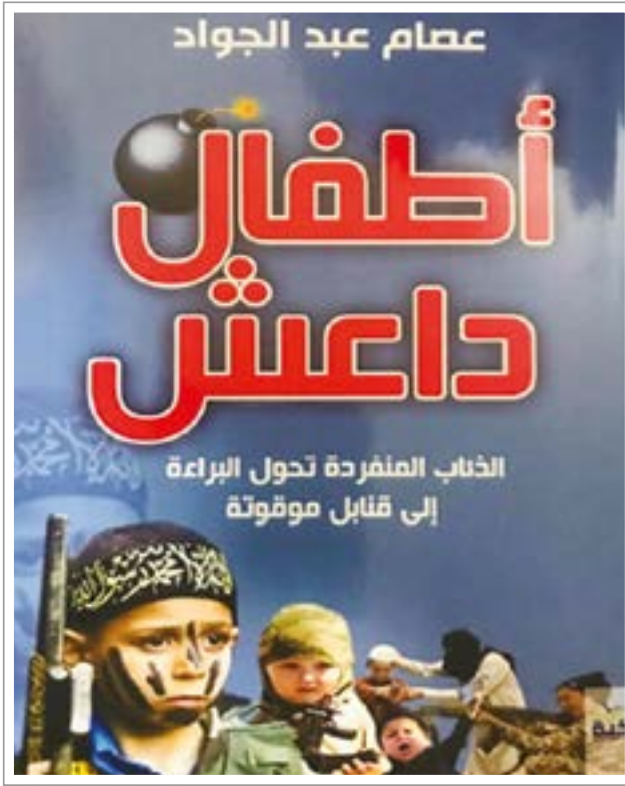
- السّمات البشريّة التي تجعلنا أقلّ عرضة للتأثير الخفيّ.

وهل من الممكن حقاً إلزام أي شخص مفكّر على التّصرف قسرياً بطريقة غريبة تماماً عن شخصيّته؟؛

- ما الذي يجعل ما يسمّى بـ «غسل الدّماغ» مختلفاً تماماً عن التّأثيرات الخبيثة نفسها للتلقين والتّكيف، أو حتى الدّعاية والتّربية.

يخلص إلى أن نتائج الأبحاث من علم النّفس وعلم الاجتماع تظهر أن «غسل الدّماغ» ليس أسلوباً تخريبياً خاصاً. إنه «التلاعب الذّكي بالتأثيرات غير المحقّقة التي تعمل في حياتنا كلها».

تعتبر هذه الكتب وشبهاتها مسالك قويّة الفعل في تنميط السّلك الاجتماعي. ففي مجال السّلوّكيات والتّنشئة الاجتماعيّة نجد مبدأ يدعى «مبدأ الآلية» (Principe de l'Automaticité)،



يحيل مدلوله إلى أنّ الدماغ يميل لأن يستخدم الآلية نفسها التي تمّ التعامل بها مع أيّ معطى سابقاً، وإعادة ذلك مراراً وتكراراً بشكل يوفرّ على الدماغ عناء التحليل والاجتهاد، إذ يصبح ردّ الفعل آلياً بشكل نمطيّ

ينتج عن هذا، في المآل الأخير، كمّ هائل من الصفات الجاهزة التي تترسخ في أذهان الناس عبر استبطانهم، وتعلماتهم الاجتماعية لأنماط من ردود الأفعال والسلوكيات النمطيّة، تجاه معطيات

متعدّدة في حياتهم. وعلى هذه الأرضية السيكو- سوسيو- فكرية يتأسس النمط السلوكي لكلّ فرد منهم.

عندما يترسخ «التنميط الاجتماعي»، ليصير قوة محرّكة فاعلة، فإن احتمال انزلاق الفرد في تطبيق الصفات الجاهزة لا يبقى مجرد أمر محتمل، بل يصير هو القاعدة، وهو ما قد يستقيم وصفه «بالتنميط الاجتماعي» الذي يصبح فيه الاستسهال القاعدة الأساس في صياغة مخرجات سلوك الفرد، الذي يتكئ في تلك الحال، على الاستشراب غير المرشّح لما يبدو له أنه النمط العام السائد في المجتمع، للتعامل مع هذه الظاهرة أو تلك، وهو ما يعني انتكاس الإنسان من رتبة «الإنسان العاقل» إلى حضيض الإنسان المنفعل ذي العقل المستقيل المسلوب، وهو ضالة التنظيمات الاختراقيّة..

9. نماذج من مخاطر الاختراق



- تصنف الاختراقات الفكرية ضمن الحروب الفكرية سريعة التأثير، بحكم سرعة انتشارها، وسهولة وصولها إلى الأفراد عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقنواتها الفضائية الخاصة من خلال برامج وفيديوهات وكبسولات ممنهجة الصنع.

- تؤدي الاختراقات الفكرية إلى اكتساح البنيات السيكو سوسيو- ثقافية للشخصية الهشة، فتعطل وظائفها بفعل إرساء خرائط ذهنية متحكممة

سالبة لفعل الإرادة المتبصرة عند الشخص الذي تم اختراقه واستعماره.

- كتاب «أطفال داعش» للكاتب عصام عبد الجواد، هو صورة توضيحية عن الحياة داخل تنظيم داعش، وكيف حوّل التنظيم الإرهابي البراءة إلى قنابل موقوتة. يشرح بدقة خطورة التنظيم الإرهابي وطرق تجنيد الأطفال، وتدرسه قواعدهم قواعد التطرف، ليتحولوا إلى آلات قتل بشرية، وأطفال جواسيس وانتحاريين، وأطفال جهاد النكاح،... يحمل الغلاف صورة تشكّلها براءة الأطفال يحملون بأيديهم الأسلحة، وعلى ظهر الغلاف تعريف موجز بالكتاب، يرصد مايقوم به تنظيم داعش الإرهابي

من تجنيد الأطفال في مختلف أنحاء العالم، من خلال تجهيزهم وتدريبهم والدفع بهم لتنفيذ عمليات إرهابية مروعة تُحوّل البعض منهم إلى ذئاب منفردة، ينجز الواحد منهم في أي لحظة عمليات تحصد الأرواح البريئة.

- يكشف المؤلف بالأدلة القاطعة خطة داعش في إرسال الأطفال بعد إنهاء دوراتهم التدريبية وإعدادهم، لتنفيذ العمليات الانتحارية، أوتركهم يفضجون لمرحلة مستقبلية، أو زرعهم «خلايا نائمة» تهدد بتفريخ جيل جديد من الدواعش، أكثر تطرفاً ودموية ممّن سبقهم من الإرهابيين.



المصوغة الرابعة

جدلية التّواؤم والتّصادم بين قوّة الاختراق ومناعة الخارطة الذهنية.

1. الاختراق ومستوياته؛

- «الاختراق» (Infiltration) : هو القدرة على الوصول لهدف معيّن بطريقة غير مشروعة عن طريق ثغرات في نظام الحماية الخاص بالهدف؛

- «الاختراق الفكري»: أسلوب يستخدم في مهاجمة فكر المتلقّي، بُغية تغيير منظوره لبعض الأمور، إمّا بدليل أو بغير دليل والتّشكيك في ثوابته لتحقيق أهداف وغايات؛

سبل الاختراق: متعدّدة:

o داخلية: من داخل (الإسلام)، وذلك حينما تقوم فرقة إسلامية معينة بالتّشكيك في فرقة إسلامية أخرى من حيث مبادئها وأصولها وثوابتها؛

o خارجية وضعيّة: ترتبط بتوجّهات وضعيّة، كما هو الشّأن في بعض نظريات العلوم الإنسانيّة؛

o دينيّة غير إسلاميّة: ويقصد به تلك التي تنطلق من مرجعيات دينيّة غير إسلاميّة، سماويّة ووضعيّة.

وتقوم صناعة الاختراق على «سيكولوجيا الإرهاب» وذلك بالعمل على:

o تغيير الضّوابط السيكولوجية: (الطباع، والدوافع، والأمزجة، والقدرات العقلية كالإدراك، والتّفكير، والتّخيل، والبناء الدينامي للشّخصيّة...) «حملات التّحريض الديني» المؤدّية إلى «غسل الدّماغ»؛

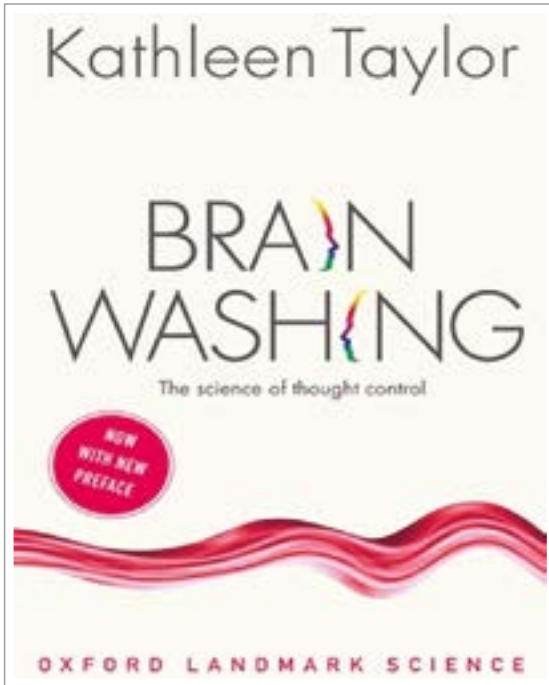
○ جعل الشّخص المستهدف يعاني من اضطراب في حالته الصّحية السلوكية، من أبرزها: الإجهاد، والاكتئاب، والقلق، والإرهاق، ومشاكل في علاقاته مع الآخرين، وقد يعاني من الحزن، والإدمان، وقصور الانتباه، وفرط الحركة، وصعوبات في التّعلّم، واضطراب المزاج، واضطرابات نفسيّة أخرى...؛

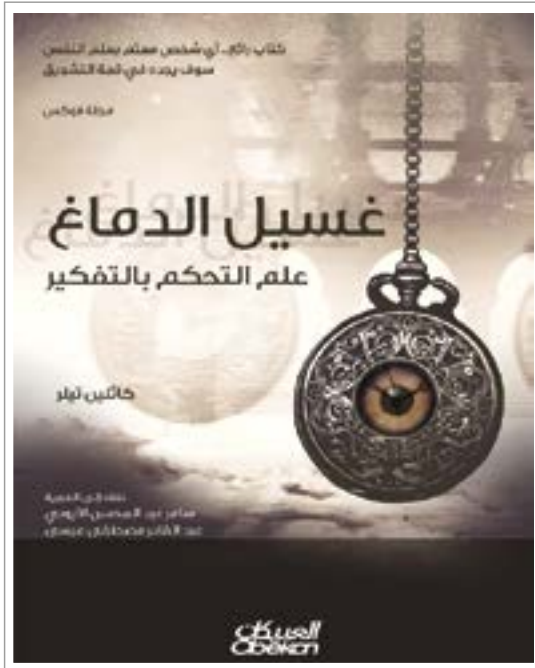
استناداً إلى الاعتبار العلميّ، فإنّ فعل الاختراق يرتبط بـ «علم الدّماغ البشري» (la science du cerveau humain). وهو مكوّن رئيس من مكونات تشكيل الخرائط الدّهنيّة. فمنذ أن صيغت كلمة «غسل الدّماغ» (lavage de cerveau) في أعقاب الحرب الكورية، صارت جزءاً من الثّقافة الشّعبيّة، وتم استغلالها لإنتاج عناوين مثيرة، كما اعتبرت موضوعاً للنقاش العلميّ في العديد من التّخصّصات العلميّة: التاريخ، علم الاجتماع، علم النّفس، العلاج النّفسيّ... ولكن بقي جزء مهمّ من النّقاش مفقوداً: هو الجزء المتعلّق بأيّ إشارة جادّة إلى «علم الدّماغ البشري» (la science du cerveau humain)،

وكان وصف كينيّة تغيير الآراء، سواء عن طريق الإقناع، أم الخداع، أم القوّة، سيكولوجياً بالكامل تقريباً.

ومن بين الكتابات الجادّة في هذا المجال: كتاب «غسيل الدّماغ» (Brain Washing)، من تأليف كاثلين تايلور (Kathleen Taylor).

- جمعت كاثلين تايلور (Kathleen Taylor)، في هذا الكتاب، وبسرد جميل، بين عوالم «علم الأعصاب» و«علم النّفس الاجتماعي» لأول مرة، مع الاستخدام الوظيفيّ





للحكايات ودراسات الحالة، لدراسة القضايا الأخلاقية المرتبطة بإجراء التجارب المطلوبة على البشر، والقيود المفروضة على النماذج الحيوانية، والآثار المخيفة لمثل هذه البحوث، مبرزة أيضاً تاريخ التحكم في الفكر وتبين كيف أن هذا لا يزال قائماً في كل مكان من حولنا: في التسويق والتلفزيون والسياسة والتعليم.

- يتضمن هذا الكتاب مقدمة تحلل استخدامات غسل الأدمغة اليوم، بما في ذلك الاستخدام من قبل تنظيم الدولة الإسلامية.

2. التّمنيع والتّخليص؛

2.1 التّمنيع

يُقصد بـ«التّمنيع الفكري» مجموع الإجراءات والترتيبات التي تمكّن من تعزيز ثبات الفرد وصموده أمام التيارات الفكرية والعقدية، ومختلف الإيديولوجيات الشاذة التي تتغيى زعزعة قيمه ومبادئه، اعتماداً على مختلف وسائل التواصل الاختراقية.

تبنى هندسة مشروع التّمنيع ضدّ الاختراق الفكريّ: المذهبيّ والعقديّ، وما يتولّد عنه من سلوكيات خطيرة في:

- تعزيز الأنشطة التي تضطلع بها القيادات الدينية والمؤسسات المهمة، في المناطق التي تروم تأهيل تمنيع أفرادها، فكرياً (معرفياً)، وقيميّاً، واجتماعياً...، درءاً للوقوع

في مختلف المزالق والتصادمات الفكرية، والنزعات اللاسوية، وأضرب السلوكيات الخطرة، المترتبة عن ذلك؛

- الانطلاق من مسلّمات الثوابت والقيّم المؤسّسة الموجهة، أبرزها:

○ محوّرة مختلف الأنشطة، التي تؤثّر فضاءات معيش الأفراد، حول عمليّات إنبات وغرس القيمّ الوطنية البانيّة (فكريّاً، وعقدديّاً/ حضاريّاً، واجتماعيّاً...)، مساوقة ومرتكزة في الآن نفسه على الحقائق العلميّة؛

○ ترجمة هذه القيمّ من مفاهيم ومبادئ تجريدية إلى سلوكيّات وأفعال إجرائية، يتملّكها النّاس، في حياتهم اليوميّة، وفق مناوالات تحكّميّة، قابلة للملاحظة والقياس، من أجل تبيّن أثر الرّجع المنتظر منها؛

○ فسح المجال لتوسيع نشر آليات التّمنيع داخل فضاءات معيش الأفراد، باعتبارهم شركاء في بناء وإنفاذ هذه التعلّمات والممارسات، بما يتمّ توفيره لهم من مداخل ومقاربات علميّة، وآليات تتسم بالتعدّدية والتّكامل والجّدّة، وأدوات قياس وتتبع يوظّفونها ذاتياً لتقويم أنشطتهم بدافع إغنائها؛

○ اعتبار البعد الزّمني «الألفية الثالثة» في تثقيف الأفراد، وميولاتهم واهتماماتهم ذات الصّلة بالمعرفة الرقمية، ممّا يدعو إلى إبعاد النّمطيّة في بناء الأنشطة؛

○ صياغة كفايات تثقيفيّة جديدة تستجيب لحاجات النّاس، وأهمّها: تدريبهم عمليّاً على تبيّن واستيضاح مساراتهم الحياتيّة، واستشراف مآلاتهم لصناعة مستقبلهم اعتماداً على تشرّب وتمثّل القيمّ الكونيّة العليا، وليس ارتكازاً على ما يُملَى عليهم قسراً بفعل وسائط الاختراق المتعدّدة. ومن أجل ذلك يكون من اللازم وضع مصفوفة (حزمة) من الكفايات والقيّم المصوغة، بناء على قياسات كلّ فئة من فئات السّاكنة، في كلّ الأبعاد المكوّنة لذواتهم. ومن مكوّنات هذه الحزمة:

- جدّة (Originalité) ونجاعة (Efficacité) وجودة (Qualité) وصدق (Validité) الخدمات التي يتم إنتاجها لتؤثت فضاءات ارتياد الناس، ومنها: المصفوفات الرقمية والكبسولات والفيديوهات، التي تمنع محتوياتها من الوقوع في مزلق الاختراقات؛
- الجرأة المهنية في التصدي لكل حدث اختراقي بالمستجدات، والاجتهاد العلمي في إيجاد الأجوبة المقنعة لمختلف الأسئلة والتساؤلات التي تعرض للناس في بعض الجوانب المعرفية درءاً لكل اختراق محتمل، وما يتولد عنه من سلوكيات خطيرة، عن طريق التشخيص الدقيق لانتظارات السائلين من أفراد المجتمع؛
- الحدق المنهجية في التواصل والتشيط والعرض، لبناء خرائط ذهنية سليمة؛
- المعرفة والفهم الدقيقان والشاملان لما يروج في فضاءات معيش الأفراد من مظاهر سلوكية وثقافية وروحية/ عقديّة؛
- التخطيط وبناء الإجراءات العملية في ظل المعايير التوصيفية لجودة المنتج (النشاط) الذي يتم تقديمه للشباب، تمنيعاً لهم من الوقوع في مخاطر الاختراق؛
- الاستناد إلى مرجعيات علمية ذات مصداقية، في مختلف المواضيع التي تعتبر محاور مركزية في عمليات التمنيع؛
- قطع الصلة مع المقاربات التعليمية الإملائية في الأنشطة التدريبية، والاستعاضة عنها بأنشطة تقوم على التسلية والتلعب، ضمن مختلف أساليب التواصل التشاركي، بحيث تكون الغاية من هذه الأنشطة تنمية قدرات الناس، وتكون الأدوات والدعامات متمثلة في ما يعجّ به عالم المعرفة الرقمية من تقنيات متعدّدة، من مثل:

(Sites dédiés, blogs, Applications, Smartphones, Réseaux sociaux)

يعتبر التّمنيع تعزيراً ذاتياً لقدرات الفرد وميكانيزماته الدّفاعية ضدّ كلّ اختراق محتمل، بسبب الخرائط الدّهنيّة القويّة المستبطنة في شخصيّة الفرد، التي يتمّ تعهدها بالمواكبة تطويراً وارتقاءً. وهو بناء سيكو- سوسيو- تربويّ بقصد إقدار الشّخص المستهدف للاستقطاب على تفعيل تفكيره وتحريكه في إطار حوار نقديّ مع ذاته، يجدّد من خلاله بناء هذه الدّات خطوة خطوة، مدركاً قوّة الأفكار التّدميرية التي تمارس عليه قهراً وتستعبده.

إنّ منهجاً من هذا النّوع ينأى بالشّخص المخترق عن التّمرکز حول الأفكار القسريّة التي فرضت عليه انطلاقاً من ربطها بالدّين، أو أيّ عقيدة سياسية أو إيديولوجية اختراقية، ليسائل هذه الأفكار في جذورها ومصادرها ومآلاتها.

2.2. التّخليص / التّحرير

يُقصد بـ «التّخليص / التّحرير» إقامة خرائط ذهنيّة جديدة سويّة / متحكّمة مستبطنة لإنسان يتمّ تحريره (Décolonisation) من اختراق معيّن، تُعدّ إجراء تخليصياً يجب دعمه



ومواكبته درءاً له من الانتكاس، باعتماد منهج تفكيكي (Déconstruction) للتطرف، من حيث كونه فكراً وعقيدة وبناءً نسقياً، أنتجت حركات تطرفية. يتم ذلك بالتحليل الدقيق للمصطلحات والمفاهيم والمفردات التي توظف لإنتاج الأفكار التي يتبناها منفذو الأفعال الإرهابية، من أجل تحرير ذهنيهم من الأفكار الخاطئة، مع التشديد على مضمون «التحرير» الذي يقصد به تخليص (décolonisation) فكر الشخص المخترق من المفارقات والأخطاء والأوهام. وذلك بكسر «الحلق المحوري» في منظومة الفكر التي يتقدم بها العرض الاختراقي.

إن الاهتمام إلى موضع «الحلق المحوري» في منظومة تفكير الشخص المعرض للاختراق قصد كسره، يستوجب معرفة آليات وأدوات التحليل العلمي، المستبطنة لأعماق الشخصية بهدف استكناها، من مثل «الحوارات الخلفية» (Background Discussion)، و«التميزات» (Distinctions)، و«المواجدة» (Empathie)، و«الإنصات المتمعن» (Ecoute active)....، وضبط مقررات العلوم ذات الصلة...

3. نموذج تراثي في منازل المعرضين للاختراق: مناظرة ابن عباس رضي الله عنهما للحرورية^[29]

لعبد الله بن عباس رضي الله عنهما، مناظرة مشهورة عند أهل العلم، مع الحرورية الذين أرادوا الخروج على علي، رضي الله عنه، ومن الذين ساقوها: ابن عبد البر في

[29] الحرورية هم فرقة من فرق الخوارج، وكان مبدأ خروجهم من بلدة حروراء بقرب الكوفة بالعراق فُنسبوا إليها، وهم من أنكروا على الخليفة الراشدي الرابع، علي بن أبي طالب التحكيم في قتاله مع معاوية بن أبي سفيان، ثم قاتلوه، وكفروا المسلمين، واستحلوا دماءهم، ويقال لهم أيضاً: أهل النهروان لأن علياً قاتلهم هناك، كما سُموا أيضاً بالمُحكِّمة، لرفعهم شعار لا حُكْمَ إلا لله، والتفافهم حوله، وسموا كذلك بالنواصب، لمناصبتهم علياً ومن والاه العداوة والبغضاء، وبراءتهم من كثير من الصحابة من السابقين الأولين من أهل بدر وغيرهم....

«جامعه». فكان ممّا جاء فيها: لما خرجت الحرورية اجتمعوا في دار، وهم ستّة آلاف، وأجمعوا أن يخرجوا على علي بن أبي طالب وأصحاب النبيّ -صلى الله عليه وسلم- معه، قال: جعل يأتيه الرجل فيقول: يا أمير المؤمنين إن القوم خارجون عليك، قال: دعهم حتى يخرجوا فإنني لا أقاتلهم حتى يقاتلوني، وسوف يفعلون. فلما كان ذات يوم قلت لعلي: يا أمير المؤمنين: أبرد عن الصلاة فلا تفتني حتى آتي القوم فأكلّمهم، قال: إنني أتخوّفهم عليك. قلت: كلا إن شاء الله تعالى، وكنت حسن الخلق لا أؤذي أحداً. قال: فلبست أحسن ما أقدر عليه من هذه اليمانية، (وكان ابن عباس رجلاً جميلاً جهيراً). قال: ثم دخلت عليهم وهم قائلون في نحر الظّهيرة. قال: فدخلت على قوم لم أر قطّ أشدّ اجتهاداً منهم، أيديهم كأنها ثفن الإبل، وجوههم معلمة من آثار السجود، عليهم قمص مرحضة، وجوههم مسهمة من السّهر.

قال: فدخلت. فقالوا: مرحباً بك يا ابن عباس! ما جاء بك؟ «فقال: «جئتكم من عند أصحاب رسول الله صلى الله عليه وسلم، وليس فيكم منهم أحدٌ، ومن عند ابن عمّ رسول الله صلى الله عليه وسلم، وعليهم نزل القرآن، وهم أعلم بتأويله، جئت لأبلغكم عنهم وأبلغهم عنكم؟» فقال بعضهم: «لا تخاصموا قريشاً فإنّ الله يقول: ﴿بَلْ هُمْ قَوْمٌ خَصِمُونَ﴾ [الزخرف: 58]، فقال بعضهم: «بلى فلنكلّمناه»، قال: «فكلّمني منهم رجلان أو ثلاثة»، قال: قلت: «ماذا نقمتم عليه؟» قالوا: «ثلاثاً»، فقلت: «ما هنّ؟» قالوا: «حكّم الرّجال في أمر الله، وقال الله: ﴿إِنْ أُلْحُكُمُ إِلَّا لِلَّهِ﴾ [الأنعام: 57/ يوسف: 40، 67] قال: قلت: «هذه واحدة، وماذا أيضاً؟» قال: «فإنه قاتل، ولم يسبّ ولم يغنم، فلئن كانوا مؤمنين ما حلّ قتالهم، ولئن كانوا كافرين لقد حلّ قتالهم وسبأؤهم»، قال: قلت: «وماذا أيضاً؟» قالوا: «ومحا نفسه من إمرة المؤمنين، فإن لم يكن أمير المؤمنين، فهو أمير الكافرين»، قال: قلت: «أرأيتم إن أتيتكم من كتاب الله وسنة رسوله ما ينقض قولكم هذا أترجعون؟» قالوا: «وما لنا لا نرجع؟».

قال: قلت: «أما قولكم: «حَكَمَ الرَّجَالُ فِي أَمْرِ اللَّهِ»؛ فَإِنَّ اللَّهَ تَعَالَى قَالَ فِي كِتَابِهِ: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَقْتُلُوا الصَّيْدَ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ وَمَنْ قَتَلَهُ مِنْكُمْ مُتَعَمِّدًا فَجَزَاءٌ مِثْلُ مَا قَتَلَ مِنَ النَّعَمِ يَحْكُمُ بِهِ ذَوَا عَدْلٍ مِّنكُمْ﴾ [المائدة: 95]، ﴿وَإِنْ خِفْتُمْ شِقَاقَ بَيْنِهِمَا فَابْعَثُوا حَكَمًا مِّنْ أَهْلِهِ وَحَكَمًا مِّنْ أَهْلِهَا﴾ [النساء: 35]، فَصَيَّرَ اللَّهُ ذَلِكَ إِلَى حُكْمِ الرَّجَالِ، فَنَشْتَدِكُمُ اللَّهُ، أَتَعْلَمُونَ حُكْمَ الرَّجَالِ فِي دِمَاءِ الْمُسْلِمِينَ، وَإِصْلَاحِ ذَاتِ بَيْنِهِمْ أَفْضَلَ، أَوْ فِي دَمِ أَرْنَبٍ ثَمَنِ رُبْعِ دَرْهَمٍ، وَفِي بُضْعِ امْرَأَةٍ؟» قالوا: «بلى هذا أفضل»، قال: «أَخْرَجْتُمْ مِنْ هَذِهِ؟» قالوا: «نعم»، قال: «فَأَمَّا قَوْلُكُمْ: «قاتل ولم يسب ولم يغنم»؛ أَفَتَسْبُونَ أُمَّكُمْ عَائِشَةَ؟ فَإِنْ قَلْتُمْ: «نَسَبِيهَا فَنَسَبُهَا مَا نَسَبُهَا مِنْ غَيْرِهَا» فَقَدْ كَفَرْتُمْ، وَإِنْ قَلْتُمْ: «لَيْسَتْ بِأُمَّنَا» فَقَدْ كَفَرْتُمْ، فَأَنْتُمْ تَتَرَدَّدُونَ بَيْنَ ضَلَالَتَيْنِ، أَخْرَجْتُمْ مِنْ هَذِهِ؟» قالوا: «نعم»، قال: «وَأَمَّا قَوْلُكُمْ: «مَحَا نَفْسَهُ مِنْ إِمْرَةِ الْمُؤْمِنِينَ»؛ فَأَنَا أَتَيْتُكُمْ بِمَنْ تَرْضَوْنَ، إِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ يَوْمَ الْحُدَيْبِيَّةِ حِينَ صَالِحَ أَبِي سَفْيَانَ وَسَهِيلَ بْنَ عَمْرٍو قَالَ رَسُولُ اللَّهِ: «اكْتُبْ يَا عَلِيُّ: هَذَا مَا صَالِحَ عَلَيْهِ مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ»، فَقَالَ أَبُو سَفْيَانَ وَسَهِيلُ بْنُ عَمْرٍو: «مَا نَعْلَمُ أَنَّكَ رَسُولُ اللَّهِ، وَلَوْ نَعْلَمُ أَنَّكَ رَسُولُ اللَّهِ مَا قَاتَلْنَاكَ»، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «اللَّهُمَّ إِنَّكَ تَعْلَمُ أَنِّي رَسُولُكَ، أَمْحُ يَا عَلِيُّ وَاكْتُبْ: هَذَا مَا صَالِحَ عَلَيْهِ مُحَمَّدٌ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ وَأَبُو سَفْيَانَ وَسَهِيلُ بْنُ عَمْرٍو»، قال: فرجع منهم ألفان وبقي بقيتهم فخرجوا فقتلوا أجمعون»^[30].

[30] جامع بيان العلم وفضله، لابن عبد البر.





المحور الثالث

التنزيلات المنهجية

1. هندسة إنفاذ المخطط العام للبرنامج؛
2. مقارنة التّمنيع بالتّظير؛



مقدمة

1. سياق البرنامج

تأتي محتويات هذا المحور من الدليل تكملة للمحاور الأولى منه، قصد تمكين المشتغلين بمواجهة الإرهاب المبني على التطرف العنيف، من امتلاك آليات معرفية، ومنهجية، واستراتيجية، يواجهون بها، استباقاً، مخاطر اختراق التنظيمات المتطرفة، المتنامي انتشارها في مختلف جهات المعمور، من خلال تزويدهم بالمعلومات الصحيحة وبالمهارات اللازمة، التي تساعدهم على إكساب الناس قدرات «التمنيح الذاتي» (l'Auto-immunisation)، في مواجهة أيّ اختراق يستهدفهم، باعتماد «مقاربة التمنيح بالنظير» (Approche de l'Immunisation par les Pairs)،

يستهدف هذا القسم ثلاث فئات، هي:

- 1) المكوّنون (Les Formateurs) : المستفيدون مباشرة من الدورات التكوينية التي يتم تنظيمها لمواجهة الإرهاب المبني على التطرف العنيف؛
- 2) الممنّعون النظراء (Les Immunisateurs Pairs) : وينتقون من بين الفاعلين ميدانياً وفق معايير، ويتمّ تكوينهم من قبل المكوّنين؛
- 3) النظراء (Les Pairs) : وهم عناصر الفئات الهشة، الذين يشكلون بيت القصيد وقطب الرّحى في برنامج تمنيعي ضدّ الإرهاب المبني على التطرف العنيف، أو أي سلوك آخر مشين، حيث يتمّ تثقيفهم وتمنيحهم ضدّ الاختراق من قبل الممنّعين النظراء. وفي مساره تتحقّق عمليات ثلاث:

- تستفيد نخبة من الفاعلين، من تكوين علمي معرفي ومنهجي في الموضوع؛
- يعمل المكوّنون المستفيدون من التدريب على تكوين «ممنّعين نظراء» (Immunisateurs Pairs) يتمّ انتقاؤهم من بين أفراد المؤسسات الحكومية أو المجتمع المدني باعتماد معايير علمية؛

- يعهد للممنّعين النظراء، تحت إشراف ومواكبة المكوّنين، بتثقيف الفئات الهشة قصد تمنيّهم من أي اختراق يستهدفهم، بنشر المعرفة الصّحيّة، وتصحيح المعلومات الخاطئة، وتنمية المواقف، والاتجاهات، والسلوكيات الإيجابيّة في المؤسّسات التي يتمون إليها.

2. وظيفة البرنامج في ما يخصّ كلّاً من المكوّنين، والممنّعين النظراء، والنظراء من أفراد المجتمع:

عملاً على تحقيق أهداف هذا البرنامج، تمّ الحرص، في هذا القسم من الدليل، على هندسة محتوياته وفق ثلاثة أقسام متكاملة في ما بينها، يستهدف كلّ قسم منها فئة معيّنة، مع استحضار الترابط القويّ بين نوعين من الوظائف المرتقب التوصل إليها: (الوظائف التكوينيّة، والوظائف التثقيفيّة/ التّمنيعيّة):

- قسم المرجعيّات العلميّة النظرية والمنهجية: وهو موجّه، أساساً، إلى المكوّنين ليتملكوا من خلاله الأساسات المعرفيّة والمنهجية التي تُكسبهم المعرفة الصّحيحة من جهة، وتكوين وإعداد الممنّعين النظراء من جهة ثانية.

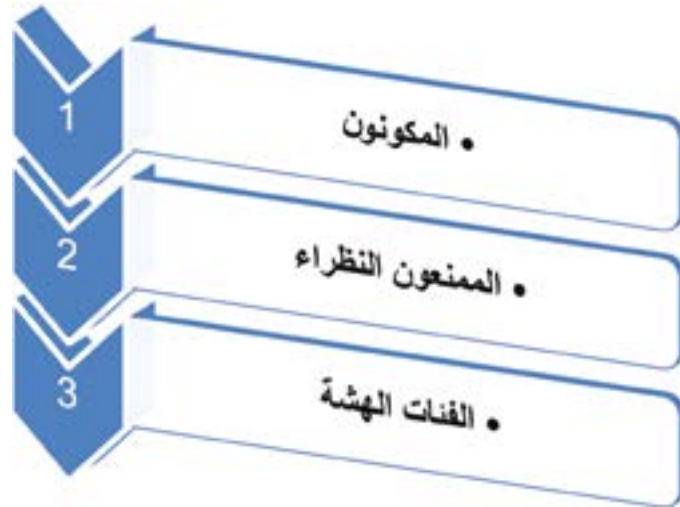
- قسم التّطبيقات والتنزيلات: وهو ترجمة عمليّة وتنزيلات تطبيقية، يوظفها المكوّنون خلال دورات تكوين الممنّعين النظراء؛

- قسم التثقيف والتّمنيع الدّاتي: ويتعلّق الأمر فيه بعدّة «الممنّع النّظير» التي هي عبارة عن جذاذات (Fiches)، تحدّد مجال تدخّله، وتساعد على التّخطيط للحصص التثقيفيّة/ التّمنيعيّة، وتديرها لضمان تحقّق الأهداف المسطّرة. وقد تمّ التركيز في كلّ من هذه الجذاذات على الانطلاق من «وضعية - مسألة» (Situation-problème)، دقيقة الصياغة، ونابعة من الحياة اليومية للفئات المستهدفة، وتقديم الإجابات

المتطلبة بالمختصر المفيد. وهي التي تعتمد في ما بعد من قِبَل الممنّعين النظراء في عمليات تثقيف/ تمنيع نظرائهم من باقي أفراد الفئات الهشة.

ومن هنا يتّضح أنّ التّكوين، يعتمد شكلاً «تدرجياً/ تنازلياً» (Formation en cascade):

من تكوين المكوّنين، إلى تكوين الممنّعين النظراء، إلى تثقيف وتمنيع أفراد المجتمع



المقاربة التّمنيعيّة بالنّظير

1. تحديد المفاهيم المركزيّة (التّمنيع، المقاربة، النّظير)

يستقى التعريف العام لـ «مقاربة التّمنيع بالنّظير» من خلال العناصر التالية:

- تمنيع النظراء أو الأقران هي مقاربة يساعد فيها الممنّع النّظير نظراءه، بهدف تنمية وتطوير المعرفة، وتبديل المواقف والمعتقدات والسلوكيات نحو الأفضل؛

- لذلك تعتبر هذه المقاربة نشاطاً يقوم فيه أفراد ينتقون، بناءً على معايير، ليدربوا أقرانهم في مواضيع تتصل بحياتهم اليومية، من أجل تنمية المعارف والمهارات، والارتقاء بالمواقف والاستعدادات والمعتقدات، لتبني سلوك إيجابي؛
- ليس التّمنيع بالنّظير نشاطاً نمطياً، بل هو فعل متعدّد الأوجه، يجمع بين الممنّع النّظير ونظرائه في شكل مجموعات صُغرى، أو بين الممنّع النّظير ونظير له، في صورة مقابلة فردية تتكرّر في جلسات منتظمة، من أجل تحقيق الهدف. كما أنه ليس للتّمنيع بالنّظير مكان محدد، فقد يتمّ في رحاب المؤسّسات الجامعية و دور الشّباب، والأندية والمدارس والفضاءات. التي في محيطها..
- يعتبر الممنّع النّظير واحداً من أفراد المجموعة التي ينتمي إليها، التي تسمّى «مجموعة اجتماعية»، لأن أعضائها يشتركون في خاصّيات تجمع بينهم، كالسنّ والجنس، والتوجّه الفكريّ، والانتماء المهنيّ، والوسط السوسيوثقافي... وهو ممنّع نظير لأنّه استفاد من تدريبات أهله للقيام بأنشطة التّمنيع.
- التّمنيع: يعتبر التّمنيع تعزيزاً ذاتياً لقدرات الفرد وميكانيزماته الدّفاعية ضدّ كلّ اختراق محتمل، بسبب الخرائط الذّهنيّة القويّة المستبطنة في شخصيّة الفرد، التي يتمّ تعهدها بالمواكبة، تطويراً وارتقاءً.
- «التّمنيع الفكري»: مجموع الإجراءات والترتيبات التي تُمكن من تعزيز ثبات الفرد وصموده أمام التيارات الفكرية والعقدية، ومختلف الأيديولوجيات الشاذة التي تروم زعزعة قيمه ومبادئه، اعتماداً على مختلف وسائل التّواصل الاختراقية؛
- تبنى هندسة مشروع التّمنيع ضدّ الاختراق الفكري: المذهبي والعقدي، وما يتولّد عنه من سلوكيات خطيرة وفق هندسة مضبوطة
- عملت الرّابطة المحمدية للعلماء على نحتِ وصوغ مفهوم «التّمنيع» (Immunisation) استمداداً من حقل البيولوجيا، لتعني به الميكانيزمات الدّفاعية الداخلية للفرد، ضدّ

- عوامل المخاطر المترتبة به، وحماية نفسه وصونها منها، شبهًا بما يفعله جهاز المناعة لصدّ العناصر الممرضة المحيطة بجسم الإنسان؛
- يرتبط هذا النوع من التّمنيع بالمكوّن المعنوي للإنسان، وهو المكوّن السيكو-سوسيو ثقافي، المتمثّل في:
- البناء النّفسيّ ببعديه:
 - البناء الوجداني - العاطفيّ؛
 - البناء العقليّ - المعرفيّ؛
 - البناء النّفسيّ - الاجتماعيّ؛
 - البناء السوسيو ثقافيّ

2. معايير انتقاء الممنع النّظير

إنّ التّكوين الذي ينظّم لفائدة الممنع النّظير لا يمكن أن يحقّق أهدافه ما لم تعتبر فيه بعض الشّروط الأساسيّة، حين اختيار الممنعين النّظراء قبل الشّروع في تكوينهم، لأنّ هذه المميّزات تعتبر دعامة لنجاح التّكوين.

هناك شبه اتفاق على مجموعة من المعايير في انتقاء الممنعين النّظراء. وتتمثّل هذه المعايير في المميّزات الذاتيّة التي تُراعى عند انتقاء الممنع النّظير. ويمكن الاقتصار على أهمّها فيما يلي :

- الانتماء للمجموعة نفسها التي سيعمل الممنع النّظير على تثقيفها: أي أن يكون فرداً من المجموعة، له نفس مواصفات الأفراد الآخرين، وإلاّ اعتبر فرداً غريباً. وأساس أهميّة هذا المميز يكمن في كون الممنع النّظير يحمل نفس اهتمام أفراد المجموعة، حيث يلعب الأدوار نفسها ويتكلم اللغة نفسها... إنّه، بتعبير جامع، يعيش واقع مجموعته، ويتجانس معها؛

- التّوفر على مستوى معرفيٍّ معيّن حتى يستفيد من التّكوين ويضطلع بالوظيفة التّثقيفية المنوطة به على أحسن وجه؛
- التّمتع بشعبية تجعله مقبولاً من قِبَل نظرائه وتمكّنه من قيادتهم؛
- التّطويع، ويُقصد بها قبول الممنع النّظير الاضطلاع بهذه المهمّة، اقتناعاً منه بأهميّتها الاجتماعيّة، كما هو الشّأن بالنّسبة لباقي المهام العسكريّة، ودون دوافع أخرى؛
- التّقبل والاستجابة، ويُقصد بهما الاستعداد السيكولوجي لقبول المهمّة مقرونًا باهتمام كبير. ويستدلّ على ذلك من خلال :
 - موافقته على القيام بهذه المهمّة كلّما دعت الضرورة؛
 - اهتمامه المتزايد بها؛
 - ارتياحه حين إنجازها على الوجه المطلوب.
- التّثمين (Valorisation): ويُقصد به اقتناع الممنع النّظير بقيمة هذه الوظيفة، بناءً على قناعاته الشّخصية، وليس بناءً على رضى الآخرين؛
- القياديّة: الممنع النّظير ليس بالضرورة هو الشّخص المتميّز معرفياً وعلمياً على زملائه، بل هو شخص قيادي يهتم بمجموعته، لأنّه يعرفها ويعيش واقعتها. وانطلاقاً من هذا الاعتبار لن يرى الممنع النّظير في شخصه إنساناً متميزاً، له سلطة تخوّل له الوعظ والنّصح والإرشاد؛
- ويُستحسن في انتقاء الممنعين النّظرء الاستناد إلى بعض التّقنيّات كالروائز^[31] النّفسية (Tests Psychométriques) وقياس العلاقات الاجتماعيّة (Sociométrie)^[32].

[31] الروائز: رائز، وهو اختبار يساعد على معرفة طاقات الإنسان واكتشاف كفاءاته.

[32] يراجع في هذا الموضوع على سبيل المثال لا الحصر المراجع التّالية:

3. دواعي تكوين الممنع النظير

قد لا تتوافر القدرات المعرفية والمواصفات المنهجية المطلوبة في الممنع النظير اعتماداً على مقابلات الانتقاء. وهذا ما يوجب تخصيص تكوين نوعي في «مقاربة التمنيع بالنظير». ويعتبر هذا التكوين أساسياً، وذلك لأن نجاح الممنع النظير في مهامه رهين بمدى ما يمتلكه من مهارات وكفايات معرفية وتواصلية. وقد يكون له استعدادات للعمل التثقيفي / التمنيعي، إلا أن ذلك لا يجعل منه مثقفاً جديراً بهذا المعنى، ما لم يستفد من تكوين خاص ينظم لفائده، انطلاقاً من استحضار الأهداف المنوطة بالمقاربة التثقيفية / التمنيعية عن طريق النظراء. ولذا فعلى كل تكوين ينظم لفائدة الممنع النظير أن يستحضر العناصر التالية:

- المواصفات الذاتية (الشخصية) التي تيسر للشخص أن يكون ممنعاً نظيراً ناجحاً؛
- المعرفة التامة لخصوصيات الفئات المستهدفة (فئة النظراء)؛
- المعرفة الدقيقة للرسائل التثقيفية / التمنيعية المراد تبليغها للفئات المستهدفة؛
- امتلاك القدرات المنهجية لصياغة الرسائل التثقيفية / التمنيعية المراد تبليغها للفئات المستهدفة؛
- امتلاك القدرات المنهجية في بناء المهارات الحياتية؛
- التمكن من مهارات التواصل، وتقنيات تنشيط المجموعات؛

- زهران حميد عبد السلام. «علم النفس الاجتماعي». عالم الكتب، ط 4، القاهرة.

- معوض خليل ميخائيل. «علم النفس الاجتماعي» دار النشر المغربية.

- جورج بيل وخرن. ترجمة محمد علي العريان وإبراهيم خليل شهاب «القيادة وديناميكية الجماعات» ... مكتبة الأنجلو المصرية.

- Jacob Levy Moreno, «Fondements de la sociométrie», Traduit De L'anglais Par HParis, PUF, 2ème édition, 1970.

- René Marineau « J.L.Moreno et la troisième révolution psychiatrique », ISBN 2-86424-072-6 Janvier 1990.

- Jean - Claude Filloux. « Psychosociologie de l'éducation, éléments pour une étude du groupe-classe» Faculté des lettres de Nonterre

- القدرة على التخطيط والتتبع والتّقييم في مجال تثقيف النظراء.

يستند تكوين الممنّع النظير إلى خطة عمل تقوم أساساً على ثلاث عمليات:

(1) إجراء تقييم قبلي (سابق للتكوين): وذلك لتشخيص ما يمتلكه الممنّع النظير من مؤهلات لتؤخذ بعين الاعتبار أثناء التكوين. وهكذا يمكن الكشف عن الحاجات التي تتم الاستجابة لها وقت التكوين، انسجاماً مع الأهداف المحددة؛

(2) بناء الفعل التكويني: من أجل إكساب الممنّعين النظراء مجموعة من الكفايات والقدرات التي تؤهلهم للقيام بوظائفهم التثقيفية / التّمنيعية، مع تكييفها حسب الوضعيات المختلفة (تنشيط مجموعة، تواصل ثنائي)، ينظّم تكوين خاص. ويتمحور هذا التكوين حول ثلاثة جوانب أساسية:

- جانب معرفي يتعلق بالمعلومات والحقائق العلمية حول الموضوع المراد تناوله مع النظراء: (أساليب الاختراق، العنف، حقوق الإنسان، التيارات الدينية المتطرّفة...);

- جانب منهجي يهدف إلى ترجمة المعلومات والحقائق العلمية إلى وضعيات وسلوكيات تجعل النظراء في منأى عن المخاطر. ويفترض ذلك إكساب الممنّعين النظراء جانباً سلوكياً يهدف إلى تمكين الممنّع النظير من مجموعة مهارات تيسر تعامله مع نظرائه وتقنيات التواصل والتنشيط...؛

- التّقييم/ التّقييم: ويدخل ضمن هذا الجانب الثالث إقدار الممنّعين النظراء على تحديد مكتسباتهم المعرفية والمنهجية والعملية، وتبين درجات امتلاكها، وبالتالي القدرة على الإجابة عن سؤال محوري «هل صرتُ قادراً على أن أكون ممنّعاً نظيراً؟» ومن أدوات هذه العدة التكوينية الشبكات التقييمية التي تُعد خصيصاً لتتبع مراحل التكوين^[33]، وهي شبكات تعتمد لتقييم عمل كل مثقف نظير من قبل زملائه ومكونيه، حين إنجاز حصة تواصلية أو تنشيطية، وفق العمليات التالية:

[33] مرفقة بالقسم المنهجي.

- تعبئة الشبكة من قِبَل المشاركين، وفق ما هو مطلوب، وقت قيام الممنع النظير بإنجاز التمارين التكوينية؛
 - مناقشة الممنع النظير، حال انتهاء الوصلة التكوينية، من قِبَل المشاركين؛
 - إعادة التمرين من قِبَل الممنع النظير نفسه، في ضوء توجيهات المشاركين؛
 - الحرص على أن ينجز كل ممنع نظير حصصاً تواصلية، وأخرى تنشيطية، حتى يتمكن من الجمع بين مهارات التواصل ومهارات التنشيط.
- (3) إجراء تقويم بعدي (ختامي): لتبين مدى تحقق الأهداف والكشف عن طبيعة المخرجات التكوينية للممنعين النظراء.

4. مواصفات الممنع النظير بعد التكوين

كما سبقت الإشارة، فإنَّ التكوين الذي ينظّم لفائدة الممنع النظير لا يمكن أن يحقق أهدافه ما لم تعتبر بعض المميّزات الأساسية في اختيار الممنعين النظراء قبل الشروع في تكوينهم، لأن هذه المميّزات تعتبر دعامة نجاح التكوين. وهكذا يكون من اللازم أن يتوافر في المثقف النظير نوعان من المميّزات: مميّزات ذاتية^[34] تتحكّم في انتقائه، ومميّزات يكتسبها في

[34] هذه المميّزات هي التي تعتمد كمعايير لانتقاء المثقفين النظراء

- Monique Linard, «Microenseignement, autoscopie et travail en groupe», Revue française de pédagogie Année 1978, Volume 43, Numéro 43;

- Paul Sollier «Les phénomènes d'autoscopie: L'hallucination de soi-même» ISBN : 2-296-00953-0. juillet 2006. 176 pages;

- Joëlle Allouche Benayoun. Marcel Paricel «La fonction formateur: Identités professionnelles. Méthodes pédagogiques de formation». DUNOD. 2000;

- Daniel Géraud, Jean Jaques Joubert: «Construire son projet de formation pour évaluer, s'adapter, rebondir». DUNOD. 2000 ;

شكل قدرات ومهارات ومواقف عن طريق التكوين والمحاكاة، عن طريق التدرّب عليها في شكل مهارات. ويستحسن أن يتمّ امتلاكها باعتماد مجموعة من التّقنيّات التي منها: المحاكاة (Simulation) التّعليم المصغّر (le micro enseignement)، ورؤية الذات. (l'autoscopie) ومن أبرز هذه القدرات:

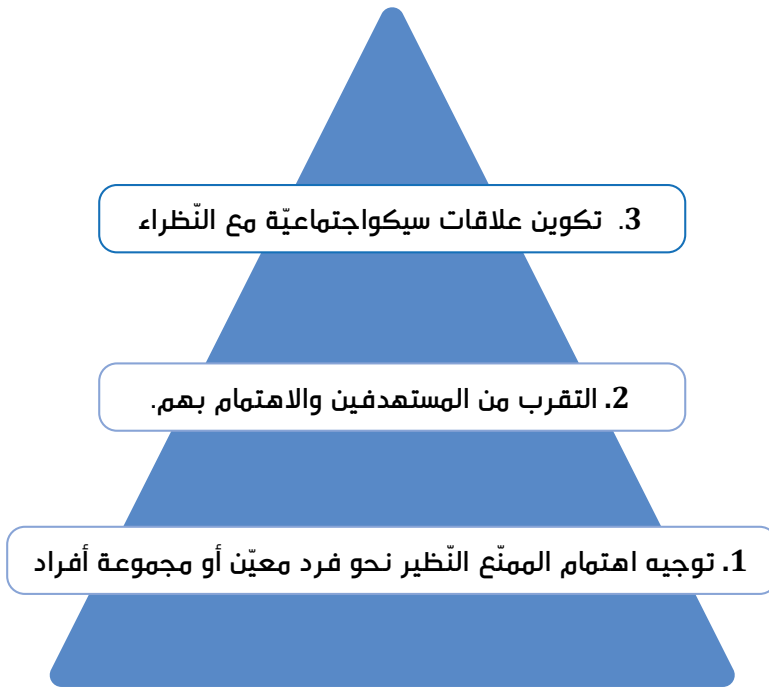
- القدرة على المبادأة في المحادثة وضمن استمرارية الحوار، والتحلّي بالشجاعة الأدبية، لأنّ امتلاك المعرفة في غياب هذا المميز لا يفيد في مجال التثقيف والتمنيع. فالخجل والتردد، وعدم القدرة على المواجهة، وغياب الطلاقة في الحديث... تعتبر حواجز تحدّد من فعالية التّواصل، وقد توقّفه.
- الالتزام المعنوي، ويُقصد به اعتبار العمل التثقيفي سلوكاً يومياً. وهذا ما يدفع الممنع النّظير إلى التثبّت بوظيفته التثقيفيّة والاستعداد للدّفاع عنها وتطويرها. وطبيعي أن تثقيف أفراد المجموعة التي ينتمي إليها الممنع النّظير لا يتمّ في حصّة أو حصتين، وإنّما هو عمل مستمر يستدعي التّبع وتبين النتائج. وهذه الميزة لا تحصل تلقائياً، وإنّما في شكل التزام معنوي ينقدح عند الممنع النّظير ويتطوّر بالتدريب والممارسة.
- القابلية لمعرفة الآخر والرّغبة في مساعدته. وتحصل هذه الكفاية حينما ينمو لدى الممنع النّظير الإحساس بالمسؤولية تجاه الآخر، فيسعى جاهداً لربط صلات الثقة معه بشكل حميمي، ويساعده على تبني السلوك السّليم في مجال التّمنيع من الاختراق.

- José-Luis Wolf: «Méthodes de travail et stratégies d'apprentissage». De Boeck Université, 2001.

- Daniel Gacoin: «Communiquer dans les institutions sociales et médico- sociales». DUNOD. ISBN, 2002 ;

- Groupe d'auteurs sous la direction de R. Ghiglione et J.F. Richard «Cours de psychologie: Processus et application». DUNOD, Paris, 2003.

- الدافعية لتثقيف أفراد المجموعة. وتتمثل في إكساب الممنع النظير، من خلال حصص التكوين، قناعة ذاتية، في صورة استعداد يدفعه لممارسة التثقيف التمنيحي تلقائياً، لأنه يجد فيه إشباعاً لرغباته، وتحقيقاً لذاته.
- الوعي بالمسؤولية التثقيفية التمنيحية تجاه النظراء. وتتمثل في جعل الممنع النظير، بناءً على المميّزات السابقة، لا يرى في فعله التثقيفي مجرد دعاية للذات أو ممارسة هواية لتمضية الوقت، بل إنه يمارس عملاً اجتماعياً مجتمعياً بامتياز. ويحدث عند هذا الاقتناع حينما يتبين له أنه بعمله التثقيفي يرفع العلاقات الإنسانية، ويسهم في بناء مجتمع سليم ومتماسك، مما يؤدي إلى التوافق الاجتماعي.
- لا يحدث هذا الوعي بالمسؤولية إلا حينما يتولد داخل الممنع النظير مبدأ التعلق (attachement) بأفراد المجموعة، وهو السعي للتقرب منهم والميل للمحافظة على التواجد بجانبهم، بسبب ارتباطه بهم، لأنه منهم وإليهم، سلامته في سلامتهم، وأمنه في أمنهم...



ويتعزز التعلّق بأفراد المجموعة المستهدفة عن طريق تدريب الممنع النظير على تتبّع مراحل التعلّق التي تبدأ تصاعدياً من مجرد الميل إلى المجموعة المستهدفة لتتطور في شكل علاقات وجدانية.

ومما يستدل به على أن التعلّق قد حدث فعلاً بين الممنع النظير والمجموعة المستهدفة: بروز مجموعة من المواقف عند أفراد المجموعة، منها:

- الترحيب به؛
- الارتياح له؛
- الاستجابة لما يطلبه منهم؛
- الثقة فيه.

ولكي يتحقق هذا التعلّق، على الممنع النظير أن يبدأ بتعبئة مَنْ هُمْ أقرب إليه مجالياً ومعرفياً: الزملاء في الوحدة العسكرية، الزملاء في النادي الرياضي،... وبفعل الاعتماد على هذه الأنماط من العلاقات الاجتماعية تبنى الشراكات والتشبيكات بين الممنع النظير والنظراء.

5. مهام الممنع النظير: تبديل السلوكيات السلبية

يقصد بـ «المهام»، الأنشطة التي يضطلع بها الممنع النظير قصد تحسيس «نظرائه» بمختلف المخاطر المرتبطة بالمجال الذي يكون موضوع التثقيف، وتمثّل أساساً في ترشيد تدبير السلوك. ويمكن إجمال هذه المهام في مجموعتين: مهام تثقيفية، ومهام توجيهية.

تمثّل المهام التثقيفية، أساساً في مساعدة النظراء على تبديل سلوكياتهم المؤذية أو المهينة لتوليد المخاطر، وذلك عن طريق الرّسائل التثقيفية التي تدور مضامينها حول محاور أساسية يتم اختيارها بدقة، وتكون، على العموم، مرتبطة بالعناصر التالية:

- المعلومات والمعارف ذات الصلة بالسلوكيات السلبية المراد محاربتها (مفهومها، أنواعها، مصادرها، طرق الإصابة بها، الوقاية منها،...).
- المواقف والممارسات والسلوكيات المرتبطة بالمخاطر.
- محدّدات وعوامل المخاطر مثل: العوامل الذاتية والعوامل السوسيوثقافية.
- الميكانيزمات وآليات تيسير الوقوع في المخاطر.

هناك وظائف أخرى يضطلع بها الممنع النظير، وهي المهام الإرشادية- التوجيهية. ويقصد بها العمليات التي يعزّز بها الممنع النظير رسائله التثقيفية عملياً لفائدة نظرائه. ومنها على سبيل المثال: البحث عن أسناد تثقيفية داعمة... وتيسيره لنظرائه عملية الحصول عليها. ويكون من الأفضل أن يتكفل هو شخصياً بربط العلاقات بين أئداده والجهة المعنية (الضابط المكوّن أو المسؤول الثقافي).





المحور الرابع

التطبيقات العملية

1. «مجموعات النقاش البؤرية» أو «مجموعات التركيز» (Focus Groups)
تقنية لتشخيص حاجات المهنيين النظراء؛
2. منهجيات وتقنيات مقارنة التمتع بالنظير:
 - 1) التواصل؛
 - 2) التنشيط؛
 - 3) المهارات الحياتية.



المصوغة الأولى «مجموعات النقاش البؤرية» أو «مجموعات التركيز» (Focus Groups): تقنية لتشخيص حاجات المهتمين النظراء

تذكير:

إن مقارنة «التّمنيع بالنّظير»، كما سبقت الإشارة إلى ذلك من قبل، لا تعدو أن تكون طريقة في التدريس، لأن اختيار التركيز على التّمنيع ليس القصد منه تقديم دروس، وإنّما إكساب الممّنّعين النظراء قدرات منهجية، أبرزها: القدرة على تشخيص الحاجات، فيما يشكّل خطراً متعلّقاً بالاختراق. ولهذا السّبب فالممنّع النّظير ليس مدرّساً بالمعنى الاصطلاحي المعروف، وأنّ الحصص التي يقدّمها لنظرائه ليست برنامجاً دراسياً معدّاً سلفاً ضمن هندسة أكاديمية (Progression de formation)، وإنّما هي حلول لإشكالات تعرض للنّظراء في موضوع الاختراق، ويكون دوره، بناءً على ما حصّله من معارف ومعلومات وبيانات من قبل المكوّنين أن يحلّ تلك الإشكالات جزئياً أو كلياً بمراجعة الضباط المكوّنين.

إن أول خطوة في عمل الممنّع النّظير تتمثل في تشخيص الحاجات. ولذا كان من الضرورة المنهجية تمكينه من أنجع أداة للتشخيص وهي مجموعات النقاش البؤرية» أو «مجموعات التركيز» (Focus Groups).

1. التعريف

«مجموعات النقاش البؤرية» أو «مجموعات التركيز» (Focus Groups)، هي مجموعة أفراد ذوي خلفيات أو خبرات متشابهة، من مثل: الطلاب، الجنود، التجار، المدرّسون... إلخ... فهي تقنية مقابلة جماعية تسمّى «مجموعة تعبير / حوار» (Groupe de discussion)، تتيح وتوفّر جزءاً من تقنيّات المسح النوعي، بدلاً من المسوحات والدراسات الكمية القائمة على الاستبيانات. إنها شكل / طريقة بحث نوعي، يتشكل داخل مجموعة ثقافية، أو مجتمعية، أو أيديولوجية محدّدة، من أجل تحديد استجابة هذه المجموعات، والموقف

الذي تبناه في ما يتعلق بمنتج، أو خدمة، أو مفهوم أو ملاحظة... والأمر في هذا البرنامج يتعلق بتشخيص ظاهرة الاختراق التي قد يكون لها انسلال داخل صفوف القوات المسلحة الملكية.

لقد تم تطوير هذه التقنية، باعتبارها طريقة مسح نوعي سريع، في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عام 1940، لتصير تقنية شائعة جداً في مجالات التسويق، وتوظيفها بفاعلية كبيرة في العلوم الاجتماعية منذ الثمانينيات من القرن الماضي.

تعتبر مجموعة التركيز أيضاً طريقة جيدة لتحديد القضايا الرئيسية التي يجب استكشافها، باعتبارها جزءاً أو مكوناً من تحقيق أو استشراف أكثر تعمقاً: قد يكون الضباط المكونون غير ملمين بكل مكونات و(مفردات (Items) موضوع الاختراق، أو ما يطلق عليه: الجهاز المفاهيمي للاختراق من مثل: (السلفية الوهابية، الجهاد، إلحاق النكاية بالعدو، الدولة الإسلامية، الحاكمية،...) ولذلك يتم استشراف فضاء هذا الجهاز المفاهيمي والتعرف عليه من خلال تنظيم مجموعات تركيز، ينتقل الضباط المكونون، بموجبها، من خبير تواصل ومنهج (Un expert en communication et méthodologie) إلى خبير موضوعاتي (Un expert en thématique).

2. فيم تفيد المجموعات البورية؟

يلجأ إلى تنظيم مجموعة تركيز في الغالب قصد:

- تحصيل وتجميع المعارف (Connaissances)، والمواقف (Attitudes) والمعتقدات (Croyances) والسلوكيات (Comportements) في ما يتعلق بموضوع أو قضية معينة؛ قياساً على المثال السابق.
- تأكيد بعض الفرضيات؛
- تشجيع التحدث حول قضايا معينة...



- استكشاف مجموعة من الآراء، والأفكار، ووجهات النظر حول الموضوع محل الاهتمام؛
- تبيين واستيضاح مدلول نتائج الاستطلاعات والبحوث الكمية التي يصعب تفسيرها اعتماداً فقط على المعطيات الإحصائية؛
- الإعداد لبحث كمي، وذلك باستخراج كمّ من البيانات قصد اعتمادها مفردات (Items) لبناء استمارة البحث الكمي المراد إنجازه؛
- توليد أفكار مباشرة حول الموضوع المجتمع في شأنه بسرعة أكبر، وبكلفة أقل بوجه عام، مقارنةً بتوليدها عبر سلسلة من روايات الأفراد أو المسوح الاجتماعية الرسمية؛
- إشراك الفئات المعنية التي تمثل وجهات نظر مختلفة حول موضوع معيّن، للحصول على رؤية أكثر عمقاً، وأوسع شمولاً لمركبات الموضوع وعناصره.

3. منهجية إدارة مجموعة التركيز

حجم المجموعة: إن القصد من مجموعة التركيز هو تحصيل بيانات تعتبر قاعدة لبناء برنامج استراتيجي أو دراسة، ولذلك يكون مصدر هذه البيانات، من حيث الصدق والموضوعية في غالب الأحيان، هم أفراد المجموعة. واستناداً عليه، فإن حجم المجموعة المتفق عليه يكون من 8 إلى 12 شخصاً.

معايير اختيار المشاركين: يختار الأفراد الذين يشاركون في مجموعة التركيز، بناء على معيار أساس هو: التجانس داخل المجموعة؛ لأن مخرجات الحوار ستعكس طبيعة هذه المجموعة التي هي عينة من مجموعة كبيرة مجانية لها.

مدة مجموعة التركيز: من أجل الحصول على كم وافر من البيانات الجديدة التي يتطلبها الموضوع، وتحقيق إشباع (saturation) على مستوى مختلف مكوناته، يستغرق إنجاز مجموعة بؤرية في المتوسط من ساعة إلى ساعة ونصف إلى ساعتين.

