مجلة العربي للدراسات الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن المركز العربي
للأبحاث والدراسات الإعلامية

المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية
Arab Center For Research And Media Studies

في هذا العدد

عنوان البحث	اسم الباحث
افتتاحية العدد: مستقبل الخطاب الإعلامى العربى	إبراهيم النجار
وسائل التواصل الاجتماعى وتأثيرها على الوعى التنموى	الدكتور خالد العزى
دور وسائل التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة شبكة توتر نموذجاً	سامى عط الله ابو غولة
الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعى وأثرها على التنمية والسلم المُجتمعى	د. خالد ممدوح العزى
الإعلام المحلي ورهانات التنمية الثقافية في الجزائر- دراسة تحليلية في دور الإعلام المحلي الثقافي-.	د. بوزيان عبد الغني
الاعلام السياحي و التنمية المستدامة في الجزائر واقع و آفاق في ظل الألفية الثالثة	الدكتور رضوان بلخيري
شخصية العدد: العلامة أ. د. عبد القادر الشيخلى	د. سعاد هادى حسن الطائى
التحقيق الصحفى اهميته وتطوره	أ.د. سعاد هادى حسن الطائي
الإعلام الجديد و القيم الاجتماعية .. رؤية تحليلية	د. هبة الديب
هذا هو أملنا بالإعلام العرب	د. حفصة الغريب
دور الاتصال غير الرسمى فى تحسين الأداء الوظيفى للإدارة المدرسية	د. كروش خيرالدين

العدد الثالث أكتوبر ٢٠١٩

المركز العربي للأبحاث والدراسات الاعلامية - مجلة العربي للدراسات الاعلامية - اكتوبر 2019

مجلة العربي للدراسات الإعلامية
Arab Journal of Media Studies

مجلة العربي للدراسات الإعلامية

Arab Journal Of Media Studies

تصميم : قيس البرهومي

جميع حقوق النشر محفوظة لدى مجلة العربي للدراسات الاعلامية ،
ويحظر نشر أو توزيع أو طبع أي مادة دون إذن مسبق من مجلة العربي و
المقالات والابحاث المنشورة في المجلة لا تعبر إلا عن رأي أصحابها
راسلنا على البريد الإلكتروني

arabpressps@gmail.com

مجلة العربي للدراسات الإعلامية

دورية دولية علمية محكمة

	مجلة العربي للدراسات الاعلامية دورية دولية علمية محكمة	

مجلة علمية محكمة ربع سنوية تصدر من دولة فلسطين عن المركز العربي للأبحاث والدراسات الاعلامية تعنى بنشر الدراسات والابحاث المتخصصة في المجالات الاعلامية

رئيس المركز العربي للأبحاث والدراسات الاعلامية

د. جهاد شلط

رئيس التحرير

د. ابراهيم النجار

مدير التحرير

د. احمد ضاهر

هيئة التحرير

د.عبد الرحمن عاطف

د.عبد الموالي المنفي

د.محمد الرواشدة

د.ابراهيم العلاف

د.حسام حلمي

الاخراج الفني

د. قيس ابراهيم البرهومي

الهيئة العلمية الاستشارية

1- الأستاذة الدكتورة سعاد هادي الطائي جامعة بغداد كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية قسم التاريخ
2- الأستاذ الدكتور علي السيد ابراهيم عجوة - عميد كلية الاعلام في جامعة القاهرة سابقا
3- الأستاذ الدكتور محمد احمد فياض عميد كلية الاعلام في كلية الامارات للتكنولوجيا ابو ظبي
4- الأستاذ الدكتور حاتم عبد المنعم عبد اللطيف استاذ علم الاجتماع في جامعة عين شمس
5- الدكتور امجد عيسي طلافحة - استاذ مشارك في كلية الاعلام في جامعة اليرموك
6- الدكتورة سماء علوي الهاشمي استاذ مساعد في كلية الاعلام في جامعة البحرين
7- الدكتور خالد قاسم حسين بني دومي - استاذ مشارك في كلية الاداب في جامعة اليرموك
8- الدكتورة ثريا السنوسي - استاذ مشارك في كلية الاعلام في جامعة الشارقة
9- الدكتور نصر الدين عبد القادر عثمان - استاذ مشارك في كلية الاعلام في جامعة عجمان
10- الدكتورة فيروز لمطاعي - استاذ مشارك في جامعة الجزائر
11- د.عبد الكريم علي الدبيسي مساعد عميد كلية الإعلام لشؤون ضمان الجودة في جامعة البترا
12- د. ناهدة محمد مخادمة رئيس قسم الصحافة في جامعة اليرموك
13- د. حسين سالم مكاون صالح الخالدي رئيس مركز البحوث التربوية
14- د. رشا علي جاسم العامري جهاز الاشراف والتقويم العلمي وزارة التربية والتعليم العراقية
15- . د.عبد الرحمن جدوع التميمي أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر بغداد/ العراق
16- الدكتورة هبة احمد الديب استاذ مساعد بقسم االعالم - كلية االمارات للتكنولوجيا

إجراءات تقديم البحث و مواصفاته

1_ يقوم الباحث بتنسيق البحث حسب شروط المجلة المذكورة أدناه.

2_ يقوم الباحث بأرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني:**arabpressps@gmail.com**

3- يجب أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة، مع العناية بما يلحق به من خصوصيات الضبط والرسم والأشكال.

4_ يجب أن لا يكون البحث منشور سابقاً.

5_ يتمّ تقويم البحث من ثلاثة محكّمين.

6_ يتم ابلاغ الباحث بالقبول المبدئي للبحث أو الرفض يتم ارسال ملاحظات التحكيم الى الباحث.

7_ يقوم الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة وإرسال البحث المعدل إلى نفس البريد الإلكتروني المذكور اعلاه.

قواعد النشر في مجلة العربي للدراسات الإعلامية

1 – مجلّة العربي للدراسات الاعلامية هي مجلة علمية محكمة دورية (ربع سنوية) تصدر عن المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية.

2 – تقبل المجلة الأبحاث باللغتين العربية أو الإنجليزية.

3– تنشر المجلة الأبحاث والترجمات ومراجعات الكتب وملخصات الرسائل العلمية في المجالات الإعلامية المختلفة بعد مناقشتها وإقرارها.

4– يُشترط في البحث الذي يُقدّم للنشر الأصالة، وسلامة اللغة، وألّا يكون قد نُشر سابقًا.

5– يُرسل الباحث نسخة إلكترونية من بحثه على شكل مايكروسفت وورد، على أن يشتمل على ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الإنجليزية في حدود **300** كلمة، ويكتب في أسفل الملخص كلمات مفتاحية لا تزيد على خمس كلمات.

6– يكتب الباحث اسمه وتخصصه ومكان عمله على غلاف البحث فقط.

7– يجب ألا تزيد صفحات البحث عن **30** صفحة بما في ذلك الجداول والمراجع.

8– إذا اختلّ شرط من شروط النشر؛ فلهيئة تحرير المجلّة أن ترد البحث إلى الباحث ليقوم بتعديله بما يتفق مع شروط النشر في المجلّة.

9– بعد إجازة البحث من هيئة التحرير بشكل مبدئي، يتم إرسال البحث إلى ثلاثة محكمين للتقييم، ويتم قبول البحث للنشر بعد إجازة المحكمين له. ويلتزم الباحث بإجراء التعديلات التي طلبها المحكمون.

10- يقوم الباحث بإرسال نسخة إلكترونية على شكل مايكروسفت وورد من بحثه المقبول للنشر بعد إجرائه التعديلات المطلوبة.

11- البحوث المرسلة إلى المجلّة لا تُردّ إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تُنشر.

12- يُزوَّد الباحث الذي نُشر بحثه في المجلة بنسخة إلكترونية واحدة من العدد الذي نُشر فيه وتكون هذه النسخة بصيغة ملف **pdf**.

13- تحتفظ هيئة تحرير المجلّة بحقها في أن تحذف أو تختصر بعض الصفحات أو الجداول أو الكلمات أو المحتويات من البحث، بما لا يخل بأفكار البحث الأساسية؛ وذلك مراعاة لسياسة المجلة في النشر.

14- لا يجوز للباحث نشر أيّة مادّة علميّة من بحثه المنشور في المجلّة إلّا بعد الحصول على موافقة خطيّة من هيئة التحرير.

15- جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها دون أن تعكس بالضرورة وجهة نظر المجلة.

16- يلتزم الباحث بدفع النفقات المترتبة على إجراءات التحكيم في حال طلبه سحب بحثه ورغبته في عدم المضي في إجراءات التقييم.

17- تذكر جميع المراجع التي أحال إليها الباحث في متن البحث، وتذكر جميع المعلومات التوثيقية في المرة الأولى للإحالة، ويقدّم الباحث في نهاية بحثه، قائمة بالمراجع التي استعملها، ويكون ترتيبها هجائيا وفقا للاسم الأخير للمؤلف أو شهرته، ودون أرقام. ويرتب كل مرجع كما يلي:

اسم المؤلف – سنة النشر – عنوان المؤلف – دار النشر – ترميزه – الصفحات.

18- يكون إعداد الصفحة والهوامش كما يأتي: أنماط وصيغ الكتابة تكون كالآتي: مقاس الصفحة(**A4**) ، وتباعد أسطر بقدر مسافتين (بما في ذلك الهوامش، والمراجع، والمقتطفات، والجداول، والملاحق) وبهوامش (**2,5** سم كحد أدنى) من أعلى الصفحة وأسفلها وجانبيها.

19- يكون نمط الخط وحجمه كما يأتي: للغة العربية **Traditional Arabic** :حجم الخط في المتن **14**، وفي الهوامش **12**. وللغة الإنجليزية **Times New Roman** حجم الخط في المتن **12**، وفي الهوامش **10**. توجه جميع المراسلات والاشتراكات الى رئيس تحرير المجلة الدكتور ابراهيم النجار عبر البريد الالكتروني التالي:**arabpressps@gmail.com**

محتويات العدد

عنوان البحث	اسم الباحث	رقم الصفحة
افتتاحية العدد: مستقبل الخطاب الإعلامي العربي	إبراهيم النجار	1
وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الوعي التنموي	الدكتور خالد العزي	13
دور وسائل التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة شبكة توتر نموذجاً	سامي عط الله ابو غولة	41
الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على التنمية والسلم المُجتمعي	د. خالد ممدوح العزي	66
الإعلام المحلي ورهانات التنمية الثقافية في الجزائر- دراسة تحليلية في دور الإعلام المحلي الثقافي-.	د. بوزيان عبد الغني	103
الاعلام السياحي و التنمية المستدامة في الجزائر واقع و آفاق في ظل الألفية الثالثة	الدكتور رضوان بلخيري	143
شخصية العدد: العلامة أ. د. عبد القادر الشيخلي	د. سعاد هادي حسن الطائي	164
التحقيق الصحفي اهميته وتطوره	أ.د. سعاد هادي حسن الطائي	167
الإعلام الجديد والقيم الاجتماعية.. رؤية تحليلية	د. هبة الديب	175
هذا هو أملنا بالإعلام العرب	د. حفصة الغريب	177
دور الاتصال غير الرسمي في تحسين الأداء الوظيفي للإدارة المدرسية	د. كروش خيرالدين	181
دور الإعلام فى ازدهار النشاط السياحى للبلاد.	د. نور عزت الياسين	187

افتتاحية العدد

مستقبل الخطاب الإعلامي العربي

إبراهيم النجار:

الخطاب في أي مجتمع هو الممارسة الاجتماعية، وهو مجمل القول والفعل، ويقوم الخطاب الإعلامي بنقل هذه الممارسة الاجتماعية إلي الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة. ومما لاشك فيه أن معظم الخطاب الإعلامي له تحيزاته سواء كانت معلنة أو غير معلنة. لذلك فمن الأفضل تحليل عمليات الاتصال والإعلام من حيث التكوين والملكية ونظم العمل وطبيعة الجمهور، والنظم السياسية وما تنتجه من خطابات للتعرف علي مدي قدرتها ودقتها في نقل الواقع، وما الذي تخفيه أو تظهره ولمصلحة من تعمل، وما هي إستراتيجيتها. والحقيقة التي لا مراء فيها، أن الانقسام السياسي وتبدل الولاءات بين وقت وآخر، أسباب ساهمت بشكل مباشر في اضطراب داخل الحقل الإعلامي، وتأجيج الأوضاع من خلال بث خطابات إعلامية لا تحترم حق المواطن في المعلومة ولا قدسية الخبر ولا حتى أخلاقيات المهنة. خطابات تجاوزت كل الحدود من أجل مصلحة ضيقة، وهي الولاء لطرف بعينه، علي حساب المواطن الذي يتعطش لوضوح الرؤية ولمعلومة تحمل مصداقية وحرفية. هناك وسائل إعلام وجدت نفسها ممزقة بين أكثر من طرف سياسي وأيديولوجي في بعض الأحيان، وأخري اضطرت في الدخول في التوازنات فسقطت في متاهة التضليل

والمغالطة. بينما استسلمت بعض القنوات والصحف والمواقع الالكترونية للإغلاق.

أحد أبرز المحاور التي تحتاج إلي إضاءة وتمحيص تتعلق بتعاطي الإعلام مع الأزمات في المنطقة. فهل تلتزم الصحافة والإعلام العربي بمعايير الدقة والموضوعية والحياد في تناول هذه الملفات الحساسة؟ وما هي المحاسن والمآخذ علي الإعلاميين في طرح ونقل وتحليل الأحداث المتسارعة في محيطنا الإقليمي؟.

مع ارتفاع أصوات المتنازعين والمختلفين حتى علي مصلحة الوطن، حول السلطة والنفوذ أو حول تنازع الشرعية أو حول فرض الواقع، تبخرت بعض المصطلحات الإعلامية التي تتشدق بها بعض المؤسسات في بدايات تأسيسها، مثل الحيادية والمصداقية وتحري الدقة. وأصبحت بعض القنوات لسان حال منطقها أو حزبها السياسي، وأصبح التناول أو الطرح تحكمه الأهواء والميول الأيديولوجية أو النزعة الإقليمية الضيقة، وتاهت المعلومة والحقيقة واستمر الاقتتال والتأجج.

لكن وعلي الرغم من استمرار هذا الوضع القائم والمظلم، يظل الأمل باقيا في بعض المؤسسات التي ما تزال في حالة صحوة ضمير وتناضل من أجل حرية الرأي والتعبير، وما زال الأمل قائما في أن تتخلي بعض المؤسسات عن أجنداتها الضيقة وتستشعر المسئولية الوطنية والقومية، وتحمل خطابا يدعو إلي ترسيخ قيم المواطنة والديمقراطية والحرية والتعايش السلمي...

وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الوعي التنموي

الدكتور خالد العزي

ملخص التنمية

تكمن اهمية البحث في تسليط الضوء على دوروسائل التواصل الاجتماعي في التنميةمن خلال توفير المعلومات و الطاقات لحشد الراي العام وتفعيل مشاركته لتحقيق الاهداف المنشودة.. و لعل وسائل التواصل تعد من أبرز عوامل الدعم للسياسات و الخطط التنموية . عبر طرح اشكالية العلاقة بين تحقيق السلم المجتمعي والتنمية

واستنتجت الدراسة غرس الشعور بالانتماء إلى الوطن. وتعليم الشعب مهارات جديدة و تغيير في نظام القيم بحيث ترغب في اقتصاد متطور ومجتمع متحضر. توفير المشاركة والاليات لتنفيذ الخطة الإعلامية التنموية.

كلمات مفتاح: التنمية - وسائل التواصل الاجتماعي - الفايسبوك - السلم المجتمعي_ الاعلام التنموي- الرفاهية - الاعلام الجماهيري - المشاركة -الديمقراطية ، المجتمع الافتراضي.

اسباب اختيار البحث:

تسعى الدول لزيادة وتشجيع مختلف مجالات التنمية فيها، وهي تقوم بهذه الخطوة لأهداف متنوعة كزيادة فرص العمل فيها، ودعم الاستقرار الاجتماعي والسياسي لها، وغيرها.و أن وسائل الإعلام بشكل عام خصصت مساحات كبيرة لمواكبة عمليات التنمية فيها. كما تضطلع وسائل الاتصال الاجتماعي بدور هام لها في خدمة قضية التنمية بشكل خاص .

حيث تقوم وسائل الاتصال الاجتماعي داخل المجتمع بكافة مستوياته واشكاله المختلفة، بالاضطلاع على ما يحدث داخل المجتمع وما يتم طرحه من آراء ومشكلات حول التنمية بالإضافة الى كشف المخاطر التي يتعرض لها المجتمع، والتي تتطلب البحث والمناقشة واتخاذ المواقف تجاه عمليات التنمية ، بعرض ونقد لأفكار وبرامج سعيا لكسب التأييد والمؤازرة من جانب فئات الرأي العام إلى جانبها.

يشكل البحث نقطة جديدة في دور المجتمع ورأيه من خلال وسائل التواصل بعملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

اهمية البحث:

تكمن اهمية البحث في تسليط الضوء على دورالمشاركةفي التنمية من خلال وسائل الاعلام لإنجاح العمليات التنموية ومراحلها بصوره شاملة وهادفة وفي توفير المعلومات و الطاقات لحشد الراي العام وتفعيل مشاركته لتحقيق الاهداف المنشودة.

الاهداف:

1- التخلص من ثقافة وسلوكيات التقاليد البالية

2- تطوير مفاهيم الاهتمام بوعي الافراد بعمليات التنمية

3- عرض كيفية الاستفادة من التطبيقات والموارد الالكترونية لتحديث وتغيرمفاهيم المجتمع نحو سلم اهلي اجتماعي.

4- التعرف على كيفية استغلال الاعلام الجديد وتحديدا في وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق المنفعة والعدالة والإنصاف من خلال التنمية.

5- دور استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وربطها بثقافة الافراد والمجتمع نحو تحقيق التنمية

مشكلة البحث:

تشكل التنمية عاملا مهما في عملية التغيير الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وفي تطور المجتمعات مما يساهم بتعزيز السلم الاهلي والاجتماعي، وهذه العمليات المخطط لها هي من اجل الوصول الى الرفاهية للأفراد والمجتمع. وهذا الامر يتطلب مساهمة كافة الاطر والوسائل التي تساعد في تغير الذهنيات والسلوكيات والتفكير الاجتماعي والاقتصادي. ومن هنا يكمن دور الاعلام الجديد كوجه ومحرك ورافد للتنمية عبر مشاركة افراد المجتمع فيها.

ان استخدام وسائل التكنولوجية الحديثة في نشر القيم والسلوكيات المساعدة لعملية التنمية قد سمحت لوسائل التواصل الاجتماعي بفتح النقاش والتداول في كافة الامور التنمية بين شرائح المجتمع كافة بحيث تعكس ادوار ايجابية تساهم في تصحيح المسار او دورا سلبيا بتوقيف واعاقة العملية التنموية .الامر الذي يطرح سؤال رئيس حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تفعيل وتغيير الوعي نحو تنمية مستدامة؟

وهنا يتفرع تساؤلات عديدة منها :

1-الى أي مدى تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي التنموي .

2-هل تسطيع وسائل التواصل الاجتماعي ان تغير في سلوكيات التنموية في المجتمع .

3-كيف يمكن لهذه التطبيقات التكنولوجية توظيفها في عملية التأثير على الرأي العام لنشر ثقافة الوعي التنموي.

مما يتطلب وضع الفرضيات التي يتحقق منها من خلال معطيات الدراسة وهي حول دور الافراد عبر وسائل التواصل الاجتماعي في نشر وعي وسلوكيات عمليات التنمية :

1- دور وسائل التواصل الاجتماعي في تغير تفكير الافراد.

2- غياب تأثير ثقافة وسائل التواصل الاجتماعي للوعي التنموي عند الافراد

3- غياب تاثير ثقافة التواصل الاجتماعي على القرارات التنموية.

4- تطلع وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الاهداف التنمية.

المنهج المتبع :

ان المنهج المتبع في البحث هو المنهج الوصفي التحليلي في عرض المعلومات وتحليلها بصورة وصفية عما وجد للوصول الى

النتائج من خلال تحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التغيير والوعي الانساني

تمهيد :

يعد الاعلام التنموي اليوم فرعا اساسيا ومهما في عملية النشاطات الاعلامية والاجتماعية . ويعود الفضل الاول لهذا الاهتمام من قبل الاعلام الى الباحث "ولبر شرام " **Schramm** الذي وضع في كتابه تحت عنوان:" وسائل الاعلان والتنمية ".عن دور الاعلام التنموي واهميته في احداث التغيير والتطوير في المجتمعات الفقيرة والمتطورة .مما ساهم بوضع ركائز جديدة في عالم الاعلام التنموي ، ولان التنمية اليوم اصبحت تشاركية في كافة مفاصل الحياة الاجتماعية ، مما دفع بالأعلام لان يكون شريكا فاعلا في عملية التطوير للمفاهيم التنموية. وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الاتجاهات من خلال اهتمامها بالحوار ونشر الآراء والاستعانة بأصحاب الفكر لإثراء النقاشات، خاصة بالقضايا التي تمس شرائح كثيرة في المجتمع.

يتفق ان احداث التغير المقصود داخل المجتمع عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي اصبحت بحق هذه الوسائل في عصرنا الحاضر من الادوات المهمة والرئيسية في مخاطبة الناس ،وفي تبادل الرسائل والوثائق وشرح المتغييرات الجديدة لاحداث تغيير في مجتمع عبر التفكير والسلوك من خلال التفاعل الايجابي وتحديد القواسم المشتركة في المجتمع خصوصا قضية التنمية.

وكثيرا ما يتم الخلط بين الوظائف والتاثيرات لوسائل التواصل الاجتماعي وهما مترابطا ومتكاملا لعملية التغيير ، فهي من جهة وظيفة فردية ووظيفة مجتمعية لها اهداف مقصودة وغير مقصودة يفعل الفاعل على هذه الوظائف كمتلقي ومصدر للمعلومات. اي ان هناك دور عملي لوسائل الاعلام.

1- علاقة التنمية بالأعلام :يعتبر الاعلام التنموي قضية إرادة ومسألة إدارة تتوجه بموجبها تنشيط الجهود في المجتمع وفقاً لأقصى ما تسمح به إمكاناته إلى تحقيق تعميق أسس المشاركة في اتخاذ القرار على جميع المستويات من خلال تهيئة البيئة الثقافية التي تسمح بأقصى إمكانيات العطاء والإبداع وتحقيق الذات ـبحيث تكون قاعدة لإطلاق طاقات إنتاجية ذاتية ودائمة لتهيئة افرادالمجتمع لأداء رسالته في عملية التنمية .

وقد تستخدم وسائل الإعلام بطرائق مختلفة فالإعلام قادر، إذا أحسن استخدامه، على خلق المناخ الضروري لتجسيد الأهداف المرجو لمشاركة كل الافرادفي قضايا المجتمع، عبر إيجاد بذورمكونـات التفكير الاجتماعي وإثارة دوافع اعمال والانجازات المطلوبة لتحقيق التنمية من تبني الافكاروتغيير التوجهات التنموية ،وذلك باستخدام الوسائل الاعلامية المختلفة لتحقيق التكامـل الـوطني في عمليات التنمية .

الإعلام والتواصل الاجتماعي هو أحد دعائم الديمقراطية بجميع أنواعها، ووسيلة من وسائلها وشرطاً أساسياً من شروطها، ومظهراً من مظاهرها. فالإعلام والتواصل الاجتماعي يؤدي وظائفه بطريقة فعالة عن طريق المشاركة والتفاعل حول القضاياالتنمية المختلفة ، وذلك من خلال التأثير على التفكير والوعي الاجتماعي وذلك لتأكيد القيم وسلوكيات الافراد التنمويةالمختلفةعبر خصائص اعلامية تستخدم لتحقيق الاهداف الموضعة .

-خصائص الإعلام التنموي:

ان الاعلام التنموي بشكل عام له خصائص يحدد اهميته ودوره لانه:

-إعلام هادف :حيث يسعى هذا الاعلام الى تحقيق أهداف التنمية الموضوعة ومصالح الافراد والمجتمع الجوهرية، فهذا الاعلام يقوم

بتهيئة الاجواء المناسبة لغرض انجاح الخطط التنموية وتعزيز قدرات الافراد والمجتمع في المشاركة الإيجابية في عملية التنمية .

-مبرمج ومخطط : ارتباط وسائل الاعلام بشكل عام والتواصل الاجتماعي بكل بخطط التنمية ودور هذه الوسائل في تحقيق الاهداف ومصالح المجتمع.

-شامل ومتكامل : فهو إعلام يرتبط بكل نواح ومراحل التنمية حيث يسعى إلى اقناع الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي والمشاركة لتحقيق أهداف التنمية.

-إعلام متعدد الأبعاد :حيث تتعدد ابعاده لتشمل الابعاد الصحية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

-إعلام واقعي : فهو إعلاماً واقعياً في أسلوب معالجته لمسائل المجتمع وطرحها ويعبر عن هموم الناس وتطلعاتها وقابلاً لمسايرة القضايا المنوي تحقيقها وشحذ الهمم وتفعيل الطاقات والموارد الكامنة والمتاحة ، حيث يستند هذا الاعلام إلى الوضوح في التعامل مع الجمهور والثقة المتبادلة.

-حديث ومتطور ومتفتح: حيث يستخدم أساليب حديثه، ويستفيد من خبرات وتجارب الاعلام الدول والمجتمعات الأخرى في تحفيز وتغيير الوعي عند افراد المجتمع . غير أن هناك محددات لفاعلية العملية الإعلامية في ممارسة مسئولياتها الاجتماعية والثقافية المختلفة، وفي تحقيق المشاركة والتفاعل الاجتماعي والديمقراطية الثقافية في عمليات التنمية

-أنواع الإعلام التنموي:

هناك ثلاثة انواع من الاعلام التنموي وهذه الانواع تختلف بحسب استخدامها وهي:

1-الإعلام الجماهيري :والذي يشمل وسائل صحافة مطبوعة، صحافة الالكترونية، تلفزيون، إذاعة.

2-الإعلام المباشر :أي الاعلام الصادر من منظمات المجتمع المحلي والذي يشمل لقاءات مفتوحة مع أفراد المجتمع المحلي (المستهدف) وإصدارات مطبوعة أو مسجلة.

3-الاعلام التفاعلي: اعلام التواصل الاجتماعي والتطبيقات الالكترونية المرتبطة بشبكات الاتصالات الدولية .

وهذه النقاط الثلاثة هي التي تظهر دور الاعلام في شراكتها الفاعلة في ايجاد حلول للمشاركة في التنمية المستدامة وتفعيل مفاعيلها (محمد عبد القادر أحمد، دور الإعلام في التنمية، 1982، ص143) .

مما لا شك فيه ان الاعلام يؤدي دورا رئيسيا في تقدم اقتصاد الدول وهذا ما يحقق التنمية المستدامة , وذلك عبر تعزيز شراكة الاعلام والاقتصاد والتنمية , اذ لم يعد عالم المال والاعمال يحكم الاقتصاد وعمليات وانما المهيمن هو عالم الاعلام ودوره في التغيير من خلال مشاركة الافراد في وسائل التواصل الاجتماعي .

2- دور الاعلام الاقتصادي في التنمية.

يشير مفهوم "التنمية الاقتصادية" إلى الإجراءات المستدامة والمنسقة التي يتخذها صناع السياسة والجماعات المشتركة، والتي تسهم في تعزيز مستوى المعيشةوالرفاهية في عملية التنمية.

فان لإعلام التنمية الاقتصادية لها أدوارا كثيرة وفيما يلي نستعرض أهم أدوارهذا الإعلام في التنمية الاقتصادية هي :

-التعريف بالقضايا والتحديات الاقتصادية، كالناتج المحلي ، والبطالة، الكوارث الطبيعية .

-التعريف بالفرص الاستثمارية وانعكاساتها الايجابية على الافراد والمجتمع المحلي .

-تقديم معلومات للمجتمع بأوجه الفساد في القطاع الاقتصادي.

- متابعة التطورات الاقتصادية في داخل البلد وخارجه.

-توعية المجتمع بضرورة التصرف بحكمة مع التقلبات الاقتصادية، مثل ارتفاع الأسعار والتضخم، ورعاية المناسبات العلمية التي تتناول هذه المواضيع .

-تشجيع مختلف افراد المجتمع للتفاعل مع المواضيع الاقتصادية، ومن ذلك فتح المجال لكتابة المقالات وإجراء الحوارات مع قادة الرأي، وتنظيم الندوات واللقاءات العلمية.

لذلك يعد الإعلام من أهم وسائل التنمية في العصر الحديث. و لم تعد مسألة تأثير الإعلام و دوره على المجتمعات أفرادا ودولا مثارا للجدل. بل عكفت الدراسات الإعلامية على بحث عن أفضل الخيارات المتاحة لإيصال الرسائل الإعلامية المختلفة و بفعالية إلى الجمهور المستهدف. و تساهم وسائل الإعلام في تحقيق التنمية بمجالاتها المختلفة من خلال توفير المعلومة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية.ولكن رغم كل هذه الادوار الايجابية فالاعلام لا يزال يعاني من معوقات وثغرات تعيق التغيير والدور التنموي الهادف لتحقيق الاهداف المرجوة .

تحديد معوقات التنمية:

تعاني التمنية في الدُول النامية من العديد من المعوقات والمشاكل التي ينبغي أن يكون هناك تعاون بين الحكومة وأفراد المجتمع لتحقيق التنمية بهدف تحسين كافة الأوضاع الاجتماعيّة والاقتصاديّة وأيضاً الثقافية في المجتمع، لذلك نجد أنّ هناك تفاوت في القدرة على تحقيق التنمية فالدول المتقدمة وعدد من الدول أصبحت على ما هي عليه بفضل تحقيقها للتنمية على أفضل وجه، بينما في الدول النامية لا زال هناك معوّقات تحُد من وصولها إلى تحقيق التنمية المرجوة، مما جعلها

من الدُول التي يتطلب العمل والمشاركة في الكثير من المجالات، وهذه المعوّقات كما يأتي:

1-المعوّقات الاجتماعيّة وهي:

- العادات والتقاليد السلبية مثل ثقافة العيب، وهي تتمثل في كره المجتمع لبعض الوظائف كالنجارة، والحدادة، والزراعة، وعامل النظافة، حيثُ يخجل الفرد العمل بهذه الوظائف خوفاً من نظرة المجتمع الساخرة له. وعدم الاهتمام بتنمية مواهب الأفراد وتشجيعهم.

2- المعوّقات الاقتصاديّة وهي:

حيث يؤدي سوء الإدارة والفسادالمستشري وارتفاع مديونية الدولة وتزايد الفوائدعليها. وكذلك الاستغلال المفرط للمواد البيئية غير المتجددة.

3-المعوّقات السياسيّة وهي :

تلعب التدخلات السياسية الخارجية بالتوجهات والقرارات الاقتصادية والمالية.

