

المخدرات والإعلام الرقمي - سوسيولوجيا الهيمنة وإعادة إنتاج الهشاشة الاجتماعية

Drugs and Digital Media- A Sociology of Domination and the Reproduction of Social Fragility

نادية بن نايم - أستاذ محاضر ب n.bennaim@cu-aflou.edu.dz	علم اجتماع الجريمة والانحراف	المركز الجامعي آفلو/ الجزائر
DOI :		

الإرسال: 2025/10/05 القبول: 2025/12/06 النشر: 2025/12/20

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ظاهرة المخدرات من منظور سوسيولوجي بنيوي يتجاوز الاختزال القانوني أو الأخلاقي، معتبرة إياها نتاجا لتحولات مجتمعية معقدة تعيد تشكيل الفضاءات الحضرية، الهويات الاجتماعية، وديناميكيات الهيمنة واللامساواة.

وتحلل الورقة البحثية كيف أصبحت المخدرات أداة لإدارة الأزمات الاجتماعية في ظل تفاقم التهميش الاقتصادي والسياسي، مسلطة الضوء على أدوار البنى الأسرية، ثقافات الشباب، وجماعات الأقران في إنتاج أنماط تعاط جديدة، كما تستكشف التفاعل الجدلي بين الإعلام والمخدرات، موضحة كيف يساهم الإعلام التقليدي في إعادة إنتاج الوصم الاجتماعي من خلال خطاباته التخويفية أو التطبيعية غير المباشرة، بينما يمنح الإعلام الرقمي فضاءات جديدة لإعادة تعريف الظاهرة، سواء عبر شبكات الترويج أو عبر الخطابات البديلة التي تتحدى الخطابات الرسمية.

كما تطرح إشكاليات الإعلام الرقمي كفضاء لإعادة إنتاج الهويات والسلوكيات المرتبطة بالمخدرات، مسلطة الضوء على دور الخوارزميات، الفقاعات الإدراكية، والاقتصاد الرقمي في هندسة الوعي الجمعي حول التعاطي، كما تناقش كيف يمكن للتحولات الإعلامية أن تساهم في تعزيز الوقاية عبر استراتيجيات ذكية تتجاوز الخطاب الوعظي التقليدي نحو نماذج أكثر استهدافا وتأثيرا.

ختاما، تدعو هذه الأخيرة إلى إعادة التفكير في سياسات مكافحة المخدرات من خلال رؤية شمولية تتجاوز المقاربة الأمنية العقابية، نحو استراتيجيات اجتماعية وإعلامية مستدامة تعالج التفاوتات البنيوية وتؤسس لإعلام وقائي أكثر فاعلية في ظل التحولات الرقمية.

كلمات مفتاحية: سوسيولوجيا المخدرات؛ الإعلام الرقمي؛ الهيمنة الاجتماعية؛ الهشاشة الاجتماعية؛ الوصم الاجتماعي.

Abstract:

Maghreb Journal of Historical and Social Studies - Sidi Bel-Abbes University

ISSN : 2170-0060 EISSN : 2602-523X

Volume 17 -- Issue 02 -- December 2025

البريد الإلكتروني: n.bennaim@cu-aflou.edu.dz

المؤلف المراسل: نادية بن نايم

This paper examines drug use from a structural sociological perspective that transcends legal or moral reductionism, It considers drug use as a product of complex social transformations that reshape urban spaces, social identities, and relations of domination and inequality.

The study explores how drugs have become a mechanism for managing social crises amid increasing economic and political marginalization, highlighting the roles of family structures, youth cultures, and peer networks in generating new patterns of use, It also analyzes the dialectical relationship between media and drugs, showing how traditional media reproduce social stigma through fear-based or normalizing narratives, while digital media create new arenas for redefining the phenomenon through promotional networks or alternative discourses that challenge official narratives.

Moreover, it discusses the role of algorithms, cognitive bubbles, and the digital economy in shaping collective perceptions of drug use, suggesting that digital transformations can enhance prevention through intelligent and targeted communication strategies. The paper concludes by advocating a holistic approach to drug policy that transcends punitive frameworks toward sustainable social and media-based strategies addressing structural inequalities.

Keywords: Sociology of Drugs; Digital Media; Social Domination; Social Vulnerability; Social Stigmatization.

مقدمة:

تعد المخدرات من الظواهر الاجتماعية ذات الطابع البنيوي، حيث لا يمكن اختزالها في بعدها الفردي أو القانوني فقط، بل يجب مقاربتها ضمن سياقاتها الاقتصادية، الثقافية، والسياسية التي تؤثرها، فالانتشار المتزايد لتعاطي المخدرات ليس مجرد انحراف فردي، بل انعكاس لديناميكيات مجتمعية عميقة تعيد تشكيل الفضاءات الحضرية، أنماط العيش، والهويات الاجتماعية، بالتالي يصبح تعاطي المخدرات أداة لإدارة الأزمات الاجتماعية، خاصة في المجتمعات التي تشهد أزمات اقتصادية وتهميشا بنيويا.

وفهم هذه الظاهرة يتطلب تحليلا متعدد الأبعاد، حيث تلتقي نظرية العنف الرمزي التي تبرز كيف يمارس الهيمنة على الفئات الهشة من خلال انسداد آفاق الحياة، مع نظرية الاختيار العقلاني، التي توضح كيف يتم اللجوء إلى تعاطي أو تجارة المخدرات كاستراتيجية في مواجهة الإقصاء الاجتماعي، كما أن التحولات التي مست البناء الأسري

وتنامي تأثير جماعات الأقران، ساهمت في تعزيز انتشار ثقافات شبابية بديلة تتبنى المخدرات كرمز للتمرد أو البحث عن الانتماء.