تنظيم مجموعة التركيز: لإنجاز مجموعة تركيز بنجاح يتم الإعداد لها وفق التالي:

- تحديد مواضيع المناقشة، وصياغتها بما يناسب المستوى المعرفي واللغوي للفةة المستهدفة، ومراجعتها، والتأكد من استيفائها للمطلوب؛
- إعداد دليل تدير جلسة المناقشة: تحصر فيه محاور جلسة المناقشة، وتغطية كل محور بمجموعة من الأسئلة المفتوحة، علماً أن السؤال المفتوح هو السؤال الذي يجيب عليه الشخص الذي تتم مقابله تبعاً لرأيه، دون الحاجة إلى الاختيار من بين الاقتراحات التي قد توفرها الاستمارة متعددة الاختيارات (QCM)، المختلفة المحددة مسبقاً. إن الأسئلة المفتوحة تدعو الشخص الذي تتم مقابله إلى أعمال الفكر. تتعدد الأسئلة المفتوحة حسب الغاية منها، كما هو موضح في الجدول التالي:

نوع السؤال المفتوح	مثال له
وصفي Descriptif	هل يمكنك أن تصف لي كيف تمّ اختيارك للاستفادة من هذه الدورة التكوينية؟
سردي Narratif	هل تستطيع أن تحدّثني عن عملك اليومي داخل الوحدة العسكرية التي تنتمي إليها؟
بنائي Structural	ما هي أهمّ المراحل التي يمكنك، من خلالها، بناء عدتك المعرفية والمنهجية، لمواجهة محاولات الاختراق، لفائدة نظرائك من العسكريين؟
مقارن Comparatif	ما الفرق بين محبة الوطن وخدمة الوطن؟
تقويمي / تقيمي Evaluatif	ما الذي استفدته من هذه الدورة التكوينية؟

- تخصيص مجموعة من الأسئلة المناسبة لتغطية كل محور؛
- إجراء الجلسة وفق قواعد وأدبيات التنشيط الفعّال والتواصل المتمعّن، وذلك بإضفاء الحيوية على أفراد المجموعة، قصد توسيع مجال التواصل بين أعضائها ككيان عضوي. ولإنجاح ذلك لابدّ من أن يفتح المنشط (الضابط المكوّن) قنوات التواصل التبادلي بينه وبين من يتواصل معهم (أفراد المجموعة)، حتى تتاح لكل منهم الفرصة للتعبير عن أفكاره، وتشجيعه على التعبير التلقائي، والإبداع الشخصي، وتجاوز الصعوبات والعوائق التواصلية والسيكولوجية، وتبادل الخبرات والمعارف والقيم والمواقف؛

- تدوين وقائع الجلسة بموضوعية، وبالمفردات التي يستعملها المتكلم، على أوراق جدارية، وإن أمكن باستخدام جهاز تسجيل، بعد موافقة المشاركين، والتوضيح لهم أن آراءهم لا تؤخذ فردية، وإنما توظف تركيبياً في بناء خلاصات عامة، وأن كل تسجيل سيتم إتلافه بعد استخلاص النتائج،
- اختيار الأداة المناسبة، واختبارها قبل الشروع في اعتمادها بعد موافقة المشاركين وإخباره قبل الشروع في أعمال الجلسة؛
- اختيار مكان مريح لإجراء الجلسة، يحافظ على عدم تشتت انتباه المشاركين أو شغلهم عن الاسترسال في الحوار أو مضايقتهم بإحداث ضجيج مثلاً، أو تسرب ريح...
- إعداد وجبة خفيفة لتشجيع المشاركين (مشروبات، طعام،.... إلخ)

4. أدوار منشط المجموعة البؤرية ومهامه؛

يفيد مفهوم «التنشيط» إضفاء الحيوية على مجموعات العمل قصد توسيع مجال التواصل بين أعضائها ككيان عضوي. ولإنجاح ذلك لابد من أن يفتح المنشط (ميسر المجموعة البؤرية) قنوات التواصل التبادلي بينه وبين من يتواصل معهم (عناصر المجموعة)، حتى تتاح لكل منهم الفرصة للتعبير عن أفكاره، وتشجيعه على التعبير التلقائي، والإبداع الشخصي، وتجاوز الصعوبات والعوائق التواصلية، وتبادل الخبرات والمعارف والقيم والمواقف. تأسيساً على ما سبق ذكره، فإنّ التنشيط، يستوجب اعتبار مجموعة عمليات مترابطة (Processus) لمساعدة المجموعة على تدبير لقاءها بكيفية فعّالة. وتشمل هذه العمليات:

- استقبال المشاركين؛
- توفير جوّ من الثقة والتعاطف؛
- الاتفاق على قواعد سير الجلسة؛

- تحديد أهداف الاجتماع وتموقعه في سلسلة الأعمال القادمة؛
- مساعدة أفراد المجموعة على تشخيص حاجاتهم، وتحديد هدفها، وتحقيق ما تم تقريره، وتقديم الإنجاز المحقق؛
- السّهر على ارتباط المجموعة بالأهداف التي سطرتها وفق البرنامج الذي قرّره، بمساعدة المنشّط، من أجل تحقيق تلك الأهداف وفق المطلوب؛
- ربط العلاقات بين أفراد المجموعة؛
- تنشيط عمل المجموعة بتسيير تبادل الآراء ومناقشتها؛
- تحفيز الأعضاء للسير قدماً نحو الأهداف المبتغاة.
- تسهيل تبادل الآراء بواسطة الأسئلة والتوضيحات؛
- منح فرص متكافئة لمختلف الآراء حتى تناقش و تقوم من قبل المجموعة؛
- الحرص على تنظيم المناقشة؛
- توزيع عادل للكلمة بين أعضاء المجموعة؛
- الحرص على عدم الخروج عن الموضوع الذي تتم فيه المناقشة؛
- توضيح التدخّلات التي يكتنفها الغموض؛
- تلخيص الأفكار المتوصّل إليها من حين لآخر؛
- الحفاظ على الانضباط الانفعالي؛
- تركيب النتائج المتوصّل إليها في نهاية كلّ مرحلة (محو)، وفي نهاية الاجتماع؛
- إعادة الصياغة، وتمثّل في إعادة صياغة ما قاله أحد المشاركين (حينما لا يبدو قوله واضحاً) حتى يتّضح ما قاله جلياً للآخرين؛
- التحسيس بصعوبة التّواصل، والعمل على جلب الانتباه والإنصات؛
- مساعدة المتدخّل على الإفصاح، وتوضيح فكرته؛

- تنمية علاقات الترابط بين الآراء، وتمثّل في حرصه على أن يربط المتدخّل من أفراد المجموعة بكلامه بما ورد في تدخّل أو تدخّلات سابقة. وتعمل هذه الخاصية على تقويّة حسن الإصغاء بين المتحاورين، كما تحسن تمفصل الحوار وبناء أفكار المجموعة؛
- التلخيص: ومؤداه أن يلخّص المنشط، من حين لآخر، الآراء التي ترد في النقاش، ويقوم بتركيبها بمساعدة أفراد المجموعة، أو أن يطلب من أحد أفرادها، بين الفينة والأخرى، عرض العناصر و الأفكار التي تمّت مناقشتها؛
- الحثّ على المشاركة: حثّ الأفراد الذين لا يتكلّمون كثيراً أو لا يتكلّمون بالمرّة، وذلك عندما يكون الظرف مناسباً، و بدون إحراج لهم؛
- توقيف الثّرارين: جعلهم يتكلّمون أقل، عن طريق تلخيص تدخّلهم وإعطاء الكلمة لفرد آخر، أو مطالبتهم بتلخيص ما جاء في تدخّلهم؛
- حسن تدبير الزمن لكي لا يضيع في التفاصيل، وحتى يتقدّم الحوار بالوتيرة الملائمة.

5. الخلاصة التركيبية لأعمال المجموعة التركيز (Synthèse du Focus Group)

يعمد المنشط في نهاية أعمال المجموعة إلى وضع خطة لخلاصة تركيبية تتمثّل في:

- تدقيق (إعادة قراءة) النصوص المكتوبة؛
 - تحديد «العناصر الثابتة» التي تبرز في سياق الموضوع؛
 - إبراز العناصر والأفكار القويّة الواردة في النقاش؛
 - تذييب الفروق والتناقضات الموجودة في كلّ منطقة؛
 - تلخيص جميع العناصر والأفكار الواردة في كلّ محور والمجانسة بينها.
- وتيسيراً لعمل الضباط المكوّنين في ما يخصّ تنظيم مجموعات بؤرية، يتمّ تقديم هذا النموذج التحضيري للاستئناس به.

المصوغة الثانية: منهجيات وتقنيات مقارنة التّمنيع بالنّظير

مقدّمة

إن مجموعة التّركيز، باعتبارها منهجاً لتشخيص الحاجات، المتعلقة بالاختراق، من أجل بناء أدوات التدخّل المعرفيّة والمقارباتية، فإنّ العمل التّمنيعي لا يتوقّف عند التّشخيص، وإنّما يمتدّ استرساله نسقياً عبر وسائط ثلاثة:

- إعداد الرّسائل التّمنيعية الموائمة للإشكالات التي تمّ التوصل إليها عن طريق المجموعات البؤرية، وكأنّ الأمر هنا يتعلّق بحلول لنوازل، أو عواصم لقواصم. ويتمّ استمداد هذه الرّسائل من المتون المعرفيّة الواردة في مختلف الدلائل المشار إليها سابقاً.
- اختيار النّموذج التّواصلّي المتمعّن، الذي يجعل الرّسائل التّمنيعية موفية بأغراضها.
- انتقاء التّقنيّات والوسائط التي تيسّر التّفاعل الإيجابي بين الضباط المكوّنين والمتمنّعين النّظرَاء.

أولاً- التّواصل؛

1. التعريف:

للتواصل تعاريف عدّة، منها أنه:

- تبادل الأفكار والمعرفة والاتجاهات والمشاعر.
- مشاركة الآخرين أفكارهم ومشاعرهم ومعلوماتهم.
- المهارات التي تشكّل سلسلة من السلوك اللفظي بين فردين أو أكثر، حيث يؤدي الأمر إلى زيادة المعرفة الذاتيّة ودفع الآخرين للعمل.

- عملية تبادل الأفكار والمعلومات والآراء عبر الكلام أو الكتابة أو الصور أو الحركات أو الإيماءات، أو أية رموز أخرى مفهومة لدى أطراف العملية.

التّواصل، بهذا المعنى، هو: عملية تشاركية، يتشارك من خلالها الطرف المرسل والطرف المستقبل، عبر وسيط معيّن في عملية التأثير والتأثر، في مجالات المعرفة والأفكار والاتجاهات والعادات والمواقف، وهو بذلك عملية تسير باتجاهين، وليس باتجاه واحد.

2. عناصر التّواصل

تتحدّد عناصر التّواصل في المركبات التالية :

(1) المرسل: قد يكون فرداً أو مؤسّسة، وهو في هذا المقام المكوّن الضّابط، وفي مرحلة لاحقة (مرحلة التّمنيع) يكون هو الممنّع النّظير.

(2) الرسالة: هي مجموعة الرموز التي يراد نقلها من المرسل إلى المستقبل لإحداث الأثر المطلوب، وقد تكون كلمة منطوقة أو مكتوبة أو مرسومة، أو إشارات ذات مدلول معيّن.

(3) المستقبل: قد يكون فرداً أو مجموعة من النّاس، وهو في كافّة الأحوال هدف عملية التّواصل المقصود توجيه الرسالة له لإحداث الأثر فيه. وهو في هذا المقام الممنّع النّظير في المرحلة الأولى، وأفراد القوات المسلحة الملكية، في المرحلة الثانية حينما يصير الممنّع النّظير مرسلًا.

(4) الوسيط: نقصد به الأداة التي يتمّ بها نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، ويعتبر الوسيط من أهمّ العوامل في إيصال الرسالة، حيث إن اختيار الأداة المناسبة والملائمة لنقل الرسالة تلعب دوراً هاماً في إيصالها.

5) أثر الرسالة: المقصود به الأثر الذي تحقّق من بثّ الرسالة أو نقلها إلى المستقبل، ويمكن استخدام التغذية المرتدة (Feed back) كإحدى الآليات بهدف قياس مدى الأثر الذي أحدثته الرسالة في المستقبل.

3. أهمية التّواصل

تكمّن أهمية التّواصل في :

- تبادل المعارف والمعلومات؛ لتبيّن الحالة الفكرية والمعرفية بين المتفاعلين.
- التعلّم والتعليم؛ لأنّ التّواصل عملية تبادلية.
- بناء العلاقات بمستويات مختلفة؛
- بناء الثقة في النفس؛
- حلّ المشاكل ومواجهة الصّعاب؛
- التّعبير عن المشاعر؛
- التعرّف على الذات من خلال التّعبير عن الأفكار والآراء.

4. شروط التّواصل

تتمثّل شروط التّواصل في :

- اعتماد لغة مشتركة ومفهومة؛
- أن تكون الرسالة واضحة، بسيطة ومفهومة؛
- أن يتوفّر لدى المرسل الإلمام بالموضوع، وامتلاك مهارات مناسبة تمكّنه من عرض الموضوع؛

- أن تكون الرسالة ملائمة للمستوى الثقافي والتعليمي للمستقبل، مع احترام الخصائص النفسانية له؛
- أن يتمّ تحديد الهدف المرجو من إيصال الرسالة، حتى يتمّ قياس أثرها ومدى تحقيقها لأهدافها؛
- أن يتوفّر المناخ المناسب لعملية الاتصال، والذي يشمل المكان والزمان والوسائل الإيضاحية المستخدمة.

5. أهداف التّواصل؛

يعتبر التأثير على سلوك الطرف الآخر «المستقبل» في العملية التّواصلية الهدف الرّئيس من التّواصل، بينما تتنوع الأهداف الفرعية لتشمل ما يلي:

- تقديم المعلومات أو الحصول عليها؛
- التّعليم والتعلّم والتدريب؛
- اتّخاذ القرارات؛
- تقديم النّصح والإرشاد والتّوجيه أو طلبه؛
- التعزيز؛
- التّعبير عن الأفكار والآراء، أو المشاعر؛
- التّشخيص والتّقويم وحلّ المشكلات؛
- التسلية والترّويح.

6. مستويات / أنواع التّواصل؛

تتعدّد أنماط التّواصل كما يلي :

- التّواصل الجماعي المباشر: ينطبق هذا النوع على تواصل شخص أو مجموعة أشخاص مع مجموعة من الناس، ويدخل في ذلك نظام الندوات والمحاضرات والاحتفالات العامّة. وفي هذا النوع من التّواصل لا يطمئن المرسل إلى ردّ فعل المستقبلين أثناء عمليّة التّواصل؛
- التّواصل الجماعي غير المباشر: يتمّ بين مصدر أو مرسل، وجمهرة واسعة من البشر، دون أن تكون هناك صلة مباشرة، وذلك ينطبق على الإذاعة والتلفزيون والصحف ويطلق على هذا النوع من التّواصل «التّواصل الجماهيري» وهنا يكون رجع صدى هذا التّواصل ضعيفاً جداً أو منعدماً بسبب فصل المرسل عن المستقبل، وهذه من الخاصّيات السّلبية للتّواصل الجماهيري، ولذلك يلجأ الإعلاميون والمعنيون بهذا النوع من التّواصل إلى إجراء الدّراسات والبحوث الميدانية لمعرفة حاجات واهتمامات ذلك الجمهور، وقياس أثر الرسالة الموجهة له، ومدى تحقيقها للهدف.
- التّواصل الدّاتي: وهو الذي يتمّ بين الفرد وذاته. ويتمثّل في الشعور والفكر والوعي والوجدان، والعمليات النّفسيّة التي تتفاعل داخل كلّ إنسان عندما يكون بصدد إصدار قرار ما، أو الحكم على شيء ما.
- التّواصل الفردي غير المباشر: هو التّواصل الذي يتمّ بين شخص وآخر من خلال المراسلة والاتصال عبر الهاتف، الأجهزة الالكترونية أو الإنترنت أو الفاكس... الخ.
- التّواصل الفردي المباشر: يتمّ بين فرد وفرد آخر، أو مجموعة قليلة من الناس، ويعتبر هذا النوع من أرقى أنواع التّواصل قياساً بمدى وصول الرّسالة، حيث يستطيع الفرد قياس ردّ الفعل المباشر للمستقبل. وبالتالي يمكنه أن يعدّل محتوى الرّسالة أو الطّريقة التي يستخدمها في نقلها. وتدرج مقارنة التّثقيف بالتّظير ضمن هذا النّمودج من التّواصل.

7. عوائق التّواصل

لكي يتواصل كلّ من المكوّن الضّابط والممنّع النّظير تواملاً جيداً قمينا بتحقيق الأهداف التّثقيفيّة/ التّمنيعية في كلّ حصّة، عليه أن يتجنب، قدر الإمكان، عوائق التّواصل التي من أهمّها:

(1) التسرع في التّقييم أو التعليق: بل ينبغي التروّي والاحتفاظ بالاستنتاجات والتّعليقات وعدم إطلاق الأحكام حتى الانتهاء من النقاشات؛

(2) استخدام العبارات التقريرية أو التخصيصية: والصواب هو تجنّب استخدام العبارات التقريرية قدر المستطاع لأن استخدامها يؤدّي إلى إيجاد حالة من التوتر. و مثال ذلك: أن يواجه الممنّع النّظير أحد النّظراء بقوله: «أنت دائماً تريد أن تفرض رأيك على المجموعة»؛

(3) مقاطعة الآخرين: وهي أخطر ما يهدّد استرسال الآخرين في الحديث والمناقشة المجدية، فالمقاطعة للآخرين توقف تفكيرهم، وتسبّب لهم الإرباك، ممّا يحدث الفوضى. والأثر النّفسيّ الذي ينتاب الآخرين نتيجة لهذه المقاطعة هو من أكثر الأضرار والعواقب السّلبية التي تنجم عن هذه العمليّة. فالمقاطعة تعني بالنّسبة لهم عدم الاهتمام بهم وبأفكارهم، ممّا يدفعهم إلى الانسحاب أو الاختصار في الحديث. لذا، يجب تجنّب مقاطعة المتحدّثين، والإصغاء جيداً لما يقولون، لتتمكن من تلخيص وجهة نظرهم. وكذلك يمكن توجيه بعض الأسئلة الاستيضاحية لهم، لأن ذلك يعطيهم الانطباع بأنك راغب في الاستماع إليهم، وتفهم وجهة نظرهم؛

(4) الغضب عند المقاطعة أو الاستفسار: والمقصود هو كلّ ما يصدر من أقوال أو أفعال سلبية عندما يقاطعك المستمع أو يكرر استفساره، ممّا ينجم عنه تقليل فعالية التّواصل، يمكن استخدام التّعليقات غير المباشرة التي ينفس بها الضّابط المكوّن أو الممنّع النّظير عن غضبه، و مثال ذلك: استعمال عبارات من مثل: «إني أعلم مدى اهتمامك بهذه المسألة

ولكنني أعتقد أنه من المفضل أن تمنحني فرصة كاملة حتى تتضح الأمور». إن مثل هذه التعليقات غير المباشرة تمكن من معالجة المقاطعة بطريقة أقل هجومية، كما أنها تمكن من توضيح الطريقة التي يفضلها المرسل في التواصل مستقبلاً؛

(5) الاستئثار بالحديث: هذا الأسلوب يشعر المستقبل بأن المرسل يسلبه حقه في الحديث وبعدم الاهتمام بما سيقول. إن المشاركة تثري الحوار، كما يجب أن نستحضر دائماً أن المرسل، باستمرار، في حاجة إلى أفكار المستقبلين ومعلوماتهم ليتمكن من اتخاذ القرارات الصائبة. لذا، عليه ألاّ ينفرد بالحديث، وأن يستخدم الأسئلة التي تشجع الآخرين على المشاركة؛

(6) أسئلة الاستدراج: وهي تلك الأسئلة التي تخلق مواقف اضطرابية تُشعر مستقبلها بالتأمر والغضب، وكأن المرسل يتصيد، وهو بدوره منتبه إلى المصيدة التي تُنصب له. إن مثل هذه الأسئلة تؤدي بالمستقبلين إلى فقدان ثقتهم بالمرسل، وإلى عدم اتفاقهم معه في ما يُبدي من آراء وحلول، حتى ولو كان على صواب؛

(7) التهكم والسخرية: وهي إصدار التعليقات التي تحمل في مضمونها الاستهزاء بأفكار المستقبلين، أو تبخيس ذكائهم، ويعتقدون، خطأً، أنه لا ضرر من ذلك طالما أنها تمرّ ضمن موجة من الفكاهة، مع العلم أن ازدياد درجة الفكاهة التي يثيرها التعليق الساخر يزيد من درجة غضب المستقبلين، حتى وإن لم يُبدوا ذلك، وتجنّبوا الرد عليه، التزاماً لقواعد التراتبية العسكرية. والصواب أنه يجب تجنب السخرية تماماً؛

(8) التركيز على الأخطاء: إن الإطالة في مناقشة أخطاء المستقبلين والتركيز عليها، والإصرار على ذلك، قد يؤدي إلى مضايقتهم. فبدلاً من التركيز على أخطائهم يكون من الأفيد الاهتمام بمعالجتها؛

(9) ممارسة بعض العادات المعيقة: ومنها تلك التي قد تكون أفعالاً أو حركات تصدر عن المرسل دون أن يدري، إن مثل هذه الحركات تخلق شعوراً بالضيق لدى

المتحدّث (المرسل) وتجعله متردداً في الاستمرار بالحديث. وسواء كان على وعي بها أم لم يكن، فإنّه لا يستطيع تقدير مدى تأثيرها على المستقبل، وتحديد ما يغضبه، وما لا يغضبه منها، لاختلاف إدراك كلّ منهما عن الآخر، ومن الأمثلة على ذلك:

- الإكثار في طلب المكالمات الهاتفية، فهذا يشعر المتحدث بعدم أهميّة حديثه؛
- السماح بدخول الآخرين، بصورة متكرّرة، يفقد الحديث خصوصيته، ممّا يجعل المتحدث متردداً في الاستمرار؛
- محاولة ترتيب الملفات والأوراق الموجودة على المكتب؛
- تحويل النّظر بعيداً عن المتحدث؛
- العبث بشيء ما على المكتب (دبايس، أقلام،... الخ)؛
- الاستخدام غير العقلاني لتعبيرات الوجه (التجهم، أو الابتسام طوال فترة الحديث)؛
- تكرار النّظر إلى ساعة المعصم أو الحائط.

ثانياً - التنشيط؛

1. مفهوم التنشيط؛

يفيد مفهوم «التنشيط» إضفاء الحيوية على مجموعات العمل قصد توسيع مجال التّواصل بين مجموعات العسكريين، ككيان عضوي. ولإنجاح ذلك لابدّ من أن يفتح المنشط (الضابط المكوّن أو الممنع النّظير) قنوات التّواصل التبادلي بينه وبين من يتواصل معهم، حتّى تتاح لكلّ منهم الفرصة للتعبير عن أفكاره، وتشجيعه على التّعبير التلقائي والإبداع الشّخصي وتجاوز الصّعوبات والعوائق التّواصلية والسيكولوجية، وتبادل الخبرات والمعارف والقيم والمواقف.

فالتنشيط، تبعاً لهذا، عمليات مترابطة لمساعدة المجموعة على تدبير لقاءها بكيفية فعّالة وتشمل هذه العمليات :

- مساعدة المجموعة على تشخيص حاجاتها، وتحديد هدفها، وتحقيق ما تمّ تقريره وتقديم الإنجاز المحقّق؛
- السهر على ارتباط المجموعة بالأهداف التي سطرّتها للتنظيم الذي قرّره من أجل تحقيق تلك الأهداف وفق المطلوب؛
- ربط العلاقات بين أفراد المجموعة؛
- تنشيط عمل المجموعة في اللقاءات التي تعقدها بتسيير تبادل الآراء ومناقشتها؛
- تحفيز الأعضاء للسير قدماً نحو الأهداف المبتغاة؛

2. أدوار كلّ من المكوّن والممنع النظير باعتبارهما منسّطي مجموعات تتمثّل هذه الأدوار في:

- تحديد هدف عمل المجموعة؛
- تسهيل تبادل الآراء بواسطة الأسئلة والتّوضيحات؛
- منح فرص متكافئة لمختلف الآراء حتى تناقش وتقوم من قِبَل المجموعة؛
- الحرص على تنظيم المناقشة؛
- توزيع عادل للكلمة بين أعضاء المجموعة؛
- الحرص على عدم الخروج عن موضوع الحوار؛
- توضيح التدخّلات التي يكتنفها الغموض؛
- تلخيص المناقشة و الأعمال المنجزة من حين لآخر؛

- الحفاظ على التوازن الانفعالي؛
 - تركيب النتائج المتوصل إليها في نهاية كل مرحلة؛ وعند نهاية الاجتماع؛
 - إعادة الصياغة، وتمثّل في:
 - o إعادة صياغة ما قاله أحد المشاركين (حينما لا يبدو قوله واضحاً) حتى يتّضح ما قاله جلياً للآخرين؛
 - o التّحسيس بصعوبة التّواصل والعمل على جلب الانتباه و الإنصات؛
 - o تمكين المتدخّل من الوعي بما قاله و توضيح فكرته؛
 - تنمية علاقات التّرابط بين الآراء، وتمثّل في حرص المنشط على أن يربط المتدخّل كلامه بما ورد في تدخّل أو تدخلات سابقة. وتعمل هذه الخاصية على تقوية حسن الإصغاء بين المتحاورين، كما تحسن تفصيل الحوار و بناء أفكار المجموعة؛
 - التلخيص، ومؤداه أن يلخص المنشط، من حين لآخر، الآراء التي ترد في النقاش، ويقوم بتركيبها بمساعدة الجماعة، أو أن يطلب من المقرّر أن يقدّم، بين الفينة والأخرى، العناصر والأفكار التي سجلها؛
 - الحثّ على المشاركة : حثّ الأفراد الذين لا يتكلّمون كثيراً أو لا يتكلّمون بالمرّة، وذلك عندما يكون الظرف مناسباً، وبدون إحراج لهم؛
 - حسن تدبير الوقت كيلا يضيع في التفاصيل، وحتى يتقدّم الحوار بالوتيرة الملائمة.
3. بعض تقنيّات التّشيط التي على المنشط المشتغل امتلاكها؛
- إن تقنيّات التّشيط متعدّدة، ولذلك سنقتصر في هذا الموضوع على تقديم أنسبها لعمل المكوّن والممنع النّظير.

1) تقنية الزوبعة الذهنية أو العصف الذهني (Brainstorming) :

تقوم تقنية الزوبعة الذهنية أو العصف الذهني على إشراك أفراد المجموعة في مناقشة قضية أو مشكلة بهدف إنتاج واقتراح أفكار بشكل جماعي، لإيجاد الحلول المناسبة. ومثال ذلك: تقديم فيديو أو كبسولة في موضوع خطاب اختراقي لأحد التيارات الفكرية المتطرفة، ومطالبة المجموعة باستخراج أهم الرسائل الاختراكية.

- تستند هذه التقنية إلى جملة من الشروط أو المبادئ:
- عدم مناقشة الأفكار التي يدلي بها المشاركون، وتأجيل ذلك حتى يتم الاستماع لكل المساهمات؛
- عدم إيقاف وحصر الطاقة التعبيرية للمتدخلين؛
- العمل على إغناء النقاش: كثرة وغزارة الأفكار والمساهمات والاقتراحات.
- أما من حيث التنفيذ، فإن تقنية العصف الذهني تخضع للمراحل التالية:
- عرض المنشط الوضعية أو المشكلة (الفيديو أو الكبسولة) المراد مناقشتها أمام المجموعة، وتوضيحها وتحديد عناصرها؛
- إدلاء كل مشارك بآرائه واقتراحاته دون حكم أو نقد من قبل الآخرين؛
- حرصه على جمع الأفكار والتدخلات وتدوينها؛
- تحليل الأفكار والاقتراحات في النهاية للخروج باستنتاج معين.

2) تقنية حل المشكلات؛

هي تقنية تنشط يوزع خلالها المشاركون إلى مجموعات صغيرة (3 أو 4 أفراد) من أجل مناقشة مشكلة معينة، أو البحث عن حل لهذه المشكلة يتم عرضه عليهم. ومثال ذلك: »

مشكلة عدم قبول جندي تمّت محاولة اختراقه من قِبَل جهة متطرّفة من التصريح بذلك خجلاً وخوفاً».

وتنجز أدوار المنشط والمجموعة في هذه التقنية عبر ثلاث مراحل:

المراحل			الأدوار
بعد الإنجاز	أثناء الإنجاز	قبل الإنجاز	
<ul style="list-style-type: none"> ◦ تقويم الحلول المقترحة للمشكلة ◦ تسجيل وتدوين الحلول للخروج بملفّ حول الموضوع. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ تقديم النشاط وشكليات العمل ◦ تدبير الوقت وضبطه. 	<ul style="list-style-type: none"> إعداد دقيق للمشكلة 	<ul style="list-style-type: none"> بالنسبة للمنشط
<ul style="list-style-type: none"> ◦ مناقشة وتقويم الحلول المقترحة بموضوعية. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ تنظيم التقارير بشكل يسمح بتحليلها والمقارنة بينها. ◦ التراضي حول الحل الأكثر واقعية. 	<ul style="list-style-type: none"> المساهمة في الإعداد 	<ul style="list-style-type: none"> بالنسبة للمجموعة

مثال المشاكل التي يمكن مناقشتها وفق هذه التقنية: كيفية كسر حاجز الصمت الذي يلف موضوع الاختراق عند بعض الأفراد، وكذلك كيفية التّمنيع من الوقوع في مطبّات المخترقين...

(3) تقنية لعب الدور؛

هي تقنية تشييط تقوم على تخيّل واستحضار مجتمع الظاهرة موضوع الدراسة، واستيعابه، ثمّ تمثيله وتشخيصه. ولذلك فهي تتيح للأشخاص تقمّص الأدوار والتكيّف

معها. ومثال ذلك: أن يطلب المنشط (الضابط المكوّن أو الممنع النظير) من بعض المشاركين في الجلسة التثقيفية لعب أدوار لشخصيات الوضعية التالية: « وقت الاستراحة، وفي ركن من أركان ساحة المدرسة (أ)، يجلس الطالب (س) منعزلاً مهموماً، ودون أن يتمالك نفسه، يخبر صديقه (د)، بأنه تعرض لمحاولة اعتداء جسدي من أحدهم، تعرّف عليه في إحدى الحفلات الدينية، وكان قد عرض عليه مصاحبته إلى اجتماع تنظمه جمعية من أهل الخير» حسب ادّعاءه، وقبل أن يرافقه تحرى الأمر، فعرف أنّها فرع لتنظيم متطرّف، الشيء الذي جعله يرفض. ولما امتنع عن الاستجابة هاجمه، وهذّده بتشويه سمعته عبر الفيسبوك، وهو الآن لا يدري ماذا يفعل».

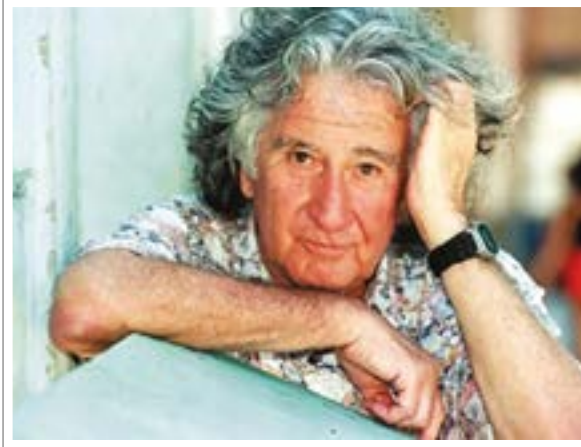
- يتطوع مشاركون بشكل ارتجالي لتمثيل دور كلّ من (س) وصديقه، و...، قصد إيجاد حلّ لهذه الوضعية؛
- يناقش العرض التمثيلي من لدن المشاركين؛
- يعاد تمثيله في ضوء ملاحظات المجموعة. وقد يعاد التمثيل أكثر من مرّة حتى تصل المجموعة إلى حلول توافقية.

ويمكن تحديد أدوار المنشط وأعضاء المجموعة كالتالي:

المراحل			الأدوار
بعد الإنجاز	أثناء الإنجاز	قبل الإنجاز	
<ul style="list-style-type: none"> ◦ تركيب الآراء المعبر عنها؛ ◦ إعطاء خلاصة نهائية مطابقة للأهداف المحددة في البداية. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ إعطاء انطلاقة اللّعب؛ ◦ تدبير الوقت؛ ◦ مطالبة كل ممثل بتوضيح المحتوى المراد التّعبير عنه من خلال تَمَمُّص الدّور؛ ◦ المطالبة من الجمهور (باقي النّظراء) تحديد المشاهد التي أثارت انتباههم. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ تقديم وضعية ملموسة من الواقع المعيش لإبراز التمثلات والمواقف والقيّم المراد التّعبير عنها؛ ◦ اختيار الممثلين والأدوار؛ ◦ تصميم للعب الأدوار؛ ◦ تقديم شكليات اللّعب. 	بالنسبة للمنشط
<ul style="list-style-type: none"> ◦ قبول الحلول المتفق عليها. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ لعب الدّور بتفاعل مع باقي الممثلين الآخرين من النّظراء ومتطلبات الموقف؛ ◦ الحرص على التّعبير عن المواقف والعواطف والآراء. 		بالنسبة للمجموعة

4) تقنية المسرح التفاعلي؛

أ. طبيعة هذه التقنية التثقيفية:



«المسرح التفاعلي» (Théâtre Forum)، ويسمى أيضاً «مسرح المضطهد» (Théâtre de l'Opprimé) هو مسرح من إبداع المسرحي البرازيلي «أوغستو بوال» (Augusto Pinto Boal)، الذي ابتدع صيغة «مسرح المضطهد» في كتابه الذي يحمل الاسم نفسه^[35]. وفيه يتوجه لجمهوره بموضوع محدد، يطرح أسئلة، ويبحث

عن أجوبة لها مع الجمهور، مهما كان نوعه (أطفالاً، يافعين، راشدين)، ضمن علاقة تفاعلية جدلية. وهو مسرح يختلف عن المسرح التقليدي، الذي يتعامل مع متلقيه كمستقبل منفعل غير مشارك. لأن المسرح التفاعلي يقوم على المشاركة الواعية، ولذلك سُمي في بعض الأحيان بـ «المسرح التحفيزي»، لأنه يعتمد على المبدأ التفاعلي مع المشاركين لإقامة علاقة بناءة تكون مفتاح بناء المسرحية ومبتغاها، مخالفاً في ذلك قواعد المسرح الكلاسيكي، التي منها «هدم الجدار الرابع». ويقصد بهذا المبدأ جعل المشاهد مشاركاً في العمل المسرحي، واعتباره العنصر الأهم في كتابة المسرحية. والجدار الرابع معناه أن خشبة المسرح التي يقف عليها الممثلون، ليؤدوا أدوارهم، هي تشبه غرفة من ثلاثة جدران، والجدار الرابع هو جدار وهمي، وهو الذي يقابل الجمهور.

يرتكز المسرح التفاعلي، أساساً، على «الحوار» (Dialogue) بديلاً عن مسرح الحديث من طرف واحد «Monologue»، وهو المسرح الذي يتحوّل فيه المشاهدون من مجرد متفرجين «Spectateurs» إلى مشاهدين / ممثلين «Spectateurs-acteurs».

[35] «Théâtre de l'opprimé; pratique du théâtre de l'opprimé». Paris, La Découverte / poche - Coffret 2 tomes - 2003.

ب. القاعدة الأساس في المسرح التفاعلي

يعتمد المسرح التفاعلي مبدأ «السكرتش» (sketch)، أي المشهد القصير، الذي يعرض حلولاً لحادثة، أو لحدث يبدو أنه واقعي، ثمَّ يتطور إلى حدِّ ما أمام المتفرِّج، ويُطلب من المتفرِّج من ثمَّ التدخُّل في الحدث، أو المشكلة التي يعرضها المشهد لمناقشتها، وإيجاد الحلول اللازمة لها، لأن النهاية تكون غير معروفة، ومفتوحة للنقاش دائماً. ويقوم بإدارة هذه اللعبة الدرامية منشط هو: «الجوكر».

القاعدة في هذا البرنامج أن يقوم الضَّابط المكوّن أو الممنع النُّظير، بعرض مشكلة ترتبط بالاختراق، من المشكلات التي تمَّ تشخيصها عن طريق المجموعات البؤرية أمام الممنعين النُّظراء بالنسبة للمكوّن، أو أمام النُّظراء بالنسبة للممنع النُّظير في صيغة «سكرتش» ثمَّ يدعى أفراد المجموعة للتفاعل مع هذه المشكلة، وتقديم آرائهم واقتراحاتهم لحلها، وتكون المشكلة عادة مستقاة من الواقع المعيش للجماعة (من مخرجات مجموعات التركيز)، ولذلك فهي تمس، بشكل مباشر، عواطف المشاركين، وتستثيرهم للتفاعل بآرائهم كفاعلين مباشرين في تغيير الحدث أو الشكل، والبحث عن بدائل أو حلول لها.

ويخضع المسرح التفاعلي إلى بنية درامية تتشكّل من العناصر التالية:

- الفكرة؛
- الشخصيات؛
- الحكاية؛
- العقدة؛
- الحلّ؛
- الرّسائل التّمنيعية (الحلول).

ج. تقنيّات المسرح التفاعلي

يعتمد المسرح التفاعلي، في بنية درامية، التقنيّات التّالية:

الجوكر (Joker): منشط يلعب دور المخرج، وهو شخصية أساسية في دعم التفاعل بين الممثلين الذين يتطوّعون للعب الأدوار، والجمهور، وتشجيع النقاش مع الجمهور، وتنسيق تدخلات المتفرّجين على المسرح، وردود فعل الممثلين خلال العرض، وتنظيم الخطوط الفكرية التي يقترحها الجمهور. فهو المسؤول عن مساعدة الجمهور، المشارك في لعب الأدوار أثناء العرض المسرحي، في الاندماج فعلياً ضمن الموقف المزعم تمثيله. وينطوي لعب الأدوار على:

اللّعب: يتمثل في العديد من المشاهد القصيرة (السكيتشات) التي تقدّم إشكالات مستقاة من الحياة اليومية للجمهورك.

- يتمّ في البداية تقديم العرض القصير (السكيتش) كما لو كان عرضاً تقليدياً، حول مشكلة معينة لها صلة بالجمهور: «حالة مواطن يتشبث برموزه الوطنية على أساس أن هذه الرموز هي هويته التي لا بديل لها، بينما يحرص أحد المقربين إليه أن يستقطبه إلى تنظيم متطرّف يشكّكه في أهمية الارتباط بهذه الرموز، فيصر على عدم الاستسلام مع عدم التبليغ عن المستقطب، ويتقاسم هذا الواقع مع زميل له في المجموعة»؛

- يذيل العرض القصير إمّا باستفهام يثير فضول الجمهور، ويستثيره للمشاركة في تنوير الاستفهام، ومحاولة إيجاد حلّ له، أو بتقديم من قبل الممثلين أنفسهم، لكنّه يبقى مجرد اقتراح، على الجمهور مناقشته؛

- قد يعاد عرض مشاهد السكيتش مرّة أخرى أو أكثر، حسب ما تدعو إليه الضّرورة، وبناء على طلب الجمهور، لتبيّن المقاصد وفهم أفكار السكيتش؛

- يطالب الجوكر المشاهدين بتكملة السكيتش، في حال إذا ما كان مذيلاً باستفهام، أو بإبداء رأيهم حول الحلول التي يقترحها السكيتش، في حال إذا ما كان مذيلاً بحل أو حلول؛

- يعمل الجوكر على إعادة تصميم العرض المسرحي للمرة الثانية، تماماً كما هو الحال في العرض الأول، لكن بناء على اقتراح من الجمهور، الذي قد يكتفي بتقديم اقتراحات تحوّل إلى مشاهد ممسرحة، يشخصها الممثلون، أو قد يدخل شريكاً مع الممثلين في تشخيص المشاهد التي اقترحها.

(5) تقنية المواجهة Empathie:

1. المواجهة قدرة ومهارة على تبادل وفهم مشاعر الآخرين.

تعتبر المواجهة (L'Empathie) حجر الزاوية في علم نفس الذات عند كوهوت، إذ يقول: إن مجرد التفكير في الحياة الداخلية للإنسان، وبالتالي في علم نفس للحالات الذهنية المركبة يصبح هذا التفكير مستحيلاً إذا استبعدنا قدرتنا على المعرفة من خلال الاستبطان بالنيابة (vicarious) عن الآخرين.

ومن حيث الدلالة العربية فإن لفظ «الوجد» قد يكون أدق التعبيرات العربية، لترجمة الكلمة اللاتينية (passion)، ذات الأصل اليوناني pathos، الذي يعنى «الوجدان الغائر» و«المستغرق» لكل الكيان البشري. أما لفظ «المواجهة» فهي أدق ترجمة لمفردة «Empathie»، المقابلة للكلمة الإنجليزية «Empathy»، وهو اصطلاح إنجليزي ظهر في الأربعينيات من القرن العشرين، وصيغ ليعبّر عن «الدخول إلى وجد» إنسان آخر، أى الانسياب إلى العالم العميق من الشّعور والوجدان لإنسان آخر، لمعرفته وفهمه وكشفه. والجزء الأول «em» من لفظ «Empathy» / «Empathie» يعنى باليونانية «الدخول» أو «من داخل شيء ما». إذن فالمواجهة تعنى الدخول إلى وجد إنسان آخر، والتواجد معه في هذا الوجد، ومشاركته وجاهده. كما تعنى «المواكبة» مشاركة الموكب وتعنى «المواعدة» المشاركة في وعد أو ميعاد ما.

نعني بالمواجدة اليوم القدرة التي تتيح لنا أن نضع أنفسنا في مكان الآخرين لفهم ما يشعرون به. وهكذا تتميز المواجهة على حدّ سواء عن التعاطف، عن العدوى العاطفية وعن أكثر عمومية ظاهرة محاكاة الآخرين.

تشير العدوى العاطفية إلى ظاهرة انتشار المشاعر من أحد الأفراد إلى الآخرين. إنها ظاهرة معروفة في سيكولوجيا الجماهير *Psychologie des foules*، والتي توجد أيضًا لدى الأطفال الرضع الذين يستجيبون لبكاء طفل آخر عندما يبدأون أنفسهم للبكاء. هناك اتفاق عام على أن ظاهرة العدوى المواجهة تتميز بشكل من أشكال التمايز بين الذات والآخرين.

تتميّز المواجهة *L'empathie* عن التعاطف *La sympathie* كما يوحي اشتقاقها اللغوي أننا نشارك الآخرين المشاعر التي يمرون بها، سواء كنّا نشاركهم في معاناتهم، أم في تجربة عاطفية بشكل عامّ.

التعاطف ينطوي على غايات الإيثار، ويفترض التأسيس لعلاقة عاطفية مع من هو موضوعها، في حين أن المواجهة، من ناحية أخرى، هي لعبة الخيال الذي يهدف إلى فهم الآخرين وليس إقامة روابط عاطفية معهم.

من الممكن أن تغذي المواجهة التعاطف، دون اعتبار أن التعاطف نتيجة للمواجهة. فقد تكون المواجهة جيدة بدون دوافع الإيثار.

إن موضوع المواجهة هو الفهم، في حين، إن هدف التعاطف هو رفاية الآخر *le bien- être de l'autre*.

2. المواجهة طريقة للمعرفة ووسيلة للقاء الآخرين.

يجب التمييز بين المواجهة و المحاكاة الذهنية *la simulation mentale*، وهي اللعبة التي نضع فيها أنفسنا موضع الآخرين من أجل فهمهم. يمكن لتقنية المحاكاة، وهي تهدف إلى

فهم التجربة العاطفية للآخرين، أن تندمج مع المواجهة، لكنّها قد تمتدّ إلى جوانب أخرى من حياتهم العقلية أيضًا. يمكن أن تكون المحاكاة إدراكية. يمكننا أن نتبنّى في الخيال وجهة النظر التي يشغلها حرفياً شخص آخر، وبالتالي نقدّم لأنفسنا الطريقة التي هو بها يدرك مشهداً مرئياً.

يمكن أيضاً أن تقودنا المحاكاة إلى أن نتبنّى في خيالنا أو «أن نحاكي» بعض المعتقدات التي قد يتبادر إلى فهمنا أن لدينا من الأسباب ما يسوغ لنا أن ننسبها للآخرين، وعلى هذا الأساس، ننسب إليهم معتقدات إضافية يبدو لنا أنّها تتدفق بشكل طبيعيّ تماماً من افتراضاتنا السابقة. أخيراً، ممّا يخوّل لنا أن بإمكاننا فهم سلوكيات الآخرين والنوايا التي تدفعهم، والرغبات التي تعكسها تلك النوايا من خلال وضع أنفسنا مكانهم.

إن مختلف أصرب المحاكاة: الإدراكية، والعقدية، والعاطفية (هذه الأخيرة تتوافق مع المواجهة)... تشترك في الاعتماد على استخدام مواردنا المعرفية لغرض فهم الآخرين، إلاّ أن هذه الآليات المستخدمة ليست متماثلة تماماً في الأسس التي تعتمدها في ما يتعلّق بفهم مشاعر الآخرين أو تصوراتهم أو معتقداتهم أو نواياهم. ممّا يدعو إلى عدم اعتمادها بكيفية موثوقة.

إن الحديث عن المواجهة، يدعو إلى استحضار حقيقة مفادها أنّ فهمنا المواجهتي *notre compréhension empathique* لمشاعر الآخرين له درجات: فقد يكون تاماً أو ناقصاً، عميقاً أو سطحيّاً. إن تصنيفنا لشخص معيّن أنه مخترق من لدن إيديولوجيا أو مذهب عقديّ لا يجعلنا بالضرورة نفهم ما الذي يجعله متبنياً لذلك: لماذا هذه الإيديولوجيا أو ذلك المذهب العقدي بالضبّط... إن المعرفة والفهم الكاملين للمشاعر التي يمر بها هذا الشخص المخترق تتطلب إعادة فهم كلّ من طبيعتها والغرض منها وأسبابها. المواجهة تعنى الفهم الفعّال لمشاعر الآخرين.

3. القدرات العقلية والوجدانية المطلوب توافرها في المواقف الموجدانية:

تمثل هذه القدرات في:

- القبول والاهتمام والشعور بالآخر؛
- الفهم الدقيق والإدراك؛
- القدرة على اكتناه وجد الآخر، وخبراته الداخليّة العميقة؛
- الابتعاد عن إدراك الواقع كما هو، ولكن كما يراه الآخر، والإحساس به كما يحسّه الآخر؛
- التخلّص من التعاطف أو الشفقة أو التوحّد؛
- الإدراك أن المشاعر الإيجابية أو السلبية قد تعطلّ الموجدة.

4. تقنيّات الموجدة:

تطلب الموجدة التحرك بشكل مقصود، ومجري التّواصل لا يزال قائماً. يشتمل هذا التحرك على خطوتين متتاليتين، هما: إخلاء (تفريغ الذات)، ثمّ ولوج العالم الداخلي لشخصية الآخر.

2. الدّخول إلى عالم الشّخص الآخر تأجيل الحكم.	1. تفرّغ (إخلاء) الذات من:
<ul style="list-style-type: none"> ◦ التحرك بسلاسة وهدوء، عن طريق: ◦ رنين المشاعر؛ ◦ الخيال؛ ◦ استرجاع خبرات مشابهة... 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ التّحامل والتّحيّز؛ ◦ الأحكام المسبقة؛ ◦ المشاعر السّلبية: الاحتقار، البغض، التّعالي، النّقص، إلخ؛ ◦ المشاعر الإيجابية: الإعجاب، الاحترام، التّعاطف، الارتباط قبل الأوان؛ ◦ الذّكريات، والمخاوف؛ ◦ الإعجاب؛ ◦ معيقات فسيولوجية - بدنية: متعب، جائع، يشعر بالنّعاس؛ ◦ الملل؛ ◦ الحماس الزّائد،...

ثالثا - المهارات الحياتية

تقدّم هذه المصوغة تعريفات مختلفة للمهارات الحياتية وخصائصها وتصنيفاتها.

1. تعريف المهارة الحياتية^[36]:

[36] للمزيد من التوضيحات حول مفهوم المهارات الحياتية يستحسن الرجوع إلى:
- دليل المهارات الحياتية الذي تمّ إعداده بدعم من صندوق الأمم المتّحدة للسكان بالمغرب وبشراكة مع وزارة التّربية الوطنية ووزارة الصّحة ووزارة الشبيبة والرياضة.

قبل التفصيل في مفهوم المهارات الحياتية المركب من اللفظين «مهارة» و«حياة»، لا بد من الإشارة إلى أنه يعتبر مصطلحاً من المصطلحات الحديثة نسبياً في التراث العربي، على الرغم من كثرة الحديث عنه في الدراسات والمؤسّسات التربوية الأجنبية، مع العلم أن هذا المصطلح مرّ بعددٍ من المراحل التاريخية المختلفة، حيث استُخدم في مرحلة السبعينيات دليلاً على «التثقيف الوطني»، ويعني: أن الشخص الذي يتقن الكتابة والقراءة يكون قد امتلك قدرًا كبيرًا من المهارات الحياتية. وفي الثمانينيات تطوّر ذلك المفهوم؛ ليشير إلى القدرة على الاستجابة للآخرين في المجتمع، وتوثيق وتسجيل الأحداث. وفي بداية عام 1975م أسّس مكتب الولايات المتحدة (usoe) معيارًا قوميًا لقياس التثقيف، اشتمل على متطلبات القدرة على الأداء بنجاح خلال ممارسة مواقف الحياة اليومية المختلفة، بعد ذلك استُخدم مصطلح «المهارات الحياتية» أو «مهارات الحياة» على امتلاك القدرة على الأداء المستقلّ الناجح.

والمهارات في اللغة العربية جمع «مهارة» وهي القدرة على أداء عمل بحذق وبراعة، فإذا أُطلق لفظ المهارة في اللغة العربية أريد به الماهر، وهو الحاذق، كما ورد في الحديث الشريف قول الرسول - عليه الصلاة والسلام: «مثل الماهر بالقرآن مثل السفرة^[37]»، واللفظ لمسلم، وليس معناها في العصر الحاضر ببعيد عن ذلك، فقد عرّفت «المهارات الحياتية» في القاموس التربوي بأنها: «القدرات على أداء وظيفة معينة، أو تحقيق هدف معين، فهي أداء

- Challa, S. (2008). "What are life Skills ? " Retrieved October 15.2008 From <http://go.s-qu.com/jtdpb62ewde>
- Borgioli, A & Kenedy, H.(2003), "Transition Between School and Hospital for Students with Multiple Disabilities : A Survey of Causes, Educational Continuity, and Parental Perceptions, Research & Practice for Persons with Severe Disabilities" , 28(1) , 1-6.
- Francis,M.(2009)."Life Skills Education" .Retrieved January 15.2009 From <http://go.s-qu.com/mwrcdp594fs>.
- Statistics Canada. (2005). "Learning a Living: First Results of the Adult Literacy and Life Skills Survey" .Retrieved December 31.2008 From <http://go.s-qu.com/pn8c3bo3jwm>.

[37] رواه البخاري في كتاب التفسير، باب تفسير سورة عبس، ومسلم في كتاب صلاة المسافرين وقصرها، باب فضل الماهر بالقرآن والذي يتتبع فيه.

يكون على أشكال لفظية وعقلية، وحسية، واجتماعية، وهذه المهارة تحتاج إلى وقت وجهد وتدريب مقصود.

وقبل تفصيل الكلام في مفهوم المهارات الحياتية كمصطلح تربوي، يمكن القول: إن المهارة سلوكٌ يُشترطُ له شرطان:

أولهما: أن تكون المهارة موجّهة نحو إحراز هدفٍ أو غرضٍ معيّن؛

ثانيهما: أن يكون سبيل تحصيلها منظّمًا، بحيث يؤدي إلى إحراز الهدف في أقصر وقت ممكن.

وقد تضمنت تعريفات المهارة، بشكل عام، ثلاثة عناصر أساسية لأي مهارة، هي: الجهد، والوقت، والإتقان، كما يسبق القيام بأي مهارة من المهارات قوة الاتجاه وضعفه نحو المهارة المقصودة، فالمتبّع للحرفيين على سبيل المثال يجد أنهم ينقسمون إلى قسمين: الأول: الحرفي الذي يميل إلى حرفه معينة من الحرف؛ نجده مبدعًا فيها، حتى لو لم يخضع لأي دراسة، أو تدريب نظري أكاديمي، والثاني: ذلك الحرفي الذي يتعلم الحرفة عن طريق الدراسة، والدورات الأكاديمية النظرية، والتدريب المستمر، فهذا يكون أقل كفاءة من الأول وأقل إتقانًا، وأكثر استهلاكًا للوقت، مع أنه أكثر مثالية في ما يلزم لتلك الحرفة التي يؤديها من وسائل وتجهيزات، والتزام بوسائل السلامة، مما ينعكس على الإنتاج، وما ذلك إلا لأن تنفيذ هذه المهارة نابع من اتجاه إيجابي نحو المهارة المقصودة، ومع ذلك لا يمكن أن ننفي كون المهارة تتصف بأنها تكتسب من خلال التدريب والتكرار، حتى مع ضعف الاتجاه والميول.

أما في الاصطلاح فيقصد بـ«المهارات الحياتية» (L'habilité de vie)^[38] مجموعة من الأداءات (Performances) والقدرات المجتمعة والمنظمة في شكل «كفاية» (Compétence)

[38] L'habileté désigne une capacité, une aptitude acquise à réaliser un acte, une tâche ou un travail particulier. Du même trait elle désigne la qualité d'une personne habile à réaliser cette action.

مرتبطة بحياة الأفراد، ضمن نسق متكامل، لبناء توجّاهاتهم السليمة و تنميتها، مثل الكفاية في التّواصل الجيّد، وكفاية الحسم في القرارات، و الكفاية في التفاوض وإدارة المشاعر، والكفاية في التعامل مع الضغوط...، فهي تجميع لقدرات عدّة مترابطة فيما بينها، وليس «القدرة الواحدة المحدودة في نشاط معيّن»

وقد عرّفت منظّمة الصّحة العالميّة المهارات الحياتية بأنّها: «مجموعة من التمكنّات المتعلقة بسلوك إيجابي يمكن الأفراد من المواجهة الفعّالة لمطالب وتحديات الحياة اليومية، والقدرة على الاستجابة، بفعّالية، لمطالب وتجارب الحياة اليومية، والتكيّف مع السلوك المناسب والإيجابي في سياق العلاقات».^[39]

أما المؤسّسة العالميّة للمهارات الحياتية فقد عرّفت المهارات الحياتية بأنّها: «أنماط سلوك تمكّن الشّباب من تحمّل المسؤولية بشكل أكبر، بما يتصل بحياتهم من خلال القيام باختيارات حياتية صحيحة أو اكتساب قدرة أكبر على مقاومة الضغوط السلبية». وبذلك تكون المهارات الحياتية مجموعة من «الكفايات التّواصلية» (Compétences communicationnelles)^[40] التي تساعد الشّباب والياfeين على:

[39] O.M.S. 1993.

[40] للمزيد من التوضيحات المستفيضة حول مفهوم المهارات الحياتية يمكن مراجعة:
- دليل المهارات الحياتية الذي تم إعداده بدعم من صندوق الأمم المتحدة للسكان بالمغرب وبشراكة مع وزارة التربية الوطنية ووزارة الصّحة ووزارة الشبيبة والرياضة.

- Challa, S. (2008). "What are life Skills?" Retrieved October 15.2008 From <http://go.s-qu.com/jtdpb62ewde>

- Borgioli, A & Kenedy , H .(2003) , "Transition Between School and Hospital for Students with Multiple Disabilities : A Survey of Causes ,Educational Continuity ,and Parental Perceptions ,Research & Practice for Persons with Severe Disabilities" , 28(1) , 1-6.

- Francis,M.(2009)."Life Skills Education" .Retrieved January 15.2009 From <http://go.s-qu.com/mwrcdp594fs>.

- Statistics Canada. (2005). "Learning a Living: First Results of the Adult Literacy and Life Skills Survey" .Retrieved December 31.2008 From <http://go.s-qu.com/pn8c3bo3jwm>.

- اتّخاذ قرارات؛
- حل مشاكل؛
- التّفكير بطريقة نقدية / تقييمية؛
- التّواصل الإيجابي؛
- بناء علاقات سليمة؛
- تدبير الحياة بكيفية سوية ومنتجة؛
- تحقيق الرّفاه الصّحي...^[41]

تقوم المهارات الحياتية أساساً على مجموعة من النظريات المعرفية في مجال التعلّم والاكْتساب وبناء الشخصية. ومن أهمّ هذه النظريات: نظرية التعلّم الاجتماعي، ونظرية التعلّم البنائي، والمقاربة التشاركية، ونظرية التعلّم عن طريق نشر المستجدات.

2. أهمية المهارات الحياتية:

تكمن أهمية مهارات الحياة في حياة المراهقين / الشّباب، على وجه الخصوص، بأنها تحقّق التكامل بين المدرسة والحياة من خلال ربط حاجات المتعلّمين ومواقف الحياة باحتياجات المجتمع، ممّا يساعد في إدارة المتعلّم لحياته بشكل فيه من المرونة والفاعلية والاعتماد على النّفس، والقدرة على التّكيّف الإيجابي مع بيئته، ومواجهة التّغيرات، ومواجهة الضّغوط، بحيث تعطي الفرصة للمتعلّم كي يعيش بشكل أفضل، خاصّة في مجتمع يتميّز عصره بالانفجار المعرفي والمعلوماتي والتّقني السّريع، ذلك أنّ المهارات الحياتية تكسب

[41] تشمل مهارات الحياة، وفقاً للتعليق العام رقم 1 (2001) الذي اعتمده لجنة حقوق الطفل، بشأن أهداف التّعليم «القدرة على اتّخاذ قرارات متوازنة، وتسوية النزاعات بطريقة غير عنيفة، وبناء أسلوب حياة صحي، وعلاقات اجتماعية جيدة، والمسؤولية والتّفكير الناقد، والمواهب الإبداعية، وغير ذلك من القدرات التي تزوّد الطفل بالأدوات اللازمة لتحقيق ما يختاره في الحياة». (الفقرة 9)

المتعلّم خبرات مباشرة من خلال التّعامل المباشر مع الأشخاص والظواهر الحياتية، ممّا يعطيه القدرة على الدّمج بين ما يتعلّمه ويدرسه، وبين ما يواجهه خلال التّفاعّل مع الواقع المحيط، الشيء الذي يعزّز لديه الشّعور بمشكلات المجتمع والرّغبة في حلّها والتّعاون مع المحيطين به في ذلك.

إن ارتباط المهارات الحياتية المباشر بحاجات الشاب توفر وتطفي الإثارة والتشويق للعملية التّعليمية، الشيء الذي يزوّده بأساليب حديثة للحصول على المعلومات والمعارف ذاتياً من المصادر المعتمدة، ويحقّق التّفاعّل الصّحي بين المتعلّم، وبين الآخرين من جهة، وبينه وبين البيئة والمجتمع من جهة أخرى، من خلال الاتّصال والتّواصل معهم والتعبير عن الآراء والأفكار بشكل واضح وصحيح. كما تمكّن هذه المهارات الفرد من الارتباط بالمجتمع العالمي والتعرّف على القضايا العالمية واكتساب معلومات ومعارف عن حياة الشعوب^[42].

3. تصنيف المهارات الحياتية

اختلف المهتمّون بالموضوع في تصنيف المهارات الحياتية، حيث صنّفت بحسب منظّمة اليونسيف أربعة أقسام رئيسية: مهارات الإدارة (كتقدير الذات والثّقة بالنفس)، والمهارات الإدراكية (اتّخاذ القرار وحل المشكلات)، والمهارات الاجتماعية (التّواصل والتّفاوض)، ومهارات العمل المشترك (كالتّخطيط والقيادة)، في حين صنّفتها البعض الآخر إلى مهارات نفسية (كمهارات إدارة المشاعر)، واجتماعية (كمهارات التّواصل والعلاقات بين الأشخاص)، وعقلية (كمهارات التّفكير الناقد)، فيما صنّفتها آخرون إلى مهارات خاصّة (نوعية)، وأخرى عرضانية (مشتركة/ممتدّة) ويقصد بالمهارة الخاصّة تلك التي ترتبط

[42] تشمل مهارات الحياة، وفقاً للتّعليق العام رقم 1 (2001) الذي اعتمده لجنة حقوق الطفل، بشأن أهداف التّعليم «القدرة على اتّخاذ قرارات متوازنة، وتسوية النزاعات بطريقة غير عنيفة، وبناء أسلوب حياة صحي، وعلاقات اجتماعية جيدة، والمسؤولية والتّفكير الناقد، والمواهب الإبداعية، وغير ذلك من القدرات التي تزود الطفل بالأدوات اللازمة لتحقيق ما يختاره في الحياة». (الفقرة 9)

بمجال معيّن من مجالات الحياة، ولا تصدق على مجال غيره (مثلا في مجال الصّحة: مهارة تقبل المرض).

أما المهارة العرضانية فيُقصد بها تلك التي يمتدّ توظيفها إلى مجالات عدّة من الحياة كمهارة «الإقناع». و من خاصّيات المهارة الحياتية المشتركة: الشمولية أي: أنّها تتّسع لكل مجالات الحياة، والإنجاز: والمقصود بذلك الممارسة لحلّ وضعية قائمة تسبّب قلقاً للفرد (مقاومة ضغط الأنداد)، والإدماج: الجمع بين أكثر من خبرة و معرفة و التوليف بينها في صورة نشاطات يتمّ بواسطتها التصديّ للمشكل العائق.

4. خصائص المهارات الحياتية؛

إن الاختلاف الحاصل في تعريف المهارات الحياتية، وفي تصنيفها راجع، بالأساس، إلى خصائصها التي نذكرُ منها باختصار:

- أنّها متنوّعة، وتشملُ جميعَ الجوانب المادّية، كالمهاراتِ الأدائية، وغير المادّية كمهاراتِ التّفاعل في مواقفِ الحياة؛
- أنّها تختلف من مجتمعٍ لآخر، تبعاً لاختلافِ المجتمعاتِ، واحتياجاتِ كلّ مجتمع على حدة؛
- أنّها تعتمدُ على طبيعةِ العلاقةِ التبادلية بين الفردِ والمجتمع، ودرجةِ تأثيرِ كلّ منهما على الآخر؛
- أنّها تستهدف تفاعلَ الفردِ التّفاعلَ النَّاضجَ مع الحياة، وتطويرِ أساليبِ معيشة الحياة؛
- أنّها إنمائية، تجمعُ بين المعرفةِ والفعلِ بهدفِ تحصيلِ الكفاية ؛
- أنّها تحتاج إلى التّدريب والمِران المتكرّر، حتى تكونَ أقرب إلى العادة؛

- أن اكتسابها في سن مبكرة أفضل، لأن ذلك يساعد على تمكّن المتعلّم من المهارة؛
- تختلف باختلاف سنّ المتعلّم: فمهارات الطّفّل تختلف عن مهارات المراهق، ومهارات المراهق تختلف عن مهارات الرّاشد، فأساليب تعليم المهارة لسنّ الابتدائية مثلاً ليست هي الأساليب نفسها التي يدرّب عليها طالب الجامعة.
- أن اكتسابها لا يرتبط بشهادة معيّنة، أو مستوى تعليميّ محدّد.