و خصوصا ضياع المسؤولين في اتخاذ القرارات الصحيحة لغياب الكفاءة والمعرفة العلمية باسس الواقع العملي والعلمي. وقلة عدد الأخصائيين الذين يستطيعون القيام بإدارة التنمية، حيث تفتقر العديد من مؤسسات الدولة إلى وجود كفاءات ذوي قدر عالٍ من الخبرة في مجال التنمية مما يُؤدي إلى سوء إدارة التنمية، وهذه المُشكلة جاءت نتيجة عدم توفر مؤسسات تُعنى بتأهيل أفراد قادرين على إدارة التنمية بالشكل الصحيح والمطلوب.

ولم يعد يخفى على أحد الدور الكبير و المهم الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في عصر التكنولوجيا وثورة المعلومات التي يعيشها العالم خلال القرن الحادي والعشرين، الأمر الذي يجعل الافراد بكافة شرائحهم ومستوياتهم تدخل في تفاصيل العملية التنموية.

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك بإنشاء موقع خاص به،

ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات. وهي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيه بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعية إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات، والهوايات نفسها.

وشبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون، وفي أي مكان من العالم، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر، والتي تتشكل من خلال الإنترنت، وتسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة واتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة، نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر(حمودة **2013**، ص**23-22**). إنها إحدى وسائل العالم الحديثة، وهي مجتمعات إلكترونية افتراضية والهدف من هذه الشبكات هو تبادل الآراء والأفكار والتقدم بمقترحات وحلول للمشكلات التي تواجه المتشاركين في الحوار، فهي عبارة عن: شبكات إلكترونية تجمع مجموعة من الأفراد ذوي ميول واتجاهات متقاربة او مختلفة ،تسمح للمشتركين فيها من كافة الأعمار والأجناس بإنشاء حساب خاص بهم، وتقدم لهم مجموعة من الخدمات من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بينهم في أي وقت يشاءون، وفي أي مكان في العالم من خلال مجموعة من الطرق، مثل: المحادثة والبريد الإلكتروني والرسائل والفيديو وتبادل الملفات والمدونات والمحادثات الصوتية وغيرها ، (أبو يعقوب، **2015**، **37**).

1-اهمية الاتصال الاجتماعي:

تُعد سهولة الاتصال ميزة مُضافة لهذه الوسائل، فظهور هذه الوسائل أدى إلى إلغاء الاعتماد على خطوط الهواتف الأرضية، أو حتى استخدام البريد

العادي، فكل ما يتطلبه الأمر للاتصال عبر هذه الوسائل هو وجود جهاز هاتف ذكي أو كمبيوتر يتم استخدام أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي عليه.

فالإنسان بإمكانه أن يقوم بنقل معلومة مُعيّنة إلى الجهة الأخرى من الكرة الأرضيّة في غضون ثوانٍ مَعدودة، أو دقائق على أبعد تقدير، ويعود السّبب لوجود العديد من البرمجيّات الهامّة والتي سَهّلت علينا عمليّة تناقل المَعلومات، على سبيل المثال، يشتهر موقع الفيس بوك بأنّه موقع تواصل اجتماعيّ ضخم، وهو أشهر موقع تواصل في العالم والذي أُنشِئ عام **2004**.

من هنا وفي ظل هذا التطور السريع للتكنولوجيا والاتصال، ومذ أصبح الاعلام شريكاً حقيقياً نرى أن الإعلام بات يعي مسألة فعاليته في إنتاج الوعي، ونشر الثقافة الاقتصادية وغيرها في المجتمع كالتعريف بالقوانين والتشريعات والاجراءات التنظيمية وتكنولوجيا المعلومات، ووضع خطط استراتيجية على صعيد التنمية من كل جوانبها، عبر حشد كافة الطاقات الإعلامية البشرية والمادية وكافة المؤسسات العامة والخاصة، وهي القادرة على فعل الكثير من خلال مشاركة الناس في ندوات وحلقات حوار ونقاشات وورش عمل تعرف الناس بواجباتهم اتجاه مجتمعهم ودولتهم، وحقوقهم المدنية والمادية، لأن عملية الاتصال تمثل الاعلام بجميع وسائله كحلقة وصل بين الرأي العام الذي يمثل الناس بجميع اتجاهاتهم واحتياجاتهم، من جهة، وصانعي القرارات في الدولة ومؤسساتها من جهة أخرى (د. سنا الحاج **2016**).

علاقة الراي العام بالتنمية.

لقد اثبت البحوث الاعلامية العديدة، قدرة وسائل الاعلام في ان تسهم بأحداث تغيير ما، بسلوك الافراد والجمهور العام، وترسيخ اتجاهات جديدة، من خلال عملهم على تدعيم الاتجاهات والقيم اكثر من تغييرها جذريا، حيث انها تفضل ان تعبر عن اراء واتجاهات مقبولة من الاغلبية ، وعن

انماط الاتجاهات والسلوك الطبيعية في المجتمع (خليل ابو اصبع ،**1999**،ص**178-179**). وغالبا ما تمارس هذه الآراء وتأثيرها على سلوك الفرد والجماعة وسياسة الحكومة. (خليل ابو اصبع ،**1999**، المصدر السابق ص**179**).

وفي ظل الأزمات والتهديدات والمخاطر تتسع دوائر المؤثرات على السِّلم المجتمعي الذي يُشكل الرأي العام الواعي عصب تماسكه ومرتكز نجاته، وبمقدار توازن الرأي العام يتحقق الاستقرار أو تسود الفوضى، وتذكي الشائعات والمعلومات المغلوطة والأفكار المدسوسة والإعلام المؤدلج ووسائل الاتصال المجتمعي المندفعة شرارة الاهتزاز في بناءات الرأي العام وتدفع به نحو التصادم والتناحر والانقسام.

ولما كانت التنمية بتفرعاتها المختلفة ، امرا حيويا ومهما لنهضة المجتمع ، لا بد ان يلتف الراي العام من خلال الاعلام، عبر موجات من الاخبار والتقارير والآراء التي تكون محورها التنمية، من حيث الاهمية ، ، والاهداف ، والفوائد المستقبلية، وانعكاسها على حياة البشر وتقدم مستواهم المعيشي نحو الافضل.ضمن دائرة واسعة من الجدل والنقاش والمحاورات التنافسية على صفيحة متحركة من المتغيرات المتجددة، بدخول عناصر إلى المنافسة والجدال وخروج عناصر أخرى، تعكس خلاصة ما يحدث من تفاعل وحراك لأفراد الجماعة، باعتباره طاقة لا نهائية ناتجة عن عملية تفاعل شعورية ولا شعورية تجاه مشهد حدث في بيئتهم وخلق توتر واضح يمس مصالحهم(د. محمد بن عويض الفايدي ،**2017**،) .

وقد لا يكون هناك اجماع عام حول تلك الاهداف لكن الوصول الى اغلبية مؤيدة يسهل الامر على الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي تساعد على بلورة ما تريده من التنمية وما ترفضه حيث تستطيع بدفع القضية المطروحة او المشكلة الى الامام من خلال تفعيل النقاط التالية:

-المشاركة الاجتماعية:

يتطلب تحقيق التنمية مشاركة واسعة من قبل المواطنين في العمليات التنموية، سواء أكان ذلك من حيث قدرتهم على المساهمة في صنع القرارات المتعلقة بحياتهم، أو المحيط الذي يعيشون به، أو مساهمتهم الإبداعية في تنمية مجتمعهم.

ولا تقع مسئولية تفعيل آليات المشاركة الشعبية في عملية التنمية على عاتق السلطات الحكومية فقط، بل تمتد إلى منظمات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص، التي أصبحت جزءا لا يتجزأ من العملية التنموية ككل وهنا يكمن دور وسائل الإعلام في الاشتراك بعملية التنمية ومنها وسائل التواصل الاجتماعي من خلال:

1-العمل على فتح باب النقاش واسعا حول القضايا التنموية، وصولا إلى جعل الموضوع التنموي جزءا من الوعي المجتمعي والفكر المؤسسي.

2-التركيز على العمل مع المجتمعات المحلية من خلال البرامج التلفزيونية والإذاعية، وحلقات النقاش التي تنظمها الصحف اليومية والأسبوعية، التي تفيد في نشر الوعي من ناحية، وفي جمع المعلومات من ناحية أخرى.

التركيز على فعالية وسائل التواصل الاجتماعي من خلال فتح نقاش المجموعات واشراك المواطنين بالقضايا التنموية والاستماع الى العناوين المقترحة للنقاش وكيفية تجاوب الشرائح الاجتماعية معها من خلال التطبيقات التي تسمح بفتح منصات اعلامية جديدة تعمل على تفعيل التشارك بين المجموعات(عدنان عبد الرحمن أبو عامر، **2005**، ص **19-20**).

-المساءلة الاجتماعية:

اعتبر مفهوم المساءلة الاجتماعية من أهم الغايات والأدوات المساهمة في خلق واقع متقدم ونوعي للإدارة الشفافة والرشيدة في

قضايا المجتمع، الأمر الذي يسهم في إخضاع المسؤولين الحكوميين للمساءلة عن أفعالهم،لا سيما المتعلقة بإدارة الموارد العامة. هذا المفهوم، أصبح العمل به، من أهم الدعائم التي تشارك فيه المؤسسات الخاصة، مثل شركات القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني والمؤسسات الأهلية، من أجل تعزيز قدرتها على الإسهام في عملية تنمية المجتمع، وتحقيق المزيد من الازدهار والرفاه لبناء المجتمعات العاملة فيها.

ويلعب كل من وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الاجتماعي الجديدة دوراً حاسم الأهمية في تعظيم صوت المواطنين وتيسير الحوار بين المجتمع المدني والدولة. وبما أن هذه الأطراف الفاعلة الثلاثة ليست على درجة واحدة من "النضج"، فسوف تعير المناقشات التي تجري بواسطة المنابر الاعلامية في توفير مساحة لإدارة الحكم اهتماماً خاصاً لدور المجتمع المدني.

حيث تكمن أهمية المساءلة الاجتماعية في محاور عديدة، أهمها: تحسين أداء الحكم الرشيد، زيادة كفاءة وفعالية التنمية من خلال تحسين تقديم الخدمات ورسم السياسات العامة، والتمكين عبر توسيع أطر العمل والمشاركة المدنية وحرية الاختيارات.

فالمساءلة الاجتماعية ذات قيمة جوهرية تستند إلى مفاهيم ومبادئ رئيسة، مثل: المشاركة، العمل الجماعي، الشفافية، الاستقلالية، الاستجابة والمصداقية، الديموقراطية والمساواة وغيرها.

ويسعى الاعلام بكافة وسائله في الكشف عن مظاهر الفساد واسبابه من خلال دعم وتشجيع الصحافيين والصحفيات والاعلاميين والاعلاميات للقيام بدورها المنشود واداء مهامها على أكمل وجه في تقديم المعلومات المدققة والمثبتة للجمهور حول جرائم الفساد وسوء استخدام المال العام ومراقبة اداء المؤسسات الرسمية

وغير الرسمية. فهذه المهمة التي تقع على عاتق الاعلام في الكشف عن الفساد وتسليط الضوء على الاوضاع الاقتصادية والمعيشية التي تساهم بالوصول الى تنمية من خلال توجيه الاضواء على فعلية الاعلام والقدرة على طرح هذه المشاكل امام الجميع لكي يتحمل كل شخص مسؤوليته الفعلية امام القانون والشعب (د.عبد الكريم بكار ، **1999**، ص **115**) .

وهنا لابد من القول بان تعزيز دور المسائلة الاجتماعية في المجتمعات المدنية ارتباط ارتباطا وثيقا باستقلالية وسائل الاعلام وتعزيز دورها في الرقابة المجتمعية وتفعيل دور الرأي العام حول مجالات أداء القطاع العام بشكل خاص والقطاعات المجتمعية الأخرى، للوصول الى مجتمع يحتكم الى اسس ومعايير واضحة مدعومة بقوانين ناظمة تكرس قيم النزاهة والشفافية والمساءلة والمحاسبة وصولا للحكم الصالح.

-الاستفادة:

يمكن الاستفادة في تفعيل التنمية من خلال وسائل الاعلامية لتعزيز المشاركة المجتمعية في اطلاق حملات اعلامية مختلفة من خلال العلاقات العامة والاعلام الجماهير وايضا خلال وسائل التواصل الاجتماعي عبر الفيس بوك والتويتر حيث أكدت التجارب في هذا الاطار بأهمية دور المبادرات المجتمعية وحملات المناصرة الاعلامية وفاعليتها في رفع الوعي وتمكين قدرات الشباب اجتماعياً وسياسياً واقتصادياً ومن خلال تعميم الديمقراطية والعدالة والرفاهية

المشاركة الحوارية بين المشاركين في حملات المناصرة تشدد على ضرورة تكثيف الجهد الاعلامي لدعم وتعزيز الدور المجتمعي للمرأة وللشباب والعمل على تطوير أداء الاعلاميات لمواجهة التحديات وإبراز دور المرأة في كافة المجالات الحياتية اضافة الي تسليط الضوء على

قضايا التنمية وما تحمل في طياتها من عناوين مختلفة يجمع عليها الجميع في تحركاتهم المستمرة لكي يتم رفت الانظار المحلية والخارجية من خلال حملات المناصرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والمسيرات والتظاهر السلمي والندوات والاحتجاجات الاعلامية (سامية أحمد جابر ، **1983** ،ص**190**).

-اهمية الاعلام الجديد في السلم المجتمعي .

لقد ساهم الاعلام الجديد بأحقية الوصول الى المعلومة للجميع ضمن نظرية قائمة على حق الجميع بالاطلاع على المعلومة " ، تعتبر المعلومة في الوقت الحاضر اذا ما اتيح لها الانتشار فمن الصعب الوقوف امامها ، نحن امام سيل جارف من المعلومات في ظل تطبيقات يتملكها الافراد في هواتفهم وما تتاح لهم من وسائل وادوات(ايمن حمادة ، ، **2017**، ص**40**).

فالأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع مهمة كحفظ السلم الاجتماعي واشاعة حالة الطمانينة بين افراد المجتمع و أن لا يترك الامر للشائعات المخلة بالامن والنسيج الاجتماعي. وذلك من خلال المشاركة بالمحاور التالية:

1- الرفاهية.

ان تغير الحياة الانسان من خلال تطور الرفاه المادي وبالتالي الاقتصادي هو ذلك المدى او تلك الحاجة التي يصل اليها كل شخص، أو عائلة او مجموعة من الناس، أو مجتمع ما في توفير احتياجاته السلعية والخدمية. ومن خلال هذا التعريف نجد أن مفهوم الرفاه متطابق مع مفهوم مستوى الحياة (المعيشة)، وبمفهوم اوسع لهذه الكلمة يشمل تعبير الرفاه ايضاً صفات كالراحة الشخصية أو شروط الحياة العامة أو القناعة والرضى الذاتيين ليصبح هذا المفهوم بذلك متطابقاً مع مفهومي الرفاهية ونوعية الحياة، وعلى أية حال فأن مفهوم نوعية الحياة على العكس من مفهوم مستوى الحياة من حيث

الصعوبة والقياس(نجلاء محمد جابر، **2015** ، ص**89**).

وبهذا الخصوص ترك الإعلام الجماهيري أثراً كبيراً على المجتمعات وثقافتها وخاصة حول معرفة حقها في الرفاهية الاجتماعية وتغير ظروف حياتها الانسانية ، فقد أزال الحدود بين مختلف المجتمعات وبين الأفراد أنفسهم، وخلق بذلك ما يسمى بالعولمة، وهي طريقة جيدة ليتعّرف الناس على ما يحدث في مختلف الدول، وكيف يعيشون حياتهم، وذلك كما في مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك الذي قرّب الناس من بعضهم البعض؛ فسهّل على الأفراد التواصل والاتصال مع الأصدقاء، أو الأقارب الذين يقيمون بالخارج بسهولة

فالمشاركة الرقمية باتت تشكل ركناً أساسياً في حياة أفراد المجتمع الذي أتيحت له بشكل مفاجيء مختلف المواقع الإلكترونية وغرف الدردشة والصور والنقاشات الشخصية، والتي معها أجبرت الحكومات في مواجهتها بطرق بوليسية تقليدية سلبية، بينما ينبغي أن تكون الحلول الحقيقية بالوعي لمفهوم التربية الإعلامية والرقمية من قبل المواطنين، ومعرفة ما هو المفيد وما هو المضر، وهذا هو أصل المشكلة والحلول المنطقية (عبد الرزاق الدليمي ، ،**2016**، ص **257**).

2- في اتخاذ القرار.

تعد عملية صنع القرار من اهم العمليات السياسية، وتؤدي وسائل الاعلام دوراً مؤثراً في عملية صنعه ويختلف تأثير وسائل الاعلام في عملية صنع القرار باختلاف النظم السياسية التي تمارس عملها الاتصالية في ظله وتؤكد الدراسات ان ثمة ضغطاً يقع على متخذي القرار من اخبار وسائل الاعلام يؤثر في ادراكه للرأي العام، وان اي تقويم خاطئ للرأي العام ربما يكلف متخذ القرار الكثير.

ونلاحظ بهذا الخصوص تأثير وسائل الإعلام من خلال ما تقوم به من تسليط الأضواء على القرار، ومحاولة جعل متخذي القرار والحكومة يشعران باهتمامات الشعب وقبولهم أو رفضهم لهذا القرار أو ذلك، وهذا سيؤدي بالسياسيين إلى مراجعة القرارات الصادرة ودراستها بشكل جيد، لكي لا تسبب نوعا من الفوضى والآثار السيئة على الشعب، وكذلك تعطي للحكومة المقدرة على مخاطبة المواطنين والأخذ بآراء الرأي العام، وتوفر مجموعة من البرامج لتحليل القرارات الصادرة من الدولة.

3- في العدالة .

فلم يعد الأمر كما كان، حيث أفلح هذا الإعلام الاجتماعي المتجدد في "تفتيت العدالة الاجتماعية" وإخراجها من "البوتقة الجمعية الصاهرة" التي كانت بقبضة رموز غير ديمقراطيين، لتصل من ثم إلى تخوم "مملكة الأنا الفردانية"، التي في أرجائها يشعر الإنسان البسيط بقدرته على تقييم الوضع العام، وقياس منسوب العدالة الاجتماعية، والتعبير الفوري عن آرائه الشخصية التي يحترمها هو على أقل تقدير.

ويشهد توتير نوعاً غير مسبوق من الشفافية والجرأة في طرح الآراء الشخصية حيال العدالة الاجتماعية، ولعلي استعرض بعضها دون إلحاقها ببلد معين، كي نتجنب الحساسية التي قد تتولد من هذا الأمر، خاصة أنني لا أقصد دولة بعينها ولا أستثني أحداً في الوقت ذاته، فالطرح هو نصح عام للجميع. فان حقوق الشعوب لا تعرف لوناً ولا عرقاً ولا مذهباً.... ومسطرتها العدالة"، (ابو بكر الهواش، **2016** ، ص **36**).

ما سبق إذن يشير إلى ظاهرة جديدة تخلّقت في رحم هذا الإعلام الاجتماعي، وهي "نمنمة العدالة الاجتماعية" على نحو ما ذكرت، والأمر ليس مقصوراً على العدالة، بل ثمة نمنمة للمسائل المشابهة المتشابكة، كالحريات

والديمقراطية والكرامة والفساد ونحوها (عبد الله البريدي موقع الجزيرة الالكتروني).

4- في الديمقراطية.

الديمقراطية قيمة كونية فالعلائق المتواشجة بين الديمقراطية والعدالة الاجتماعية، تجرني إلى التأكيد على أن الشعوب العربية كغيرها تؤمن بالديمقراطية باعتبارها "قيمة كونية"، ولا أحد يطيق نفي هذه الحقيقة التي باتت دامغة لكل من يمتلك حواساً تنقل له ما يحدث واقعاً في هذه "القرية الكونية الآخذة بالديمقراطية اذا الجميع لا يهتم بمفهوم بالديمقراطية بقدر اهتمامهم بالشأن التنموي والخدمات والجوانب الحياتية وتحقيق الرفاهية والإشباع الاقتصادي حيث باتت مهمة الاعلام التركيز على الديمقراطية واهميتها في تفعيل مفاهيم التنمية وربطهما بعضا ببعض .

لقد ركزت الديمقراطية الحديثة على مبدأ المواطنة واحترام الجميع للقانون في هذا كما يقول سبينوزا **Spinoza** ، (سبينوزا ،**1995**، ص **175**) .

وبهذا تكمن الحرية باعتبارها فاعلية للبشر، وباعتبارها وسيلة للتنمية في حقيقة ان مختلف الحريات مرتبطة بعضها مع بعض ، وان الحرية في جانب تساعد كثيرا في اطراد الانواع الاخرى من الحرية (مجموعة مؤلفين ، النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الدول العربية الابعاد الاقتصادية ، **2013**، ص**46-47**).

وهنا يمكن الربط الفعلي بين الديمقراطية في البيئة الاجتماعية التي تساهم بتفعيل وتنشيط مفاهيم التنمية المستدامة التي احتلت مكانا مميزا في ثمانيات القرن الماضي والتي تلبي حاجات الاجيال الحالية من دون اعاقة ومقدرة الاجيال المستقبلية في مقابل احتياجاتها ، حيث ساهمت العولمة بنشر هذه الافكار التنمية من خلال شراكة الاعلام وخاصة بظل تطور الاعلام الجديد الذي فتح الباب على

مصراعيه في عملية التواصل والاتصال بكافة الشرائح الاجتماعية التي تتقارب من بعضها البعض عن تريق منصات اعلامية خاصة تقرب المسافة والمفاهيم وتوحد الاهداف (مصعب حسام الدين قتلوني ، **2014** ، ص**115-116**).

النتائج والخاتمة :

ويمكن الاستنتاج بان متطلبات الإعلام التنموي القيام بمهامه الجسيمة ولرفع مستوى أدائه لا بد من توافر الضروريات الخاصة بذلك. وهي متطلبات متنوعة منها ما هو متعلق بالواقع الإعلامي ومنها الآخر المرتبط بإطار السلطة التنفيذية. وتكمن هذه المتطلبات ضمن متطلبات السياسات الإعلامية، والتنفيذية، وخلق تنمية إعلامية .

ففي مجال السياسات الإعلامية ينبغي الانطلاق من فلسفة تحدد أهداف العملية الإعلامية من خلال نظام ديموقراطي يكفل للجميع المشاركة في اتخاذ القرار، وتصفية الأنماط المختلفة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والتوزيع العادل للثروة القومية وتوسيع إطار استخدام التكنولوجيا. وترتكز هذه السياسات على هدف محدد وهو التنمية الشاملة التي تتيح النمو المتوازن والسريع، وتحقيق الاستقلال السياسي والاقتصادي والاجتماعي، والاعتماد على الذات.

وفي إطار السياسات التنفيذية يجب التركيز على تحديد الأولويات وإبراز المضمون، وتدعيم القيم الإيجابية، وعدم التقليد الأعمى، والاهتمام بالاحتياجات التنموية والفعلية وإبراز طابعها المحلي الوطني .ولا يمكن تفعيل الإعلام التنموي العربي بمعزل عن التوجه نحو إنشاء صناعة إعلامية تنموية عربية والنظر للإعلام كقطاع منتج أكثر منه استهلاكي.

ويتصل بهذه الوظيفة الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في نقل التراث الاجتماعي والقيم وأنماط السلوم من جيل إلى جيل، مما جعل

وسائل الإعلام تنتقل إلى رقعة من الأرض كانت تسطير عليها في وقت ما .

والاتجاهات المختلفة تخدم أربعة أغراض هي: وظيفة التكيف مع البيئة، وظيفة الدفاع عن النفس، ّ وظيفة التعبير عن القيم، وظيفة المعرفة. (فرج الكامل، **1985**، **98-99**).وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الاتجاهات من خلال اهتمامها بالحوار ونشر الآراء والاستعانة بأصحاب الفكر لإثراء النقاشات، خاصة بالقضايا التي تمس شرائح كثيرة في المجتمع.

1-لقد اتبثت ابرز معطيات البحث ان وسائل التواصل الاجتماعي تحاول تغير الافكار والسلوكيات عند البعض وذلك حسب اهتمامات وخصوصيات كل فرد بحث ان وسائل التواصل لا تغير بشكل جماعي التفكير الفردي نظرا للشرائح والمستويات المختلفة "العلمية والعمرية والثقافية "وغيرها وهذا يتطلب تحقيق خطة تتجاوز موقع واحد غير قادرة والمسؤولين والدولة القيام بذلك نظرا لضحامة الدور والاهداف والطرق والوسائل المطلوبة لهذا الهدف .

2-ان غياب ثقافة وسائل التواصل الاجتماعي الايجابية عند الافراد بشكل عام لان كل فرد يظهر اهمية هذا الموقع من جانبه الخاص والتي تفترض الاهتمام عدم الاهتمام بالقضية التنموية الوطنية خصوصا مع هذا العصر بسيطرت الفردية الخاصة والتي تغيب مفهوم الانسان المشارك والمتابع، الامر الذي يطرح فعلية فعلية التواصل على المستوى العام وتغير ثقافته فاذا كانت ثقافةهي خاصة ولا تعبر عما تهدف عملية التنمية .

3-إن المحادثات وطرح الافكار والاراء على مواقع التواصل الاجتماعي لا تعتبر ملزمة للمسؤولين ولو تبنى معظم المشاركين في الحوار لموقف محدد الامر الذي يمنع الاستجابة لمفاهيم الحوار والراي الصائبفي عملية التنمية ،انما تلعب لكل

مسؤول خصوصية فردية ومصالح ذاتيه اثبتت التجارب ذلك بعيدا مصالح المجتمع العام .

4-ترتبط الفرضية بعملية الوعي الاجتماعي والثقافي عند الافراد لتحقيق دور هذه الوسائل ومدى فعليتها في تحقيق الاهداف المرجوة لتحقيق التنمية ،وهنا يتطلب وضع مقترحات لدور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر مفاهيم التنمية وتبني الاراء التنمية الصائبة والفعلة المؤثرة على قرار تنفيذ التنمية .

التوصيات : سنحاول إيجاز بعض التوصيات التي من شأنها أن تساعد في عملية التوعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التنمية وتكوين رأي عام فاعل و مشارك بفعالية

1-ضرورة وضع خطة إعلاميةتنموية لدور وسائل التواصل الاجتماعي تتناسب مع الظروف القائمة في عملية التنمية ، ومع الإمكانيات المتاحة لهذه الوسائل .

2-اهتمام وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام جميع الفنون حتى تتحول من إعلام ناقل للأخبار التنموية، إلى إعلام ناقل للأخبار والمعلومات التي تساعد المواطن وشرحها وتفسيرها والتعليق عليها، وأن تقوم بدور الموجه للسلوكيات والقيم الاقتصادية الجيدة والإيجابية للإسهام في التنمية

3- ضرورة اهتمام وسائل التواصل الاجتماعي بعرض الافكار والمفاهيم التي لها علاقة بالتنمية .

4-على وسائل التواصل الاجتماعي أن تلعب دورها بوعي مع الأفكار المعوقة للنشاط التنموي بشكل مباشر وغير مباشر, وذلك من خلال مناقشة الأفكار والموروثات الاجتماعية التي تمثل عائقاً أمام تحقيق العمل التنموي لأغراضه وأهدافه .

5-ضرورة إسهام الشخصيات التنموية الأكثر قبولاً لدى في الكتابة والترويج لأفكار التنمية المستدامة وأغراضها وأهميته

6-ضرورةابتكار أشكال جديدة للإعلام, وأن يقوم وسائل التواصل الاجتماعي بالتفاعل بين الافراد ذوي مستوى عالٍ من الكفاءة والخبرة المهنية العالية, لكي يطرح مادة إعلامية تفتح افق و توعي المجتمع بقضايا التنمية و تحسيسه بأن تلك القضايا تمس مستقبل أولاده و أفراد .

7.ضرورة قيام إعلام تنموي محض يقوم بالاهتمام بكل قضايا التنمية في البلاد و التحسيس و التوعية بالقيام بحملات وطنية يشارك فيها كل المواطنين.

بهدف طرح مفاهيم واضحة وشاملة للتنمية المستدامة و تتبع السياسات التي تقوم بها الدولة ، و تتبع عمليات التنمية في الميدان و نشر الأخبار الخاصة بتقدمها أو تأخرها ، بحيث تصبح قريبة من أذهان الناس، واشراكهم في التعبير عن وجهات نظرهم وأفكارهم، وطرح مقترحاتهم وتطلعاتهم

واخيرا لا يخفى على أحد دور الإعلام المتخصص ونعني به الاعلام التنموي ا بشكل عام في المجتمع ، حيث يُنشّط عجلة التنمية ويعمل وسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص تحليل وتفسير التغيرات الاقتصادية والتنموية التي تحدث في المجتمع وتشمل الأفراد والأماكن والقضايا المتصلة بالتنمية عبر تغيير الوعي التنموي لدى الافراد ليس فقط من خلال مشاركتهم ودورهم الاعلامي بل مشاركتهم العملية في التنمية ..

المراجع والمصادر:

1- خليل ابو اصبع ، الاتصال الجماهيري ، دار الشروق عمان ، **1999**.

2- د. محمد بن عويض الفايدي، اتجاهات الرأي العام نحو قضايا التنمية، صحيفة الجزيرة ، السعودية بتاريخ **12**ايار\مايو**2017**.

3- د. برهان زريق، الراي العام وحضانته لذروة سنام المجد في غزة بلد العزة، دمشق ، 2017، ص 20.

4- التجاني ابو العوالي ، أي دور للإعلام في التنمية المحلية، موقع الحوار المتمدن الالكتروني ، بتاريخ 13، نيسان \ابريل، 2010.
http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=215148

5- مجموعة مؤلفين ، النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الدول العربية الابعاد الاقتصادية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت ، 2013، ص46-47.

6- مصعب حسام الدين قتلوني ، ثورات الفيس بوك ومستقبل وسائل اعلام التواصل الاجتماعي في التغيير ، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، بيروت ،2014 ، ص115-116).

7- د.محمود فطافطة، أين نحن من المساءلة الاجتماعية؟ موقع وكالة معا الاخبارية الكتروني بتاريخ 20 \1\ 2018،
http://maannews.net/Content.aspx?id=936711

8- سلسبيل صلاح، نحو اقتصاد إنساني "أمارتيا سِن".. ناقد الرأسمالية الأخلاقي، موقع منشور الالكتروني بتاريخ 17 اذار \مارس 2018.
https://manshoor.com/people/amartya-/sen-economics-morality

9-عبد الله البريدي، الإعلام الجديد يُنمنِم العدالة الاجتماعية ،موقع الجزيرة الالكتروني، بتاريخ 24 شباط \فبراير2013
https://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/2013/2/24/

10-د. سنا الحاج ، دور الإعلام في قضايا الأمن الاقتصادي والاجتماعي، موقع الكتروني ، لمدرية الدراسات والبحوث في وزارة الاعلام اللبنانية ، 16يناير، 2016.
https://www.ministryinfo.gov.lb/1982

11- فرج الشناوي، الإعلام وبناء ديناميت المشاركة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 35، القاهرة ، حزيران \يوليو 1984، ص92.

12- نادية منصور ، التليفزيون ووعي التنمية ، مجلة دراسات إعلامية ، العدد 46 ، المركز العربي ، القاهرة ، اذار\ مارس 1987 ، ص78 .