في ظل هذه التعقيدات، يلعب الإعلام دورا مركزيا في تشكيل المخيال الاجتماعي حول المخدرات، إذ لا يقتصر تأثيره على نقل المعلومات بل يتعداه إلى إعادة إنتاج التصورات والتمثيلات الاجتماعية حول الظاهرة، وبين الخطاب التخويفي الذي قد يفقد مصداقيته، والتطبيع غير المباشر مع المخدرات من خلال الدراما والإعلانات، يجد الشباب أنفسهم أمام رسائل متناقضة قد تؤدي إلى نتائج عكسية، كما أن صعود الإعلام الرقمي أتاح فضاءات جديدة لإعادة تشكيل الخطابات حول المخدرات، سواء عبر الخطابات الرسمية التي تسعى إلى الوقاية، أو عبر شبكات ترويج المخدرات التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لاستقطاب الفئات الشابة.

وعليه تسعى هذه الورقة إلى تفكيك العلاقة الجدلية بين المخدرات والتحول المجتمعية، عبر تحليل الأبعاد البنيوية للظاهرة، واستكشاف كيف يساهم الإعلام في الوقاية أو في إعادة إنتاج الظاهرة بطرق غير مباشرة.

فهل يمكن للإعلام أن يكون فاعلا حقيقيا في الحد من انتشار المخدرات؟ أم أنه جزء من منظومة اجتماعية تعيد إنتاج الأزمة بطرق غير مرئية؟

1-التأثيرات المجتمعية للمخدرات ودور الإعلام في الوقاية:

1-1-المخدرات كظاهرة بنيوية معقدة:

1-1-1-المخدرات كأداة لإدارة الأزمات الاجتماعية:

لا يمكن فهم ظاهرة تعاطي المخدرات بعيدا عن السياقات السوسيو-اقتصادية والسياسية التي تؤطرها، إذ تلجأ المجتمعات التي تمر بأزمات حادة إلى استراتيجيات غير رسمية للتكيف، وتستخدم المخدرات كأداة لإدارة الأزمات الاجتماعية بأبعاد متعددة:

-في المجال الاقتصادي: تلعب الأزمات الاقتصادية دورا جوهريا في تزايد استهلاك المخدرات، حيث يرتبط تراجع القدرة الشرائية والبطالة بانخفاض الشعور

بالاستقرار النفسي والاجتماعي، مما يدفع الأفراد إلى البحث عن وسائل للهروب أو التكيف.
(مخلوف، 2019)

-في المجال السياسي: توظف بعض الأنظمة شبكات المخدرات بطرق مباشرة أو غير مباشرة، إما للتخفيف من الاحتقان الاجتماعي أو كآلية للضبط الاجتماعي، من خلال توجيه الفئات الهشة إلى مسارات تضمن تحييدها عن الفعل الاحتجاجي. (جرمون، 2017)

وفي الجزائر، شهدت بعض الأحياء الهامشية تنامي شبكات توزيع المخدرات مع تراجع الفرص الاقتصادية، خاصة بين فئات الشباب، كما أن ارتباط تجارة المخدرات بتجريب السلع عبر الحدود جعلها جزء من ديناميكيات أوسع تتعلق بالاقتصاد غير الرسمي.

1-1-2-الهشاشة السوسيو-اقتصادية كدينامية مغذية لتعاطي المخدرات:

نعرف أن المجتمعات التي تعاني من الفقر والتهميش تولد أشكالاً بديلة من الاقتصاد غير النظامي، حيث تصبح المخدرات مورداً حيوياً للبقاء، ويمكن ربط هذه الدينامية بثلاث مستويات:

-على المستوى الفردي: المخدرات كآلية للتكيف النفسي مع الأوضاع القاسية.
(بوروح، دون سنة)

-على المستوى المجتمعي: ظهور شبكات تجارة المخدرات كبديل عن الفرص الاقتصادية الرسمية.

-على المستوى المؤسسي: ضعف تدخل الدولة في ضبط هذه الظاهرة يؤدي إلى إعادة إنتاج التفاوتات الاجتماعية، حيث تترك الفئات الهشة عرضة للاستغلال.

إذاً وفقاً لمفهوم العنف الرمزي، يصبح تعاطي المخدرات شكلاً من أشكال العنف الذي يمارس على الفئات الهشة، حيث يدفعون إليه من خلال انسداد آفاق الحياة. أيضاً توضح نظرية الاختيار العقلاني أن الأفراد لا ينخرطون في تعاطي أو تجارة المخدرات عشوائياً، بل كقرار استراتيجي في ظل انعدام الفرص الاقتصادية.

1-1-3- تحولات البناء الأسري وتأثيرها على الوقاية من المخدرات:

ما نعرفه أن الأسرة تلعب دورا مركزيا في تشكيل السلوكيات الوقائية ضد تعاطي المخدرات، ولكن التحولات التي مست البناء الأسري أثرت على هذه الوظيفة:

-**تفكك العلاقات التقليدية:** مع تغير أنماط العيش، أصبح هناك ضعف في الرقابة الأبوية، ما فتح المجال أمام تأثيرات خارجية أكبر على الشباب. (عبد المتعال، 2004)

-**غياب الدور الأبوي وضعف التنشئة:** خاصة في الأسر التي تعاني من مشاكل اجتماعية واقتصادية، مما يترك الشباب عرضة للاستقطاب من قبل شبكات المخدرات.

-**ظهور ثقافات شبابية بديلة:** يبحث الشباب عن هويات جديدة ضمن جماعات الأقران، وأحيانا يتم تبني ثقافة المخدرات كوسيلة للتعبير عن الذات.

ويمكن تفسير هذه الظاهرة من خلال نظرية الثقافة الفرعية التي ترى أن الشباب الذين يشعرون بالتهميش ينخرطون في سلوكيات منحرفة تعزز شعورهم بالانتماء.