ومن تحليل هذه الخصائص يُلاحظ أن «المهارات الحياتية» مجال واسع وشامل، يمكن أن يستهدف كافة الفئات العمرية والمراحل التعليمية، كما أنّها مطلقة المجال والمستوى، فليست خاصّة بمستوى تعليميّ محدّد، أو بمجال معيّن من المهارات، وكذلك نراها متحرّكة تخضع لحاجيات ومتطلّبات الفئة المستهدفة، والكفاءة المطلوبة، ومن هنا، جاءت أهميّة تبني مفهوم «المهارات الحياتية» كمجال تربويّ حديث، من طرف المؤسسات التعليمية.

ويُقصد بـ «المهارات الحياتية» مجموعة من التّمكّنات والقدرات والكفايات المرتبطة بحياة ذوي السلوكيات الخطرة، في شكل منهج متكامل لبناء وتنمية توجهاتهم السليمة مثل القدرة على التّواصل الجيّد والحسم في القرارات والقدرة على التّفاوض...

وتعتبر المهارات الحياتية، طبقاً لتعريف منظمة الصّحة العالميّة السابق، مجموعة من التّمكّنات المتعلقة بسلوك إيجابي يمكن الأفراد من المواجهة الفعّالة لمطالب وتحديات الحياة اليومية. ومعنى ذلك أنّها مجموعة من المعارف النظرية والعملية في مجال من مجالات الحياة، يتمّ اكتسابها عن طريق الخبرة والتّجربة، لتمكّن الفرد حين وجوده أمام مشكلة، من تبين الحلّ الملائم لها. وبذلك تكون المهارات الحياتية مجموعة من الكفايات والقدرات التّواصلية التي تساعد الفرد على:

- اتّخاذ قرارات عقلانية؛

- حل مشاكل؛



- التفكير بطريقة نقدية / تقويمية؛
- التواصل الإيجابي؛
- بناء علاقات سليمة؛
- تدبير الحياة بكيفية سوية ومنتجة؛
- تحقيق الرفاه الصحي؛
- القدرة على التصدي للإحباط والقلق؛
- القدرة على الإقناع؛
- احترام الآخر؛
- التغلب على العنف والاعتداء؛
- القدرة على مقاومة ضغوط الأنداد؛
- القدرة على تحليل الرسائل المرتبطة بالدعاية والإشهار، وخاصة تلك التي يكون مصدرها أشخاص مؤثرون يسعون للإيقاع ببعض الأفراد في مزالق التطرف العنيف والإرهاب؛
- اعتماد التحليل المنطقي؛
- القدرة على التفاوض والمساومة؛
- القدرة على حل النزاعات؛
- تقدير الذات والغير؛
- كيفية مقاومة التأثيرات السلبية للدعاية والإعلام والإشهار.



5. نماذج من المهارات الحياتية

1.5. مهارة التماسك الداخلي؛

مقدمة

تقوم الوقاية من الإرهاب المبني على التطرف العنيف، بهدف عدم الوقوع في مزلقه، على تمكين الأشخاص المتسمين بالهشاشة من بناء تماسكهم الداخلي.

أ. ما المقصود بالتماسك الداخلي؟

للتماسك الداخلي تعريفات عديدة منها، أنه :

- عملية التكيف مع ظروف الحياة الضاغطة، الداعية لممارسة العنف، وذلك بطريقة تمكن الفرد من عوامل الحماية و مهارات التكيف؛
- القدرة الفطرية المرنة التي نولد بها، و التي تساعدنا على تقويم الذات، في المواقف الضاغطة من أجل التحوّل أو التغيّر؛
- القدرة على التغلب على الضغوط النفسية و الظروف الحرجة في الحياة، و الخروج منها بدون أعباء و متاعب، أو اضطرابات نفسية؛
- القدرة على اكتساب خبرات جديدة.

يفيد معنى عبارة: «التماسك الداخلي» ما يُقصد بالكلمة الفرنسية «Résilience» التي من معانيها: المرونة، مقاومة الضغط، الرجوعية (أي: قدرة وقابلية الجسم المضغوط لاسترجاع شكله الأول). وهي كلّها مفردات تعبّر عن المعنى نفسه، أي: قدرة الجسم على استعادة شكله الأصلي، أو قدرة الفرد على الرجوع، بشكل سليم، ودون أي معاناة، إلى الفطرة، مصداقاً لقوله تعالى: ﴿بَأْفِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيباً فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [الروم: 29].

ب. وظيفة التماسك الداخلي:

إن التماسك الداخلي يمكن الفرد، المتمسك سلوكه بالعنف، من التغلب على عوامل الخطورة التي تكون وراء سلوكه العنيف. وهي العوامل التي تضغط على الشخص بشكل قوي، وتجعله أكثر استعداداً للسلوك العنيف، ومنها على سبيل المثال لا الحصر:

- التعثر الدراسي؛
- إدمان أحد الوالدين أو كلاهما على المخدرات والكحوليات؛
- العنف السائد داخل الأسرة؛
- وجود سوابق جنائية في تاريخ الأسرة؛
- التفكك العائلي؛
- وجود مشاكل أو اضطرابات نفسية أو عقلية لدى أحد الوالدين، أو أحد أفراد الأسرة أو لدى الطفل نفسه.

ج. الاستردادية أهم عامل في بناء التماسك الداخلي، وعوامله؛

يقصد بـ «الاستردادية»: التراجع عن التفكير في الإقدام على السلوك المتمسك بالعنف، والرجوع إلى حالة التوازن التي كانت عليها الذات قبل أن يحدث لها ما تسبب لديها في ممارسة سلوكيات متسمة بالعنف أو حتى التفكير فيها..

ويُعتمد في إحداث الاستردادية على مجموعة من العوامل التي تمكن الفرد، صاحب السلوك العنيف، من مقاومة هذا السلوك وتجاوزه، وتعرف بـ «عوامل بناء التماسك الداخلي» وعملاً على تحقيق ذلك، لا بد من إكساب الأفراد الكفايات والقدرات الضرورية لمواجهة مختلف الوضعيات الحياتية حتى يتولد لديهم نوع من «الدينامية الاجتماعية الإيجابية»، بشكل يمكنهم من تطوير مهاراتهم، وتغيير سلوكياتهم في الاتجاه المرغوب فيه، مع اكتساب القيم

الضرورة التي تجعلهم قادرين على مواجهة المواقف التي تعترضهم في حياتهم، ويتم تحقيق ذلك عبر التدرّب عليها في وضعيات مشابهة. وبذلك يمتلك الفرد ترسانة من عوامل بناء التماسك الداخلي، وهي كثيرة، من أهمّها :

- تنمية الرغبة لخدمة الآخرين، وجعل ذلك هدفاً أساساً في الحياة ؛
- توظيف المهارات الحياتية المستعرضة (transversales) التي منها : الحزم في اتخاذ القرارات، والتوكيدية والتحكم في الاندفاع، وحل المشاكل ... حينما يتواجد المرء أمام موقف يثير لديه الميل إلى السلوك العنيف؛
- الانفتاح الاجتماعي والسعي من أجل تكوين صداقات وبناء علاقات إيجابية ومحبة الناس ؛
- تقوية الروابط والعلاقات الاجتماعية الإيجابية ؛
- الإحساس بالرّفاهة في معناها العامّ والسعادة والرّضى عن الحياة؛
- الإدراك المتبصّر للأُمور(العمل على التحليل المنطقي للأُمور قبل الإقدام عليها ؛
- محاكمة الموقف الضّاغط، الذي يتعرّض له الشّخص، باستعمال العقل، وباستقلالية وتحكيم الذات، بعيداً عن ضغوط الأنداد.؛
- الرّؤية الإيجابية للمستقبل الشّخصي، والانفتاح على آفاق جديدة ؛
- الشّعور بقيمة الذات وتقديرها؛
- الاستفادة من نظريات التّعلم الاجتماعي ؛
- الاستفادة من نظريات الذكاءات المتعدّدة والذكاء العاطفي ؛
- واحترام ذوات الآخرين؛
- الثّقة بالنّفس؛

- اعتبار القيم الكونية، وحقوق الإنسان والقواعد الأخلاقية، مكسباً يجب توظيفه في المواقف الخاصة والدفاع عنه؛
- تشجيع مشاركة تحمّل المسؤوليات في مجال خدمة الآخرين؛.
- العمل على التخطيط للمستقبل، بوضع أهداف إجرائية، والسعي لتحقيقها على مستوى أعلى؛
- القدرة على التواصل النشط مع الآخرين؛
- تشجيع تنمية القيم المدعّمة للمجتمع مثل: (حب الغير، المواطنة، حقوق الإنسان...)
- البحث عن فرص المشاركة الفعّالة في هذه الأنشطة : المشاركة في التخطيط وبناء الأنشطة؛
- تنمية مهارات الحياة عن طريق الاندماج في أنشطة ثقافية واجتماعية ورياضية ترتبط بموضع مناهضة العنف؛
- ممارسة القيادة واتخاذ القرارات....

2.5. مهارة التوكيدية واتخاذ القرار؛

أ. تعريف مهارة اتخاذ القرار؛

هي عملية تتكرّر كلّ يوم في حياة الإنسان، وتكون ما بين القرارات الهامة المصيرية والقرارات الأقل أهمية.

وهي مهارة نحتاج إليها جميعاً، لأن كثيراً من الأشخاص يفتقدون هذه المهارة، خاصة «النمط السلبي»، وهو الذي يفشل في أن يختار خطواته، فيفشل في تقرير ما سوف يحدث له. وباستمرار الامتناع عن اتخاذ القرارات يخسر فرصته في تقرير مصيره، ممّا يؤثّر سلباً على تقديره لذاته، وكذلك «النمط التابع»، وهو الذي يترك مهمة اتخاذ قراراته للآخرين، فهو سهل

التأثر بآراء وأفعال الآخرين، تنقصه الثقة بالنفس، فيقع تحت ضغط الأقران، ويسلم مقاليدته للناس. هذان النمطان على عكس من «النمط المبادر»، الذي يفحص القرار الذي سيتخذه، ويحدد ويقيم الأفعال المترتبة عليه، ثم يختار ما يعمله ويتحمل مسؤولية قراره وأفعاله، هذا الشخص يشعر بالثقة والتمكين والإلهام، إذ يتحكم بشكل كبير في سلوكه وقراراته.

ب. تعريف التوكيدية؛

التوكيدية واحدة من مواقف ثلاثة، نتعرض لها في حياتنا اليومية، وهي:

- التوكيدية: التعبير الصريح عن الحقوق، وتأكيداها بشكل جيد؛
 - العدوانية: أخذ الحق بطريقة لا تحترم بها حقوق الآخرين؛
 - السلبية: الخوف من الناس، وعدم القدرة على المواجهة، والسماح للآخرين بالاعتداء على الحقوق الشخصية جيد.
- التوكيدية أو التفاوض هي الحالة التي يُتاح فيها للشخص أن يكون قادراً على محاوره محاوره نداءً للند، دون خضوع أو انصياع، مما يتيح له إمكانية التعبير عن حاجاته ومناقشتها وفق المنطق.
- ونظراً لمجموعة من العوامل الذاتية (المرتبطة بالشخص، كما هو الأمر في البناء السيكولوجي)، والعوامل الموضوعية التي ترتبط بالمجتمع و مختلف مؤسساته، وأنماط الثقافة السائدة فيه، فإن التفاوض قد يتعدّد تحقيقه، إمّا لأنّ الشخص السلبي يحسّ بالدونية، وينصاع بسهولة، وإمّا لأنّه سلطويّ يفرض ذاته وأفكاره على الآخرين، ممّا يجعل التفاوض صعب التحقيق.

ج. مؤشرات غياب التوكيدية

يكون المرء منعدم التوكيدية حينما يمارس، باستمرار، هذه السلوكيات :

- ألا يفعل شيئاً لتأكيد حقوقه الشخصية ؛
- أن يفضل الآخرين على حساب حاجاته وحقوقه ؛
- أن يستسلم لما يريده الآخرون ؛
- أن يلزم الصّمت عندما يضايقه الآخرون ؛
- أن يعتذر كثيراً؛
- أن يجد صعوبة في التعبير عن عدم اقتناعه بكلام شخص ما ؛
- أن يجد صعوبة في الدفاع عن نفسه لو اتُّهم ؛
- أن يجد صعوبة في التعبير عن رأيه.

د. مؤشرات تحقّق التوكيدية

- تكون صاحب توكيدية حينما تمارس باستمرار هذا السلوكيات :
- أن تعرف كيف تقول (لا) بدون أن تشعر بالحرج؛
- أن تعرف كيف تطالب بحقك دون إحساس بالدونية، ودون اعتداء على حقوق الآخرين؛
- أن تكون لك القدرة على التعبير عن عدم موافقتك بدون أن تغضب الآخرين؛
- أن تتمسك بحقوقك دون إغفال لحقوق الآخرين؛
- أن تحترم نفسك وتحترم الآخرين؛
- أن تعرف متى تنصت و متى تتكلم؛
- أن تعبّر عن مشاعرك سلبية كانت أم إيجابية.

هـ. مراحل عمليّة لاكتساب وتعلّم التوكيدية

- قرّر بنفسك ما تريد أنت فعله؛
- عبّر عن مشاعرك، وعن المشكلة المطروحة أمامك؛
- وضح مطلبك ؛
- اسأل الطرف الآخر عن مشاعره إزاء مطلبك ؛
- تقبّل شاكرًا.

و. صعوبات تواجه التوكيدية ؛

- محاولة إخراجك عن الموضوع ؛
- محاولة اقناعك بفعل شيء لا ترغب فيه؛
- محاولة إغرائك بتبني مواقف وسلوكيات مخالفة للمتعارف عليه.

ز. كيف تتصرّف في مثل هذه المواقف؟

- استخدم أساليب العودة لنفس الموضوع؛
- الرّدّ على محاولات الضغوط بمواقف ؛
- الرّفص (قول « لا » بوضوح، أو مغادرة المكان إذا لزم الأمر)؛
- التّأجيل (تأجيل اتّخاذ القرار حتى يتمّ التّفكير فيه جيّدًا)
- المساومة والتّفاوض (محاولة الوصول إلى قرار يرضى الجميع)؛
- اطلب من النّاس أن ينصتوا إليك إذا تجاهلوك ؛
- واجه بحزم كلّ شخص يضايقك؛
- عبّر دائماً عن شعورك دون مسّ بالآخرين.

3.5. مهارة إدارة وتديير الغضب؛

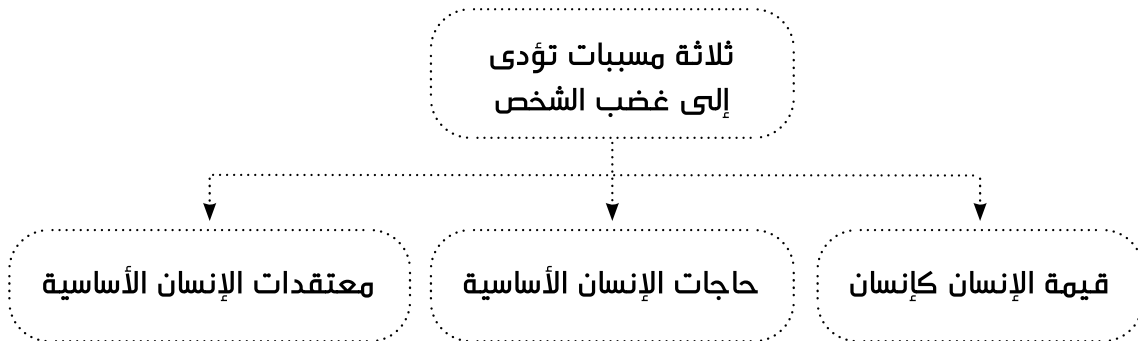
أ. ما هو الغضب؟

للغضب تعريفات عديدة منها، أنه :

- شعور بعدم الرّضى تجاه شخص، أو شيء ترافقه، رغبة فى محاولة إزالة أسباب عدم الرّضى؛
- ميل فطريّ يواجه به الإنسان أشياء أو أشخاصاً لا يستريح إليها، ولا يقبلها، أو تعيقه عن تحقيق أهدافه، فيحاول أن يتخلّص منها؛
- حالة وجدانية يعيشها الشخص عندما يتعرّض للإحباط، أو الفشل، أو أي موقف ضاغط؛
- حالة نفسيّة، و شعور شائع عند جميع الناس: فى أي شخصيّة، سواء كانت شخصيّة خجولة، منطوية، ضعيفة، أم شخصيّة جريئة، منفتحة، قويّة. كما يوجد لدى الرّجال والنساء والكبار والصغار.

ب. لماذا نغضب؟

الغضب ردّ فعل (ميكانيزم) يأتى كأسلوب يلجأ إليه الإنسان لحماية نفسه، أو للدّفاع عنها فى مواجهة المؤثّرات الخارجيّة، سواء كانت أشخاصاً أم أشياء. (إساءة - تجريح - اعتداء).



ج. الطرائق والأساليب السّوية في التّعامل مع الغضب؛

علينا أن نتعلّم كيف نغضب، لأنّ الغضب «شعور إنسانيّ مشروع». فإذا تمّ التعبير عنه بطريقة سليمة كان مقبولاً ووظيفياً، أمّا إذا تمّ التعبير عنه بطريقة خاطئة كان خطيراً ومدمراً.

- من غير المعقول أو الطبيعيّ أن يحوّل الإنسان الغضب إلي عنف يدمّر حياته؛
- فمن حقّك أن تغضب، وأن تتمرّد تجاه أي موقف قويّ يختبر ردود أفعالك، لكنّ السّواء يفرض أن تكون استجابتك على نحو ملائم؛
- تعلّم كيف تتحدّث عن أحاسيسك، إذا لم تكن لك القدرة على إيجاد الكلمات المناسبة التي تعبّر عمّا يجول بداخلك، حاول أن تتحدّث مع شخص تثق فيه ويفهمك جيداً؛
- عبّر عن نفسك بهدوء، عبّر بطريقة نقدية؛
- عبّر بغضب، بياس، بحزن، لكن دون أن تفقد أعصابك. اسأل نفسك دائماً إذا كان ردّ فعلك منطقيّاً ومقبولاً؛
- استمع للآخرين بإنصات نشيط، مع الاستجابة لهم بدون إظهار غضب؛
- إذا تلقيت شيئاً سلبياً، اسأل نفسك دائماً عمّا إذا كنت تفهم وجهة نظر الشخص المتحدّث إليك بطريقة صحيحة.

د. ما هي أنواع الغضب المرضي؟

الغضب ثلاثة أنواع، هي: الغضب المكبوت، الغضب الظاهر، الغضب السّلبى.

1) الغضب (الخفيّ) المكبوت

- كثير من النّاس يكتبون غضبهم، ولا يعبّرون عنه، وعندما يتعرّضون لموقف يثير غضبهم، فإنهم يكتُمونه ويتظاهرون أمام النّاس بأنهم غير متأثرين، وأحياناً لا

يعترفون حتى لأنفسهم أنهم غاضبون. وبمرور الوقت يفقدون الإحساس بالغضب تماماً؛

- يرى أغلب الأطباء النفسيين أن الغضب المكبوت لا يتلاشى، بل يتنامى مع مرور الوقت، وقد يؤدي إلى أعراض منها: الاكتئاب، وعدم الثقة في النفس والشك وهوس الكمال.

(2) الغضب الظاهر؛

- يربط بعض الناس بين الغضب والعنف الظاهر، وكأن الغضب لابد أن يظهر في صورة:

- انفجار عنف جسدي؛

- ثورة وصياح؛

- تهديد ووعيد؛

- النقد الجارح؛

- الخصومات والمشاحنات؛

- السخرية من الآخرين.

- ينشأ العنف الظاهر من تمركز الإنسان على حاجاته الخاصة بصورة مبالغ فيها، وعدم إحساسه بالآخرين

(3) الغضب السلبي؛

- الغضب السلبي: وسيلة من وسائل التعبير عن الغضب، ولكن بصورة غير مباشرة؛

- في حالة العنف السلبي يدرك الإنسان أنه غاضب، ويعرف مصدر غضبه، لكنه لا يدخل في المواجهة، بعكس الكبت الذي يكون فيه كم كبير من الإنكار؛

- يتولد الغضب السلبي نتيجة للرغبة في السيطرة على الآخر، أو توجيه العنف له دون مواجهة، وبدون مغامرة التعرض للمساءلة؛

- الشّخص الّذي يمارس الغضب السّلبى ينطلق من قدرته على إيذاء الآخرين دون أن يتيح لهم التّعرف عن سبب إذايته لهم، ويحسب أن هذا السّلوک مهارة إيجابية.
- ومن أمثلة الغضب السّلبى:
- التّشهير بالآخرين، والكلام عنهم بشكل سلبى؛
- اختلاق أكاذيب فى شأنهم تسيء لهم، وتشوه سمعته.

هـ.. ما هو الغضب الصّحى

- الغضب الصّحى (السّوى): أن يستطيع الإنسان المحافظة على قيمته وحاجاته ومعتقداته، مع الحفاظ على قيمة وحاجات الآخرين (بدون كبت أو عنف)

و. كيف تسلك تجاه الغضب؟

- تأكّد أنّ موضوع غضبك ليس تافهاً، وأنفق طاقتك النّفسية فيما يستحقّ؛





المحور الخامس

هندسة برنامج التكوين/التمنيع وتنزيله

1. هندسة مخطط التكوين؛

2. استراتيجية تنزيل مقارنة «التمنيع بالنظير»؛



1. هندسة مخطط التكوين

يتكوّن محتوى القسمين الأول والثاني من «مصوغات موضوعاتية» (Modules) Thématique و«مصوغات موضوعاتية» (Modules Méthodologiques)

أ. مصوغة نموذج،

يتطلب تنزيل كلّ مصوغة بناء هندسيًا ممنهجيًا، كما هو واضح في الخطاطة الموالية:

عنوان الوحدة التكوينية/التدريبية.....	
تقديم موضوع الوحدة التكوينية/التدريبية	ويتمّ ذلك ضمن صياغة واضحة في شكل حالة أو إشكالية أو وضعية تعلّمية.
عناصر الموضوع	تقديم عناصر الوحدة التكوينية/التدريبية.
الفئة المستهدفة	تحديد توصيف من هم المستفيدون من الوحدة التكوينية/التدريبية (نوع السجّناء الذي ينتمي إليه المثقفون النظراء الذين تمّ اتقاؤهم).
الحصة الزمنية	ويتعلّق الأمر بضرورة: ◦ تحديد الزمن (عدد الساعات) الذي يتطلبه تنفيذ محتويات الوحدة (المجزوءة) التكوينية/التدريبية ؛ ◦ التّنصيب، صراحة، على المدة الزمنية الخاصة بكل نشاط من أنشطة الوحدة التكوينية/التدريبية.
تحديد المطلوب	وصف مراحل الإنجاح وكيفية سيره من حيث تنظيم الفضاء وتوزيع المهام...

<p>الكفاية مجموعة من التمكنات (Maitrises) المتعلقة بسلوك إيجابي، يمكن الأفراد من المواجهة الفعالة لمطالب وتحديات الحياة اليومية. فهي، تبعاً لذلك، مجموعة من المعارف النظرية والعملية في مجال من مجالات الحياة، يتم اكتسابها عن طريق الخبرة والتجربة، لتمكن الفرد، حين وجوده أمام مشكلة، من تبيين الحل الملائم لها.</p>	<p>الكفاية أو الكفايات المرتبة</p>
<p>ويكون ذلك في مستهل الوحدة، بأسلوب واضح و دقيق، يجعل المستعمل على بيّنة من المقاصد و الأهداف المرتبطة بالوحدة. والهدف إنجاز جزئي مرتبط بنشاط محدد يؤدي، في ترابطه مع أجزاء (أهداف أخرى) إلى تحقيق الكفاية وفق شروط أهمها:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ اتّساق أهداف المنهاج مع فلسفة وطبيعة المجتمع والعصر ومجتمع المعرفة؛ ◦ ملائمة الأهداف المرتقب تحقيقها لقدرات المتكوّنين؛ ◦ واقعية الأهداف المرتقب تحقيقها، وقابليتها للتحقيق. 	<p>تقديم الأهداف العامة والخاصة المرتبة</p>
<p>يعتبر المحتوى العلمي بمثابة جسم الوحدة التعليمي الذي يستوفي مجالاً معرفياً من مجموع المجالات المخصصة للتكوين لذلك فمن المهمّ للمكوّن:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ معرفة كيفية اختيار المادة العلمية، التي يقدمها للمتدرّبين؛ ◦ معرفة المعايير التي يستند إليها في اختيار المادة العلمية. ومن أهمّ هذه المعايير: <ul style="list-style-type: none"> - إمكانية ترجمة المحتوى إلى أهداف. - صدق المحتوى، ويُقصد به صدق المعرفة التي يقدمها، وانسجامها مع الاتجاهات الحديثة في المجال المعرفي؛ - ارتباط المحتوى بتنمية القدرات الذاتية والسوسيوثقافية للسّجين. 	<p>المتن العلمي (الحمولة المعرفية)</p>

<p>هي مختلف الإجراءات التي ينتهجها المدرّب/المكوّن لكي ينظّم خبرات الموقف التكويني بطريقة معيّنة؛ بما يساعد المتدربين على التّعليم وتحقيق الأهداف والكفايات المحدّدة مسبقاً. ويتعلّق الأمر فيها بمختلف الأساليب والطّرائق والأدوات والتّقنيّات، التي تيسّر نقل المعارف والمعلومات إلى الفئات المستهدفة. ويدخل ضمن مكونات هذا الجانب طرائق تغيير السلوك، ومعايير التّحقّق من تغييره، إضافة إلى التمكن من آليات وتّقنيّات التّواصل والتّنشيط والتّقويم والتّتبّع.</p>	<p>طرائق وتّقنيّات التّكوين والتدريب</p>
<p>ضرورة اختيار تقنيّة مناسبة لكلّ نشاط من بين التّقنيّات المعتمدة في التّواصل والتّنشيط (تحليل الحالة، لعب الأدوار الزوبعة الذهنيّة...).</p>	<p>تحديد التقنيّة أو التّقنيّات المعتمدة</p>
<p>تتكوّن من مختلف الأنشطة التّعليميّة/التّعلميّة الهادفة، التي يتفاعل معها المتدربون تحت إشراف المدرّب/المكوّن، ويقومون خلالها بأنشطة متعدّدة.</p>	<p>أنشطة التدريب والتعلم</p>
<p>يقصد بها الأدوات والوسائل التي يستعين بها المدرّب/المكوّن في أداء نشاطه كأوراق الجدارية، والأقلام والشّفافات والصّور والأجهزة الرقميّة والصّور والرّسوم والأفلام والبرامج التّلفزيونية ومنصّة الرّابطة «الرّائد»...</p> <p>ومن شروط فعالية العدة البيداغوجية :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ تنوعها بما ييسر الفهم ويحقّق الأهداف؛ ◦ توافرها ويسر الحصول عليها؛ ◦ فعاليتها في تنمية مهارات التّفكير؛ ◦ فعاليتها في تحقيق الجودة النوعية في التّعامل مع المواقف الحيّاتية المختلفة؛ ◦ انسجامها مع القيم. 	<p>العدة التّكوينيّة (الأدوات الداعمة)</p>

<p>يمثل التّقيّم أحد العناصر الأساسية لأيّ تعلّم أو تدريب، ويُقصد به تقديم تمارين لفحص درجة تحقّق التعلّّات. وعلى الرّغم من أن التّقيّم جاء في نهاية تناولنا لعناصر أو مكونات الوحدة، لكنّه يلازم كلّ هذه العناصر من البداية.</p>	<p>التّقيّم</p>
---	-----------------

ب. أمثلة لتنزيلات مصوغات الدليل؛

استمداداً من هندسة المصوغة النّموذج، نقدّم أمثلة لتنزيلات عيّنة من المصوغات المتضمّنة في هذا الدليل، ليقاس عليها في تنزيل باقي المصوغات.

1. مصوغة التّطرّف العنيف والإرهاب	
عناصر المصوغة	تحليل عناصر المصوغة
الكفاية المرتقبة	أن يكتسب المستفيدون في نهاية التّكوين، واستناداً إلى هذه المجزوءة، القدرة على تحليل خطاب الكراهية والإرهاب، وأن يتملّكوا آليات التّفكيك.
الأهداف الخاصّة	<p>عند نهاية تقديم هذه المجزوءة يحصل المتدربون على قدرات:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ الفهم الصّحيح لمدلول الإرهاب وأنماطه وتجليّاته؛ ◦ معرفة المفاهيم ذات الصّلة بالتّطرّف، وكيفية تواجدها في منظومة الإرهاب؛ ◦ معرفة مراحل صناعة الإرهاب، والعناصر المتدخّلة في ذلك؛ ◦ امتلاك المنهجيات العلميّة والآليات الإجرائيّة، لتفكيك خطاب الإرهاب؛ ◦ امتلاك الأساليب المعرفيّة، لفهم السلوك الإرهابي (الإنصات، المواجهة، التّمايزات، تحليل الخرائط الذهنيّة...) ◦ التّدبير الجيّد، من أجل تغيير سلوكيّات المتطرّفين باعتماد: <ul style="list-style-type: none"> - التّواصل الفعّال؛ - الإقناع؛ - المنطق الوظيفيّ في بناء الرّسائل التّثقيفيّة؛ - التوظيف المنهجيّ للعلوم الإنسانيّة في مجال الخدمة الاجتماعيّة؛ - توظيف قواعد وأسس الحوار والمجادلة.

1. مفهوم التّطَرّف: (ما هو التّطَرّف؟ وما هي مركباته؟ وما هي إشكاليّاته الحقيقية؟):

- «التّطَرّف» نقيض لـ «التّوسّط» و«الاعتدال»؛
- التّطَرّف يوَلّد الإرهاب؛
- الإرهاب يتمظهر في العنف؛
- التّطَرّف سلوك مرضي اجتماعيًّا ونفسيًّا.

2. الجهاز المفاهيمي للتّطَرّف:

- الإرهاب (Terrorisme)؛
- التّطَرّف (Extrémisme)؛
- الأصولية (Radicalisme)؛
- العنف (Violence)؛
- الوسطية والاعتدال (Pondération) في ضوء الشّرع والعلوم الإنسانية...

3. كيف تتمّ صناعة التّطَرّف؟ (المراحل والمتدخّلون وآليات بناء التّطَرّف):

4. المنطلقات (المسوغات) الفكرية للإرهاب المبني على التّطَرّف الديني من حيث التّصور والتّخطيط:

- المسوغ 1: الأحلام الخمسة:

- (1) حلم الكرامة؛
- (2) حلم الوحدة؛
- (3) حلم الخلاص؛
- (4) حلم الصّفاء؛
- (5) حلم التّمكين.

- المسوغ 2: الجراح أو الأساسات التبريرية الوهمية المولّدة للتّطَرّف

- المسوغ 3: تحليل الجهاز المفاهيمي الذي يقوم عليه الخطاب التّطَرّفي.

مفردات
(محاور)
المصوغة

<p>5. إستراتيجية التّصديّ لخطاب الإرهاب:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ تفكيك خطاب الإرهاب، وفهم محدّدات الواقع الوهميّ الذي يستند إليه هذا الخطاب؛ ◦ تحليل الخرائط الدّهنيّة لدى المستقطّبين وإبراز آليات التّحكّم فيها؛ ◦ بناء خطاب المواجهة استناداً إلى أسس ومقاربات التّثقيف الصّحّي؛ ◦ دراسة الشّخصيّة ومعايير السلوك السّوي؛ ◦ السّلوّكيات المرّضية في رهن الحال: دراسة وتصنيف؛ ◦ القيم ووظيفيتها في استقامة حياة الفرد والجماعة؛ ◦ لمحة عن الفرق والجماعات المتطرّفة، استناداً إلى الدّين قديماً وحديثاً: عوامل الظّهور والأسس العقديّة، وآليات تجاوز المخاطر. 	
<ul style="list-style-type: none"> ◦ تحليل عروض نظريّة موجزة؛ ◦ أعمال المجموعات؛ ◦ تحليل نماذج من الخطاب التّواصلّي (نصوص، صور، فيديو هات). 	<p>طرائق تصريف المضمون</p>
<p>مختلف الأدوات والوسائل التي تيسّر تقديم هذه المصوغة: أوراق جدارية، أقلام لبدية، شفافات، أجهزة التكنولوجيات الحديثة كالحواسب وأدوات العرض (Vidéoprojecteurs) ...</p>	<p>العدّة التكوينيّة</p>
<p>تقويم المكتسبات المعرفيّة والمهارية المرتقبة، عند الانتهاء من هذه المجزوءة، باعتماد:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ أسئلة اختبارية؛ ◦ التدرّب على تفكيك نماذج من الخطاب المتطرّف، وبناء الرّسائل التّثقيفيّة البديلة. 	<p>التّقويم</p>

2. مصوغة التّواصل والتّنشيط التّثقيفي - التّمنيعي	
العناصر	تحليل عناصر المجزوءة
الإطار العام وتحديد المطلوب	يتحدّد مفهوم التّواصل في كونه عمليات تبادل الآراء والأفكار والمعارف بين الأشخاص، لفظياً وغير لفظي. ولذلك يعرفه البعض بأنّه «الميكانيزم الذي تحدث بواسطته العلاقات الإنسانية وتتطور... ويتضمّن تعابير الوجه، وحركات الجسم، ونبرات الصّوت، والكلمات والكتابات والمطبوعات...». ونظراً لأهميّة التّواصل، فقد تعدّدت النّماذج التي توضّح مفهومه وتبرز مكوّناته. وقد أصبح «التّواصل» علماً عرضانيا في كلّ مجالات المعرفة.
الكفاية المرتقبة	أن يكتسب المستفيدون في نهاية التّكوين، واستناداً إلى هذه المجزوءة، القدرة على التّواصل الفعّال، وأن يملكوا آلياته.
الأهداف الخاصّة	عند نهاية تقديم هذه المجزوءة يحصل المتدربون على قدرات: <ol style="list-style-type: none"> 1. فهم مدلول التّواصل وأنماطه وقواعده؛ 2. تعرف أهميّة الإنصات الجيّد، وكيفية تحقيقه، 3. تحديد مفهوم التّنشيط وأهميته في تحقيق التّواصل، 4. تعرف أهمّ آليات وتقنيّات التّنشيط، 5. التّدرب العمليّ لامتلاك مهارات من مثل: <ul style="list-style-type: none"> ◦ مهارات التّواصل الفعّال؛ ◦ إعداد خطاب تواصلي فعّال؛ ◦ أخذ المبادرة...

أولاً: التّواصل

يتناول الجزء الأول من هذه المجزوءة المحاور التالية:

1. تعريف التّواصل؛
2. عناصر التّواصل؛
3. أهميّة التّواصل وشروطه؛
4. أهداف التّواصل؛
5. مستويات التّواصل:
 - التّواصل اللفظي؛
 - التّواصل غير اللفظي؛
6. أنواع التّواصل؛
7. تقنيّات وطرائق عوائق التّواصل؛
 - الإنصات المتمعّن؛
 - المواجهة (Empathie)؛
 - التمايزات (Distinctions) والخرائط الذهنيّة (Schémas cognitifs)؛
 - رؤية الذات (Autoscopie)؛
 - الحوارات الخلفيّة...
8. حوارات توليد الاحتمالات، وتحديد الفرص، وبناء الالتزامات.

ثانيا: التّشيط التّثيفي

تغطّي محتويات الجزء الثاني من هذه المجزوءة المحاور التالية:

1. التّشيط التّثيفي:

مفردات (محاور)
المصوغة

<ul style="list-style-type: none"> ◦ تحديد مفهوم التنشيط التثقيفي ؛ ◦ الأسس العامة للتنشيط التثقيفي ؛ ◦ أدوار المنشط المثقف ووظائفه ؛ ◦ قواعد تدبير حصّة تنشيطية تثقيفية؛ 2. تقنيات التنشيط التثقيفي (43): ◦ الزوبعة الذهنية أو العصف الذهني؛ ◦ حلّ المشكلات؛ ◦ المناقشة على مراحل؛ ◦ دراسة الحالة؛ ◦ المسرح التفاعلي؛ ◦ لعب الأدوار. 	
<ul style="list-style-type: none"> ◦ عروض نظرية موجزة؛ ◦ أعمال المجموعات؛ ◦ تحليل مشاهد لنماذج من التواصل. 	طرائق تصريف المضمون
<p>مختلف الأدوات والوسائل التي تيسر تقديم هذه المصوغات: أوراق جدارية، أقلام لبدية، شفافات، أجهزة التكنولوجيات الحديثة كالحواسيب وأدوات العرض (Vidéoprojecteurs)...</p>	العدة التكوينية
<p>تقويم المكتسبات المعرفية والمهارية المرتقبة، عند الانتهاء من هذه المجزوءة، باعتماد:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ أسئلة اختبارية؛ ◦ التدرّب على التواصل في وضعيات متباينة تعكس الواقع المعيش داخل المؤسسات السّجنية، اعتماداً على شبكات تقويم تُعدّ لهذا الغرض. 	التقويم

[43] تقدّم هذه المحاور مزاجية بين العروض النظرية والتّطبيقات العملية.

3. مصوغة التّواصل عن قرب (Communication de proximité)	
العناصر	تحليل عناصر المصوغة
الكفايات المرتقبة	<p>1. أن يمتلك الطلبة في نهاية التّكوين، واستناداً إلى هذه المجزوءة، آليات تواصل القرب؛</p> <p>2. وأن يتعرّفوا على أهمّ المقاربات المعتمدة فيها؛</p> <p>3. وأن يتقنوا توظيفها.</p>
الأهداف الخاصّة	<p>عند نهاية تقديم هذه المجزوءة يكون السّجّاء قادرين على:</p> <p>1. تحديد مفهوم <u>تواصل القرب</u> وقواعده وأهميّته، وكيفيّة تحقيقه؛</p> <p>2. تعرف أهمّ مقاربات تواصل القرب؛</p> <p>3. التدرّب العمليّ لامتلاك مهارات تواصل القرب؛</p> <p>4. التّوظيف الجيد لمقاربات و مهارات تواصل القرب.</p>
مفردات (محاور) المصوغة	<p>أولاً: مقارنة التّثقيف بالعلماء الوسطاء</p> <p>1. تحديد المكوّنات المركزية للمقاربة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ مقارنة «التّثقيف بواسطة العلماء الوسطاء» ◦ كإستراتيجية تثقيفيّة للوقاية من السلوكيات الخطرة؛ ◦ مفهوم العالم الوسيط ومواصفاته؛ ◦ دواعي و مبررات تبني إستراتيجية «التّثقيف بواسطة العلماء الوسطاء» وأهميّتها؛ ◦ المرجعيات والخلفيات النظريّة التي تستند إليها مقارنة «التّثقيف بواسطة العلماء الوسطاء» في مجال تغيير السلوك. <p>2. تحديد المفاهيم المركزيّة لمقاربة «التّثقيف بواسطة العلماء الوسطاء»:</p>

◦ التثقيف؛

◦ العلماء الوسطاء؛

◦ السلوكيات الخطرة.

ثانياً: مقارنة التثقيف بالمتقنين النظراء

1. تحديد المقاربة: التعريف والنشأة والتطور والأهمية؛

2. مجالات تطبيق المقاربة في الوسط السجني ودراسة
الحصيلة؛

3. مفهوم المثقف النظير ومواصفاته ومهامه؛

4. دواعي ومبررات تبني إستراتيجية «التثقيف بالنظير» في
المؤسّسات السجنية؛

5. المرجعيات والخلفيات النظرية التي تستند إليها مقارنة
«التثقيف بالنظير» في مجال تغيير السلوك.

ثالثاً: الكفايات والمهارات الحياتية (Life skills) التي يجب
تنميتها لدى كلّ من العالم الوسيط والتثقيف بالنظير

1. تحديد مفهوم المهارة الحياتية؛

2. أهمّ الكفايات و المهارات الحياتية التي يجب تنميتها

لدى كلّ من العالم الوسيط والتثقيف بالنظير⁽⁴⁴⁾ :

◦ مهارة الإقناع والتوكيدية؛

◦ مهارة إدارة وتدبير التوتر والغضب؛

◦ مهارة حوار توليد الاحتمالات وصناعة الفرص

للتراجع عن السلوكيات المولدة للمخاطر؛

◦ مهارة التفاوض؛

[44] تقدّم هذه المحاور مزوجة بين العروض النظرية والتطبيقات العملية.

<ul style="list-style-type: none"> ◦ عروض نظريّة موجزة؛ ◦ أعمال المجموعات؛ ◦ تحليل مشاهد مصوّرة لنماذج من التّواصل عن قرب؛ ◦ تداريب (لعب الأدوار). 	<p>طرائق تصريف المضمون</p>
<p>مختلف الأدوات والوسائل التي تيسّر تقديم هذه المصوغة: أوراق جدارية، أقلام لبدية، شفافات، أجهزة رقميّة كالحواسب وأدوات العرض (Vidéoprojecteurs)...</p>	<p>العدّة التّكوينيّة</p>
<p>تقويم المكتسبات المعرفيّة والمهارية المرتقبة، عند الانتهاء من هذه المجزوءة، باعتماد:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ أسئلة اختبارية؛ ◦ التدرّب على التّواصل عن قرب في وضعيات متباينة تعكس الواقع المعيش في الوسط السّجني، أو محيط السّجين، استناداً إلى شبكات تقويم تُعدّ لهذا الغرض. 	<p>التّقويم</p>

2. استراتيجية تنزيل مقارنة «التمنيع بالنّظير»

هذا الحيز مخصّص لتكوين الممنّع النّظير في مجالات تدخّله، وخاصّة مقاربات التّوعية عن طريق الاتّصال المباشر، وذلك قصد إعداد فاعل مثقّف متخصّص، يستطيع النّفاذ بفضل مجموعة من الكفايات الإستراتيجية، إلى المجموعات القابلة للإصابة التي ينتمي إليها، ليبيّن مع أفرادها علاقات ثقة تضمن له النّجاح في مهامّه.

ضماناً لبناء القدرات والكفايات لدى المتدخّلين الميدانيين (الممنّعين النّظر) نورد هذه البطاقة التّقنية، لهندسة منهجيّة تكوين وتدريب هذه الفئة، باعتماد التّعلّم التّشاركي والتّفاعلي، وتوظيف مختلف الأساليب الفعّالة. ويتعلّق الأمر بمجموعة من العمليات المنهجية والديداكتيكية التي على المكوّنين إتقانها قصد بناء تكوين قويّ لفائدة الممنّعين النّظر.

يستند تكوين المتدخّلين (الممنّعين) إلى خطة عمل تقوم أساساً على ثلاث عمليات متكاملة فيما بينها. ويتعلّق الأمر بالعناصر التالية:

1. إجراء تقويم قبليّ (سابق للتكوين): وذلك من أجل تشخيص ما يمتلكه المتدربون من مؤهلات معرفية ومنهجية، قصد أخذها بعين الاعتبار أثناء التكوين. وهكذا يمكن الكشف عن الحاجات التي تتم الاستجابة لها وقت التكوين، انسجاماً مع الأهداف المحددة؛

2. بناء الفعل التكويني: ويتم فيه تقديم محتويات المادة التكوينية المستلّة من «قسم المرجعيات العلمية النظرية والمنهجية»، التي تتم صياغتها في «الجزايات الموضوعاتية»، وفق ما يكشف تحليل الحاجيات (التقويم القبلي).

ويسعى من وراء هذه العملية إلى إكساب المتدربين مجموعة من المعلومات والكفايات والقدرات، التي تؤهلهم للقيام بوظائفهم التثقيفية والتربوية لفائدة باقي النّزلاء، انطلاقاً من تحصيل ثلاثة جوانب:

- جانب معرفي: يتعلّق بالمعلومات والحقائق العلمية حول الموضوع المراد التثقيف فيه.

- جانب منهجي: يهدف إلى ترجمة المعلومات والحقائق العلمية إلى وضعيات معيشة ومواقف إجرائية، تمكّن المثقفين النّظر من التّواصل الجيّد مع النّزلاء، بامتلاكهم مجموعة تقنيات التّواصل والتّشيط، وآليات تجاوز صعوبات التّواصل (المحاكاة، المواجهة، الخرائط الذهنية والتّمايزات، رؤية الذات...);

- التقييم/التقويم: ويدخل ضمن هذا الجانب الثالث إقدار المتدرّبين على تحديد مكتسباتهم المعرفية والمنهجية والعملية، وتبيين درجات امتلاكها. ومن أدوات هذه العدة التكوينية: الشبكات التقييمية التي تُعدّ خصيصاً لتتبع مراحل التكوين، وهي شبكات تُعتمد لتقويم عمل كلّ متدرّب من قبّل زملائه ومكوّنيه، حين إنجازة حصّة تواصلية أو تنشيطية.

3. إجراء تقويم بعدي (ختامي) لتبيين مدى تحقّق الأهداف والكشف عن طبيعة المخرجات التكوينية للمتدرّبين.





مسار تكوين المهنيين النظراء عدّة المهنيّ النّظير في تثقيف وتمنيع نظرائه من الاختراق

يتعلّق الأمر بعدّة المهنيّ النّظير، التي هي عبارة عن جذاذات (Fiches)، تحدّد مجال تدخّله، وتساعد على التّخطيط للحصص التّثقيفيّة/ التّمنيعية وتديرها لضمان تحقّق الأهداف المسطّرة، التي تتمحور حول «تمنيع الأفراد والمجموعات من الاختراق»:

1. الجذاذات الموضوعاتية؛
2. جذاذات تشخيص الوضعيات المولّدة لمخاطر الاختراق؛
3. مخطّط العمل التّثقيفي الخاصّ بالمهنيّين النظراء؛
4. بطاقة التّقويمين القبلي والبعدي.



الجذاذات الموضوعاتية – Fiches thématiques

1. تعريف

هي عبارة عن وضعيات ومواقف تعليمية/تعليمية في شكل جذاذات عملية تسمى «الجذاذات الموضوعاتية» (Fiches thématiques)، لأن كل جذاذة تختص بموضوع معرفي محدد، فهي حوامل لمعارف ومعلومات وبيانات... فهي المرجعية المعرفية والمنهجية الأساس للممنع النظير، تستل من قسم المرجعيات العلمية النظرية والمنهجية (الدلائل)، وتصاغ بما يناسب مستوى الممنعين النظراء، من حيث اللغة والمضامين المعرفية. وهي عدة يتم إعدادها من قبل المكوّنين، قبل الشروع في حلقات تكوين الممنعين النظراء. ومن خلال هذه الجذاذات يحصل الممنع النظير معارف وبيانات حول موضوع التكوين بكيفية مبسطة. تبنى كل جذاذة من أربع عمليات، هي:

<p>وهي المقدمة التي يتعرف من خلالها الممنع النظير على الموضوع الذي تقدمه الجذاذة. وتختلف هذه المقدمة حسب الموضوع المراد مقربته.</p> <p>والأساس المنهجي في وضعية الانطلاق هو تحفيز الممنعين النظراء، وإثارة فضولهم وتشويقهم، وشد انتباههم للقضية المعروضة أمامهم. إنه، باختصار، العمل على خلق حاجة لديهم، وحثهم على العمل على تليتها.</p>	<p>وضعية الانطلاق</p>
<p>ويتعلق الأمر فيها بتحليل الموضوع، وتفكيكه إلى عناصر ومكونات يسهل فهمها وتملكها.</p>	<p>التحليل والتفكيك</p>
<p>كل جذاذة تروم تحقيق أهداف معينة (حسب طبيعة الموضوع). ولذلك فإن كل جذاذة تلخص النتائج المتوصل إليها في عبارات واضحة تترجم المواقف والسلوكيات المراد تنميتها.</p>	<p>الاستنتاجات العامة</p>

<p>ويتمثل في تتبّع ما امتلكه كلّ ممنع نظير من معلومات ومواقف وسلوكيات عند نهاية كلّ حصّة تكوينيّة. ويعتمد فيه على أسئلة دقيقة تكشف الإجابة عنها مدى مساهمة أفراد المجموعة للنقاشات التي دارت بينهم. وإذا ما تبين ضعف في التحصيل، أو انحراف عن الأهداف، أو تداخل خطير في الأمور، يعمد المكوّن إلى ضبط الأمور من جديد.</p>	التّكوين
--	-----------------

2. أسس الإعداد؛

يجب أن يعتبر في إعداد الجذاذات الموضوعاتية الأسس التالية:

(1) التّمرّك حول الفئة المستهدفة، حيث تمّ توجيه كلّ الخطابات لأفراد الجماعة بهدف إشراكها في بناء المعارف والمواقف. ولذلك على كلّ جذاذ أن بالمرونة التي تجعل عناصر المجموعة توظّف في تعلّماتها خصوصياتها الفكرية والثقافية والاجتماعية وتنطلق من حاجاتها وتجاربها الخاصة؛

(2) تنمية كفايات وقائية من الاختراق، وهي كفايات معرفية / ثقافية تتجلى في إعداد أفراد مجموعات النظراء، ليمتلكوا في النهاية الرّصيد المعرفي والثقافي، الذي يمكنهم من العيش بعيداً عن مزالق السلوكيات الخطرة؛

(3) الوظيفية، وتمثّل في تخطيط وبناء الجذاذات وفق ما يجعلها أداة عمل سهلة وفعّالة، تحثّ الأفراد على المشاركة في إنتاج الأفكار والتعلّمات، ومناقشتها تقويماً ودعمًا وترسيخاً، بقصد توظيفها في شكل مواقف وأنماط سلوك يتمّ تحديد معالمها داخل المجموعة. ومن أبرز صور هذه الوظيفية :

- الوظيفية التعليمية / التربوية / التّمنيعية، وتبرز في كون الجذاذات أدوات تتيح للنّظراء امتلاك معارف ومهارات ومواقف متكاملة ومندمجة في أنماط سلوكية سليمة؛

- الوظيفية العلمية، وتكمن في المضامين المعرفية، من حيث صدقها وانسجامها مع الواقع المعيش، وسلامتها من الأخطاء والتناقضات والمغالطات الشرعية والفقهية؛
- الوظيفية المنهجية، وتمثل في تعدد المقاربات التشاركية التي تيسر التعلم الذاتي، وتدفع إلى اعتماده من خلال إذكاء روح المبادرة، وخلق الميل إلى البحث والاستكشاف من أجل إقرار تربية مستدامة؛
- الوظيفية السوسيوثقافية، وتمثل في انفتاح محتويات الجذاذات على ما يروج في محيط النظراء من معارف وثقافة وأنماط عيش... مغلوطة، الأمر الذي يشجع الأفراد على حصص التربية دون ملل؛
- الوظيفية التكوينية، وتبرز في عمليات التتبع من قبل الممنع النظر ومكونيه، التي تعقب كل حصّة تربوية بهدف تشخيص أثر ووقع التعلم الحاصل على السلوك. وهكذا يهدف التكوين إلى تتبع مسار مكتسبات أفراد المجموعة، وضبطها لاتخاذ الإجراء المناسب تجاهها : تصحيح ما كان خاطئاً، إكمال الأمور التي يعترها النقص، تعزيز ودعم وترسيخ ما تأكّدت صحته،..
- 4) المرونة، ويقصد بها تكييف محتويات الجذاذة وفقاً للوضعية التثقيفية (تواصل أو تنشيط مجموعة) ولخصائص المجموعة المستهدفة.

3. جودة مضامين الجذاذات الموضوعاتية

لا تعتبر المرحلة الثانية من التكوينات، المتمثلة في تكوين وتأهيل الممنعين النظراء، مرحلة ختامية لـ «برنامج التميميع من الاحتراق الذي ينظم لفائدة مجموعة معينة، لأن تكوين الممنعين النظراء ليس هو الغاية من المشروع، بل هم أداة أو ميكانيزم أو وسيط، يتوصل من خلاله إلى إيقاف مخاطر الاحتراق عن طريق التثقيف التميميعي لباقي الأفراد الآخرين، أو مجموعات أخرى، ومن ثمّ تمّ اعتماد مقارنة التميميع بالنظير التي يتمّ بموجبها تثقيف النظراء أو الأقران، ومساعدتهم على الارتقاء بمعارفهم ومواقفهم ومعتقداتهم وسلوكياتهم نحو

الأفضل، ولذلك تعتبر مرحلة تكوين الممنعين النظراء مرحلة حاسمة؛ إذ فيها يتم بناء الفعل التكويني بنجاح، من أجل إكساب الممنعين النظراء مجموعة من الكفايات والقدرات، التي تؤهلهم للقيام بوظائفهم التثقيفية-التنميعية، مع تكييفها حسب الوضعيات المختلفة (تنشيط مجموعة، تواصل ثنائي).

لكي يتأهل الممنع النظير للاضطلاع بهذه الوظائف التنميعية يتم الحرص على تمكينه من أن يمتلك جوانب ثلاثة:

(1) جانب معرفي: يتعلق الأمر فيه بالمعلومات والحقائق العلمية حول الاختراق، وما يرتبط به من ظواهر أخرى...؛

(2) جانب منهجي: يهدف إلى ترجمة المعلومات والحقائق العلمية إلى وضعيات وسلوكيات تجعل النظراء في منأى عن المخاطر. ويفترض ذلك إكساب الممنعين النظراء جانباً سلوكياً يهدف إلى تمكينهم من مجموعة مهارات تيسر تعاملهم مع نظرائهم...؛

(3) التتبع والتقييم: ويدخل ضمن هذا الجانب الثالث إقدار الممنعين النظراء على تحديد مكتسباتهم المعرفية والمنهجية والعملية، وتبين درجات امتلاكها، وبالتالي القدرة على الإجابة عن سؤال محوري: «هل صرت قادراً أن أكون ممنعاً نظيراً؟» ومن أدوات هذه العدة التكوينية: الشبكات التقييمية التي تعدّ خصيصاً لتتبع مراحل التكوين، وهي شبكات تعتمد لتقويم عمل كل ممنع نظير من قبل المكونين المواكبين لهم في الميدان.

وفي هذا المسار يعمل الممنعون النظراء على تثقيف زملائهم وفق برامج علمية يتم الاتفاق عليها داخل المؤسسة الحاملة للمشروع، ومنها على سبيل المثال:

- يوزع الممنعون النظراء إلى ثنائيات (Binômes)، ويشغل كل ثنائي على حدة؛

- يتم الاتفاق على مدى الفترة المخصصة لإجراء حصص التمييع وفق جدول مضمومة،
- يوكل إلى كل ثنائي أن ينجز، طيلة الفترة التي يتم تحديدها، بناء على اتفاق يحصل في ذلك، مجموعة من الحصص التثقيفية/التمنيعية، التي يتفق عليها أيضاً، وكذلك عدد المستفيدين من كل حصّة، ويستحسن ألا يتجاوز العدد 20 فرداً؛
- يعمل الممنعون النظراء بمواكبة مرافقين لهم، من بين المكوّنين؛
- تشرف على عملية التمييع لجنة قيادية.

جذاذات تشخيص الوضعيات المولّدة لمخاطر الاختراق

(Fiches d'identification de situations génératrices de risques) Fiches thématiques

يتمّ التركيز في كلّ من هذه الجذاذات على الانطلاق من وضعية تثير إشكالا: « وضعية مشكلة» (Situation-problème) نابعة من الحياة اليومية للأفراد المراد تثقيفهم وتمنيعهم، تكون الصياغة واضحة، لا لبس فيها، يتمّ تحليلها بمشاركته عبر رسائل وخلاصات تثقيفية. وتسمّى هذه الجذاذات «جذاذات تشخيص الوضعيات المولّدة لمخاطر الاختراق»
(Fiches d'identification Situations génératrices de risques)

1. هندسة بناء الجذاذات التثقيفية/التمنيعية

إنّ «جذاذات تحليل الوضعيات المولّدة لمخاطر الاختراق» التي يدور حولها حديث القسم الرابع من هذا الدليل التأسيسي، لم تتمّ صياغتها بشكل نهائي في الدليل. والسبب أن هذا النمط من الجذاذات يستمدّ محتوياته ورسائله التثقيفية من الممنعين النظراء أنفسهم، ولن يتأتّى ذلك إلاّ خلال مرحلة التكوين. إنّ المحتويات المتضمنة للمواقف وأنماط السلوك

لا يمكن التكهّن بها، ولا رصدها إلا من خلال معاينة فعلية لواقع الحال. وهذا لا يعرفه إلا الممنعون النظراء ونظراؤهم من أفراد المجموعة المعنية، بحكم انتمائهم إلى المجموعات المستهدفة. ومن ثم، فإنّ البناء الحقيقي للجذاذات التثقيفية إنّما يتمّ خلال التكوين، حيث يعرض الممنعون النظراء الوضعيات الواقعية التي يعيشونها بكلّ أبعادها وتجلياتها، اعتماداً على تقنيّات التنشيط والتواصل، انطلاقاً من اعتبار مجموعة الممنعين النظراء، وقت التكوين، «جماعة بؤرية»^[45] (Focus group)

وفي هذه الحال: عندما يوكل إلى الممنعين النظراء تثقيف نظرائهم، بهدف تمنيعهم من مخاطر الاختراق والاستقطاب، فإنّهم لن يكونوا «مدرّسين» أو «معلّمين» (Instructeurs)، يقدّمون دروساً أو محاضرات، بل يعملون على تفتيق أذهان نظرائهم، وتمكينهم من تملك آليات وتقنيّات وقدرات «التّمنيع الذاتيّ» (l'Auto immunization) ضدّ الانزلاق في مخاطر الاختراق والاستقطاب.

وفي هذا المسار، تكون المنطلقات من تشخيص وضعيات محفوفة بالمخاطر (Situations génératrices de risques)، يحدّدها أفراد المجموعة التي يتمّ تثقيفها، انطلاقاً ممّا يعرفونه، ثمّ يتمّ حلّها وفق الخطوات التّالية :

- المعلومات والمعارف (connaissances) التي يمتلكها أفراد المجموعة حيال الموضوع؛
- الاستعدادات الأوّلية (Predispositions) أو المواقف (Attitudes) لديهم؛
- السّلوّكيات الاجتماعيّة (Comportements sociaux) التي يقدم عليها الأشخاص المعنيون في الوضعية المشار إليها، بناء على المواقف التي يحملونها؛

[45] تفاصيل هذه التّقنية واردة في الدليل.

○ الممارسات (Pratiques) التي يطبقها هؤلاء الأشخاص، والتي تكون سبباً مباشراً في حدوث تصرف خطر.

2. تحديد الرسائل التثقيفية/ التّمنيعية المتعلقة بالوضعية، وذلك :

- بالنسبة لكلّ أفراد المجموعة.
- بالنسبة لكلّ عناصر الوضعية من معلومات ومواقف وسلوكيات وممارسات.

3. تحديد المقاربة التّواصلية أو التّقنية التّشيطية الملائمة لهذه الوضعية : وذلك قصد تشخيص المعلومات والمواقف والسلوكيات والممارسات لتحليلها واتخاذ ما يناسب من أجل تصحيحها.

4. جذاذة نموذج

- توضيحاً لكيفية بناء الجذاذة التي تعتبر أساس التربية والتثقيف بهدف التّمنيع عند النظراء، والتي يتم بناؤها معهم، يتم تقديم النموذج التالي للاستئناس :
- نقطة الانطلاق: طالب جامعيّ يجد نفسه أمام محاولة استقطاب من قبل أحد المتطرفين، فيستهويه الأمر وتبدو عليه علامات الانصياع.
 - تحليل الوضعية.

المقاربة المنهجية	الرسائل التثقيفية	التقويم	عناصر الوضعية وتحليلها
التواصل الثنائي وجهاً لوجه، والحوار الجماعي	تستهدف تصحيح المعلومات: تفكيك كلام الشخص المتطرف لتبيان عدم مصداقية القول من حيث المصدر، والترابط بين الأفكار، وحيثيتها.	معلومات خاطئة يجب تصحيحها باعتتماد محتويات الدلائل حسب الحاجة.	1. تحليل المعلومات ◦ قد يكون اندفاع هذا الطالب نحو ما يقوله الشخص المتطرف ناتجاً عن معلومات من مثل: ◦ في خطاب الرجل المستقطب جوانب من تخفيف المعاناة المالية على الطالب؛ ◦ كلام المستقطب يستند إلى مقولات تبدو فيها، حسب تفكير الطالب، سنية وقرآنية الأحكام
التواصل الثنائي وجهاً لوجه، والحوار الجماعي.	مجموعة رسائل تعمل على تنمية مواقف سليمة، من أمثلتها: - نقد وتحليل خطاب الشخص المتطرف في ضوء أسناد صحيحة من القرآن والسنة؛ الكشف على أن الارتياح موقف مزيف سرعان ما يتبدد؛ وضع كوابح تمنع من الاستمرار في الاستماع واستساعة الحديث، بالكشف عن المخاطر الكامنة وراء ذلك، عن طريق شواهد.	مواقف خاطئة يجب تصحيحها	2. تحليل المواقف ◦ الإعجاب بكلام الشخص المستقطب؛ ◦ الإحساس بالارتياح لما يقوله؛ ◦ الرغبة في الاستمرار مستمعاً إليه؛ ◦ عدم إدراك خطورة ما يرمي إليه هذا الكلام.
التواصل الثنائي وجهاً لوجه، والحوار الجماعي	إبراز أن هذه السلوكيات اندفاعية، وأن عواقبها قد تجرّ على العسكري مخاطر متعددة.	سلوكيات خاطئة قد تعزز فرص الاستقطاب	3. تحليل السلوكيات: قد تقود هذه المواقف الخاطئة إلى تبني سلوكيات سلبية، تؤدي إلى الوقوع في مخاطر التطرف ثم الإرهاب، عن طريق الاختراق. ومن هذه السلوكيات الانضمام إلى صف الشخص المتطرف وإعلان الدخول في مساره، واتباع عقيدته.
التواصل الثنائي وجهاً لوجه.	إيقاف هذه الممارسات برسائل تثقيفية تتم صياغتها بدقة، اعتماداً على أسناد سمعية بصرية أو شهادات حية.	تعتبر الممارسات أخطر المراحل لإحداث الجرائم الإرهابية	4. تحليل الممارسات: قد تؤدي السلوكيات السابقة إلى ممارسات سريعة محفوفة بالمخاطر، وتمثل في الانضمام السريع إلى خلايا الإرهاب، وحمل السلاح، والرغبة في إحداث الفوضى...