13- عمر الخطيب، ، الإعلام التنموي، ط1، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض، 1983، ص 58.

14- محمد عبد القادر أحمد، دور الإعلام في التنمية، ط1، دار الحرية للطباعة والنشر، بغداد، 1982، ص143 .

15-د.عبد الكريم بكار ، مدخل الى التنمية المتكاملة رؤية اسلامية، دار القلم ، دمشق،1999، ص 115.

16- د. سامية أحمد جابر، " الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث - النظرية والتطبيق "، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية،1983 ، ص 190.

17- ايمن حمادة، استخدام تقنيات الهواتف الذكية في توفير الخدمات و المعلومات في المكتبات الجامعية ، رسالة اعدت لنيل شهادة الماجستير في كلية الاعلام الجامعة اللبنانية، بيروت ، 2017، ص40)

18- عدنان عبد الرحمن أبو عامر، الإعلام التنموي في فلسطين أسباب الغياب ورؤية للمستقبل، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول الاستثمار والتمويل في فلسطين بين آفاق التنمية والتحديات المعاصرة كلية التجارة في بالجامعة الإسلامية 8- 9 ايار \مايو 2005،ص 19-20.

19- د. نجلاء محمد جابر، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري، دار المعتز، عمان، 2015 ،ص 89.

20- د.عبد الرزاق الدليمي ،نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان ،2016، ص 257.

21- أحمد يونس محمد حمودة،(2015) ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، ديسمبر .

22- شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، (2015)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العلي.

23 – Sean P Hagerty(2008). An Examination of Uses and Gratiations of YOUTUBE, Unpublished Master thesis, Department of Communication, Villanova Oniversety.

24- ابو بكر الهواش ، المجتمع المدني المخاطر والآمال ، منشورات مجموعة النيل العربية، القاهرة ،2016 ،ص 36.

25- منصوري الزين، (2012) تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية، الطبعة ّ الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن• .

26-تيسير أبو عرجة، (2013) الاتصال وقضايا المجتمع، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ّ الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

27-علي الشرفات، (2010) التنمية الاقتصادية في العالم العربي، الطبعة الأولى، دار جليس ّ الزمان، عمان، الأردن .

28-حسين، سمير (1984م) الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي والعام، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.

28- زين العابدين درويش، (1999م) علم النفس الاجتماعي - أسسه وتطبيقاته، دار الفكر

العربي للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر•

29-جيهان رشتي، (1972م) نظم الاتصال - الإعلام في الدول النامية، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة

شبكة توتر نموذجاً

سامي عطالله ابو غولة

جامعة مولاي اسماعيل-المغرب

ملخص الدراسة

هدف هذه الدراسة إلى التعرف على معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لقضية التنمية المستدامة في الوطن العربي، متخذةً من شبكة التدوين المصغر تويتر نموذجا على ذلك.

وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، ومن خلاله أسلوب تحليل المضمون، وجمعت البيانات عن طريقة استمارة تحليل المضمون، وكان مجتمع الدراسة التغريدات على شبكة تويتر، أما العينة فهي التغريدات التي تناولت قضايا التنمية المستدامة في الوطن العربي، وتم بناء الدراسة على أدبيات نظرية المسؤولية الاجتماعية.

ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

1. 15.7% من القضايا التي تم التغريد لها كانت عقد شراكات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، ثم جاء هدف السلام والعدل والمؤسسات القوية بنسبة 10.6%.
2. 31.5 % مصادر التغريدات المتعلقة بالتنمية المستدامة في الوطن العربي كانت مؤسسات المجتمع المدني، ثم جاء في المرتبة الثانية بنسبة 22% المؤسسات الحكومية
3. أكثر الدول العربية تغريداً بما يتعلق بالتنمية المستدامة كانت السعودية بنسبة 37.7%، تلتها الامارات بنسبة 13.6%، ثم مصر بنسبة 6.8%.

وأوصت الدراسة:

1. ضرورة الاهتمام بكافة أهداف التنمية المستدامة التي وضعتها الأمم المتحدة من خلال خطة الـ 15 عام، وعدم التركيز على أهداف محددة.
2. اشراك كافة مؤسسات الدولة في تناول قضايا التنمية المستدامة وخلق نوع من التكامل في ما بينها.

3. الاستغلال الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي بما فيها شبكة تويتر، وذلك من خلال زيادة مشاركة الناشطين، وتفاعلهم مع قضايا التنمية المستدامة.

كلمات مفتاحية: تويتر، التنمية المستدامة، المسؤولية الاجتماعية.

اولاً: تقديم:

تلعب وسائل الإعلام والاتصال والتواصل الاجتماعي في العصر الحديث، أدوارا وهمام رئيسية في العملية التواصلية والتوعوية، فاتحةً افاق المعرفة، حيث باتت الوسيلة الأولى التي تجاوزت الحدود بفعل التطور التكنولوجي الحديث، مما حول العالم إلى قرية كونية صغيرة، وإن إنتاج المعلومات ونشرها واستخدامها وتوعية الافراد بذلك في ظل العولمة الإعلامية وعولمة المعلومة، أصحت من بين أهم تجليات التقدم التكنولوجي الذي أنتج مجتمعات المعرفة، وقدَّم مساهمات معرفية في شتى المجالات، سواء تعلق الأمر بالعلوم الإنسانية أم الاجتماعية، بحيث صار الاهتمام بالتنمية المستدامة بكافة محاورها التي حددتها اجتماعات الامم المتحدة عام **2015** وضمن خطة الـ**15**عام، مطلبا مُلحّا وتسليط الضوء إعلاميا على قضايا التنموية المستدامة أكثر إلحاحا.

وتُعرَّف التنمية بأنّها قدرة الدولة على زيادة الموارد المختلفة؛ من موارد بشرية، واقتصادية، وطبيعية، واجتماعية، وتدعيمها؛ بهدف تحقيق نتائج أعلى للإنتاج لتلبية الاحتياجات الأساسية لغالبية مواطنيها، وتمكينهم من تقديم مطالبهم وحقوقهم إلى الحكومات، وقد ظهر مفهوم جديد للتنمية المستدامة من التقرير الذي أعد في عام **1990** من قبل اللجنة العالمية للبيئة والتنمية ، وقد اتخذ شكلا تنمويا فرديا وجماعيا على مدى العشرية الأخيرة حيث عرفت السنوات المتتالية

نتيجة لتحقيق التنمية المستدامة، "تلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها.

وتهدف التنمية المستدامة إلى التعاون والعمل مع جميع الشركاء وبشكل عملي حتى يتمكنوا من اتخاذ الخيارات الصحيحة لتحسين الحياة بطريقة مستدامة للأجيال القادمة. وهي توفر مبادئ وغايات واضحة لجميع البلدان لتعتمدها وفقا لأولوياتها وخططها الوطنية مع تسليط الضوء على التحديات البيئية التي يواجهها العالم بأسره.

وأصبح الإعلام الرقمي اليوم يُشكل قوة ضغط ويصنع رأيا عاما ويحرك الحكومات والمجالس والهيئات، أصبح أداة في يد المواطن، أداة تساهم في التوعية والتعبئة وفي تشكيل وعي جماهيري، لذلك وجب استثماره للنهوض بواقع الفرد التنموي. ولعلّ الاهتمام بالإعلام التنموي بتخصيص يوم عالمي له (منذ عام **1972** حيث قامت الجمعية العامة للأمم المتحدة بتخصيص يوم **24** أكتوبر/تشرين الأول) يوما عالميا للإعلام الإنمائي، جعل الأخير منصّة لتسليط الضوء على كل البرامج والخُطط والاستراتيجيات الإنمائية، سواء تعلق الأمر بالدول الراقية أو السائرة في طريق النمو.

تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على تناول وسائل التواصل الاجتماعي لإحدى أهم القضايا العالمية وهي التنمية المستدامة في الوطن العربي، ونخص بالبحث هنا شبكة تويتر احدى أكثر شبكات التواصل انتشارا .

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية:

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على معالجة شبكة التواصل الاجتماعي" تويتر" لقضايا التنمية المستدامة، ومدى تفاعل المغردين مع ذلك، وما هي أكثر الجهات تناولاً لهذه القضايا، وكيف أثرت هذه التغريدات على المواطن العربي.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

1. تناول قضايا غاية في الأهمية ألا وهي التنمية المستدامة.
2. تمثل التنمية المستدامة قضايا أمن قومي عربي.
3. الابعاد السياسية والاجتماعية والاقتصادية التنمية المستدامة.
4. فعالية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا مختلفة.
5. معرفة تفاعل المغردين عبر توتير حول القضايا التراثية.

رابعاً: أهداف الدراسة :

1. التعرف على أهم القضايا المتعلقة بالتنمية المستدامة .
2. التعرف على أشكال التفاعل مع قضايا التنمية المستدامة.
3. معرفة اتجاه التغريدات نحو قضايا التنمية المستدامة.
4. التعرف على طبيعة نشر التغريدات والمواد المصاحبة لموضوعات التنمية المستدامة .
5. معرفة المصادر المختلفة للتغريدات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة .
6. التعرف على أكثر الدول اهتماما بقضايا التنمية المستدامة.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

1. ما هي القضايا التي تناولتها التغريدات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة ؟
2. ما أشكال التفاعل من خلال تويتر المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة ؟
3. ما اتجاه التغريدات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة ؟
4. ما الهدف من التغريدات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة ؟
5. ما طبيعة النشر المتعلق بقضايا التنمية المستدامة ؟

6. ما مصدر التغريدات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة ؟
7. ما هي الدول العربية الأكثر اهتماماً بقضايا التنمية المستدامة؟

سادساً: الإطار النظري للدراسة:

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعتمد الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية.

وتعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والإعلام بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها ومواد ها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع"[1].

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

أ. نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل خصائص تغطية قضايا التنمية المستدامة من خلال إحدى شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر).

ب. منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهج المسحي، ومن خلاله على أسلوب المسح بالعينة، وقد تم تصميم استمارة تحليل المضمون كأداة للدراسة.

ج. أداة الدراسة: استمارة تحليل المضمون:

وهي إحدى الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الاعلامية وصفاً

وضـــوعياً وكمياً[1]، ويعتمد تحليل المضـــمون على تـكـرارات ورود أو ظـهـور المـعـانـي أو المصطلحات المتضمنة في قوائم التحليل في المادة الإعلامية بناء على ما يقوم به الباحث من تحديد موضوعي لفئات التحليل ووحداته[2]، وفئات التحليل هي مجموعة من التصنيفات، أو الفصـــائل يقوم بها الباحث بإعدادها طبقاً لنوعيـة المضـــمون، وهـدف التحليـل لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون، وتصنيفه, وقســـم الباحثان التحليل إلى قســـمين: فئة الموضوع (ماذا قيل؟) و فئة الشكل (كيف قيل؟) و ذلك على النحو التالي:

أولاً : فئة الموضـــوع أو المضـــمون: (ماذا قيل): وتركز هذه الفئة على ما يشـــتمل عليه المضمون من كلمات، وأفكار، ومعاني، واتجاهات وقيم[3]، وعن طريق هـذه الفئـة يمكن الوقوف على محتوى التغريدات على شـــبكة التواصـــل الاجتماعي تويتر، وتم الاعتماد على تقســـيم الأمم المتحدة لقضـايا التنمية المسـتدامة، وقد تم تقسيمها إلى الفئات الفرعية التالية:

1. فئة القضـــايا: ويقصـــد بها طبيعة تناول التغريدة لقضـايا التنمية المسـتدامة، وتنقسـم إلى:

1.1 القضاء على الفقر

1.2 القضاء التام على الجوع

1.3 الصحة الجيدة والرفاهية

1.4 التعليم الجيد:

1.5 المساواة بين الجنسين

1.6 المياه النظيفة والنظافة الصحية

1.7 طاقة نظيفة وبأسعار معقولة

1.8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد

1.9 الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية

1.10 الحد من أوجه عدم المساواة

العبد وزكي، الاسلوب الاحصائي واستخدامه في بحوث الرأي العام والاعلام (ص208).

حسين: سمير، بحوث الاعلام (ص 232).

المرجع السابق (ص 265).

1.11مدن ومجتمعات محلية مستدامة

1.12 الاستهلاك والإنتاج

1.13 العمل المناخي

1.14 الحياة تحت المياه

1.15 الحياة في البر

1.16 السلام والعدل والمؤسسات القوية

1.17 عقد الشراكات لتحقيق الأهداف

2. مصدر التغريدة: ويقصد به الجهة التي قامت بالتغريد عبر تويتر بما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة، وتنقسم إلى:

2.1 مصدر مؤسساتي: وهو أن تكون التغريدة من قبل مؤسسات وتنقسم إلى :

2.1.1 حكومية: أن تكون التغريدة من قبل مؤسسة حكومية.

2.1.2 صحفية: أن تكون التغريدة من قبل مؤسسة صحفية.

2.1.3 مجتمع مدني: أن تكون التغريدة من قبل مؤسسة مجتمعية ذات علاقة.

2.2 أفراد: وهو أن يكون الأفراد هم مصدر التغريدة وتنقسم إلى :

2.2.1 رسميين: أن تكون التغريدة من قبل أفراد عاملين في الحكومات.

2.2.2 صحفيين: أن تكون التغريدة من قبل أفراد عاملين في مجال الصحافة و الإعلام.

2.2.3 أكاديميين: أن تكون التغريدة من قبل أفراد عاملين في مؤسسات تعليمية.

2.2.4 نشطاء : أن تكون التغريدة من قبل أفراد نشطاء المجتمع.

3. فئة التفاعل: ويقصد بها تفاعل المغردين مع التغريدة من خلال:

3.1 رد: أن يتم الرد على التغريدة من قبل الآخرين.

3.2 إعادة تغريد: ويقصد به أن يتم إعادة نشر التغريدة.

3.3 تفضيل: هو الإعجاب الذي سجلته التغريدة.

4. فئة الاتجاه: وهي اتجاه التغريدة نحو قضايا التنمية المستدامة وتنقسم إلى:

4.1 اتجاه إيجابي: وهو أن تكون التغريدة مع التنمية المستدامة.

4.2 اتجاه سلبي: وهو أن تكون التغريدة ضد التنمية المستدامة.

4.3 اتجاه محايد: وهو أن تكون التغريدة لا مع ولا ضد التنمية المستدامة.

5. الهدف من التغريدات:

5.1 تقديم معلومة: أن تقدم معلومة حول التنمية المستدامة أو ما يتعلق بها.

5.2 تشكيل رأي: تشكيل رأي لدي الجمهور حول قضايا التنمية المستدامة.

5.3 القيام بفعل: طلب القيام بفعل تجاه التنمية المستدامة.

5.4 أكثر من هدف: أن تحمل التغريدة أكثر من هدف مثل تشكيل رأي، قيام بفعل.

6. الدول الاكثر تغريدا: وتشمي جميع الدول العربية.

ثانياً : فئات الشكل (كيف قيل؟): وتعني هذه الفئة بالشكل، أو الطريقة التي تم تقديم المضمون بها إلى جمهور القراء[4]، و تنقسم إلى الفئات الفرعية التالية:

1. طبيعة النشر: ويقصد به طبيعة نشر التغريدة وما يصاحبها من وسائط متعددة وتشمل:

1.1 نص مع #: أن تحتوي التغريدة على #.

1.2 نص مع صورة: وهو احتواء التغريدة على صورة وتنقسم إلى:

1.2.1 صورة خبرية: أن تتعلق الصورة بقضايا ضد التنمية المستدامة.

1.2.2 صورة شخصية: أن تكون لشخصية لها علاقة بقضايا ضد التنمية المستدامة.

حسين: سمير، بحوث الاعلام (ص 265).

1.3 نص مع فيديو: أن تحتوى التغريدة على فيديو توضيحي.

1.4 نص مع رابط: يكون هناك رابط يقود إلى معلومات ذات علاقة بالقضايا.

1.5 نص مع أكثر من وسيط: أن تحتوي التغريدة أكثر من شكل مثل # ورابط أو فيديو.

1.6 نص منفرد: أن تكون التغريدة بدون أي شكل من الأشكال السابقة.

2. طبيعة المادة: ويقصد به طبيعة المادة التغرة وما وتشمل:

2.1 خبر صحفي: وهو أن تكون التغريدة عبارة عن خبر يتعلق بالتنمية المستدامة.

2.2 مقال صحفي: وهو أن تكون التغريدة عبارة عن مقال يتعلق بالتنمية المستدامة.

2.3 تحقيق صحفي: وهو أن تكون التغريدة عبارة عن تحقيق يتعلق بالتنمية المستدامة.

2.4 مقابلة صحفية: وهو أن تكون التغريدة عبارة عن مقابلة صحفية يتعلق بالتنمية المستدامة.

3. الانفوجرافيك:

3.1 انفوجرافيك ثابت: وهي جمبع الصور التي تحمل البيانات والإحصاءات الثابتة لتسهيل عملية القراءة والحفظ بشكل جمالي.

3.2 انفوجرافيك متحرك: وهي جميع البيانات والإحصاءات التي تكون على شكل فيديو أو صور متحركة لتسهيل عملية القراءة والحفظ بشكل جمالي وتفاعلي.

ثامناً: مجتمع الدراسة وعينتها :

1. مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من التغريدات على شبكة التدوين المصغر تويتر.

2. عينة الدراسة: تتمثل عينة الدراسة في عينة من أهم التغريدات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة على شبكة التواصل

الاجتماعي تويتر، خلال النصف الأول من العام 2019.

تاسعاً: وحدات التحليل وأسلوب القياس:

أ- وحدات التحليل: استخدم الباحثان وحدتين للتحليل هما:

1. الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: هي الوحدة الاعلامية المتكاملة إلتي يقوم الباحث بتحليلها، والتي يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديم هذه المادة الى جمهور القراء، أو المستمعين، أو المشاهدين من خلالها[5]، وفي إطار هذه الوحدة اعتمد الباحثان تغريدات تويتر، و هذا يعني أن جميع التغريدات الواردة في عينة الدراسة ستخضع للتحليل.
2. وحدة الفكرة: استخدمت للتعرف على الاتجاه نحو الحدث موضع الدراسة، ألا وهو قضية التنمية المستدامة، حيث إن وحدة الفكرة تفيد في تحديد الاتجاهات.

ب- أسلوب العد والقياس: وهو نظام التسجيل الكمي المنتظم لوحدات المحتوى وفئاته ومتغيراته، ويمكن من خلاله إعادة بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد، تساعد على الوصول إلى نتائج كمية، تسهم في التفسير وتحقيق أهداف الدراسة[6]، واستخدم الباحثان في هذه الدراسة وحدتي الفكر، والتكرار الذي تظهر فيه الوحدات الخاضعة للدراسة .

عاشراً: إجراءات الصدق والثبات :

1. إجراءات الصدق: ويقصد باختبار صدق الأداة ومدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، وتعكس المعنى

حسين: سمير، بحوث الاعلام (ص262).

عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام (ص181).

الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية[7].

أ. تعريف فقرات الاستبانة بدقة، بحيث لا يحدث تداخل بين الفقرات.

ب. الصدق الظاهري للأداة " صدق المحكمين: تم التأكد من صدق الاستمارة الظاهري من خلال تحكيم الاستمارة وعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين.

2. ثبات فقرات الاستمارة:

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبانة أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، وتم إيجاد معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي، والتي تتمثل في :

2ن/ن1+ن2 حيث

ن = عدد الحالات التي يتفق فيها المرمزان

ن1= عدد الحالات التي رمزها الباحث رقم 1

ن2= عدد الحالات التي رمزها الباحث رقم 2

وقد تم حساب المعادلة السابقة مرتين، إحداهما مع المرمز الأول والأخرى مع المرمز الثاني، وقد بلغت قيمة الثبات في المرة الأولى 90% وفي المرة الثانية بلغت قيمة الثبات 91%، ونجد أن المتوسط يبلغ 90.5%، وهى نسب عالية مما يدل على ثبات المقياس.

الحادي عشر: المعالجة الإحصائية:

تم تفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، واستخدام إحصاءات وصفية منها: النسبة المئوية والتكرارات.

الثاني عشر: مصطلحات للدراسة:

شبكة تويتر: هو ثاني أشهر موقع للتواصل الاجتماعي عالميًّا، يسمح لمستخدميه بكتابة

حسين: سمير، بحوث الإعلام (ص 314).

"التغريـدات" وقراءتهـا. إلّـا أنّ هـذه التغريـدات قـصيرة. أُطلِق الموقع عام **2006**، ويضم أكثر من **500** مليون مســـتخـدم، ومنهم المشـــاهير والســـياســـيون ا لذين يســـت خدمو نه لإبـ قاء متابعيهم على علمٍ بآخر أخبارهم ونـ شاطاتهم، هذا الموقع مســـؤول عن إطلاق الهاشـــتاغ (#) وهو رمز للكلمات الأكثر تداولًا، ومنذ فترة قصـيرة أعلنت تويتر عن زيادة مساحة التغريد عبرها من **140** حرفاً إلى **280** حرفاً، مما ترك ردوداً متباينة لدى المستخدمين بين مؤيد ومعارض [8].

التنمية المســـتدامة: : "تلك التنمية التي تلبي حا جات الحاضـــر دون المســـاومة على قدرة الأجيال المقبلة في تلبية حاجياتهم[i].

المبحث الثاني: نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: أهم القضـــايا التي تناولتها تغريدات تويتر حول التنمية المستدامة:

جدول (**1**): يوضـــح أهم القضـــايا التي تناولتها تغريدات تويتر حول التنمية المستدامة

القضية	ك	%
عقد الشراكات لتحقيق الأهداف	27	15.7
السلام والعدل والمؤسسات القوية	18	10.6
أكثر من هدف	13	7.7
التعليم الجيد	13	7.6
العمل اللائق ونمو الاقتصاد	11	6.5
العمل المناخي	10	5.9
الصحة الجيدة والرفاهية	10	5.8
مدن ومجتمعات محلية مستدامة	9	5.4
الحياة تحت المياه	8	4.6
المياه النظيفة والنظافة الصحية	7	4
المساواة بين الجنسين	7	4
الحد من أوجه عدم المساواة	7	4
الاستهلاك والإنتاج	6	3.5
طاقة نظيفة وبأسعار معقولة	6	3.5
الحياة في البر	6	3.5
القضاء على الفقر	6	3.5
القضاء التام على الجوع	4	2.5
الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية	3	1.7
المجموع	171	100

موقع النهار، تويتر (موقع الكتروني).

عدد القضـــايا أكثر من عدد التغريدات لأن التغريدة الواحدة تحتوى على أكثر من قضية.

تشـــر نتائج الجدول الســـابق إلى أن أكثر القضـــايا التي تم التغريد لها، هي التأكيد على عقـد شـــراكـات لتحقيق أهـداف التنميـة المســـتدامة، حيث جاءت بنســـبة **15.7%** من مجموع قضـــايا التنمية المســـتدامة في الوطن العربي التي تنـاولهـا المغردون على تويتر، ويعتبر هذا أحد أهم أهداف التنمية المستدامة حيث أنه يتعلق بكافة الأهداف التي تم وضعها ضمن خطة الـــ**15** عام أي حتى عام **2030**، لأن الشراكات مع مختلف المؤسسات سواء المحلية أو الدولية هي الضـــامن لتحقيق تلك الأهداف، كما أن هناك أهداف لا تســـتطيع مؤســـســـات أو دول تحقيقها بمفردها.

ثم جاء هدف السلام والعدل والمؤسسات القوية في المرتبة الثانية، حيث جاءت بنســـبة **10.6%** من مجموع قضـــايا المطروحة، وهذا الهدف ذو علاقة وثيقة بالهدف الســـابق، لأن السلام والعدال هم البيئة التي يمكن أن تتحقق فيها الشـــركات بين المؤســـســـات والدول التي تســـعى إلى تحقيق التنمية المســـتدامة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن تكون تلك المؤســـســـات ذات قوة وفعالية داخل المجتمع.

وفي المرتبـة الأخير جـاءت الصـــنـاعـة والابتكار والهياكل الأساسية، حيث جاءت بنسبة **1.7%** من مجموع قضايا ويرجع ذلك لاعتبار هذا الهدف متقدم بالنســـبة للأهداف الســـابقة المتعلقة بالتنمية المســـتدامة، وأنه يأتي في مرحلة متقدمة، ولا يمكن تحقيقه دون المضي قدما في تلك الأهداف، إلى الوصـــول إلى هدف الصناعة والابتكار.

ويرى الباحثان أن هناك تسلسل منطقي وعلمي في ترتيب الأهداف المتعلقة بالتنمية المســـتدامة، وذلك من خلال التغريدات التي ســـجلها نـاشـــطوا الاعلام الاجتمـاعي على صـــفحاتهم الزرقاء، حيث تم التدرج من الأهداف

الأساسية مثل التعليم والشراكة والأمن والموارد الاقتصادية، والتي تعتبر الحاضنة لتطبيق باقي الأهداف، وصولاً لكافة الأهداف الموضوعة.

ثانيا: مصدر التغريدات التي تناولت قضية التنمية المستدامة:

جدول (2): يبن مصدر التغريدات التي تناولت قضية التنمية المستدامة

مصدر التغريدة		ك	%
	مجتمع مدني	46	31.5
مصدر مؤسساتي	حكومي	32	22
	صحفي	17	11.6
مصدر أفراد	نشطاء	18	12.4
	رسميين	17	11.7
	اكاديميين	10	6.8
	صحفيين	6	4
المجموع		146	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أكثر مصادر التغريدات المتعلقة بالتنمية المستدامة في الوطن العربي كانت لمؤسسات المجتمع المدني، حيث جاءت بنسبة **31.5%** من مجموع مصادر التغريدات، حيث أن هذه المؤسسات من أكثر المنادين بتطبيق خطط التنمية المستدامة وخصوصاً في الدول الفقيرة أو ما يعرف بدول العالم الثالث، والتي تعتبر دول الوطن العربي من ضمنها، ثم جاء في المرتبة الثانية المؤسسات الحكومية التابعة للدول المختلفة، حيث جاءت بنسبة **22%** من مجموع مصادر التغريدات التي تنادي بتحقيق التنمية المستدامة، ثم جاءت المصادر الاخرى بنسب متقاربة.

إلا أن مصادر الأفراد الصحفيين جاءت بنسبة **4%** من مجموع قضايا كانت الأقل نسبة بين المصادر، وقد يرجع ذلك إلى أن متابعة قضايا التنمية المستدامة بأهدافها المختلفة تحتاج إلى جهود إعلامية كبيرة في المتابعة وتسليط الضوء على المشاكل المختلفة

المتعلقة بالتنمية المســـتدامة، وتتناول ما تم تحقيقه من أهداف.

ويعزو الباحثان النتائج الســـابقة إلى أن تسليط الضوء وتناول قضايا التنمية المستدامة في الوطن العربي يحتـاج إلى جهود إعلاميـة كبيرة، لذلك جاءت مؤسـسـات المجتمع المدني في المتربة الأولى حيث أن هذه المؤســـســـات تكون متواجـد في أكثر من دولـة، ويتوفر لهـا الكثير من الإمكانات، وخا صة التغطية الإعلامية، ومن أبرز تلك المؤســـســـات مؤســـســـات الدولية التابعة للأمم المتحدة، والمؤســـســـات الإنمائية الأخرى.

كما نلاحظ اهتمام المؤسسات الحكومية متمثلا في الوزارات ذات العلاقة بأهداف التنمية المســـتـــدامـة من خلال مكـاتبهـا الإعلاميـة، وحـ ساباتها على منـ صة تويتر، حيث أنها تر صد الأنشطة المختلفة.

ونلاحظ أن هناك تغريدات لأفراد يمثلون حكومـات دولهم قـاموا بتغريـد حول أهـداف وموضـــوعات التنمية المســـتدامة في الوطن العربي، كان من أبرزهم الرئيس اللبناني ميـشيل عون والأمين الا سبق لجامعة الدول العربية عمر موســـى، وولي عهـد دولـة الامـارات العربيـة المتحـدة محمـد بن زايـد ولي عهـد أبو ظبي، وهـذا يعكس الاهتمـام الكبير بتحقيق أهـداف التنمية المســـتدامة، وهناك وعي بذلك لدى الاوساط السياسية.

ثالثاً: التفاعل مع التغريدات التي تناولت قضـية التنمية المستدامة:

جدول (3): يبن التـ فا عل مع التغر يدات التي تناولت قضية التنمية المستدامة

التفاعل	أقل من 0		51-100		أكثر من 100		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاعجاب/التفـ يل	84	59	36	5.5	22	5.5	42	00
المشاركة/ اعادة التغريد	01	74	24	7.5	12	8.5	37	00
التعليق/الرد	06	4.5	1	0.5	5	5	12	00

-يقاس عدد التفاعل ونسبته بالنسبة للتغريدة الواحدة.

تبين نتائج الجدول السابق أن ما نسبته **59%** من نشطاء وسائل التواصل الاجتماعي في تويتر كانت طبيعة تفاعلهم بالإعجاب أو التفضيل أقل من **50** اعجاب، بينما كانت نسبة من اعجبوا من **51- 100** من النشطاء **25.5%**، أما من سجلوا أكثر من **100** اعجاب كانت نسبتهم **15.5%**.

وفي ما يتعلق بالمشاركة أو اعادة التغريد فبلغت نسبة من شاركوا بأقل من **50** مشاركة **74%**، ومن شارك من **51-100** بلغت نسبتهم **17.5%**، في حين من شاركوا بأكثر من **100** مشاركة بلغت نسبتهم **8.5%**.

كما تشير النتائج السابقة أن نسبة الردود أو التعليقات على التغريدات بأقل من **50** رد بلغت **94.5%**، في حين بلغت الردود ما بين **51-100** وبنسبة **0.5%**، أما التغريدة التي تجاوزت ردودها **100** رد بنسبة **5%**.

ويرى الباحثان أن النتائج في الجدول السابق ترتبط بطبيعة متصفحي منصة تويتر الالكترونية حيث انهم في أكثر الأحيان يكونون متعجلين فيكتفون بعمل اعجاب للتغريدات المتعلقة بمواضيع التنمية المستدامة في الوطن العربي.

ويلاحظ الباحثان أن ما عدده أقل من **50** تفاعل هو السائد في أشكال التفاعل المختلفة، وهو يرجع لنفس السبب السابق في تسرع المتصفحين في متابعتهم لمنصة تويتر، وهذا اصبح معرف من صفات متصفحي وسائل التواصل الاجتماعي العجلة والسرعة، وعد المكوث كثير في مطالعة المواد المختلفة التي ينقلها العالم الأزرق.

رابعاً: الهدف من التغريدات التي تناولت قضية التنمية المستدامة:

جـدول (4): يبن الهـدف من التغريـدات التي تناولت قضية التنمية المستدامة

الهدف من التغريدة	ك	%
تقديم معلومة	106	64
تشكيل رأي	26	16
القيام بفعل	26	16
أكثر من هدف	7	4
المجموع	165	100

-عـدد الأهـداف أكثر من عـدد التغريـدات لأن التغريدة الواحدة تحتوى على أكثر من هدف.