أيضا من منظور نظرية الضبط الاجتماعي لهرشي، فإن ضعف الروابط العائلية يؤدي إلى غياب الضوابط الداخلية، مما يسهل الانخراط في تعاطي المخدرات.

1-2-2- المخدرات وإعادة تشكيل الفضاءات الاجتماعية:

1-2-1- من اقتصاد المخدرات إلى العنف الممأس:

المخدرات لا تؤثر فقط على الأفراد، بل تعيد تشكيل الفضاءات الحضرية، حيث تتكون مناطق رمادية خارج نطاق السيطرة الرسمية:

-**ظهور جيوب حضرية هامشية:** تصبح بعض الأحياء ملاذا لشبكات المخدرات، مما يخلق تفاعلات اجتماعية معقدة.

-**إعادة توزيع أنماط العنف:** تنشط عصابات المخدرات في بيئات يسودها العنف، وتعيد تشكيل السلطة داخل هذه الفضاءات.

-تفكيك النسيج الاجتماعي: مع تمدد شبكات المخدرات، تفقد المجتمعات المحلية القدرة على ضبط الظاهرة، ما يفاقم مشكلات الأمن الحضري.

2-2-1-المخدرات والعنف الرمزي:

إن تعاطي المخدرات لا يقتصر على العنف الجسدي، بل يشمل أيضا العنف الرمزي:

-الوصم الاجتماعي للمتعاطين: يؤدي إلى تهميشهم، مما يعزز انتماءهم إلى جماعات أخرى تتقبل سلوكهم.

-إعادة إنتاج هويات بديلة: فتصبح ثقافة المخدرات عنصرا من عناصر الهوية داخل بعض الفئات.

3-1-الإعلام وإعادة تشكيل الخطاب حول المخدرات:

1-3-1-الإعلام كفاعل رئيسي في بناء المخيال الاجتماعي حول المخدرات:

نجد أن الإعلام لا ينقل فقط المعلومات حول المخدرات، إنما يعيد تشكيل المخيال الجمعي حولها، عبر:

-الخطاب التخويفي: الذي قد يؤدي إلى فقدان المصداقية، خاصة لدى الشباب. (الحايك، 2023)

-الخطاب الترفيهي: الذي قد يطبع المخدرات كجزء من ثقافة الاستهلاك المعاصر.

-الخطاب التحليلي: الذي يسعى لتقديم فهم عميق للظاهرة، لكنه قليل الانتشار.

وتتعامل بعض القنوات مع موضوع المخدرات من زاوية الإثارة، مما قد يثير فضول الشباب بدل ردعهم، وفي بعض الأحيان، يتم تصوير تجار المخدرات كأبطال في الأفلام والمسلسلات (كما في مسلسل بابلو اسكوبار)، مما يخلق صورة رومانسية عن الجريمة.

2-3-1- وسائل التواصل الاجتماعي كفضاء جديد لإعادة تشكيل الخطابات حول المخدرات:

مع ظهور الإعلام الرقمي، أصبحت هناك مساحات جديدة لإعادة إنتاج المعاني المرتبطة بالمخدرات، حيث نجد:

-خطابات رسمية تحاول نشر التوعية.

-خطابات شبكات المخدرات التي تسعى إلى استقطاب الشباب عبر منصات التواصل. (الطائي، 2024)

-خطابات الناشطين الذين يحاولون تقديم معالجات بديلة تتجاوز الخطاب التقليدي.

ووفقا لنظرية التأطير الإعلامي، فإن الطريقة التي يتم بها تقديم قضية المخدرات تؤثر على إدراك الجمهور لها، كما تشير نظرية الاختيار التعددي إلى أن الأفراد باتوا أكثر قدرة على اختيار مصادر معلوماتهم، مما يزيد من تعقيد سياسات التوعية الإعلامية.

2-الإعلام التقليدي في مكافحة المخدرات:

من الواضح أنه لطالما كان الإعلام التقليدي (الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون) أداة مركزية في تشكيل الرأي العام، خاصة في ما يتعلق بالقضايا ذات الطابع الاجتماعي والأخلاقي مثل المخدرات، مع ذلك فإن دوره لم يكن محايدا بل كان دائما جزءا من منظومة أوسع لإعادة إنتاج القيم المهيمنة في المجتمع. (McQuail, 2010)

من هنا، يصبح الإعلام ليس فقط وسيلة لنقل المعلومات، وإنما أيضا آلية لإنتاج المعرفة، ضبط السلوك، وإعادة إنتاج الهياكل السلطوية، فكيف يمكن فهم دور الإعلام التقليدي في مكافحة المخدرات من منظور أكثر عمقا؟

2-1- الإعلام التقليدي كأداة ضبط اجتماعي:

لا يعمل الإعلام في فراغ، بل يتأثر بالبنية السياسية والاقتصادية للمجتمع، ما يجعله يساهم في إنتاج حقيقة إعلامية حول المخدرات تخدم توجهات معينة، سواء كانت أمنية، اقتصادية، أو اجتماعية.

2-1-1-1- الإعلام كمعيد لإنتاج الخطاب الرسمي حول المخدرات:

الإعلام التقليدي يميل إلى تقديم المخدرات باعتبارها خطرا خارجيا، حيث يتم التركيز على شبكات التهريب وعصابات الجريمة المنظمة، ما يكرس تصورا يفصل بين المجتمع السوي والمجرمين المنحرفين.

ويتم تصوير المخدرات كظاهرة تهدد الأمن العام، ما يبرر تبني سياسات عقابية صارمة بدلا من التركيز على العوامل الاجتماعية والاقتصادية التي تؤدي إلى انتشار التعاطي.

إذا، هذا الخطاب الرسمي يجعل المخدرات تبدو كقضية طارئة وليست جزء من ديناميات اجتماعية مستمرة، مما يحد من إمكانية مناقشتها بطرق أكثر تعمقا.