3. الموائد المستديرة:

موازاة مع التّمنيع بالنّظير، قد يتمّ تنظيم موائد مستديرة، يحضرها المكوّنون والممنعون النّظراء، قصد توسيع النقاش، والإجابة عن بعض الأسئلة العالقة، وتعميم الممارسات الفضلى والتجارب النّاجحة التي تمّ حصرها خلال جلسات التّثقيف التّمنيعي.

مخطّط العمل التّثقيفي الخاصّ بالمهنّعين النّظراء؛

لكي يكون لمقاربة التّثقيف بالنّظير أثر إيجابيّ لا بدّ أن تتمّ مصاحبة المثقّفين النّظراء في الميدان، ومساعدتهم من قبل المواكبين والمشرفين على أعمالهم، ضمن خطة محكمة للمصاحبة والتّتبّع والإشراف والتّقويم. وهذه نماذج من الوثائق التي يمكن اعتمادها في التّتبّع والتّقويم:

الوثيقة رقم 1: المخطّط الأوّلي استعداداً للشروع في تثقيف النّظراء

يعبئه الممنعون النّظراء مع مسؤولي التّتبّع والمصاحبة (من لدن المكوّنين) في لقاء خاصّ، بعد إنهاء الدورات التّكوينيّة وتسلّم منه نسخة إلى الجهة المعنية بالمشروع.

فترة تثقيف النّظراء:			مسؤولو التّتبّع والمصاحبة	
التّوقيع	البريد الإلكتروني	الهاتف	الاسم والنّسب	المكلّف بمواكبة الممنّعين النّظراء
				المشرف على تتبّع أعمال الممنّعين النّظراء

أدوات العمل	المقاربات التّواصلية المزمع اتّباعها	الوضعيات الخطرة أو المواضيع المراد مناقشتها	أوقات وأمكنة اللّقاءات	عدد اللّقاءات	عدد النّظراء المراد تثقيفهم	الممنّع النّظير:
.....1
.....2
.....3

الوثيقة رقم 2: مخطط تقرير عن العمل التثقيفي الخاصّ بالممنّعين النّظراء المنجز فعلاً بالميدان؛

تتمّ تعبئته أثناء مدّة الاشتغال مع النّظراء في الميدان : جذاذة لكلّ ثنائي (Binôme) من الممنّعين النّظراء، تعبأ وتسلم منها نسخة إلى الجهة المعنية بالمشروع.

فترة عمل المثقفة النظيرة في الميدان:			مسؤولو التتبع والإشراف	
التوقيع	البريد الإلكتروني	الهاتف	الاسم والنسب	المكلف بمصاحبة المثقفين النّظراء
				المشرف على تتبع أعمال المثقفين النّظراء
				الثنائي رقم 1
				الثنائي رقم 2

ملاحظات	المقاربات التّواصلية التي تمّ اتّباعها	الوضعيات التي تمّت مناقشتها	أوقات وأمكنة اللّقاءات	عدد اللّقاءات التي تمّت بالفعل	النّظراء الذين تمّ تثقيفهم مرّتين مشاراً إليهم بأرقام أو بحروف	
					الأرقام	الحروف
						01
						02
						03
						04
						05
						06
						07
						08
						09
						10
						11
						12
						13
						14
						15
						16
						17
						18
						19
						20

Document 1: Planning préliminaire

élaboré par les Immunisants Pairs, en fin de formation, sous l'égide
des formateurs responsables de suivi et supervision (Formateurs)

Des copies devraient être communiquées aux responsables

Responsables d'accompagnement et de supervision	Période de sensibilisation et éducation pour immunisation :			
Superviseur	Nom et Prénom	Téléphone	Email	Signature
Accompagnateur				

Immunisant Pair (Nom et prénom)	Nombre des pairs à éduquer	Nombre de séances à réaliser	Lieu et temps de rencontre	SGRs à analyser	Approches communicationnelles à employer	Outils à utiliser
Binôme1						
Binôme2						
Binôme3						
Binôme4						
Binôme5						
Binôme6						
Binôme7						
Binôme8						
Binôme9						
Binôme10						

Document 2: Rapport des activités réalisées sur le terrain

élaboré par les Immunisants Pairs, en fin de la période de formation, sous l'égide des formateurs responsables de suivi et supervision.

Des copies devraient être communiquées aux responsables

Responsables d'accompagnement et de supervision	Période de sensibilisation et éducation :			
Superviseur	Nom et Prénom	Téléphone	Email	Signature
Accompagnateur				

Pairs sensibilisés ou éduqués (Désignés par chiffres ou lettres)	Nombre de séances réalisées	Lieu et temps de rencontre	SGRs analysées	Approches communicationnelles employées	Outils utilisés	Observations

Document 3: Bilan des activités réalisées sur le terrain

élaboré par les Immunisants Pairs, en fin de la période de formation,
sous l'égide des formateurs responsables de suivi et supervision.

Des copies devraient être communiquées aux responsables

Responsables d'accompagnement et de supervision	Période de sensibilisation et éducation :				
	Superviseur	Nom et Prénom	Téléphone	Email	Signature
Accompagnateur					

Educateur Pair (Nom et prénom)	Nombre des pairs éduqués	SGRs à analysées	Profil d'entrée des pairs	Profil de sortie des pairs	Observations
Binôme1					
Binôme2					
Binôme3					
Binôme4					
Binôme5					
Binôme6					
Binôme7					
Binôme8					
Binôme9					
Binôme10					

تقويم قبلي				
تفهّم جيّداً المعارف والمهارات المصنوفة في العمود الأوّل من الجدول وحّدّد (ي) درجة معرفتك لها بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة.				
درجة امتلاك هذه المعارف والمهارات				معارف ومهارات
ملاحظات أخرى	متوسّط	جيّد	جيّد جداً	
				مفهوم التّطرّف
				معرفة أنواع التّطرّف
				مفهوم التّطرّف الديني
				الفرق بين الاختراق والتّطرّف
				معرفة العلاقة بين الإرهاب وحقوق الإنسان
				بعض الحركات المتطرّفة
				معرفة بعض الأحداث ذات الصّلة بالتّطرّف
				معرفة بعض الدّعاة إلى التّطرّف
				التّحديد الدّقيق لمفهوم التّنوّع والاختلاف
				قبول التّنوّع والاختلاف دون تطرّف
				قبول التّعاش والساكن مع الآخر دون تطرّف
				ضبط مركبات التّواصل الجيّد
				التّواصل وفق مركبات التّواصل الجيّد
				معرفة عوائق التّواصل
				التّواصل في موضوع التّصدّي للاختراق
				معرفة آليات تجاوز عوائق التّواصل
				كيفية تطبيق آليات تجاوز عوائق التّواصل

تقويم بعدي				
هي نفسها المعارف والمهارات التي أجبتم عنها في بداية الورشة. حدد من جديد درجة معرفتك لها بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة.				
درجة امتلاك هذه المعارف والمهارات				معارف ومهارات
ملاحظات أخرى	متوسط	جيد	جيد جداً	
				مفهوم التطرف
				معرفة أنواع التطرف
				مفهوم التطرف الديني
				الفرق بين الاختراق والتطرف
				معرفة العلاقة بين الإرهاب وحقوق الإنسان
				بعض الحركات المتطرفة
				معرفة بعض الأحداث ذات الصلة بالتطرف
				معرفة بعض الدعاة إلى التطرف
				التحديد الدقيق لمفهوم التنوع والاختلاف
				قبول التنوع والاختلاف دون تطرف
				قبول التعايش والسكان مع الآخر دون تطرف
				ضبط مركبات التواصل الجيد
				التواصل وفق مركبات التواصل الجيد
				معرفة عوائق التواصل
				التواصل في موضوع التصدي للاختراق
				معرفة آليات تجاوز عوائق التواصل
				كيفية تطبيق آليات تجاوز عوائق التواصل







● ————— القسم الثاني ————— ●

العُدة التّقنية لمؤثر ناجح



تقديم:

أضحت وسائل الحضور الرقمي (مواقع، منصات التواصل الاجتماعي، ...)، أدوات فعّالة للاتصال والتواصل مع مجموعات متنوعة من المتابعين، من خلال تقاسم ومشاركة المعلومات على اختلاف أشكالها ووسائطها السمعية البصرية، حيث يُعدّ المؤثرون اليوم صنّاعاً للمحتوى، ويتفاوتون فيما بينهم، على قدر فريدة إبداعهم، وقوة إقناعهم للجمهور، إذ ليس الإعجاب والنقر والمشاركة أو الشراء هي مؤشرات النجاح الوحيدة؛ بل صار المضمون التثقيفي والإعلامي الملهم للعمل الإيجابي نقطة تميّز فارقة.

لقد تعدّدت أنواع المؤثرين واختلفت حسب طبيعة نشاطهم وعدد متابعيهم، ويمكن تصنيفهم إلى أربعة أصناف أساسية وهي:



• الصّنف الأوّل Mega Influencers:

ابتداءً من مليون متابع، يتميّز هذا الصّنف بمدى قوّة تأثيره على المتابعين، ممّا يجعله مستهدفاً من قِبَل العلامات الكبرى، لزيادة الوعي بعلامتها التجارية.

- الصّنف الثّاني Macro Influencers:

نوع آخر من المؤثّرين، يتراوح عدد جمهورهم من خمسمئة ألف 500.000 إلى مليون 1.000.000 متابع. هذا الصّنف، عادة ما يكون أقلّ تواصلًا مع متابعيه، ولديه معدّلات مشاركة أقلّ.

- الصّنف الثّالث: Micro Influencers

يتراوح عدد جمهورهم من العشرة آلاف 10.000 إلى خمسمئة ألف 500.000 متابع، يتمتّعون بمعدّلات مشاركة أعلى، مقارنة ب Macro influencer وهم أكثر انفتاحًا لمناقشة العروض من ناحية السّعر.

- الصّنف الرّابع Nano influencers:

تعدّ هذه الفئة من أقلّ الفئات، من حيث عدد المتابعين «أقل من عشرة آلاف متابع»، بالرّغم من ذلك فإنّ هؤلاء المؤثّرين لديهم معدّلات عالية من المشاركة والتّفاعل، ممّا يخلق حالة من الثّقة المتبادلة بين المؤثّر والمتابعين.

تمّ تصميم هذه العدّة التّقنية، لتقديم أفضل الأدوات والممارسات للمؤثّرين، من أجل:

- إنشاء محتوى رقمي جذاب؛
- تعزيز الحضور الرّقمي، وتنميّة شبكة المتابعين؛
- التّشبيك والتّعاون والتّشارك مع المؤثّرين؛
- تحقيق الرّبح من صنع المحتوى الرّقمي؛

وذلك عبر المحاور التّالية:

المحور الأوّل: يتناول نظرة عامّة عن المحتوى الرّقمي وأنواعه، وشروط نشره، واستراتيجية العمل على إنشائه.

المحور الثاني: يتطرق لصناعة محتوى رقمي جذاب، من صور وفيديوهات ومدونات.
 المحور الثالث: يتم فيه التعرف على الممارسات الفضلى، للتأثير عبر منصات التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً، وأدوات تتبّعه وتقيّمه.
 المحور الرابع: يقدم أهمّ تقنيّات جذب وجلب المتابعين.
 المحور الخامس: يعطي لمحة موجزة عن أبرز أدوات التشبيك والتعاون مع المؤثرين.
 المحور السادس: يحتوي على الطّريق الأمثل للربح من منصات المحتوى الرّقمي.
 المحور السابع: عبارة عن مجموعة من المراجع المستعملة في العدة التّقنيّة، أو مصادر أخرى من أجل مزيد التّوسع والاطّلاع أكثر على المواضيع المطروحة.

1. المحتوى الرّقمي:

1.1. استراتيجية العمل

1.1.1. تحديد الأهداف



يعدّ تحديد الهدف الخطوة الأولى في إنشاء استراتيجية عمل صحيحة، ولتحقيق ذلك يفضل وضع أهداف ذكيّة محدّدة وواضحة، مبنية على منهجية سمارت (S.M.A.R.T)، وهذه الأهداف يجب أن تكون:

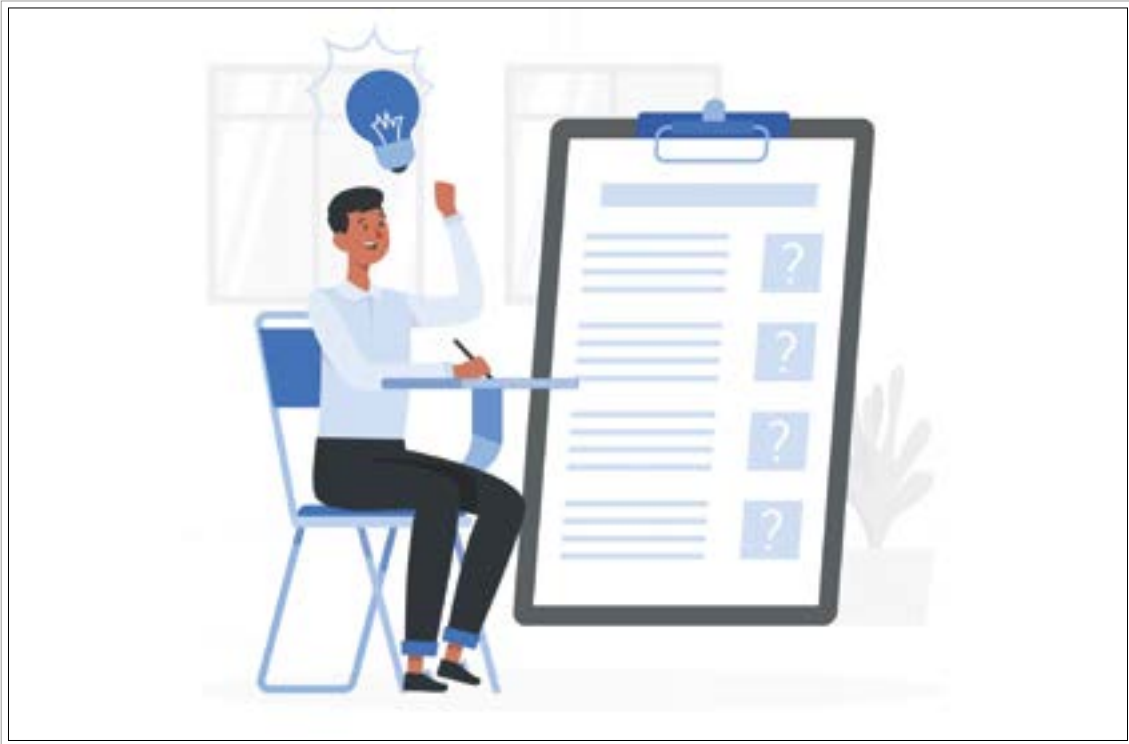
- محدّدة Specific: بحيث يكون الهدف محدّداً وبسيطاً، يسهل فهمه واستيعابه من قبل المتلقّي، بغضّ النظر عن مستواه المعرفي.
- قابلة للقياس Measurable: أهداف يمكن قياس مدى درجة تقدّمها ونجاحها.
- قابلة للإنجاز Achievable: وجود أهداف قابلة للتحقيق، تعطي حافز الاستمرار والرغبة في المضيّ قدماً، لذلك يجب أن تكون المعطيات أو القدرات الخاصّة متوافقة مع ذلك الهدف.
- ذات صلة Relevant: التأكّد من أن يكون الهدف له صلة بأهداف أخرى مستقبلية لها فوائد إيجابية.
- مضبوطة بالوقت Time-Based: يكون الهدف ناجعاً حينما يكون مرتبطاً بالوقت، حيث يتمّ تحديد وقت بدء العمل على الهدف، ووقت الانتهاء، هذه النقطة مهمّة للغاية، فهي تُلزم بمعرفة الوقت اللازم لإنهاء العمل.

2.1.1. جمع البيانات حول الجمهور المستهدف؛

يعدّ تحديد الجمهور المستهدف، ومعرفة خصائصه ومعتقداته، وسلوكياته والظروف الاجتماعية المحيطة به، المفتاح الرئيس لتحقيق الأهداف المتوخّاة، حيث إن معرفة الجمهور تُمكن من تحديد نوعيّة وكيفية صياغة الرّسالة التي يمكن أن تؤثر فيه، والتي يجب أن تتفق مع القيمّ والعادات والمعايير السائدة التي يتبنّاها الجمهور المستهدف، لذلك تعتبر دقّة المعلومات حول الجمهور المستهدف، من بين أهمّ النّقاط التي يجب أخذها في الاعتبار لتحقيق الأهداف، فكلّما كانت المعلومات دقيقة كانت النتائج ناجحة، لذلك وجب الاعتماد في جمع المعلومات على:

- المعلومات الديموغرافية السكانية: مثل العمر، الجنس، الحالة الاجتماعية واللغة.
- المعلومات الجغرافية: تحديد البلد المستهدف أو المدينة.
- المعلومات التقنية: المتمثلة في نوعية الأجهزة المستخدمة من قِبَل الجمهور، بالإضافة إلى نوع الأنظمة المشغلة لهذه الأجهزة، مما يفيد في صياغة واختيار نوع المحتوى المراد نشره.
- المعلومات الشخصية: مثل الاهتمامات والعادات ونمط الحياة...

3.1.1. دراسة وتحليل الجمهور المستهدف



يعتمد نجاح وتحقيق الأهداف، على فهم ومعرفة الجمهور المستهدف، والتعرّف على السمات المختلفة لكل فئة، لذلك يجب تتبّع الخطوات التالية:

- تحديد أنواع الفئات المستهدفة، لتحقيق وفهم مدى قدرتها لاستيعاب الأفكار المراد نشرها، لكي يصبح من السهل مخاطبتها، وقد تتكوّن هذه الفئات من: الجمهور العام، من شباب وأطفال، المؤثرين، الإعلاميين، الكتّاب والأدباء، إلى غير ذلك من الفئات؛
- التّعرف مسبقاً على سلوكيّات الجمهور، حول الأفكار والمواضيع المراد نشرها ومشاركتها.
- دراسة أمثلة، كأشخاص مؤثرين داخل مواقع التّواصل الاجتماعي.

2.1. إحصائيات:

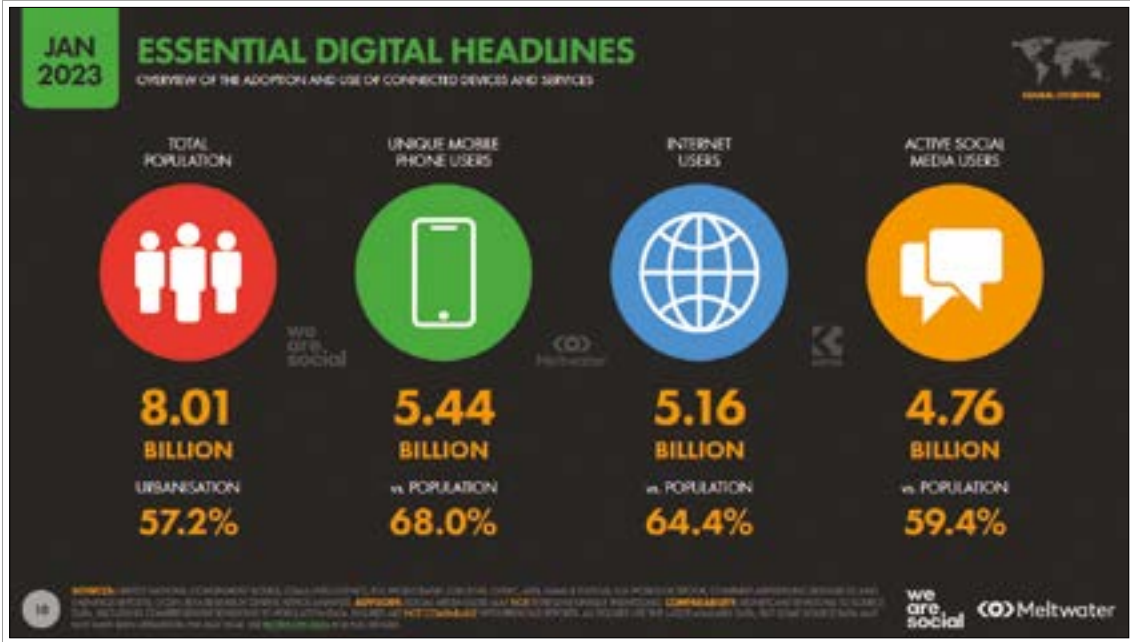


الأرقام والإحصاءات الخاصّة بمستخدمي منصّات التّواصل الاجتماعي، لا يمكن الاستغناء عنها في بناء إستراتيجية التّسويق الخاصّة، لذلك فمعرفة الأشخاص الموجودين على مختلف المنصّات، يساعد في أعمال البحث واتّخاذ القرارات ذات الصّلة بالتّسويق

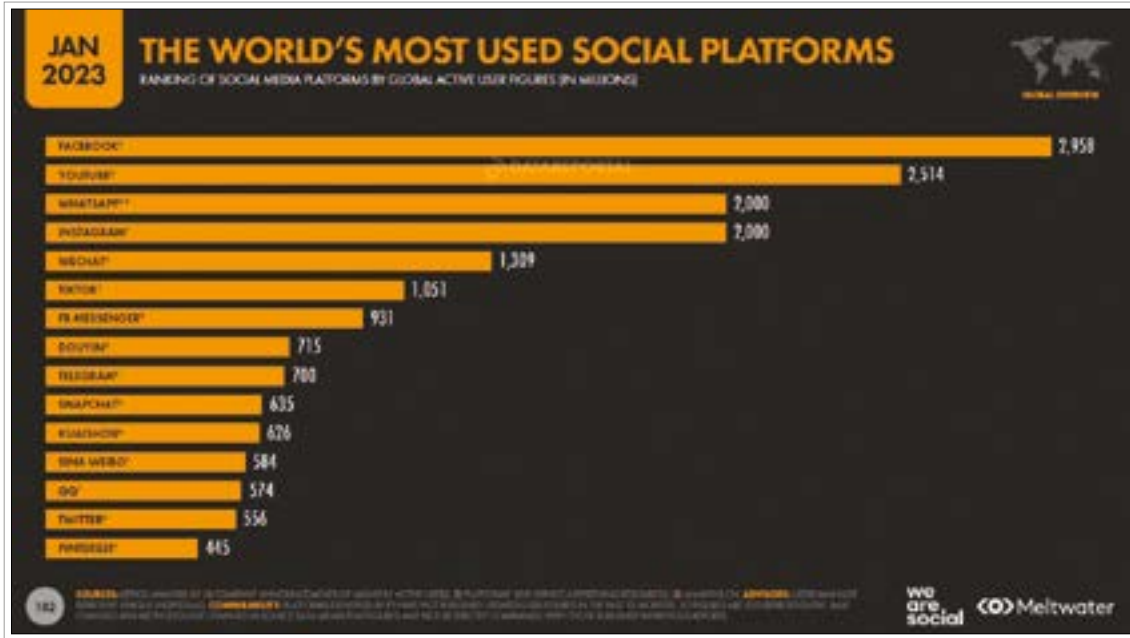
والإعلان؛ فهذه المنصّات تتغيّر باستمرار، ممّا يوجب الدّراية بالإحصاءات الجديدة، للتّمكن من إعادة النّظر في القرارات، وتعديل المحتوى المقدّم، وفقاً للجمهور المستهدف، وطريقة استخدامه لتلك المنصّات.

وفقاً لتقرير Digital 2023 الصادر عن We Are Social و Meltwater، هذه بعض الإحصائيات والاتجاهات الخاصّة بـ «الحالة الرقمية» العالميّة في يناير 2023:

- عدد السّكان: بلغ عدد سكّان العالم 8.01 مليار نسمة في بداية عام 2023؛ وتشير تقارير الأمم المتّحدة إلى أن هذا الرّقم ينمو حالياً بنسبة 0.8% سنوياً، ممّا يعني أن الإجمالي العالمي قد زاد بأكثر من 67 مليون شخص منذ بداية عام 2022.
- الهاتف المحمول: 5.44 مليار شخص يستخدم الهاتف المحمول، وهو ما يعادل 68% من إجمالي سكّان العالم. نما مستخدمو الهاتف المحمول الفريدون بنسبة 3.2% (168 مليون) منذ يناير 2022.

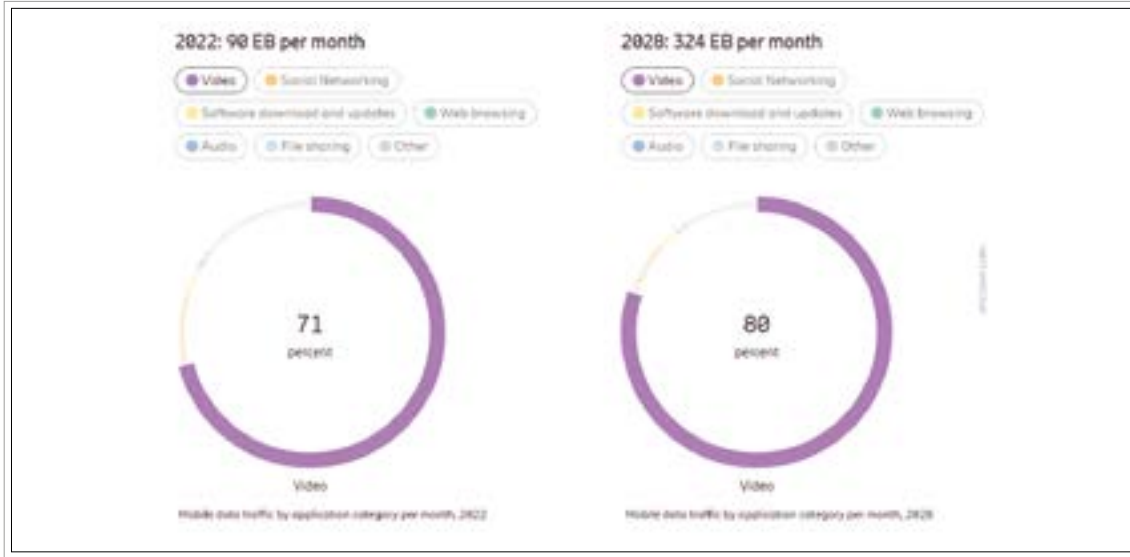


- الإنترنت: 5.16 مليار شخص حول العالم يستخدمون الإنترنت في يناير 2023، بزيادة قدرها 98 مليون (1.9%) منذ العام الماضي؛
 - يبلغ معدل انتشار الإنترنت العالمي الآن 64.4%.
 - وسائل التواصل الاجتماعي: يوجد الآن 4.76 مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي حول العالم؛ وقد نما هذا الرقم بمقدار 137 مليوناً خلال الاثني عشر شهراً الماضية، محققاً نمواً سنوياً يزيد عن 3%. ويُعادل عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الآن أكثر من 59.4% من إجمالي سكان العالم.
 - منصّات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في العالم بين الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و64 سنة:
- وفقاً للتوقعات الصّادرة عن شركة اريكسون، يشكل الفيديو حوالي 70 بالمائة من إجمالي حركة مرور شبكة الهاتف المحمول العالمية في عام 2022. ومن المتوقع أن يزداد هذا بنحو



30 في المائة سنويًا حتى نهاية عام 2028. ويشكّل تدفق الفيديو – video streaming من منصّات الوسائط الاجتماعية الشهيرة الجزء الأكبر من حركة مرور الفيديو.

يوجد إقبال كبير على جميع أنواع الفيديو على الإنترنت، مثل Netflix وعرض كاميرا الويب وخيارات التلفزيون التقليدية المتاحة عبر الإنترنت (IP VOD) حسب الطلب.



يعتبر الفيديو المباشر – Live الجزء الأسرع نموًا من مقاطع الفيديو على الإنترنت، بفضل عروض الفيديو الجديدة مثل: الفيسبوك Live، وبتّ تويتر للرياضات الحيّة، والحزم المباشرة من شركات مثل AT&T واليوتيوب وHulu.

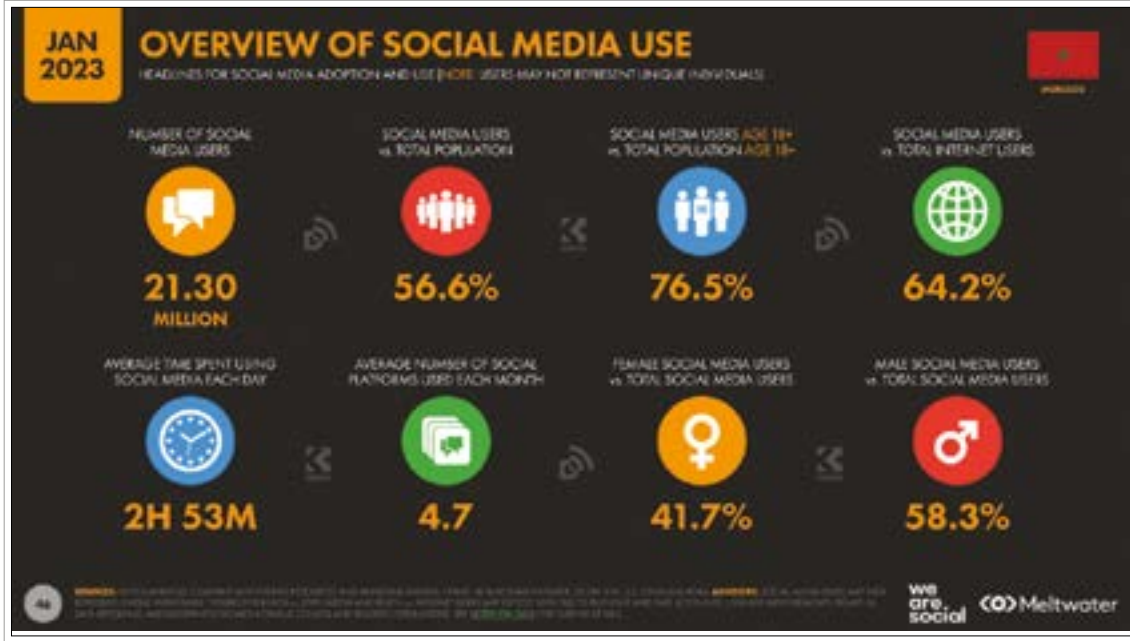
وبحلول عام 2028 من المتوقع نمو حركة مرور إلى ما يقرب 324 إكسابايت (324 مليار جيجابايت)، أي حوالي 80 في المائة من حركة مرور الفيديو على الإنترنت.

ووفقًا لتقرير Digital 2023 حول الاستخدام الرقمي في المغرب:

• مستخدمو الإنترنت:

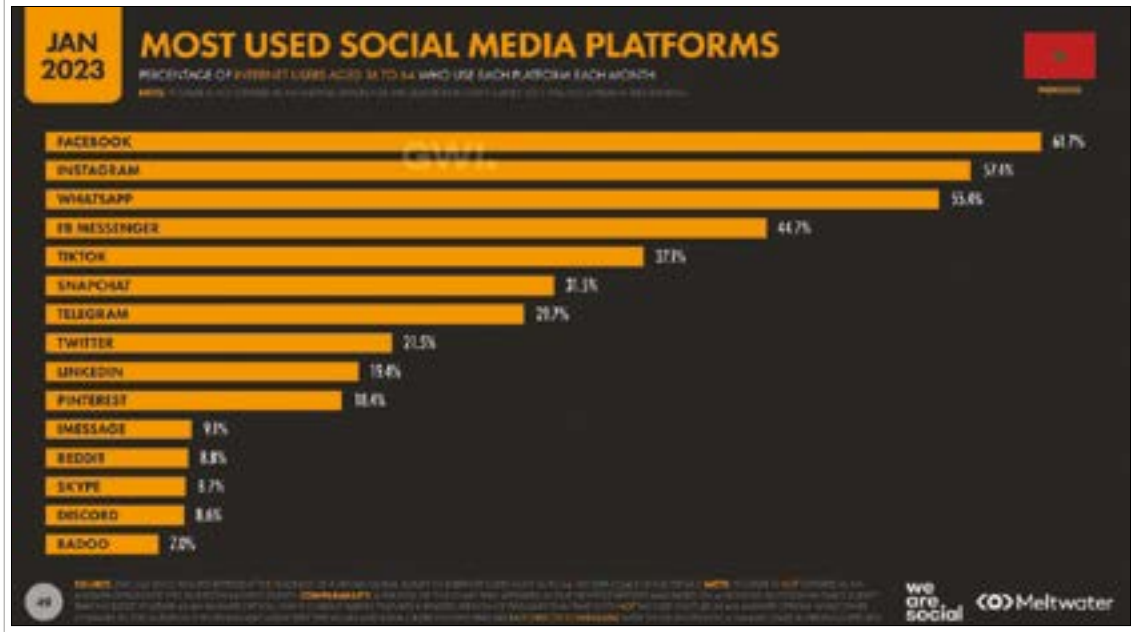
□ 33.18 مليون مستخدم للإنترنت في المغرب، في يناير 2023.

- عدد مستخدمي الإنترنت في المغرب ازداد بنسبة 1% بين 2022 و2023.
- بلغ معدّل انتشار الإنترنت في المغرب 88.1% في يناير 2023.



- مستخدمو منصّات التّواصل الاجتماعي:
 - 21.30 مليون مستخدم لمنصّات التّواصل الاجتماعي في المغرب، في يناير 2023.
 - معدّل المدّة الزّمنيّة التي يقضيها مستخدم منصّات التّواصل الاجتماعي في المغرب يقدرّ بساعتين و 53 دقيقة.
 - بلغ عدد مستخدمي منصّات التّواصل الاجتماعي في المغرب 56.6% من مجموع السّكان في يناير 2023.

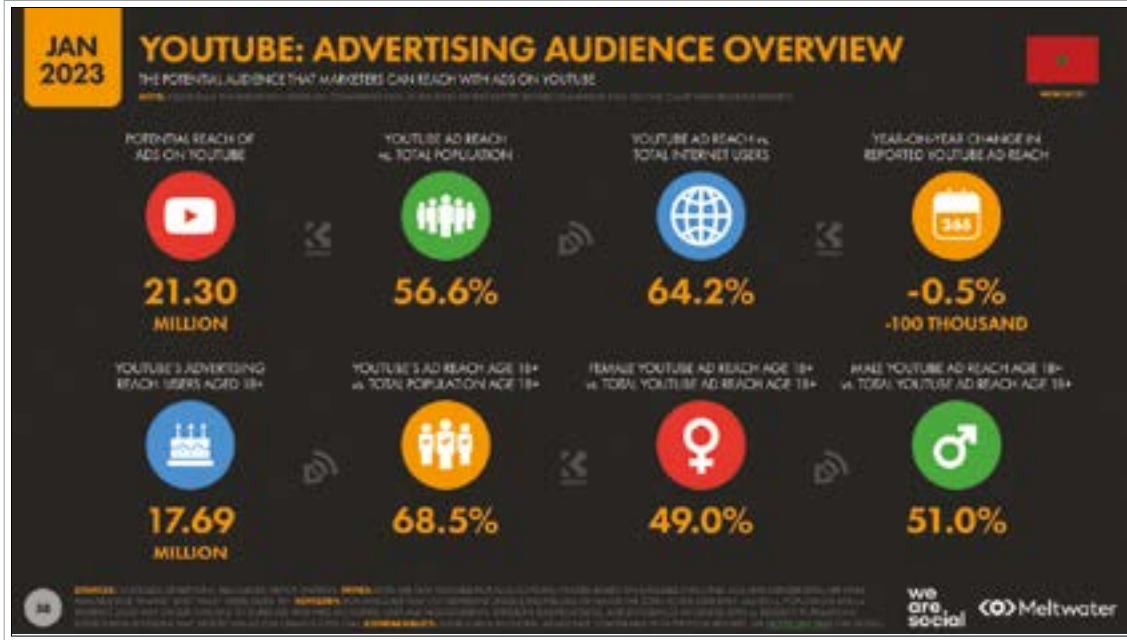
في يناير 2023، منصّات التّواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا في المغرب بين الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و64 سنة:



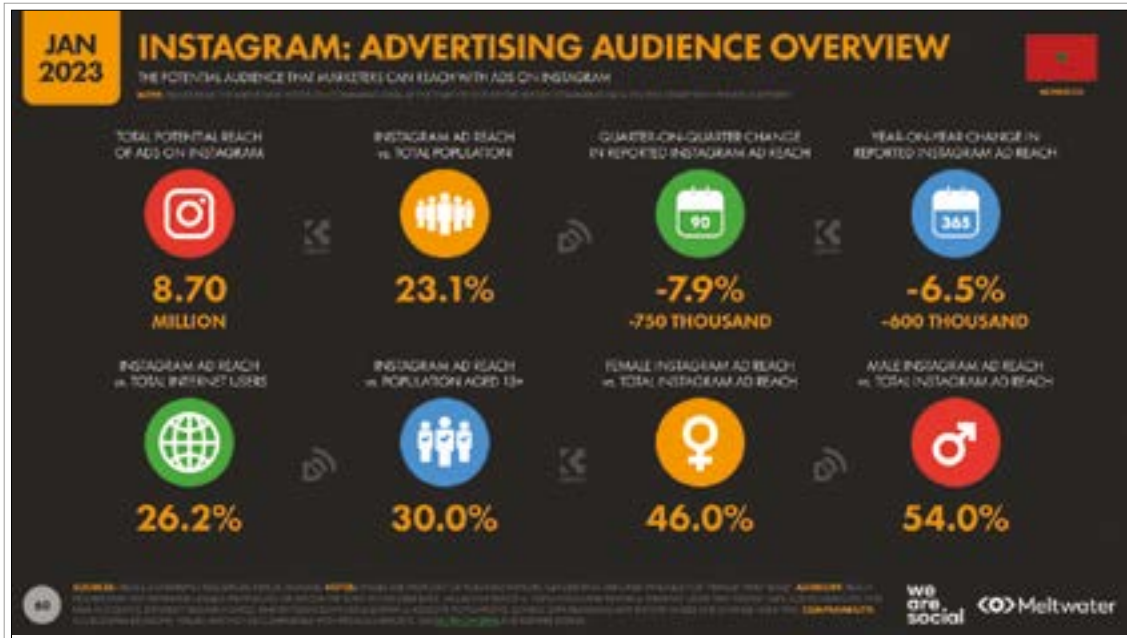
1. فيسبوك
2. إنستاجرام
3. واتساب
4. فيسبوك مسنجر
5. تيك توك
6. سناب شات
7. تلجرام
8. تويتر
9. لينكدين
10. بينترست

إحصائيات تهتم بعض منصات التواصل الاجتماعي بالمغرب:

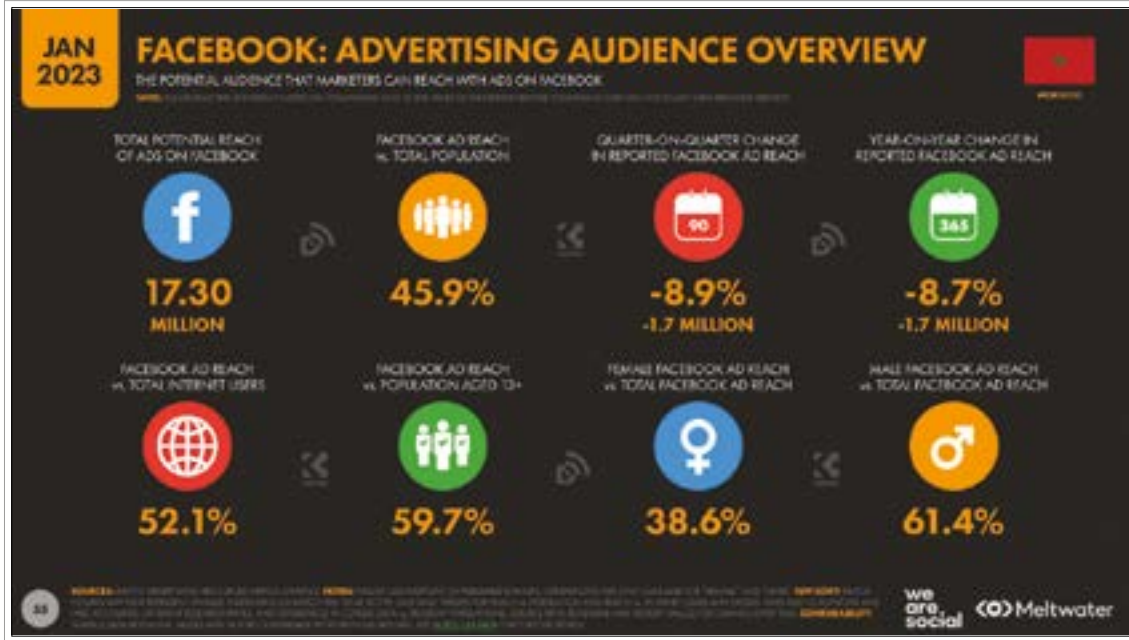
يوتيوب:



انستجرام:



فيسبوك:



3.1. أنواع المحتوى:

هناك العديد من أشكال المحتوى الرقمي المعروفة اليوم، من أهمها وأكثرها شيوعاً على الإنترنت:

1.3.1. النصوص المكتوبة (المحتوى النصي):

النصوص المكتوبة، وهي الشكل الأساس المتعارف عليه من المحتوى، ومنها:

- المدونات: بدأت المدونات في معظمها كمنشورات شخصية، يمكن للفرد فيها أن يعبر عن آرائه وأفكاره؛ بعد ذلك أضحى المدونات وسيلة تستخدمها الشركات لجلب الزوار لموقعها الإلكتروني، وبالتالي، زيادة أرباحها بطرق متعددة، كالإعلانات أو زيادة عدد الزبناء في حالة مواقع التجارة الإلكترونية.

- المقالات: وهي متنوّعة، كالمقالات التي تقدّم معلومات حول موضوع معيّن (Informative Articles)، والمقالات المتعلقة بتعليم القارئ كيفية استخدام أو صناعة الأشياء مثلاً (How's To Articles)، بجانب المقالات والتّقارير الصحفيّة.

- وصف المنتجات: وهو المحتوى الذي يعتمد سرد مواصفات وأسعار المنتجات المعروضة على مواقع التجارة الإلكترونيّة، وتقييم الزبائن ومراجعاتهم لها، وغير ذلك...

2.3.1. الصّور (المحتوى الصّوري):

الصّور لها تأثير مهمّ في صناعة المحتوى؛ فهي من أسهل وأسرع الوسائل لإيصال الرّسائل المقصودة للمتلقّي أو الجمهور، ذلك أن الدّماغ يستقبل ما نسبته 90% من المعلومات بشكل بصريّ.

3.3.1. الفيديو والفيديو المباشر:

الفيديو من أقوى أنواع المحتوى وأكثرها تأثيراً في إيصال الرّسالة للزّبناء والجمهور المستهدف بالإضافة إلى بناء علاقة مستمرة ودائمة معهم؛ وتعدّ الفيديوهات التّعليميّة التي تقدّم موادّ خاصّة بتعليم الأشخاص ما يحتاجون إليه في مواضيع متعدّدة، بجانب الفيديوهات التي تنتشر بشكل جماهيري (Viral Videos)، بسبب تأثيرها وملاستها لمشاعر النّاس، من أشهر أنواع الفيديوهات المتداولة على شبكة الإنترنت.

4.3.1. المحاضرات والندوات عبر الويب:

يمكن عقد اجتماعات، محاضرات، ندوات أو مؤتمرات، عن بعد، عبر وسائل شتّى وعلى مسطّحات وتطبيقات كثيرة، مثل Zoom و Google Meet و Microsoft Teams.

□ Vidéoconférence :

Vidéoconférence هو عبارة عن اجتماع مرئي افتراضي، يتيح لجميع الأعضاء التّدخل والحديث والظّهور عبر الكاميرا.

: Webinar □

هو عبارة عن قاعة افتراضية للمحاضرات، تتيح للحضور الاستماع فقط، ولا تتطلب من الحضور التدخّل أو الحديث أو الظهور عبر الكاميرا؛ وبالإضافة إلى الاستماع للمقدّم أو المؤطرّ يمكن في بعض الحالات التدخّل كتابة، ويمكن للمقدّم أو المؤطرّ أن يعطي إمكانية التدخّل الصوتي لأحد الحضور إن رغب في ذلك.

5.3.1. الانفوجرافيك Infographics:

من أفضل الطّرق لتمثيل وشرح البيانات المعقّدة والإحصائيات الرقمية، وتصويرها بطرق سهلة ومبسّطة للقارئ، وتعدّ الخرائط والرّسوم البيانيّة (Charts) من الأمثلة على الإنفوجرافيك البسيط، ويهتمّ الإنفوجرافيك بدقة المحتوى والمعلومات، بالإضافة لتوثيق المصادر والمراجع.

6.3.1. الكتب الإلكترونيّة E-books:

هي النسخة الإلكترونيّة من الكتب التقليديّة أو الشّكل الورقي لها؛ بالإمكان قراءة هذه الكتب عن طريق أجهزة الحاسوب المكتبيّة، أو باستخدام قارئ إلكتروني خاصّ (e-Reader)، وتتوافر الكتب الإلكترونيّة على أكثر من شكل، فقد تأتي على صورة رواية، أو قصص قصيرة، أو مجموعة من المقالات المفصّلة حول موضوع محدّد في أيّ من المجالات التي تقع في دائرة اهتمام القارئ.

7.3.1. الملفات الصوتيّة:

البودكاست (Podcasts) والكتب الصوتيّة، من أشهر الأمثلة على استخدام الملفات الصوتيّة في إنتاج المحتوى الرّقمي.

8.3.1. المحتوى التفاعلي:

يعتبر التلعب والألعاب والمسابقات والأسئلة واستطلاعات الرّأي، من أهمّ أنواع المحتوى التفاعلي، الذي يتمّ استخدامه في خطة التسويق بالمحتوى، على جميع منصات التواصل الاجتماعي والمدونات؛ فهو يعزّز التواصل مع الزّبناء، وهذا من الأشياء التي تساهم حقاً في بناء علاقة طيبة مع الجمهور وتحفيزه على التفاعل.

9.3.1. النشرات البريدية E-mail Newsletters:

امتلاك موقع إلكتروني، يعني إمكانية الاستفادة من قناة تسويقية هامة وهي: التسويق عبر البريد الإلكتروني، إذ يمكن من خلال هذه القناة اكتساب زبناء جدد، أو الحفاظ على الزبناء الحاليين، وتعزيز العلاقة معهم، من خلال إرسال نشرة بريدية لهم في فترات محدّدة.

4.1. شروط المحتوى الرقمي:



1.4.1. حقوق الطبع والنشر:

حقوق الطبع والنشر هي شكل من أشكال الملكية الفكرية؛ وهي المفهوم القانوني المستخدم في وصف الحقوق الخاصة بالمبدعين، والمرتبطة مع مصنّفاتهم ومؤلّفاتهم الفنية والأدبية، وتشمل جميع المصنّفات التي تحصل على حقّ حماية المؤلف، وتُقسم إلى عدّة أنواع، هي: الأفلام، وأعمال النحت، واللوحات، والأعمال الموسيقية، والكتب المؤلّفة، كما تتضمن الرسوم التّقنيّة، والإعلانات، والبرامج الحاسوبية، وقواعد البيانات.

2.4.1. ترخيص Creative Commons:









غالبًا لا يمتلك المبدعون الخبرة القانونية المطلوبة في مجال حقوق النشر، لتصميم اتفاقيات ترخيص سليمة من الناحية القانونية، واستشارة المحامي للقيام بهذه العملية مكلف جدًا، إذ تقدّم تراخيص CC حلاً عملياً ومجانياً.

ترخيص CC يسمح بإعادة استخدام المواد، سواء كانت فيديو أو صور، دون أية قيود، يجب فقط ذكر مالك الفيديو أو الصورة؛

ويعدّ ترخيص CC طريقة سهلة لتنظيم استخدام العمل المحمي بموجب حق المؤلف، وهي صالحة في جميع أنحاء العالم، أي: أنّها قابلة للتطبيق دولياً.

توجد عدّة خيارات لتراخيص CC، وما يجمعهم جميعاً هو أنّ العمل المرخص بترخيص CC لا يمكن تقديمه إلا مجاناً، ويجب دائماً الاستشهاد بحق المؤلف والمصدر، ومن الخصائص الأخرى المهمة لتراخيص CC أنّها غير قابلة للإلغاء، أي بمجرد منح تصريح للاستخدام لا يجوز سحبه بأثر رجعي.

تراخيص CC واختصاراتها:

<p>CC-BY: وهو أبسط نوع من ترخيص Creative Commons، يُقدم فيه اسم المؤلف ونسب العمل إليه فقط، بدون أية قيود أخرى. أي يمكن تحرير الأعمال التي تستخدم هذا النوع من تراخيص CC، ويمكن استخدامها لأغراض تجارية.</p>	
<p>CC BY-SA: هذا النوع من التراخيص يُقيد استخدام الأعمال، ويُوجب أن تظل في الظروف نفسها التي كان بها العمل الأولي؛ أي يشترط ذكر اسم المؤلف ونسب العمل إليه، وأي أعمال مشتقة يجب أن تكون بالتراخيص نفسه.</p>	
<p>CC BY-ND: يشترط ذكر اسم المؤلف ونسب العمل إليه، ولا يسمح بإنتاج أعمال مشتقة منه، ولكن يمكن استخدامها لأغراض تجارية بدون أي تعديل.</p>	
<p>CC BY-NC: لا يمكن استخدام الملفات التي تحمل هذا الترخيص لأغراض تجارية، مثل متجر إلكتروني ...</p>	
<p>CC BY-NC-SA: يسمح فقط للاستخدام غير التجاري للملف، ولا يجوز تعديل العمل إلا في الظروف نفسها.</p>	
<p>CC BY-NC-ND: يمكن استخدام الملفات لأغراض غير تجارية فقط، ولا يسمح بتحرير العمل الأصلي.</p>	

اليوتيوب Commons:



يستخدم يوتيوب ترخيص CC لحماية المحتوى المتوافر على المنصة، ويمكن لمنشئي المحتوى على يوتيوب، السماح للآخرين باستخدام أعمالهم، بشروط معينة حسب نوع ترخيص CC الذي يختارونه، مثلاً: عندما يستخدمون ترخيص من نوع CC BY يقوم النظام بإنشاء توقيع على الفيديو تلقائياً، ويحتفظ منشئ الفيديو بحقوق النشر الخاصة بالفيديو، ويمكن للآخرين إعادة استخدام الفيديو بموجب شروط الترخيص المحددة.

أسئلة بخصوص تراخيص CC:

ما هو أبسط نوع من تراخيص CC؟

ترخيص CC BY هو أبسط نوع من تراخيص Creative Commons.

هل الفيديوهات التي تحمل ترخيص CC يمكن إعادة استخدامها؟

بالطبع يمكن إعادة استخدامها، حيث إن هذا الترخيص يعطي كل الصلاحيات حتى لو أردنا استخدام الفيديو لأغراض تجارية.

هل يمكن تحرير مقاطع الفيديو التي تحمل ترخيص CC؟

يعتمد الجواب على نوع الرخصة المستخدمة، مثلاً: إذا كان الفيديو يستخدم ترخيص CC BY فيمكن تنزيله وتحريره، أما إذا كان نوع الترخيص CC BY-ND فلا يسمح بتحريره.

ما الفرق بين ترخيص يوتيوب القياسي (Standard Licence) وترخيص CC؟

الفرق الرئيس بين ترخيص يوتيوب القياسي وترخيص CC، هو أنه بموجب الترخيص القياسي لليوتيوب، لا يمكن لأي شخص إعادة استخدام الفيديو أو تعديله ونشره على قناته، ويمكن لمالك الفيديو في الترخيص القياسي منع نسخ الفيديو وتحريره.

جميع الفيديوهات التي يتم تحميلها على اليوتيوب تتمتع بشكل افتراضي بترخيص يوتيوب القياسي، إلا في حال قيام الشخص باختيار الترخيص الآخر، وهو: ترخيص CC، حيث بهذا يكون قد أعطى الحرية للأشخاص الآخرين باستخدام الفيديو، وتحريره وتعديله ونشره، حتى لأغراض تجارية، ولكن يجب أن يشير إلى صاحب الفيديو الأصلي.

هل يمكن استخدام فيديو يتمتع بترخيص يوتيوب القياسي لأغراض غير تجارية؟

لا يمكن استخدام الفيديو لأغراض تجارية أو غيرها، حيث يمكن لصاحب الفيديو أن يرفع دعوى على اليوتيوب، ويتم حذف الفيديو من القناة، ويمكن أن يتم حذف القناة أيضاً، لأن ذلك يعد انتهاكاً لحقوق الملكية؛ لاستخدام الفيديو يجب الحصول على موافقة من صاحبه.

ما هي عواقب انتهاك حقوق الملكية للفيديوهات التي تتمتع بترخيص يوتيوب القياسي؟

وفقاً لقواعد وشروط منصة اليوتيوب، يُمنع مالكو القنوات من إعادة استخدام الفيديوهات التي تم تحميلها على المنصة من قبل قنوات أخرى، والتي تحمل ترخيص يوتيوب القياسي؛

- وفي حال قام أحد ما بإعادة استخدام مثل هذه الفيديوهات، ستتمّ معاقبته كالتالي:
- الانتهاك الأول: يحصل صاحب القناة على تحذير (سترايك)؛
 - الانتهاك الثاني: سيتمّ إيقاف الحساب بشكل مؤقت، ويُمنع من النشر؛
 - الانتهاك الثالث: يؤدّي إلى حذف القناة.

1.3.4. قانون الألفية الجديدة لحقوق طبع ونشر المواد الرقمية DMCA:



DMCA هو قانون الألفية الجديدة لحقوق طبع ونشر المواد الرقمية، تمّ تمريره سنة 1998 بالولايات المتحدة الأمريكية، هذا القانون يجرم الاستخدام غير القانوني للمواد المحمية بحقوق الطبع والنشر.

على الرغم من أنه قانون أمريكي، إلا أن تأثيره واسع النطاق، لأن المواقع الإلكترونية على مستوى العالم، ملزمة بقانون البلد الذي توجد فيه خوادمها؛ على سبيل المثال: تقع

خوادم اليوتيوب في الولايات المتحدة، فأى محتوى نرفعه على اليوتيوب من بلد آخر، يخضع لقانون الولايات المتحدة، وليس لقانون البلد الذي تمّ منه الرّفْع.

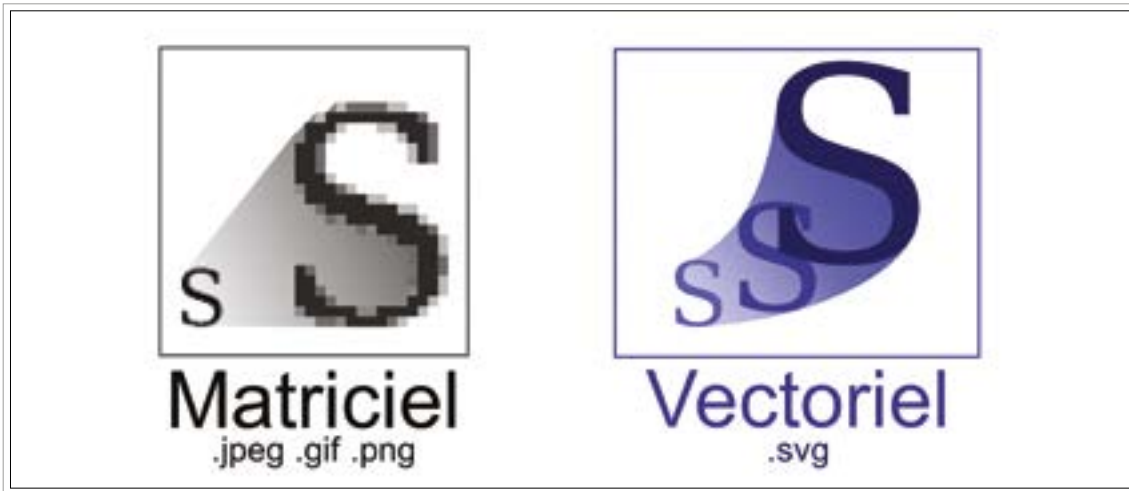
تمّ إنشاء قانون الألفية الجديدة لحقوق طبع ونشر المواد الرقمية لمنع القرصنة؛ وينطبق على مجموعة متنوعة من المحتويات:

النصوص المكتوبة، الصّور، الأعمال الفنيّة، الموسيقى، أشرطة الفيديو والبرمجيات.

2- صناعة المحتوى الرقمي:

1.2. الصّور:

1.1.2. أنواع الصّور:



عندما نذكر الصّور، فإنّ أوّل ما يتبادر إلى أذهاننا هو الصّور الفوتوغرافية، والحقيقة أن مفهوم الصّور أوسع من هذا بكثير؛ حيث تتنوّع الصّور ما بين صور فوتوغرافية، وخامات، وزخارف، وأيقونات، ... الخ، لأنّ التّصميم يعتمد على إنشاء وتعديل الصّور المختلفة، فمن المهمّ التّعرّف على طريقة تمثيل الصّور في الحاسوب، وكيفية التّعامل معها.

تنقسم الصور على الحاسوب إلى نوعين رئيسيين، هما الصور النقطية والصور المتجهة.
الصور النقطية (Bitmap):

تتكوّن من مجموعة متجاورة من النقاط أو بالأحرى بكسلات - البيكسل هو أصغر نقطة يمكن عرضها على الشاشة -، تكوّن فيما بينها شبكة مترابطة، ويكون لكل بكسل لون معيّن. الصور النقطية، بشكل عامّ، لا تدعم الشّافية بطبيعتها؛ فهناك شكلان محدّدان - وهما GIF و PNG - يدعمان الشّافية.

تنسيقات الصور النقطية الشائعة: PNG، GIF، BMP، JPG و TIFF.

الصور المتجهة (Vector):

على عكس الصور النقطية، فإنّ الصور المتجهة لا تتعامل مع البكسلات، وبدلاً من ذلك، فإنّها تتعامل مع الخطوط، وتحفظ الصورة موقع واتجاه وسمك ولون كلّ خط، ويتمّ رسم كلّ خطّ في الصورة باستخدام معادلات رياضية.

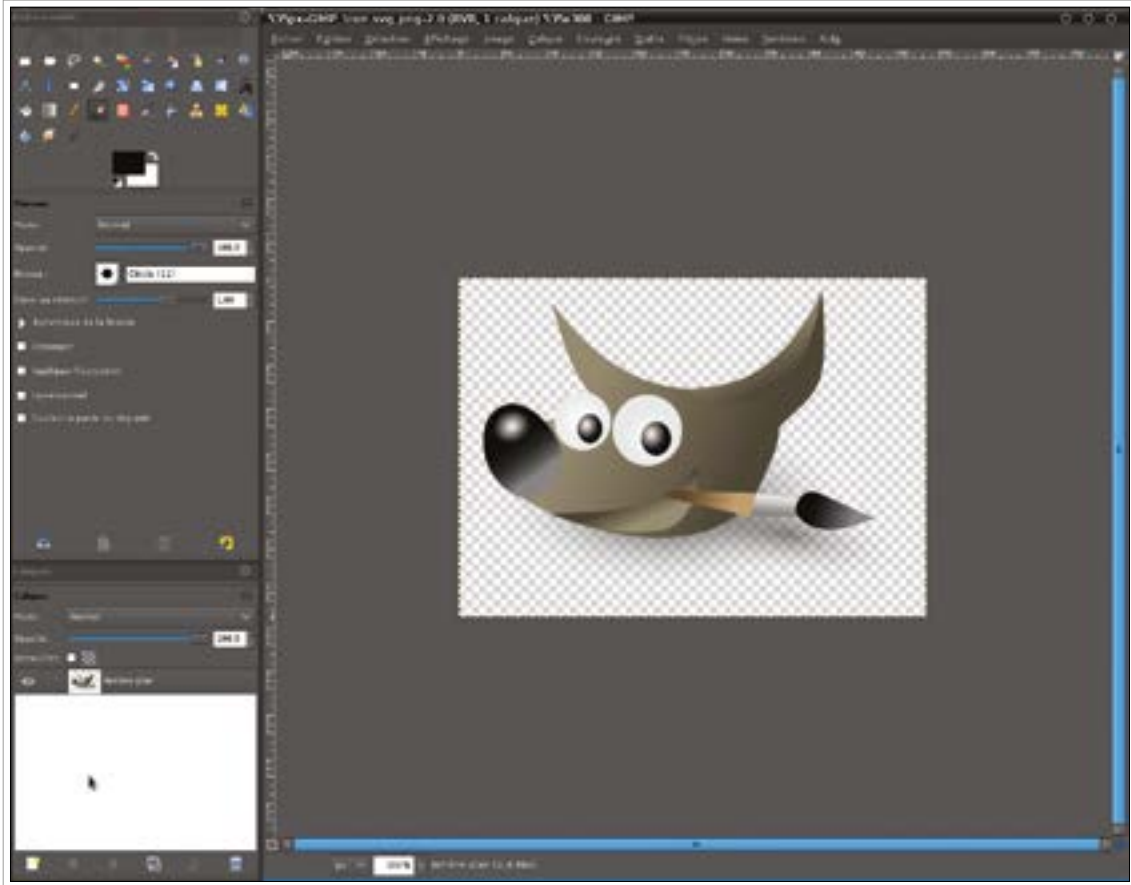
من مميّزات الصور المتجهة، إمكانية تكبيرها أو تصغيرها لأيّ درجة، دون أن تتأثر جودتها، كذلك فهي لا تتطلّب مساحة كبيرة عند تخزينها.

التّسيق الأكثر شيوعاً والمقبول للصور المتجهة على الويب هو SVG أو Scalable Vector Graphics.

2.1.2. برامج وتطبيقات تحرير الصور:

عندما نتحدّث عن برامج تحرير الصور، فإنّ الاسم الأوّل الذي ينبثق في كثير من الأذهان هو Photoshop تطبيق تحرير الصور المدفوع، الشائع جدّاً؛ ولكن توجد برامج أخرى لتحرير الصور أرخص أو مجانيّة، وأحياناً أفضل، اعتماداً على الوظيفة المتاحة.

تطبيقات مجانية على الحاسوب:



GIMP هو برنامج تحرير صور مفتوح المصدر ومجاني، وغالبًا ما تتم مقارنته مع Photoshop، لسبب وجيه، إنه قوي للغاية، ولديه مجموعة ميزات، واجهة المستخدم ليست الأفضل في الصناعة، لكن يمكننا تحرير كائنات الخلفية، اقتصاصها، وإزالتها، تغيير الشكل والمنظور، التحسين، اللون، الكتابة، والقيام بالكثير.