تبين نتائج الجدول السـابق إلى أن هناك اهداف مختلفة للتغريدات عبر منصـــة تويتر، وكان أبرز هذه الأهداف تقديم معلومات حول أهداف التنمية المســـتدامة في الوطن العربي، وذلك من خلال الوقوف على أهدافها المختلفة، حيث جاء الهدف من التغريدة تقديم معلومة **64%**، في حين جاء الهدف من التغريدة تشكيل رأي عام والقيام بفعل بنســبة **16%**، وهما مرتبطا حيث يتم تشـــكل رأي معين ثم القيام بفعل يترتب على هذا الرأي، في حين حملت التغريدة اكثر من هدف بنسبة **4%**.

ويرى الباحثان أن هناك نســـبة كبيرة من المغردين على منصة التواصل الاجتماعي تويتر، يســتفيدون من هذا الفضـاء الالكتروني ليقدموا معلومات مختلفة وقيمة حول خطط ومشـاريع التنمية المســـتدامة في الوطن العربي، وذلك من خلال التغريـد مصـــحوبـا بروابط وصـــور والانفوجرافيك تبين ما وصـــلت اليه مخططات ومشاريع التنمية المستدامة في الوطن العربي.

كما تم استغلال منصة توتر لتشكيل رأي عام، وأفعال ذات علاقة بالتنمية المســـتدامة في الوطن العربي، وخصوصا أن منصة توتر في أغلب الاحيان يرتادها صـــفوة المجتمع من قادة ومثقفين و صناع القرار داخل مجتمعاتهم، لذلك كان حاضـــنة لتداول الأفكار والمقترحات حول أهداف التنمية المستدامة، وكيف يتم تطبيقها

عبر التعاون المشترك بين الدول والهيئات المختلفة.

خامساً: طبيعة النشر الالكتروني للتغريدات التي تناولت قضية التنمية المستدامة:

جدول (5): يبن طبيعة النشر المصاحب للتغريدات التي تناولت قضية التنمية المستدامة

طبيعة النشر	ك	%
نص مع #	60	27.3
نص مع صورة خبرية	60	27.3
نص مع رابط	33	15
نص مع صورة شخصية	27	12.2
نص مع فيديو	21	9.5
نص منفرد	19	8.7
المجموع	220	100

- عدد أشكل طبيعة النشر أكثر من عدد التغريدات لأن التغريدة الواحدة تحتوى على أكثر من شكل.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن استخدام هشتاق مع التغريدة بنسبة 27.3% وذلك للحصول على اعلى نسبة من التفاعل مع التغريدة وتتحقق (ترند) مرتفع، ومن المعروف في موقع تويتر عند القيام بعملية البحث فإن الأولوية تكون للهاشتاج، ويساهم الهاشتاج في زيادة عدد المتابعين لتغريدة أو خبر معين.

كما جاءت الصورة الخبرية التي تصاحب التغريد بنسبة 27.3%، وذلك لتوضيح طبيعة الحدث المتعلق بتطبيق أهداف التنمية المستدامة في الوطن العربي، وإعطاء التغريدة مزيدا من المصداقية والتأكيد على مضمونها.

وجاء استخدام تغريدة مع رابط بنسبة 15%، ويتضح من الجدول السابق أن الكثير من التغريدات احتوت على روابط تتعلق بقضايا التنمية المستدامة في الوطن العربي، حيث تقود إلى صفحات ذات علاقة مثل مواقع الكترونية، أو تقارير صحفية سواء أكانت مكتوبة أو مصور، أو مواقع تابعة لبعض المؤسسات

الحكومية، كما شملت العديد من التغريدات على صور شخصية تتعلق بشخصيات رسمية ذات علاقة بموضوع التغريدة مثل واراء البيئة والتنمية المستدامة في الوطن العربي، وشخصيات أكاديمية ومجتمعية، ثم جاءت تغريدات منفردة دون أي إضافة.

ويرى الباحثان أن التغريدات المصحوبة هشتاج هي الأكثر، ويرجع ذلك إلى أن المدونين لا يكتفون بمجرد التدوين على شبكة تويتر ويرون أن هذه الكلمات القليلة لا تفي بالغرض المطلوب، لذلك يضعون روابط ذات علاقة بالموضوع للمزيد من المعلومات والأخبار ذات العلاقة، ليتمكن القارئ من الاطلاع على عليها، وتعد هذه من أهم الوسائل التي تحدث لدى القراء والمتابعون المواقف التي يرغب المغردون الوصول إليها من خلال تغريداتهم، وبناء مواقف ايجابية وفعالة تجاخ أهداف التنمية المستدامة في الوطن العربي، وهذا ما تفسره نظرية المسؤولية الاجتماعية.

سادساً: استخدام الانفوجرافيك في قضايا التنمية المستدامة:

جدول (6): يبن طبيعة استخدام الانفوجرافيك في قضايا التنمية المستدامة

طبيعة الاستخدام	ك	%
الانفوجرافيك ثابت	24	89
الانفوجرافيك متحرك	3	11
المجموع	27	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن استخدام الانفوجرافيك لم يكن بشكل موسع مع التغريدات التي تناولت أهداف التنمية المستدامة في الوطن العربي مقارنة باشكال النشر المكتبي الاخرى، حيث تم استخدام الانفوجرافيك **27** مرة في حين أن التغريدات التي تم تحليلها كانت **164** تغريد، كان **24** انفوجرافيك ثابت بنسبة **89%** و **3** متحرك بنسبة **11%**.

ويرى الباحثان أن عدم استخدام الانفوجرافيك بشكل موسع مع التغريدات المتعلقة بتحقيق

التنمية المستدامة في الوطن العربي يرجع إلى صعوبة تصميم الانفوجرافيك، ويحتاج إلى وقت وجهد وخبرة من قبل المغرد، وخاصة الانفوجرافيك المتحرك، لذلك يلجا المغردون الى استخدام أشكال اخرى من وسائل النشر المكتبي مثل الفيديو.

سابعاً: الاتجاه نحو التنمية المستدامة

جدول (7): يبن الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة

طبيعة المادة	ك	%
ايجابي	146	100
محايد	0	0
سلبي	0	0
المجموع	146	100

بلغت التغريدات ذات الاتجاه الايجابي 100%، بينما دون وجود تغريدات ذات الاتجاه المحايد أو السلبي، يرجع ذلك إلى أن معظم التغريدات كانت تدعو لتطبيق أهداف التنمية المستدامة في الوطن العربي، وضرورة اتخاذ مواقف ايجابية وفعالة تجاه ذلك.

والملاحظ الباحثان أن هناك رأياً عاماً لدى طبقة مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي تويتر، تجاه دعم أهداف التنمية المستدامة، والضغط باتجاه اتخاذ اجراءات عملية وفاعلة من خلال توفير الموارد البشرية والمادية المناسبة لتحقيق تلك الأهداف، وأن تلحق الدول العربية بركب الدول الاجنبية في ما يتعلق بأهداف التنمية المستدامة.

ثامناً: الدولة مصدر التغريدة

جدول (8): يبن الدول مصدر التغريدة المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة

الدولة	ك	%
السعودية	55	37.7
الامارات	20	13.6
مصر	10	6.8
عمان	8	5.6
الكويت	8	5.6
قطر	7	4.5

لبنان	6	4
الأردن	5	3.5
السودان	3	2
اليمن	4	3
البحرين	2	1.5
العراق	1	0.6
الجزائر	1	0.7
المغرب	1	0.6
تونس	0	0
فلسطين	0	0
موريتانيا	0	0
الصومال	0	0
سوريا	0	0
جزر القمر	0	0
المجموع	146	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الملكة العربية السعودية كانت من أكثر الدول المغرد نحو الاهتمام بقضايا التنمية المستدامة، بنسبة بلغت 37.7% سواء كانت هذه التغريدات على مستوى المؤسسات الحكومية، أو مؤسسات المجتمع المدني، ثم جاء في المرتبة الثانية دولة الامارات العربية، ثم جمهورية مصر العربية، في حين لم تسجل دول مصدر لاي تغريدات تتعلق بتحقيق أهداف التنمية المستدامة في الوطن العربي.

ويعزو الباحثان النتائج السابقة الى عدة أسباب تتعلق بالموارد الاقتصادية للبلدان ومدى توفر الامن والسلام لتلك البلدان، فنجد أن السعودية ذات الدخل والموارد الاقتصادية المرتفعة هي الأكثر تغريدا نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وكذلك دولة الامارات العربية المتحدة وقطر.

كما نجد العديد من البلدان العربية لم تتجه للتغريد نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة، ويرجع ذلك لعدة عوامل منها امنية واقتصادية ، فمثلاً فلسطين في صراع دائم مع دولة الاحتلال الاسرائيلي، وسوريا كذلك الامر فالحرب الداخلية قضت على أي اغلب موارد البلد، واصبح هناك اولويات ملحة أكثر من تحقيق اهداف التنمية المستدامة في تحقيق الأمن والاستقرار.

النتائج:

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج وهي الآتي:

4. 15.7% من القضايا التي تم التغريد لها كانت عقد شراكات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، ثم جاء هدف السلام والعدل والمؤسسات القوية بنسبة 10.6%.

5. 31.5 % مصادر التغريدات المتعلقة بالتنمية المستدامة في الوطن العربي كانت مؤسسات المجتمع المدني، ثم جاء في المرتبة الثانية بنسبة 22% المؤسسات الحكومية التابعة للدول المختلفة، ثم جاءت مصادر الأفراد الصحفيين بنسبة 12.4%.

6. تفاعل نشطاء وسائل التواصل الاجتماعي في تويتر:

أ- بـــ أقل من 50 تكرار من خلال الاعجاب والتفضيل بنسبة 59%، ثم المشاركة وإعادة التغريد بنسبة 74%، ثم الردود والتعليقات بنسبة 94.5% .

ب- و من 50-100 تكرار من خلال الاعجاب والتفضيل بنسبة 25.5%، ثم المشاركة وإعادة التغريد بنسبة 17.5%، ثم الردود والتعليقات بنسبة 0.5% .

ج- و أكثر من 100 تكرار من خلال الاعجاب والتفضيل بنسبة 15.5%، ثم المشاركة وإعادة التغريد بنسبة 8.5%، ثم الردود والتعليقات بنسبة 5%

7. 64% من التغريدات كانت بهدف تقديم معلومة، ثم جاء الهدف من التغريدة تشكيل رأي عام والقيام بفعل بنسبة 16%، ثم تشكل رأي معين ثم القيام بفعل يترتب على هذا الرأي بنفس النسبة 16% .

8. 27.3% استخدام هشتاق مع التغريدة، وبنفس النسبة 27.3% جاءت الصورة الخبرية التي تصاحب التغريد.

9. استخدم الانفوجرافيك الثابت بنسبة 89%، أما الانفوجرافيك المتحرك فكان بنسبة 11%.

10. 100% من التغريدات كان اتجاهها إيجابياً نحو دعم قضايا التنمية المستدامة في الوطن العربي.

11. أكثر الدول العربية تغريداً بما يتعلق بالتنمية المستدامة كانت السعودية بنسبة 37.7%، تلتها الامارات بنسبة 13.6%، ثم مصر بنسبة 6.8%.

التوصيات:

4. ضرورة الاهتمام بكافة أهداف التنمية المستدامة التي وضعتها الأمم المتحدة من خلال خطة الـ 15 عام، وعدم التركيز على أهداف محددة.

5. اشراك كافة مؤسسات الدولة في تناول قضايا التنمية المستدامة وخلق نوع من التكامل في ما بينها.

6. الاستغلال الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي بما فيها شبكة تويتر، وذلك من خلال زيادة مشاركة الناشطين، وتفاعلهم مع قضايا التنمية المستدامة.

7. استخدام كافة وسائل الابراز والعناصر المساعدة لإبراز التغريدات المتعلقة بالتنمية المستدامة في الوطن العربي.

8. على جميع الدول العربية استغلال شبكة التواصل الاجتماعي بما في ذلك شبكة تويتر في الترويج لقضايا التنمية المستدامة.

الملاحق:

نماذج على تغريدات تويتر:

1. نماذج تغريدات لأكاديميين:

د.فرحان الجعيدي

@aljuaidifarhan

إبل تستظل ببقايا أشجار الطلح في فيضة أم سديرة في حوض وادي السلي والتي كانت من

أجمل الفياض في جنوب مدينة الرياض ومتنفسا لسكانها. لماذا لا يتم تحويلها لحديقة تملؤها الأشجار للتخفيف من تأثير #التلوث المحيط بها؟

2. تغريدات لمؤسسات صحفية:

Akhbar | أخبار الآن

@akhbar

في يومها الدولي..ما تأثير #الأسر على #المناخ؟ يحيي العالم اليوم، اليوم الدولي للأسرة 2019 تحت شعار "الأسرة وتغير المناخ"، وتركز احتفالية هذا العام على الأسرة ودورها في التنمية المستدامة.

3. نماذج تغريدات لمؤسسات المجتمع المدني:

التنمية المستدامة -Sustainable Development

@s_d2014

حساب يهتم بتعزيز ونشر #Sustainable #Development في جميع مجالاتها – نشرف ونرتقي #المستدامة ثقافة #التنمية بأرآئكم ومشاركاتك

4. نماذج تغريدات لشخصيات حكومية:

عبدالرحمن الفضلي

@AlfadleyA

Minister of Environment, وزير البيئة والمياه والزراعة Water and Agriculture

شاركت مع وزراء الزراعة لدول مجموعة العشرين في اليابان، في الجلسة الختامية لأعمال وزراء الزراعة،وأكدت دعم المملكة للتنمية الزراعية المستدامة لتعزيز الأمن الغذائي وتحقيق الأمن المائي وضمان التوازنات البيئية في العالم،وهو ماتؤكد عليه رؤية المملكة ٢٠٣٠ لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

5. نماذج تغريدات لنشطاء:

م عبدالعزيزالسحيباني

@arac433

مشروع دبي للطاقة الشمسية. سيمد حوالي 1.3مليون منز ل بحاجتها من الكهرباء!! ويوقف 6.5مليون طن من إنبعاثات

الكربون .! نحرق ســـنويـا حوالي	١٦٠مليـار لنحصـــل على
الكهرباء.!! لدينا صـحار شـاسـعة وأفضـل إسـقاط شـمسـي في	
العالم.!! الشـمس الشـديدة الحرارة منحة إلهية لنا لم نسـتغلها !!	
ستكون (نفطا) ثانيا!!	

الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على التنمية والسلم المُجتمعي

د. خالد ممدوح العزي

المُلخص

يهدف البحث الى توضيح مفهوم التنمية والسلم المُجتمع وعلاقتهما معاً ، اضافةً الى توضيح خصائص السلم المُجتمعي ومقوماته والتي تتفرع الى السُلطة والنظام وتحقيق العدل والمساواة ، ورسوخ مبدأ المواطنة ، والثقافة السياسية السائدة ، والانتماء ، اضافةً الى توضيح آليات حماية السلم المُجتمعي بعد تحقيقه وبلوغه وتتفرع تلك الآليات الى آليات قانونية ، وسياسية ، واجتماعية ، وثقافية .

كما وتطرق البحث الى توضيح أهمية توفير السلم المُجتمعي والنتائج المُترتبة على توفيره في تحقيق التنمية المُستدامة ، وثقافة السلم المُجتمعي وتعزيزها لتحقيق التنمية ، اضافةً الى توضيح العلاقة بين الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي واثرها على التنمية والسلم المُجتمعي على اعتبار ان الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي احد اهم اذرُع العولمة والتي تقوم بدورين سلبي وايجابي في تحقيق وتعزيز السلم المُجتمعي وتعزيز ثقافة السلم المُجتمعي ، اضافةً الى استعراض مجموعة من نظريات علم الجريمة المُفسِرة للسلم المُجتمعي وعلاقته بالمؤسسة الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي.

كما وتم صياغة مجموعة من التوصيات بعد الاطلاع على الأدب النظري لموضوع البحث ومن اهمها : ضرورة تعزيز دور المؤسسة الاعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة السلم المُجتمعي ونبذ كافة اشكال التطرُف والارهاب ورفض الآخر وتعزيز ثقافة قبول الآخر ، ونبذ خطاب الكراهية ، ونبذ كافة اشكال العُنف المُجتمعي وتوفير اعلام امني مُضاد للإعلام الهدام المُهدِد

لاستقرار المُجتمعات من خلال بث بذور الفتنة والعُنف المُجتمعي والتطرُف والارهاب وتحويل المؤسسة الاعلامية الى احد اهم المؤسسات التي تُساهم بشكل كبير في تحقيق السلم المُجتمعي من خلال التوعية ومُكافحة كل ما يهدد استقرار المُجتمع لتحقيق التنمية المُستدامة بكافة جوانبها على اعتبار ان جوهر عملية التنمية هي الانسان كفرد مروراً بالمدرسة والكنيسة والمسجد ومؤسسات المُجتمع المدني والتي جميعها تتعاون معاً لتحقيق السلم المُجتمعي من خلال تعزيز ثقافة السلم المُجتمعي وتحقيق التنمية داخل المُجتمع للوصول الى حالة الاستقرار والأمان والوئام داخل المُجتمع وتحقيق السلم بين جميع انساقه كافة الاجتماعية والاقتصادية والاعلامية والامنية.

الكلمات المفتاحية : الاعلام ، وسائل التواصل الاجتماعي ، التنمية ، السلم المُجتمعي.

المُقدِمة

يُعتبر كل من السلم المُجتمعي ووسائل التواصل الاجتماعي والتنمية من المواضيع المُهمة التي استأثرت اهتمام الباحثين ، وهذا الاهتمام نابع من مُنطلق ان السلم المُجتمعي احد اهم اذرع تحقيق السلام العالمي وتحقيق التنمية في المُجتمعات البشرية .

ويتفق الاسلام مع السلام العالمي ويدعوا له ويتمثل ذلك بقول الرسول صلى الله عليه وسلم " مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم كمثل الجسد الواحد اذا اشتكى منه عضواً تداعى له سائر الجسد بالسهر والحُمى" .

ومع التحاقنا بركب التكنولوجيا ووصولنا الى القرن الحادي والعشرين وزيادة الحروب وارتفاع منسوب الصراع وسيطرة النظام الرأسمالي العالمي ، والعولمة وما رافقها من عولمة اجتماعية وعولمة اعلامية مُتعلقة بالإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي وثقافة الصورة التي باتت تُشكِل تهديداً واضحاً لاستقرار

المجتمع وسلمه بما تحتويه على مشاهد تُحرض على العُنف ونقل اخبار الحروب وبث خطابات الكراهية تنخفض وتضمحل فُرص تحقيق السلم المُجتمعي بشكل كبير جداً ؛ لوجود الكثير من التحديات التي تحول دون تحقيق السلم المُجتمعي والتنمية البشرية بكافة مستوياتها ومجالاتها.

وكُل ذلك جعل الحكومات تقف عاجزةً في ظل التغيُرات العميقة التي يشهدها عالم اليوم عن فرض السلم المُجتمعي والتنمية دون اللجوء الى مُساعدة العديد من المؤسسات الاجتماعية والاعلامية ، والدينية ومؤسسات المجتمع المدني ، ومؤسسة الاسرة التي تُعتبر النواة الاولى لتعزيز وغرس المبادئ والقيم التي تزيد من ترسيخ ثقافة السلم المجتمعي .

ولا بُد من التطرُق لموضوع لم تتطرق له العديد من الأبحاث العلمية وهو علاقة السلم المُجتمعي والتنمية بالمؤسسة الاعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك لأن الاعلام اصبح يُشكِل سُلطة رابعة لا يُمكِن التغافُل عن دورها الكبير في المُجتمع سواءً بمنحى سلبي ام ايجابي، وسيتم التركيز على ضرورة تعزيز دور الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق وغرس ثقافة السلم المُجتمعي ؛ لتحقيق التنمية داخل المُجتمع بكافة المجالات .

والاردن باعتباره دولة تقع وسط اقليم مُلتهِب وتعيش وسط حزاماً ناسفاً يشهد حالة من الصراع والحروب والتنازع فمن جهة العراق التي تشهد صراع طائفي مُتأزم ، ومن جهة سوريا ، ومن جهة مصر ، وهذا بدوره يعكس حالة الصراع على الاردن ويؤثر بشكل سلبي على سلم المُجتمع وامن الاردن واستقراره ، اضافةً الى دور الاردن في القضية الفلسطينية على اعتبار ان الوصاية على القدس هاشمية راجعة للمملكة الاردنية الهاشمية.

فهذا يجعل الاردن مُستهدف لزعزعة امنه واستقراره وسلمه وكل ذلك بدوره على التنمية بكافة مجالاتها ومستوياتها ولا يمكن إهمال ان الاردن يُعتبر من دول العبور لتجارة المُخدرات ، فبحكم موقعه الجغرافي المُهم مُهدد بزعزعة امنه واستقراره ، فلا بد من تعزيز ثقافة السلم المجتمعي واتخاذ الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة جدا لتعزيز السلم المجتمعي وتوعية الافراد على اعتبار ان الاعلام اصبح يشكل جزءا اساسيا من الحياة اليومية للأفراد.

السلم المُجتمعي ..... المعنى والمفهوم

السلم كلمة تُعبر عن ميل فطري في اعماق كل انسان وتحكي رغبة جامحة في اوساط كل مُجتمع سوي ، وتُشكِل غاية وهدفاً نبيلاً لجميع الأمم والشعوب ، والسلم من السلام ، واصله السلامة اي البراءة والعافية والنجاة من العيوب والآفات والاخطار.

ويُطلق مُصطلح السلم على ما يُقابله من حالتي الصراع والحرب ،حيث قال ابن منظور تسالموا اي تصالحوا ،والخيل اذا تسالمت تسايرت لا تهيج بعضها بعضاً ،والحديث عن السلم يكون على مستويات عديدة منها على صعيد علاقة المُجتمع بمُجتمعات اخرى او يكون على مستوى الوضع الداخلي للمُجتمع والعلاقات القائمة بين اجزائه وفئاته (ابن منظور ، ص :191– 192) ، فهُنالك مُجتمع يعيش حالة حرب وصراع داخليين ومُجتمع تسود اجواءه الوئام والمحبة والانسجام والوفاق.

ان اهم مقاييس لتقويم اي مُجتمع من خلال تشخيص حالة العلاقات الداخلية فيه ، فسلامتها علامة على صحة المُجتمع وامكانية نهوضه ، بينما اهتراؤها وتفكُكِها دلالة على سوء وتخلف وتفكك شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المُجتمع ، وتهديد سلمه وتقليص فُرصة تحقيق التنمية فيه.

حيثُ قال (مالك بن نبي) :

" نستطيع ان نُقرر ان شبكة العلاقات هي العمل التاريخي الاول الذي يقوم به المُجتمع ساعة ميلاده ومن اجل ذلك كان اول عمل قام به المُجتمع الاسلامي هو الميثاق الذي يربط بين الانصار والمهاجرين.

ويُشير مالك بن نبي انه كُلما كانت العلاقات الداخلية السلمية هي نُقطة الانطلاق في تاريخ المُسلمين فإن تدهورها كان مؤشر السقوط والانحطاط : لقد كان المجتمع الاسلامي ابان افوله غنياً ، ولكن شبكة علاقاته الاجتماعية قد تمزقت.

وهكذا فإن تطور اي مُجتمع يُقاس كماً وكيفاً في شبكة علاقاته ، وعندما يرتخي التوتر في خيوط الشبكة وتُصبح عاجزةً عن القيام بالنشاط المُشترك بصورة فعاله ، فذلك اشارة على ان المُجتمع مريض ، وانه يمضي الى نهايته ، اما اذا تفككت الشبكة نهائياً فذلك إيذان بهلاك المُجتمع فحينها لا يبقى منه غير ذكرى مدفونه في كتب التاريخ(مالك بن نبي ، 1974، ص :25-39).

بالرغم من تعدُد تعريفات السلم المُجتمعي الا ان تعريف السلم المُجتمعي Peace Community يُلامِس هذا الواقع ويحمل في مضامينه حالة السلم والوئام داخل المُجتمع نفسه وفي العلاقة بين شرائحه وقواه.

اما تعريف رودني سمولا (Rodney A. Smola) عميد كلية الحقوق بجامعة ديلاوتر في ويدذر الامريكية فلقد عرف السلم المُجتمعي في كتابه (حُرية الرأي والتعبير في مُجتمع مفتوح) ان السلم المُجتمعي هي تلك النتيجة التي افضت اليها المُمارسات الديمقراطية وحُرية التعبير ما بين شرائح المُجتمع عامة ضمن الدولة ، وهي نتيجة منطقية تستند عليها قوة البلد الداخلية من نواحي عديدة اقتصادية وتنموية (Rodney,1992).

ويُقصد بالسلم ...اشباع تلك الحاجة الفطرية لكل انسان على ارض المعمورة وهي الحالة

الطبيعية التي تُشكل ذلك الانسجام والتآلف بين الناس لتُفضي الى حالة من الهدوء والتفاهُم المُشترك ذلك ان الانسان ضمن طبيعة النفس البشرية ذاتاً يميل الى نبذ الكراهية والعداوة والحقد كونها اموراً مُعاكِسة للفطرة ، فالإنسان بطبعه اجتماعي يولد ضمن مجموعة ترى ذاتها ضمن مجموعات اخرى تعيش حالة من الاخاء بين مواطنيها وبصورة اوسع مع الأمم الاخرى.

وبالمُعطى السياسي فإن السلم يرمز الى استخدام تلك الادوات التي تضع لُغة الحوار والتفاهُم بين الافراد في المُقدِمة دون ان يتم فرض الآراء بالقسر او الإكراه ، وبذلك فإن السلم هي تلك الحالة الطبيعية في غرائز البشر او العكس هو استثناء تُمثله الحروب وان كانت بعض التحليلات الحديثة تتجه الى آراء تدفع الى تبرير القوة في حالات استثنائية ايضاً كحالة الدفاع عن الذات وبالمعنى الاعم الدفاع عن الأوطان (حسن الصفار ، 2002).

اهمية توفير السلم المُجتمعي

ان تحقيق السلم المُجتمعي عامل اساسي لتوفير الأمن والاستقرار في المُجتمع ولتحقيق التنمية ، واذا ما فقدت حالة السلم والوئام الداخليين او ضعفت ، فإن النتيجة الطبيعية لذلك هي تدهور الأمن وزعزعة الاستقرار ، حيث تسود حالة الخصام والاحتراب ، فيسعى كل طرف لإيقاع اكبر قدر ممكن من الاذى والضرر بالطرف الآخر ، وتضيع عندها الحدود ، وتُنتهك الحُرمات وتُدَمر المصالح العامة ، حينها تشعُر كُل جهة بأنها مُهددة في جودها ومصالحها ، فتندفع باتجاه البطش والانتقام واحراز اكبر مساحة مُمكنة من السيطرة والغلبة.

وفي رحاب السلم المُجتمعي يُمكن تحقيق التنمية والتقدُم ، حيث يتجه الناس صوب البناء والانتاج ، وتتركز الاهتمامات نحو المصالح المُشتركة وتتعاضد الجهود والقُدرات في خدمة المُجتمع والوطن ، على عكس ما يحصل في حالة الخصام والاحتراب ، وانشغال

كل طرف بالآخر ، وتغليب المصالح الخاصة والفئوية على المصلحة العامة والمُشتركة ، وفي مثل هذا الوضع لا تستحيل فقط التنمية والتقدم ، بل يصعُب الحفاظ على القدر الموجود والقائم فيؤثر على بناء المُجتمع وينهار كيان الوطن وتضيع مصالح الدين والامة ، وتختلف الاوضاع والظروف في البلدان التي ابتليت بفقدان السلم الاجتماعي والوقوع في فخ الاحتراب والتناحُر ، فهنالك بلد فقير وآخر غني ، وبلد آسيوي واخر افريقي ، وبلد تتنوع فيه الاعراق وآخر ينتمي مواطنيه الى عرق واحد وقومية واحدة ، وبلد تتعدد فيه الأديان والمذاهب وآخر يسوده دين واحد ومذهب واحد ، مما يعني ان عدم توفير السلم المُجتمعي قد يُداهم اي بلد لا يمتلك المناعة الكافية ولا يتسلح بقوة السلم المُجتمعي المتين (حسن ، 2002).

مقومات السلم المُجتمعي

لا يستقيم السلم المُجتمعي الا بمجموعة مقومات تدعم بمُجملها ترابُط المُجتمع واندماجه فضلاً عن التأثير في سلوكياته وبالتحديد في العلاقة بين اجزائه ، وتلك المقومات تتمثل بما يلي(معن ، 2006) و(هايل ، 2012) و (حسن ، 2002) :

فالمسألة ليست في حدود الرغبة والشعار ، او في وجود القناعة النظرية ، بل ترتبط بواقع حياة المُجتمع وشكل العلاقات الحاكمة بين قواه وفئاته ، واهم مقومات السلم المُجتمعي تتمثل في :

- وجود السُلطة والنظام : والذي يكفل ادارة وتحمُل شؤون المُجتمع للوقاية من حدوث الفوضى والصراع.
- العدل والمساواة : المُجتمع الذي يتساوى الناس فيه أمام القانون ، وينال كل ذي حق حقه دون تمييز فيه لفئة على اخرى ، هذا المُجتمع تقل فيه دوافع العدوان وأسباب الخصومة والنزاع والصراع ، أما إذا ضعُف سُلطان

العدالة وحدثت مُمارسات الظلم والجور وعانى البعض من الحرمان والتمييز ، واتيحت الفرصة لاستقواء طرف على آخر بغير حق فهُنا لا يُمكِن توفر السلم المُجتمعي حتى لو بدت امور المُجتمع هادئة ومُستقرة فإنه استقرار كاذب وهدوء زائف لا يلبثان ان يكشفا عن فتن واضطرابات مُدمِرة ، ومن هُنا جاء تأكيد الاسلام على ضرورة العدل واهميته في حياة البشر واعتبره هدفاً اساسياً لبعثة الانبياء وانزال الشرائع الالهية .يقول تعالى في سورة الحديد الآية (25) : (لقد ارسلنا رُسلنا بالبينات وانزلنا معهم الكتاب والميزان ليقوم الناس بالقسط) والقسط هو العدل ، ويقول تعالى (ان الله يأمر بالعدل والاحسان وايتاء ذي القُربى وينهي عن الفحشاء والمُنكر والبغي يعظكم لعلكم تذكرون) سورة النحل الآية (90).

فالمُجتمع عائلة كبيرة وعدم المساواة بين ابنائه وتمييز بعضهم على البعض الآخر جور يزرع الضغائن والاحقاد ويُضعِف حالة المودة والإخاء والالفة . فالطرف الذي يحظى بالامتيازات يشعر بالحصانة والعلو اتجاه سائر الاطراف مما قد يدفعه للطغيان والعدوان ، اما الطرف الذي يقع عليه التمييز فيشعر بالغبن والاضطهاد فيضعف ولاؤه لمُجتمعه ووطنه ويتصيد الفُرصة للانتقام واعادة الاعتبار ، وقد يُفتش عن جهات داخلية او خارجية يستقوي بها ، مما يخلق ثغرة في أمن المُجتمع والوطن تنفذ من خلالها مؤامرات الاعداء ودسائسهم.