2-1-2- الإعلام وإنتاج الوصم الاجتماعي للمتعاطين:

غالبا ما يتم تصوير المدمن على المخدرات كشخص فاقد للسيطرة، منحرف، أو خطر على المجتمع، ما يؤدي إلى تعزيز وصمة العار حول الإدمان بدلا من اعتباره مشكلة صحية واجتماعية تستدعي العلاج وإعادة الإدماج.

ويتم إغفال الفروقات الطبقيّة في معالجة الإدمان، ففي حين يوصم الشباب الفقراء كمجرمين، يتم تصوير تعاطي المخدرات بين الطبقات العليا كنمط حياة، ما يعكس ازدواجية في التغطية الإعلامية.

هذا الخطاب يساهم في تعزيز الإقصاء الاجتماعي للمتعاطين، حيث يصبحون محاصرين في صورة سلبية تحد من فرص إعادة إدماجهم في المجتمع.

2-1-3- الهلع الأخلاقي والإعلام كمنتج للخوف الجماعي:

الإعلام التقليدي كثيرا ما يلجأ إلى استراتيجيات التهويل الأخلاقي، حيث يتم تصوير المخدرات على أنها كارثة مجتمعية تهدد القيم والأخلاق، دون تقديم تحليل بنيوي للأسباب. (Cohen, 1972)

حيث يتم استخدام لغة درامية وصور صادمة لإثارة الخوف، ما قد يؤدي إلى خلق حالة من الشلل الاجتماعي، حيث يصبح التعامل مع القضية محصورا في ردود فعل عاطفية بدلا من البحث عن حلول مستدامة.

ونجد أن هذا التهويل يساهم في تعزيز سياسات العقاب بدلا من سياسات الوقاية والعلاج، حيث يتم التعامل مع المخدرات كحالة طارئة تستدعي الحزم الأمني أكثر من التمكين الاجتماعي.

2-2- الإعلام التقليدي وإعادة إنتاج الصور النمطية حول المخدرات:

الإعلام لا يكتفي فقط بنقل المعلومات حول المخدرات، بل يعيد تشكيل الإدراك الجمعي من خلال تكرار أنماط محددة من التغطية الإعلامية، مما يؤثر على الطريقة التي يفهم بها المجتمع الظاهرة.

2-2-1- الدراما التلفزيونية والتطبيع غير المباشر مع المخدرات:

نرى أن كثيرا من الإنتاج السينمائي والتلفزيوني يتناول المخدرات بشكل سطحي، إما عبر تقديمها كمصدر للشر المطلق، أو كرمز للتمرد والتحرر، دون تقديم معالجة واقعية تعكس تعقيد الظاهرة.

ويتم تصوير المدمن إما كشخص عنيف وخطير، أو كشخص مثير للشفقة، مما يكرس اختزال المشكلة في البعد الفردي بدلا من تحليل العوامل الاجتماعية والثقافية التي تؤدي إلى الإدمان.

فبعض الإنتاج الفني يجعل المخدرات جزءا من الصورة النمطية للنجاح، حيث يتم ربطها بحياة الرفاهية أو عالم الموسيقى والترفيه، مما قد يساهم في تعزيز جاذبية المخدرات لدى الفئات الشابة.

2-2-2-التغطية الإخبارية والتركيز على المقاربة الأمنية:

إن وسائل الإعلام التقليدية غالبا ما تركز على تغطية العمليات الأمنية لضبط المخدرات، حيث يتم تصوير الشرطة كمحور رئيسي في مواجهة الظاهرة، بينما يتم تجاهل الأبعاد الوقائية والعلاجية.

هذا التركيز المفرط على الجانب الأمني يجعل الجمهور يرى المخدرات كقضية تخص المجرمين، وليس كظاهرة اجتماعية تحتاج إلى حلول متعددة الأبعاد.

يتم تقديم أرقام وإحصائيات حول كميات المخدرات المحجوزة أو عدد المتهمين الموقوفين، دون تحليل العوامل البنيوية مثل الفقر، البطالة، والتفكك الأسري التي تؤدي إلى تفشي التعاطي.

2-2-3-التناقض في الرسائل الإعلامية:

بينما يقدم الإعلام التقليدي حملات توعية حول مخاطر المخدرات، فإنه في الوقت نفسه يروج لها بطرق غير مباشرة من خلال الإعلانات، الموسيقى، والأفلام التي تجعل المخدرات جزءا من الثقافة الشعبية.

فبعض الإعلانات التحذيرية تعتمد على أساليب التخويف المبالغ فيه، مما قد يؤدي إلى نتائج عكسية حيث يرفض الشباب الرسالة أو لا يأخذونها على محمل الجد.

في المقابل يتم تصوير المخدرات أحيانا على أنها مغامرة أو خيار شخصي، مما يخلق حالة من الالتباس حول الرسائل الإعلامية المتعلقة بالمخدرات. (Baudrillard, 1994)

2-3-تحديات الإعلام التقليدي في ظل التحولات الرقمية:

2-3-1- تراجع سلطة الإعلام التقليدي أمام وسائل التواصل الاجتماعي:

من خلال واقعنا نستنتج أنه لم يعد الإعلام التقليدي المصدر الرئيسي للمعلومات حول المخدرات، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تلعب دورا متزايدا في تشكيل وعي الشباب حول الظاهرة. (Castells, 2012)

ووسائل التواصل الاجتماعي تتيح فضاء مفتوحا للخطابات البديلة، سواء كانت داعمة أو معارضة لتعاطي المخدرات، مما يجعل من الصعب التحكم في الرسائل الإعلامية المتعلقة بالمخدرات.