تطبيقات مجانية عبر الإنترنت:

PHOTOPEA.COM ■

PIXLR.COM ■

تطبيقات مجانية على الهواتف الذكية:

PHOTOSHOP EXPRESS ■



SNAPSEED ■



CANVA ■



PICSART ■



3.1.2. مكتبات الصور الرقمية:

يجد أغلب مصممي المواقع الإلكترونية، وأصحاب المدونات وصفحات التواصل الاجتماعي، صعوبة في البحث عن صور يمكن استغلالها بصفة مجانية، لترويج منتج جديد أو دمجها في تصميم خلفيات أنيقة لمواقعهم، وذلك لأن معظم مواقع تحميل الصور تقدم قاعدة صورها المحمية بحقوق النشر، وتكون مدفوعة الثمن، إضافة إلى أنه لا يمكن إدخال تعديلات عليها أو أخذ أجزاء منها.

ولتجاوز هذا العائق في الحصول على الصور، تقدم المواقع التالية فرصة تحميل الصور بجودة عالية مجاناً، ومتاحة للاستخدام الشخصي والتجاري بدون دفعات، تغني عن البحث طويلاً في محرّكات البحث، وانتهاك القوانين الخاصة بحقوق النشر والإبداع:

- stocksnap.io
- pixabay.com
- pexels.com
- picography.co
- picspree.com
- unsplash.com

- reshot.com
- picjumbo.com
- freerangestock.com
- negativespace.co
- pikwizard.com

• **lexica.art** :

Lexica Art هو منشئ صور قوئي يستخدم الذكاء الاصطناعي لنمذجة الأعمال الفنية من استعلامات بسيطة مقترنة بمحرك بحث قوئي للغاية، يسمح بتصفح معرض ضخم للأعمال الفنية التي تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي، أو تم إنشاؤها بواسطة مستخدمين آخرين. يتميز الجمع بين محرك البحث ومولد الصور بخصوصية تعزيز الإلهام، لأن جميع النتائج التي تم العثور عليها تعرض الصورة التي تم إنشاؤها والفنان المعني، وقبل كل شيء الكلمات الرئيسية والمصطلحات.

2.2. التّدوين الصّوتي Podcast



أصبح الكثير من المدوّنين يفضّلون التّداول الصوتي Podcast، ويستخدمونه في خطّة التسويق بالمحتوى الخاصّة بأعمالهم؛ وذلك لإمكانية الاستماع إليه في ظروف مختلفة، واستثمار الوقت بدلاً من إضاعته، مثل: وقت المواصلات أو أثناء تنفيذ مهامّ أخرى.

البودكاست يساعد على تثقيف الجمهور المستمع، وتقديم المعرفة والمهارات والخبرات لهم، وهذا ما يزيد من تفاعلهم معه أكثر من أنواع المحتوى الأخرى.

1.2.2. أنواع البودكاست:

□ البودكاست على شكل مقابلات:

في هذا النوع يقوم الشخص المسؤول عن التّقديم، بإعداد سلسلة من الأسئلة، يحفز بها ضيفه للحديث أكثر عن موضوع البودكاست أو المقابلة وإغنائها.

□ البودكاست على شكل حلقة حوار:

تقوم هذه الصّيغة على حوار بين شخص مقدّم وشخص مدعوّ، كما لو كان هناك طاولة حوار؛ الممتع في هذا النوع من البودكاست، هو أنّه يقدم الكثير من وجهات النّظر المختلفة، ممّا يولّد حواراً ونقاشات تثمر تفاعل الجمهور، وتبادلاً مفيداً للأفكار والآراء.

□ البودكاست الإخباري:

يشبه هذا النوع من البودكاست برامج الرّاديو، ويقوم على تقديم مجموعة من الأخبار، يتمّ فيها تسليط الضّوء على أمور وتفاصيل وحقائق، تتحدّث عن مجال العمل بصفة خاصّة والمجالات المرتبطة به بصفة عامّة.

□ البودكاست الفرديّ:

في هذا النوع من البودكاست يطرح الشخص موضوعاً من المواضيع ويناقشه من وجهة نظره؛ يعتبر البودكاست الفرديّ من أسهل أنواع البودكاست تحضيراً، فهو يحتاج إلى وجود شخص واحد فقط، وهذا ما يسهّل كثيراً تعديله.

2.2.2. أشهر منصّات Podcast:

توجد العديد من المنصّات التي يمكن إنتاج محتوى صوتي عليها، ورفع المحتوى على أكثر من منصّة، يضمن وصوله إلى قطاع كبير من الجمهور، ومن أهمّ وأشهر هذه المنصّات، نذكر:

Spotify ■

Apple Podcasts ■

Google Podcasts ■

SoundCloud ■

3.2.2. تطبيقات إنشاء البودكاست:

Anchor ■

Spreaker Studio ■

Zencaster ■

مسجّل صوت الهاتف ■

استخدام التّطبيقات على جهاز الكمبيوتر: GarageBand, Audacity, Adobe
...Audition



3.2. تقنيّات البثّ المباشر:

إن خدمة البثّ المباشر هي خدمة تسمح لبروفایل صفحة أو قناة ما، بالتواصل مع متابعيها عن طريق الفيديو في الوقت الآني، دون الحاجة إلى أن يقوم المشاهد بتحميل المحتوى أو الاشتراك للحصول عليه، كما هو الحال في (webinar).

1.3.2. دوافع استخدام البثّ المباشر:

- ضمان تفاعل أكبر؛
- يعمل الفيديو على التّقريب من الجمهور؛
- الفيديو يوّلّد الثقة.

2.3.2. متطلّبات البثّ المباشر:

لا يتطلّب البثّ المباشر أيّة استثمارات مادّية، يكفي أن يكون لدينا كاميرا تسجّل بدقّة عالية HD، اتّصال بالإنترنت فقط؛ لكن بالطبع إذا أردنا إنشاء محتوى احترافي، فهناك بعض النّقاط التي يجب مراعاتها: الإضاءة والصّوت والإنترنت المستقرّة.

3.3.2. نصائح عمليّة:

- باستخدام برنامج التّرميز OBS Studio في البثّ المباشر يوجد نمط الاستوديو الذي يمكن من مشاهدة البثّ على شاشتين، في الشّاشة اليمنى كلّ ما يدخل ضمن البثّ المباشر، وعلى الشّاشة اليسرى يظهر كلّ ما يتمّ بثّه بشكل مباشر آنيًا. هذه الميزة مفيدة جدًّا في حال كانت الحاجة إلى القيام بتعديلات على الشّرائح، بينما يجري البثّ؛
- إلى جانب المسائل التّقنيّة، يهمل الكثير من رواد الأعمال إجراء بثّ مباشر LIVE لعدم اعتيادهم على الظهور أمام الكاميرات؛ يستحسن البدء بشكل تدريجيّ، وبعد ذلك زيادة مدّة البثّ عند الشّعور بالتمكّن أمام الكاميرا؛

- إن إجراء بثّ مباشر يُعدّ طريقة جيّدة للاقتراب من المتابعين وترسيخ العلامة التجاريّة في أذهان هؤلاء المستخدمين، وكما هو الحال في أيّ منتجٍ آخر، يحتاج البثّ أيضاً إلى تخطيط جيّد، وتقديم قيمة لمن يشاهده؛
- لا يمكن ببساطة تشغيل الكاميرا فقط والتحدّث بكل شيءٍ يخطر على البال؛ قبل أيّ شيءٍ آخر، يجب تقييم بروفایل المتابعين، وإدراك أن نوع المحتوى قد يكون مفيداً لهم في ذلك الوقت فقط.



4.2. الفيديو:

1.4.2. مراحل إنتاج الفيديو:

- يمرّ إعداد الفيديوهات بثلاث مراحل: ما قبل الإنتاج، أثناء الإنتاج وبعده الإنتاج.
- ما قبل الإنتاج: تشمل التخطيط وكافة التّحضيرات لإعداد الفيديو، وهي المرحلة الأكثر أهميّة في إعداد فيديو جيّد؛ يتمّ تحديد هدف الفيديو، والفئة المستهدفة، والنقاط الهامّة التي يجب التحدّث عنها، وسيناريو الاشتغال.
- الإنتاج: تشمل التّسجيل، تطبّق فيها عملياً كلّ ما تمّ التّحضير له من قبل.

• بعد الإنتاج: وهي مرحلة تحرير الفيديو وإتمامه، حيث تجري التعديلات الضرورية ليعمل كل شيء بأفضل صورة؛ بعد الانتهاء من تسجيل الفيديو، يكون الوقت قد حان لمرحلة ما بعد التسجيل، وهنا يتم إجراء تعديلات على الفيديو؛ هذه المرحلة تعدّ هامة جداً، كي يتمتع المحتوى بديناميكية أكبر، ويكون ممتعاً لمن يشاهده.

2.4.2. التصوير:

1.2.4.2. معدّات التصوير:

• الكاميرات:



إن نوع الكاميرا المختارة يعتمد على مدى الميزانية المتوفرة، وعلى نوع الفيديو الذي سيتمّ إعداده، حيث توجد عدّة أنواع، هذه أهمّها والأكثر شيوعاً واستعمالاً:

□ كاميرات ويب:



أصبحت كاميرات الويب هامة وضرورية لتأمين التواصل المرئي.

□ كاميرات الهواتف الذكية:

حالياً أغلب الهواتف الذكية مزودة بكاميرات تكاد تساوي في خصائصها وميزاتها أفضل كاميرات التصوير الاحترافية، مثل: الهواتف التي تأتي بكاميرات 20 ميغا بكسل وربما أكثر، بالإضافة إلى مزايا من قبيل أوضاع تصوير مختلفة وتركيز وفتحة عدسة وتحكم في الإضاءة الأمر الذي يمكن من التقاط صورة غاية في الجودة.

تتوفر أيضاً تطبيقات للهواتف الذكية خاصة بالتصوير لإضافة فلاتر للصور والفيديوهات وتساهم بذلك في جعل النتيجة النهائية أفضل.



□ الكاميرات الرقمية:

يُعدّ هذا النوع من كاميرات التصوير خياراً ممتازاً للكثير من المصوّرين كون هذه الكاميرات قادرة على التقاط صورة ذات جودة عالية، عدسات قابلة للتبديل وخصائص متقدمة للتحكم بالكاميرا ووضعيات التصوير.

□ كاميرات Action cam:

هذه الكاميرات مخصّصة للتصوير الحركي والأكشن مثل: الرياضات، وعادة ما تكون مقاومة للماء والصدمات، وتتميّز بصغر حجمها وقوة تصميمها، كما أنّها تعمل غالباً بالأوضاع التلقائية على وضع auto خلال تصوير الفيديو أو التصوير الفوتوغرافي.

• الحوامل ومثبتات الحركة:



لتجنّب اهتزاز الكاميرا أثناء التصوير وضمان جودة الفيديو المراد إخراجها، نستعمل حوامل أو مثبتات حركة حسب وضعية التصوير؛ نذكر أهمّها والأكثر استعمالاً:

- حوامل ثابتة: Tripod



هي نوع من الحوامل الثلاثية التي تستخدم عندما لا تكون الحاجة لتحرك الكاميرا من مكانها، ويتم تثبيتها على قاعدة ثلاثية موسعة.
 - حامل متعدد الاستعمالات: Gorillapod



يقوم Gorillapod بتثبيت الكاميرا الرقمية أو الهاتف المحمول بأمان، بأيّ سطح وفي أيّ مكان، على عكس حوامل ثلاثية القوائم التقليدية، لا يحتاج Gorillapod إلى سطح مستو مرتفع لالتقاط اللقطات المثالية.

وهناك حوامل ومثبتات تستخدم أثناء التصوير في وضعية حركة، أهمّها:



Cage Stabilizer

Glidecam

Gimbal

• الصّوت:



الصّوت يأتي بعد الصّورة في الأهميّة، وفي حالات كثيرة ربّما أكثر أهميّة، فأكبر خطأ يقع فيه بعض المصوّرين هو إهمال الصّوت، لهذا فأهمّ ما يجب على المصوّر تجهيزه هو الميكروفونات وتجربتها قبل بدء التّصوير، ومعاينة تسجيل الصّوت أثناء التّسجيل، إن أمكن. استخدام ميكروفون الحاسوب أو الهاتف سيسبّب ظهور الأصوات الأخرى من حولنا، كما أنه سيكون بعيداً أثناء التّصوير فينخفض الصّوت، وسيظهر بعض الصّدى حتّى في مكان هادئ؛ لذا اقتناء ميكروفون خارجي يتمّ توصيله بالكاميرا هو بديل جيّد.

هناك نوعان من الميكروفونات، لكلّ نوع خصائص تميّزه عن الآخر:

□ ميكروفون ديناميكي Dynamic microphone:

يستخدم في الحالات الأكثر حركة، ويستخدم أيضاً مع الآلات الموسيقية، وله عدّة أشكال، منها الخاصّ بالآلات الموسيقية، ومنها الخاصّ بالصّوت البشري.

□ ميكروفون مكثف Condenser microphone:

يفضّل في تسجيل الأصوات داخل الاستوديوهات نظراً لحساسيته، فهو يلتقط جميع الأصوات المحيطة، بعكس الميكروفون الديناميكي، يتأثر هذا الميكروفون بكمية الهواء الخارج من الفم، لذا يجب وضع غطاء Pop filter.

□ الميكروفونات الأكثر استعمالاً:



• الإضاءة:



الضوء هو العنصر الأساس والمكوّن للصّورة، فبدون إضاءة لن نحصل على صورة، وجودة الصّورة مرتبطة بالإضاءة، فهي التي تقود عين المشاهد، وتعرّفه على العناصر وتخلق سياقاً في الفيديو؛ لذا، فإنّ الإضاءة الجيدة تُعدّ بالغة الأهميّة من أجل الفيديو، بمقدار أهميّة المحتوى والصّوت.

□ استخدام الضوء الطبيعيّ:

يعتبر الضوء الطبيعيّ (ضوء الشمس) أفضل خيار، إذا كان التصوير في الوسط الخارجي، يجب الانتباه لأوقات بدء التصوير حتى لا تتغيّر الإضاءة وتشكّل مشهداً مختلفاً كلياً عن ذلك الذي تمّ البدء به؛ أمّا إذا كان التصوير داخلياً فيجب السّماح للضوء الدّاخِل من النّافذة أن ينعكس على الشّخص وألاّ يدير ظهره إلى النّافذة، والمثالي هو أن يكون أمام النّافذة باتّجاه الضوء.

الفترة الزّمنية المثاليّة للتصوير في حالة الضوء الطبيعيّ:

□ من السّاعة 8 إلى السّاعة 10 صباحاً، تكون فيها الشّمس أخفّ، وضوؤها يشكّل ظلالاً ناعمة على الوجه.

□ من السّاعة 2 ظهراً إلى 5 عصراً.

خصائص الإضاءة:

□ اتّجاه الإضاءة: توجد أنواع مختلفة لاتّجاه الإضاءة يمكن للمصوّر أن يختار من بينها، وهي: إضاءة أماميّة، إضاءة خلفيّة، إضاءة رأسيّة، إضاءة من الأسفل، إضاءة جانبية؛ ولكلّ نوع من هذه الأنواع تأثير خاصّ على موضوع الصّورة؛

□ حدّة الإضاءة: ناعمة أو حادّة؛

□ درجة حرارة الإضاءة: تتحكّم في لون الضّوء (أصفر أو أبيض)؛

ملاحظات مهمّة للإضاءة الصّحيحة:

- يجب ألا يكون لموضع الصورة أكثر من ظل.
 - ضرورة توحيد اتجاهات الظلال في حال استخدام أكثر من مصدر ضوئي.
 - تفادي انعكاسات الإضاءة في التصوير مع وجود أسطح عاكسة.
 - ضرورة تساوي درجات حرارة الإضاءة.
 - عدم استخدام أنواع مختلفة من الإضاءات.
 - استخدام التباين ما بين منطقة الظلال والمنطقة المضاءة، وذلك حتى لا تتساوى الإضاءة الرئيسة مع إضاءة تفتيح الظلال.
 - ضرورة أن يكون مستوى الإضاءة أعلى بقليل من الموضع.
- معدات الإضاءة الأكثر استعمالاً:

لايت بانيل LitePanel

رينج لايت Ring light

السوفت بوكس Softbox



مصدر الصور: amazon.com

2.2.4.2. أحجام اللقطات:



- تقاس اللقطات عادة مقارنة بجسم الإنسان.
- تصمّم كلّ لقطة، بحيث تخدم هدفاً واضحاً في بناء المشهد.
- يمكننا تحديد حجم اللقطة التي نريدها إذا عرفنا الغرض منها، والأحجام هي:

	<p>تظهر الشّخص في محيطه، والمساحات واسعة فوقه وتحتّه؛ تستعمل أحياناً كلقطة تأسيسية (Establishing shot) في بداية مشهد ما، لتوضيح المكان الذي يتمّ التصوير فيه، وللسمّاح للمتفرّج بفهم المكان وأماكن الأشخاص فيه.</p>	<p>1. اللقطة العامّة Very Long Shot</p>
	<p>تظهر الشّخص بالكامل، مع جزء كبير من المكان الذي حوله، يمكن أن تستعمل هذه اللقطة لصرف انتباه المتفرّج عن شيء ما، أو لإضفاء الإحساس بعزلة الشخصية المراد تصويرها، وتقليل تأثير الحركة التي يقوم بها.</p>	<p>2. اللقطة البعيدة Long Shot</p>
	<p>وهي اللقطة التي تصوّر شخصاً من ركبته حتى أعلى رأسه، وأحياناً تسمّى اللقطة الأمريكية American shot.</p>	<p>3. اللقطة المتوسطة الكبيرة Medium Long Shot</p>
	<p>هي لقطة بين اللقطة القريبة والبعيدة، تصوّر شخصاً من صدره حتى أعلى رأسه ضمن الكادر؛ يستخدم هذا الحجم في التّعرف على إشارات وحركات الجسم كالأرجل والأيدي، ويساعد في الانتقال ما بين اللقطات القريبة والبعيدة.</p>	<p>4. اللقطة المتوسطة Medium Shot</p>
	<p>تظهر في الإطار ما فوق صدر الشخص، ولا توجد مساحة فوق الرأس، ويكون الشّخص في المركز.</p>	<p>5. اللقطة القريبة المتوسطة Medium Close-up</p>

	<p>تظهر وجه الشخص وانحناءات كتفيه، تساعد اللقطات القريبة على توضيح تفاصيل الأشياء، أو إظهار ردود الفعل كتعبير الوجه، أو لفت النظر إلى أشياء محدّدة في الكادر، ويعتبر هذا الحجم من أقوى أدوات المخرج.</p>	<p>6. اللقطة القريبة Close-up</p>
	<p>تبرز التفاصيل مثل جزء من الوجه.</p>	<p>7. اللقطة القريبة جداً Extreme Close-up</p>
	<p>تؤخذ هذه اللقطة من خلف كتف الممثل أو الشخصية المصوّرة، فيظهر بالصورة كتفه وطرف رأسه من الخلف، مع ظهور وجه الشخص الذي يقابله؛ وتستخدم هذه اللقطة بكثرة في المقابلات والحوارات.</p>	<p>8. لقطة فوق الكتف Over shoulder</p>

3.2.4.2. زوايا التصوير:

إنّ زاوية التصوير في غاية الأهمية لأنّ التنوع في زوايا الكاميرا يعطي للمشاهد مزايا عديدة، كما يعطي نقاط رؤية متنوّعة، فزاوية كاميرا معيّنة تنتج منظوراً متميّزاً.

يوجد خمسة أنواع من زوايا التصوير:

	<p>هي الوضعية العادية للتصوير، وهي وضع الكاميرا في مستوى عين الموضوع تقريباً وتصوير المنظر كما يراه المشاهد عادة في الطبيعة، تستخدم للتعبير عن الواقع دون إضافة أية دلالات على الصورة.</p>	<p>الزاوية العادية Normal angle</p>
	<p>تتميز هذه الزاوية بأنها تضع المشاهد في موضع قوة، لأنه ينظر للأشياء، أو للأشخاص من زاوية مرتفعة، كما لو أن شخصاً كبيراً يتحدث مع طفل.</p>	<p>الزاوية المرتفعة High angle</p>
	<p>حيث يضع المصور الكاميرا تحت مستوى نظر موضوع الصورة، والهدف من هذه الزاوية هو إظهار العظمة والأهمية لموضوع الصورة.</p>	<p>الزاوية المنخفضة Low-angle</p>
	<p>يتم التقاط الصورة من زاوية مرتفعة ليظهر المشهد واسعاً، وفيه العدد من العناصر الطبيعية، فأهمية هذه الزاوية تكمن في جعل المشاهد يركّز بالصورة بشكل عام وبأهم التفاصيل.</p>	<p>زاوية عين الطائر Eye bird angle</p>
	<p>وهي قليلة الاستعمال إذ توضع الكاميرا بشكل مائل وغير موازي لسطح الأرضية لتظهر الصورة غير مستوية للتعبير عن فقدان التوازن وعدم الاستقرار.</p>	<p>الزاوية المائلة Canted angle/ Dutch angle</p>

4.2.4.2. إعدادات التصوير:

• مثلث التعريض:



يعتبر مثلث التعريض الضوئي بمثابة ألف باء التصوير، فهذه المثلث والتعامل مع إعدادات الكاميرا بشكل صحيح يُعدّ الخطوة الأولى في هذا المجال، سواء في تصوير الفيديو أو الصور الثابتة.

فهو يمثل إعدادات الكاميرا الثلاثة: سرعة الغالق، فتحة العدسة وحساسية الكاميرا للضوء، وتعطي قيمها معاً، كمية التعريض المطلوبة؛ فإذا تمت زيادة كمية الضوء عن طريق زيادة أحد العناصر يجب نقص هذه الكمية من عنصر آخر حتى يبقى هذا المثلث متوازناً.

• فتحة العدسة Aperture:

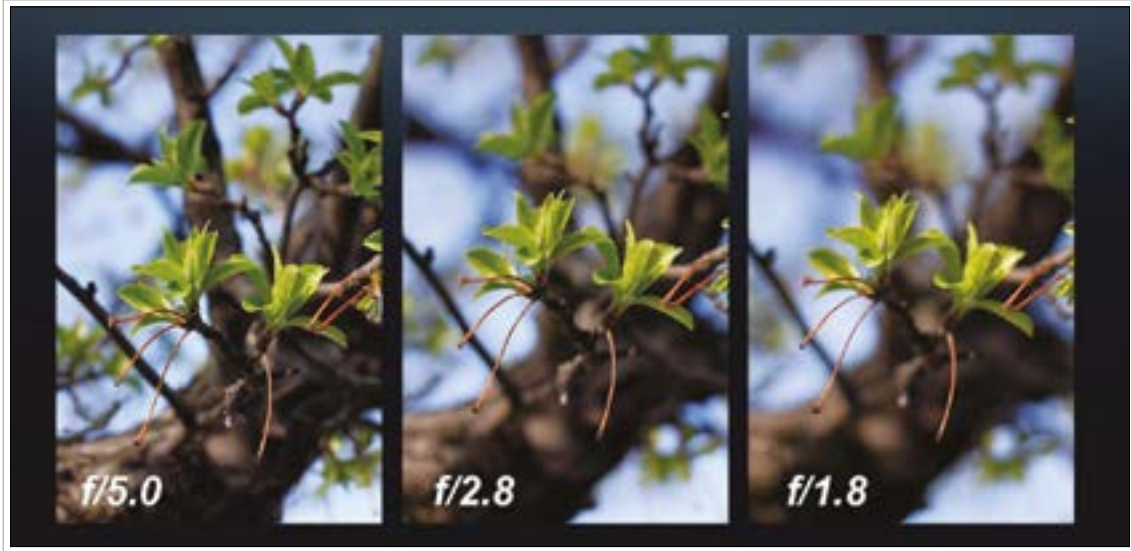


حجم الفتحة التي تسمح بمرور الضوء إلى حساس الكاميرا، فكلما زاد حجم فتحة العدسة ازدادت كمية الضوء المسلطة على الحساس، وكلما صغرت فتحة العدسة قلت كمية الضوء المسموح بها الدخول إلى الكاميرا.

تقاس فتحة العدسة بالرمز F وهو عبارة عن عدد كسري، كلما زاد الرقم دل على فتحة عدسة ضيقة وضوء أقل، وكلما نقص الرقم دل على فتحة أكبر وضوء أكثر. الدرجات الموجودة في العدسة هي:

$f/1.4, f/2, f/4, f/2.8, f/5.6, f/8, f/11, f/16, f/22, f/32.$

• عمق الصورة (DOF - Depth of Field):

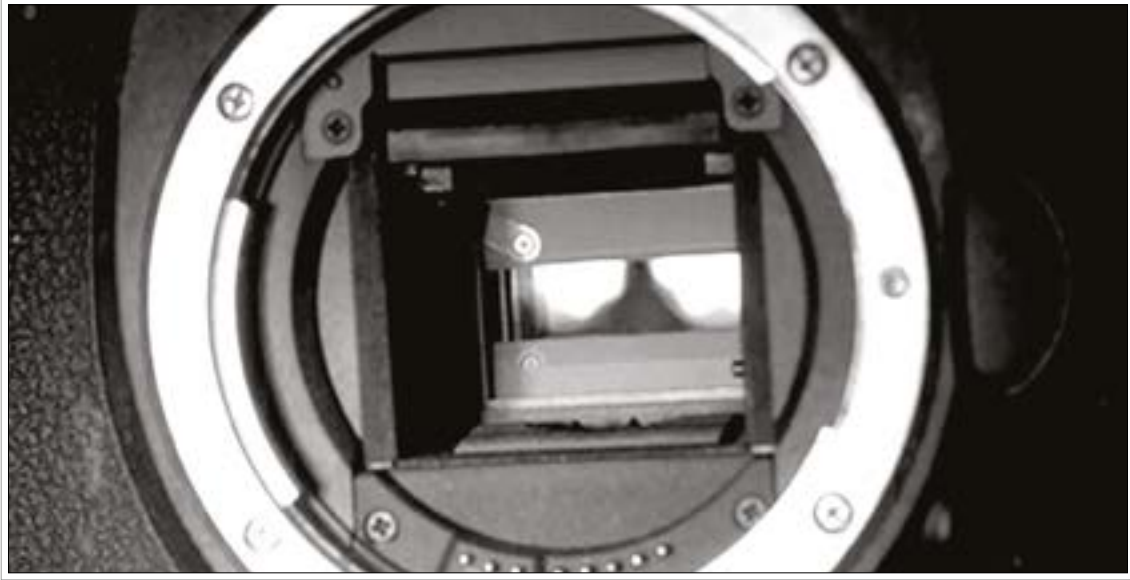


هو المسافة داخل الصورة التي يكون فيها التركيز (Focus) فعالاً، فكلما صغرت فتحة العدسة ازداد حجم عمق الحقل، وفي هذه الحالة تكون درجة فتحة العدسة كبيرة، مثل: $f/11$ و $f/16$ ، وتستعمل في تصوير المظاهر الطبيعية لجعل كل المشهد في التركيز.

أما إذا زاد حجم فتحة العدسة يقل عمق الحقل، وتصبح منطقة التركيز ضيقة، وفي هذه الحالة تستعمل درجة مثل: $f/1.4, f/1.8, f/2.0$ ؛ يستعمل ذلك في تصوير الأشخاص والزهور

والحيوانات لعزل الخلفية، وجعلها مشوشة لصرف النظر عنها، وجعل الهدف في الصورة فقط محور اهتمام الصورة.

• سرعة الغالق Shutter Speed:



مصدر الصورة: Youtube

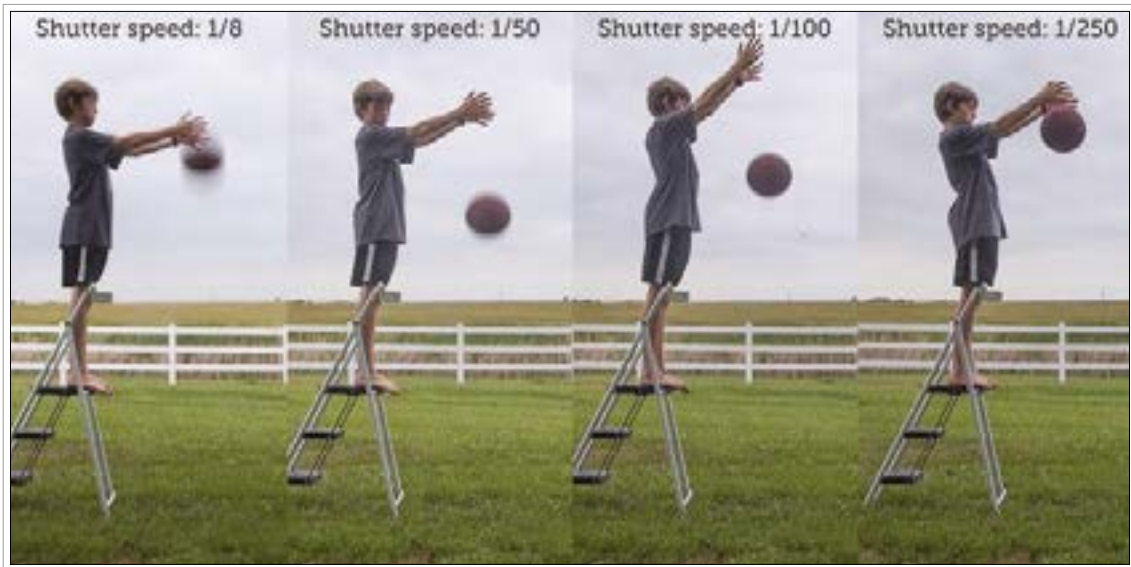
هو عبارة عن ستائر موجودة داخل العدسة تقوم بالفتح والإغلاق عند أخذ الصورة، كلما زادت سرعة الغالق نقصت كمية الضوء المسلطة على الحساس، وكلما قلت سرعة الغالق زادت كمية الضوء التي يتعرض لها الحساس.

يستعمل الغالق السريع في تصوير الأجسام التي تتحرك بسرعة كبيرة، حتى تظهر بشكل ثابت في الصورة، مثال على ذلك: عند تصوير الأنشطة الرياضية كسباق السيارات، كرة القدم أو عند تصوير الطيور الطائرة.

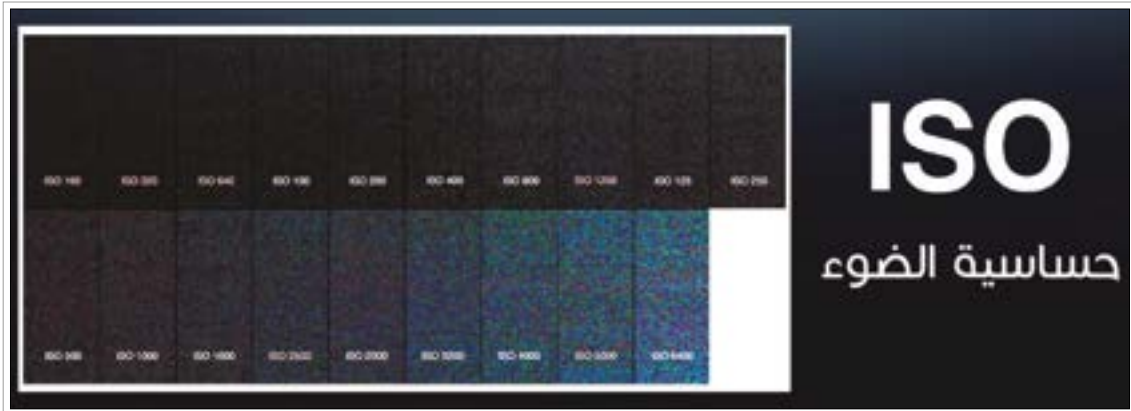
أما بالنسبة للغالق البطيء فيستعمل عند الحاجة إلى كمية كبيرة من الضوء، خصوصاً في التصوير الليلي للمناظر الطبيعية وتصوير المجرات، كما يستعمل لإظهار الحركة في الصورة كما في تصوير الرسم في الضوء، أو لإظهار حركة الغيوم، أو تنعيم حركة المياه في الصور الطبيعية؛ يجب هنا استعمال حامل الكاميرا ثلاثي الأرجل لتجنب الارتجاج.

تقاس سرعة الغالق بالثانية، فالسرعات الموجودة في الكاميرا هي 1/500، 1/1000، 1/2000، 1/500، 1/250، 1/60، 1/30، 1/15، 1/8، 1/4، 1/2، 1"، والرمز (") يدلّ على الثواني الكاملة.

تعتبر سرعة 1/60 أقل مدة كافية لحمل الكاميرا باليد، فإذا تمّ استعمال سرعة غالق بطيئة مثل: 1/30 أو 1/15، بدون حامل للكاميرا سيظهر اهتزاز في الصورة، لذلك يجب عدم استعمال غالق بطيء في تصوير الأشخاص.



• حساسية الضوء ISO:

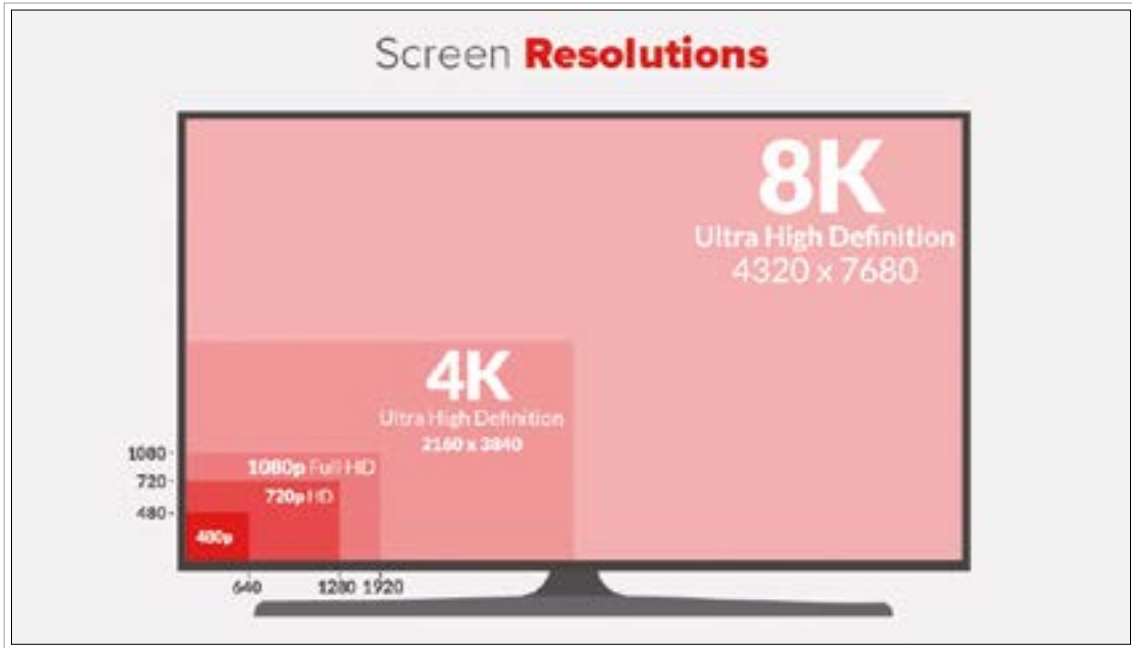


عبارة عن رقم يدل على مدى حساسية الكاميرا للضوء، فكلما نقصت حساسية الكاميرا للضوء قلّ الضوء، وكلما زادت حساسية الكاميرا للضوء زاد الضوء.

درجات الأيزو هي كالآتي 100، 200، 400، 800، 1600، 3200، 6400، 12800 وبين كل درجة ودرجة مقدار الضعف من الضوء، مثلاً الدرجة 200 تسمح بمرور ضعف ضوء الدرجة 100.

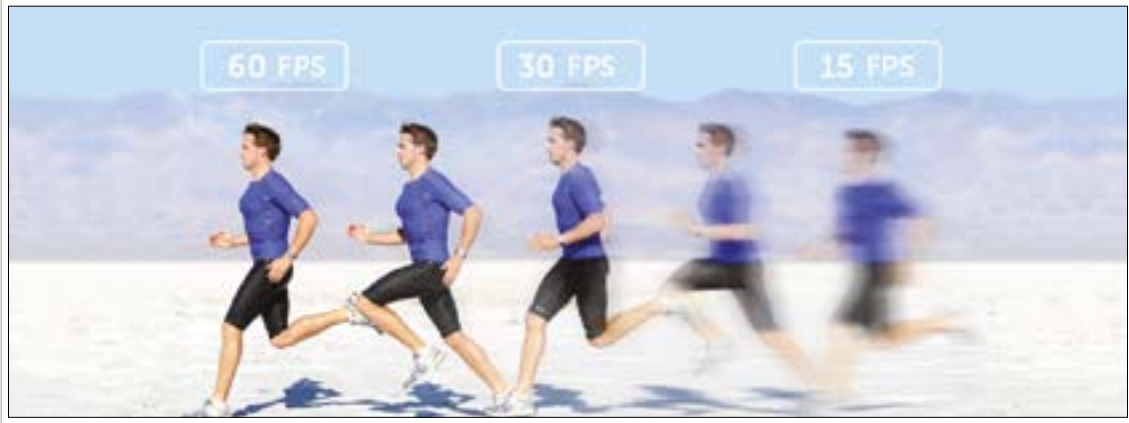
التأثير الناتج عن الأيزو هو الضجيج في الصورة Noise أو Grain، وكلما زادت درجة الأيزو زاد الضجيج فيها، وينصح بتجنب استعمال الأيزو لتجنب الضجيج في الصورة وتعويض الضوء عن طريق سرعة الغالق وفتحة العدسة (عادة درجات الأيزو الأقل ضجيجاً هي 100، 200، 400، 800).

• دقة الفيديو (Resolution):



هي حجم مساحة سطح الفيديو عرضاً وارتفاعاً، فكلما زادت الدقة كلما ظهرت تفاصيل أكثر في الصورة، والدقة ليست مساحة الشاشات نفسها، فهي مقدار النقاط (البكسلات) التي يمكن لهذه الشاشة أن تستوعبها، فقد نجد هاتفين متساويين في حجم الشاشة، لكن دقة الأول أكبر من دقة الثاني، ممّا يجعل الألوان فيها أسطع والتفاصيل أوضح.

• عدد الإطارات في الثانية (FPS):



مصدر الصورة: wowza.com

تتضمن معدلات الإطارات الشائعة: 24 و 25 و 30 و 48 و 50 و 60 إطارًا في الثانية. كل ما زاد عدد الفريمات كلما كانت الحركة أكثر سلاسة ونعومة وحادّة، ولا يظهر فيها تكسير أو تشويش، والعكس صحيح، فمحبو تصوير ال slow motion يقومون بالتصوير بالكاميرات التي تسمح لهم بعدد فريمات أكبر، وأيضًا مصورو الرياضة لأنهم يحتاجون لتفاصيل ناعمة وسلسلة أثناء الحركة، دون تشويش، (مثل: الإعادات في المباريات). وطبعًا القاعدة الثابتة والمعروفة أن الكاميرات السينمائية للأفلام تعمل على 24 فريم، وفي بعض مقاطع الأفلام يتم استخدام وضع ال slow motion بكاميرات ذات إطارات عالية.

- سرعة 24 فريم معروفة في تصوير الأفلام السينمائية.
- سرعة 30 فريم معروفة للتصوير الاعتيادي أو اليوتيوب.. الخ.
- سرعة 60 فريم معروفة في التصوير الرياضي أو الحركة الزائدة.

5.2.4.2. عملية المونتاج:

يُعتبر المونتاج فنًا من الفنون الناشئة في صناعة الفيديوها، وتتم عملية المونتاج بعد انتهاء التصوير، أو في مرحلة ما بعد الإنتاج؛ والمونتاج يعتبر مرحلة أساسية في انتقاء اللقطات وترتيبها، ثم إخراجها في قالب متراسّ ومنطقيّ.

- مراحل المونتاج:
- المرحلة الأولى:



في هذه المرحلة يتم:

- تجميع ملفات التصوير، وتنظيمها في مجلدات منفصلة، خاصة بكل مشهد، بما يضمن سرعة تصفح تلك الملفات والتعامل معها في مرحلة التحرير والمونتاج.
- تنقية ملفات التصوير، أي: نزع كل اللقطات التي تحتوي على عيوب فنية، أو تقنية، وغير صالحة للبث، مثلاً فيها اهتزازات في الصور، أو أن الإضاءة فيها سيئة، أو فيها بعض العيوب الفنية الأخرى...

- المرحلة الثانية:

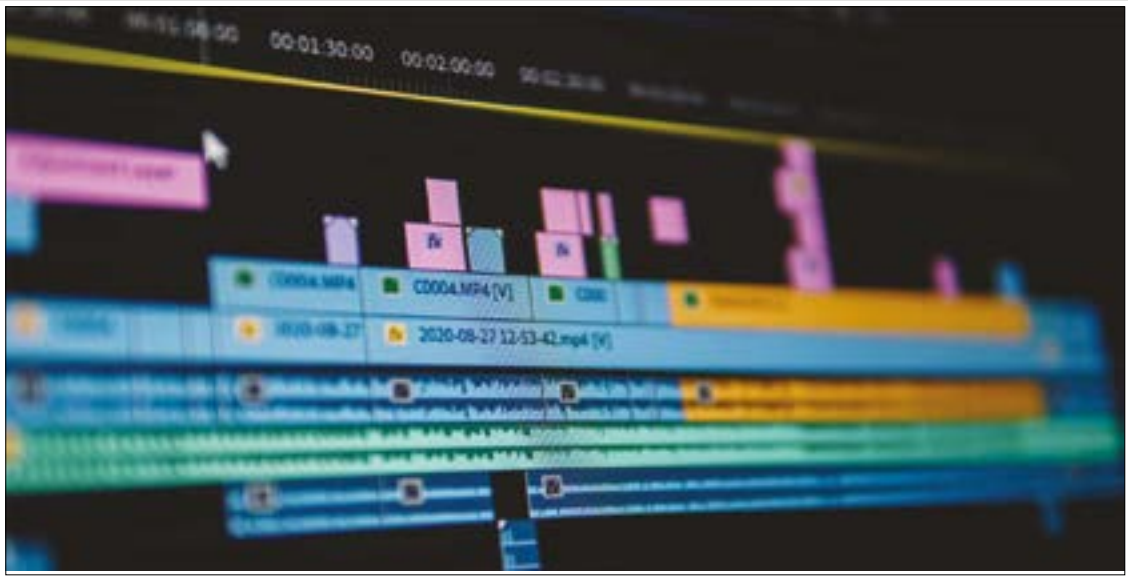
نعمل في هذه المرحلة على عمل نسخة أولية للمونتاج Rough Cut، حيث يتم جمع المشاهد التي سيتم تقطيع صورها وضمها بعضاً إلى بعض، للحصول على شريط من المشاهد التي يفترض أن تتبع منطقياً التسلسل أو الترتيب الزمني وفقاً للسيناريو.



- المرحلة الثالثة:

تعتبر مرحلة الإضافات والتّحسين، حيث نضيف للنسخة الأولى:

- لقطات إضافية ما يُسمّى ب B-roll أو Insert shot؛
- انتقالات بين اللّقطات؛



- نصوص ورسومات وتأثيرات؛
- موسيقى وتأثيرات صوتية؛

– المرحلة الرابعة:

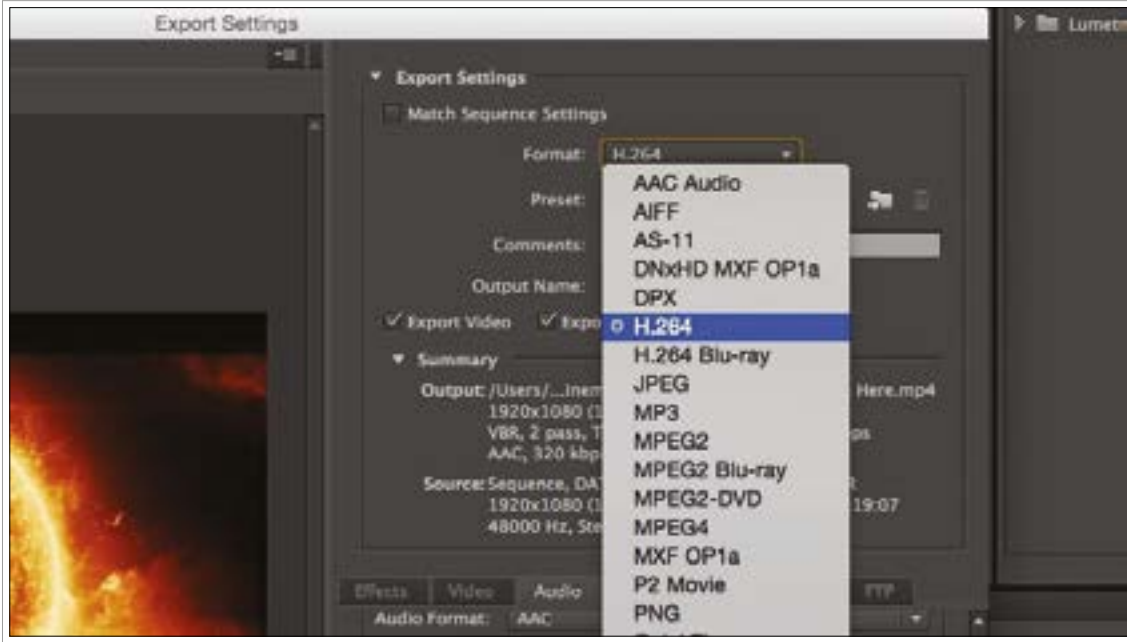


يتمّ العمل في هذه المرحلة على تصحيح الألوان، حيث تتمّ معالجة الألوان في الفيديو بطريقة مختلفة عن ألوان الفيديو الأصلية، من أجل إضافة طابع سينمائي أو إيحائي معيّن، وذلك عن طريق التّعديل اللّوني مثل: زيادة إضاءة الفيديو، التّشبع، حدّة الألوان، حرارة وبرودة الألوان.. إلخ.

في مجال التّعديل اللّوني هناك عمليتان متكاملتان، وجب توضيحهما، وهما: تصحيح الألوان Color Correction وتدرّج الألوان Color Grading.

Color correction هو محاولة تصحيح لون الفيديو إلى وضعه الطّبيعيّ، فإن كانت الإضاءة عالية، نقوم بتقليلها، وإن كانت الألوان باهتة نقوم بإشباعها، وبعد أن نعطي الفيديو الطّابع الطّبيعيّ، يأتي دور Color grading، وهو إعطاء الفيديو الطّابع السّينمائي في الألوان.

– المرحلة الخامسة:



هي مرحلة الإخراج، يتم تصدير النسخة النهائية لتكون جاهزة للعرض أو التّحميل على مواقع التّواصل الاجتماعي.

• معدّات ولوازم المونتاج:

يمكن أن يكون تحرير الفيديو بسيطاً أو معقّداً، فالأنواع المختلفة من مقاطع الفيديو لها متطلبات مختلفة، سواء كان الهدف تحرير فيديوهات شخصية فقط، وكانت الحاجة إلى قطع بعض اللّحظات المفضلة وربطها معاً، أو ربّما نرغب في إنشاء vlog على اليوتيوب نجمع بين لقطات رئيسة ومقاطع B-roll توضيحية؛ أو ربّما نقوم بتجميع فيلم وثائقي كامل مع ساعات من اللّقطات لفرزها، والرّسومات التي تمّ إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر، والتي تحتاج إلى تأثيرات خاصّة لإضافتها؛ كلّ هذا يفرض علينا أن نختار التّحرير على الهاتف الذّكي أو على جهاز كمبيوتر، وأن نختار كذلك برنامج تحرير سهل، ومحدود المزايا، أو برنامجاً احترافياً يضمّ مزايا متنوّعة.

- اختيار برنامج تحرير الفيديو:

توجد الكثير من الخيارات المتاحة لبرامج تحرير الفيديو سيكون بعضها أفضل (إذا كانت لدينا أهداف معيَّنة) من غيرها.

الحقيقة هي أن أفضل برنامج، هو البرنامج الذي نشعر براحة أكبر في استخدامه؛ سنتمكن من تعلّم بعض البرامج بسرعة، لكنّها قد تكون محدودة في الخيارات، وستستغرق برامج أخرى وقتاً للتعلّم، لكنّها تمنح فرصاً غير محدودة.

من برامج تحرير الفيديو التي تُعدّ من الخيارات الشائعة:

- Adobe Premiere Pro CC

- CapCut

- Apple Final Cut Pro X

- Filmora Pro

- Blackmagic DaVinci Resolve

- HitFilm Express

- Avid Media Composer First

- Corel VideoStudio Ultimate

- CyberLink PowerDirector

- Lightworks

- Kdenlive

وللهواتف المحمولة أيضاً نصيب من برامج تحرير الفيديو، نذكر منها:

- CapCut

VN ■

FilmoraGo ■

Kinemaster ■

Viva Video ■

PowerDirector ■

• تقنيّات المونتاج:

المونتاج أو ال Film Editing هو فنّ أكثر من كونه مهارةً تقنيّةً، حيث إنّهُ لا يتعلّق فقط باختيار وترتيب المشاهد أو تحرير الفيديو بصفة عامّة، إنّما يتعلّق، أساساً، بالتوصّل إلى التّرتيب المثاليّ لكلّ لقطة، معرفة الزّمن الذي تستغرقه على الشّاشة، ومعرفة المؤثّرات التي سترافق تلك اللقطة، ممّا يستوجب معرفة وفهم تقنيّات المونتاج، ومن أبرزها:

القطع القياسي - Standard Cut/ Hard Cut



وهو القطع النموذجي للقطات، وهي تقنيّة تقليديّة جدّاً في عالم المونتاج، حيث يتمّ الانتقال من نهاية لقطة معيّنة إلى بداية لقطة أخرى.

القطع : L Cut



نشاهد هذه التقنية في معظم الأفلام تقريباً، وتوجد بشكل دائم في الأفلام الوثائقية، وفي عدد هائل من الإعلانات الترويجية، نتحدث هنا عن ذلك المشهد الذي نستمع فيه لصوت معين، ثمّ نتقل إلى مشهد لاحق نستمّر خلاله في سماع الصوت نفسه.

القطع : J Cut



على عكس التقنية السابقة، تقوم هذه الطريقة بتقديم الصوت الذي ينتمي إلى مشهد لاحق، لكن قبل انتهاء المشهد الحالي، كأن نشاهد حواراً بين شخصيتين ثمّ نستمع إلى محرك سيارة قبل أن يتمّ تقديم المشهد الذي تظهر فيه السيارة بشكل فعلي، وهي وسيلة

تمكّن من التّعرف على محتوى المشهد الموالي، كما تقوم في أحيان كثيرة بإضفاء معنى أكبر وأعمق على المشهد الحالي.

القطع الحركي - Cutting On Action

يستعمل القطع الحركي بشكل أساسي في أفلام الحركة، وتقوم هذه التقنية بشكل رئيس على قصّ اللقطات قبل نهايتها، وأحياناً حتى قبل أن تبلغ منتصف مدّتها، ثم الانتقال إلى لقطة لاحقة يتمّ التعامل معها بالطريقة نفسها، ثم العودة - أحياناً - إلى إظهار بقية اللقطة السابقة، وذلك بشكل سلس، يقوم بخلق جوّ من الحماس والتوتر الإيجابي لدى المشاهد، بعيداً عن إزعاجه بصرياً، وهي تقنية نشاهدها بشكل خاصّ في مشاهد القتال أو المطاردات.

القطع بالقفز - Jump Cut



يتمّ استخدام هذه التقنية بشكل شائع وفي جميع أنواع الفيديوهاات تقريباً، وتقوم بشكل أساسي على القفز بين اللقطات كما يدلّ اسمها، لكن بشكل سريع وسلس، قد لا ينتبه له المتفرّج في أحيان كثيرة، ويتمّ استخدام هذه الطريقة بصور متعدّدة، ومن أجل أهداف متعدّدة أهمّها:

التمكّن من إخفاء العيوب وقصّ أخطاء، أو أجزاء معيّنة دون أن ينتبه المشاهد، كأن يتمّ تصوير لقاء ما من عدّة زوايا تمكّن من قصّ جزء من الحوار لاحقاً، دون أن يظهر ذلك جلياً من خلال القفز إلى لقطة يظهر فيها المحاور أو الضيف من زاوية أخرى.

التّمكن من رؤية حدث معيّن بشكل أكثر وضوحًا، كتصوير مشهد من عدّة زوايا.

القطع : Cutaways

تحدّث عن هذه التّقنية مثلاً عند أخذ مسافة بعيداً عن الشّخصية ورؤية ما يحدث في محيطها، وذلك في الغالب، بغرض إضفاء طابع معيّن على المشهد، كأن يتمّ الانتقال إلى لقطة تظهر السّاعة القريبة من الشّخصية، بغرض توضيح أنّ هذه الأخيرة تحسّ بالملل، أو أنّها تترقب حدثاً مهمّاً، لكنّ الوقت يمرّ ببطء شديد، أو أن يتمّ الانتقال إلى لقطة تظهر بيت الشّخصية فارغاً تماماً، بغرض توضيح أنّها تعيش في عزلة أو تعاني من الوحدة.

التحرير المتوازي - Cross-Cut / Parallel Editing

وتقوم هذه التّقنية بشكل أساسي بإظهار حدثين معيّنين، أو المساعدة على رواية قصّتين في الوقت نفسه، حيث يتمّ الانتقال بشكل سلس ومدروس بين أحداث القصة / الحدث الأوّل، والقصة / الحدث الثاني.

القطع : Smash Cut

يقوم على الانتقال من مشهد هادئ إلى مشهد صاحب بشكل مفاجئ، أو العكس، أي من مشهد صاحب إلى آخر هادئ.

3.4.2. التّرجمة النّصّية التّلقائيّة للفيديوهات - Transcription :



الترجمة النصية التلقائية للحوار الصوتي تساعد كثيراً مستخدمي منصّات الفيديو كـيوتيوب، سواء من فاقد حاسة السمع أو ضعاف السمع، أو من غير المتحدثين بلغة الفيديو الأساسية، في معرفة ما يجري في الفيديوهات التي يشاهدونها.

تستخدم منصّة اليوتيوب خوارزميات التعلّم الآلي لإنشاء الترجمة التلقائية للفيديوهات، لذلك قد يكون مستوى جودتها غير متسق. وقد تُحرّف «الترجمة التلقائية» المحتوى المحكي بسبب الأخطاء اللفظية أو اللكنات أو اللهجات أو الضوضاء في الخلفية؛ وبالتالي، يجب دائماً مراجعة الترجمة التلقائية وتعديل الأجزاء غير الدقيقة فيها.

توفّر الترجمة التلقائية على منصّة اليوتيوب باللغات الهولندية والإنجليزية والفرنسية والألمانية والإندونيسية والإيطالية واليابانية والكورية والبرتغالية والروسية والإسبانية والتركية والفيتنامية.

لا يوفّر يوتيوب اللغة العربية في خيارات الترجمة التلقائية، لذلك يلجأ صنّاع المحتوى إلى خدمات احترافية ومدفوعة، توفر اللغة العربية نذكر من أهمّها:

sonix.ai □

happyscribe.com □

simonsays.ai □

maestrasuite.com □

getsubly.com □

gotranscript.com □

4.4.2. تحريك الصور:

• موقع LeiaPix:



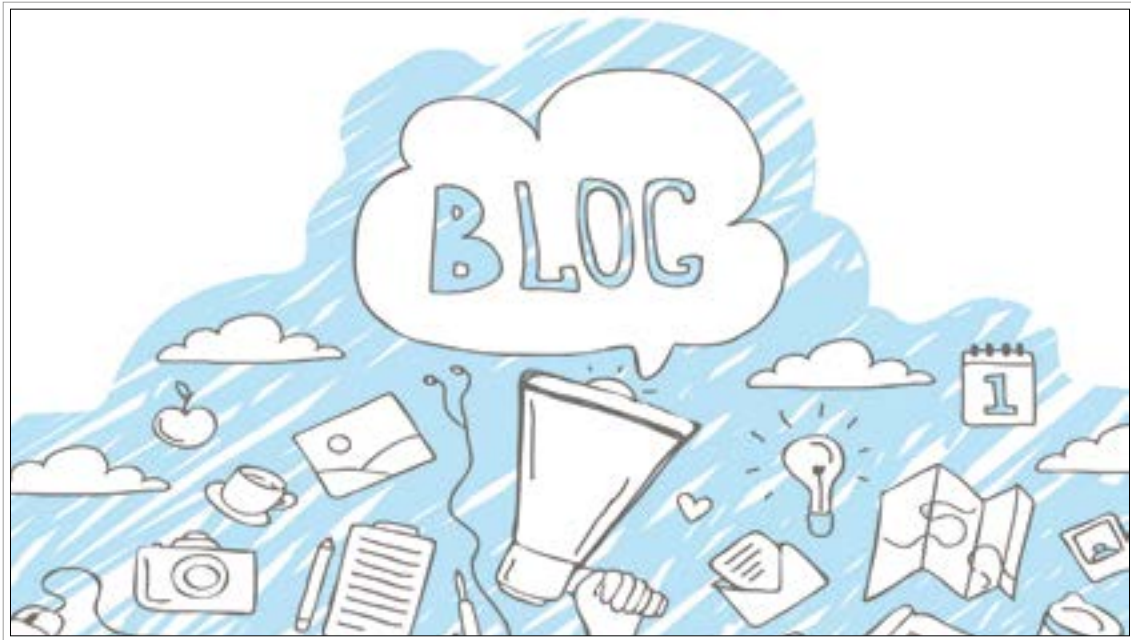
منصة اجتماعية للوسائط ثلاثية الأبعاد بتقنية الذكاء الاصطناعي. تتيح إمكانية التحويل الفوري للصور ثنائية الأبعاد إلى صور ثلاثية الأبعاد، كما تمكن من مشاركة المحتوى مع مجتمع نشط من المبدعين.

• موقع D-ID:



عبارة عن نظام أساسي لإنشاء مقاطع فيديو جذابة وعالية الجودة بتكلفة منخفضة، وسهولة ويسر، انطلاقاً من نصّ عادي وصوره، بواسطة الذكاء الاصطناعي.

5.2. إنشاء مدونة:



1.5.2. اختيار منصّة التدوين (نظام إدارة المحتوى المناسب)

المدوّنة موقع إلكتروني يُستخدم لنقل الأخبار أو التعبير عن الأفكار، قد تقتصر على كاتب واحد أو أكثر، وتكون، في الغالب، مفتوحة لتعليقات القراء، يتم تسييرها من خلال نظام لإدارة المحتوى (CMS : Content Management System)، وهو برنامج يُستخدم لإدارة وإنشاء وتعديل المحتوى الرقمي، يُمكن المُدوّن من حرّية الاستخدام وأرشفة المواضيع، كما يتيح تحكّمًا كاملاً بجميع الكتابات والتعليقات الواردة إليه.

إضافة إلى ما ذكرنا من المزايا، تساعد المدوّنة -موقع إلكتروني رسمي- صاحبها في توثيق صفحته، أو حسابه على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل: فيسبوك وتويتر.

عند العمل على اختيار المنصّة المناسبة للتدوين يجب الحرص على توفيرها لمجموعة من الشّروط الأساسيّة، كسهولة الاستخدام، وفرة الأدوات والخبراء المختصّين في تلك المنصّة، مع مراعاة إمكانية تحقيق الدّخل، هذه المواصفات تتوفّر في WordPress بالإضافة إلى مميّزات أخرى، سنتطرّق إليها فيما يلي.

1.1.5.2. مقارنة بين أفضل منصّات التدوين

	WordPress	Joomla!	Drupal	cms wadesimple	impresscms
INSTALLATION	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
NUMBER OF FEATURES	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
EASY TO USE	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
EASY TO CUSTOMIZE	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
PLUGINS AVAILABLE	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
TECH SUPPORT	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
DOCUMENTATION	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
USER COMMUNITY	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
THEMES AVAILABLE	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
SEO OPTIONS	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★

2.1.5.2. مميزات WordPress

يُعدّ WordPress من أكثر منصّات التّدوين شعبية وأفضلها، وهو برنامجٌ مجانيّ مفتوح المصدر، سهل وموثّق (documented)، لا يستلزم التوفّر على خبرةٍ كبيرةٍ حتى يتمّ إنشاء مواقع باستخدامه، يقوم مجتمع كبير ومتفاعل من المبرمجين والمصمّمين والمستخدمين حول العالم، بتطويره وتحديثه وتحسينه، حيث بدأ كمنصّة للمدوّنات، ثمّ أصبح الآن نظاماً كاملاً لإدارة المحتوى لمختلف أنواع المواقع الالكترونية، سواءً كانت تجارية، تعليمية، أو إخبارية...

التغيير منذ 1 مايو 2023	الحصة السوقية	التغيير منذ 1 مايو 2023	الاستخدام	© W3Techs.com
-0.1%	63.2%	-0.1%	43.1%	WordPress 1
+0.1%	5.7%	+0.1%	3.9%	Shopify 2
	3.7%		2.5%	Wix 3
-0.1%	3.0%		2.1%	Squarespace 4
-0.1%	2.6%		1.8%	Joomla 5

أنظمة إدارة المحتوى الأكثر انتشاراً

أكثر من ثلث الإنترنت يستخدم ووردبريس، حيث تشير الإحصائيات إلى أن ووردبريس تُدير أكثر من 43.1% من جميع المواقع على الإنترنت، 63.2% من الحصة السوقية لنظم إدارة المحتوى، وهي نسبة تؤكّد مدى شعبيّة وجودة هذا النظام، لذي فهو يُعدّ هدفاً للغالبية

العظمى من مخترقي المواقع بسبب انتشاره الكبير، وبالتالي فإن وجود أيّ ثغرة يعنى: إمكانية استخدامها في اختراق عدد كبير من المواقع، لكن أغلب الثغرات تكون من جانب المستخدمين أنفسهم، نتيجة سوء الاستخدام، أو نتيجة لاستخدام إضافات أو قوالب تم الحصول عليها بصورة غير شرعية، وكذلك عدم تثبيت التحديثات بصفة دائمة. كما تحدث بعض عمليات الاختراق من خلال الاستضافة، ولهذا، فإن اختيار استضافة ووردبريس جيدة هام جداً من أجل حماية أيّ موقع من الاختراق.

ووردبريس متوفر بأكثر من 70 لغة مختلفة، كما يحتوي على أكثر من 58 ألف إضافة (الإضافة: برنامج فرعي يضيف المزيد من الخصائص والوظائف إلى ووردبريس) مجانية ومفتوحة المصدر، بالإضافة إلى آلاف الإضافات المدفوعة المتوفرة في المواقع الأخرى مثل: CodeCanyon.