- ضمان الحقوق والمصالح المشروعة لفئات المُجتمع : كما ان العدل والمساواة يشمل المُجتمع الذي يعيش نوعاً من التنوع والتعدُد في انتماءاته العرقية او الدينية او المذهبية ، فيجب ان يشعر الجميع وخاصة الأقليات بضمان حقوقه ومصالحه المشروعة في ظل النظام والقانون من خلال التعامُل الاجتماعي ، فعلى سبيل المثال سنغافورة يعيش فيها اربعة مجموعات عرقية هي الصينيين 75% ، والماليزيين 15% ، والهنود والباكستانيين 7%

، والاوروبيين 2% ، وتتعدد فيها الديانات الى ستة ديانات تتمثل في البوذية ، والطاوية ، والكونفوشية 54% ، الاسلام 18% ، المسيحية 13% ، والهندوسية 4% وتتعدد فيها الاحزاب السياسية حيث تصل الى عشرين حزباً مُسجلاً رسمياً ، ومع هذا التعدُد فإن سنغافورة تعيش في حالة استقرار داخلي ووئام وانسجام امام هذا التعدُد في الاعراق والأحزاب والديانات.

النظام التعليمي : يُعد التعليم احد اهم مؤشرات التقدُم والارتقاء للشعوب ومن ثم الدول في العالم المُعاصِر ، واحد اهم قواعد البناء باتجاه المُستقبل ، اذ يُعتبر التعليم ومدى نوعيته احد المؤشرات الاساسية التي تُقاس عليها مستويات التنمية المُتحقِقة لدى الدول .

كما يُمثِل التعليم قاعدة الانطلاق الحقيقية للتنمية بمفهومها الشامل وذلك بالنظر الى دوره في تحقيق التنمية البشرية والارتقاء بقُدرات ومعارف ومهارات الافراد الذين هُم سواعد العملية التنموية وتشكيل اتجاهاتهم وقيمهم ، فالتنمية ليست خلق شيء من العدم ، ولكنها استثمار للطاقات والقُدرات المادية والبشرية الموجودة في المُجتمع لتحقيق الرفاهية للجميع.

وبذلك فإن ارتفاع مستوى التعليم للدولة فضلاً عن انتشار مراكز البحوث التي تعتني بالفكر والدراسات العلمية المُتخصِصة في المجالات العامة وكذلك تلك التي تُعنى بالدراسات المُستقبلية بأبعادها الاستراتيجية ومُخرجاتها العملية تُمثِل احد اهم مُرتكزات الارتقاء الحضاري من جانبين: الاول : علاقة هذه المراكز الحميمة بصُناع القرار ودعمهم من خلال الاستشارة والتوصية التي تُقدِمها للدوائر الرسمية المُباشِرة او غير المُباشِرة.

الثاني : اهميتها في نشر الوعي والادراك الصحيح لدى المُجتمع في اي ظاهرة سياسية - اجتماعية ، او رفده برؤى فكرية وعلمية

رصينة بهدف تنمية مداركه السياسية والاجتماعية بإطار علمي موضوعي .

وكما هو معروف في ادب العلوم السياسية هُنالك علاقة طردية بين العلم ومُخرجات التنمية ، وكُلما اخذت الدولة بالعلم وتطبيقات العلم ومُخرجاته كُلما ارتقت هذه الدولة بمسارها الحضاري وهُنالك تجارب عديدة لذلك منها على سبيل المثال ماليزيا التي افضت مُخرجات العلم فيها من دولة مُتخلِفة الى دولة مُتأخرة ثُم الى دولة سائرة في طريق النمو.

رسوخ مبدأ المواطنة

يُراد بالمواطنة تلك المكانة التي يكتسبها الفرد بمُجرد نشوء الدولة ، وقد ارتبط مفهوم المواطنة Citizenship حديثاً بظهور الدول القومية في اوروبا وذلك بعد تدعيم ارساء اسس السيادة لها عقب مُعاهدة ويستفاليا عام 1648 لتتسع الفكرة بعد ذلك في حيزها المكاني والزماني.

فالمواطنة بمفهومها القانوني هي تلك الرابطة القانونية السياسية التي تربط فرداً ما بدولة والتي يتأسس بموجبها مفهوم الهوية الوطنية للفرد والذي يُميزه عن سواه من مواطني الدول الاخرى.

واتساقاً لذلك تُعد المُواطنة رابطة قانونية ؛ لأنها تُرتِب حقوق وواجبات المواطن تجاه دولته كما انها رابطة سياسية ؛ لأنها تمنحه حق المُشاركة السياسية في الدولة من قبيل مُمارسة حق الترشُح في الانتخابات بموجب الشروط القانونية المُتفق عليها طبقاً لقانون الانتخاب المُعتمد في الدولة فضلاً عن مُمارسة حقه السياسي الآخر وهو الانتخاب وفقاً لشروطه ايضاً ، كذلك يرتبط مفهوم المواطنة ومدى الشعور بها من عدمه بمفهوم الامن القومي للدولة ولو بجزء منه ، ذلك ان تعزيز انتماء المواطن بدولته من خلال تمتعه بكامل حقوقه المُقدرة في دستور الدولة طبقاً لمبدا العدالة الاجتماعية وتكافؤ

الفرص وتأديته بالمُقابل للواجبات المُكلف بها ستُفضي الى تعزيز الهوية الوطنية لديه ومن ثم رابطة الانتماء للدولة والوطن(فتحي ، 2012).

الثقافة السياسية السائدة

تُعد الثقافة السياسية Political Culture جُزءاً لا يتجزأ من الثقافة العامة للدولة ، وتُشير الى منظومة القيم والمُعتقدات السائدة لدى افراد مُجتمع مُعين والتي تُحدِد اتجاهاتهم نحو السُلطة السياسية ورموزها داخل المُجتمع والتي تُحدِد ايضاً سلوكياتهم السياسية ، وتتشكل الثقافة السياسية كانعكاس للوجود الاجتماعي للأفراد ، كما تعكس خصائص البنية الاقتصادية والاجتماعية السائدة في المُجتمع خلال مرحلة زمنية مُعينة ، وتُسهم قيم الثقافة السياسية بهذا المعنى ، ووفقاً لطبيعة اتجاهات الافراد نحو السُلطة في تشكيل اتجاه الرأي العام نحو الظواهر المُختلفة لا سيما تلك المُتعلقة بالسُلطة.

واتساقاً لذلك فإن الثقافة السياسية لمُجتمع ما إنما تعكس تاريخ ذلك المُجتمع وخبرات افراده وطبقاته وفئاته السياسية عبر الزمان ، وبما ان تنمية المواطنة يُعد هدفاً اساسياً تسعى اليه جميع الحكومات والنُظم السياسية في دول تؤمن بثقافة التعدُدية السياسية وقبول الآخر المُخالِف في الرأي السياسي فإن مثل هكذا امر ينبغي ان يُفضي الى تعزيز أهمية احتواء الدولة لذلك التنوع الثقافي في المُجتمع وتوظيفه بصورة ايجابية ضمن تفهم المُقابل بما في ذلك الرأي الآخر المُتعارض مع بعض الافكار واحترام آراء وافكار الجميع ، وبما يُسهِم في خلق روابط مُنسجمة نوعاً ما تؤسس لأرضية صلبة تقود بالدولة ومواطنيها الى الارتقاء الحضاري فكراً واداءً.

الانتماء

يُراد بالانتماء لُغةً : الانتساب الى شيء والتعلُق به ، بينما يذهب المفهوم اصطلاحاً الى معنى

الارتباط الحقيقي الجاد ، والاتصال المُباشِر مع امر مُعين يُعد جُزءاً اساسياً من البيئة المُحيطة بالفرد ليُجسِد ارتباطاً وجدانياً فكرياً ، معنوياً وواقعياً ؛ ليعكس صلة قوية من الترابُط بين الفرد والشيء المُنتمي له سواءً اكان وطناً ام عائلة.

ولا بُد من الاشارة الى ان للانتماء انواعاً مُختلفة فمنها الديني والفكري والوطني وهو الاهم، وهو ما يرتبط مُباشرةً بتحقيق مفهوم المواطنة الذي يُشير الى كافة المبادئ والحقوق والواجبات التي يتميز بها المواطن داخل الدولة التي يعيش فيها ، ويُعتبر جُزءاً من اجزاء المُجتمع البشري فيها فيكون تعزيز الانتماء الوطني من خلال المُحافظة على الوطن والسعي الى النهوض بكافة قطاعات العمل فيه من اجل نموه وتطوره(حسن ، 2002).

تصنيف المُجتمعات من حيث درجة تنوعها وانسجامها

ويُصنِف عُلماء الاجتماع المُجتمعات من حيث درجة تنوعها وانسجامها الى ثلاثة أصناف تتمثل في :(حسن ، 2002) و (هايل ، 2012).

المُجتمع المُتجانس: ويُقصد به التجانُس النسبي وليس المُطلق ولا بشكل كُلي، ويعني ان المُجتمع الذي يتكون من جماعة مُنصهِرة اجتماعياً وثقافياً فتتوحد الهوية الخاصة والعامة في هوية واحدة جامعة، وتسود في هذا المُجتمع عملية الانصهار.

المُجتمع الفُسيفسائي: ويُقصد به المجتمع الذي يتألف من عدة جماعات تغلب هويتها الخاصة على الهوية العامة وتتصف العلاقات بينها بالتراوح بين عمليتي التعايش والنزاع وعدم الاتفاق على الاسس.

المُجتمع التعدُدي: وهو المُجتمع الذي يتشكل من عدة جماعات تحتفظ بهويتها الخاصة، إلا انها تمكنت من إيجاد صيغة تؤالف بين الهوية الخاصة والهوية العامة ، لكنها قد تتعرض لهزات بسبب تدخُل خارجي او تسلُط لجهة

داخلية على حساب اخرى ، فمع وجود التنوع والتعدُد في المُجتمع لا بُد من ضمان الحقوق والمصالح المشروعة للجميع ، ليعيش الجميع في اطار المصلحة المُشتركة وفي بوتقة الوطن الواحد.

ومبادئ الاسلام وشرائعه العظيمة تُقدِم النموذج الأرقى للتعايُش بين الناس على اختلاف هوياتهم وانتماءاتهم على اساس العدل والمساواة وضمان الحقوق والمصالح المشروعة للجميع.

ففي السنة الاولى لتأسيس المُجتمع الاسلامي في المدينة المنورة وضع الرسول صلى الله عليه وسلم ما عُرف بصحيفة المدينة التي ذكرتها كُتب السيرة النبوية الشريفة ، وأشار اليها الشيخ محمد بن عبد الوهاب في مُختصر سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم .

وقد تضمنت هذه الصحيفة الاعتراف بمواطنة غير المُسلمين وعضويتهم في تكوين المُجتمع الجديد وحددت الواجبات التي عليهم والحقوق التي لهم شأنهم في ذلك شأن المواطنين المُسلمين.

وتقول احدى فقرات تلك الصحيفة التي املأها الرسول صلى الله عليه وسلم وامضاها : " إن يهود بني عوف امة من المؤمنين : لليهود دينهم وللمُسلمين دينهم ومواليهم وانفسهم إلا من ظلم او اثم....."

ثقافة السلم المُجتمعي

جاء الربط بين كلمتي ثقافة وسلام للمرة الاولى في الحديث الدولي ليُصبح مُصطلح حديث مُعترف به في ادبيات بناء السلام في اجتماع اليونيسكو عام 1989في ساحل العاج ، ثم تطور الامر لتُصبح ثقافة السلام برنامجاً مُتكاملاً لليونيسكو عام 1992 ، وهكذا تم تضمين ثقافة السلام في استراتيجية اليونيسكو من العام 1992 وحتى العام 2001 ليضُم عدداً من البرامج والانشطة والتعاون

الدولي في مجال التعليم والثقافة من اجل تحقيق السلام.

وتنوعت آراء المفكرون والمنظرون حول مسألة ثقافة السلام ، منهم من ناقشها على المستوى الدولي حيث تأتي ضمن حوار الحضارات والثقافات والديانات ، وآخرون ركزوا على تناول ثقافة السلام من حيث نبذ العنف في تنشئة الاطفال وتبني مفاهيم التعايُش السلمي واللاعنف في التربية والتعليم ، ومع وضع تحديات العولمة والانتقال السريع للأفكار والثقافات بعين الاعتبار، واخيراً يتفق الاغلبية من الباحثين على تبني مفهوم شامل ومُتكامِل لثقافة السلام يدعم نشر اجواء التسامُح والوحدة بين العالم بدءاً من الاسرة واحترام الوطنيات والاثنيات والقيم المحلية ، والاديان والوصول الى حالة من المحبة والتسامُح يضمنها قوانين رادعة وعادلة وتنمية مُستمِرة تُحقق ثقافة السلام.

قامت الامم المُتحدة بتعريف ثقافة السلام بأنها : مجموعة من القيم والمواقف والتقاليد وانماط السلوك واساليب الحياة التي تستند الى مجموعة من الاسس تتمثل في:

- احترام الحياة وانهاء العُنف والترويج ثقافة اللاعُنف من خلال التعليم والحوار.
- احترام مبادئ السيادة والسلامة الاقليمية والاستقلال السياسي للدول وعدم التدخُل في المسائل التي تُعد اساساً ضمن الاختصاص المحلي لأي دولة وفقاً لمبادئ الامم المُتحدة والقانون الدولي.
- احترام حقوق الانسان والحُريات السياسية.
- تسوية الصراعات بطُرق سلمية ، وبذل الجهود للوفاء بالحاجات الانمائية والبيئة للأجيال الحاضرة والمُقبِلة.
- احترام وتعزيز الحق في التنمية ، واحترام وتعزيز المساواة والحقوق.
- الاعتراف بحق الفرد في حُرية التعبير والرأي والحصول على المعلومات.

- التمسُك بمبادئ الحُرية والعدل والديمقراطية والتضامُن والتعدُدية والتنوع الثقافي والحوار والتفاهُم (مركز هردوا ، 2017).

ويتم من خلال نشر ثقافة السلم المُجتمعي إثارة الفطرة النقية في نفوس الناس ووجدانهم الانساني وتبعث عقولهم على التفكير بموضوعية وعُمق في توعيتهم لخدمة واقعهم ومُستقبلهم الاجتماعي والوطني ، كذلك تلفت تلك الثقافة انظارهم الى التحديات الكُبرى والأخطار الرئيسية المُحدقة بهم كأُمة ووطن ، وتدفعهم الى التنافُس الايجابي في الانتاج والعطاء والابداع ، ويتم زرع ثقافة السلم المُجتمعي من خلال تعزيز ثقافة قبول الآخر اولاً وعدم اشتراط تشابه الآخر لنا في كل شيء كشرط قبول لعضويته .

ان التعايُش السلمي بين المكونات الاجتماعية او بين المواطنين لا يعني بالضرورة تطابُق وجهات النظر حول مُختلف الامور والقضايا التي تهم المواطنين ؛ لأن تطابُق وجهات النظر بين المواطنين من الامور المُستحيلة ولا تتناغم مع نواميس الحياة الطبيعية التي خلقها الله تعالى ، فما دام الانسان يمتلك العقل الحُر والقُدرة على التفكير والنظر في امور الحياة فهذا يعني انه يمتلك إمكانية الاختلاف مع الآخرين في الفكر والمواقف ووجهات النظر ، ومن غير الطبيعي لعقول مُختلفة في القُدرات والمدارك ان تتطابق وتُجمِع وجهات نظرها ومواقفها على كُل القضايا ، فاختلاف الناس في افكارهم وتصوراتهم ومواقفهم تارةً يكون عاملاً رئيسياً مُساعِداً لعملية التعايُش الاجتماعي السلمي باعتباره هو الخيار الحضاري الوحيد الذي يكفل للجميع حُرية الاختيار ، وتارةً يكون سبباً اساسياً من اسباب الصراع والنزاع والتصادُم.

ان العلاقات الداخلية داخل اي مُجتمع طبيعي ان تتأثر بمُختلف العوامل السلبية والايجابية ،

فهُنالك عوامل مُساعِدة على نمو تلك العلاقات وتوثيق اواصرها وترشيد مسارها وهنالك عوامل اخرى من داخل المُجتمع او خارجه تلعب دوراً سلبياً في الإضرار بالسلم المُجتمعي وإثارة الفتن والخلافات والنزاعات المُدمِرة ، ومن هُنا تحتاج المُجتمعات المُهتمة باستقرارها ووحدتها الدينية والوطنية الى اليقظة والوعي والى تفعيل المُبادرات والبرامج الوقائية والعلاجية المُساعِدة على حماية سلمها من التصدُع وتعزيز وحدتها وتضامُنها.

ويُمثِل القانون في المُجتمعات المُتحضِرة احد اهم العوامل الرئيسية لتحقيق السلم المُجتمعي من خلال تحقيق العدالة والمساواة في الحقوق والواجبات بين مُختلف الجماعات والأفراد ، ويعني حُكم القانون ان الناس متساوون بغض النظر عن الاختلاف في الجنس او الدين او اللون او العِرق ، وبغض النظر عن الموقع الاجتماعي او النفوذ السياسي كما يتحقق السلم المُجتمعي من خلال إعلاء صوت العقل وسيادة الحكمة واحترام الاختلاف ، وتعزيز العيش المُشترك والاقرار بالتنوع الذي يصون حُريات الانسان وحقوقه.

ويُعد السلم في مُقدمة القيم الانسانية العظيمة ، وهُنالك العديد من الاقوال المأثورة والمتواترة في هذا الشأن والتي شاعت في اعمال واقوال الفلاسفة والشُعراء والادباء والباحثين على مر العصور ، وجميعها تُمجِد السلم وتجعل منه قيمة اساسية عُليا ومحورية في حياة الشعوب والامم ، وحين يغيب السلم المجتمعي في اي مُجتمع تغيب معه الحقوق ، فلا يوجد اي مُبررات انسانية او دينية او اخلاقية تقدم أياً من الحقوق على حق الحياة وكرامة الانسان ، والسلم المُجتمعي هو الذي يحفظ الانفُس والمُعتقدات والحقوق ويُحقِق الوئام والسلام بين مكونات المُجتمع الواحد

وهُنالك ثقافة سلبية تقوم بنشر الكراهية والحقد بين الناس وتضخيم نقاط الاختلاف المحدودة والتعتيم على مساحات الاتفاق الواسعة وتبدأ بالتعبئة والتحريض تحت عناوين مختلفة : عرقية او مذهبية او قبلية.

وتبدأ عملية نشر ثقافة السلم المُجتمعي بدءاً من الاسرة من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والتي تعتمد على ترسيخ مبادئ وقيم التسامُح والسلام والديمقراطية وحقوق الانسان ، وان اسلوب الشدة لا يتوافق مع مُتطلبات النمو النفسي والانفعالي عند الاطفال بل يؤدي الى تكوين عُقدة النقص والضعف والاحساس بالقصور وتعزيز الروح الانهزامية لدى الاطفال ، ثم مناهج التعليم مروراً بالمدرسة ومؤسسات المُجتمع كافة الكنيسة والمسجد والجامعة ، ومؤسسات المُجتمع المدني من خلال تنشئة الأجيال على مبادئ الالفة والمحبة وقبول الآخر مهما اختلف عرقياً او دينياً ، ويتم ايضاً من خلال الاعتراف المُتبادل ببعضنا البعض وعدم مُمارسة سياسة الاستبعاد الاجتماعي والإقصاء اتجاه من يختلف عنا وعدم اعتبار انفسنا اننا الأصل وما عدانا دخيل علينا ، والاتفاق حول المصالح المُشتركة الحاضرة وضرورة وجود الحوار وثقافة قبول الآخر لتعزيز السلم المُجتمعي والقُدرة على تحقيق التنمية المُجتمعية وان يكون الحوار بيننا موضوعياً والتركيز على المشتركات في ثقافتنا وتعزيزها .

ويُستنتج مما سبق ان السلم المجتمعي يتمثل في حالة السلم والوئام داخل المُجتمع نفسه، وفي العلاقة بين شرائحه وقواه، وان اهم المقاييس الاساسية لتقويم اي مُجتمع هي تشخيص حالة العلاقات الداخلية فيه ، فسلامتها علامة على صحة المُجتمع وامكانية نهوضه ، بينما اهتراؤها دلالة على سوء وتخلف.

ان تحقيق السلم المُجتمعي عامل اساسي لتوفير الأمن والاستقرار في المُجتمع ، واذا ما فقدت حالة السلم الداخلي او ضعفت فإن النتيجة الطبيعية لذلك هي تدهور الأمن وزعزعة الاستقرار.

وفي رحاب السلم المُجتمعي يُمكِن تحقيق التنمية والتقدُم نحو المصالح المُشتركة ، وتتعاضد الجهود والقُدرات في خدمة المُجتمع والوطن (حسن ،2019).

خصائص السلم المُجتمعي

ثمة خصائص عامة يتمتع بها السلم المُجتمعي في المُجتمعات لا سيما تلك التي تتسم بصفة المُجتمعات المُركبة وتتمثل تلك الخصائص بما يلي(حسن الصفار ، 2002) و(هايل ، 2012) :

1- تُشكِل المُجتمعات المُركبة التي تتوزع فيها شرائح المُجتمع الى فئات متنوعة قومياً واثنياً ودينياً وحدة قياس لتقييم وتشخيص حالة العلاقات الداخلية للمُجتمع ذاته.

2- تلعب الثقافة السائدة في المُجتمعات دوراً بارزاً في الدفع باتجاه الاندماج القومي من عدمه ، ذلك ان المفاهيم الاساسية كالانتماء والمواطنة تُعتبر حجر الزاوية ضمن اساس البُنيان المُتبقي للمُجتمعات المُتماسِكة.

3- يُعد التعليم ومُخرجاته من الوعي الادراكي احد اهم الادوات التي تُفضي مُخرجاتها الى تدعيم المُجتمعات وتُشكِل بنى هيكلية تحتيه يصعب انهيارها بتأثيرات مُضادة.

4- يُعد الاستقرار السياسي - الاقتصادي السائد في الدولة رُكناً مُهِماً من اركان وخصائص المُجتمعات الهادئة التي يتكرس فيها حالة السلم المُجتمعي ، اضافةً الى ارتكازها على قوة القانون والنظام والضبط العام.

5- تلعب التركيبة الاساسية للمُجتمع ونوعية التراتُبية السائدة فيه افقياً دوراً بارزاً في تحديد ابعاد الدور الناتج عنه ونطاق الافعال في تقرير مدى تدعيم ظاهرة السلم المُجتمعي فيه من عدمها.

6- تُعد التنشئة الاجتماعية للفرد ضمن البيئة الاجتماعية المُصغرة (الاسرة) الحلقة الاولى للدفع بالبنيان المُجتمعي نحو الاتجاه المُحبذ في إيجابيتها.

آليات حماية السلم المُجتمعي

ان تحقيق السلم المُجتمعي عامل اساسي لتوفير الأمن والاستقرار والتنمية في المُجتمع ، واذا ما فُقدت حالة السلم المُجتمعي او ضعُفت فإنه من الصعب عندها الحديث عن استقرار مُجتمعي لتكون النتيجة الطبيعية لذلك هي تدهور الأمن وزعزعة الاستقرار ، وهو ما يمس جوهر الأمن القومي للدولة بمفهومه الحديث في ظل انتشار مخاطر التهديد زماناً ومكاناً .

وبأساليب مُتقدِمة وطبقاً للتغيُرات العالمية المُنفتِحة على المُجتمعات جميعها في ظل ما اصاب العالم من حسنات التكنولوجيا المُتقدِمة وسُرعة الاتصال والتواصل ، فعلينا ان انجد انه من المُهم جداً البحث في تلك الآليات التي تمنع تدهور حالة السلم المُجتمعي سواءً من الداخل او لمُجابهة تلك التهديدات المناوئة خارجياً ، وهذه الآليات تتمثل فيما يلي :

(معن ، 2006) و (فتحي ، 2012) و(هايل ، 2012) و (حسن ، 2002)

- آليات قانونية

يُعد القانون اهم وسيلة من وسائل الضبط الاجتماعي ويتم الارتكاز عليه بشكل كبير في عملية ضبط سلوك الافراد وعلاقاتهم ببعض داخل المُجتمع ، وكما يصفه الباحث (رسكو باوند Resko paound) بأنه علم الهندسة الاجتماعية الذي يتم عن طريقه تنظيم علاقات الافراد الانسانية في المُجتمعات المُنظمة سياسياً.

ولذلك فان للقانون دوراً اساسياً في الحفاظ على التحام افراد المُجتمع وتماسكهم واستقرارهم ، وذلك من خلال تحقيق العدالة وتوفير الحُرية والامن بالتزام الافراد بالقواعد

والاوامر التي تصدر من السلطات العُليا بقوة القانون.

ويُعد القانون الدستوري حجر الاساس في تحديد الابعاد الوظيفية للقوانين النافذة داخل المُجتمع ، ذلك ان تطبيق مبدأ سيادة القانون واحترامه والالتزام به من اعلى سُلطة داخل الدولة الى ادناها يُعد امراً في غاية الأهمية لتدعيم امن المُجتمع وسير انتظامه واستقراره ، فالقانون واحترام تطبيقه من اهم آثاره الاجتماعية تنعكس على مُجتمع الدولة والمدينة على حدٍ سواء.

- آليات سياسية

تُعد السياسة الاداة الاكثر تأثيراً وتأثراً بالمُجتمع كونها وببساطة تسعى الى حُكم المُجتمع بطريقة مُنظمة لتحقيق غايات واهداف تصُب في خدمة ذات المُجتمع في اطار الشرعية السياسية ، وبذلك فإنها تؤثر بصورة ايجابية في المُجتمع كُلما انتظمت صورة الحُكم الممَارس من قبلها بآليات قانونية مُعتبرة ومشروعة ، بينما على العكس من ذلك سيكون تأثيرها سلبي كُلما استند الحُكم فيها على اهواء بعيدة عن الآليات الدستورية الضابطة لها ولأدائها.

ان السير بموجب الدستور في التعامُل السياسي الداخلي ....احزاب ، تيارات ، وانساق ، سيُفضي بالضرورة الى مُجتمع مُتماسِك ، وهذا هو قدر الدول المُتقدِمة وسواها السائرة بانتظام دستوري ذلك ان التعدُدية الحزبية الغير مُنتظمة بالأنظمة والقوانين الضابطة ستكون احدى العوامل الدافعة للفوضى والتشتُت المُجتمعي ، ان البيئة المكونة لمُجتمع الدولة هي التي تلعب دوراً اساسياً في التنضيج السياسي الافضل للمُجتمع ، فكم من دولة تعيش حالة تعدُدية حزبية وتُعاني من فوضى ، وكم من دول تتبع نظام ثُنائي الحزبية وتحضى باستقرار سياسي - اجتماعي ايضاً .

اذن العبرة هُنا تكمُن بالانتظام القانوني دستورياً ودرجة الوعي السياسي لدى المُجتمع ، فكُلما كان هُنالك تعدُدية غير مُنتظمة سينعكس الأمر على التشتُت المُجتمعي بين افكار وتيارات مُتعدِدة قد لا يجمعها سقف وطني واحد.

آليات اجتماعية

يُعد القانون الضامن الأساس لاستقرار المُجتمعات بما يتضمنه من آليات تستند اغلبها لمبدأ العقاب والثواب ، فهو يُحدِد التوجهات العامة التي تسير بموجبها جميع الافراد المكونين للمُجتمع ومن خلال القانون ليتم تأسيس ارضية اجتماعية صلبة تستند الى الدستور في تعامُل الافراد مع بعضهم في المُجتمع وكذلك مع السُلطة الحاكمة على اساس مبدأ المواطنة ، وتبدأ تلك الآليات الاجتماعية بدءاً من الاسرة مروراً بالمدرسة فالمسجد والجامعة وجميع مؤسسات المُجتمع المدني.

آليات ثقافية

تُعد المعرفة بمُخرجاتها العلمية احد اهم معايير القوة في عالم اليوم ؛ ذلك انها تفعل فعلها في نقل المُجتمع من شأن الى شأن آخر اكثر ارتقاءً وهو ما ينعكس على المُجتمع مُباشرةً ذلك ان المُجتمع المُتعلِم اكثر قوةً واقتداراً من سواه المُتخلف ، فهو عصي على الاختلاف في حالات التأثيرات المناوئة ، وبذلك فإن تدعيم العلم والمعرفة يُفضي الى زيادة الوعي الادراكي للمُجتمعات وهوما يقود بالمُحصِلة الى الوصول الى المُجتمع المُتمدِن. ان تعزيز حملة المبادئ والقيم السلوكية والافكار الايجابية في المُجتمعات سيقود حتماً الى تحقيق ارضية جديدة من مفاهيم السلم المُجتمعي ومبدأ حُسن التعايُش السلمي مع الآخر ، ونبذ العُنف وتفضيل اللجوء الى وسائل سلمية وقانونية لحل اي نزاع ، ذلك ان الاحساس القوي بالانتماء الى لحُمة المُجتمع وعصبته بشكل يُصبح فيه من

العسير القيام بسلوكيات تؤدي بشكل مُباشِر الى هدم النسيج الاجتماعي ، او احداث تشوهات عميقة وجوهرية ومُتعمدة فيه ، وكل ذلك سيُفضي بالمُحصلة الى تحقيق السلم المُجتمعي وهو نقيض العُنف المُجتمعي لكن ذلك لا يعني انتفاء العُنف بصفة نهائية عن مُجتمع ما ، والا فسيقودنا ذلك الى نوع من المثالية ، ولن نستطيع تحويل هذا المفهوم الى مُمارسة حقيقية وواقعية.

النظريات العلمية المُفسِرة للسلم المُجتمعي والتنمية واثر الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي عليهما

النظرية البنائية الوظيفية **Constructivist theory Functional**

ظهرت النظرية البنائية الوظيفية بداية القرن التاسع عشر ومن اهم روادها كلاودس ليفي(Levy Clouds)، ستراوس وكولدون(Strauss and Coldon)، وهي تُحاول تفسير السلوك الاجتماعي بالرجوع الى تفسير النتائج التي يُحققها هذا السلوك في المُجتمع ، فالمُجتمع في هذه النظرية يُمثل أجزاء مُترابطة ، يؤدي كل منها وظيفته من اجل خدمة اهداف الجميع ، وهذه النظرية ترى ان للمُجتمع نسقاً من العلاقات الاجتماعية ، ومن ثم تجمع هذه العلاقات في صورة مُنظمة اجتماعياً ، وبالتالي ينبغي النظر للمُجتمع نظرة كُلية باعتباره نسقاً يحوي مجموعة أجزاء مُترابطة ، كما يترتب على هذه الرؤيا التصويرية ان تستند الى تعدُد العوامل الاجتماعية ، كما ان التكامُل في المُجتمع لن يكون تماماً على الاطلاق ، وهذا يُحدِث الخلل او الانحراف الذي يحدُث في الكشف الاجتماعي ، وهذه الانحرافات التي يُمكن ان تحدث في النسق الاجتماعي يمكن ان تستمر لمدة تقصر او تطول (البداينة ، 2013) .