2-3-2- غياب التفاعل وضعف استهداف الفئات الأكثر عرضة للإدمان:

الإعلام التقليدي يعتمد على نموذج الاتصال الأحادي، حيث يتم تقديم المعلومات دون إشراك الجمهور، مما يقلل من فعالية حملات التوعية. (Jenkins, 2006)

فكثير من الحملات الإعلامية لا تأخذ بعين الاعتبار الفئات الأكثر هشاشة، مثل الشباب العاطلين عن العمل أو الأشخاص الذين يعيشون في بيئات محفوفة بالمخاطر، مما يجعل الرسائل الإعلامية منفصلة عن الواقع الاجتماعي الفعلي.

2-3-3- الحاجة إلى خطاب جديد يتجاوز المقاربة التقليدية:

ينبغي للإعلام التقليدي أن يتبنى نمودجا جديدا لمكافحة المخدرات، يعتمد على تقديم خطابات أكثر تعقيدا تعكس التداخل بين العوامل الفردية، الاجتماعية، والاقتصادية.

كما يحتاج الإعلام إلى استراتيجيات أكثر تفاعلية، تدمج البحث الأكاديمي مع الخبرات الميدانية، لضمان أن تكون الرسائل الإعلامية أكثر واقعية وتأثيرا.

3- الإعلام الرقمي وسوسيولوجيا المخدرات:

1-3-1- الإعلام الرقمي كمنظومة سلطوية جديدة:

1-1-1- تحول الإعلام من أداة نقل إلى بنية معرفية تنتج الواقع:

لم يعد الإعلام الرقمي مجرد وسيط ينقل الظواهر الاجتماعية كما هي، بل تحول إلى نظام إنتاجي يعيد تشكيل الواقع الاجتماعي ويهندس وفق منطق تفاعلي يتجاوز النموذج التقليدي للإعلام الموجه.

فالمخدرات كظاهرة اجتماعية، لم تعد مرتبطة فقط بالخطابات المؤسسية الرسمية، بل أصبحت تخضع لعملية إعادة تعريف داخل الحيز الرقمي، حيث يجري

تطبيعها، إعادة تأطيرها، أو حتى إضفاء طابع الشرعية عليها عبر خطاب ثقافي جديد يتجاوز الحدود القانونية والأخلاقية التقليدية.

3-1-2- تفكيك السلطة الرمزية:

تمارس الدولة سلطتها عبر آليات الضبط القانوني والتوجيه الإعلامي، إلا أن المنظومة الرقمية قد أسقطت المركزية المطلقة لهذه السلطة، حيث أصبح الأفراد والمؤسسات غير الرسمية قادرين على إنتاج خطاب مواز يعيد تشكيل التصورات حول المخدرات.

إن هذا التحول أدى إلى بروز فضاءات رقمية تتحدى الخطابات التقليدية، ما يطرح سؤالاً جوهرياً حول مدى قدرة الدولة على فرض تعريف واحد للظاهرة، في ظل انتشار خطابات بديلة تروج لتعاطي المخدرات بوصفه سلوكاً فردانياً مشروعاً أو حتى ممارسة ثقافية مرتبطة بأنماط الحياة الحديثة.

3-2- من التمثيلات السوسيولوجية إلى الأنماط الإدراكية الرقمية:

3-2-1- من المخدرات كجريمة إلى المخدرات كهوية رقمية:

إذا كانت المخدرات في الماضي تمثل انحرافاً خارجاً عن النسق الاجتماعي المهيمن، فإن الإعلام الرقمي أسهم في تحويلها إلى عنصر داخل فضاء هوياتي جديد.

لم تعد المخدرات مجرد مادة استهلاكية، بل أصبحت رمزا يحمل دلالات اجتماعية وسياسية وثقافية معقدة، تعكس أنماط مقاومة رمزية أو حتى إعادة تشكيل للذات ضمن فضاءات سيبرانية تتحدى القيم التقليدية.

3-2-2- الخوارزميات وصناعة الفقاعات الإدراكية:

تلعب الخوارزميات دوراً حاسماً في تشكيل إدراك الأفراد داخل الفضاء الرقمي، حيث تقوم بخلق أنظمة توصية تعمل على تعزيز التفاعل مع محتوى معين وفق أنماط سلوكية خاضعة لمنطق اقتصاد الانتباه.

هذه الآليات تساهم في حبس الأفراد داخل فقاعات إدراكية تجعلهم عرضة لنماذج محددة من التفكير، حيث يصبح المخدر ليس مجرد موضوع للنقاش، بل تجربة

معيشة يجري تسويقها عبر استراتيجيات إدراكية تستند إلى الإثارة البصرية، التفاعل العاطفي، والاستدراج السرد.

3-3- إعادة إنتاج المخدرات كأداة مقاومة ورمز للتمرد:

3-3-1- المخدرات كممارسة ثقافية مضادة:

داخل المجتمعات التقليدية، كانت المخدرات توضع ضمن إطار الممنوعات التي تتطلب الضبط الاجتماعي الصارم، غير أن الإعلام الرقمي أعاد صياغة العلاقة بين الأفراد والمخدرات، بحيث أصبحت مرتبطة بخطابات المقاومة الثقافية والتعبير عن الذات.

إن انتشار رموز ثقافية تربط المخدرات بالإبداع الفني، الحرية الشخصية، أو حتى الوعي البديل، أدى إلى إعادة تعريف التصورات الأخلاقية حول التعاطي، مما ساهم في تقويض آليات الضبط الاجتماعي التقليدية.

3-3-2- الخطابات الرقمية وتفكيك أنماط الوصم الاجتماعي:

لم يعد تعاطي المخدرات في الخطاب الرقمي يرتبط بالصورة التقليدية للفرد المنحرف أو الخارج عن القانون، بل يجري إعادة إنتاجه ضمن سياقات ثقافية تتجاوز الثنائية التقليدية (الصحي/المريض، الشرعي/المنحرف).