لدى ووردبريس دليل رسمي لقوالب مجانية مفتوحة المصدر، به أكثر من 8 آلاف قالب يمكن تنزيلها أو تنصيبها مباشرة من داخل لوحة التحكم الخاصة بووردبريس بسهولة، إضافة إلى آلاف القوالب المجانية والمدفوعة الأخرى المتوفرة على المواقع، مثل: ThemeForest. وتمتاز الغالبية العظمى من قوالب ووردبريس بأنها متجاوبة (responsive) وملائمة لجميع الشاشات والأجهزة، نظراً لانتشار استخدام الجوالات وباقي الأجهزة اللوحية.

من مميزات ووردبريس كذلك توفره على نظام شامل للعضويات (Memberships)، يسمح بتسجيل عضويات جديدة للمستخدمين، وإضافة العضويات والتحكم فيها بسهولة، ولكل عضوية رتبة (Role) تتحدد وفقها صلاحيات (capabilities) كل عضو، مما يجعل مهمة إدارة الموقع وتنظيم المهام على الأعضاء أسهل.

2.5.2. مراحل إنشاء مدونة ووردبريس:

يمكن البدء في التدوين بشكل طبيعيّ باتباع الخطوات التالية:

1.2.5.2. اختيار الاستضافة المناسبة واسم النطاق



أ. استضافة الويب Web Hosting

هي الخادم (Server) الذي سيستقبل ملفات المدونة أو الموقع. والاستضافة أنواع، استضافة مشتركة، وهي الأكثر شيوعاً نظراً لانخفاض سعرها، وخواص VPS والخواص الكاملة، إضافة إلى الاستضافة السحابية.

توفّر العديد من شركات الاستضافة العالمية، خدمات استضافة، وأدوات متوافقة مع ووردبريس، ومن أشهرها:

- IONOS: الأفضل للشركات الناشئة؛
- هوست جيتور HostGator: أفضل الامتيازات؛
- بلوهوست Bluehost: الأفضل للمواقع الجديدة؛

- DreamHost: الأفضل للمبتدئين في WordPress؛
- InMotion: الأفضل من حيث الموثوقية؛
- MochaHost: الأفضل لشهادات SSL مدى الحياة؛
- GoDaddy: الأفضل لإعداد الموقع بسهولة؛
- Hostwinds: الأفضل للمواقع ذات المحتوى الثقيل؛
- InterServer: الأفضل لأمان موقع الويب؛
- TMDHosting: الأفضل للشركات سريعة النمو؛
- سايت جراوند SiteGround؛
- أي بيغ iPage؛

كما يجب مراعاة العديد من العوامل عند شراء استضافة لموقع ووردبريس، أبرزها:

- جودة الاستضافة؛
- يجب الحرص على اختيار استضافة ويب جيدة للموقع، تجنباً لأي خلل قد يحدث مستقبلاً.
- سعر الاستضافة؛
- مراعاة سعر الاستضافة وفقاً لما تقدمه الشركات من خدمات ومميزات تضيف السرعة والكفاءة لأداء الموقع.
- الدعم التقني الذي تقدمه شركة الاستضافة؛
- يمكن مواجهة العديد من المشكلات التقنية أثناء العمل على الاستضافة، لذا يجب اختيار شركة استضافة توفر نظام دعم تقني لعملائها.

- موارد الاستضافة؛

يجب توقع عدد الزوار، وحجم الموقع، حتى يتم اختيار مساحة الاستضافة، وعرض الحزمة (bandwidth) وغيرهم من موارد الاستضافة المناسبة، لتجنّب تعطل الموقع بشكل مستمر.

ب. اسم النطاق Domain Name

اسم النطاق Domain Name، هو بمثابة عنوان الموقع على الإنترنت، وهو أول شيء يعرفه الزائر عن الموقع، مثل: (arrabita.ma) عند اختيار اسم النطاق يجب مراعاة:

- أن يعبر عن المدونة، فكلّما كان واضحاً ومباشراً، كلّما كانت نتائج الوصول إلى الموقع أفضل.
- أن يكون قصيراً وسهل الحفظ، لتسهيل تفاعل الزوار بشكل أكبر، وعودتهم إلى الموقع.

2.2.5.2. تثبيت ووردبريس وإعداد خصائص المدونة

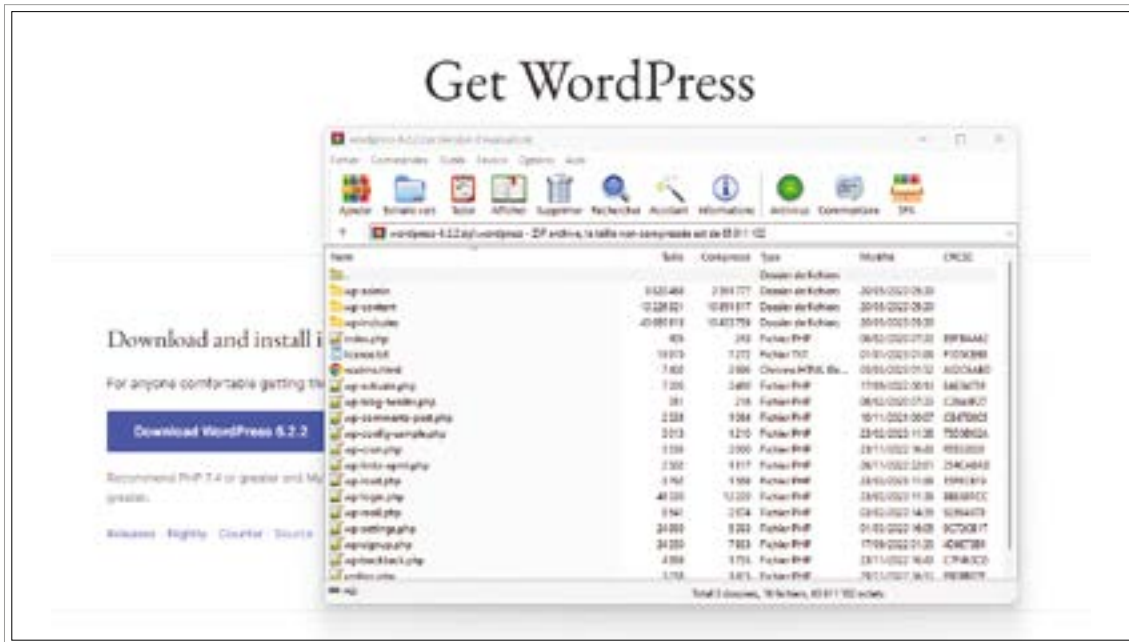
أ. تثبيت WordPress؛

يُعدّ تثبيت WordPress عملية بسيطة للغاية، لا تتعدّى خمس دقائق، كما تختلف طرق تثبيتها حسب الخادم (server)، وحسب نظام التشغيل، سنقوم بذكر أغلبها، سوف نوضح كيفية تثبيت WordPress على بعض منصّات الاستضافة المعروفة باستخدام البرامج النصيّة للتثبيت بنقرة واحدة مثل Softaculous و QuickInstall، وسنشرح أيضاً كيفية تثبيت WordPress يدوياً باستخدام FTP.

- تثبيت WordPress على الحاسب:

يمكن تثبيت WordPress عبر الخطوات التالية:

1. تنزيل وفك ضغط حزمة WordPress.



2. إنشاء قاعدة بيانات لـ WordPress على الخادم (server)، بالإضافة إلى مستخدم MySQL أو MariaDB (MariaDB تركز على MySQL ، MySQL نظام إدارة قواعد البيانات العلائقية (Relational) يعتمد التعامل معه على لغة Sql).

3. البحث عن wp-config-sample.php وإعادة تسميته إلى wp-config.php، ثم تحرير الملف wp-config.php وإضافة معلومات قاعدة البيانات. (خطوة اختيارية)

4. تحميل ملفات WordPress إلى الموقع المطلوب على الخادم.

5. تشغيل البرنامج لتثبيت WordPress من خلال الوصول إلى عنوان URL في متصفح الويب. يجب أن يكون هذا هو عنوان URL، حيث تم تحميل ملفات WordPress.

- إذا تم تثبيت WordPress في الدليل الجذر (WWW)، فيجب الدخول إلى:

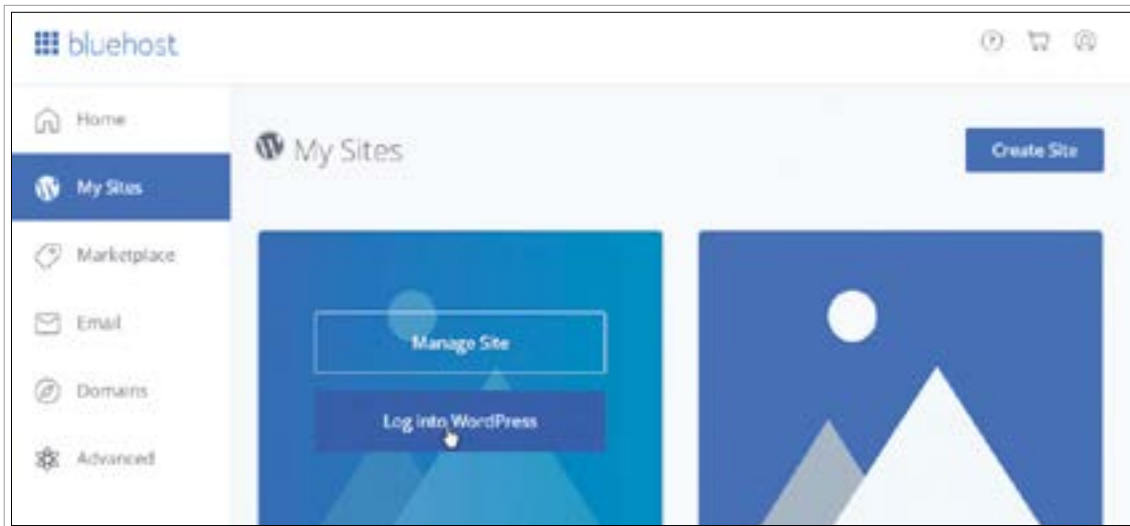
<http://example.com>

- إذا تم تثبيت WordPress في دليل فرعي خاص به يُسمى blog، على سبيل المثال، يجب

الدخول إلى: <http://example.com/blog>

- تثبيت WordPress من شركات الاستضافة:

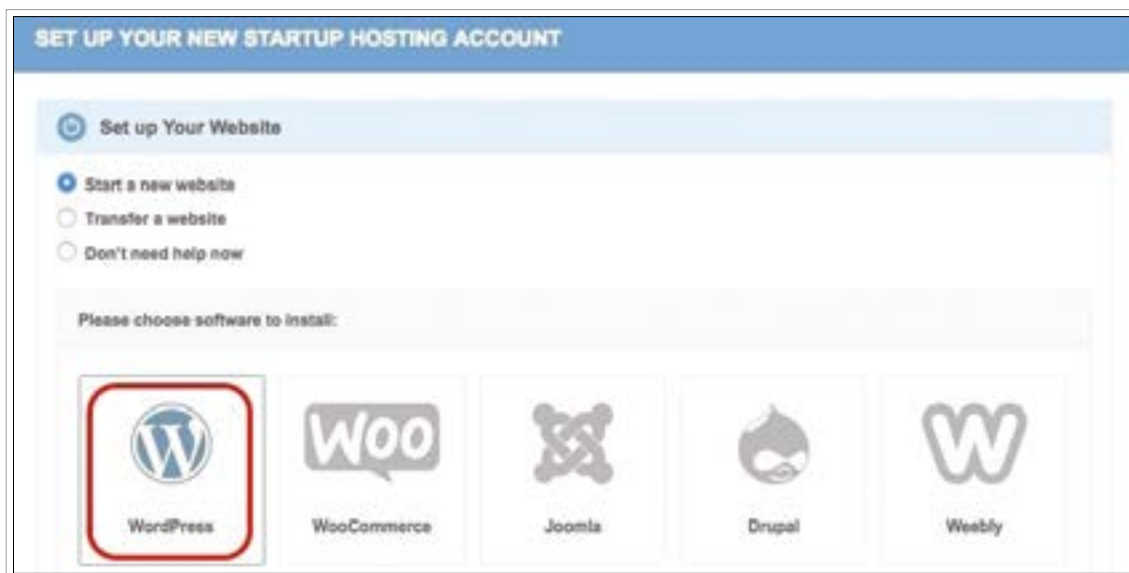
Bluehost



Bluehost مزود استضافة WordPress موصى به رسمياً، وواحد من أكبر شركات الاستضافة في العالم، لدي أكثر وأسهل عملية تثبيت WordPress للمبتدئين. يقوم Bluehost تلقائياً بتثبيت WordPress على اسم المجال الخاص عند التسجيل، بمجرد تسجيل الدخول إلى حساب Bluehost، يوجد موقع WordPress ضمن علامة التبويب «مواقعي» «My Sites».

SiteGround

SiteGround هو خيار شائع بين المبتدئين في WordPress، معروف بدعمه الممتاز وخطط استضافة محسنة للغاية، تقدّم SiteGround أدوات تثبيت WordPress سريعة وخالية من المتاعب، يمكن تثبيت WordPress مباشرة من لوحة تحكم الاستضافة.



• تثبيت الوردبريس من Cpanel:

Cpanel برنامج شائع تستخدمه العديد من شركات استضافة المواقع، يوفر لأصحاب المواقع «واجهة ويب» بسيطة مجهزة لإدارة حساب الاستضافة، Cpanel يتيح الوصول إلى

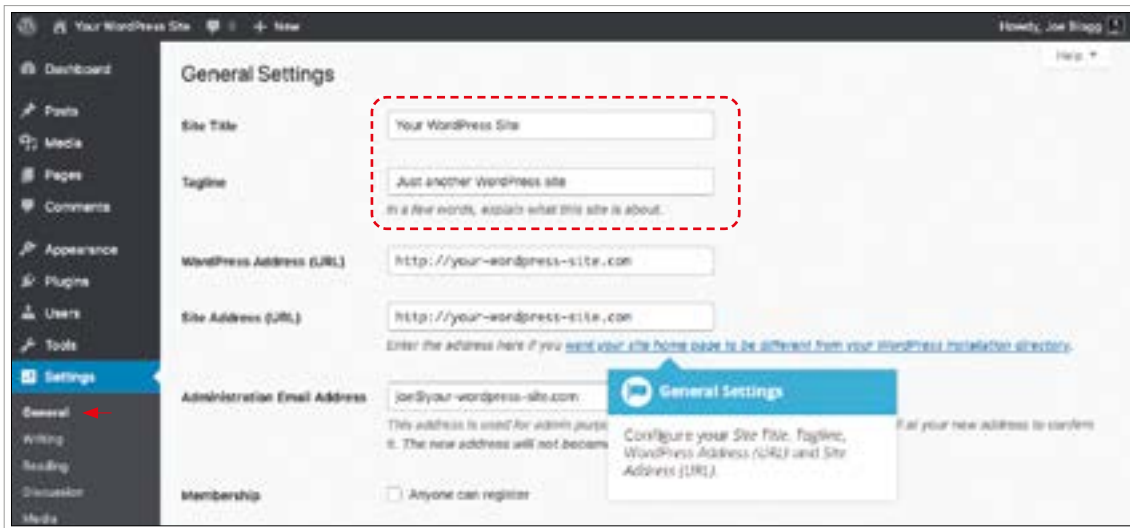
العديد من البرامج والخدمات وكذلك يوفر خوارزميات تلقائية، تساعد في تثبيت WordPress على المواقع، تقوم الشركات المضيفة بتحديد برنامج التثبيت التلقائي المراد استخدامه. عموماً، Softaculous QuickInstall، و Fantastico هي الخيارات الأكثر شعبية.

- تثبيت ووردبريس يدوياً باستخدام بروتوكول نقل الملفات FTP أو FileManager: يستغرق تثبيت WordPress يدوياً أقل من عشر دقائق ليكون الموقع جاهزاً للاستغلال. لمعرفة كيفية التثبيت يدوياً، سنقوم بتنفيذ الإجراءات التالية:

- تنزيل ملفات WordPress من الموقع الرسمي (www.wordpress.org).
- تحميل ملفات WordPress باستخدام بروتوكول نقل الملفات (FTP) أو استخدام مدير الملفات (FileManager).
- إنشاء قاعدة بيانات MySQL ومستخدم لقاعدة البيانات.
- بدأ عملية التثبيت.
- تسجيل الدخول إلى WordPress.

ب. إعدادات WordPress

- إعدادات عامة



أهم الإعدادات في هذه الصفحة هي الحقول الخاصة بإدخال عنوان الموقع (Site Title) والوصف الخاص (Tagline)، يمكن تغييرها في أي وقت، يمكن أن يكون عنوان الموقع هو اسم الموقع أو العلامة التجارية أو الاسم (إذا كانت مدونة شخصية)، بالنسبة إلى الوصف الخاص، يجب وضع وصف لموضوع المدونة لمساعدة محرّكات البحث، يمكن أيضًا تغيير تنسيق التاريخ، التوقيت، البريد الإلكتروني ولغة الموقع.

- إعدادات القراءة

The screenshot shows the 'Reading' settings in WordPress. The 'Your homepage displays' section is highlighted with a red dashed box. It contains the following options:

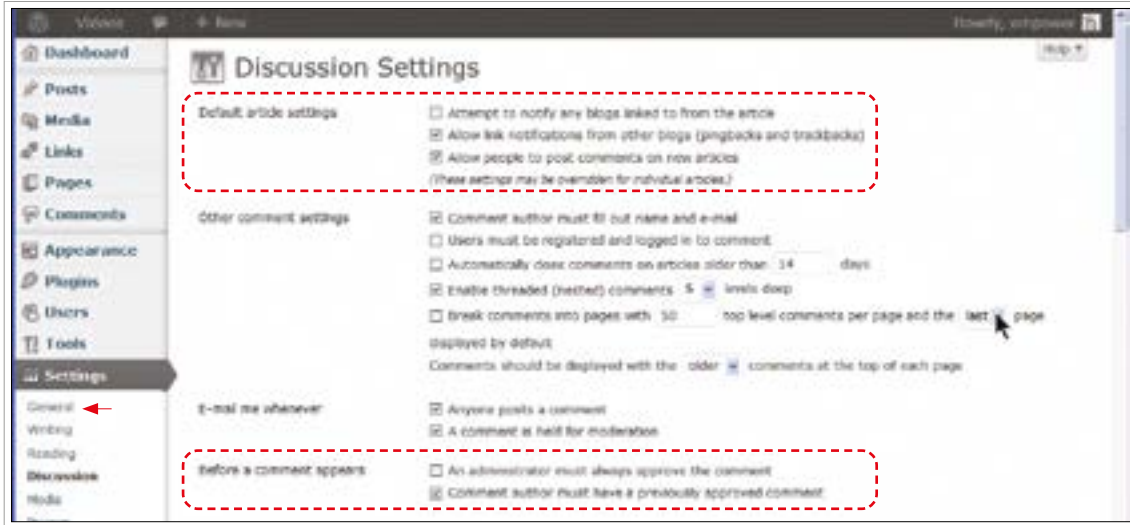
- Your latest posts
- A static page (select below)
- Homepage:
- Posts page:

Other settings visible include:

- Blog pages show at most: posts
- Syndication feeds show the most recent: items
- For each post in a feed, include: Full text, Summary
- Search engine visibility: Discourage search engines from indexing this site

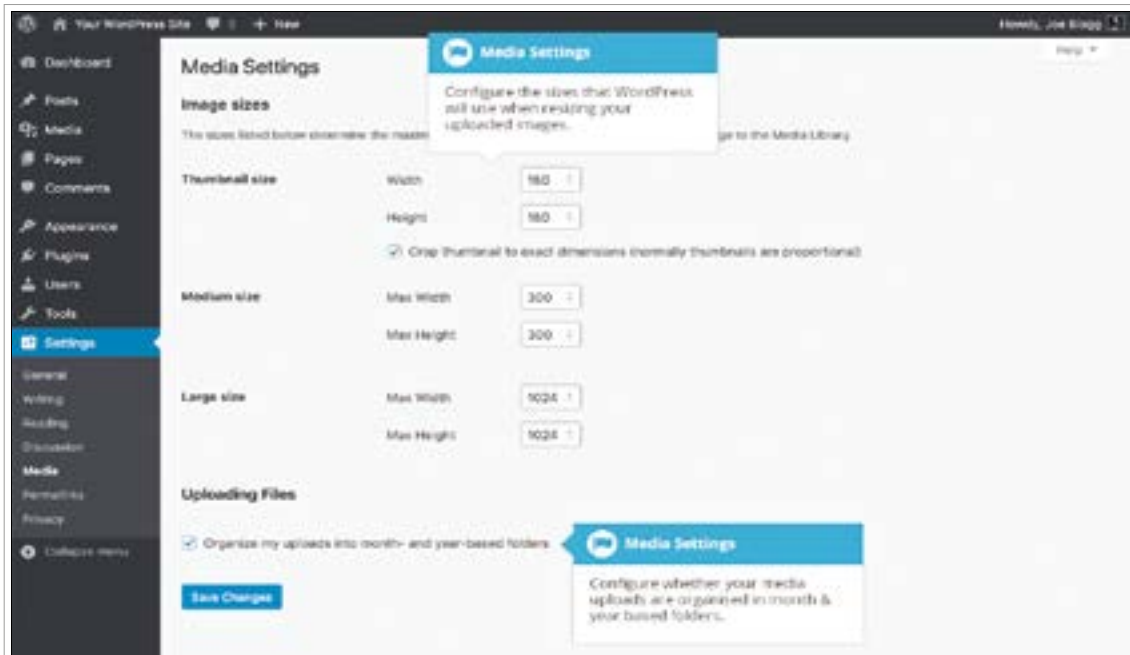
في هذا القسم، يمكن تعيين صفحة البداية، و صفحة المقالات وعدد المقالات التي ستظهر فيها، تفعيل ظهور المحتوى لدى محرّكات البحث.

- إعدادات التعليقات

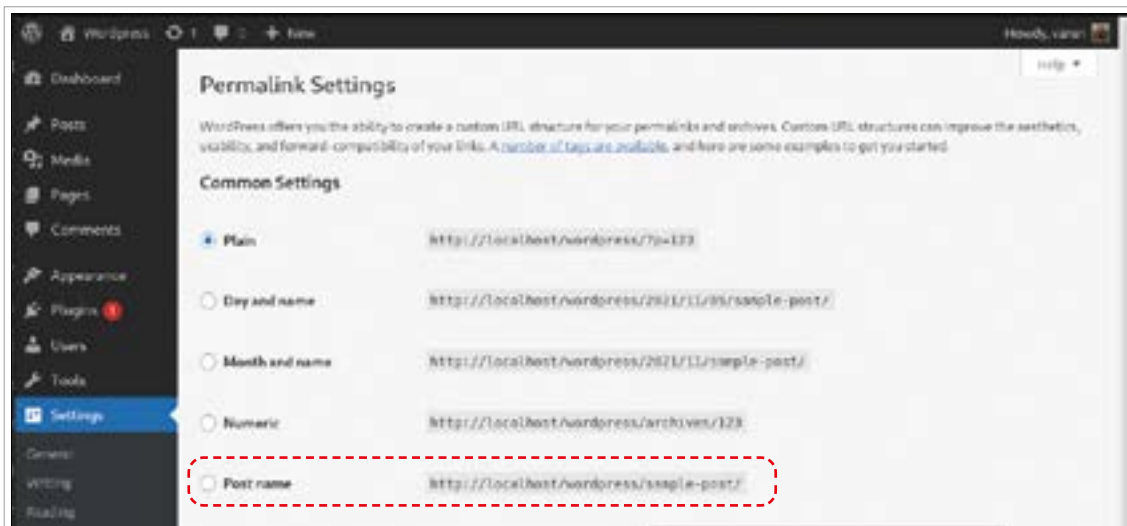


تحتوي هذه الصفحة على كافة الإعدادات المتعلقة بالتعليقات على الموقع، من حيث السماح للزوار بنشر التعليقات، واختيار كيفية الموافقة عليها.

- إعدادات ووردبريس للوسائط



يتضمّن هذا القسم خيارات أحجام الصّور المصغّرة والمتوسّطة والكبيرة.
- إعدادات الرّوابط الثّابتة



الرّوابط الثّابتة هي ما يظهر في شريط عنوان المتصفّح عندما يكون الزّائر في أيّ صفحة معيّنة على الموقع - إنه عنوان url الخاصّ بالمقالات والصّفحات.

3.2.5.2. تثبيت القالب والإضافات في ووردبريس

أ. تثبيت القالب

قالب WordPress أداة لتغيير نسق (Layout) وتصميم (Design) الموقع الالكتروني، يتضمّن ملفات (PHP, JAVASCRIPT, CSS) وصور، تعمل معاً لإنشاء التصميم وكيفية عرض الموقع، وتخصيص مظهره، بما في ذلك النسق، الخطوط، اللّون ومجموعة من العناصر الأخرى.

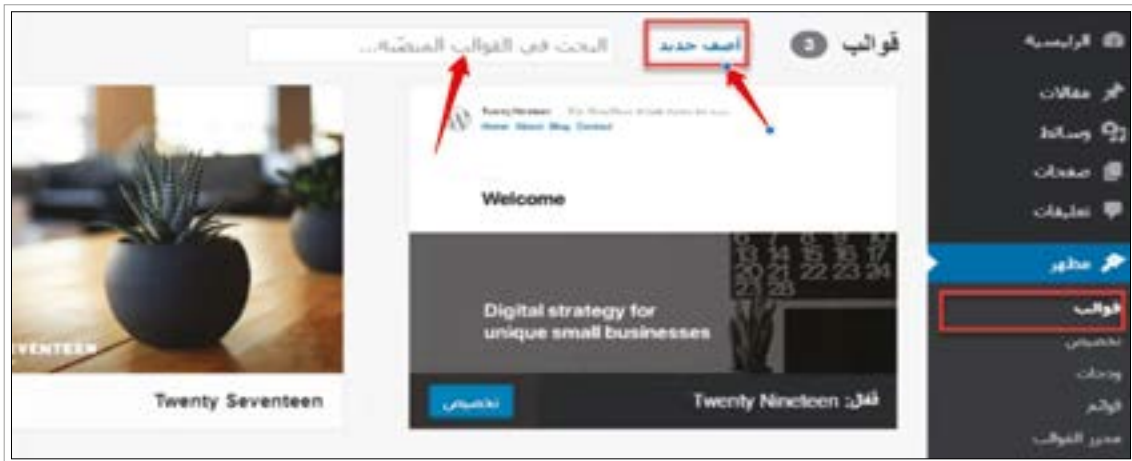
عند إنشاء موقع WordPress لأوّل مرّة، يأتي بقالب افتراضي مثبت، يمكن تغييره ليتناسب مع الاحتياجات ومجالات العمل، لن يودّي تغيير القالب WordPress إلى تغيير محتوى المدوّنة أو الصّفحات أو المستخدمين، أو أي معلومات أخرى مخزنة في قاعدة البيانات،

هو مبدأ قالب عرض PowerPoint نفسه، أيًا كان النموذج الذي تم اختياره، سيتم الاحتفاظ بالبيانات وتنسيقها وفقًا للقالب، يغير القالب فقط كيفية عرض كل هذه المعلومات لزوار الموقع، اختيار المظهر الصحيح يجعل الموقع أكثر جاذبية وسهولة في الاستخدام، ويحسن تفاعل الزوار.

يمكن تنزيل القوالب المجانية من دليل القوالب WordPress الرسمي، أو يمكن شراء قوالب مميزة بمزيد من الميزات المتقدمة من مطوري القوالب، كما يمكن إنشاء قالب خاص (بالنسبة للمطورين).

لاستخدام قالب معين يوجد في مستودع قوالب WordPress فالطريقة الأسهل هي الدخول للوحة التحكم بWordPress في الموقع، توجد طريقتان لفعل ذلك:

- البحث عن قوالب WordPress من خلال الموقع الرسمي، ثم تنصيبه من خلال لوحة التحكم؛
 - أو تحميل الملف المضغوط الذي يحتوي على ملفات القالب وتنصيبه.
- الدخول للموقع، ثم التوجه إلى مظهر < قوالب [الضغط على أضيف جديد]



ب. تثبيت الإضافة plugin

إضافة WordPress عبارة عن برنامج يمكن من توسيع وتحسين الخيارات والوظائف في الموقع، يتوفّر WordPress على العديد من الإضافات لتلبية أيّ نوع من الاحتياجات، دون الحاجة إلى برمجة.

تمكّن الإضافات، على سبيل المثال، من تحويل الموقع إلى متجر للتجارة الإلكترونية، WooCommerce أو إضافة تدفق موجزات انستاغرام أو تويتر.

يمكن استخدام إضافة إمّا:

- مجانية؛

- مدفوعة قابلة للشراء؛

- مجانية، ويمكن شراء الترخيص للحصول على جميع الوظائف.

- مجانية، ويمكن شراء مكونات إضافية، لإضافة المزيد من الميزات.

نظرًا لأن الغالبية العظمى من الإضافات مجانية، فمن المهمّ التأكيد على أنّها لا تكون مصحوبة، عادةً، بدعم تقنيّ (Support)، لهذا السبب، من المهمّ توخّي الحذر عند اختيارها.

على الرغم من وجود إضافات يمكنها القيام بالمهمّة المرغوبة، إلا أنّ بعضها يتمتّع بجودة أعلى بكثير من البعض الآخر، من أجل اختيار الإضافة المناسبة، يجب طرح بضعة أسئلة:

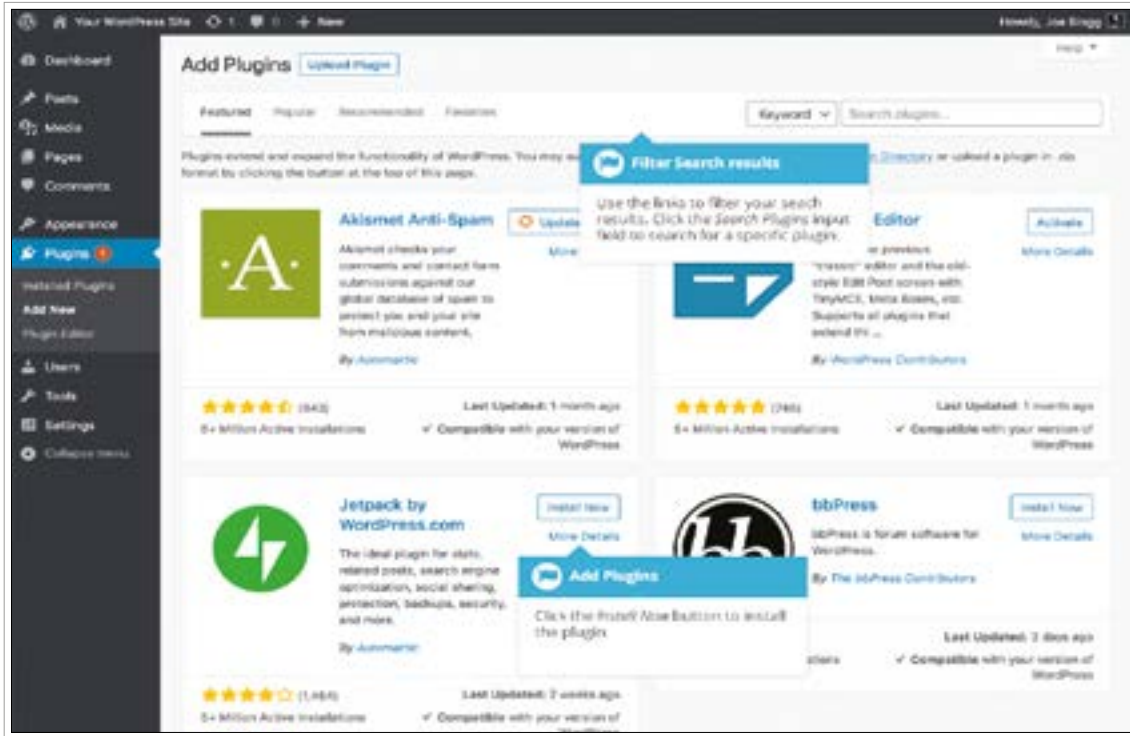
متى تمّ تحديث الإضافة؟ هل هي متوافقة مع أحدث إصدار من WordPress؟ هل هناك دعم ومواكبة؟ ما تقييمها من قبل المستخدمين؟

لتثبيت إضافات WordPress توجد ثلاث طرق:

- التثبيت عن طريق البحث في برنامج WordPress.

- رفع ملفات الإضافة من لوحة التحكم.

- رفع الإضافة يدويًا باستخدام بروتوكول FTP.
الصورة التالية توضح كيفية تنصيب الإضافة عبر النقر على «أضف جديد» في الإضافات، ثم القيام بالبحث عن الإضافة أو رفعها من الحاسوب.



4.2.5.2. الإضافات الأساسية للمدوّنين

يحتاج المدوّن إلى إضافات تساعد على جمع، معالجة، إدارة، تأمين، حفظ، مشاركة، وتتبع المحتوى، سيتم التطرق في هذا القسم لأهم الإضافات التي تمكن من توفير الوقت والجهد لإدارة المحتوى.

أ. إضافات جمع المحتوى وتنظيم الأفكار:

يشير مصطلح (ملخص الموقع الغني) RSS إلى اختصار Really Simply Syndication أو Rich Site Summary، فهو وسيلة لتمكين البرمجيات والنظم المختلفة من استخدام المحتوى

الذي تنشره غيرها من النظم والتطبيقات، لتمكين المستخدمين من متابعة آخر أخبار المواقع دون الحاجة إلى زيارتها.

تحتوي أغلب المواقع الإلكترونية والمدونات على موجز RSS، مما يمكن من تجميع المعلومات من المواقع الإلكترونية لإعادة استخدامها.

مهما كان نوع المحتوى المجمع أو المنسق، يمكن لهذه الإضافات أن تجعل العمل أسهل، عن طريق الاستيراد التلقائي، وعرض عناصر موجز RSS.

فيما يلي بعض الإضافات:

WP RSS Aggregator

تتجاوز هذه الإضافة مجرد استيراد وتجميع خلاصات RSS، حيث تمكن من عرض قوائم تغذية RSS مرتبة حسب الفئات والموضوعات، هذا يجعل مشاهدة المحتوى المنسق أسهل لزوار الموقع.

يتضمن WP RSS Aggregator أيضًا وظائف إضافية كالمقتبس (excerpt)، والكلمات المفتاحية (tags)، وعناصر موجز RSS.

WP Dashboard Notes

WP Dashboard Notes هو إضافة مجانية على غرار Post-it، يتيح تثبيت أفكار النشر على لوحة معلومات WordPress، تساعد هذه الإضافة على العمل في فريق مع عدة أشخاص من أجل تدوين الملاحظات، من مميزات:

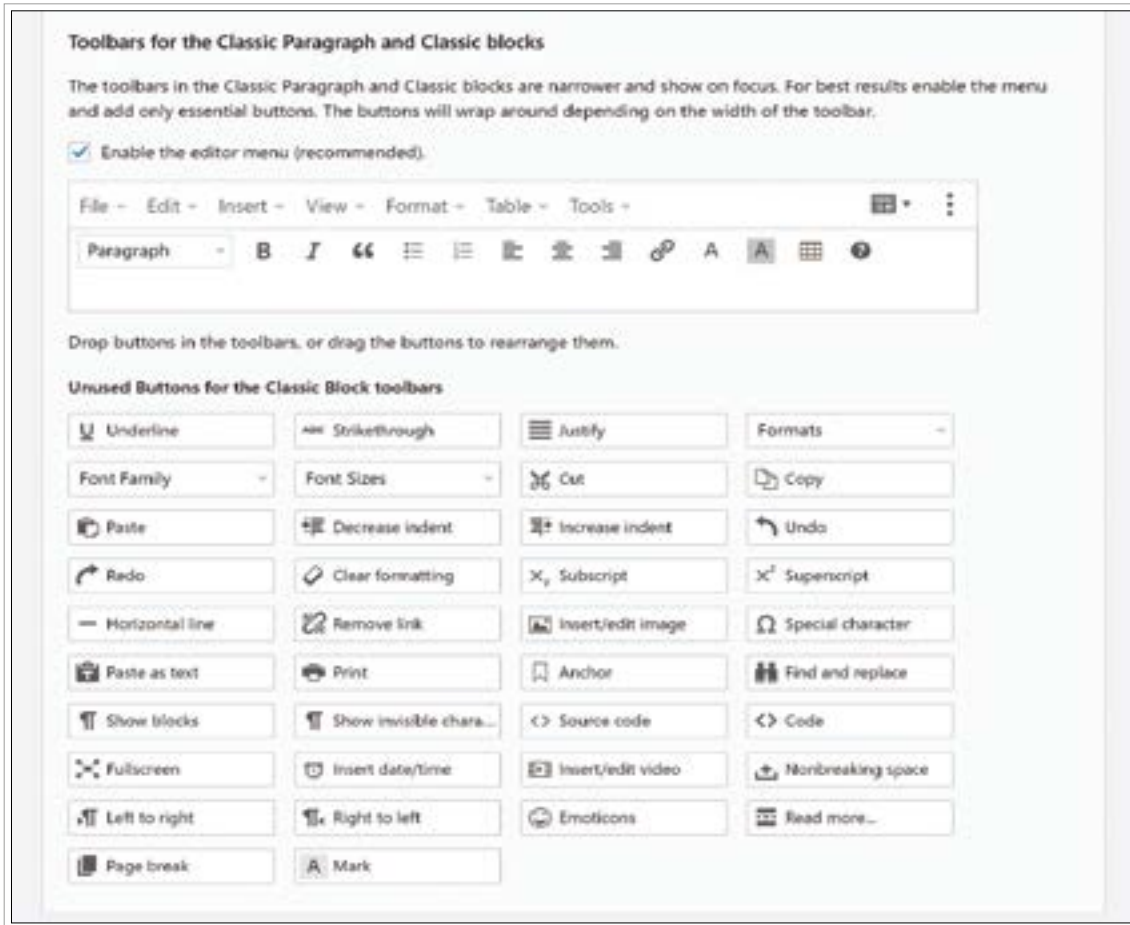
- ملاحظات ملونة؛
- ملاحظات عادية، أو في شكل قائمة؛
- ملاحظات عامة أو خاصة؛

- تحرير على لوحة القيادة (Dashbord)؛
- سحب وإفلات (Drag and drop) عناصر القائمة؛
- لا حاجة إلى زر حفظ!

ب. إضافات أدوات التحرير:

Advanced Editor Tools

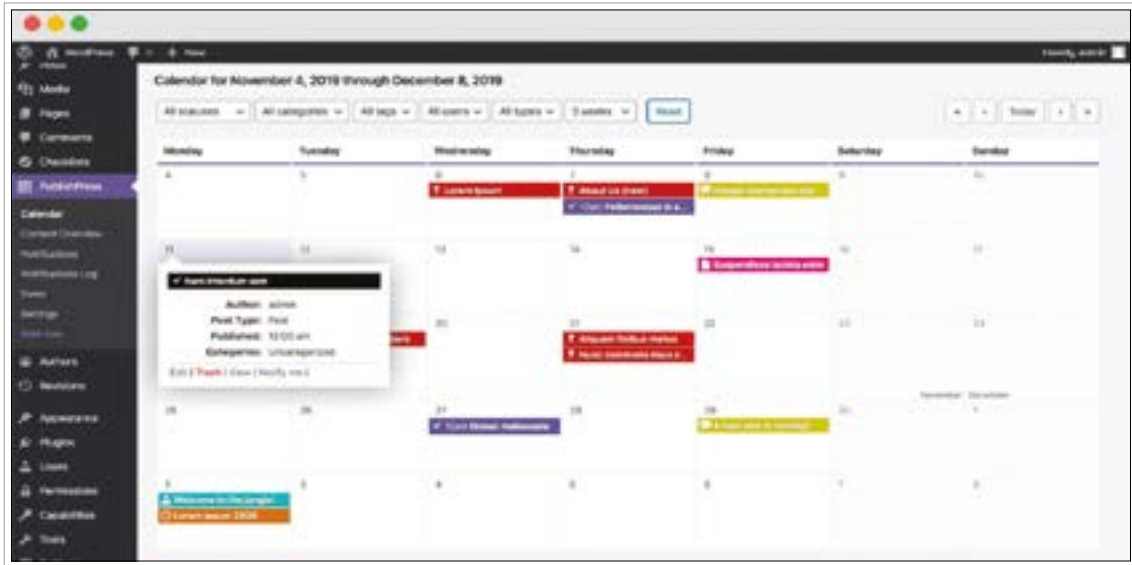
Advanced Editor Tools أدوات المحرر المتقدمة (TinyMCE Advanced سابقاً) تقدّم عناصر (blocks) لمحرر جوتنبرج (Gutenberg)، هذه الإضافة المجانية تتيح الاستمرار في



استخدام محرر TinyMCE المألوف لمعظم المستخدمين، كما تمنح الوصول الكامل إلى جميع العناصر (blocks) والميزات الجديدة، هذا المحرر يسمح بإدماج الصور والفيديوهات والملفات.

PublishPress

يحتوي PublishPress على جميع الأدوات اللازمة لإدارة محتوى WordPress، بما في ذلك جدولة النشر (editorial schedule) لتخطيط المحتوى (plan content)، يمكن إنشاء حالات المحتوى المخصصة (custom post status) وإشعارات (notifications) لتحديثات المحتوى، كما يُتيح التعاون بشكل أكثر فاعلية بين المستخدمين.



ImageInject

تعدّ الصور جزءاً أساسياً من المحتوى الجيد، يتيح برنامج ImageInject، الذي كان يُطلق عليه سابقاً اسم WP Inject، العثور على صور خالية من حقوق الطبع والنشر ومنحها الإسناد الصحيح، إذ يسهل إدراج الصور بعد البحث بين عدّة آلاف من الصور المجانية، ليتم اختيار أفضلها للمقالة وإدخالها في المنشور بسرعة بالغة، لا تتجاوز ثلاث نقرات.

Title Experiments

تتيح هذه الإضافة معرفة العنوان الذي يجب اختياره لمنشورات المدوّنة، باختبار العديد من أشكال العناوين لكل من المقالات والصفحات، حيث تعتبر صياغة عناوين جيّدة عاملاً مهمّاً لزيادة النّقرات والإقبال على المدوّنة، يمكن أن تؤدّي بعض التّغييرات الصّغيرة في العنوان إلى تحسّن كبير.

تقيس الإضافة:

- مرّات الظهور: عدد المرّات التي يتمّ فيها تقديم العنوان للزائر على الموقع.
- المشاهدات: عدد مرّات مشاهدة الزائر لصفحة معيّنة.
- بناءً على هذه الأرقام، تعرض الإضافة نسبتين مئويّتين:
- نسبة مئويّة أولى لمدى كون عنوان ما أفضل أو أسوأ عند مقارنته بالأصل.
- نسبة مئويّة ثانية تشير إلى احتمال تقديم عنوان للزائر، حيث يتمّ عرض العناوين ذات الأداء الأفضل بشكل متكرّر، والعناوين ذات الأداء الضّعيف بشكل أقلّ تكراراً.

Elementor Website Builder

هذه الإضافة تعتبر كأداة لإنشاء مواقع الويب بتقديم تصميمات مميزة للصفحات عبر عمليّة السّحب والإفلات (drag and drop) المرئي الذي يساعد على تبسيط عمليّة إنشاء مواقع الويب وصفحاتها.

من خصائصها:

- تقديم الكثير من عناصر المحتوى، لذلك من السّهل سحبها إلى أيّ جزء من الصفحة.
- توفير العديد من السّمات والقوالب الاحترافية للاختيار من بينها.
- تقديم خيارات تخصيص مختلفة لإنشاء موقع.
- تقديم العديد من الأدوات تسهّل تطوير الموقع، كأداة البحث السّريع، ومساعدة النّقر بزرّ الفأرة الأيمن.

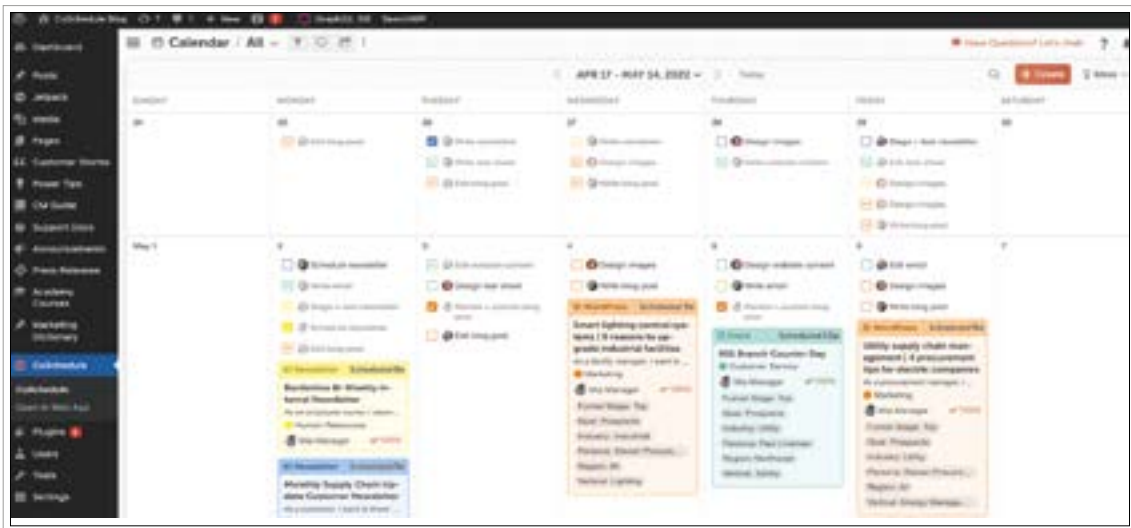
- إمكانية العمل مع المحتوى الديناميكي من الحقول المخصصة.
- لإنشاء متجر على الإنترنت، من الممكن اللجوء إلى WooCommerce Builder.

PowerPress

تساعد إضافة PowerPress على توزيع البودكاست على Apple Podcasts (المعروف سابقاً باسم iTunes Podcasts) و Spotify و Google Podcasts، كما تسمح بالوصول إلى ملايين المستمعين، هاته الإضافة مجانية، وسهلة الإعداد والاستخدام، تمكن من إدارة كل شيء في لوحة قيادة WordPress الخاصة بالموقع، لذلك لا يتعين تسجيل الدخول في منصات متعددة لإنشاء البودكاست، ويمكن أيضاً الحصول على موجز بودكاست من أي شركة استضافة بودكاست.

CoSchedule

تساعد هذه الإضافة على مزامنة منشورات المدونة مع منصات التواصل الاجتماعي، كما توفر تقويمًا يمكن من اختيار الأيام والساعات المثلى لجدولة المنشورات، ويمكن تخصيص التقييم بسهولة من خلال خيارات الترميز اللوني والسحب والإفلات (Drag and Drop).



تتيح إضافة CoSchedule إمكانية مشاركة المنشورات على الكثير من شبكات التواصل الاجتماعي، مثل: تويتر و LinkedIn و Buffer و Tumblr و Pinterest، كما أنها تتيح الوصول إلى تقارير التحليلات التفصيلية لجميع ملفات تعريف الوسائط الاجتماعية.

فيما يلي بعض الإضافات التي تقوم بالعمل بنفسه CoSchedule:

• Revive Old Post

• Revive Network

• NextScripts

• AccessPress Social Auto Post

• Blog2Social

ج. إضافات الحماية وتسريع المواقع:

WP Smush

إضافة تقوم بتحسين الصور، وتشغيل التحميل البطيء (lazy load) لتحسين سرعة الصفحة على Google باستخدام ميزة «تصغير حجم الصورة» بشكل ملحوظ، دون فقدان جودة الصورة، يُعدّ WP Smush أحد أكثر محسّنات الصور شيوعاً، سهل الاستخدام، ويمكن من تحسين 50 صورة بالتوازي في الوقت نفسه إرسالها إلى الخادم (Server)؛ كما يوجد WP Smush في إصدار مجاني وإصدار احترافي مدفوع.

WP-Optimize

WP-Optimize إضافة تلغي مراجعات مسودة المنشور، من قاعدة بيانات WordPress الخاصة بالموقع، بالإضافة إلى التعليقات المتراكمة غير المرغوب فيها، لتجعل تحميل الموقع أسرع.

W3 Total Cache

تعمل إضافة W3TC (W3 Total Cache) على تحسين محرّكات البحث، وتجربة المستخدم، من خلال زيادة أداء موقع الويب، وتقليل أوقات التّحميل، من خلال الاستفادة من ميزات، مثل: تكامل شبكة توصيل المحتوى (CDN) التي تعتبر من الممارسات الموصى بها.

من أهمّ مميّزات الإضافة:

- تحسين تصنيف الصّفحات على محرّكات البحث، خاصّةً المواقع المتوافقة مع الجوّال؛
- تحسين على الأقلّ بمعدّل 10 أضعاف، في الأداء العامّ للموقع؛
- تحسين معدّلات التّحويل (Conversion rates) و«أداء الموقع» (Site Performance) التي تؤثر على ترتيب الموقع على Google.com؛
- تقليل وقت تحميل الصّفحة، لزيادة مدّة زيارة الموقع، وتصفّح الزّوار للمزيد من الصّفحات؛
- تحسين أداء خادم الويب خاصّةً في فترات حركة المرور العاليّة (High traffic periods)؛
- توفير في عرض الحزمة (Bandwidth) يصل إلى 80% عند تصغير HTML ، CSS ، و JAVASCRIPT.

فيما يلي بعض الإضافات المشابهة لعمل W3TC:

- WP Super Cache
- WP Rocket

- WP Fastest Cache

- Hyper Cache

- LiteSpeed Cache

Wordfence

يوفر Wordfence فحصًا مستمرًا للبرامج الضارة، والبريد العشوائي، وحظر الروبوتات، والمصادقة ذات العاملين (two-factor authentication) لجميع المستخدمين، كما يفحص WordFence أيضًا مضيف الموقع بحثًا عن «الأبواب الخلفية» المحتملة، التي قد تعرّض المواقع للخطر، كما يسمح للمستخدمين بحظر الدخول من مصادر وبلدان محدّدة، إضافة إلى فحص البرامج الضارة بإرسال إشعارات فورية عبر البريد الإلكتروني حول الخروقات الأمنية المحتملة، يتوفّر Wordfence على نسخة مجانية، إضافة إلى نسخة مدفوعة الثمن للمزيد من الخصائص.

فيما يلي بعض الإضافات الأخرى مثل:

- All in One WordPress Security and Firewall

- Defender

- Sucuri

- iThemes Security

- akismet

د. إضافات التواصل

Contact Form 7

بأكثر من 5 ملايين عملية تثبيت نشطة، يُعدّ نموذج الاتصال (Contact Form 7) أحد أكثر الإضافات شيوعًا وأقدمها لنماذج الاتصال في WordPress، من مميزاته:

- إنشاء وإدارة نماذج اتصال متعددة (contact forms)؛
- تخصيص حقول النماذج بسهولة؛
- استخدام ترميز بسيط لتعديل محتوى البريد؛
- إدخال النماذج في أي صفحات أو منشورات باستخدام الرمز القصير (ShortCode)؛
- دعم البرنامج المساعد Akismet spam filter، والإرسال المدعوم من Ajax، و CAPTCHA؛
- الكثير من ملحقات الطرف الثالث (third-party) لوظائف إضافية؛

Mailster

- Mailster هو وسيلة سهلة لاستخدام النشرة الإخبارية للبريد الإلكتروني، يُمكن من إنشاء، إرسال، وتتبع حملات الرسائل الإخبارية؛ من مميزاتة:
- تتبع فتح الرسائل، النقرات، إلغاء الاشتراكات والارتداد (Bounces): يمكن تتبع الزبناء، ومعرفة من فتح، متى، وأين، الرسائل الإخبارية؛
 - تتبع الرسائل غير القابلة للتسليم (المرتدة)، والحصول على إحصائيات؛
 - المجيب التلقائي: إرسال رسائل عروض أو ترحيب للمشاركين الجدد؛
 - غير محدود: لا يوجد حد لتخزين المشتركين في Mailster، يمكن إرسال الحملات إلى آلاف المستخدمين بتثبيت واحد لبرنامج Mailster؛
 - جدولة الحملات: برمجة تلقي المشتركين في الموقع لآخر الأخبار الخاصة، في الأوقات المناسبة لهم؛
 - التجزئة: استهداف الجمهور بشروط وتقسيمات مخصصة؛
 - الاختبار المبدئي للرسائل الإخبارية.

هـ. إضافات تحسين محرّكات البحث والمتابعة

Yoast SEO

تعتبر إضافة Yoast SEO أفضل إضافات SEO في ووردبريس، والأكثر استخداماً، حيث يستخدمها أكثر من 14 مليون موقع ووردبريس.

تقوم الإضافة بإظهار عنوان Title + وصف Description لكل موضوع قبل نشره، يمكن كتابة عنوان مقال يظهر للزوّار داخل الموقع، وعنوان آخر محسن لمحرّكات البحث، وهذا يساعد في استهداف كلمات مفتاحية بشكل أفضل.

توفّر Yoast SEO بأكثر من 50 لغة منها اللغة العربية، وهذا ما يجعل التعامل معها سهلاً ويفضلها ملايين المستخدمين. تساعد الإضافة في تحديد عناوين المقالات عند نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتيح التحكم في وصف التدوينات وعناوينها.

MonsterInsights

MonsterInsights هي أفضل إضافة لبرنامج Google Analytics لأنه يسمح بسهولة توصيل الموقع مع Google Analytics (دون الاستعانة بمطوّر أو كتابة أي كود).
من مميزات MonsterInsights:

- إعداد سريع وسهل: باستخدام MonsterInsights، من السهل إعداد Google Analytics على الموقع، بإنشاء حساب Google Analytics وربطه بموقع WordPress، ممّا يجعل المدوّن قادراً على رؤية تقارير موقعه الخاصّ، في بضع دقائق فقط.
- لوحة تحكّم Google Analytics داخل موقع WordPress: يسمح بمشاهدة جميع الإحصائيات المهمّة في لوحة قيادة الموقع. لذلك، لا نحتاج إلى تسجيل الدخول إلى حسابات أخرى، كما يعرض تقارير محدّدة للنّاشرين ومواقع التجارة الإلكترونيّة و Search Console.

- تتبّع التجارة الإلكترونية أصبح سهلاً: يجعل تتبّع التجارة الإلكترونية المحسّن أمراً سهلاً، بنقرة واحدة، يمكن البدء في تتبّع المبيعات من متاجر WooCommerce و Easy Digital Download، كما يعرض معدّلات التحويل الإجمالية والمنتجات عالية الأداء، وغيرها من الأفكار المفيدة حول المتجر داخل لوحة التّحكّم.
- تتبّع تنزيلات الملفات: إذا كان الموقع يعرض تنزيلات الملفات، فمن الضروري معرفة ما إذا كان المستخدمون يقومون بالفعل بتنزيلها أم لا، MonsterInsights يسهّل تتبّع تنزيلات الملفات بدقة.
- الإضافات والتتبع المتقدم: تقدّم أيضاً خيارات تتبّع متقدّمة، مثل: تتبّع الارتباط التابع (Affiliate Link) و المؤلف، الفئات، وتتبع أنواع المنشورات المخصّصة .custom post type

و. إضافات إنشاء المنتديات والشبكات الاجتماعية:

BBpress

BBpress إضافة مجانية مفتوحة المصدر، تسمح بإنشاء منتدى، يتمتع بخصائص المنتديات المعروفة بنفسها، مثل: vBulletin و PHPbb و IP وغيرها، ويتميز بما يلي:



- أخفّ وأسرع بكثير من المنتديات الأخرى؛
- سهل التعامل معه ومع ملفّاته، لأنّه مطوّر من قِبَلِ الفريق الذي طوّر WordPress؛
- قوي جدًّا في مجال محرّكات البحث؛
- لا يحتاج إلى تنصيب جديد أو إنشاء قاعدة بيانات أخرى (على تنصيب الوردبريس نفسه).

Buddypress

تمكّن هذه الإضافة من إنشاء شبكة اجتماعيّة، تحتوي على مجموعات، أنشطة، وملفّات شخصيّة لأعضاء الموقع، ومن المزايا التي توفرها:

- إنشاء وتحرير صفحات ملف تعريف المستخدم؛
- إنشاء ملفّات موسعة لتعريف المستخدم (extended user profiles)؛
- متابعة التّحديثات على مستوى الموقع من خلال تدفّقات النّشاط «Activity streams»؛
- إنشاء مجتمعات فرعيّة (sub-communities) من المستخدمين، مع مجموعات (Groups)؛
- يمكن للمستخدمين إضافة بعضهم البعض كأصدقاء، وإرسال رسائل خاصّة؛
- قوالب مخصّصة لصفحات إعادة التّسجيل، وتسجيل الدّخول، وكلمة مرور المستخدم؛
- الإخطارات الحيّة (Notifications)؛
- خيار البحث؛

ز. إضافات التّعليب: انظر قسم تقنيّات جلب المتابعين.

ح. إضافات التّعليم عن بعد:

LearnPress

LearnPress يعتبر أفضل إضافة مجانية لنظام إدارة التعلّم الإلكتروني في WordPress، حيث يمكن من إنشاء دورات تدريبية، وبيعها بسهولة عبر الإنترنت، دون الحاجة إلى معرفة البرمجة. من مميزات LearnPress:

- يعمل مع أيّ قالب WordPress؛
 - يوفر واجهة مستخدم ممتازة لإنشاء دورات بخيارات متعدّدة؛
 - يمكن من إدارة ومشاركة الدروس والدورات التدريبية، ومشاهدة إحصائيات حول عدد الطلاب؛
 - يسمح ببيع الدورات التدريبية بدعم العديد من طرق الفوترة، مثل: Paypal و Stripe و WooCommerce؛
 - يساعد على التّواصل مع الطالب أو المعلم عبر منتدى؛
 - يوفر الكثير من الوظائف الإضافية (add-on)؛
 - يتمّ تطويره وتحسينه بشكل دائم يومًا بعد يوم لتقديم ميزات جديدة.
- ط. إضافات إنشاء متجر إلكتروني؛

WooCommerce

WooCommerce، من أشهر حلول التجارة الإلكترونية المجانية مفتوحة المصدر، والأكثر شيوعًا في العالم، يتميز بكونه مرن، ومعزّز من المجتمع العالمي (community). تعني حرية المصدر المفتوح: الاحتفاظ بالملكية الكاملة لمحتوى المتجر وبياناته إلى الأبد.

من بعض مميزات WooCommerce:

- إنشاء واجهات مخازن (Stores) جميلة وجذابة باستخدام القوالب المناسبة؛
- عرض السلع الماديّة والرقميّة؛

- تخصيص الصفحات في دقائق؛
 - يمكن الوصول إلى أعلى نتائج البحث عن طريق تعزيز مزايا تحسين محرّكات البحث في ووردبريس؛
 - اختيار كيفة الحصول على الأموال عبر عدّة وسائل Stripe و PayPal و Square؛
 - خيارات الشّحن، UPS و FedEx و ShipStation، بالإضافة إلى مجموعة متنوّعة من حلول التّسليم؛
 - إضافة موثوق بها، يستعملها أكثر من 34% من الويب، تخضع للتّدقيق بانتظام من قبل Sucuri، وهي شركة رائدة في مجال الأمان.
- ي. إضافات تعدّد اللّغات:

Polylang

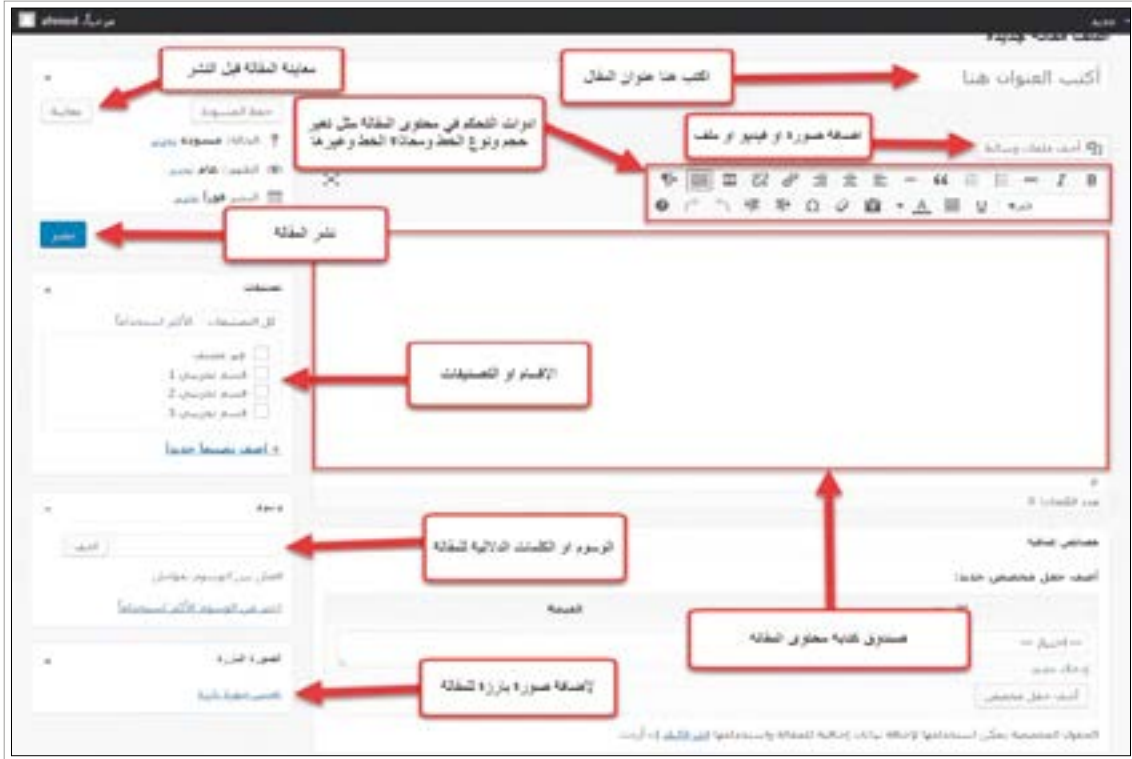
يتيح Polylang إنشاء موقع متعدّد اللّغات، من أهمّ خصائصه:

- استخدام أيّ لغة من اللّغات، مثل العربية (RTL) والقيام بتحديث تلقائيّ لها؛
 - ترجمة المقالات والصفحات والوسائط والفئات وعلامات المقالات والقوائم والأدوات...
 - دعم أنواع المحتوى المخصّصة، والتّصنيفات المخصّصة، والمشاركات المثبتة، وتنسيقات النّشر، وموجزات RSS، وجميع أدوات WordPress الافتراضية (widgets)؛
 - نسخ الفئات والبيانات الوصفية تلقائيًا، عند إضافة ترجمة لمقالة أو صفحة؛
 - توفير أداة لتغيير اللّغة في الموقع.
- 5.2.5.2 إنشاء المقالات والصفحات:

أ. إنشاء مقال:

لإنشاء أوّل مقال للمدوّنة، نقر على مقالات» أضف جديد، ستظهر لنا صفحة إضافة مقالة جديدة، وتحتوي هذه الصفحة على محرّر النّصوص الذي بواسطته نستطيع كتابة

المقالة وتنسيقها مع بعض الاختيارات الأخرى كالتصنيف والكلمات الدلالية أو الوسوم، كما توضّح الصورة التالية:



ب. إنشاء صفحة:

لإنشاء صفحة للمدونة، نقر فوق صفحات > أضف جديد.