وتكمن هنا اهمية وجود علاقات اجتماعية مُستقِرة لتحقيق السلم المُجتمعي والتنمية فلا نستطيع ان نُقيم مُجتمع ما بمعزل عن العلاقات الداخلية بين انساقه خصوصاً ان تقييم مُجتمع ما ومعرفة درجة السلم المُجتمعي داخله تتم من خلال حالة العلاقات الداخلية فيه وبين انساقه ، فلا تتحقق التنمية والسلم المُجتمعي داخل مُجتمع يتسم بالصراع في علاقاته الداخلية.

نظرية سُلم الحاجات **Maslow's hierarchy Theory**

ظهرت عام 1943، ومن اهم روادها ماسلو(Maslow)، وهي تنقسم الى خمسة مستويات لتُشكل معاً هرماً قاعدته الحاجات الأساسية مُتمثلة بالطعام والشراب والسكن والجنس والملبس ، وهي حاجات أساسية لبقاء الانسان ، ثم يلي الحاجات الأساسية عند ماسلو اشباع حاجات الأمان والطمأنينة للفرد على نفسه وماله بما في ذلك تأمين دخل مُناسِب له ، والحاجات التي تليها على سُلم حاجات ماسلو هي الحاجات الاجتماعية والتي يندرج تحتها بالتأكيد الحفاظ على كرامة الانسان بالنظر لما يترتب عليه في مجال تحقيق الذات فكُلما كان هُنالك حفاظ على توفير حاجات الانسان وخصوصاً فيما يتعلق بكرامته وشعوره بالأمان والطمأنينة ساهم ذلك في توفير السلم المُجتمعي وغلق جميع الأبواب التي تُهدِد استقرار السلم المُجتمعي والتنمية(البداينة ، 2013).

نظرية الثقافة الفرعية **Sub – culture Theory**

تدور الفكرة الرئيسية لنظرية الثقافة الفرعية الجانحة حول ان الافراد الذين ينتمون الى الطبقة الاجتماعية الدُنيا يتميزون عن سواهم من افراد الطبقة الاجتماعية الوسطى بخصائص ثقافية مُعينة تدفعهم وتشجعهم على ارتكاب السلوك المُنحرف ، ومن اهم رواد النظرية (البرت كوهن Albert Cohen) ، (وولتر

ميلرWalter Miller) ، وتُرجِع هذه النظرية الانحراف الى طبيعة البناء الاجتماعي والثقافي للمُجتمع حيث استفاد منظروا هذه النظرية من بعض مفاهيم نظرية الانومي ، ويُفسِر كوهن الانحراف بوصفه حصيلة تناقُض بين نوعين من القيم والمعايير احداهما تلك المعايير والقيم الخاصة بالطبقة الوسطى ، والأخرى تلك المعايير التي تتصل بتلك الطبقات العاملة المحرومة الأخرى ، ومن اهم فرضيات هذه النظرية ان الانحراف في الطبقة الدُنيا يرجع الى احباطهم الشديد بسبب شعورهم بتدني منزلتهم الاجتماعية الناشئة عن انتمائهم لطبقة اجتماعية دنيا يولدون بها (Cullen,1983) وان ابناء الثقافة الفرعية الجانحة لديهم القدرة على استخدام العُنف (الوريكات ، 2013).

وتفسر هذه النظرية السلم المجتمعي من حيث ان من يفتقدون لحقوقهم ولا يحصلون عليها ويعانون من الشعور بالظلم وعدم وجود عدالة اجتماعية والشعور بالإقصاء والاستبعاد الاجتماعي والتهميش والشعور بالانومي هم اكثر الافراد شعوراً بالنقمة على مُجتمعهم وبالتالي اكثر الافراد عُرضة للانضمام لجماعات او ثقافات فرعية مُنحرفة ترتكب جرائم التطرُف والارهاب والجريمة بكافة اشكالها مما يؤثر بشكل سلبي على السلم المجتمعي والتنمية وهؤلاء يشكلون تهديداً لاستقرار المجتمع ، وهُنا تتضح أهمية تعزيز ثقافة السلم المُجتمعي لغرس قيم المواطنة والإخلاص وتوجيه الطاقات بما يخدم المُجتمع للمُساعدة في الوصول الى حالة السلم المُجتمعي وبالتالي تحقيق التنمية .

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

Dependence On Media Theory

تُعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام نظرية ذات منشأ سيسيولوجي وظيفي ، او نظرية بيئية ، حيث تنظُر للمُجتمع باعتباره تركيباً عضوياً ، ومن رواد هذه النظرية (ميلفين

وروكيتش Melvin & Rukitsh) ، حيث قاما بوضع نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الاعلام والانظمة الاجتماعية الاخرى ، وتقوم فكرة هذه النظرية على ان قُدرة وسائل الاتصال على تحقيق اكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل مُتميز مكثف ، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المُجتمع بسبب الصراع والتغيير ، بالإضافة الى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يُمكِن ان تُصبح تأثيرا مُرتداً لتغيير كُل من المُجتمع ووسائل الاتصال وهذه هو معنى العلاقة الثُلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمُجتمع (ميلفين وروكيتش ، 1993).

ومن أهم الفروض التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام كما وردت في (ميلفين وروكيتش ، 1993) و (حلمي ، 2006) تتمثل فيما يلي :

- تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الاشخاص، وكُلما زادت المُجتمعات تعقيداً زاد اعتماد الافراد على وسائل الاعلام، وتؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد، او قلته على مصادر معلومات وسائل الاعلام، وكُلما زادت درجة عدم الاستقرار في المُجتمع زاد الاعتماد لدى الافراد على وسائل الاعلام.

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الاعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات ، اما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تُقدِمها شبكات خاصة او رسمية او مصادر اعلامية خارج المُجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام.

- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الاعلام نتيجة لوجود اختلاف في

الاهداف الشخصية ، والمصالح ، والحاجات الفردية.

وتُفيد هذه النظرية في تفسير السلم المُجتمعي من خلال ان زيادة اعتماد الافراد على وسائل الاعلام مؤشراً على حالة القلق وعدم الاستقرار وانخفاض السلم المُجتمعي داخل المُجتمع وبالتالي التأثير على التنمية على اعتبار ان الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي تُشكِل احد اهم اذرُع العولمة وتُشكِل سُلطة قوية في حياة الشعوب ، اضافة الى التأثير السلبي الذي تُمارسه وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام من خلال مشاهد العُنف وبث خطاب الكراهية ووجود اعلام ومواقع تواصل اجتماعي غير آمنه وخصوصاً مع غياب وجود اعلام امني.

نظرية الرصاصة السحرية (او الحُقنة الاعلامية)

Magic Bullet Theory Or Media Injection

ومن اهم روادها (كارل هوفلاند Carl Hofland) ، حيث شبهت هذه النظرية الاعلام كأنه رصاص سحري ينقُل الافكار والمشاعر من عقل الى آخر ، وشبهت الاعلام والرسالة الاعلامية كالمحلول الذي يُحقن من خلال الوريد ويصل لجميع اجزاء الجسم ، وتقوم هذه النظرية على عدة فرضيات تتمثل فيما يلي : (عصام 2016، و (جون John ،1987)

- ان المعلومات تسري من وسائل الاعلام مُباشرةً الى الجمهور المُتلقي كما افترضت ان وسائل الاعلام ايضاً هي الطريقة الوحيدة للوصول الى الناس واقناعهم.
- اكدت هذه النظرية ان الجمهور المُتلقي لوسائل الاعلام جمهور سلبي ويتقبل كُل ما يُعطى له من مواد اعلامية ، ويتأثر بها مُتفاعلاً معها ومُستجيباً لها كأنه خامة بيضاء ، فتؤكد على اهمية المُرسِل الاعلامي وسلبية الجمهور.
- تُقدم الرسالة الاعلامية مؤثرات او مُنبهات تؤثر في عواطف ومشاعر الافراد بقوة وتقود

الافراد الى الاستجابة بشكل مُتماثِل ؛ لأنهم يمتلكون غرائز مُتشابهة.

- ان تأثير وسائل الاعلام قوي ومُباشِر؛ بسبب ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل التقاليد والعادات المُشتركة.

- تُعتبر وسائل الاعلام كالقذائف التي تضرب كُل عين وكُل اذن وينتج عنها تأثيرات فورية وقوية ومُباشِرة على الفكر وعلى السلوك.

- المُرسل هو الذي يتحكم في العملية الاتصالية ؛ لأنه هو الذي يصنع الرسالة ويقوم بتصميمها وبنائها ، ويختار الوسيلة او القناة الاكثر انتشاراً وتأثيراً ؛ لعرض رسالته ويختار التوقيت والظرف المُناسِبين ، ويعتبر المُتلقي عُنصر ضعيف اثناء العملية الاتصالية ومفعول به ، في حين ان المُرسِل هو المُسيطر.

ويُمكِن توظيف هذه النظرية في تفسير اثر الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي على التنمية والسلم المُجتمعي من خلال دور الاعلام في التأثير على المُجتمع ودور الاشاعة وتناقُلها بين الناس وما تتركه من آثار سلبية تؤثر على حالة السلم المُجتمعي والتنمية داخل المُجتمع خصوصاً ان الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي باتت تُشكِل شريان اساسي في حياة الناس كافة.

نظرية الصراع **Conflict Theory**

ومن اهم روادها (ماركس Marx) ، (باريتو Pareto) ، (لويس كوزر Louis Kozer) ، (رالف داهرندوف Ralph Dahrendorf) تقوم على جُملة فروض تتمثل فيما يلي:

(الوريكات ، 2013) و(مصطفى ، 2009).

- ان الحياة الاجتماعية تولد بطبيعتها الصراع لكونها تتكون من جماعات ذات مصالح مُختلفة ومتداخلة ، فالنُظم الاجتماعية ليست مُتحِدة ومُنسجِمة فهي تتضمن أشكال مُتباينة من القوة وتميل إلى التغيير سعياً لتأكيد ذاتها وضمان حقوقها والتخلُص من الطبقة المُسيطرة عليها، كُل ذلك لن يتأتى إلا عن طريق الصراع.

- الصراع هو نوع من التعامُل حول قيم ودعاوى بشأن موارد وسلطة، أي ان الصراع conflict ينطبق على التفاعُل الذي يحدُث بين البشر وبعضهم البعض، فهو أكثر من التنافُس الذي هو أبسط صور الصراع، ومن صور الصراع المُعقدة : الأزمة ، والتوتر، والنزاع ، والصراع وهو تنازُع الارادات الوطنية والقومية، وهو ناتج عن الاختلافات والتناقُضات بين أهداف الدول وامكانياتها ومحاولة الغاء المُقابِل وسحقه.

ويُمكِن توظيف نظرية الصراع لتحليل وتفسير السلم المُجتمعي من مُنطلق ان نظرية الصراع تعتبر ان الجريمة والانحراف وحدوث الصراع والقلق والتوتر وغياب السلم المُجتمعي والتنمية نتيجة طبيعية لحدوث الصراع بين المصالح الاجتماعية ، وان حصول الجريمة والقلق والتوتر داخل المُجتمع امر حتمي ؛ لأن القوانين القضائية والسياسية تعكس مصالح الطبقة الغنية القوية المُتحكِمة بالفُقراء والمُستضعفين ، اضافةً الى غياب سيادة القانون وعدم تطبيقه على الجميع الذي يُساهِم بدوره في التأثير بشكل سلبي على السلم المُجتمعي وبالتالي التنمية داخل المُجتمع ، اضافةً الى صراع الادوار داخل الأسرة الواحدة يؤثر بشكل سلبي في غرس بذور ثقافة السلم المُجتمعي لدى الاجيال منذ مراحلهم العمرية الاولى.

التنمية والسلم المُجتمعي

تُعرف التنمية على انها عملية الانتقال بالمُجتمعات من حالة ومستوى ادنى الى حالة ومستوى افضل ، ومن نمط تقليدي الى نمط آخر مُتقدِم كماً ونوعاً ، وتُعد حلاً لا بُد منه في مواجهة كُل ما يُهدِد استقرار المُجتمع وسلمه ، وهكذا تُصبح عملية التنمية هي عملية تطوير القُدرات وليست عملية تعظيم المنفعة او الرفاهية الاقتصادية فقط بل الارتفاع بالمستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والامني ، وحق التعبير والحفاظ على البيئة ، وحق المُشاركة في تقرير شؤون

الافراد بين الاجيال الحالية والمُقبِلة ، والتنمية كظاهرة هي قديمة ظهرت مع ظهور البشر والتجمُعات السُكانية ، لكن التنمية كمفهوم فهي حديثة النشأة حيث بدا الاهتمام بها من قبل الباحثين والمُفكرين وصُناع القرار بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية (نصر، 2008).

وتتمثل ابعاد التنمية العناصر الثلاثة المُتداخِلة للتنمية المُستدامة وهي : البيئة ، والاقتصاد ، والمُجتمع والتي يتم من خلالها تحقيق السلم المُجتمعي ، فالتنمية والسلم المُجتمعي يسيران في خطان متوازيان ، فلم يعُد مفهوم التنمية خاصاً بالجانب الاقتصادي بل امتد الى الجوانب : الاجتماعية والسياسية ، والثقافية والبيئية وانشطتها المُختلِفة ، فهي عملية مُترابِطة من النشاطات المُستدامة وفق منهاج تكامُلي يعتمد العدالة والمُشاركة في بناء المُجتمعات البشرية.

وتحقيق التنمية في بُعدها الاجتماعي في عالمنا العربي تتطلب العمل على اربعة محاور وهي :

(خالد ،2008)

- احترام الحقوق والحُريات العامة للأفراد والمجموعات نحو التمكين بحكم صالح .
- تمكين المرأة العربية من فُرص التنمية والمُشاركة العامة في تطوير المجتمع بإلغاء صور التمييز بينها وبين الرجُل.
- تكريس عملية اكتساب المعرفة كحق من حقوق الانسان ضمن منظومة التنمية المُستدامة.
- اعادة القُدرات الانتاجية العربية وبنائها والتي تُعد مصدراً رئيسياً لرفاه اجتماعي راقٍ.

ان احترام حقوق الانسان يُمثِل احد اهم مداخل تحقيق التنمية ؛ لأن المُرتكز المحوري للتنمية الفعلية تقتضي دون جدال ان يكون التوحد تنموي مُنطلِقاً من بداية صحيحة ومادة مُستهدِفاً تحقيق اهداف التنمية الفعلية الشاملة المُتمثِلة في الكيان القوي

اقتصادياً ، وسياسياً ، واجتماعياً ، وثقافياً وادارياً ، ولا يمكن تحقيق ذلك الا بدور فعال ومُشاركة للقاعدة المُجتمعية العريضة انطلاقاً من تمتُعها بحقوقها الاساسية واستثمار قدراتها ، وانطلاق طاقاتها اعتماداً على تأهيلها وتدريبها كماً ونوعاً ، وشعورها بمُشاركتها الفاعلة بما يُرسِخ شعورها بالانتماء واخلاصها وحماستها.

ان البعد الاجتماعي للتنمية المُستدامة يرى ان الانسان هو جوهر التنمية وهدفها النهائي ، ويهتم بالعدالة الاجتماعية ومُكافحة الفقر ، ويحتاج هذا الى تغييرات جوهرية في الانظمة الاقتصادية على الاخص ، ولكن هذا التغيير لا يُمكِن ان يتم الا من خلال المرو من الاعلى اي من اعلى السُلطة الحاكمة بل ايضاً من خلال التنظيم الشعبي الاجتماعي الذاتي والتعاون ما بين القطاعات الاجتماعية والاقتصادية المُختلفة ، ومُمارسة الديمقراطية الاقتصادية من خلال عملية تشاورية تشارُكية تتضمن كافة قطاعات المُجتمع ، ويُساهم في التنمية الاجتماعية التي هي : عملية تغيير حضاري تتناول آفاقاً واسعة من المشروعات التي تهدف الى خدمة الانسان وتوفير الحاجات المُتصِلة لعملة ونشاطه ورفع مستواه الثقافي والصحي والفكري والروحي ، وهذه التنمية تعمل بصورة عامة على استخدام الطاقات البشرية من اجل رفع مستوى المعيشة ومن اجل خدمة اهداف التنمية (ماجد وعثمان ، 2006).

الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي واثرها على التنمية والسلم المُجتمعي

ان دور المؤسسة الاعلامية لا يقل قيمة عن دور المؤسسة التربوية في التنشئة الاجتماعية للفرد ، الى جانب المؤسسة العائلية ، كما ان الوقت الذي يقضيه الطفل او الشاب في تعامله مع وسائل الاعلام لا يقل اهمية عن الوقت الذي يقضيه في المدرسة.

وفي عصر بتلك السمات من التطور التكنولوجي والانتشار الاعلامي الغير مسبوق بما يجعل الاعلام مؤثر اساسي يقوم بالعبء الاكبر في تكوين قيم وثقافة المجتمع يصبح الدور الاعلامي الان في نشر ثقافة التسامح والسلام اهم واكبر من اي وقت مضى ويقابل بتحديات عديدة تتعلق بتعدد المصالح المادية والاقتصادية والانتماءات الاعلامية بما لا يجعلها جميعا خاضعة لسياسة واحدة او يمكن ترويضها او تحميلها بمعايير والتزامات محددة وهو ما يشكل معوقا معظم الوقت في جذب الاعلام لتبني قيم وثقافة ما.

تساهم وسائل الاعلام في ضمان ديمقراطية المعرفة ، كما ان الوسائل الاعلامية السمعية البصرية تؤدي وظيفة ثقافية وتربوية حتى بالنسبة الى من يجهل الكتابة والقراءة ولمن لم يتعلم في المدرسة ، كما ان التعلم عبر وسائل الاعلام يقوم في جوهره على ترابط عضوي بين التعلم والترويح عن النفس.

وتعتبر من المصادر الاساسية للمعلومة والتي يبنى عليها وتعتبر ذات تأثير كبير في حياة الناس وتقوم عليها اتجاهات الجماعات حيال الاحداث الجارية سواء بالقبول او الرفض حيث تتولى وسائل الاعلام الدور الملموس في تشكيل موقف الجمهور المتلقي من القضايا المطروحة على الساحة المحلية والدولية ، ولا يتوقف تغيير الاتجاه والموقف على القضايا العامة او الاحداث المثارة بل يمتد الى القيم وانماط السلوك ، فقد يحدث ان يتقبل المجتمع قيما كانت مرفوضة قبل ان تحملها الرسالة الاعلامية او يرفض قيما كانت سائدة ومقبولة مستبدلا بها قيما جديدة.

ويعتبر الاعلام عامل هام مؤثر في عملية التحول من خلال ما يقدمه من معلومات قد تكون ايجابية او سلبية على المستقبل للمادة الاعلامية وفي حين جاءت ثورة الاتصال لتجعل من وسائل الاعلام فاعلا يسهم بقدر كبير في عملية التنشئة الاجتماعية والعملية التربوية

بجانب الاسرة والمدرسة والنادي والمؤسسة الدينية ومراكز التوجيه والتوعية ، وتظهر فاعلية وسائل الاعلام في قدرتها على التحرك ، حيث يوجد المستقبل او الجمهور المستهدف في بيته او مكتبه او اي مكان يتجه اليه ، تخطب الكبير والصغير ، والمرأة والرجل ، واحتلت لنفسها مكانا في كافة ميادين الفكر والتأثير من ثقافة وترويج وتسليه وتوجيه وفق اساليب مستحدثة وتقنيات عالية ، مما يجعل الانسان يسلم عقله وعاطفته لجاذبية الوسيلة الاعلامية وبرامجها لتقوم بدور الاب والمعلم بل واحيانا بدور الافتاء والارشاد دون ان يدرك المتلقي ان ما تحمله الرسائل الاعلامية اليوم مشحون بقيم صاحب الرسالة يسعى لإحلالها محل القيم القائمة اذا كانت هذه القيم القائمة تتعارض مع اهدافه ومراجعه.

وتشير الدراسات العلمية في هذا الصدد الى ان اجهزة الاعلام تلقي بظلالها على الطفل المعاصر ايجابا او سلبا حتى انه يصعب عليه ان يفلت من آثارها وتحاول ان ترسم له طريقا جديدا لحياته واسلوبا معاصرا لنشاطه وعلاقاته ، ومن ثم فهي قادرة على الاسهام بفاعلية في تثقيفه وتعليمه وتوجيهه والاخذ بيده الى آفاق الحياة الرحبة.

من هنا ندرك اهمية دور وسائل الاعلام في نشر القيم والثقافات وما يمكن ان تشكله من تربية للنشئ بالإضافة الى دور المدرسة والاسرة وهو ما يفرض على الدولة بمؤسساتها ومؤسسات المجتمع المدني التعاون مع وسائل الاعلام المختلفة وتوقيع بروتوكولات ومدونة سلوك وقيم تسهم في بث وتعزيز قيم التسامح والسلام والديمقراطية وحقوق الانسان ، وايضا يجب ان نلتفت الى دور تلك المؤسسات جميعا في انتاج الافلام والمسلسلات والمواد السمعية والبصرية التي ترسخ وتدعم تلك القيم ومراقبة المنتج الفني الذي قد يقدم قيم عكسية وتقييمه ، كما

يجب ان يتم تعزيز وعي الشركات لتسهم من خلال مسؤوليتها المجتمعية في تعزيز تلك الأفكار سواء بتقديم الدعم المالي والفني او بنشر ودعم تلك القيم في موادها الاعلانية وبتكاتف تلك الجهود يمكن الانتصار على تحديات عصر التكنولوجيا والانتشار الاعلامي الغير خاضع لضوابط ملزمة وتعارض المصالح بحيث يستطيع ويقبل الجميع بضرورة تربية النشئ وتوعية الجمهور بقيم التسامح والتعايش السلمي.

ويمثل الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي احد اهم واقوى اذرع العولمة والتي تقوم بدورين الاول سلبي يتمثل ببث خطابات الكراهية والفتنة وانتشار الاشاعة عند حدوث قضية تهز الراي العام وكل ذلك يؤثر بشكل سلبي على السم المجتمعي واستقرار المجتمع وبالتالي التأثير على التنمية بشكل سلبي (مركز هردوا ، 2017).

ويُستنتج مما سبق ان للإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي ادواراً عديدة لتحقيق السلم المُجتمعي ليتم الوصول للتنمية تتمثل تلك الادوار ب :

- نبذ خطاب الكراهية ونبذ الخطاب المُغلف بالدين والذي يُشجِع على التطرُف والارهاب.
- تعزيز ثقافة السلم المُجتمعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والاعلام.
- توفير اعلام امني مُضاد للإعلام المُغرض الذي يهدف الى زعزعة استقرار المُجتمع وعدم ترك الجمهور المُستهدف فريسة للإعلام الهدام.
- التوعية والتثقيف وتقليص الفجوة الثقافية الكبيرة التي حصلت بين عناصر الثقافة المادية وغير المادية نتيجة الانفتاح المفاجئ على التكنولوجيا وثورة المعلومات .
- تعزيز قيم التسامُح والحوار وثقافة قبول الاخر.

- التوعية من مخاطر الصراع بين شرائح المُجتمع سواءً كان هذا الصراع على اساس طبقي ام ديني ام عرقي .

التوصيات

بعد اطلاع الباحثة على الادب النظري لموضوع البحث تم التوصل لمجموعة من التوصيات تتمثل في:

- توعية الأهل بأساليب التربية الصحيحة واساليب التنشئة الاجتماعية على اعتبار ان تعزيز ثقافة السلم المُجتمعي تبدأ منذ الصغر وليست وليدة اللحظة.

- تعزيز دور الجهات الامنية في الحفاظ على حالة السلم المُجتمعي داخل المُجتمع وتطبيق الانظمة والقوانين وسيادة القانون ، فمن امن العقاب اساء الادب.

- تعزيز دور اجهزة العدالة الجنائية المُتمثلة بالمحاكم والسجون ومراكز الاصلاح والتأهيل ومُعاقبة مُرتكبي الجرائم.

- تشديد العقوبات وتغليظها على مُرتكبي الجرائم ذات المساس بأمن الدولة واستقرار المُجتمع.

- توفير اعلام امني مضاد للإعلام المُغرض والذي يهدف الى زعزعة استقرار المُجتمع.

- توعية الافراد بالطرق السليمة والصحيحة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- التوعية والتثقيف بطرق التعامل مع التكنولوجيا وثورة المعلومات والاتصالات لتقليص الفجوة الثقافية التي حصلت لدنا بين عناصر الثقافة المادية وغير المادية.

- استخدام التكنولوجيا لتعزيز قيم التسامح والحوار وثقافة قبول الاخر واحترام الثقافات الفرعية والتعايش السلمي.

- عقد المؤتمرات العلمية والندوات واشراك الشباب بها لانهم اجيال المستقبل.

- تطبيق قانون الجرائم الالكترونية على من يرتكبون الجرائم الالكترونية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي والتي تهدف الى زعزعة استقرار المُجتمع وسلمه .

- عدم التهاون في تطبيق العقوبات الرادعة بحق كل من يرتكب جريمة تصب في النهاية لزعزعة استقرار وامن المجتمع وسلمه وبالتالي تأخير عجلة التنمية بكافة مجالاتها.

- تعزيز دور ادارة حماية الاسرة في التعامُل مع حالات العُنف داخل الاسرة .

قائمة المراجع

القُرآن الكريم

سورة الحديد الآية 25

سورة النحل الآية 90

- ابن منظور ، لسان العرب ، ج 3 ، ص 191-192.

- ابو زنط ، ماجد ، وعثمان غنيم (2006) ، التنمية المُستدامة : دراسة في المفهوم والمحتوى ، مجلة المنارة ، المجلد (12) ، العدد(1).

- البداينة ، ذياب ، والخطار ، عارف ، والحسن ، خولة ، والخريشة ، خولة (2013) ، نظرية علم الجريمة ، كتاب مترجم ، عمان ، الاردن : دار الفكر للنشر والتوزيع .

- البداينة, ذياب والخريشه, دافع (2013), نظريات علم الجريمة, ط1, عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

- الصفار ، حسن (2002) ، السلم المجتمعي : مقوماته وحمايته ، بيروت : دار الساقي للنشر والتوزيع.

- العطار ، حسن (2019) ، مفهوم السلم المُجتمعي ، نُشِر في تاريخ 2 فبراير السبت ، الساعة 7:32 / متوفر الكترونياً .

- الوريكات ، عايد عواد(2013) ، نظريات علم الجريمة ، عمان ، الاردن : دار وائل للنشر والتوزيع .

- بن عبد الوهاب ، محمد ، في مُختصر سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم ، ص 100 ، الرياض : طبعة مؤسسة دار الكتاب السعودي .

- بيتيز ، جون (1987) ، الاتصال الجماهيري ، ترجمة عمر الخطيب ، الطبعة الاولى ، لبنان : المؤسسة العربية للدراسات والنشر .

- حسين عامر ، فتحي (2012) ، حرية الاعلام والقانون ، بيروت : دار المنهل اللبناني.

- خلف عبد الجواد ، مصطفى (2009) ، نظرية علم الاجتماع المعاصر ، الطبعة الاولى ، الاردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع.

- خليل العمر ، معن (2006) ، الضبط الاجتماعي ، بيروت : دار المنهل اللبناني.

- ساري ، حلمي (2006) ، التلفزيون وثقافة الخوف ، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الحادي عشر 24-26 نيسان.

- سليمان الموسى ، عصام (2016) ، الاتصال الجماهيري ، الطبعة الثامنة ، الاردن : مكتبة جامعة اليرموك كلية الاعلام.

- عبد المولى طشطوش ، هايل (2012) ، الامن الوطني وعناصر قوة الدولة في ظل النظام العالمي الجديد ، بيروت : دار المنهل اللبناني.

- مالك بن نبي (1974) ، ميلاد مجتمع ، ص 25- 39 ، الطبعة الثانية ، طرابلس : دار الانشاء

- محمد عارف ، نصر(2008) ، في مفاهيم التنمية ومصطلحاته ، مجلة ديوان العرب ، عدد جوان ، القاهرة.

- مركز هردوا لدعم التعبير الرقمي ، دعوة الى السلام : عن ثقافة السلام واللاعنف والتسامح ومفاهيم اخرى ، القاهرة . متوفر الكترونياً pdf

- مصطفى قسام ، خالد (2010) ، ادارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة الطبعة الاولى ، القاهرة : الدار الجامعية .

- ميلفين ، ديفلر ، وساندرابول روكيتش (1993) ، نظريات وسائل الاعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، الطبعة الاولى ، القاهرة : الدار الدولية.

المواقع الالكترونية

http://hrdoegypt.org

https://elaph.com/Web/Opinion/2019/02/1236862.html

المراجع الاجنبية

Rodney A . Smola, **Free Speech in an Open Society** , New York Vintage Books, 1992.

الإعلام المحلي ورهانات التنمية الثقافية في الجزائر- دراسة تحليلية في دور الإعلام المحلي الثقافي-.

د. بوزيان عبد الغني.

جامعة العربي التبسي- تبسة. الجزائر

ملخص البحث:

إن التماسك الثقافي مفاهيميا لا يمكن الارتكان إلى فاعليته العملية، إلا بوجود آليات ووسائل ناقلة ومرسخة له، ضامنة في نفس الإطار الحفاظ عليه وسط التجاذبات والاستقطابات الثقافية الغازية، تلكم الوسائل تتصدرها المؤسسات الإعلامية بشكل ناضح، في العصر هذا الذي نحيا اليوم وفق تسيد الإعلام للمشهد الوسائطي بين الثقافي إما الجديد منها أو التقليدي، الأمر الذي يرتبط نظريا بالوظائف الرئيسية للإعلام في المجتمع، من خلال وظيفة تحقيق التواصل الاجتماعي وذلك من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات المحلية والثقافات النامية ودعم القيم السائدة.

يصبح الإعلام بهذا التوصيف مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس ومتصلا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية، مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي والقيمي في هذه البيئة ومجاريا للتحولات الثقافية. الأمر الذي انتبه إلى جدية طرحه الإعلام المحلي في الجزائر، مما سوغ إطلاق الكثير من الإذاعات من ذوات الطابع المحلي تغطية ومضمونا خدمة للأهداف الإنمائية والتراثية، والتي تجعل من المحتوى الجزئي الداخل ثقافي للجزائر موضوع اهتمامها الرئيس، مما يخفف من المسؤولية الكلية للإعلام الوطني المركزي في العناية والتركيز ومن ثمة ترسيخ الكم الهائل من التعبيرات الثقافية المتنوعة بشدة في الداخل الجزائري الثري والشاسع، التي تحمل توجها واضحا نحو التركيز على البرامج والمحتويات الثقافية المحلية لهذا الإعلام المحلي، ويعبر هذا الاهتمام عن رغبة القائمين عليه في ربط الجمهور المحلي، بثقافته المحلية وتعريفه بالموروث الثقافي الخاص به في محاولة لترسيخ ذلكم الموروث وعناصره. وتصديا للثقافات الوافدة الغازية. وانطلاقا مما سبق يمكن طرح التساؤل

الرئيسي: ما دور الإعلام المحلي في تفعيل التنمية الثقافية والحفاظ على الثقافة المحلية في ظل التحولات الثقافية والثقافات الوافدة؟

وللإجابة على هذا التساؤل نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما هي المواضيع الثقافية المحلية التي يطرحها الإعلام المحلي حسب ترتيب أولوياته؟

2- ما هي عوامل الجذب للمجتمع المحلي في البرامج الثقافية المحلية؟

3- ما هي الوظائف الإعلامية للبرامج الثقافية المحلية في الإعلام المحلي؟

4- ما هي الأهداف التي تسعى البرامج الثقافية المحلية لتحقيقها في الإعلام المحلي؟

5- هل تبرز البرامج الثقافية المحلية في الإعلام المحلي للجمهور عناصر الثقافة المحلية لمنطقة التغطية في ظل التحولات الثقافية؟

وسوف نتبع الخطوات المنهجية الآتية لمعالجة المشكلة البحثية:

مقدمة

أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

ثانيا: أهمية الدراسة وأهدافها.