فالمتعاطي في الفضاء الرقمي قد يظهر كفنان، مفكر، أو حتى ناشط اجتماعي يسعى إلى اختبار حدود وعيه بعيدا عن القيود المجتمعية التقليدية، هذا التحول في التمثيلات السوسيولوجية يفرض إعادة النظر في سياسات المكافحة التقليدية، التي لا تزال تعتمد على أنماط الوصم والإقصاء كأدوات للردع.

3-4- الإعلام الرقمي كفضاء لإعادة إنتاج اللامساواة في المعرفة الوقائية:

3-4-1- الفجوة الرقمية بوصفها عاملا مضاعفا للهشاشة الاجتماعية:

إذا كان الإعلام الرقمي قد فتح المجال أمام تدفق غير مسبوق للمعلومات، فإن هذا التدفق لم يكن متاحا للجميع على قدم المساواة، فالفئات الاجتماعية المهمشة التي تعاني أصلا من هشاشة اقتصادية وثقافية، تجد نفسها في مواجهة محتوى رقمي مشوه

يفتقر إلى التوجيه الوقائي، ما يجعلها أكثر عرضة للتأثر بالخطابات التي تطبع المخدرات أو تشرعن استخدامها.

3-4-2 وهم الوعي الرقمي:

إن الانتشار السريع للمحتوى حول المخدرات داخل الفضاء الرقمي لا يعني بالضرورة تكوين وعي حقيقي بالظاهرة، بل قد يؤدي إلى تضليل الأفراد عبر أنماط معرفية سطحية تعتمد على الإثارة بدل التحليل النقدي.

في ظل هذا الواقع، تصبح سياسات الوقاية التقليدية غير قادرة على مجاراة سرعة إنتاج وإعادة تدوير المعرفة داخل الفضاء الرقمي، ما يتطلب تطوير استراتيجيات تعتمد على الذكاء الاصطناعي كأداة تحليلية قادرة على تفكيك أنماط التفاعل وإعادة توجيهها نحو بدائل أكثر وعيا ومسؤولية.

3-5-1 من الرقابة إلى التدخل الاستراتيجي:

3-5-1-1 التحول من الخطاب الردي إلى الهندسة الرقمية الوقائية:

في ظل فشل سياسات الحجب والمنع في مواجهة انتشار المحتوى المتعلق بالمخدرات، تبرز الحاجة إلى نهج أكثر تعقيدا، يقوم على الهندسة الرقمية الوقائية، التي تعتمد على تحليل البيانات الضخمة لفهم أنماط السلوك الرقمي واستهداف الفئات المعرضة للخطر بمحتوى موجه قادر على إعادة برمجة إدراكها للظاهرة.

3-5-2 الإعلام الذكي:

يمكن تصور مستقبل الوقاية من المخدرات عبر إنشاء منصات ذكية تستخدم تقنيات تحليل البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، ليس فقط لرصد الظواهر الخطرة، بل لإعادة توجيه سلوك الأفراد من خلال استراتيجيات تفاعلية تعتمد على التحفيز المعرفي بدلا من التلقين القسري.

هذه المنصات يمكن أن تعمل وفق نموذج التدخل الذكي، الذي يتيح للأفراد الوصول إلى محتوى وقائي داخل بيئة رقمية مألوفة، دون فرض وصاية رقمية مباشرة قد تؤدي إلى نتائج عكسية.

نستنتج بالتالي، أن العلاقة بين الإعلام الرقمي وسوسيولوجيا المخدرات ليست مجرد انعكاس ميكانيكي للواقع الاجتماعي، بل تمثل عملية معقدة يعاد فيها تشكيل الهويات، إنتاج المعرفة، وإعادة تعريف حدود السلطة والشرعية.

في هذا السياق يصبح مستقبل سياسات الوقاية رهينا بقدرتنا على تجاوز الحلول التقليدية، والتفكير في آليات جديدة تعيد هندسة الفضاء الرقمي بوصفه ساحة لصناعة الوعي وليس مجرد وسيط لنقل التأثيرات السلبية.

4-الاستراتيجية الإعلامية المستدامة والفعالة في الوقاية من المخدرات:

1-1-من ثنائية التنافس إلى التكامل الوظيفي:

تشكل التحولات الرقمية إعادة هيكلة جذرية في أنماط إنتاج وتداول الخطاب الإعلامي، ما أدى إلى تراجع هيمنة الإعلام التقليدي أمام صعود الإعلام الرقمي كفاعل ديناميكي يعيد توزيع السلطة الرمزية داخل المجال الاتصالي. (Castells, Communication Power, 2009)

فلم يعد الإعلام التقليدي مركزا وحيدا لبناء الوعي الجمعي، بل أصبح مجرد أحد روافد خطابية داخل فضاء اتصالي متفكك، حيث تنتج المعارف ويتم استهلاكها في سياقات لا مركزية تتجاوز سلطة المؤسسات الرسمية.

يتجاوز الإعلام الرقمي ثنائية الباث والمتلقي، ليصبح فضاء تداوليا مفتوحا يتيح إنتاج المعاني بشكل غير خطي، ما يفكك مركزية الخطاب الوقائي التقليدي ويعيد تشكيل ديناميات التفاعل الاجتماعي حول قضايا المخدرات. (Jenkins, 2006)

في هذا السياق لا يمكن للإعلام التقليدي أن يستمر في التعاطي مع الظاهرة من منطق التفوق البنوي، بل يصبح مطالبا بإعادة تعريف دوره في ظل نظام اتصالي جديد يعيد إنتاج علاقات القوة داخل المجال الإعلامي.

بذلك يخلق الاقتصاد الرقمي نموذجا تمويليا مختلفا يمنح الإعلام الرقمي قدرة على الاستدامة والاستقلالية ما يعيد تشكيل المنطق الإنتاجي للإعلام الوقائي، حيث لم يعد محكوما بالتمويل المركزي أو بالدعم الحكومي، بل بات خاضعا لأنماط جديدة من

الديناميكيات الاقتصادية التي تركز على الإعلانات الموجهة، التمويل الجماعي، والاشتراكات الرقمية.