ج. إضافة التصنيفات والوسوم:

كذلك يمكن أن تقوم بنشر 5 مقالات عن ظاهرة إخراج النسل في المخرج الإلكترونية، وفي كل مقالة نتكلم فيها عن فكرة منفصلة عن هذه الظاهرة وأسباب ودوافعها وسبب انتشارها ونماذج لنقلها وهكذا. ستكون هذه المقالات الخمس تحت التصنيف الكبير (الووردبريس) لأن هذا الموضوع أقل من أن يفرده له تصنيف منفصل لعدم تفرده عن مقالات بشكل متعدد، ولكن يمكن أن تربط هذه المقالات الخمس بوسم (إخراج نسل السمور).

في الحقيقة نحن لا نستخدم الوسوم دائماً في موقع عرب ووردبريس كلمة مجموعات المقالات التي يمكن ارتباطها بهذا الشكل تحت وسم محدد وربما لاحقاً نستخدمها لإضافة تقسيم بعض المقالات ولكن هذا لا يعني أنها ليست مهمة فدرجة أهميتها واستخدامها عندك بحسب اختيارك لتصنيف محتوى موقعك.

إذا تعرفت على كيفية استخدام الوسوم والتصنيفات بالشكل الصحيح فعدنا نتعرف على كيفية استخدامها في ووردبريس.

استخدام الوسوم والتصنيفات في

في أثناء كتابة المقالة وقبل النشر على نشر

في الحقيقة نحن لا نستخدم الوسوم كثيراً في موقع عرب ووردبريس، وليس

ربما يكون لديك معلومة بها الكثير

التصنيفات (categories) والوسوم (tags) هما النوعان الأساسيان من الفئات (taxonomies) التي يوفرها ووردبريس لتنظيم المحتوى افتراضياً، يمكن استعمال التصنيفات والوسوم في المنشورات (posts) فقط، وليس في الصفحات (pages)، كما يجب أن يمتلك كل منشور تصنيفاً واحداً على الأقل، أما استعمال الوسوم فهو اختياري، ويمكن وضع التصنيفات في هيكلية ذات عدة مستويات، أما الوسوم فهي ذات مستوى وحيد.

3. التأثير عبر منصات التواصل الاجتماعي:



1.3. اختيار المنصّات المناسبة للعمل

فيسبوك: يعتبر من أشهر مواقع التّواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً بين الشّباب، بسبب المزايا والإمكانيات الكبيرة التي يقدّمها للمستخدم، ممّا يجعله الأكثر تفضيلاً والأشدّ تأثيراً على المستخدمين وخاصّة على الشّباب الرّاغبين في التّواصل والبحث عن أصدقاء جدد، وتدعيم صداقات قديمة والتّعبير بحريّة عن الأفكار.

كما يعتبر من أهمّ المواقع التي تستخدم في التّعليم والمجال الأكاديمي، إضافة إلى تطبيقاته المتنوّعة، حيث يمكن ربطه مع مجموعة من المواقع، كاليوتيوب وتويتر وخدمات الهاتف الذّكيّ، ممّا يمنح للمستخدم اختيارات متعدّدة لتحقيق الأهداف.

كما يمكن من نشر مختلف أنواع المحتوى، من صور وفيديوهات ومقالات، بشكل غير محدود، مع إمكانيّة التّفاعل المستمر مع المتابعين.

كما أنّه يوفّر مجموعة من الأدوات، التي تمكّن من تتبّع المحتوى، وتقييم مدى نجاح أهداف المستخدم.

اليوتيوب: يُعدّ من أهمّ وأشهر المواقع ذات المحتوى المرئي على شبكات التّواصل الاجتماعي، إذ يتمّ تحميل ما يقارب 100 ساعة من مقاطع الفيديو على اليوتيوب في الدّقيقة الواحدة، ممّا يجعله من أغنى المواقع بالمعلومات المختلفة، كما يتّسم بالعديد من الخصائص المتميّزة التي تتلخّص في:

- تبادل الفيديوهات ومشاركة الرّوابط، ممّا يساهم في انتشار الأفكار ونجاح الأهداف.
- رفع وتحميل المقاطع بشكل مجانيّ، مع توفير الأدوات اللاّزمة لإعداد الفيديو، مع إمكانيّة البثّ المباشر.
- التّفاعل مع المتابعين، وفقاً للمحتوى المعروف.
- إدارة التّحكّم في القناة الخاصّة به، مع أدوات التّقييم والتّتبّع لمدى درجة بلوغ الأهداف من نشر الفيديوهات.

تويتر: يعتبر من أقوى مواقع التواصل الاجتماعي، لما يتضمّنه من خصائص في نشر المحتوى، وخاصة التي تتطلب التفاعل السريع، المتمثلة فيما يلي:

- صياغة رسائل نصية مبسطة وواضحة، لا تزيد عن 280 حرف كحدّ أقصى، بعد أن كانت 140.
- باستثناء المشتركين من الولايات المتحدة الأمريكية الذين يمكنهم كتابة التغريدة من 280 حرفاً إلى 4000 حرف.
- يقدم الموقع خدمات تقود المستخدم لزيارة المواقع والمدونات الخاصة بالمواضيع التي يبحثون عنها.
- قوة الهاشتاغ (Hashtag) أو علامات التصنيف لفهرسة الكلمات الرئيسة والمواضيع، ممّا يسهّل العثور على المواضيع التي تهتمّ كل فرد.
- مواكبة الأحداث لحظة بلحظة، وهي الطريقة الأكثر سرعة وفاعلية لتقديم محتوى جديد.

انستغرام: تعتبر المؤثرات والفلاتر التي يوفرها التطبيق من بين أقوى الميزات التي تميّزه عن غيره من وسائل التواصل الاجتماعي، ممّا يمكن المستخدم من القيام بتعديلات على الصور الخاصة به، كما يوفر إمكانية التفاعل المستمر مع باقي المستخدمين عبر المتابعة، مع إمكانية نشر القصص التي تظلّ متاحة للمشاهدة لمدة يوم واحد مع الأصدقاء.

لينكد إن linkedin: هو عبارة عن منصة متخصصة في عالم الأعمال والتوظيف، تمكّن مستخدميها من التواصل في الإطار الوظيفي والمهني، حيث يمثل حساب الشخص على الموقع الواجهة الاحترافية التي تمثله، فهو يتيح للمستخدم إمكانية كتابة السيرة الذاتية بشكل احترافي، تمكّنه من التواصل بشكل مباشر مع المشغل.

يسمح الموقع بإضافة ما يقارب 30 ألف اتصال، أي: ما يُسمّى بالشبكة، مقارنة مع فيسبوك الذي يسمح بإضافة 5 آلاف صديق، أي ما يسمّى بقائمة الأصدقاء، كما يسمح الموقع بمعرفة من زار الصفحة الشخصية، وهذا يعطي فكرة عن الأشخاص المهتمين بالمستخدم؛

إضافة إلى الجانب المهني، يتيح الموقع إمكانية التدوين، من نشر الصور أو الفيديوهات أو النصوص.

تيك توك Tik Tok: هو عبارة عن تطبيق اجتماعي متخصص بنشر مقاطع الفيديوهات بين رواده بأسلوب إبداعي، بشكل مباشر بواسطة الهاتف، على ألا تتعدى مدة الفيديو 15 ثانية، مع إمكانية إضافة تحسينات على الفيديو عبر المؤثرات، كالرسوم الكوميديّة والملصقات الجميلة، كما يدعم ما يقارب 78 لغة، ويستهدف جميع شرائح المجتمع تقريباً.

2.3. المواصفات الفضلى للصفحة الشخصية ونشر المحتوى

للحصول على أكبر قدر من التفاعل وضمّان وصول المنشورات لأوسع نطاق، يجب الحرص على احترام معايير كل موقع على حدة، إضافة إلى توظيف مجموعة من التقنيات المتمثلة في:

• اليوتيوب

○ احترام مقاسات الصور كما هو موضح في الصورة

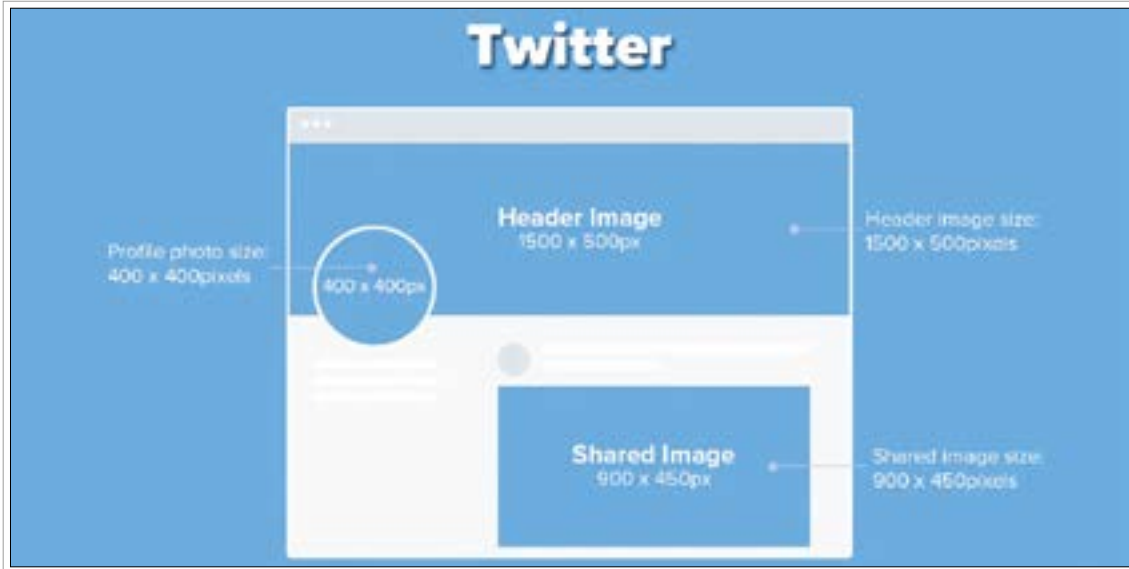




- الالتزام بالنشر الدّوري للفيديوهات.
- كتابة عناوين قصيرة وجذّابة لها صلة بالموضوع.
- اختيار صورة مصغّرة للفيديوهات (thumbnail)، من أجل جلب المتابعين.
- التركيز على جودة الصّوت والصّورة.
- استعمال الكلمات المفتاحية (Tags).
- التّفاعل مع التّعليقات.
- يجب ألاّ يتجاوز العنوان 55 حرفاً، لتحسين نتائج البحث داخل محرّكات البحث.
- المشاركة في النقاش مع المستخدمين وإتاحة الفرصة لهم للتّفاعل، بالإضافة إلى ضرورة قراءة التّعليقات للاستفادة.

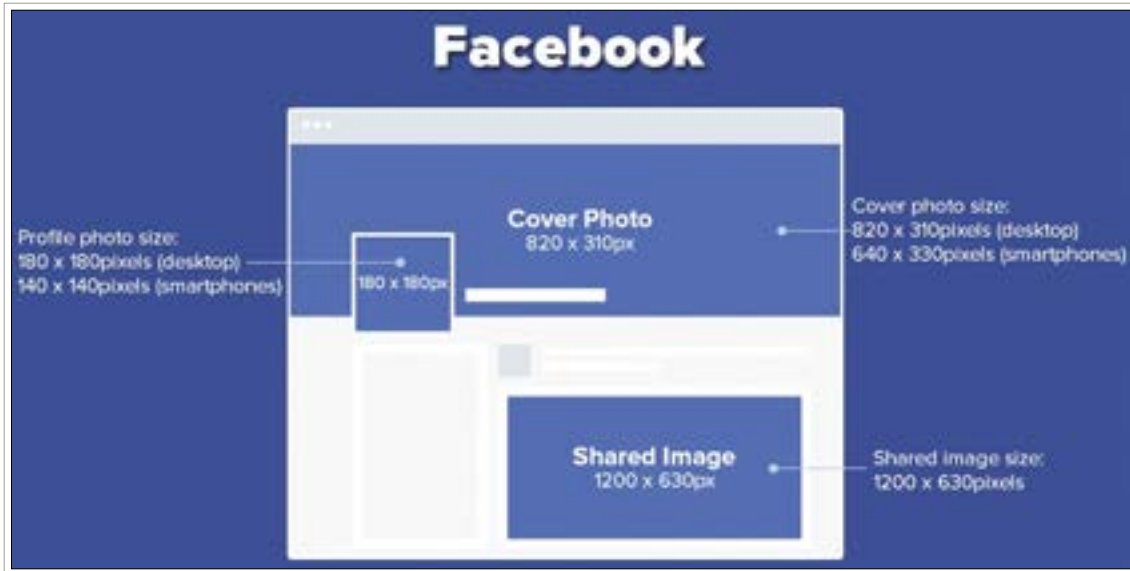
• تويتر Twitter

- التّركيز على جودة صور الحساب، من غلاف والصّورة الشّخصية مع احترام المقاييس كما هو موضّح في الصّورة:



- الاختصار في كتابة التّغريدات.
- كتابة تغريدات واضحة مع الحثّ على التّفاعل والمشاركة.
- تضمين الصّور والفيديوهات للتّغريدات.
- طرح الأسئلة وإجراء استطلاعات الرّأي.
- إعادة نشر التّغريدات ذات الصّلة.
- توظيف الوسوم (Hashtag) داخل التّغريدات.
- التّركيز على تنظيم أوقات النّشر.
- اختيار الأوقات المناسبة للنّشر.
- المشاركة في النّقاش مع المستخدمين، وإتاحة الفرصة لديهم للتّفاعل، بالإضافة إلى ضرورة قراءة التّعليقات للاستفادة.
- الحرص على استخدام أسلوب يشجّع على الحوار.

• الفيسبوك (Facebook)



- مقاييس الصّور.
 - استعمال منشورات قصيرة ومحدّدة.
 - نشر المحتوى بشكل متكرّر، وفي الوقت المناسب، خاصّة بعد الظّهيرة والمساء.
 - الحرص على توظيف الصّور والفيديوهات ذات الجودة العالية.
 - التّفاعل المستمر والدائم.
 - استعمال الكلمات المفتاحية بشكل منطقي داخل المنشور.
 - وضع الرّوابط التي تقود المستخدمين لزيارة منشوراتك الأخرى.
- لينكد إن linkedin
 - مقاييس الصّور.
 - استخدام صورة احترافية للملف الشخصي.
 - تحديث ملف التعريف الخاصّ.



- التفاعل داخل المجموعات واستخدامها لنشر الحساب أو الصّفحة.
- تسليط الضّوء على الخدمات التي تقدّمها، والمهارات التي تكتسبها.
- إظهار الشّغف بالتعلّم والتّطوير.

● انستاغرام (Instagram)



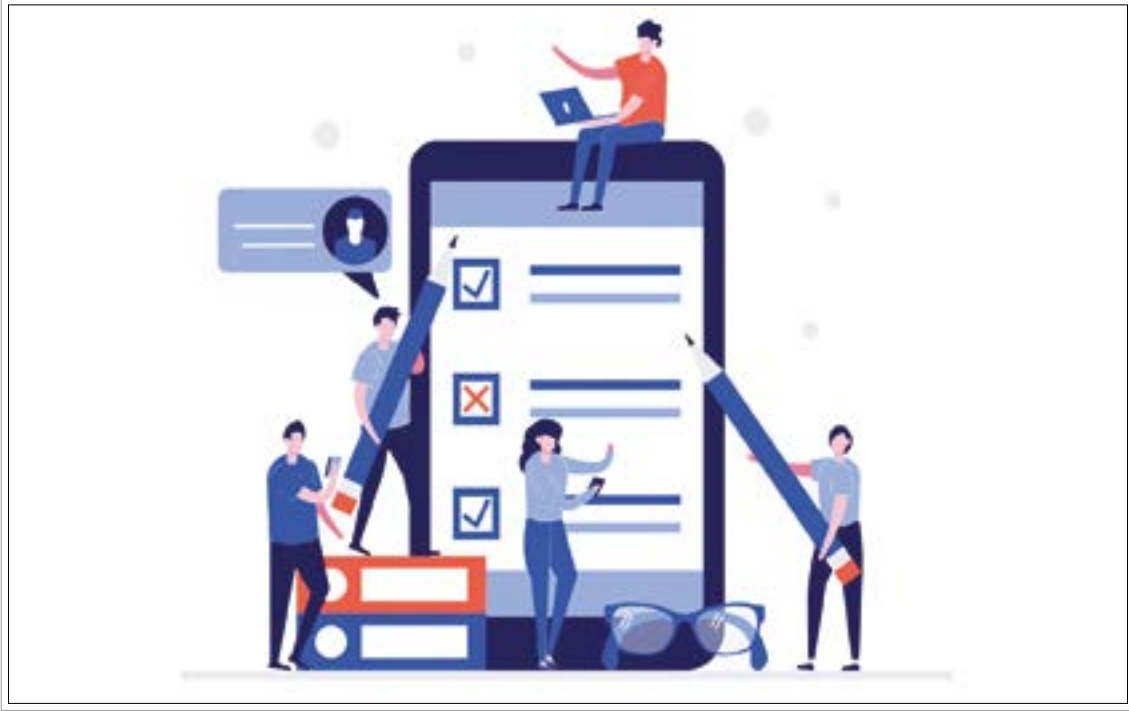
- مقاييس الصّور.
- عدم المبالغة في النّشر.
- استخدام القصص للحصول على محتوى أخفّ.
- استعمال الوسوم من أجل تصنيف المحتوى والكلمات المفتاحية للوصول لأكبر عدد من المستخدمين.
- توظيف الصّور والفيديوهات ذات الجودة العالية.

• تيك توك Tik Tok



- مقاييس الصور.
- إعطاء الأولوية لمقاطع الفيديو العمودية التصوير.
- العمل على فيديوهات قصيرة ومركزة لا تتجاوز 15 ثانية.
- اختيار صور مؤثرة ذات جودة عالية.
- العمل على إضافة الموسيقى مع مراعاة حقوق الملكية.
- توظيف مرئيات عالية التأثير.
- تضمين عبارات مقنعة تحث المستخدم على متابعة المقاطع.

3.3. أدوات التتبع والتقييم



يُعدّ التتبع والتقييم جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية العمل للوصول إلى نتائج إيجابية، لذلك توفر مجموعة من المواقع كاليوتيوب والفيسبوك وتويتر أدوات لمراقبة البيانات وتحليلها، وتمكّن من قياس وتعزيز قوة التأثير، كما تتوفر شبكة الانترنت على الكثير من المواقع التي تقدّم هذه الخدمات، منها:



Union Metrics

تتيح أداة Union Metrics فحص مجاني لحساب الإنستغرام الخاص، وذلك باستخدام خوارزميات ذكية تساعد على تعزيز الوجود الإيجابي على المنصة، حيث تجيب على أسئلة مثل:

- ما هو أفضل وقت للنشر على الإنستغرام؟
- ما هي علامات التصنيف التي يجب استخدامها للحصول على أكبر قدر من المشاركة؟
- ما الذي يجب نشره بشكل أكثر أو أقل؟

Rivaliq

يوفر تقارير مجانية لصفحات الفيسبوك، بحيث يساعد على:

- اكتشاف الوقت الأمثل للنشر.
- اكتشاف عدد الكلمات التي يمكن استخدامها في المنشورات.
- تحديد نوع الوسائط الأفضل.
- معرفة المكان الذي يعيش فيه أفضل المعجبين.
- معرفة المكان الذي يأتي منه المعجبون الجدد.

Twitonomy

توفر هذه الأداة العديد من المزايا منها:

- النسخ الاحتياطي، أو تصدير التغريدات، وإعادة التغريد، ويقدم كذلك تقاريراً على شكل ملف إكسل (Excel) أو Pdf.
- مراقبة التفاعلات مع مستخدمي تويتر الآخرين.
- الحصول على تحليلات البحث حول أي كلمة مفتاحية أو هاشتاغ أو عنوان URL أو اسم مستخدم.
- استعراض الأشخاص والبحث وفرزهم وإضافتهم أو إزالتهم من القوائم الرئيسية.

- متابعة تغريدات المستخدمين المفضّلين، والقوائم وعمليات البحث عن الكلمات المفتاحية.
- تحميل المتابعين على شكل قوائم إكسل (Excel).
- تتبّع النقرات على الروابط في التغريدات.
- تتبّع نمو المتابعين مع مرور الوقت.

Buzzsumo

يساعد على اختيار أفضل موضوع ومنافس، من خلال تحليل المحتوى، كما يمكن من البحث عن المؤثرين الأكثر شهرة.

Google trends

يمكن من اكتشاف ما يبحث عنه مستخدمو الإنترنت حول العالم، ومقارنة مصطلحات البحث ومواقع الويب، كما يمكن من الحصول على رؤى حول حركة وأنماط الزيارات الجغرافية لمواقع الويب أو الكلمات الرئيسية.

Omgili

تساعد أداة Omgili في العثور على مناقشات مثيرة للاهتمام، وأحداث وقصص إخبارية ومشاركات المدونات، وتمكن من الوصول المباشر إلى بيانات مئات الآلاف من المنتديات والأخبار والمدونات.

HootSuite

تساعد على مراقبة شبكات اجتماعية متعددة بما في ذلك فيسبوك وتويتر، وتساعد على إنشاء تقارير مخصصة باستخدام أكثر من 30 نموذج تقرير فردي لمشاركتها مع الزبناء والمختصين.

كذلك تقوم أداة "HootSuite" بدمج أداة "الفيسبوك Insights" وتحليلات جوجل، وتقوم بصياغة الرسائل وجدولة إرسالها. تحتوي "HootSuite" على لوحة تحكّم خاصّة بأجهزة الآيفون والآيباد والأندرويد. كما تمكّن من:

- إدارة جميع الشبكات الاجتماعية الخاصّة وجدولة الرسائل للنشر في المستقبل؛
- التّعرف على آراء الجمهور؛
- تمنح أدوات تحليل وسائل التّواصل الاجتماعي رؤية متعمّقة حول درجة تأثير جهودك على وسائل التّواصل الاجتماعي؛
- تساعد على الحفاظ على تسجيلات الدّخول الآمنة، وحماية الملف الشخصي؛
- المجموعة تضم أكثر من 30 تطبيق يساعد على زيادة الوصول الاجتماعي.

4. تقنيات جلب المتابعين:



1.4. تحسين محرّكات البحث SEO

المحتوى لتحسين ظهوره في محرّكات البحث، واحتلاله نتائج متقدمة. SEO يهيئ الموقع للظهور بجميع محرّكات البحث، وليس محرّك جوجل فقط، لذلك فهو أساسي لأصحاب المواقع، فينبغي تطبيقه بشكل سليم، ليحتل الموقع نتائج متقدمة بمحرّكات البحث، وجعل المحتوى يدخل أرشفة محرّكات البحث، ليظهر بشكل أسرع في نتائج بحثها، وبالتالي يزداد عدد الزوار الذي يتبعه زيادة الأرباح.

أصبحت مُحسّنات محرّكات البحث متنوّعة الآن، كُمُحسّنات محرّكات البحث المحليّة (SEO Local)، وتحسين محرّكات البحث على الفيديو (SEO Video)، وتحسين محرّكات البحث للصور (SEO images)، وتحسين محرّكات البحث الإخباري (SEO d'actualités).

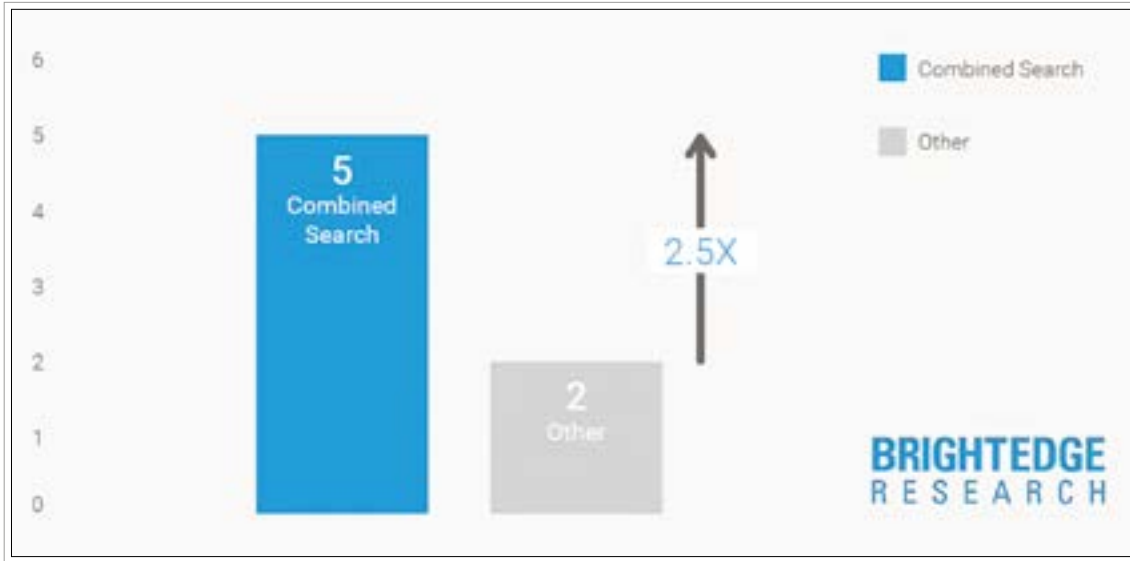
المجالات الرئيسة لمُحسّنات محرّكات البحث هي:

- العناصر التقنية أو عناصر البنية التّحتية (اسم المجال، وتحسين الزّحف الشّبكي (optimisation crawl)، وامثال التّعليمات البرمجية، وما إلى ذلك)؛
- عناصر تحسين محتوى الصّفحة (تحسين محرّكات البحث على الصّفحة)؛
- تطوير وتحسين الرّوابط الخارجيّة (الرّوابط الخلفية - backlinks) من خلال ممارسات الرّبط الشّبكي (Networking).

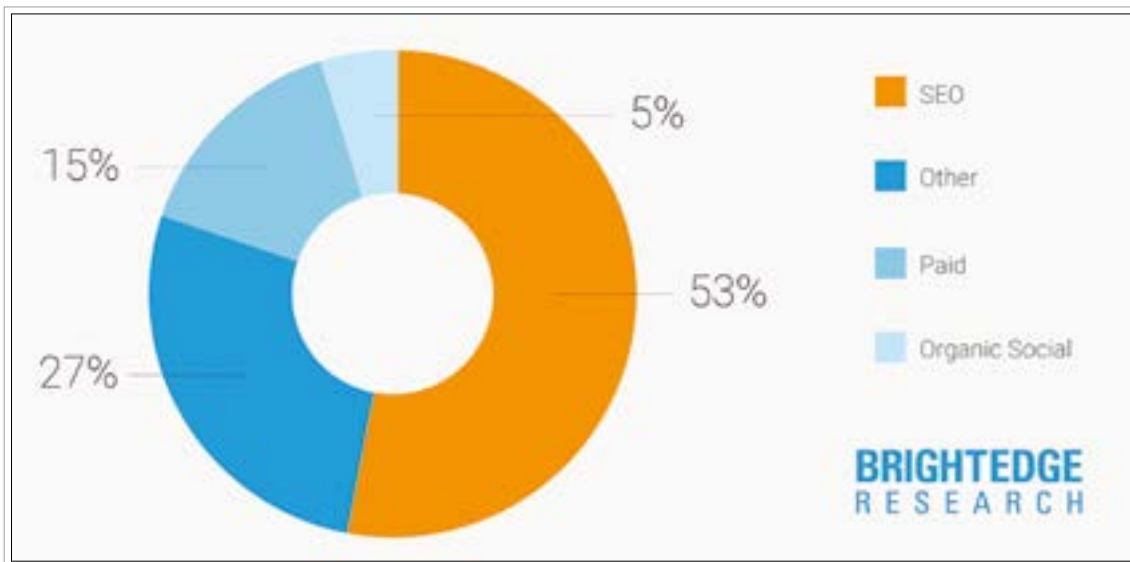
بعض الإحصائيات:

- بلغ عدد التّغييرات التي أجرتها Google على خوارزمية المحرّك 3620، في عام 2019 (كان هذا الرّقم 665 في عام 2012)؛ المصدر: جوجل.

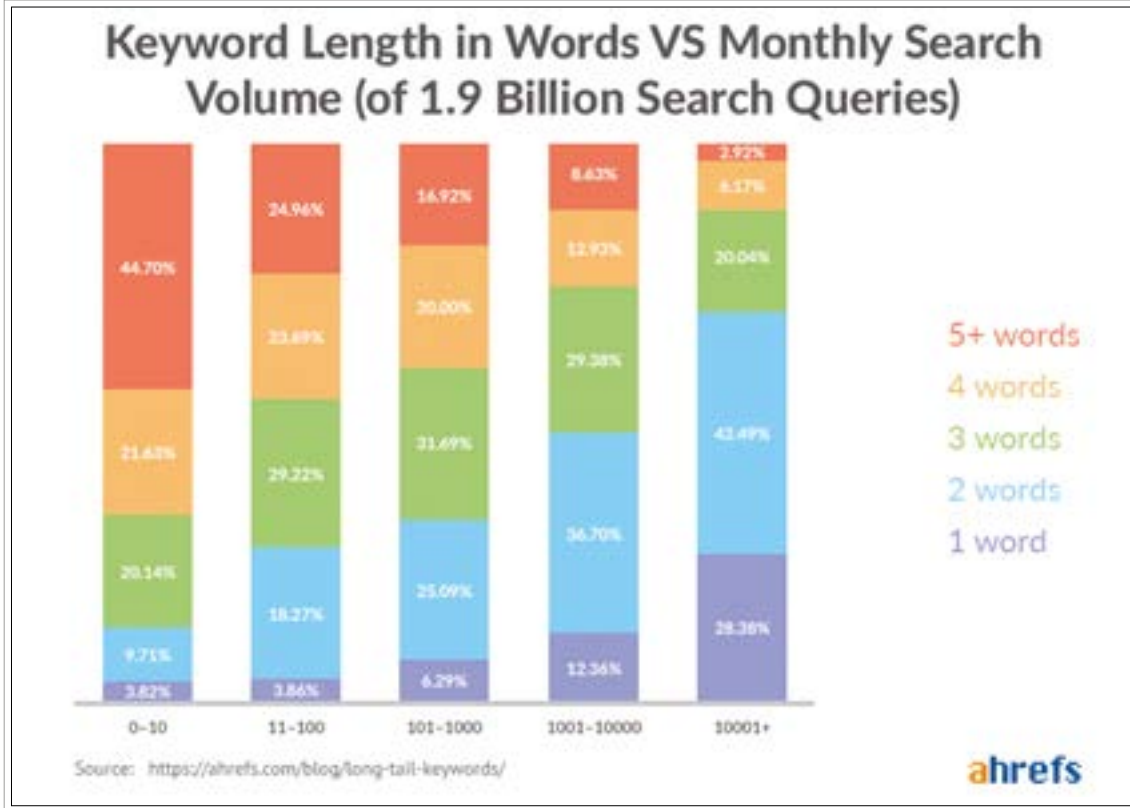
- تبدأ 68% من التجارب عبر الإنترنت بمحرك بحث؛ (BrightEdge)



- 0.78% من مستخدمي Google ينقرون على نتائج الصفحة الثانية (SERP 2)؛ المصدر: Backlinko.
- 53%: متوسط النسبة المئوية لحركة البحث العضوي إلى موقع ويب؛ المصدر: BrightEdge, seinc.



- 69.7%: النسبة المئوية لاستعلامات محرك البحث التي تحتوي على 4 كلمات أو أكثر؛ المصدر: Ahrefs.



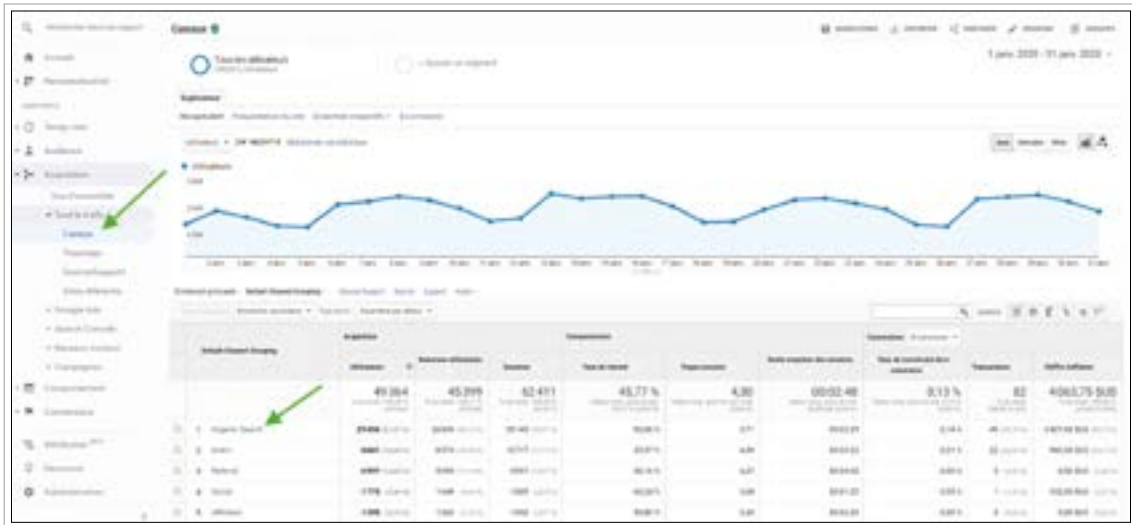
- 757583: عدد الاختبارات التي أجرتها Google على خوارزمياتها في عام 2021. وكان هذا الرقم 654680 في عام 2018. المصدر: جوجل.
- 60%: النسبة المئوية لعمليات البحث المحددة جغرافياً على Google Mobile، بينما في عام 2019 كانت النسبة 30%. المصدر: جوجل، BARD.
- 40 مليار: عدد صفحات البريد العشوائي التي اكتشفتها Google، في عام 2020 كل يوم تحتوي على رسائل غير مرغوب فيها. المصدر: جوجل.
- من 70 إلى 100 مليار: عدد الروابط الجديدة (لم يتم تحديدها من قبل) التي تم اكتشافها كل يوم بواسطة روبوتات Bing. المصدر: بنج.

- 41%: عدد صفحات نتائج Google التي تحتوي على روابط إلى ... محتوى Google! المصدر: The Markup.

يُعدّ تحسين محرّكات البحث (SEO) أحد أهمّ الأشياء التي يمكن تعلّمها، لأنّه يساعد في مشاهدة المحتوى الخاصّ بالمدوّن من قِبَل الجمهور المناسب، هذا يعني الدّخل! إذا كان بالإمكان استهداف الجمهور المناسب من خلال الكلمات الرّئيسة، فيمكن تحقيق دخل من هذا المحتوى.

يمكن استخدام Google Analytics لتحسين محرّكات البحث من خلال:

- فحص الكلمات والعبارات التي يستخدمها الزّوار للعثور على الموقع في جوجل: هذا هو أسهل استخدام لبرنامج Google Analytics وربما أهمّه، حيث يمنح ثروة من المعلومات حول زوّار الموقع والكلمات الرّئيسة المستخدمة من خلال محرّكات البحث.



- توصيل «Search Console» من Google بحساب Google Analytics الخاصّ بالموقع لفهم كيف يرى محرّك البحث الموقع: Search Console أداة مجانية تتيح ضبط الكثير

من الإعدادات على الموقع، كإدارة كيفية عرض Google لموقع إلكتروني، وذلك بتوصيله بحساب Google Analytics الخاص بالموقع، للحصول على معلومات مفيدة كـ «المستخدمين الذين زاروا الموقع» إضافة إلى «الزوار الذين شاهدوا الموقع يظهر في نتائج محرك البحث» لكنهم لم ينقروا على رابط الموقع.

- تقييم جودة حركة المرور (Traffic) من محرّكات البحث باستخدام الأهداف: الأهداف ميزة قوية جداً في Google Analytics تسمح باكتشاف متى تصرف المستخدم بالشكل الذي يتوقع منه، على سبيل المثال، عندما يقوم مستخدم بشراء منتج ما، أو عندما يكمل نموذج الاتصال لإرسال رسالة، أو النقر على إعلان؛ باختصار، عندما يتخذ الإجراء الذي نريد أن يفعله، هنا تكمن أهميّة الأهداف، حيث تسمح بحصر الزوار الذين اتخذوا هذا الإجراء، حتى نتمكن من دراستهم ومعرفة المزيد عنهم، على حساب Google Analytics.

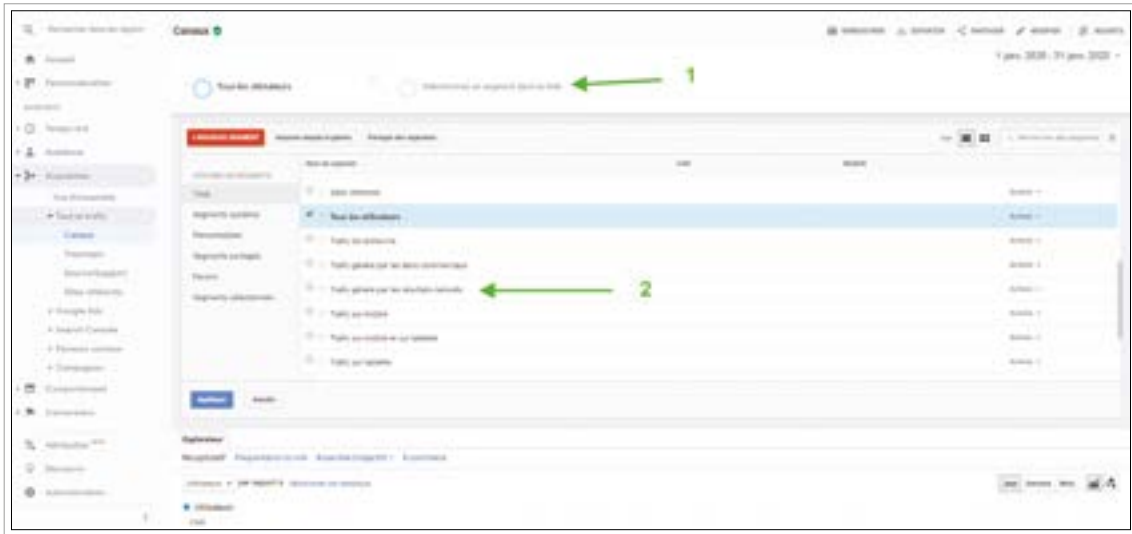
من أين يأتي معظم الزوار الذين يجرون التحويل؟ ما الصفحات التي يزورونها في أغلب الأحيان؟ هل هم من بلد أو منطقة معينة؟ Google Analytics يجيب عن هذه الأسئلة، ليساعد على تحسين استراتيجية جذب حركة مرور أفضل.

- إعداد لوحة تحكّم لمراقبة تطوّر حركة المرور بانتظام من محرّكات البحث: لوحة التّحكّم تتيح:

- تتبّع حركة المرور أسبوعياً (أو حتى يومياً، اعتماداً على حجم الموقع)، لاكتشاف التّغيرات المفاجئة، مثل انخفاض عدد الزوار؛
- التّحقّق من أن الجهود تؤتي ثمارها؛
- الإعلام عند حدوث تأثيرات موسميّة؛
- Google Analytics يسمح بتكوين لوحة معلومات حسب المؤشّرات التي يحتاجها المدوّن؛



- عدد التحويلات التي أتت من محرّكات البحث؛
 - تطوّر الموقع في محرّكات البحث؛
 - أعلى الصفحات مشاهدة.
- حصر الزّوار الذين دخلوا عن طريق محرّك بحث: Google Analytics يسمح بتصفية المعلومات على الشاشة لإظهار جزء فقط من حركة المرور؛ تصفية الزّوار الذين دخلوا الموقع من خلال محرّك بحث، تساعد في ترتيب الموقع، وتتيح فهم الزّوار الذين قد يتصرّفون بشكل مختلف تمامًا عن الزّوار الذين دخلوا عبر الشّبكات الاجتماعية، أو من خلال الرّسائل الإخبارية، بشكل أفضل.



- تحديد صفحات الموقع التي تجذب أكبر عدد من حركة المرور (Traffic) من محرّكات البحث: ما الصفحات التي تجذب حركة المرور بشكل طبيعي إلى الموقع؟ هل يمكن تحسينها قليلاً للعثور على المزيد من الزّوار؟ ما الصفحات التي لا تجذب الكثير من الزيارات؟ لماذا لا تحصل على زوّار؟ ما الذي يمكن تغييره؟



Google Analytics قادر على الإشارة إلى الصفحات المعنوية، من أجل تحسين المحتوى وجلب الزوار.

• تحديد أفضل الصفحات أداءً على الموقع:

◦ يمكن أن تكون هذه الصفحات الأكثر مشاهدة، أو الصفحات التي يقضي زوار الموقع معظم الوقت فيها؛

◦ أو الصفحات الأكثر مشاهدة من قبل زوار الموقع عبر محرّكات البحث؛

الحالة الأولى: تحليل الصفحات التي من خلالها يدخل الزوار إلى الموقع، من أجل فهم كيفية دخول الزوار إلى الموقع، واكتشاف الصفحات ذات الأداء الجيد، وتحسين الصفحات ذات الأداء الضعيف.

الحالة الثانية: تحليل جميع صفحات الموقع، لفهم الصفحات التي يتفاعل معها الزوار بشكل أفضل، ومن ثمّ تحديد الصفحات التي يجب إبرازها أكثر على الموقع؛ عادةً ما تكون هذه الصفحات هي التي سيتم الدفع بها للزائر الذي وصل للتوّ إلى منشور مدونة، ويتساءل عمّا يجب فعله في نهاية المنشور، بعد ذلك؛ ستتم التوصية بهذه الصفحة له، لأنّ مستخدمي الإنترنت الآخرين الذين شاهدوها قاموا بالدخول إليها، غالباً.

2.4. التلعيب

التلعيب أو اللّوعبة، ترجمات للمصطلح الإنجليزي Gamification، وهو مقارنة تقوم على أخذ العناصر الجذّابة للألعاب (أو ما يسمّى بميكانيكا اللّعبة أو تقنيّات تصميم الألعاب) وتطبيقها في أيّ مجال تقريباً، من أجل زيادة الحافز والمشاركة، أو حلّ مشاكل، أو توليد سلوكيّات معيّنة.

تقوم استراتيجية التلعيب عموماً على تلبية حاجات التحفيز والجاذبيّة وجلب الاهتمام، من خلال أربع عناصر:

- الترتيب: الذي يرفع منسوب تحفيز المشاركين، الذين يدخلون في المنافسة.
- التحدّيات: وهي أهداف أو مهام صغرى تجعل المستخدم (ة) على المحكّ.
- الشّارات: وهي المكافآت الشّخصية إذ هي أكثر الطّرق فعاليّة لاجتذاب المستخدم (ة).
- المستويات: حيث يتقدّم المستخدم (ة)، ويصل إلى مستويات تشجّعه على المتابعة. وبالرّغم من أن الشّارات ولوحات الصّدارة هي جزء من التلعيب، إلّا أنّها لا تعكس جوهره الأساسي، فالتلعيب يستخدم ميكانيكا وتقنيّات اللّعب، لإشراك النّاس وتعبئتهم، من خلال محرّكاتهم التّحفيزيّة الجوهرية Core Drives فاستعمال آليّات اللّعب، مثل:
 - كسب نقاط من أجل الحصول على المكافأة؛
 - الترقّي في المستويات من أجل إبراز التّقدّم؛
 - إظهار الإنجاز من خلال التّيجة؛
 - توضيح الأهداف التي ينبغي بلوغها؛

يجعل استخدام المواقع الالكترونية أكثر متعة، حيث يشعر زوّارها بميل أكثر للعودة إلى تصفّحها، وترك التّعليقات، وإجراء عمليات شراء، والمزيد عندما يمكنهم كسب مكافآت

(على سبيل المثال مسابقات الـ «Giveaway» التي يقوم بها مجموعة من المؤثرين) مقابل القيام بذلك.

ستتطرق فيما يلي لإضافتين من WordPress تمكّنان من استعمال التّلعيب، وتعزيز المشاركة في المواقع الالكترونية.

1.2.4 . إضافة GamiPress:

يُعدّ GamiPress إضافة مجانية لـ WordPress يمكن من دمج الميزات الشائعة للألعاب في موقع إلكتروني، مثل أنظمة النقاط والمنافسة بين المستخدمين، حيث يمكن للمدوّنين منح القراء شارات للتعليق على المنشورات، أو مكافأة المستخدمين على الاشتراك في الحسابات أو الاشتراك في القائمة البريدية، كما يتوفّر GamiPress على تحسينات إضافية يمكن شراؤها من موقعه الخاص.

فهم المكافآت الرقمية في GamiPress

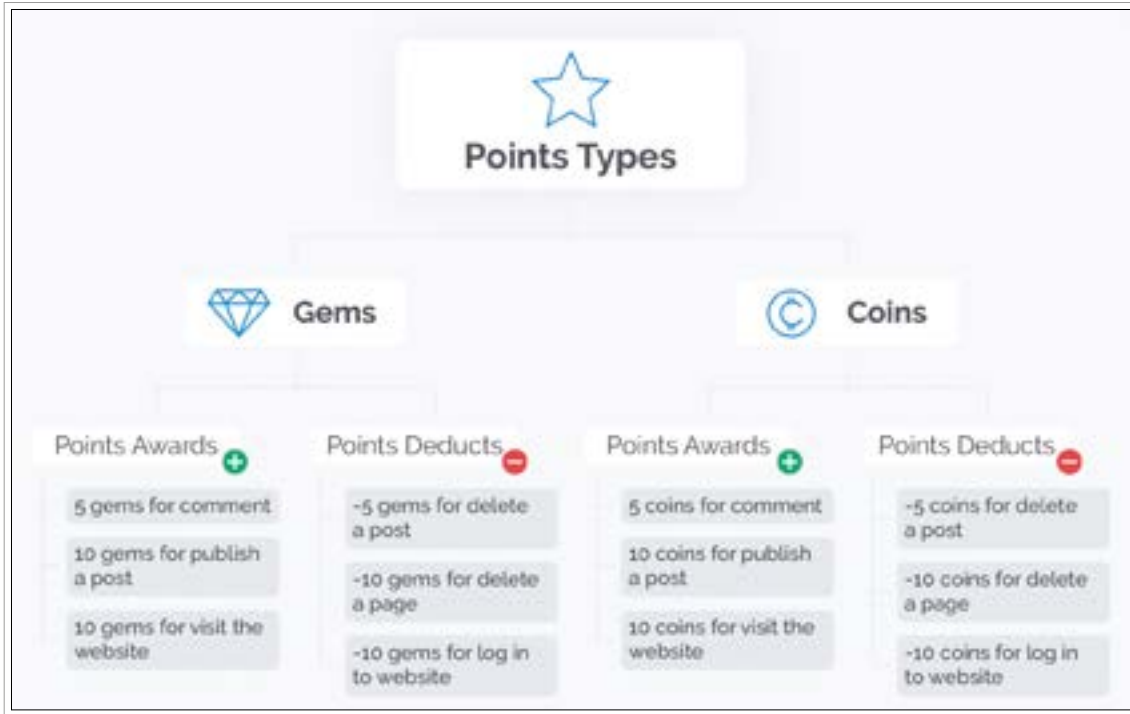
لتحفيز المستخدمين وتشجيعهم على المشاركة في الموقع، سنحتاج إلى أن نقدّم لهم شيئاً للعمل من أجله، يُمكن GamiPress من إنشاء ثلاثة أنواع من المكافآت الرقمية، النقاط والإنجازات والرّتب، يمكن تقسيم كلّ منها إلى «أنواع»، لتتمكن من إنشاء نظام تلعيب خاص بنا.

• النقاط:

يعمل هذا النوع من المكافآت كمحفظة رقمية للمستخدمين، يمكنهم جمع النقاط أثناء التفاعل مع الموقع، ثم استخدامها «لشراء» قسائم أو الوصول إلى محتوى معيّن في الموقع أو منتجات أو جوائز أخرى.

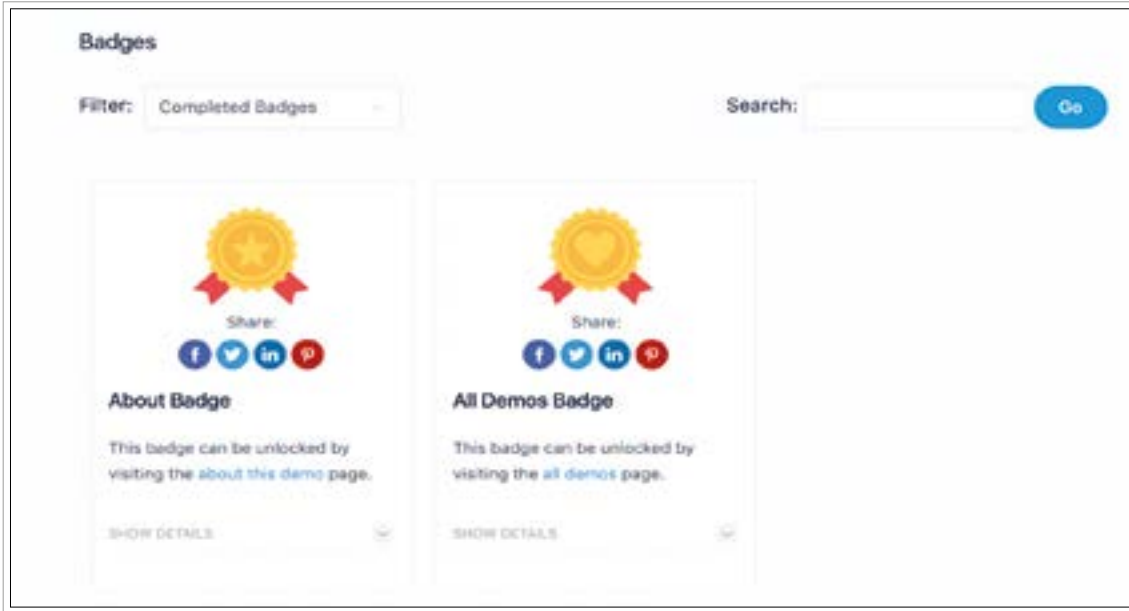


يمكن إنشاء العديد من أنواع النقاط واستعمالها كالعملات المعدنية والجواهر...
 يمكن تسمية نوع النقطة الخاصة بنا، وتحديد كيفية كسب المستخدمين لنقاط من هذا النوع، وكيف يفقدونها، كما تبين الصورة التالية.

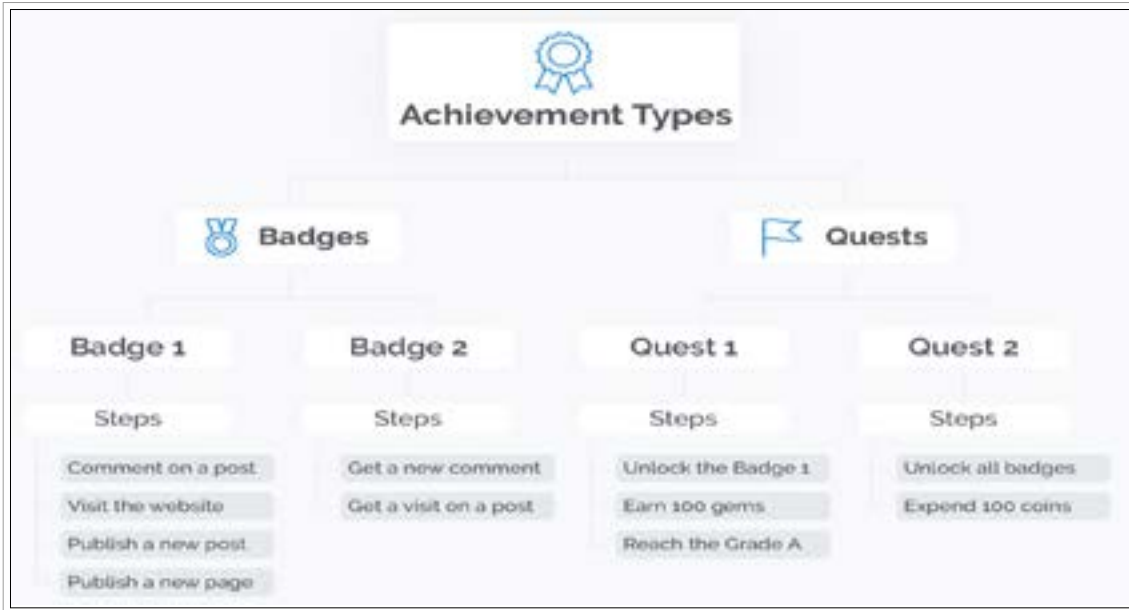


• الإنجازات

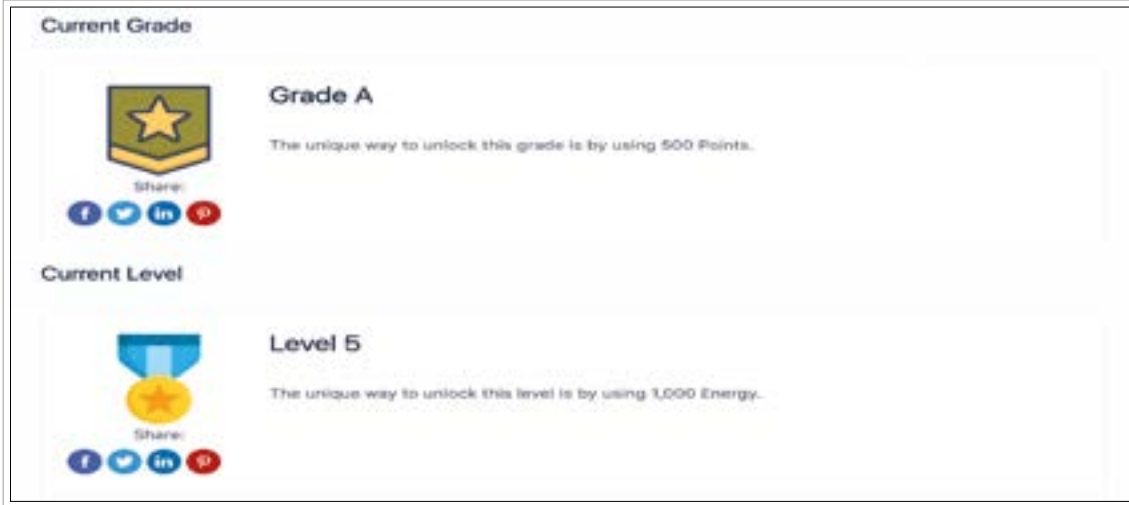
عند القيام بمتطلبات معينة، يمكن للمستخدمين الحصول على إنجاز، غالبًا ما تتخذ هذه المكافأة شكل «شارات» أو «ملصقات» يمكن للمستخدمين عرضها في ملفاتهم الشخصية. تُستخدم الإنجازات بشكل شائع على منصات التعلّم عبر الإنترنت لمكافأة الطلاب على إكمال الدروس؛ ومع ذلك، فهي فعّالة أيضًا في تشجيع المستخدمين على ملء معلومات حساباتهم، وتسجيل الدخول بانتظام، والتعليق على المنشورات والمزيد.



يمكن أيضًا إنشاء مشكلات متعددة لكل نوع إنجاز؛ على سبيل المثال، يمكن منح شارات للمستخدمين عند تسجيلهم في الموقع، وفي المرة الأولى التي يسجلون فيها الدخول، وعندما يتركون تعليقاتهم الأولى، وما إلى ذلك.



• الرُّتَب



على غرار الإنجازات، يتم منح الرُّتَب عندما يكمل المستخدمون مهامًا محددة، بترتيب معين؛ قد يوفر الوصول إلى مرتبة أعلى إمكانية الوصول إلى منتجات أو محتوى حصري، يشجع هذا النوع من المكافآت المستخدمين على التفاعل مع الموقع من أجل «الارتقاء بالمستوى»؛



لذلك يمكن أن تخلق الرتب إحساساً بالمنافسة الودية بين المستخدمين، مما يوفر حافزاً إضافياً لهم لزيادة التفاعل حتى يتمكنوا من التفوق على الآخرين.

2.2.4. إضافة H5P:

H5P (اختصار لـ HTML-5-Package) إضافة مجانية تساعد على إنشاء محتوى تفاعلي غني جداً بصرياً ووظيفياً، مثل الفيديوهات التفاعلية، أو مسابقات أو مونتاج أو بطاقات تعليمية أو ألعاب أو اختبارات...، متوافقة مع الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، لتعزيز المشاركة.

فيما يلي بعض مميزات H5P:



- مفتوح المصدر ومجاني الاستخدام؛
- يُمكن من إنشاء وتحرير ونشر المحتوى في متصفح ويب؛
- يُستخدم H5P في أكثر من 17000 موقع إلكتروني، ويجذب مجموعة كبيرة من المطورين المهرة في جميع أنحاء العالم، الذين يقومون بإنشاء واستخدام ومشاركة مكتبات H5P؛

- محتوى متوافق مع الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية، ب HTML5؛
- يُمكن من تقديم ونشر محتوى HTML على نظم متعدّد لإدارة ونشر المحتوى [Drupal, moodle, Canva]؛
- محتوى متنوّع وسهل الإدارة؛
- تحديث سهل لجميع الميزات؛
- يساهم في تحسين محتوى HTML5 من خلال جعله أكثر سهولة في التّعاون وإعادة الاستخدام؛

3.4. الإعلانات الممولةّة Sponsored Ads



الإعلانات الممولةّة هي الإعلانات التي يتمّ إنشاؤها بهدف الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور، وخاصة تلك الفئة التي تهتمّ بالأموال التي يعلن عنها صاحب الشركة، أو صاحب الحساب، والهدف الأساسي في استخدامها هو الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وبالتالي،

الحصول على أكبر قدر من الأرباح، ويوجد العديد من أشكال الإعلانات المدفوعة، منها ما يجري عمله على الفيسبوك، تويتر، وانستجرام، إلى غير ذلك من مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى نوع آخر من الإعلانات الممولة، وهو إعلانات جوجل التي يختلف مبدأ عملها عن الإعلانات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث إنها تستهدف خلايا محرك بحث جوجل، وموقع اليوتيوب، وذلك من خلال النظام الإعلاني لشركة جوجل الذي يعتمد على التقنية الذكيّة في عرض الإعلانات للمستخدمين بناءً على مجموعة من المعطيات والمعلومات حول الجمهور المستهدف، ولهذا النظام ثلاثة أنواع من الإعلانات وهي:

- الحملات على شبكة البحث: تستند هذه الحملات، عادة، إلى نصوص يتم إظهارها في صفحات نتائج «بحث جوجل» عندما يتم البحث عن منتج أو خدمة.
- الحملات على الشبكة الإعلانية: تستند هذه الحملات، عادة، إلى إعلانات تظهر على المواقع الإلكترونية أو التطبيقات.
- حملات الفيديو: تتكوّن هذه الحملات، عادة، من فيديوهات تتراوح مدّتها من 6 إلى 15 ثانية، تظهر قبل عرض المحتوى على اليوتيوب أو أثناء عرضه.

4.4. النشرة الإلكترونية newsletter

النشرة الإلكترونية أداة فعّالة منخفضة التكلفة، تُستخدم للتواصل والتفاعل بانتظام مع المشتركين والزّبناء المحتملين، حول المنتجات، والخدمات وآخر التحديثات، عبر رسائل ذات نصّ بسيط، أو هيكل يتكوّن من صور ونصّ منسق؛ قامت شركة الأبحاث Nielsen Norman Group بدراسة كشفت تفضيل 90 بالمائة من المشاركين تلقّي تحديثات الشركة بالنشرات الإلكترونية، فيما اختار 10 بالمائة، وسائل التواصل الاجتماعي.

1.4.4. بعض مميزات النشرة الإلكترونية:

- زيادة الوعي والفهم للمنتجات والخدمات المقدمة، حيث يبني محتوى الرسالة الإلكترونية صورة أوسع لتشجيع القراء على اكتشاف المزيد؛
- إظهار الخبرة، وبناء الثقة مع الزبناء على فترات منتظمة، أسبوعية أو شهرية أو ربع سنوية.
- الترويج للمنتجات والخدمات والعروض، أو إطلاق منتجات جديدة، مما يساعد في تعزيز تأثير الحملات الإعلانية والترويجية.
- قائمة النشرة الإلكترونية تُعدّ أيضاً رهاناً أكثر أماناً من قائمة المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي؛ إذ يمكن إغلاق أيّ موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، في أيّ وقت، مما قد يمنع إمكانية الوصول إلى الجمهور، لكن قائمة النشرة الإلكترونية، تبقى ملكاً لصاحبها.