ثالثا: منهج الدراسة وأدوات جمع المعلومات

رابعا: مجتمع وعينة الدراسة

خامسا: مفاهيم الدراسة.

سادسا: المدخل النظري للدراسة.

سابعا: نتائج الدراسة

ثامنا: التوصيات

الخاتمة.

الكلمات المفتاحية: التنمية الثقافية، الثقافة المحلية، الدور، الإعلام المحلي الثقافي.

مقدمة:

تظهر وظيفية وسائل الإعلام ضمن السياق الثقافي للمجتمعات، باعتبارها مفصلية في

إذكاء الشعور والسلوك الجمعي المنسجم وتفرد الثقافة الوطنية، وذلك بالتركيز على مدخلين رئيسيين أولهما مجابهة الرؤى والتصورات والأنشطة ذات الطابع العولمي الغربي عادة الرامية إلى إحداث التنميط الشامل على المستويات السابقة، وثانيهما العمل على تعزيز مكانة الثقافة الأم وتفرعاتها بواسطة أنظمة الاتصال والإعلام أساسا المعتمدة على تسليط الضوء ورفع الاهتمام والتكرار والإقناع...

الإعلام إذن وسيلة اجتماعية في توجهها ثقافية في بنيتها تعتمد على خصائص متجددة تقف خلف صون الذاتية الثقافية وحماية الهوية المتفردة للجماعات، بالإضافة إلى الترفيه وتثبيت المشاركة الثقافية التربية والتثقيف... ويندرج كل ذلك فيما نطلق علية بالتنمية الثقافية.

كل الذي سبق يوصف عادة بالسياق الوظيفي الكلي لوسائل الإعلام تجاه الثقافة الوطنية والتي تشمل مركبا هائلا ومنسجما من التمظهرات الداخل ثقافية.

الممحص في الشأن الثقافي الوطني يرقب تنوعا كبيرا في بدن الثقافة الأم وتفرعها إلى أشكال تعبيرية ونفسية مادية وغير مادية، تحكم بواقع التباين العرقي والجغرافي والتاريخي بشكل عام، الأمر الذي يزيد من وعورة الالتفات إليها جميعها ضمن مقتضيات التنمية الثقافية المعتمدة على وسائل الإعلام ذات الطابع الوطني في البث والمضمون.

على ما سبق، فإن أدوارا على غاية الأهمية تلكم التي يجب أن توكل لوسائل الإعلام المحلية في سبيل رعاية الثقافات المحلية داخل منظومة الثقافة الوطنية الشديدة التعقيد، إن بشكل يتم التخطيط له مسبقا عبر برامج وطنية واضحة المعالم والأهداف أو بطريقة ضمنية داخل أدوار هذه المؤسسات الإعلامية ثقافيا.

و ترتقي الإذاعات المحلية ارتكازا على الكثير من خصائصها التقنية والبرامجية، ترتقي إلى مصاف أبرز المؤسسات الإعلامية، ذات الطابع المحلي على صعيد الاضطلاع بدور أساسي في التعريف والتأكيد بمختلف الطرائق الاتصالية المتاحة على الثقافات المحلية، ومكوناتها في دفق متواصل للاتجاهات الخادمة لتثبيت المفاهيم وترسيخ الرؤى المتصلة بالثقافات المحلية عند متابعيها.

مفصلية هي الوشائج التي تصل الشباب في تفاعله مع المخرجات الثقافية لوسائل الإعلام بشكل عام فهي تراكميا تشكل - وفق أدبيات دراسات التأثير الإعلامي - تشكل المصدر الأساسي المكون لتبنيه للأفكار و للتصورات المتعلقة أساسا بعلاقته مع محيطه الثقافي من جهة ومع الثقافات المغايرة أو المشابهة من جهة ثانية وذلك وفق عدد كبير من المداخل التي تجد في الشباب كفئة متمايزة داخل البنية المجتمعية الواحدة خصائص نفسية واجتماعية ميسرة لإحداث التأثير عبر وسائل الإعلام جاذبة إياه وفق الخصائص السابقة إلى وسائل الإعلام المحلية ومحتوياتها كمرتكز لتعرفه على ذاته الثقافية وأجزائها ومكوناتها ومؤكدة على الاتجاه الايجابي الذي يجب أن تكون عليه هذه العلاقة.

أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

إن التماسك الثقافي مفاهيميا لا يمكن الارتكان إلى فاعليته العملية، إلا بوجود آليات ووسائل ناقلة ومرسخة له، ضامنة في نفس الإطار الحفاظ عليه وسط التجاذبات والاستقطابات الثقافية الغازية، تلكم الوسائل تتصدرها المؤسسات الإعلامية بشكل ناضح، في العصر هذا الذي نحيا اليوم وفق تسيد الإعلام للمشهد الوسائطي بين الثقافي إما الجديد منها أو التقليدي، الأمر الذي يرتبط نظريا بالوظائف الرئيسية للإعلام في المجتمع، من خلال وظيفة تحقيق التواصل

الاجتماعي وذلك من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات المحلية والثقافات النامية ودعم القيم السائدة.

يصبح الإعلام بهذا التوصيف مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس ومتصلا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي والقيمي في هذه البيئة ومجاريا للتحولات الثقافية. الأمر الذي انتبه إلى جدية طرحه الإعلام المحلي في الجزائر، مما سوغ إطلاق الكثير من الإذاعات من ذوات الطابع المحلي تغطية ومضمونا خدمة للأهداف الإنمائية والتراثية، والتي تجعل من المحتوى الجزئي الداخل ثقافي للجزائر موضوع اهتمامها الرئيس، مما يخفف من المسؤولية الكلية للإعلام الوطني المركزي في العناية والتركيز ومن ثمة ترسيخ الكم الهائل من التعبيرات الثقافية المتنوعة بشدة في الداخل الجزائري الثري والشاسع، التي تحمل توجها واضحا نحو التركيز على البرامج والمحتويات الثقافية المحلية لهذا الإعلام المحلي، ويعبر هذا الاهتمام عن رغبة القائمين عليه في ربط الجمهور المحلي، بثقافته المحلية وتعريفه بالموروث الثقافي الخاص به في محاولة لترسيخ ذلكم الموروث وعناصره. وتصديا للثقافات الوافدة الغازية. وانطلاقا مما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي: ما دور الإعلام المحلي في تفعيل التنمية الثقافية في ظل التحولات الثقافية والثقافات الوافدة؟

وللإجابة على هذا التساؤل نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما هي المواضيع الثقافية المحلية التي يطرحها الإعلام المحلي حسب ترتيب أولوياته؟

2- ما هي عوامل الجذب للمجتمع المحلي في البرامج الثقافية المحلية؟

3- ما هي الوظائف الإعلامية للبرامج الثقافية المحلية في الإعلام المحلي؟

4- ما هي الأهداف التي تسعى البرامج الثقافية المحلية لتحقيقها في الإعلام المحلي؟

5- هل تبرز البرامج الثقافية المحلية في الإعلام المحلي للجمهور عناصر الثقافة المحلية لمنطقة التغطية في ظل التحولات الثقافية؟

ثانيا: أهمية الدراسة وأهدافها.

تنبع أهمية الدراسة من منطلق أنها تتناول الإعلام المحلي باعتباره من بين أبرز روافد الإعلام، والموظفة أساسا كأداة تنموية شاملة والتي تقوم في نفس السياق بأدوار مهمة داخل عملية التنمية الثقافية الشاملة، والتي تدفع نحو تحقيق الحفاظ على الثقافات المحلية، وترسيخها لدى الأجيال الصاعدة المهددة بمحو ثقافتها المحلية في ظل العولمة الإعلامية والتحولات الثقافية.

ويمكن إبراز أهمية الدراسة مجملا من خلال النقاط التالية:

- إبراز أهمية الإعلام المحلية كسند إعلامي لا يمكن الاستغناء عنه في تلبية الحاجيات الإعلامية المحلية للجمهور (فئة الشباب) فاستعمال الإذاعة المحلية الكلمة البسيطة واللهجات التي تعتبر من العوامل التي تساهم في الحفاظ على التراث الثقافي المحلي.

- إبراز دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الثقافات المحلية للمستمعين (فئة الشباب) في ظل العولمة والتكنولوجيات الحديثة، فتناول الموضوعات الثقافية المحلية يبين الاختلاف والتنوع بين الثقافة المحلية لمنطقة التغطية وبين الثقافات المحلية الأخرى ومحاول الإعلام المحلي الجمع والتركيب بين مختلف هذه الثقافات المحلية، وكذلك محاولته لجمع الاختلافات والمحافظة عليها في ظل العولمة الإعلامية والثقافية.

- معالجة موضوع الثقافات المحلية في الجزائر من منظور إعلامي، إذ تعتبر هذه الدراسة من أولى الدراسات التي تعالج مثل هذه المواضيع، فالدراسة بمثابة كسر للحاجز النفسي القائم حول علاقة الإذاعات المحلية والثقافات المحلية، التي كثيرا ما ينظر إليها البعض على أنها تشكل خطرا على الثقافة الأم ومن ثمة تشكل خطرا على الوحدة الوطنية.

أما فيما ما يتعلق بالأهداف تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إجمالها في النقاط الآتية:

- الكشف عن المعايير الثقافية التي تبرزها وسائل الإعلام المحلية عبر برامجها المختلفة.

- الكشف عن مدى مساهمة الإذاعة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية والمساهمة في التنمية الثقافية.

- التعرف على أدوار الإذاعة المحلية في تفادي مخاطر انحلال الشخصية الثقافية الخاصة.

- معرفة مدى اعتبار الإذاعة المحلية همزة وصل بين المجتمع المحلي، وأصوله الثقافية والعالم الخارجي ومدى محافظتها على الإرث الثقافي في مواجهة العولمة الثقافية ومن ثمة تفعيل مفهوم التنمية الثقافية.

ثالثا: منهج الدراسة وأدوات جمع المعلومات

اعتمد الباحث على منهج المسح الّذي يتميز بمجموعة من المتغيرات" حيث أنه يرتكز على وحدة محددة في الماضي زمانا ومكانا ويتولى وصفها وتحليلها وتفسيرها فهو ليس مجرد حصر وجرد لما هو قائم فعلا، أو مجرد وصف للأوضاع الحالية للوحدة محل الدراسة، ولكنه يتجاوز ذلك إلى عملية التحليل والتفسير والمقارنة للوضع الحاضر ببعض المستويات واستخلاص النتائج وتقديم

التوصيات والعمل على الإصلاح لاحقا.(شلبي، 1997، ص01)

واعتمدت الدراسة ضمن منهج المسح على أسلوب تحليل المضمون كأداة تحليل على غرار ما ذهب إليه "سمير محمد حسين" الذي اعتبره أنه ليس منهجا قائما بذاته وإنما هو مجرد أداة يستخدمها الباحث ضمن أساليب أخرى في إطار منهج المسح في الدراسات الإعلامية" (حسين، 1976، ص 36)

والمنهج التحليلي (**Analytical Survey**) هو منهج ضروري لكل دراسة تستهدف التحليل، وعرف "على أنه عملية تحليل عقلية أو فعلية لكل ما إلى أجزائه المؤلف منها وهو منهج يستخدم التصورات المجردة، ويقوم التحليل على تقسيم الموضوع الجاري دراسته إلى أجزائه المكونة له والظاهرة المعقدة إلى عناصر أبسط وهو ما يسمح للباحث من فصـــل الجوهري عن غير الجوهري ومن تحول بسيط إلى مركـــــــب (بدر، 1962، ص 110).

واعتمدنا هذه الأداة للكشف عن دور الإعلام المحلي الثقافي في الحفاظ على الثقافات المحلية في ظل التحولات الثقافية، وهذا عبر الإذاعات المحلية وكذا الكشف عن المواضيع الثقافية المحلية التي تطرحها هذه الإذاعات، وذلك من خلال تحليل محتوى عينة من الحصص والبرامج التي تتناول الثقافة المحلية.

ب - أدوات جمع البيانات:

تعتبر صحيفة تحليل المضمون هي الأداة الأنسب في دراستنا لجمع البيانات المتعلقة بالظاهرة المدروسة وقد احتوت على ما يلي:

1- فئة المظاهر الكمية والنوعية للعينة: ويتم من خلالها التعريف بمجموعة مفردات عينة الدراسة كوقت البث, مدة البث, دورية البث, تاريخ البث, شكل المادة الإعلامية.

2- فئات ماذا قيل؟: وتشمل ستة فئات هي:

1- فئة الموضوع: تستخدم كوحدة قياس للموضوعات وكوحدة تسجيل وحساب الأفكار

الخاصة بالأسباب والدوافع والآراء والقيم والمعتقدات والاتجاهات, فيكمن العثور عليها في جملة أو فقرة كاملة وهي الفكر الأكثر استخداما في دراسات تحليل المضمون، وتقوم هذه الفئة على تصنيف المضمون وفقا لموضوعاته فتجيب عن التساؤل الرئيسي الخاص بالموضوع ومجموعة الموضوعات الفرعية التي تدور حولها المادة الإعلامية.

وتهدف هذه الفئة إلى الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى والإجابة عن السؤال على ما يدور موضوع المحتوى، ذلك أن الوسيلة الإعلامية تعطي اهتماما للموضوعات التي تتفق مع سياستها التحريرية.

2- فئة الجمهور المستهدف: وتهدف هذه الفئة إلى الإجابة على التساؤل المتعلق بمن يهتم القائم بالاتصال حيث كانت هذه الفئة متمثلة في مستمعي الإذاعة المحلية (فئة الشباب).

3- فئة الوظيفة الإعلامية : وتم تفريغها إلى ما يلي:

- وظيفة الإعلام: ويتعلق ذلك بالأخبار ببعض المشاريع الثقافية مثلا.

- وظيفة التوعية: وذلك من خلال التعريف بضرورة المحافظة على الثقافة المحلية والهويات الأصلية للثقافة.

- وظيفة التثقيف: ومثال ذلك التعرف على بعض الكلمات المحلية ومعانيها.

- وظيفة الشرح: ويتجسد ذلك أكثر من خلال شرح العادات والتقاليد المحلية وبعض الأعراف.

- وظيفة التوجيه: من خلال عملية الإرشاد والعمل على إقناع المستمع بموضوع أو فكرة ما.

- وظيفة صياغة الواقع: من خلال وصف الحالة.

4- فئة الأهداف: أي إلى ما تهدف برامج الهوية الثقافية هل:

- المحافظة على الهوية الثقافية المحلية ؟
- تغيير الذهنيات نحو الثقافة العالمية؟
- تدعيم وتقوية الاستجابة للثقافة المحلية؟

5- فئة الفاعل: وتشير هذه الفئة إلى الأفراد والجماعات أو غيرها ممن يحركون الأحداث ويبادرون بالعمل وهم بهذه الدراسة ضيوف البرامج بالإضافة إلى مقدميها. والهدف من هذه الفئة هو تحديد موقف الأشخاص الفاعلين والكشف عن الجماعات المؤثرة التي يتم التركيز عليها.

6- فئة أسلوب الإقناع: تتعامل هذه الفئة مع الطرق والوسائل التي اتبعت لتحقيق الأهداف وتندرج تحتها كافة الأساليب التي اتبعت لعرض الفكرة, وهذا لمعرفة إن كانت هذه الأساليب تحليلية أم هي تبادل للأفكار، أم هي إملاء لآراء واتجاهات وتسعى إلى استثارة أكبر عدد من القراء والمستمعين، وإقناعهم بالأفكار التي يتبناها المحتوى الإعلامي، وسيتم تناول هذه الفئة من خلال:

أ- نمط الجاذبية المستعملة في الإقناع من خلال البرامج الثقافية المحلية.

ب- طبيعة المداخل الإقناعية (أخلاقية، دينية، علمية، اجتماعية، نفسية، قانونية، وعلمية).

ج- فئات كيف قيل: تهتم بالقالب أو النمط الذي قدمت من خلاله المادة الإعلامية أي كيف تم عرض هذه البرامج من حيث القوالب الفنية (حديث مباشر, تقرير، ندوة، وغيرها) وتم الاعتماد فيها على:

أ- فئة اللغة المستعملة (المستوى اللغوي): (فصحـــــــى التراث، فصحى العصر، عامية المثقفين، عامية المتنورين، عامية الأميين، لهجة محلية (دارجة)، فرنسية).

ب- فئة عناصر الإبراز: (مذيع فقط، مذيع مع مادة صوتية، حوار مع مراسل، وغيرها).

4- تحديد وحدات التحليل: وهي وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة ويعطي وجودها أو غيابها وتكرارها

دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية, وهناك نوعين من الوحدات:

أ- وحدات التسجيل:

وهي أصغر جزء في المحتوى يختاره الباحث ويخضعه للعد والقياس مثل: الكلمة أو الجملة أو الفقرة.

ب- وحدات السياق:

وهي وحدات لغوية داخل المحتوى (جملة عبارة فقرة موضوع) تفيد في التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل، التي يتم عليها العد والقياس, فهي الوحدات الأكبر لوحدات التسجيل وتحيط بها لتأكيد معناها فيتم العد والقياس على أساس سليم، وبذلك فقد تم اختيار وحدة الموضوع ووحدة المفردة كوحدتي السياق.

5- وحدات العد والقياس: وهي التي يتم من خلالها صياغة فئات المحتوى ووحدات التحليل بطريقة كمية ويتم ذلك باكتشاف ما إذا كانت الفئات أو الوحدات موجودة أو غير موجودة والتكرار الذي تظهر به الفئات أو الوحدات, إضافة إلى كمية أو مساحة الفئات والوحدات المختارة وقياس درجة الشدة التي تظهر بها الفئات والوحدات في المحتوى وقد تم الاعتماد على الطريقتين الثانية من خلال عد التكرارات والثالثة من خلال حساب الزمن والذي تم تحديد وحدته بالثانية.

رابعا: مجتمع وعينة الدراسة.

من أبجديات كل بحث علمي اختيار مجتمع البحث وتحديد العينة، وقبل ذلك يجب التعريف بكل منهما، حيث يمثل مجتمع البحث المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج البحث ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف، والذي يهدف الباحث دراسته وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن

الوصول إليه، والاقتراب منه لجمع البيانات والذي تعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها ونختار منه عينة بحث (إبراهيم، 2000، ص 13) .

ونظرا لصعوبة دراسة مجتمع البحث لكثرة وحداته تطلبه إمكانيات مادية وبشرية ضخمة، حيث أن مجتمع بحثنا هو الإذاعات المحلية في الجزائر والتي تعبر عن الإعلام المحلي نظرا لغياب الصحافة المحلية والتلفزيون المحلي، فإننا لجأنا في دراستنا إلى عملية التعيين لدراسة الظاهرة، وذلك باختيار إذاعة تبسة المحلية التي تخاطب مجتمعا محليا وتوجه له رسائل وتهتم بقضاياه، وعليه وقع اختيارنا للحصص الإذاعية من خلال هذه الإذاعة والتي تتناول الموضوعات الثقافية المحلية.

وتعرف" العينة على أنها وظيفة تمثيلية للمجتمع الكلي (Dagenais, 1991 , p 90) ، لذا اعتمدنا العينة القصدية "وهي التي يتم فيها اختيار المفردات بطريقة عمدية طبقا لما يراه الباحث من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات، بما يخدم أهداف البحث" (إبراهيم، 2000، ص 241).

ويعود سبب هذا الاختيار القصدي للعينة إلى بروز هذه الحصص في الإذاعة المحلية، التي تتناول المواضيع الثقافية المحلية فقمنا بالتوجه نحوها مباشرة، لتجنب تضييع الوقت واستثنينا الحصص الأخرى التي تبث عبر هاته الإذاعات.

خامسا: مفاهيم الدراسة.

1/ التنمية الثقافية

يعد مفهوم التنمية الثقافية (Cultural Development) مفهوما حديثا بالنسبة لأدبيات التنمية في العالم العربي، وذلك لأن الدارج حتى فترة قريبة من الآن في مصطلحات التنمية كل من التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهنالك مفهوم شامل هو

التنمية البشرية، والحقيقة أن التنمية مفهوم شامل يغطي كافة مجالات حياة الإنسان، وينسب البعض ظهوره بوصول الدول الإفريقية إلى سيادتها القومية، ذلك أنه لا وجود لتنمية مهما كان نوعها إلا في مناخ الحرية، فقد طرحت إفريقيا مشكلة التحرر كشرط ضروري لبروز ثقافتها على الساحة الدولية. وعليه يمكننا تأصيل المفهوم مع المحاولات الفردية من قبل الأفارقة، وقادتهم التي أدت إلى بروز الوعي الجماعي بأهمية الثقافة في ظل المطالبة بالحرية، وبغض النظر عن تاريخ هذه المحاولات، فإن نقطة الانطلاق والاهتمام بالتنمية الثقافية كانت في باندونغ في أفريل سنة 1955 (عفاف، وناصر،1995، ص 65) ، حيث إلى جانب المبادئ التي أثبتها وأعلنها المؤتمر والتي منها: حق الشعوب في تقرير مصيرها، والتعايش السلمي، فقد طرح المبعوثون إلى باندونغ قضية استعادة الثقافات الإفريقية، التي كان عليها أن تكون نتيجة لتحرير إفريقيا، وحقها في تقرير مصيرها. وقد برزت إلى الوجود فكرة كرامة الشعوب الإفريقية، والآسيوية مرتبطة أساسا بحريتها السياسية ولن يتأتى لها ذلك إلا بعد تعرفها على قيمة ثقافتها.

وتحولت التنمية الثقافية من نظرية حماسية إلى مبدأ ديناميكي، احتل دورا أساسيا في التنمية، وكما ذكر رئيس أحد هذه المؤتمرات" إن مدى هذا التحول هام جدا، فإذا كان النمو الاقتصادي عاملا أساسيا في التنمية، فإن الاختيارات الثقافية بشكل خاص هي التي تحدد اتجاهها، ووضعها لخدمة الأفراد والمجتمع، بهدف إشباع حاجاتهم وتطلعاتهم المشروعة".

2/ الدور

كلمة الدور مستعارة من حياة المسرح وأول من استعملها بهذا المعنى هو نيتشه (Nitcha) حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح وكأن التنظيم

الاجتماعي مسرح حياة الجماعة وأفرادها يملكون تلك الأدوار المتعددة والمختلفة حسب اختلاف مراكزهم(عدلي، 2001، ص 14).

الدور: هو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين, وللدور معنى إستاتيكي وآخر معياري, والمعنى الاستاتيكي يقصد به المعنى الذي يرتبط به, مثال ذلك أن يرتبط دور معين بجنس معين باعتبار أن ذلك أمرا بديهيا, أو شائعا داخل المجتمع, أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل, ويتم تحديد هذا المعنى طبقا لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع(عدلي، 2001، ص 15).

- والدور هو مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة, وتحتوي على مواقف وقيم وسلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة لينتون (Linton), بيّن المكانة والدور, حيث يعتقد أن المكانة هي مجموعة من الحقوق والواجبات, وأن الدور هو المظهر الديناميكي للمكان, فالسير على هذه الحقوق والواجبات معناه القيام بالدور.

توصل عدد من العلماء إلى إعطاء تعاريف متباينة كل حسب تخصصه واتجاهاته العلمية. من أهم هذه التعاريف أنه مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة وتحتوي على مواقف معينة محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة فهو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها المركز فالدور هو الجانب الحركي للمركز(اسماعيل، 1984، ص 7).

بما أن دراستنا تندرج ضمن المنظور الوظيفي للإعلام فإننا سنعرف الدور على أنه الوظيفة التي تؤديها إذاعة تبسة المحلية كمؤسسة إعلامية، تقوم بطرح ومعالجة مختلف الموضوعات الثقافية المحلية التي منها موضوع الثقافات الفرعية لجمهورها المحلي، خاصة منه الشباب هذا الدور يعد من واجباتها

الأساسية بناء على توقعنا بأن قيامها بهذا الدور سيؤثر على سلوك جمهور المستمعين بحيث ستزيد من ترسيخ هذا السلوك وهذا الوعي الثقافي لديهم.

3/ الإعلام المحلي

اشتق مصطلح المحلي "Local" الخاص بجميع بلدان أوروبا من الكلمة اللاتينية "locus" وهي تعني حرفيا "المكان" ولقد وجدت الكلمة في عديد من اللغات الأوروبية، وهي تشير إلى مكان صغير منفصل عن كيانات كبيرة المدى "Large-Scale" أو تشير إلى الجزء، وليس الكل وإضافة إلى ذلك المعنى العالمي ينطوي المصطلح على معان إضافية بعضها على النمط الأوروبي والبعض الآخر يعبر عن الخصائص القومية، وفي الانجليزية يشتمل المصطلح أيضا على عناصر من الجوار والقرية والمدينة والقطر والمقاطعة. وبمفهوم نظامي يشير مفهوم المحلي إلى كيان صغير نسبيا أو مكان بنطاق يمتد من الكبير إلى الصغير ولإيضاح ذلك فإن العالم "Global" تعني كل العالم والقاري "Continental" تعني إحدى قارات العالم كأفريقيا مثلا والقومي"National" تشمل على شعب أو دولة واحدة والإقليمي "Régional" تشمل على أجزاء من شعب أو دولة "دولة فدرالية إقليم قطر أو إقليم جغرافي" والمحلي "Local" يشتمل على جزء من إقليم أحيانا له وظيفة مركزية "منطقة حضارية مدينة بلدة قرية ودون المحلي "Sub local" يشتمل على أجزاء من المحلية "Locality" قطاع أو جزء مدينة (أحمد،2004، ص 67).

غير أن ترجمة كلمة "Local" وإضافتها إلى كلمة الإعلام قد تنصرف إلى كل وسائل الإعلام التي تنطلق داخل حدود الدولة كلها(المسلمي، 1993، ص 29) بمعنى آخر إعلام الدولة الوطني في مقابل إعلام الدول الأخرى يضاف إلى ذلك أن بعض الباحثين استخدم مفهوم الإعلام المحلي ليشير به إلى

مركز الإعلام الداخلي. وأخيرا فإن مفهوم الإعلام المحلي يمكن أن يمتد ليشمل ما قد يطلق عليه اتصالا محليا مثل أنشطة الثقافة والندوات وعروض العرائس وما شابه، ومعنى ذلك أن مصطلح المحلي والمحلية من المصطلحات المختلف عنها، فكثيرا ما نتناول المصطلح حسب الإطار الذي نصفه فيه فعندما نقول أخبار محلية فنحن نعني الأخبار الخاصة الداخلية في مقابل الأخبار العالمية والدولية، وقد تعني في الوقت نفسه الأخبار المتعلقة بمجتمع محلي أو إقليم من أقاليم الدولة، وعندما نقول صناعة محلية فإننا نعني أساسا أن الصناعة وطنية وليست أجنبية وقد نعني صناعة داخل المجتمع المحلي.

وأولى الملاحظات التي تتعلق بمفهوم "الإعلام المحلي" هي وجود نوع من الارتباك أو اللبس، الذي غالبا ما يصاحبه سواء أكان ذلك ناتجا عن السياق الذي يأتي فيه أو كان نتيجة ارتباطه بمفهوم آخر هو الإعلام الإقليمي، أو وسائل الإعلام الإقليمية ورغم أن ثمة اتفاق على ما تعنيه كلمة إعلام من حيث كونها عملية تفاعل بين أشخاص مرسلين ومستقبلين." كلمات صور ما شابه..." عبر وسيلة إعلام أو حتى بدونها فإن ذلك اللبس ينشأ في العادة عن كلمتي محلي "Local" وإقليمي "Regional" خاصة وأن كلا المفهومين يمكن أن يستخدما بمعان عدة. ولقد انعكس ذلك على استخدام الباحثين لكلا المفهومين" الإعلام المحلي والإعلام الإقليمي".

وهكذا تعددت استخدامات المصطلح الذي يعني كل ما يتعلق بالوطن ككل وينفي عنها صفة الأجنبية أو ما يتعلق بمجتمع محلي أصغر أو إقليم محدد (شكري، 1994، ص 19).

ونعرف الإعلام المحلي بأنه: " نوع من الإعلام محدود النطاق يختص باهتمام منطقة معينة (منطقة التغطية الإذاعية) والتي عادة تمثل

مجتمعا محليا والذي يمثل انعكاسا واقعيا لثقافته تلك الثقافة التي تحمل خصائص وسمات، مستهدفا - الإعلام المحلي- خدمة احتياجات سكانه ومحققا لتفاعلهم ومشاركتهم".

4/ الإذاعة المحلية

ورد في معجم المصطلحات الإعلامية بأن local radio هي" إذاعة تختص بإرسال داخلي لإقليم أو محافظة، وتتميز بأنها تختص بالشؤون الداخلية والمحلية والاقليمية أو المنطقة التي تغطيها فتعتني بأخبارها وفنونها المحلية والقضايا التي تعنيها وتعمل على تنميتها(وهبي، وغالي، 1978، ص 489).

ويعرف الاتحاد العالمي للإذاعة الإذاعة المحلية بأنها: " تستجيب لاحتياجات المجتمع المحلي الذي تخدمه، كما تسهم في تنميته وهي تناضل من أجل ديمقراطية الاتصال من خلال مشاركة المجتمع المحلي"(شلبي، 1978، ص 344).

5/ الثقافة المحلية

يجمع علماء الاجتماع على أن الثقافة المحلية تعني ثقافة خاصة بقسم معين من مجتمع ما، "و الثقافة المحلية هي جزء من الثقافة الكلية للمجتمع، ولكنها تختلف عن الثقافة الأم في بعض المظاهر كاللغة أو العادات أو القيم أو المعايير الاجتماعية ..وعلماء الاجتماع يشيرون أيضاً إلى ثقافات فرعية خاصة بالمهن والمراهقين والمجرمين والطبقات الاجتماعية في الثقافة الكلية الواحدة" (السويدي، 1991، ص 235).

وتعرف الثقافة المحلية بأنها الكل الذي ينطوي على متغيرات ثقافية توجد في أقسام معينة عند شعب بالذات، ولا تتميز الثقافة المحلية بسمة أو بسمتين منفصلتين، بل إنها تشكل أنساقا ثقافية متماسكة نسبيا وتقوم كمجموعة عوامل داخل العالم الأكبر المتمثل في الثقافة القومية (جابر، 1986، ص 135).