هذه التحولات تفرض على الإعلام التقليدي إعادة النظر في بنيته الاقتصادية، وتفكيك أنماط إنتاجه الخطابي حتى يضمن حضوره داخل المجال الرقمي دون أن يفقد سلطته الرمزية.

4-2- تفكيك البنية الخطابية وإعادة تشكيل استراتيجيات التأثير:

يكشف التحليل السوسيولوجي للإعلام الوقائي عن إشكالية الخطاب التوعوي القائم على الفرضية القائلة بأن زيادة التعرض للرسائل الإعلامية يؤدي إلى تغيير السلوك بشكل خطي. (McQuail, 2010)

وفي الواقع يظهر تحليل أنماط التفاعل الإعلامي أن التأثير الوقائي يخضع لتعقيدات ثقافية واجتماعية، حيث لا يمكن اختزال الاستجابة الإعلامية في علاقة سببية مباشرة بين الرسالة والمتلقي، بل تتداخل فيها عوامل متعددة تتجاوز البنية الخطابية ذاتها.

أيضا في كثير من الحالات ينتج الإعلام الوقائي حالة من الإشباع الإعلامي الزائف، حيث يؤدي التكرار المفرط للرسائل التحذيرية إلى امتصاصها ضمن الوعي الجمعي دون أن تحدث تحولا إدراكيا أو سلوكيا فعليا.

ويصبح الخطاب الوقائي بدلا من أن يكون محفزا على التغيير، مجرد جزء من الضوضاء الاتصالية التي تفقد فعاليتها مع مرور الوقت، ما يستدعي إعادة التفكير في أنماط المعالجة الإعلامية بحيث تتجنب الوقوع في آليات التطبيع غير المقصود.

بحيث تمارس البنية الثقافية دورا حاسما في تحديد مدى فعالية الإعلام الوقائي، حيث تتباين أنماط الاستجابة وفقا للتمثيلات الاجتماعية للمخدرات داخل كل مجتمع، فالإعلام الوقائي الذي يعاد إنتاجه وفق نماذج خطابية موحدة يفشل غالبا في تحقيق تأثير فعلي، نظرا لتجاهله الفوارق الثقافية التي تشكل البنية الإدراكية للفئات المستهدفة.

وترتبط هذه الإشكالية مباشرة بظاهرة التفاوت الرقمي، حيث تظل القدرة على الوصول إلى الإعلام الرقمي محكومة بحدود اقتصادية، اجتماعية، وتعليمية، ما يخلق فجوة في الاستفادة من الخطاب الوقائي، ويعيد إنتاج اللامساواة الاتصالية داخل المجال الرقمي.

من هنا تشكل المجموعات الافتراضية ديناميكية جديدة في إنتاج المعرفة حول المخدرات، حيث تتيح فضاء تشاركيًا يخرج عن سيطرة المؤسسات الإعلامية التقليدية، ما يسمح ببروز خطابات بديلة تعيد تعريف الظاهرة من زوايا أكثر قربًا من التجارب الفردية والجماعية، في هذه السياقات يتحول الإعلام الرسمي إلى مجرد أحد الفاعلين داخل نظام إنتاج المعنى، بدلا من أن يكون مصدرا أوحدا للخطاب الوقائي.

3-4- إعادة هندسة الخطاب الإعلامي:

لم يعد النموذج التقليدي للخطاب الوقائي القائم على التخويف والاستدعاءات الأخلاقية قادرا على تحقيق التأثير المطلوب، إذ كشفت الدراسات النفسية والسوسيولوجية عن محدودية المقاربة الوعظية التي تفترض أن التحذير المباشر يؤدي إلى تغيير السلوك.

يعتمد التأثير الإعلامي الفعال على إعادة هندسة الخطاب بحيث يكون قادرا على التغلغل في البنية الإدراكية للأفراد، من خلال مقاربات أكثر تعقيدا تستند إلى التأثير العاطفي والسلوكي بدلا من الاستناد فقط إلى البعد التقرييري. (Kahneman, 2011)

وتظهر الدراسات أن الخطابات الشخصية والشهادات الحية تحدث تأثيرا أعمق مقارنة بالخطاب الأكاديمي أو التحليلي، نظرا لقدرتها على خلق ارتباط وجداني مباشر مع المتلقي، بالتالي يتحول الإعلام الوقائي هنا إلى أداة لإنتاج خطابات فردية تشكل وعيا جماعيا من خلال التجربة الحية، بدلا من الاكتفاء بنموذج الخطاب السلطوي الذي يقدم نفسه كحقيقة مطلقة.

إذا يفتح الذكاء الاصطناعي مجالا جديدا لصياغة استراتيجيات وقائية أكثر استهدافا، من خلال تحليل البيانات الضخمة لفهم أنماط الاستهلاك الإعلامي وبناء حملات وقائية تتكيف مع تفضيلات الجمهور.

غير أن هذا التطور يحمل إشكاليات أخلاقية تتعلق بمدى حيادية هذه الأنظمة في تشكيل الخطاب الوقائي، خاصة في ظل إمكانية توظيف الذكاء الاصطناعي لإعادة إنتاج أنماط خطابية قد تعزز الصور النمطية أو تعمل على تكريس مقاربات منحازة.

4-4-التأسيس لإعلام وقائي مستدام:

يرتكز الإعلام الوقائي في كثير من الحالات على استراتيجيات مؤقتة تصاغ في سياقات محددة مثل المناسبات العالمية، ما يجعله خطابا ظرفيا غير قادر على تحقيق استدامة تأثيره، يتطلب تجاوز هذه الإشكالية إعادة بناء السياسات الإعلامية بحيث يكون الإعلام الوقائي جزء من استراتيجية اتصالية دائمة، بدلا من أن يكون مجرد مبادرات موسمية تتلاشى بمجرد انتهاء الحدث.