2.4.4. إحصائيات عن أهمية النشرة الإلكترونية:

Email Marketing vs. Social Media Statistics		
	Email	Social Media
Total users	3.8 billion	3.4 billion
Preferred channel for promos	60%	20%
Conversion Rate	6.05%	1.9%
Open/Click-Through/Engagement Rate	22.86% OR 3.71% CTR	0.58% ER
ROI	4400%	🙄

optinmonster

- النشرة الإلكترونية، أكثر فعالية من الفيسبوك أربع مرات في الوصول إلى الجمهور؛
- وفقاً لباحثي McKinsey، من المرجح أن فرص الحصول على زبناء جدد من التسويق عبر النشرة الإلكترونية، أكثر بـ 40 مرة من الفيسبوك أو تويتر؛
- معدل فتح النشرة الإلكترونية 21.3%، مقابل 5% ل الفيسبوك؛ المصدر: audiencepoint
- يفضل 63% من المستخدمين التواصل معهم عبر البريد الإلكتروني (Statista)؛
- تؤدّي الحملات المقسّمة (Segmented) إلى زيادة الإيرادات بنسبة 760% (Campaign Monitor)
- يساهم التسويق عبر البريد الإلكتروني في 37% من حركة المرور التي ترفع مبيعات التجارة الإلكترونية؛ (Wolfgang Digital, hubspot)
- 67% من المستهلكين أجروا عملية شراء، نتيجة لرسالة تسويقية عبر البريد الإلكتروني؛ (OptinMonster, constantcontact)

3.4.4. قياس نجاح النشرة الإلكترونية:

توفّر منصات التسويق عبر النشرة الإلكترونية، مقاييس وبيانات مهمّة تساعد على ضمان نجاح حملة التسويق، وهي:

- عدد المستخدمين الذين يفتحون رسائل النشرة الإلكترونية؛
- عدد المستخدمين الذين ينقرون على الروابط الموجودة في رسائل النشرة الإلكترونية؛
- عدد المستخدمين الذين قاموا بإلغاء الاشتراك؛
- الفئة العمرية؛
- المنطقة الجغرافية التي ينتمي إليها المستخدمون؛

4.4.4. عناصر نجاح النشرة الإلكترونية:

– الوقت المناسب لإرسال النشرة الإلكترونية:



بداية كل شهر هي أفضل وقت للإرسال، حيث يكون أداء الأسبوعين الأولين أفضل من النصف الثاني من الشهر. [حسب Omnisend]

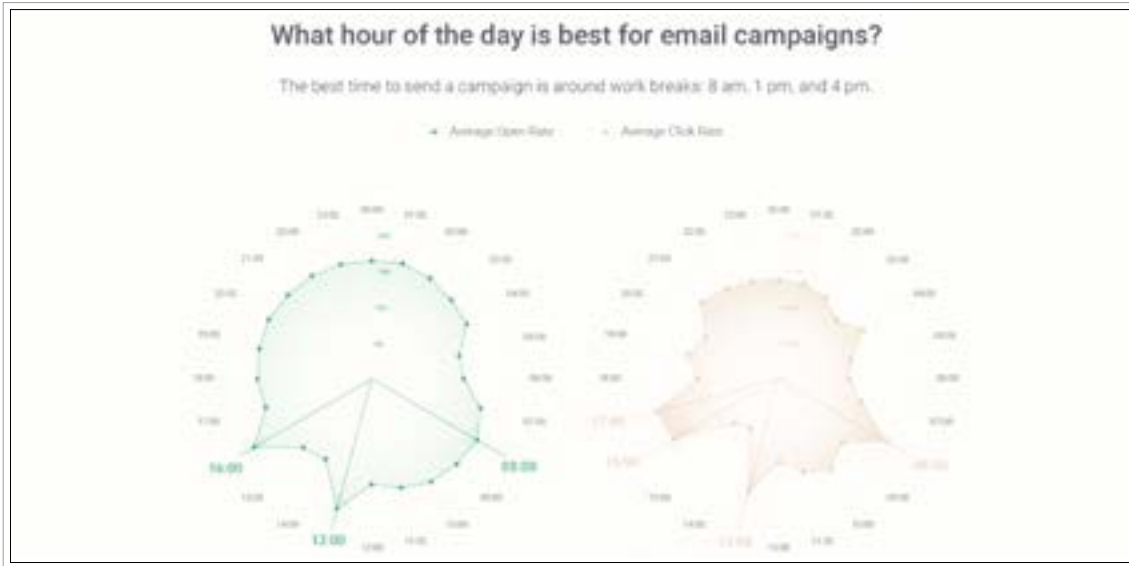
أفضل الأيام هي اليوم الخامس والسابع والثاني عشر، كما أن يومي الخامس والعشرين والسابع والعشرين يؤديان أداءً جيداً أيضاً.

يأتي يوم الخميس في المقدمة، يليه الثلاثاء والأربعاء؛ في الواقع، هناك إجماع بين عدّة دراسات حول الإرسال في منتصف الأسبوع، حيث يُنصح أيضاً في كثير من الأحيان بتجنب أيام الاثنين.

تختلف أفضل الأوقات وفقاً لمقاييس البريد الإلكتروني:

- الساعة 8 صباحاً، أفضل وقت في اليوم من حيث معدلات الفتح؛
- الساعة 5 مساءً، أفضل وقت أداء لمعدلات النقر؛

- السّاعة 4 مساءً، أفضل وقت من حيث معدّلات الطّلب؛
- باعتبار مختلف المقاييس، فإنّ أفضل وقت إجمالي هو السّاعة 1 ظهرًا.



وبالتّالي، السّاعة الواحدة ظهرًا يوم الخميس خلال الأيام العشرة الأولى من الشّهر، هي الوقت الذي يجب أن ترسل فيه رسائل النّشرة الإلكترونيّة؛ هذه المعطيات توفر نقطة انطلاق، وإلا فيجب على كلّ مسوّق، اكتشاف أفضل وقت بالنّسبة إليه.

- معدّلات فتح البريد الإلكتروني والنّقر حسب القطاع:

من المفيد مقارنة الإحصائيّات والبيانات الخاصّة، مع إحصائيّات أخرى من نفس القطاع، لأنّ رسائل البريد الإلكتروني لا تعمل كلّها على حدّ سواء، حيث توجد تباينات بين القطاعات.

INDUSTRY AVERAGES				
	OPEN RATE	CLICK-THROUGH RATE	CLICK-TO-OPEN RATE	UNSUB RATE
Advertising & Marketing Agencies	18.50%	2.30%	12.20%	0.20%
Agriculture, Forestry, Fishing & Hunting	23.20%	4.00%	17.00%	0.10%
Consumer Packaged Goods	18.10%	2.40%	13.00%	0.20%
Education	24.90%	4.30%	17.30%	0.10%
Financial Services	24.80%	2.70%	10.60%	0.20%
Food & Beverages	15.20%	1.70%	11.30%	0.10%
Government & Politics	26.70%	6.00%	22.40%	0.10%
Healthcare Services	23.40%	3.70%	15.60%	0.30%
IT / Tech / Software Services	19.50%	2.80%	14.30%	0.20%
Logistics & Wholesale	22.70%	2.40%	10.60%	0.30%
Media, Entertainment, & Publishing	20.80%	3.60%	17.50%	0.00%
Nonprofit	25.50%	4.10%	15.80%	0.20%
Other	17.80%	2.20%	12.30%	0.10%
Professional Services	18.30%	2.80%	15.20%	0.20%
Real Estate, Design & Construction Activities	19.70%	3.50%	17.70%	0.20%
Retail	12.60%	1.10%	8.50%	0.00%
Travel, Hospitality, & Leisure	17.70%	2.00%	11.50%	0.20%
Wellness & Fitness	21.60%	2.80%	13.10%	0.40%
Average	18.00%	2.60%	14.10%	0.10%

2021 Global Email Benchmarks data

- حصّة سوق وسطاء البريد الإلكتروني:

Apple	64.31%
Gmail	24.50%
Outlook	3.24%
Yahoo! Mail	3.00%
Google Android	1.37%
Outlook.com	0.58%
Samsung Mail	0.17%
QQ Mail	0.11%
Orange.fr	0.07%
Windows Live Mail	0.06%

تُظهر هذه البيانات من Litmus، الوسطاء الأكثر شيوعاً واستخداماً لفتح رسائل البريد الإلكتروني، سواء على الويب أم سطح المكتب أم الهاتف المحمول. كما تُظهر الإحصائيات هيمنة Gmail و iPhone على السوق، لذلك من الأفضل أن تكون النشرة الإلكترونية متوافقة معهما.

- حذف رسائل البريد الإلكتروني دون قراءتها:

قد يكون معدل حذف البريد الإلكتروني المرتفع على المدى القصير، علامة على فشل حملة البريد الإلكتروني، لأنه يشير إلى عدم اهتمام المشترك؛ إذا استمر هذا الأمر، فقد يشير إلى وجود مشكلات تتعلق بالموافقة على التسويق عبر البريد الإلكتروني مثلاً، مما يندرج بأن الحملة أو النشرة الإلكترونية ليست ناجحة، ووجب التعامل والبحث عن الأسباب.

- أداء البريد الإلكتروني حسب حجم القائمة البريدية:

List size	Open rate	Click through rate	Click to open rate	Unsubscribe rate	Spam rate	Bounce rate
1. 250-499	53.6%	7.21%	13.48%	0.22%	0.01%	2.51%
2. 500-999	49.67%	5.2%	11.4%	0.19%	0.01%	2.82%
3. 1000-2499	39.66%	4.07%	11.1%	0.17%	0.01%	2.79%
4. 2500-4999	32.19%	3.25%	10.1%	0.14%	0.01%	2.68%
5. 5000-9999	28.77%	2.42%	8.41%	0.11%	0%	2.56%
6. 10000-24999	25.92%	2.22%	8.56%	0.09%	0%	2.08%
7. 25000-49999	26.6%	1.48%	5.58%	0.08%	0%	1.97%
8. 50000-99999	27.64%	2.2%	7.97%	0.08%	0%	3.37%
9. 100000+	25.45%	2.21%	8.67%	0.08%	0%	7.99%

تشير الإحصائيات من GetResponse إلى أنه كلما كانت القائمة أصغر، تكون النتائج المحققة من النشرة الإلكترونية أفضل.

5. تقنيات التشبيك والتعاون مع المؤثرين:



التّشارك والتّعاون بين المستخدمين عن طريق شبكة الإنترنت، يعمل على تقليل المسافة بينهم، ويمكنهم من العمل على الملقّات نفسها في الوقت ذاته، ممّا يُحسّن التّواصل ويضمن القيام بالمشاريع والمهامّ بشكل أسرع؛ فيما يلي نظرة عن أبرز أدوات التّعاون الافتراضي:



يُعدّ برنامج زووم من بين أقوى برامج التّواصل عن بعد، لما له من مميّزات عديدة، يستفاد منها في مجال التّعليم والتّدريب، وعقد الاجتماعات، ومن أهمّ هذه المميّزات:

- سهولة الاستعمال؛
- دعم جميع أنظمة التّشغيل؛
- مشاركة الملقّات وجميع أنواع الوسائط المتعدّدة من صور وفيديوهات؛

- تسجيل النشاط صوت وصورة؛
 - الانضمام عن طريق اتصال الهاتف أو الحضور كمشاهد أو متابع؛
 - إطلاق البث المباشر على الشبكات الاجتماعية؛
 - عقد مؤتمرات الفيديو المباشرة.
- يوفر البرنامج نسخة مجانية محدودة في مدة 40 دقيقة لإجراء الاجتماع، بمقابل النسخة المدفوعة التي توفر مجموعة من المزايا المتقدمة.



2.5. برنامج SKYPE

- يعتبر برنامج سكايب Skype من بين أفضل البرامج، إن لم نقل على رأسها، التي توفر خدمات التواصل عبر الإنترنت، لما له من مميزات كبيرة تمكن المستخدم من:
- تسجيل المكالمات والترجمة المباشرة؛
 - مكالمات الفيديو والصوت عالية الجودة: يوفر تقنية الصوت العالية الوضوح والفيديو عالي الجودة في المكالمات الثنائية، أو المكالمات الجماعية.
 - المراسلة الذكية: يمكن من التفاعل الفوري باستخدام ردود فعل مرحة، أو استخدام إشارات لجذب انتباه شخص ما.
 - مشاركة الشاشة: يتوفر على تقنية ميزة مشاركة الشاشة، مما يمكن من عرض المحتوى أثناء عقد الاجتماعات والحوارات الثنائية.
 - محادثات خاصة: يحافظ على خصوصية المحادثات الحساسة باستخدام تقنية التشفير.

- الاتصال بالهواتف: يُمكن من الوصول إلى الأصدقاء غير المتصلين بالإنترنت بتكلفة بسيطة.
- إرسال الملفات: مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والملفات الأخرى بحجم يصل إلى 300 ميغابايت.



3.5. تطبيق Notion

يُعتبر تطبيق Notion من أفضل التطبيقات في كتابة وتدوين الملاحظات بمختلف أنواعها، حيث يعمل على تحويل الهاتف إلى مذكرة إلكترونية ذكية تمكن من جمع الأفكار وترتيبها ومشاركتها، مع إمكانية مزامنة كلّ المذكرات بين الهاتف الذكيّ والحاسوب، للتمكّن من مواصلة الاشتغال على الملفات بغضّ النظر عن الجهاز المستعمل؛ ممّا يجعله برنامجاً يعتمد عليه في إدارة المشاريع وتحديد المهامّ مع فريق العمل.

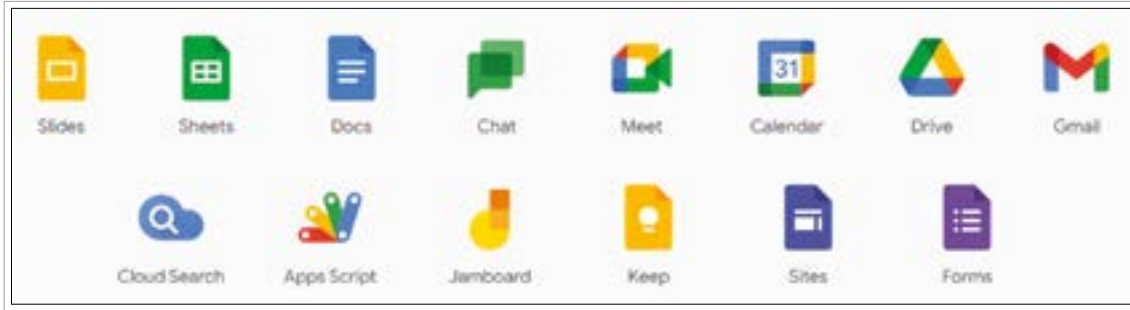
كما يعرف التطبيق بتوفّره على مميّزات قويّة وكبيرة من بينها:

- حفظ جميع الملاحظات تلقائياً.
- تنظيم جميع الملاحظات والعمل على فصلها في مساحات عمل مختلفة.
- وجود أكثر من 50 قالب جاهز، من أجل الاستخدام في الملاحظات.
- توفّر العديد من الجداول ولوحات العمل الجماعي؛
- إمكانية تضمين الروابط والملفات، وجميع أنواع الوسائط إلى محتوى الملاحظات؛
- إمكانية ضبط صلاحيّات كلّ عضو من أعضاء الفريق، للولوج إلى ملفّ محدّد، من تعديل أو إضافة أو حذف...
- يدعّم ربط تطبيقات أخرى، مثل: Google Docs و Word و Dropbox وغيرهم.



4.5 .خدمة Google Workspace

تُعدّ حزمة Google Workspace المعروفة سابقاً باسم G suite من أفضل طرق الابتكار والتعاون، لما توفره من خيارات الاشتراك المتنوعة، التي تلبي احتياجات الأفراد والشركات الصغيرة، والمؤسسات الكبيرة، فضلاً عن المؤسسات التعليمية، ولضمّها مجموعة من البرامج والتطبيقات الذكيّة التابعة لشركة Google المتمثلة في:



- Drive : هو خدمة تخزين سحابية؛ يعتبر منصّة آمنة لحفظ الملفات والوصول إليها ومشاركتها، والتعاون بسهولة مع أعضاء الفريق في الوقت الفعلي.
- التقويم Calendar: هو تطبيق جدولة، يُمكن من تنظيم الجدول الزمني ومشاركة الاجتماعات والأحداث مع فريق العمل.
- Gmail : هو خدمة بريد إلكتروني؛ يوفر مجموعة متنوعة من الميزات، تساعد على توفير الوقت والاستفادة بشكل أفضل من جميع خدمات Google السحابية.
- المستندات Docs: يوفر إمكانية التعديل والمشاركة، عن بعد، بين كافة أعضاء فريق العمل.
- جداول بيانات Sheets : هو تطبيق جداول البيانات؛ يتيح للمستخدمين إمكانية العمل المشترك على جداول البيانات، بشكل سلس واحترافي.

- العروض التقديمية Slides: هو تطبيق العروض التقديمية؛ يتيح إنشاء ومشاركة العروض التقديمية والتعاون في العمل عليها.
- النماذج Forms: هو تطبيق الاستبيانات، يتيح للمستخدمين إنشاء وتوزيع الاستبيانات وجمع البيانات.
- Chat: هو خدمة المراسلة، يساعد أفراد الفريق على التعاون فيما بينهم بسهولة وكفاءة، في ما يخص المراسلات الخاصة والمحادثات الجماعية، كما يُمكن من مراقبة مدى التقدّم المُحقَّق في العمل، ومتابعة تنفيذ المهامّ بكلّ بساطة، باستخدام غرف مُخصّصة وافترضية لحفظ المشاريع على مدار الوقت.
- Google Meet هو عبارة عن نظام آمن لإجراء مكالمات الفيديو، تمّ تصميمه بشكل أساسي للاستخدام المهنيّ، يوفر العديد من المزايا، أهمّها: مشاركة الشاشة مع المشاركين، والمراسلة النصّية المباشرة أثناء الاتّصال. كما يعمل على تشفير محتوى الاجتماعات، ويتوفّر على تقنية إلغاء الصّوضاء الخلفية التي تمكّن فريق العمل من عدم تشتيت الانتباه لإجراء محادثات هادفة.
- Keep: هو تطبيق الملاحظات. يتيح للمستخدمين إنشاء وإدارة الملاحظات ومشاركتها مع الآخرين.
- Sites: هو مُنشئ مواقع الويب؛ يتيح للمستخدمين إنشاء وإدارة المواقع.



5.5. برنامج Trello

يُعدّ «Trello» من بين أفضل البرامج المجانية المتخصصة في إدارة المشاريع والمهامّ المشتركة بين فريق العمل، والتي تعتمد على مرور العمل، عبر مجموعة من المراحل والخطوات، ليصل في النهاية إلى شكله الأخير؛ من أهمّ مميّزاته نجد:

- إمكانية إدارة المشاريع بشكل دقيق مع إظهار كافة التفاصيل؛
- متابعة مدى تطوّر كلّ مهمّة داخل المشروع؛
- إمكانية تحديد الوقت الزمّني لكلّ مهمّة مع تقنيّة الإشعار عند انتهاء الوقت الزمّني الخاصّ بكلّ مهمّة؛
- إمكانية العمل مع فريق كبير، وتوزيع المهامّ، ومتابعة التطوّر الحاصل في المشروع؛
- يمتاز البرنامج بواجهة بسيطة تسهّل تعلّمه بدون خبرة مسبقة.

6. الربح عبر منصات المحتوى الرقمي:



1.6. غوغل أدسنس Google AdSense

ما هو Google AdSense ؟

جوجل أدسنس Google AdSense: هو برنامج يمكن استخدامه مجاناً للدعاية والإشهار، تمّ إنشاؤه من قِبَل شركة Google، يُمكن من عرض إعلانات عبر المواقع أو المدونات أو قنوات اليوتيوب، أو أيّ تطبيق على أندرويد، الأمر يعتبر كتأجير حيز من الموقع ليتمكّن Google من إدخال الإعلانات وعرضها، وفي كلّ مرّة يشاهد فيها أحد المستخدمين أو يتفاعل مع إعلان من الإعلانات، يتمّ دفع عمولة أو إيراد من قِبَل Google لصاحب الموقع.

شركة Google تعمل كوسيط إشهاريّ بين المستشهر الذي يريد الحصول على زوّار، والنّاشر الذي يريد الحصول على ربح من خلال إدارج هذه الإعلانات في موقعه الخاصّ، وذلك من خلال نظام استهدافيّ ذكيّ، بحيث تظهر الإعلانات بالموقع متوافقة أو ذات صلة بما يقدّم فيه من محتوى.

يمكن ربح المال عن طريق Google AdSense بهاتين الطريقتين:

○ التّكلفة لقاء النّقرة (CPC) (Cost Per Click): يتمّ دفع المال، في كلّ مرّة يقوم فيها أحد الزوّار أو المستخدمين بالنّقرة على إعلان موجود ضمن الموقع.

○ التّكلفة لقاء الألف انطباع (CPM) (Cost Per Mille): يتمّ الحصول على المال على حسب عدد الزيارات التي يقوم بها الزوّار على الصّفحة التي يوجد فيها الإعلان في الموقع.

يتمّ الدّفع بالدّولار، عن طريق حوالة مصرفيّة، مرّة بالشّهر، للشّركاء الذين وصلوا إلى رصيد 100 دولار أو أكثر، حتّى يوم 21 من كلّ شهر، ثمّ يحوّل المبلغ إلى العملة المحليّة.

إيجابيّات Google AdSense:

• وفرة الخيارات الإعلانية:

بالنسبة للمسوّقين، يمكنهم وضع إعلاناتهم عن طريق google Ads التي تمثل الوجه الآخر لـ google adsense. فعندما يسجل صاحب الإعلان في البرنامج ليعرض إعلاناته، يكون أمامه احتمالان:

- عرض الروابط الممولة في صفحة النتائج في جوجل.
 - أو عرض الإعلانات على شبكة العرض Display وهي المواقع، المدونات، القنوات والتطبيقات التي تقدّم حيزاً من أجل هذه الدعايات والإعلانات.
- عندما يقرّر صاحب الإعلانات أن يعرض إعلاناته على شبكة العرض، تدخل الدعاية ضمن حقيبة الأداة، ويقوم جوجل بتقييم المدونات والمواقع التي سيعرض فيها هذا الإعلان، ممّا يعني أنه توجد آلاف الشركات المتنافسة على الحيز المتوفّر في الموقع.

• توافق الإعلانات ومجال اهتمام المدونة أو الموقع:

يختلف جوجل أدسنس عن البرامج الاعلانية الأخرى، حيث يوزع الإعلانات استناداً إلى المجال الذي تتمحور عليه المدونة، بهذه الطريقة تتم الحماية من إمكاني عرض إعلان لا يكون هاماً أو مفيداً للقارئ.

• تنوع الصيغ الاعلانية:

يقدم أدسنس العديد من الصيغ، هذا التنوع في الخيارات يمنح الحرية لاختيار نوع الإعلان المناسب للعرض، فقط يجب تحديد الصيغة وأبعاد الإعلان، وجوجل أدسنس يختار القطعة الدعائية الأكثر ملاءمة للعرض، مثل:

○ الإعلانات النصّية:

تُعرف أيضاً باسم الروابط الدعائية، وهي الإعلانات الأبسط على الإطلاق، وتتكوّن عادةً من عنوان، وهو رابط قابل للنقر يوجّه إلى صفحة صاحب الإعلان، سطر أو سطرين من النصوص يصفان المنتج أو الخدمة، إلى جانب عنوان ويب يتمّ عرضه باللون الأخضر.

○ الإعلانات المصوّرة:

عبارة عن Banners يمكن عرضها في أعلى الصفحة، على جانبيها، أو حتى في التذييل، يوجد أكثر من 15 خياراً للصيغة التي يمكن اختيارها من أجل الإعلانات.

○ الوسائط الغنيّة Rich Media :

هي إعلانات تفاعليّة HTML ، صوّر متحرّكة gif وفيديوهات. عادة ما تجذب الانتباه أكثر، ولكن يمكن أن تؤثر على تجربة المستخدم عندما يتم استخدامها بشكل جائر.

○ وحدة إعلانات الروابط:

كلّ وحدة وصلات تعرض قائمة من المواضيع الهامّة، ذات الصّلة بمحتوى الموقع. عندما ينقر المستخدمون على عنصر ما من القائمة، يتم توجيههم إلى صفحة إعلانات في جوجل تتحدّث عن ذلك الموضوع. ويتمّ الدّفع في كلّ مرّة ينقر فيها أحد الزوّار على إحدى الإعلانات في الصفحة التي تظهر.

• إمكانية اختيار الإعلانات التي سيتمّ عرضها:

يمكن اختيار نوع الدّعاية، وأبعاد ومقاسات الإعلان، وكذلك الصّورة ولون النّص، لا يعرض Google AdSense أي محتوى غير ملائم لجمهور الموقع دون تصريح من صاحبه، إذا اختار جوجل شركة لا تلائم المحتوى المقدم يمكن منع هذه الشركة من الإعلان في الموقع.

• إمكانية كسب إيرادات دائمة:

في كلّ مرة يهتم زوّار الموقع بالإعلانات المعروضة، تكون فرصة لكسب المال، في حال كان العمل بمبدأ الألف انطباع، يتمّ تقديم العائدات آلياً في كلّ مرّة يدخل فيها مستخدم ما إلى صفحة الإعلان، إذا تمّ العمل بنموذج التّكلفة لقاء النّقرة، يجب على تلك النّقرة أن تكون مؤهّلة، بمعنى إذا نقر أحد ما على الإعلان وأغلق الصّفحة مباشرة بعد ذلك لن يتمّ الحصول على المال.

توجيهات تساعد على الاستفادة أكثر من Google AdSense:

• اختيار أماكن عرض الإعلانات بدقة:

يجب اختيار حيّز مناسب من الموقع بدقة ليتمّ عرض الإعلانات فيه، لأنّ هذه التفاصيل تؤثر على العائد الذي يمكن تحقيقه من هذه الإعلانات، باعتبار أنّ Google AdSense يضع الإعلانات التي تدفع أكثر في الأماكن أو الحيّز الأقرب إلى الجزء العلويّ من الموقع، لهذا ينصح بالسّماح للإعلانات أن تستغلّ المواقع الاستراتيجية في الموقع، بحيث تستخدم الأجزاء العلوية، من الصّفحات، من أجل توليد المزيد من الأرباح.

• اختيار الصّيغ الصحيحة:

الصّيغ العادية والشائعة للإعلانات، يمكن أن تحقّق معدّلات جيّدة من النّقرات لعدم احتوائها على نصوص كبيرة، ممّا يسهّل قراءتها؛

• الاهتمام بصناعة المحتوى:

يسعى Google دوماً لعرض الإعلانات في المواقع والمدونات التي تقدّم محتويات مهمّة للمستخدمين، لذلك فصناعة المحتوى تُعدّ أمراً جوهرياً؛ فإذا لم يتوفّر الموقع على محتوى جيّد، فلن يتمّ الحصول على فرصة للترويج للإعلانات.

• تجنّب النّقر على الإعلانات في الموقع:

يخطئ أصحاب المواقع كثيراً، بنقرهم على الإعلانات، ظناً منهم أنّ ذلك سوف يجعلهم يكسبون المزيد من النّقرات والمال، إلاّ أنّ هذه الممارسة يمكن أن تعود بنتائج عكسيّة، حيث إنّ خوارزميات جوجل يمكنها الكشف عن مثل هذه الأعمال، وعندما تلاحظ أّيّة محاولات للاحتيال فإنّها تتخذ الإجراءات الضرورية، والتي قد تصل إلى حدود تجميد حساب Google AdSense.

2.6. الربح من اليوتيوب

يمكن تحقيق الربح من اليوتيوب عن طريق الإعلانات التي يتم الترويج لها في المحتوى، من خلال مجموعة من التقنيات التي يوفرها برنامج شركاء اليوتيوب الذي سيتم التطرق إليه في ما يلي:

المزايا المحصّل عليها:

- التواصل مع فرق دعم منشئي المحتوى؛
- استخدام أداة التّحقّق من حقوق الطّبع والنّشر لمحتوى مطابق؛
- الاستفادة من ميزات تحقيق الربح.

الحدّ الأدنى من متطلّبات الأهليّة للانضمام إلى البرنامج:

- الامتثال لكلّ سياسات تحقيق الربح في اليوتيوب (سياسات تحقيق الربح في اليوتيوب هي مجموعة من السياسات التي تتيح تحقيق الربح على اليوتيوب)؛
- الإقامة في بلد أو منطقة يتوفّر فيها «برنامج شركاء اليوتيوب»؛
- جذب 1000 مشترك وحصد 4000 ساعة مشاهدة علنيّة صالحة.
- أن تضمّ القناة أكثر من 1000 مشترك؛
- امتلاك حساب على AdSense مرتبط بالقناة؛

قائمة التّحقّق من طلب الانضمام إلى البرنامج:

التّأكد من التزام القناة بسياسة وإرشادات الموقع: عندما يتمّ تقديم الطلب للانضمام إلى البرنامج، يتمّ مراجعة مجموعة من التفاصيل لمعرفة ما إذا تمّ الالتزام بسياسات وإرشادات الموقع، ولن يتمّ سوى قبول القنوات التي تلتزم بهذه السياسات والإرشادات؛

كما تتمّ مراجعة جميع القنوات التي انضمت إلى البرنامج، للتحقق من أنّها ما زالت متوافقة مع هذه الشروط وهي:

- تفعيل ميزة «التحقق بخطوتين» في الحساب على جوجل، باستخدام كلمة المرور الخاصة وجهاز إضافي معاً، وقد يؤدي عدم تفعيل هذه الميزة إلى رفض طلب الانضمام.

- التأكد من امتلاك حساب واحد فقط على الأدسنس: كجزء من عملية تقديم الطلب، لا بد من ربط القناة بحساب الأدسنس للتمكّن من تلقي الأرباح.

- الانتظار إلى أن تتمّ مراجعة الطلب: تتمّ مراجعة طلب الانضمام بشكل دقيق، يراعى فيه جميع النقاط السالفة الذكر.

ملاحظة: يُحتمل أن تستغرق المراجعة أكثر من شهر في بعض الأحيان، ويعود ذلك إلى عدّة أسباب منها ارتفاع عدد الطلبات أكثر من المعتاد أو حدوث مشاكل في النظام.

المحتوى الذي يُسمح بتحقيق الربح منه:

تهدف هذه السياسة إلى التأكد من أن الفيديو الذي يحقق الربح يقدم للمشاهدين محتوى جاذباً وشيقاً. بمعنى آخر، يمكن للقناة الاستفادة من ميزة تحقيق الربح إذا كان الاختلاف بين الفيديوهات واضحاً للمشاهد العادي. ومن المهم أيضاً أن يكون مضمون كل فيديو مختلفاً نسبياً عن مضمون الفيديوهات الأخرى.

أمثلة على المحتوى الذي يُسمح بتحقيق الربح منه:

- فيديوهات تتضمّن المقدمة والخاتمة نفسها، ولكنّ الجزء الأكبر من المحتوى يكون مختلفاً؛

- فيديوهات تعرض محتوى مماثلاً، ولكن يتناول كلّ منها جوانب مختلفة من الموضوع الذي تتمّ معالجته؛

- مقاطع قصيرة حول مواضيع مشابهة، تم دمجها معاً، ويتم تحديد الرابط بينها؛
- استخدام المقاطع لإجراء مراجعة نقدية؛
- فيديوهات ردود الفعل التي تعلق فيها على الفيديو الأصلي؛
- لقطات معدلة من صنّاع محتوى آخرين أضفت إليها حبكة سردية أو تعليقاً؛

3.6. الربح من الفيسبوك

ينقسم الربح من الفيسبوك إلى نوعين، أولهما: الربح من داخل الفيسبوك، وثانيهما: الربح من خارج الفيسبوك، عبر الاعتماد على منصّات أخرى، ولكلا النوعين بعض الخصائص المميزة وهي:

أولاً: الربح من داخل موقع الفيسبوك

يُقصد بالربح من داخل الفيسبوك، الربح من خلال المحتوى المرفوع على الصفحة، سواء كان صوراً أو فيديوهات، أو غير ذلك، ويمكن جني الربح من خلاله بثلاث طرق:

- الربح من برنامج "Ad breaks"

Ad break: هو برنامج مخصّص للأشخاص الذين يريدون تحقيق الربح من خلال الفيديوهات الخاصّة بهم، ويتم ذلك عن طريق عرض بعض الإعلانات ضمن محتوى الفيديو، ويقوم الموقع بتقاسم الأرباح بينه وبين المستخدم، بشرط:

- امتلاك حساب بنس، حيث لا يمكن الربح من البروفايل الشخصي؛
- أن يكون لدى الصفحة 10.000 متابع على الأقل؛
- أن يتم تحقيق 30.000 مشاهدة، لمدة دقيقة، على الأقل، لفيديوهات في آخر 60 يوم؛
- يجب ألا تقل مدة الفيديو الواحد عن 3 دقائق؛

- يجب أن يكون عمر المستخدم 18 سنة على الأقل؛
- يجب أن تكون الصفحة تتحدث باللغات المدعومة من برنامج Ad Breaks؛
- يجب أن تكون الصفحة في واحدة من الدول المدعومة من برنامج Ad Breaks؛
- يجب أن تتبع الصفحة سياسات شركة فيسبوك وبرنامج Ad Breaks.

• الربح من برنامج "Fan Subscriptions"

فكرة البرنامج قائمة على جمع المال من المتابعين بشكل اختياري من أجل الدعم وتشجيع المحتوى الهادف، إلا أن هذا البرنامج غير مُتاح للجميع، ولا يمكن استخدامه إلا من خلال دعوة من فريق الفيسبوك، وهو من بين أسهل وسائل الربح من الفيسبوك.

• الربح من برنامج "Branded Content"

هذا البرنامج هو عبارة عن سوق مفتوح، تبحث فيه الشركات عن صنّاع المحتوى والمؤثرين من أجل التعاقد والعمل معهم.

ثانيا: الربح من خارج الفيسبوك

هذا النوع يختص بالمحتوى الذي تتم صنّاعته خارج موقع الفيسبوك على منصّات أخرى، حيث يتم استغلال موقع فيس بوك كمكان للترويج والتسويق، ولتوفير طريقة أفضل لمشاهدة المحتوى، وهذه الطريقة تعتمد على منصّة Audience Network التي تشبه إلى حدّ كبير منصّة Google adsence التي يعتمد عليها صنّاع المحتوى في الربح.

4.6. الربح من انستاغرام

للإشارة، لا يمكن الربح من الانستاغرام بطريقة مباشرة، إنما هو مجرد وسيلة يتم استغلالها للحصول على الأرباح الماديّة من خلال مجموعة من الطرق التي تعتمد على وجود متابعين كثر وتمثّل في:

• الربح عبر المنشورات الترويجية:

الحسابات الكبيرة ذات التفاعل الكبير، يمكنها الربح من الإنستغرام عبر مشاركة منشورات للترويج لبعض البراندات (Brands) الشهيرة، وهو أمر شائع على منصات التواصل الاجتماعي، ففي أغلب الأحيان تتواصل الشركات مع المؤثرين للنشر، أو الترويج لها عبر الصور والفيديوهات القصيرة، بغرض كسب المتابعين والمزيد من الشهرة بمقابل مادي.

يمكن التسجيل في بعض المواقع للاستفادة من هذه الخدمات، وأهمها the mobile .ifluenz و media lab.

• الربح من الترويج للأعمال الشخصية:

من بين أهم الطرق المميزة للربح من الإنستغرام هي استخدام الحساب الشخصي للترويج للأعمال، حيث يمكن العمل على تصميمات للصور والفيديوهات وتفيد هذه الطريقة، على وجه الخصوص، المصممين والمصوِّرين المبدعين في المجال، والترويج لها على الموقع، مما يدفع الكثير من الزبناء للتواصل لعمل تصميمات مشابهة، مما يتطلب العمل على زيادة المتابعين، فكلما زاد عددهم ازدادت فرص الحصول على الربح.

• الربح من الإنستغرام عبر التسويق بالعمولة:

يُعدّ موقع الإنستغرام من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التسويق بالعمولة (انظر الربح عبر التسويق بالعمولة)، حيث يمكن استخدامه في بيع المنتجات أو الخدمات مقابل الحصول على عمولة، مقابل كل عملية بيع تتم من خلال رابط التسويق الخاص، وهناك العديد من المواقع التي يمكن استخدامها، أبرزها: Peerfly و shareasale.

5.6. الربح من TIK TOK

هناك عدة طرق للربح من تطبيق التيك توك وهي:

• الدعم والتبرعات:

القيام ببث مباشر مع الجمهور المتابع عبر تيك توك، ويأتي أحد المتابعين ويبدأ في إرسال هدايا الدعم عبر البث الذي يتم تقديمه، كما يمكن استخدام منصة الإعلانات الخاصة بهم، تماماً مثل: إعلانات الفيسبوك وانستغرام.

• ربط اليوتيوب بالتيك توك:

يسمح لك تيك توك بربط موقعين، وهما: يوتيوب وانستغرام، فكما سلف الذكر لا يمكن الربح بشكل مباشر من انستغرام، لكن يمكن الربح من يوتيوب عن طريق الأونسس الذي سبق شرحه، حيث يتم عمل مقطع مختصر للفيديو الذي تم تحميله على اليوتيوب، مما يدفع المشاهد للولوج لمشاهدة الفيديو كاملاً.

6.6. الربح من تويتر:

تويتر مختلف عن اليوتيوب الذي يوفر برنامج رسمي لتقاسم الأرباح مع صانعي المحتوى، لذلك ليس هناك شروط لربح المال من تويتر، لكن من الضروري أن تكون بعض المعايير للربح من الموقع متوفرة، وأهمها: وجود عدد كبير من المتابعين للحساب، والحصول على نسبة تفاعل مرتفعة، فإذا لم يكن ذلك يجب أولاً العمل على زيادة جمهور المتابعين، وخلق التفاعل المستمر، ومن أهم هذه الطرق: التسويق بالعمولة (انظر فقرة التسويق بالعمولة) باستخدام حساب تويتر، إضافة إلى التغريد لحساب الغير، الذي يتم عبر التغريد أو إعادة نشر تغريدات الشركات والمواقع التي تحتاج للاستفادة من العدد الكبير للمتابعين، للترويج لعلاماتها التجارية، أو لمنتجاتها، ومن أهم هذه المواقع التي تدفع مقابل التغريد لحسابهم، نجد:

Sponsored Tweets ■

MyLikes ■

Twittad ■

Retweet ■

7.6. التّسويق بالعمولة

التّسويق بالعمولة Affiliate marketing: عبارة عن نظام تبادل بين المُعلنين الذين يرغبون في التّرويج لعروضهم، وأصحاب المحتوى (الأفلييت) -المتوقّرين على متابعين- (موقع الكتروني، قاعدة بيانات البريد الإلكتروني، الشّبكات الاجتماعيّة...)، الذين يقومون بتقديم عروض المُعلنين، على المتابعين أو المُشترين المحتمّلين، مقابل الحصول على عمولة ماليّة عن كلّ عمليّة شراء يقوم بها أيُّ متابع.

يرتكز التّسويق بالعمولة على أربعة محاور:

- المُعلن Advertiser: هو الطّرف الذي يقوم بإنتاج وابتكار المُنتج وبيعه.
 - الأفلييت Affiliate: أحياناً يُطلق عليه الناشر (Publisher) أو المؤثّر (Influencer)، وهو الطّرف الذي يقوم بالتّرويج للمنتج أو للخدمة التي يقوم المُعلن بتقديمها.
 - الزّبون Customer: هو الطّرف الأكثر أهميّة في كلّ عمليّة ناجحة للتّسويق بالعمولة، والذي يقوم بشراء المُنتج الذي رَوَج له الأفلييت عبر الإنترنت؛ الدّخل المالي من كلّ عمليّة تسويق بالعمولة يتوقّف على عمليّات الشّراء التي يقوم بها الزّبون، ولذلك بدون مبيعات لن تكون أرباح يتشاركها المُعلن والأفلييت.
 - الشّبكة Network: أو برنامج الأفلييت، وهي الطّرف الذي يُدير العلاقة بين الأفلييت والمُعلن؛ بتوفير قائمة من المُعلنين أو برامج الأفلييت، حيث يقوم الأفلييت باختيار مُعلّنه المفضّل منها، وتزوّد الأفلييت برابط تتبّع وبتقارير حول مبيعاته وتحويلاته والعمولات التي تمّ تتبّعها وتعقبها.
- للنّجاح في العمليّة التّسويقية بالعمولة، نقترح أهمّ الخطوات التي يجب القيام بها:
- حضور فعّال ومؤثّر على الإنترنت:
- وذلك بصنّع محتوى قيّم، واختيار تَخْصُص يعود بالربح في عالم التّسويق بالعمولة.

• الانتساب إلى شبكة بمستوى رفيع:

ينبغي الحرص على اختيار شبكة تسويق بالعمولة ذات كفاءة عالية، توفر:

- عروضاً يقدمها المُعلنون، تكون ذات صلة بالجمهور المستهدف؛
 - نِسب عمولات عالية؛
 - شراكة موثوقة؛
 - مدفوعات سريعة؛
 - مُنتجات مُبتكرة؛
 - دعمًا تقنيًا وتسويقيًا؛
 - خصومات حصريّة، وكوبونات يمكن عرضها على المتابعين؛
 - نظام إبلاغ يتيح التّحقُّق من المكاسب في أوانها.
- اختيار العروض الصّحيحة:

اختيار المُعلنين والمُنتجات المرغوب بالتّرويج لها، مع الأخذ بعين الاعتبار:

- الجمهور: هل المُنتج المختار، يثير اهتمام المتابعين ويلقى استحسانهم لاستخدامه؟؛
- القيمة والجودة: هل المُنتج جيّد وفي المتناول؟؛
- نِسب العمولة: هل يعرض المُعلن عمولات بنِسب مرتفعة بما يكفي، لاستثمار الوقت في التّرويج له أو لمنتجاته أو لخدماته.

• الحصول على رابط تتبُّع أو كود تتبُّع:

الحصول على روابط وأكواد تتبُّع من الشّبكة، لتتقبُّ عمليات الشّراء التي قام الجمهورُ بها.

• التّرويج للعروض:

تتعدّد طرق الترويج للمنتجات، كتعدّد أنواع القنوات على يوتيوب، أو سمات ومظاهر المواقع الإلكترونية؛ يجب على كلّ أفلييت أن يكتشف أفضل طريقة تعود بالفائدة عليه وعلى مُنتجِه، وتخدم جمهوره فيما يلي، بعض أكثر الأفكار شعبيةً ونجاحًا واستخدامًا بين المُسوِّقين بالعمولة:

- مراجعة المُنتج: يمكن القيام بمراجعة المُنتج باستخدام منصّة تواصل اجتماعي، مدوّنة، أو أيّ قناة أخرى؛ المراجعة تشمل إيجابيات وسلبيات المُنتج، تفاصيل ومعلومات عنه، وتجربة استخدامه.

- الإبداع بدل الإفصاح: استخدام المُنتج على منصّات التّواصل، ثمّ العرض على المتابعين، القيام بشراء المُنتج من خلال رابط الأفلييت المُتبّع.

- فتح عُلبه المُنتج: إنشاء فيديو يوثق فتح عُلبه المُنتج الجديد، سيكون بمقدور الجمهور مشاركة التّشويق والإثارة والانطباعات الأولى عن المُنتج.

- إدراج المُنتج: يمكن إدراج رابط أفلييت في المنشورات على مواقع التّواصل الاجتماعي أو في المدوّنة، كلّ ما ينبغي فعله، هو إضافة جملة اعتراضية مُصاغة على شكل «اشتر من هنا» وإدراج رابط الأفلييت في كلّ مرّة يُذكر فيها المُنتج.

- وُسوم هاشتاج: استخدام الهاشتاج خاصّةً عند مشاركة المنشورات على تويتر أو إنستغرام، مع الحرص على إضافة الكثير من وُسوم الهاشتاج المتخصصة والمُناسبة لمحتوى المنشور، لتيسير وصول القراء إلى المحتوى (كما ذكر سابقًا في قسم التأثير عبر منصّات التّواصل الاجتماعي).

- إعلانات الرّاية أو إعلانات البانر (Banner): طريقة رائعة لتنبية الجمهور وجذب انتباهه إلى مبيعات المُعلن، والترويج له دون الحاجة إلى كتابة محتوى تسويقي. يمكن إدراجه في الموقع الإلكتروني الخاصّ، أو الدّفع لجوجل مقابل إدراجهم في مواقع أخرى.

- نشرة إخبارية عبر البريد الإلكتروني: يمكن تضمين روابط الأفلييت لمنتجات أو كوبونات، لتيسير تحقيق الدخل من جميع عناوين البريد الإلكتروني التي تم تحصيلها وجمعها من الموقع الإلكتروني الخاص.

- برامج افلييت كوبونات: منح الجمهور كوبونات، يعتبر طريقة مثالية للتحفيز، والحث على شراء المنتج أو الخدمة.

- ترويج مدفوع: يمكن الدفع لجوجل، فيسبوك، إنستغرام، وهي أفضل المنصات للارتقاء بالترويج ليتصدّر نتائج البحث. ولكن، يجب التزام الحذر، عند استخدام العلامة التجارية للمعلن باسمها الفعلي في الإعلانات المدفوعة عبر محرّكات البحث، الدفع عند النقر PPC، لا بدّ من التحقق من أن أحكام وشروط المعلن لا تمنع المزايدة على علامته التجارية، حيث يمكن للمعلن أن يرفض جميع التحويلات المحصّلة، في حال عدم تتبّع أحكامه وشروطه.

• تعقب وتتبع المبيعات:

ينبغي توفر إمكانية تتبّع النقرات والمبيعات والعمولات في الصفحة الرئيسية للشبكة الخاصة التي تم اختيارها، وتحميل التقارير حولها للاطلاع عليها دون الحاجة إلى الاتصال بالإنترنت.

• تحسين الحملات الإعلانية:

البيانات هي جوهر جني المال وتحقيق الدخل عبر الإنترنت، فبتتبع وتعقب المبيعات والتحويلات وفقاً لما يُطلع عليه نظام الإبلاغ في الشبكة، يتم تغيير أحد العوامل فقط في كلّ مرّة في الحملات الإعلانية للتوصّل إلى أفضل وأمثل منهج لإدارة برنامج التسويق بالعمولة الخاص بشكل ناجح؛ ينبغي على المسوّق بالعمولة تحسين العوامل الأربعة التالية:

- حركة وتفاعل الزائرين؛

- الإعلانات؛

- العروض؛

- صفحات الهبوط؛

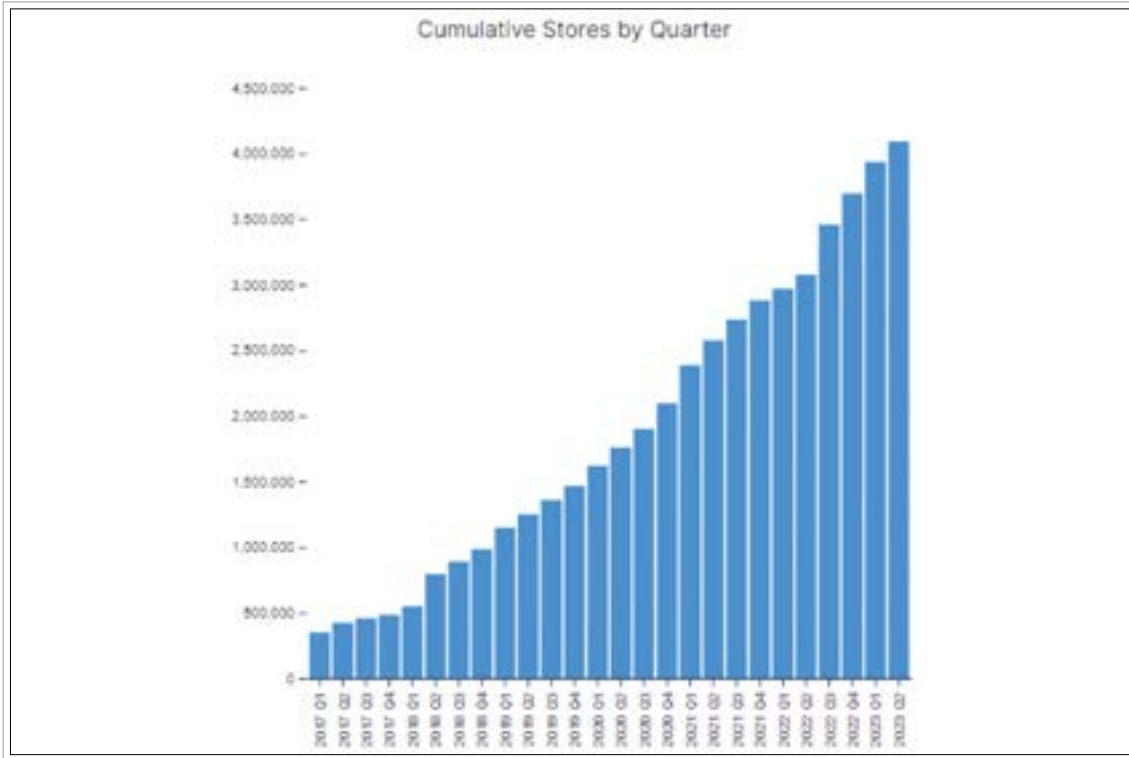
حملات التسويق بالعمولة ستنجح عند العثور على الإعلان المناسب من أجل الجمهور المناسب، والذي سيرسلهم إلى الصفحة المناسبة في الموقع الإلكتروني الخاص بالمعلن المناسب.

8.6. المتجر الإلكتروني

التجارة الإلكترونية هي عبارة عن عملية بيع وشراء المنتجات أو الخدمات أو المعلومات عن طريق استخدام شبكة الإنترنت؛ تزايد ظهور التجارة الإلكترونية في العقد الماضي، خاصة مع نمو استخدام الإنترنت، وظهور إعلانات جوجل ومنصات التواصل الاجتماعي التي ساهمت في إعلان المنتجين عن منتجاتهم وجني المزيد من الأرباح، ليصبح بيع المنتجات والخدمات بأقل جهد، وفي وقت قصير.

1.8.6. إحصاءات عن التجارة الإلكترونية:

- WooComerce، أكثر برامج التجارة الإلكترونية شيوعاً لووردبريس WordPress، يدير حالياً أكثر من 4 ملايين متجر نشط عبر الإنترنت؛ تمتلك WooComerce حصة 30% من سوق تكنولوجيا التجارة الإلكترونية، وفقاً لـ (Builtwith, storeleads)
- بحلول عام 2040، تشير التقديرات إلى أن 95% من جميع عمليات الشراء ستكون من خلال التجارة الإلكترونية. (ناسداك)؛
- 55% من المتسوقين عبر الإنترنت يخبرون الأصدقاء والعائلة عند عدم رضاهم عن منتج أو شركة. (يو بي إس)؛
- 93.5% من مستخدمي الإنترنت حول العالم قاموا بشراء منتجات عبر الإنترنت. (OptinMonster)؛
- على الصعيد العالمي، تُعدّ بطاقات الائتمان هي الطريقة المفضلة للدفع، حيث يتم استخدامها في 53% من المعاملات؛



- السبب الأول الذي يجعل الناس يتسوقون عبر الإنترنت هو قدرتهم على التسوق في جميع ساعات اليوم. (KPMG)؛

الجدول أسفله يوضح تطوّر التجارة الإلكترونية في المغرب: نشره المركز التجاري الدولي بتاريخ 2020/01/31

Périodes	Cartes Marocaines		Cartes Etrangères		Cartes Marocaines & Etrangères	
	Nombre	Montant	Nombre	Montant	Nombre	Montant
2016	3 514 024	1 599 911 154	106 121	155 134 208	3 620 145	1 755 045 362
2017	6 473 703	2 437 076 472	118 355	200 196 702	6 592 058	2 637 273 174
2018	8 095 434	3 004 578 519	173 164	275 639 640	8 268 598	3 280 218 159
2019	9 399 989	4 405 874 619	376 301	407 137 510	9 776 290	4 813 012 129
Var. 19 / 18	16,1%	46,6%	117,3%	47,7%	18,2%	46,7%

2.8.6. مزايا التجارة الإلكترونية:

- أقل تكلفة من التجارة التقليدية:

تعدّ الميزة الرئيسة للتجارة الإلكترونية، هي قدرتها على الوصول إلى سوق عالمي دون الحاجة إلى استثمار مالي كبير، ولا تتطلب عدداً كبيراً من الموظفين، ممّا يساهم في تحقيق أرباح هائلة.

- تساهم في توسيع مجال التجارة:

تساعد التجارة الإلكترونية أصحاب المتاجر الإلكترونية، التحرّر من قيود المكان والبعد الجغرافي، نظراً لتمكينها الزبناء من الحصول على الخدمة أو المنتج المراد شراؤه، دون الحاجة إلى مغادرة المنزل، فهي غير مقيّدة بزمان محدّد، فيمكن البيع أو الشراء طوال اليوم.

- زيادة مبيعات المتجر:

تساعد التجارة الإلكترونية أصحاب المتاجر في التفاعل المباشر مع المستهلك، من خلال إنشاء قناة اتصال مباشرة مع الزبون، الأمر الذي يسهّل على مقدّم الخدمة معرفة متطلبات الزبون المستهدف؛ وتُتيح لأصحاب المتاجر، تقديم المنتجات والخدمات التي تناسب التفضيلات الفردية، وهذا يساعد على زيادة قاعدة زبناء المتجر، ممّا ينعكس إيجاباً على حجم المبيعات.

المصادر والمراجع

- مراجع باللّغة العربيّة:
كلّ ما يتعلّق بمنصّة اليوتيوب:
- مدرسة الإبداع العربيّة:
https://creativeschoolarabia.com/
- مكتبة ضخمة من مستلزمات مونتاج الفيديو والموشن جرافيك:
مستلزمات-مونتاج-الفيديو-موشن-جرافيك
https://creativeschoolarabia.com/
- تطبيقات شبيهة للفوتوشوب عبر الأنترنت:
https://pixlr.com/
- منصّات البودكاست:
https://podcasters.spotify.com/
https://podcasts.apple.com/fr/genre/podcasts/id26
https://podcasts.google.com/
https://soundcloud.com/
- تطبيقات البودكاست:
https://anchor.fm/
https://www.spreaker.com/
https://zencast.com/
- مجتمع البودكاست العربي:
https://ar-podcast.com/
- مواقع لتحميل مقاطع الفيديو المجانيّة:
https://mazwai.com/
https://www.videvo.net/
https://www.pexels.com/videos/
- مواقع لتحميل مقاطع الموسيقى والمؤثرات الصوتيّة المجانيّة:
YouTube audio library
https://www.jamendo.com/
https://www.hooksounds.com/
https://soundbible.com/
https://www.bensound.com/royalty-free-music
https://audionautix.com/
http://ccmixter.org/
https://freemusicarchive.org/home
https://freesound.org/
https://www.youtube.com/channel/UC_aEa8K-EOJ3D6gOs7HcyNg
https://incompetech.com/music/royalty-free
https://www.silvermansound.com/free-music
- موقع مدفوع لتحميل الصّور، الفيديوهات، الموسيقى، المؤثرات البصريّة والصّوتيّة، الإضافات والملحقات
https://elements.envato.com/
- ما هو ووردبريس؟ شرح مميّزات وعيوب WordPress في 2021:
https://ar.hostingdean.com/wordpress/#pros
- إنشاء موقع: شرح إنشاء مدوّنة ووردبريس على استضافة بلوهوست:



- مراجع باللغة الفرنسية:
- h5p c'est quoi et pourquoi votre elearning en a besoin:
. <https://shifumi.org/lms/h5p-cest-quoi-et-pourquoi-votre-elearning-en-a-besoin/>
- CRÉEZ DE SUPERBES CONTENUS INTERACTIFS AVEC H5P : <http://www.riotice.com/?p=3946>
- Ajoutez de l'Interactivité à Vos Cours eLearning avec H5P:
. <https://enovationsolutions.fr/ajoutez-de-linteractivite-vos-cours-elearning-avec-h5p/>
- plugin polylang :
. <https://fr.wordpress.org/plugins/polylang>
- Comment se servir de Google Analytics pour le SEO ? :
<https://thomasgadroy.fr/google-analytics-seo/>
- 10 Stats étonnantes sur le SEO: <https://www.abondance.com/20200911-43589-infographie-10-stats-etonnantes-sur-le-seo.html>
- Définition du SEO (Search Engine Optimisation) :
<https://www.seo.fr/definition/seo-definition>
- Un outil et des conseils pour se lancer dans le marketing d'affiliation
. <https://www.webmarketing-com.com/2017/05/17/59415-marketing-affiliation>
- Le Guide du Marketing d'Influence :
. https://veille.ma/IMG/pdf/le_guide_du_marketing_d_influence.pdf
- La méthode des objectifs SMART : définition et exemples
. <https://www.salesodyssey.fr/blog/objectifs-smart>
- Comment gagner de l'argent avec Twitter ?
. <https://www.valueyournetwork.com/comment-gagner-de-largent-avec-twitter/>
- <https://ar.hostingdean.com/install-wordpress-blog-on-bluehost>
- أفضل 7 اضافة النشر التلقائي ووردبريس على مواقع التواصل الاجتماعي :
. <https://www.kiwifu.com/social-media-automation-plugins>
- شرح SEO « دليل المبتدئين للعودة إلى الصفحة الأولى »:
. <https://www.wpar.net/seo-guide>
- التّسويق بالعمولة للمبتدئين :
. <https://www.arabclicks.com/ar/academy/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%91%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%88%D9%84%D8%A9-%D9%84%D9%84%D9%85%D9%8F%D8%A8%D8%AA%D9-%8E%D8%AF%D8%A6%D9%8A%D9%86>
- تحليل وسائل التّواصل الاجتماعي :
. <https://www.dw.com/downloads/54781923/dw-akademie-social-media-analyticsarabic.pdf>
- الرّبح عبر منصّات المحتوى الرّقمي :
. <https://arebh.com/>
. <https://support.google.com/youtube/answer/1311392?sjid=12130764749233949151-EU#zippy=%2C%D8%A7%D8%AA%D8%A8%D8%A7%D8%B9-%D8%A5%D8%B1%D8%B4%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AF%D9%89-youtube%2C%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B2%D8%A7%D9%85-%D8%A8%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%AA-%D8%A8%D8%B1%D9%86%D8%A7%D9%85%D8%AC-adsense>
- <https://www.alrab7on.com/>



◦ مراجع باللغة الإنجليزية:

- <https://blog.ipleaders.in/social-media-copyright/>
- 2020's Most Surprising WordPress Statistics: <https://www.whoishostingthis.com/compare/wordpress/stats/>
- Wild and Interesting WordPress Statistics and Facts (2021): <https://kinsta.com/blog/wordpress-statistics/>
- Must have WordPress plugins you need in 2020 : <https://medium.com/the-innovation/must-have-wordpress-plugins-you-need-in-2020-cce4bb5b7895>
- 8 WordPress Plugins Must-Have for Bloggers: <https://wpmayor.com/7-must-have-wordpress-plugins-for-bloggers/>
- 25+ Essential WordPress Plugins for Bloggers: <https://www.elegantthemes.com/blog/resources/essential-wordpress-plugins-for-bloggers>
- Best WordPress Plugins For Podcasters & Bloggers: <https://www.podcastinsights.com/fr/best-wordpress-plugins>
- bbPress Forums for WordPress: A Quick Guide: <https://www.wpexplorer.com/bbpress-guide/>
- 63 SEO Statistics for 2021: <https://ahrefs.com/blog/seo-statistics>
- What Is SEO / Search Engine Optimization? : <https://searchengineland.com/guide/what-is-seo>
- 10 Key Email Marketing Stats: 2020 Edition: <https://ecommerceguide.com/guides/10-key-email-marketing-stats-2020-edition/>
- Ultimate Email Marketing Benchmarks for 2021: By Industry and Day: <https://www.campaignmonitor.com/resources/guides/email-marketing-benchmarks/>
- The Best Time to Send Emails : <https://www.omnisend.com/blog/best-time-to-send-email/>
- DIGITAL 2021: World Global Report: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- DIGITAL 2021: Morocco Report: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-morocco>
- What the internet will look like in 2021: <https://www.vox.com/2017/6/8/15757594/future-internet-traffic-watch-live-video-facebook-google-netflix>
- Flickr Creative Commons: <https://www.flickr.com/creativecommons/>
- Creative Commons Platforms: <https://creativecommons.org/about/platform/>
- Marking your work with a CC license: https://wiki.creativecommons.org/wiki/Marking_your_work_with_a_CC_license
- What is an Infographic? Examples ,Templates & Design Tips: <https://venngage.com/blog/what-is-an-infographic/>
- Twitter Media Best Practices : <https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-api/v1/media/upload-media/uploading-media/media-best-practices>
- Recommended YouTube upload encoding settings: <https://support.google.com/youtube/answer/1722171?hl=en>
- About video ad formats: <https://support.google.com/google-ads/answer/2375464?hl=en>
- Social Media and Copyright: Everything you need to know about it:

- . <https://kjpcreative.com/what-are-the-differences-between-the-big-social-media-platforms>
- Social Media Image Sizes :
 - . <https://blog.hootsuite.com/social-media-image-sizes-guide>
- official WordPress plugins website :
 - . <https://wordpress.org/plugins>
 - . <https://wordpress.org/themes/>
 - . <https://wordpress.org/support/>
- How to Create & Commit to a Consistent Blogging Schedule : <https://www.wpexplorer.com/create-blogging-schedule/>
- 45 Things I Wish I Knew Before Starting a Blog : <https://www.codeinwp.com/blog/starting-a-blog/>
- Top WordPress Visitor Analytics Plugins : <https://www.ibeamconsulting.com/blog/best-wordpress-visitor-analytics/>
- 10 Best Web Hosting Services (June 2023):
 - . 10 Best Web Hosting Services (June 2023) – Forbes Advisor
- Organic Click Through Rates by Position and Percent (2023):
 - . How Much of Your Traffic Comes from Organic Search? (seoinc.com)
- Détecter le spam pour vous proposer des résultats pertinents et fiables:
 - . Détection du spam – Comment fonctionne la recherche Google
- What Is a Good Open Rate for Email in 2023? :
 - . What Is a Good Open Rate for Email in 2023? - AudiencePoint
- The Ultimate List of Email Marketing Stats for 2023:
 - . 11 Reasons Why Your Email List Beats Social Media: <https://www.dreamgrow.com/11-reasons-why-newsletter-beats-social-media/>
 - . 14 Proven Ways to Increase Your Blog and Newsletter Subscribers :
 - . <https://databox.com/increase-blog-and-newsletter-subscribers>
 - The Importance of Starting an Online Store :
 - . <https://squareup.com/us/en/townsquare/how-to-start-an-online-store>
 - Ecommerce Statistics :
 - . <https://ecommerceguide.com/ecommerce-statistics/>
 - Best Blogging Platforms for 2020 – Here's Where to Launch Your Next Blog :
 - . <https://www.codeinwp.com/blog/best-blogging-platforms/>
 - 15 Top eCommerce Plugins to Power Your eCommerce Site in 2021 :
 - . <https://influencermarketinghub.com/top-ecommerce-plugins/>
 - Your Guide to Becoming a True Social Influencer :
 - . <https://www.dw.com/downloads/54781923/dw-akademie-social-media-analyticsarabic.pdf>
 - Social Media Influencer Toolkit : https://naic.org/pio_news/pio_social_media_influencer_toolkit.pdf
 - Social Media Marketing Strategy : <https://www.hootsuite.com/resources/social-media-strategy-guide>
 - Influencer Marketing for Beginners :
 - . https://considerableinfluence.com/img/upload/ConsiderableInfluence_ebook_for_agenciesandbrands.pdf
 - What Are The Differences Between The Big Social Media Platforms?

.The Ultimate List of Email Marketing Stats for 2023
(hubspot.com)

- 2023 Email Marketing Statistics: Facts & Figures:

.2023 Email Marketing Statistics: Facts & Figures |
Constant Contact

- The State of WooCommerce in 2023:

.The State of WooCommerce in 2023 (storeleads.app)