وتحتاج السياسات الإعلامية إلى إعادة هيكلة شاملة تدمج الإعلام الوقائي ضمن المنظومة التربوية والاجتماعية، بحيث يصبح مكونا بنويا في عملية التكوين الثقافي للفرد، بدلا من أن يظل محصورا في إطار الحملات التوعوية العابرة.

ويستدعي بناء إعلام وقائي فعال تطوير أدوات منهجية دقيقة لقياس الأثر الإعلامي، إذ لا يمكن الاستمرار في الاعتماد على افتراضات غير مدعومة بالأدلة العلمية في تقييم فاعلية الحملات التوعوية.

فتصبح الحاجة ملحة لتبني منهجيات تحليلية تعتمد على البيانات الكمية والنوعية لرصد مدى تأثير الرسائل الإعلامية، وتحديد العوامل التي تعزز أو تعيق تحقيق التغيير السلوكي المطلوب.(Silverman, 2013)

يشكل التعاون بين الإعلام والمؤسسات البحثية والجامعات مدخلا جوهريا لإنتاج خطاب وقائي أكثر دقة وفاعلية، حيث يتيح هذا التكامل إمكانية بناء استراتيجيات

تعتمد على المعرفة العلمية بدلا من الاكتفاء بالنماذج التقليدية التي قد تكون غير ملائمة للسياقات الاجتماعية المتغيرة.

يمثل هذا التكامل خطوة نحو تجاوز الإعلام الوقائي بوصفه ممارسة خطابية ظرفية، إلى كونه مشروعا مؤسساتيا متكاملًا يعيد تشكيل البنية الاتصالية داخل المجتمع.

خاتمة:

إن ظاهرة المخدرات عند تفكيكها سوسيولوجيا ليست مجرد فعل فردي منحرف أو انحراف عن المعايير الأخلاقية والقانونية، بل هي نتاج بنى اجتماعية واقتصادية وسياسية معقدة تعيد إنتاج ذاتها عبر آليات متداخلة، فالمخدرات ليست فقط مادة استهلاكية بقدر ما هي جزء من منظومة رمزية تعكس طبيعة التفاوت الاجتماعي، والتوترات البنوية داخل المجتمع، وأشكال الهيمنة التي تمارسها القوى الاقتصادية والسياسية عبر إعادة إنتاج اقتصاد غير رسمي يشرعن العنف ويؤسس لاقتصاد ظل قائم على الاستبعاد والتمييز.

في هذا السياق يعاد تشكيل التمثلات الاجتماعية حول المخدرات عبر الوسائط الإعلامية التي لا تكتفي بوصف الظاهرة بل تسهم في بناء واقعها الاجتماعي، فالإعلام سواء عبر الخطابات الرسمية أو منصات التواصل الاجتماعي، يساهم في ترميز المخدرات ضمن ثنائية الانحراف والإصلاح، وهو بذلك يعيد إنتاج أنماط الوصم الاجتماعي، مما يعزز من إقصاء الفئات الهشة بدلا من فهم أبعاد الظاهرة داخل شبكات العلاقات الاجتماعية.

إن الخطابات الإعلامية السائدة، غالبا ما تختزل المخدرات في أطر تبسيطية، متجاهلة العوامل البنوية التي تجعلها ظاهرة ممتدة عبر الزمن والطبقات، لذلك فإن أي مقارنة فعالة لمواجهة المخدرات يجب أن تتجاوز الحلول الأمنية العقابية نحو رؤية شمولية تربط بين الأبعاد الاقتصادية، الثقافية، والسياسية للظاهرة، وتؤسس لمنظومة إعادة إدماج قائمة على العدالة الاجتماعية.

فالتعامل مع المخدرات كمسألة اجتماعية بنيوية وليس كحالة فردية معزولة، يفتح المجال أمام فهم أكثر تعقيدا لديناميكيات الانحراف، ويدفع نحو تبني سياسات اجتماعية أكثر إنصافا في ظل مجتمع يعيد باستمرار إنتاج الهشاشة والتفاوت.

قائمة المراجع:

- حسين علي عبود الطائي. (2024). دور الإعلام في مكافحة آفة المخدرات. تاريخ الاسترداد 25 02, 2025، من جريدة الصباح: <https://alsabaah.iq/100310.html>
- سعاد مخلوف. (2019). تعاطي المخدرات وانعكاساته الاجتماعية (المجلد 4). الجزائر: مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية.
- شاورة بوروح. (دون سنة). البعد الاجتماعي لظاهرة الإدمان على المخدرات في الجزائر (المجلد 10). الجزائر: المجلة الجزائرية لعلم النفس وعلوم التربية.
- صلاح عبد المتعال. (10 03, 2004). الأبعاد الاجتماعية والنفسية والتربوية لتعاطي المخدرات. تاريخ الاسترداد 20 03, 2025، من الجزيرة: <https://www.aljazeera.net/2004/10/03>
- نوال جرمون. (2017). إستراتيجية مكافحة تجارة المخدرات: الجزائر نموذجا. تاريخ الاسترداد 23 03, 2025، من المركز الديمقراطي العربي: <https://democraticac.de/?p=46933>
- وعد الحايك. (2023). دور وسائل الإعلام في الوقاية من المخدرات. تاريخ الاسترداد 20 02, 2025، من موقع موضوع: <https://mawdoo3.com>
- Baudrillard, J. (1994). Simulacra and Simulation. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Castells, M. (2009). Communication Power. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2012). Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. Cambridge: Polity Press.

- Cohen, S. (1972). Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers. London: Routledge.
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
- Kahneman, D. (2011). Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory. London: SAGE Publications.
- Silverman, D. (2013). Doing Qualitative Research. London: SAGE Publications.