ويحدد هوجوريدنج Hago f.Reading اصطلاح الثقافة المحلية كما ورد في "قاموس العلوم الاجتماعية " من خلال المعاني الآتية (إبراهيم، 1985، ص 28):

- الثقافة المحلية هي الثقافة الخاصة بالطبقة أو الجماعة الاجتماعية والتي تتميز بأنها ثقافة مستقلة ومتغايرة عن الثقافة الكلية ولكنها لا تتعارض معها .

- الثقافة المحلية هي الثقافة التي تميز الجماعة بصفة التكامل والكلية اذا نظرنا إليها من داخل الجماعة نفسها .

- الثقافة المحلية هي الخصائص الثقافية أو السلوكية الشائعة في مجتمع فرعي معين.

- الثقافة المحلية هي الثقافة التي يتميز بها نمط معين من المجتمعات الفرعية.

- الثقافة المحلية هي تلك السمات الثقافية التي تميز جماعة فرعية معينة, ويطلق عليها "الجماعة الثقافية".

ويمكن تعريف الثقافة المحلية اصطلاحا على أنها: هي تلك الثقافة المحلية التي تحمل سمات وخصائص وسلوكيات والتي يتميز بها نمط معين من المجتمعات المحلية.

سادسا: المدخل النظري للدراسة.

تعتبر المداخل النظرية والمنهجية الإطار العام الذي يتبناه الباحث خلال مسيرته البحثية، ولقد تعددت المداخل حسب طبيعة وأهداف مجالات الدراسة، وبحثنا هذا يجمع بين ثلاث ميادين: الثقافة(مضمون)، والاتصال، والتنمية الثقافية، وبالتالي فهو يندرج ضمن قائمة البحوث العلمية إلى حقل سوسيولوجيا الاتصال التنموي، هذا الحقل العلمي الذي يقدم تحليلا ثقافيا أو رؤية إعلامية للدور التنموي الذي تقوم به مختلف وسائل الاتصال الجماهيري وعلى رأسها الإذاعة المحلية في المجتمعات المتخلفة.

ولما كانت دراستنا تبحث في " دور الإعلام المحلي في الحفاظ على الثقافة المحلية

في ظل التحولات الثقافة والثقافات الوافدة. فهي تبحث في الدور التنموي لأهم وسيلة اتصالية وإعلامية في منتصف القرن الماضي، لكن هذا الدور التنموي حصرناه في التنمية الثقافية، حيث لم يعد الحديث عن التنمية الشاملة دون تنمية ثقافية. إذ لطالما في البلدان النامية ارتبطت التنمية بشتى روافدها بالإذاعة المحلية لقربها من أفراد المجتمع المحلي وملامستها لواقعهم المحلي. وعلى هذا الأساس فإن البحث يستند إلى مقاربة سوسيواتصالية تتمثل في المدخل التنموي في مجال سوسيولوجيا الاتصال، وتجدر الإشارة أن المدخل التنموي في سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، ينطلق من تلك الفلسفة الوظيفية التي تؤمن بالدور الوظيفي للبناءات الفرعية والذي لابد أن يحقق التوازن والاستقرار الكلي. ونظام الاتصال متمثلا في (وسائل الاتصال الجماهيرية ومضامينها المختلفة) هو واحد من الأبنية الفرعية، له أدواره ووظائفه والتي ترمي إلى تنمية المجتمع وخدمته، وتحديدا في دراستنا هذه، تنمية المجتمع ثقافيا من خلال ترسيخ الثقافات الفرعية لدى شريحة مهمة من شرائح المجتمع ألا وهي الشباب. فلقد برزت في السنوات الأخيرة تحليلات سوسيولوجية، تهتم بدراسة سوسيولوجيا وسائل الاتصال وعلاقتها بعملية التحديث والتنمية سواء في المجتمعات النامية أو المتقدمة.

وجاءت معظم هذه التحليلات لتشير في مجملها إلى أهمية دراسة وتحليل التراث السوسيولوجي لوسائل الإعلام والاتصال، ومدى تأثير هذه الوسائل على عمليات التقدم في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية. وكشفت هذه التحليلات السوسيو- إعلامية في وقتنا الراهن عن أهمية رؤية وتصورات علماء الاجتماع والسياسة والإعلام والاقتصاد والانثربولوجيا والنفس وغيرهم من الذين أسهموا في إضفاء

الروح العليمة والأكاديمية على أهمية دور وسائل الاتصال في التنمية والتحديث في مختلف المجتمعات في العصر الحديث، وهذا ما ظهر في كتابات " تشارلز رايت ميلز" T.R.milz خاصة في كتابه "قوة الصفوة"، وغيره من الرواد الآخرين.

وتستمد هذه الدراسات روحها من مبادئ الوظيفية التي تؤكد أن وسائل الإعلام تعتبر نسقا اجتماعيا، له دوره المحدد في المجتمع، والذي يهدف في الأخير إلى تحقيق التوازن الكلي في النسق العام، فالتنمية الثقافية ترتبط بالبناء الاجتماعي ارتباطا وثيقا، بحيث لا يمكن الوصول إليها وتحقيق أهدافها إلا من خلال التوازن بين النظم والأنساق الاجتماعية كلها، فكل تغير في نسق اجتماعي يصاحبه تغير في الأنساق الأخرى بصورة متكاملة. وبما أن النسق لا يؤدي وظيفته إلا من خلال تكامله وتناغمه مع الأنساق الأخرى في المجتمع، فإن جميع الأنساق والنظم الاجتماعية تلعب أدوارا مختلفة ومتوازنة في عملية التنمية الثقافية.

ويعتبر "دانيال ليرنر" D.learner من أبرز الرواد الذين درسوا وطرحوا مجموعة من الأفكار والتصورات حول عمليات التنمية والتحديث الاجتماعية والاقتصادية، مركزا بصورة أساسية على دور وسائل الإعلام في تحول وتغير المجتمعات التقليدية(عبد الرحمان، 2000، ص 198). وذلك لاعتقاده بأهمية هذه الوسائل في عمليات التنمية والتحديث واعتبارها من أهم أدوات وآليات التغيير الاجتماعي على وجه الخصوص، لأن وسائل الإعلام لها القدرة على تعبئة مجموعة من المخرجات في الحياة السياسية والسيكو-اجتماعية في المجتمعات التقليدية وخاصة في عقول وقلوب شعوبها عموما نحو نشأة وخلق أمم جديدة، لتعيش في المجتمعات الحديثة في المراحل اللاحقة، وهذا مما لا شك فيه، يتم أولا عن طريق تحديث وتطوير وسائل الاتصال

المختلفة ثم توجيهها نحو تنمية وخدمة المجتمع ككل.

ولعل أهم ما توصل إليه "ليرنر" في تحليلاته هو المعوقات التي تحول دون القيام الأمثل لوسائل الإعلام بدورها، وذلك من خلال دراسته لدور الإعلام في الهند وإيران ومصر، فتوصل إلى نوعية الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية قد حدت من طبيعة الدور الوظيفي لهذه الوسائل الإعلامية مما أفقدها كثيرا من أدوارها في عملية التنمية والتحديث.

ومن جهة أخرى، نجد هناك تحليلا أكثر حداثة، حيث سعى "ولبر شرام" W.shram إلى التأكيد من أن وسائل الاتصال هي وسائل وأدوات للتغيير الاجتماعي الشامل، كما لهذه الوسائل من وظائف متعددة وخاصة في الدول النامية التي تسعى إلى التقدم والتغير والتطور السريع (عبد الرحمان، 2002، ص 130)، وتعتبر دراسته الرائدة حول " أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية" مرجعية علمية لدور وسائل الإعلام في التنمية في المجتمعات المتخلفة ومدى حاجة هذه الأخيرة لهذه الوسائل من أجل المساهمة في التنمية والتغيير الاجتماعيين. لذلك فهؤلاء ينظرون إلى وسائل الاتصال نسقا من أنساق المجتمع، له أدواره المهمة والحساسة من أجل الدفع بحركة التنمية والتطور.

وعلى هذا النحو، فقد تم تبني هذا المدخل التنموي في دراستنا على اعتبار أن الإذاعة لطالما كانت قوة لا يستهان بها في مجال التغيير أو التنمية، كما تعتمد عليها الدول - خاصة في عالمنا النامي- في عمليات التغيير الاجتماعي لقدرتها الفائقة على محاكاة واقع الأفراد لاسيما الإذاعة المحلية التي أصبحت اليوم ضرورة لا نقاش فيها لما لها من دور فعال في التأثير على أفراد المجتمع المحلي بالغوص في أعماق ثقافتهم وعاداتهم وأفكارهم ومشكلاتهم اليومية، ومخاطبتهم

بلسانهم، والتعبير عن طموحاتهم وآمالهم، ومن هنا يمكن تحسس أهمية هذا الدور التنموي من خلال تفاعل الإذاعة المحلية مع الواقع الثقافي المحلي للمجتمعات.

هذا ومن خلال المثال الجزائري، كواحد من نماذج العالم المتخلف أو النامي، لطالما اعتبرت الإذاعة المحلية وسيلة مثلى وضرورية للارتقاء بالمجتمعات المحلية وتنميتها، وإدماجها في الحياة الوطنية وربطها بثقافتها الخاصة المحلية.

سابعا: نتائج الدراسة

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها:

أولا: - أسفرت الدراسة التحليلية على تنوع المواضيع الثقافية المحلية المطروحة من قبل الإذاعة المحلية عاكسة الثقافة الفرعية بشقيها المادي واللامادي فبرزت العادات والتقاليد والقيم والنظم والأعراف والطقوس والرموز والاحتفالات العامة والآثار المادية قادرة بذلك على مواجهة التحولات الثقافية وكذا الثقافات الوافدة.

ثانيا: - دلت الدراسة على أن برنامج "مملكة الابداع" اعتمد على أسلوبه في التقديم بمذيع فقط بنسبة (56.80%). أما برنامج "من عمق البادية" فإن أسلوب تقديمه اعتمد بنسبة أكبر على التقديم بمذيع فقط وذلك بنسبة (42.58%). أما برنامج " اللمة" اعتمد في الدرجة الأولى على أسلوب الحوار مع ضيف بنسبة (36.15%).

برنامج "شارع الثقافة" اعتمد على أسلوبه في التقديم على أسلوب الحوار مع ضيف بنسبة (44.80%).

أما برنامج" من التراث" اعتمد في أسلوب تقديمه بالدرجة الأولى على مشاركة الجمهور بنسبة (28.83%).

- أسفرت الدراسة على أهمية عناصر إبراز البرامج ودورها في تدعيم الرسالة الإعلامية حيث تزيدها قوة وإقناعا ومن هنا تبرز أهميتها

كعنصر من عناصر التأثير، فنجد المؤثرات الصوتية المصاحبة للصوت البشري الحي وكذا نجد الصوت البشري الثابت، وكانت أهم عناصر الإبراز الذي استعمل بنسبة أكبر الصوت البشري الحي فنجد أن النسبة بلغت (69.76%) في برنامج " اللمة" ، أما المؤثرات الصوتية جاءت في المرتبة الثانية في عناصر إبراز البرامج الإذاعية فقد بلغت أعلى نسبة في برنامج "ناس الهمة" (33.68%). وفي المرتبة الأخيرة نجد الصوت البشري الثابت بنسب أقل في جميع البرامج وبنسب متقاربة.

- أسفرت نتائج الدراسة التحليلية على أن رسائل الثقافة الفرعية التي تبثها الإذاعة المحلية تستهدف جمهورا واسعا غير متجانس سواء من حيث السن أو الجنس أو المستوى التعليمي أو المكانة الاجتماعية وكذا النتائج المتعلقة بفئة الجمهور. إذ احتلت اللهجة المحلية المرتبة الأولى في استخدامها في برامج عينة الدراسة فوصلت النسبة إلى (40.82%) في برنامج من التراث، لتأتي فصحى التراث في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام فوصلت نسبة (24.14%) في برنامج مملكة الإبداع، أما عامية المثقفين وعامية الأميين احتلت المراتب الأخيرة من حيث استعمالها، لتأتي الفرنسية بنسبة ضئيلة جدا.

-دلت نتائج الدراسة على أن الإذاعة المحلية أنتجت ما نسبته (100%) من الأعمال الإذاعية ذات المضمون الثقافي (الثقافة الفرعية)، أي الستة برامج عينة الدراسة، وكان مكان تسجيل تلك البرامج موزع بين الاستوديوهات الإذاعية للإذاعة، فبلغت النسبة(92.59%) في برنامج "مملكة الإبداع" ، وعبر ذلك عن الخلل لدى القائم بالاتصال في الإذاعة لعدم النزول الميداني على مستوى كل تراب الولاية من أجل إثراء الجانب البرامجي من واقع الميدان .فيما احتل التسجيل الخارجي المرتبة الثانية بنسبة وصلت إلى (55.55%) في برنامج " من

عمق البادية" ، فاعتماد الإذاعات المحلية الجزائرية على ذاتها في إنتاج مثل هكذا برامج لم يخلق بعد المنافسة للقطاع العام فيبث روح التنافس بشكل فعال.

- أسفرت نتائج الدراسة على أن نسبة تسجيل البرامج في البيئة الحضرية كانت هي الأعلى فقد وصلت إلى (87.04%) في برنامج "شارع الثقافة" ، بينما كانت نسبة تسجيل البرامج في البيئة الريفية هي الأدنى خصوصا في بعض البرامج مثل برنامج " شارع الثقافة" حيث بلغت النسبة (07.41%)، أما فيما تعلق بالبيئة غير المعروفة فقد كانت النسب ضئيلة في البرامج مقارنة بالبيئتين الحضرية والريفية.وهذه النتائج تؤكد تركيز الإذاعة المحلية على البيئة الحضرية أكثر من الريفية.

- دلت الدراسة إلى أن الإذاعة المحلية لجأت كغيرها من وسائل الإعلام الأخرى إلى استخدام أساليب مختلفة لإقناع الجمهور بجدوى الرسائل الموجهة إليه، والدعوة إلى التفاعل معها والتجاوب مع مضمونها. فاستندت رسائلها الإعلامية على عدة استمالات لإحداث عملية الترسيخ. فاحتلت الاستمالات العقلية المرتبة الأولى في البرامج عينة الدراسة مقارنة بالأنواع الأخرى من الاستمالات حيث نجد برنامج " مملكة الإبداع" استحوذ على نسبة (59.15%)، فالتركيز على الاستمالات العقلية في البرامج يدل على حرص القائم بالاتصال على مخاطبة عقول الجماهير وخاصة الشباب لتبصريهم بما يدفع للحفاظ على الثقافة الفرعية. أما الاستمالات العاطفية المستخدمة في البرامج قيد التحليل فقد جاءت في المرتبة الثانية فنجد برنامج " ناس الهمة " استحوذ على نسبة (44.87%)، أما عن استمالات التخويف في البرامج فقد جاءت نسبها ضئيلة و ذلك لطبيعة البرامج التي لا تتوائم مع هذا النوع من تلك الاستمالات المعتمدة.

- أسفرت الدراسة على تصدر فئة المشاركة عن طريق حضور الضيوف المرتبة الأولى، وترجم ذلك من خلال الحضور في كل البرامج عينة الدراسة إذ تصدر برنامج " من عمق البادية" بقية البرامج بنسبة (43.20%) فالمشاركة بالحضور عبرت عن الدور المحوري الذي يؤديه الضيف في إثراء مضمون البرامج الثقافية المحلية كونه يعطيها مصداقية من خلال الشرح والتفسير وإعطاء الإحصاءات والوقوف على التجارب الشخصية. كما يؤدي الاتصال الشخصي دوره التفاعلي بين المذيع والضيف هذا التفاعل الذي يغذي البرنامج ويزيده حيوية. ومشاركة الجمهور عن طريق الاتصال الهاتفي احتلت المرتبة الثانية من بين وسائل المشاركة الأخرى حيث جاءت النسبة الأعلى في برنامج "من التراث" بـ(83.33%)، وحافظ البريد العادي على مكانته كطريقة لتواصل الجمهور مع الإذاعة حيث جاء في المرتبة الثالثة فنجد أن برنامج "اللمة" تصدر بقية البرامج بنسبة (27.91%) وجاء كل من البريد الالكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي في المراتب الأخيرة من حيث استخدامها كطريقة للمشاركة في البرامج الثقافية المحلية.

- دلت الدراسة على أن البرامج عينة الدراسة، ركزت في إقناعها لجمهور الشباب على المداخل الاجتماعية وتجلى ذلك في النسب التي تبزر في البرامج إذ حاز برنامج "من التراث"على النسبة الأعلى(26.14%)، كما ركزت البرامج عينة الدراسة في المرتبة الثانية على المداخل الدينية فاحتل برنامج "ناس الهمة" المرتبة الأولى بنسبة (23.45%)، وجاءت المداخل الأخلاقية في المرتبة الثالثة.

- أسفرت الدراسة على أن جميع البرامج عينة الدراسة مدرجة على الخارطة فدل على مدى الاهتمام الذي توليه الإذاعة المحلية للبرامج الثقافية المحلية على غرار بقية البرامج

المشكلة للخارطة البرامجية الموضوعة من قبل القائمين عليها.

- أسفرت الدراسة على أن قالب الندوة تصدر المرتبة الأولى من بين القوالب الأخرى فجاء برنامجي "مملكة الابداع" و" من عمق البادية" في المرتبة الأولى بنسبة (57.45%)، مما عكس فاعلية الندوة من خلال ذكر دور الاتصال الشخصي في إحداث التفاعل بين المذيع والضيف، الأمر الذي يؤدي إلى إحداث ترسيخ للمضامين الثقافية المحلية، ليأتي القالب التقريري في المرتبة الثالثة.

- دلت الدراسة على أنه رغم تنوع تقديم البرامج وتنوع المشاركة فيها، إلا أن مقدم البرنامج أدى الدور الفاعل على غرار الفئات الأخرى، إذ مثل برنامج "شارع الثقافة" النسبة الأعلى بـ(50.91%)، أما فئة الضيوف كعنصر فاعل في البرامج جاءت في المرتبة الثانية، فنجد برنامج "من عمق البادية" تصدر البرامج بنسبة (49.50%). و فئة المشاركون عبر الهاتف جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة .

- أسفرت الدراسة على أنه من الصعوبة بما كان تقسيم جمهور الشباب تقسيما دقيقا لكنها اعتمدت على مدخلين في هذا التقسيم: المدخل الأول وتمثل في المستوى التعليمي(متعلم- أمي) والمستوى الثاني مكان الإقامة (الريف - الحضر) ويمكن أن يتقاطعا هذين التقسمين.

على المستوى التعليمي: فئة الشباب المتعلم هي الفئة الأكبر التي استهدفتها برامج الثقافات الفرعية، وهذا الاستهداف لا يتم من خلال تصميم رسائل تراعي ميولات الشباب وتطلعاتهم وتحل مشكلاتهم الثقافية وتزودهم بالموروث الثقافي و التراثي للمنطقة، بل يتعدى إلى إشراكهم في هذه البرامج وتجلى في برنامج " مملكة الإبداع" الذي تصدر بقية البرامج وبنسبة (36.14%).

أما على مستوى مكان الإقامة: فئة شباب الحضر جاءت في المرتبة الأولى إذ تصدر برنامج "مملكة الابداع" المرتبة الأولى وبنسبة (39.76%) وجاءت فئة شباب الريف في المرتبة الثانية حيث تصدر برنامج "من التراث" المرتبة الأولى وبنسبة (23.91%).

- أسفرت الدراسة على أن البرامج الستة ركزت على الجاذبية الايجابية بنسب متقاربة ففي برنامج " مملكة الإبداع" وصلت النسبة إلى (49.21%) و (47.95%) لبرنامج " ناس الهمة" أما الجاذبية السلبية والحياد فقد جاءتا في المرتبة الثانية بعد الجاذبية الايجابية.

- دلت الدراسة على أن الرسائل المعروضة من خلال برامج عينة الدراسة اعتمدت على عدد من الحجج أولها الحجج العلمية بنسبة (32.26%) لبرنامج "من التراث". وثانيها الحجج المتعلقة بالموروث الاجتماعي والتي جاءت نسبها مرتفعة مقارنة مع بقية الفئات فنجد (29.04%) لبرنامج مملكة الابداع، وثالثها الحجج التاريخية حيث احتل برنامج " من التراث" النصيب الأكبر بنسبة (35.48%) أما الحجج الدينية جاءت نسبها ضئيلة في البرامج الستة حيث وصلت إلى نسبة (07.68%) في برنامج " مملكة الابداع" .

ثالثا: - دلت الدراسة على أن البرامج عينة الدراسة تقوم بخمسة وظائف: أولها الإعلام بنسبة (30.66%) في برنامج " شارع الثقافة"، وثانيها التوعية بنسبة (26.28%) في برنامج " ناس الهمة"، وثالثها الشرح بنسبة (26.67%) في برنامج "من التراث"، ورابعها التوجيه احتل برنامج "شارع الثقافة" بنسبة (27.74%)، وخامسها صياغة الواقع احتل برنامج "اللمة" بنسبة (21.01%)، فالبرامج عينة الدراسة غطت جميع الوظائف الرئيسية التي تضطلع بها وسائل الإعلام المختلفة، وهذا ما عبرت عنه النسب فقد جاءت نسب الوظائف المقدمة من خلال البرامج متقاربة والذي يعتبر مؤشرا لتكامل هذه الوظائف.

رابعا: - أسفرت الدراسة على أن تشكيل استجابة الجذب نحو الثقافة الفرعية هي أكثر أهداف البرامج فجاء برنامج " ناس الهمة" في المرتبة الأولى بنسبة (45.90%)، أما الهدف الثاني وهو تغيير الاستجابة الحالية فمثل برنامج " من عمق البادية" أعلى نسبة قدرت بـــ (47.18%)، والهدف الثالث الذي تمثل في تدعيم الاستجابة الحالية فجاء برنامج "اللمة" في المرتبة الأولى بنسبة (25.86%). وآخر هدف والمتمثل في التعريف بالثقافة الفرعية جاءت أعلى نسبة (36.14%) في برنامج " شارع الثقافة" .

خامسا:

- دلت الدراسة على تصدر فئة التعاون بقية الفئات الأخرى فنجد برنامج "شارع الثقافة" جاء في المرتبة الأولى بنسبة (19.84%)، ثم جاءت قيمة الأمانة في المرتبة الثانية حيث نجد برنامج "شارع الثقافة" تصدر بقية البرامج بنسبة (18.25%)، أما قيمة التسامح فجاءت في المرتبة الثالثة حيث نجد برنامج "شارع الثقافة" تصدر بقية البرامج بنسبة (15.87%)، أما بقية القيم الأخرى جاءت في المراتب الموالية وبنسب متقاربة ليدل ذلك التقارب على حضور هذه القيم في حياة أفراد المجتمع المحلي لمنطقة التغطية.

- أسفرت الدراسة على تصدر العصبية القبلية بقية الفئات فنجد برنامج "من التراث" جاء في المرتبة الأولى بنسبة (25.86%)، وجاءت فئة الأخذ بالثأر في المرتبة الثانية من بين الفئات فنجد برنامج "مملكة الإبداع" جاء في المرتبة الأولى بنسبة (23.53%)، جاءت الفئات الثلاث المتبقية وعلى الترتيب (الحسد، الغيرة، الغرور) في المراتب الموالية، إذ أنها قيم سلبية مرفوضة اجتماعيا نظرا لأثارها السلبية على الفرد والمجتمع، ونظرا لنهي ديننا الحنيف عليها.

- أسفرت الدراسة على تصدر فئة القيمة بقية الفئات الأخرى حيث نجد أن برنامج "اللمة"

استأثر بالنسبة الأكبر(24.27%)، وجاءت فئة التكيف في المرتبة الثالثة وتصدر برنامج "مملكة الإبداع" بقية البرامج بنسبة (19.48%)، وجاءت بقية الفئات في المراتب الموالية وبنسب متقاربة دالا ذلك التقارب على تكامل هذه القيم في أهدافها وكذا تقاربها في الآليات والمفاهيم.

- دلت الدراسة على تصدر فئة الاعتقاد بالعين بقية الفئات الأخرى فجاء برنامج"من التراث" في المرتبة الأولى وبنسبة (35.37%)، في حين جاءت فئة الاعتقاد بالسحر في المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى، حيث برنامج "شارع الثقافة" جاء في المرتبة الأولى وبنسبة (33.33%)، أما فئة الاعتقاد بالحسد فجاءت في المرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى، فنجد برنامج "اللمة" جاء في المرتبة الأولى وبنسبة (22.35%).

- أسفرت الدراسة على تصدر فئة الكتب المقدسة باقي الفئات الأخرى، ونجد برنامج "من التراث" احتل المرتبة الأولى من بين البرامج بنسبة (22.22%)، دالة على أن الكتب المقدسة هي منبع كل الأفكار والمعتقدات الدينية. وجاءت فئة الاعتقاد بالنبوة في المرتبة الثانية من بين الفئات، ونجد برنامج "مملكة الإبداع" احتل المرتبة الأولى من بين البرامج بنسبة (20.00%) أما المعتقدات الأخرى فجاءت في المراتب الموالية وبنسب متقاربة، دالة على حضورها في مكونات معتقدات الفرد في منطقة التغطية.

- دلت الدراسة على تصدر فئة شعيرة الصلاة بقية الفئات الأخرى، حيث نجد برنامج "مملكة الإبداع" جاء في المرتبة الأولى بنسبة (21.19%)، في حين جاءت فئة شعيرة الصوم في المرتبة الثانية من بقية الفئات الأخرى، حيث تصدر برنامج "مملكة الإبداع" بقية البرامج بنسبة (19.49%)، وجاءت بقية الشعائر الأخرى في المراتب الموالية وبنسب متقاربة، دالا ذلك التقارب على حضور تلك

الشعائر في حياة أفراد منطقة التغطية، لأنها جزء من دينهم وعقائدهم، ورغم أن ممارسة تلك الشعائر يتم بشكل مناسبتي مثل الحج والعمرة والنذور، والولائم. إلا أنه يبقى الحرص على تأديتها وبطريقة خاصة، والتي تعبر عن خصوصية المنطقة.

- دلت الدراسة على تصدر فئة الوشم بقية فئات الرموز فنجد برنامج "مملكة الإبداع" جاء في المرتبة الأولى بنسبة (25.43%)، في حين جاءت فئة الحناء جاءت في المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى حيث نجد برنامج "مملكة الإبداع" تصدر بقية البرامج بنسبة (22.03%)، أما فئة الحلي جاءت في المرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى حيث نجد برنامج "شارع الثقافة" تصدر بقية البرامج بنسبة (18.94%)، لتأتي بقية الفئات في المراتب الموالية وبنسب متقاربة، مترجمة حضورها إلى جانب الفئات الثلاث كرموز في حياة أفراد منطقة التغطية.

- أسفرت الدراسة على تصدر فئة الأعراس بقية الفئات الأخرى، فجاء برنامج "مملكة الإبداع" في المرتبة الأولى بنسبة (23.58%)، في حين جاءت فئة الختان في المرتبة الثانية، فنجد برنامج "ناس الهمة" تصدر بقية البرامج بنسبة (20.42%)، فالأعياد الدينية والتي جاءت في المرتبة الثالثة، حيث نجد أن برنامج " من التراث" تصدر بقية البرامج بنسبة (19.16%)، لتأتي في المرتبة الأخيرة الأعياد الوطنية.

- أسفرت الدراسة على تصدر فئة الأخلاق الاجتماعية بقية الفئات حيث نجد برنامج "من التراث" احتل المرتبة الأولى بنسبة (17.61%)، في حين جاءت فئة الأخلاق الإنسانية في المرتبة الثانية من بقية الفئات، حيث احتل برنامج "اللمة" المرتبة الأولى بنسبة (17.50%)، وجاءت فئة الأخلاق الدينية في المرتبة الثالثة من بقية الفئات،فاحتل برنامج "اللمة" المرتبة الأولى بنسبة (16.50%)،أما

بقية الفئات الأخرى جاءت في المراتب الموالية وبنسب متقاربة فجاءت المرتبة الرابعة: فئة الأخلاق الفنية الجمالية ثم المرتبة الخامسة: فئة الأخلاق العقلية فالمرتبة السادسة: فئة الأخلاق المهنية والمرتبة السابعة: فئة الأخلاق العلمية وأخيرا المرتبة الثامنة: الأخلاق البدنية.

- أسفرت الدراسة على تصدر فئة نظام الأسرة الكبيرة حيث جاء برنامج "اللمة" في المرتبة الأولى وبنسبة (64.29%)، وجاءت فئة نظام الأسرة الصغيرة في المرتبة الثانية إذ جاء برنامج "شارع الثقافة" في المرتبة الأولى وبنسبة (50.00%).

- خلصت الدراسة إلى أن نظام الزواج الفردي كان أكثر انتشار في المجتمع المحلي التبسي حيث جاء برنامج " من التراث" في المرتبة الأولى في تركيزه على هذا النظام وقدرت النسبة بـ (77.27%)، في حين لم يحظى نظام الزواج المتعدد بتركيز من برامج الثقافة الفرعية في الإذاعة المحلية حيث تصدر برنامج "شارع الثقافة " بقية البرامج في تركيزه على هذا النظام بنسبة بـ (38.46%).

- توصلت الدراسة إلى أن فئة السكن الجماعي جاءت في المرتبة الأولى حيث نجد أن برنامج "من التراث" جاء في المرتبة الأولى بنسبة (78.57%)، وجاءت فئة السكن الفردي التي في المرتبة الثانية واقترانها بالأسرة الصغيرة.

- أسفرت الدراسة على أن نظام الجيرة جاء في المرتبة الأولى من بين النظم الأخرى وتصدر برنامج "من التراث" بقية البرامج وبنسبة (32.78%)، أما نظام العشيرة جاء في المرتبة الثانية من حيث التركيز عليه من قبل البرامج قيد الدراسة فنجد برنامج "مملكة الإبداع" تصدر بقية البرامج وبنسبة (28.57%).أما نظام القبيلة جاء في المرتبة الثالثة من بين النظم الأخرى وتصدر برنامج "اللمة" بقية البرامج وبنسبة (24.47%)،

جاءت الدولة وسلطاتها في المرتبة الأخيرة من بين النظم السابقة.

- أسفرت الدراسة على تصدر فئة الفروسية بقية الفئات الأخرى فجاء برنامج "من عمق البادية " في المرتبة الأولى بنسبة (19.93%)، ثم جاءت فئة الألعاب الشعبية في المرتبة الثانية فنجد برنامج "من عمق البادية " تصدر بقية البرامج بنسبة (19.23%)، وجاءت فئة الرقص الشعبي في المرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى فتصدر برنامج "مملكة الإبداع" بقية البرامج بنسبة (25.00%). وجاءت بقية الفئات الأخرى في المراتب الموالية وبنسب متقاربة دالة على غزارة وتنوع التراث المادي لمنطقة التغطية.

- أسفرت الدراسة عن تصدر فئة الحكم والأمثال الشعبية المحلية بقية الفئات الأخرى، فجاء برنامج "ناس الهمة" في المرتبة الأولى بنسبة (23.48%)، ثم جاءت فئة الموسيقى الشعبية المحلية في المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى، حيث تصدر برنامج "ناس الهمة" بقية البرامج بنسبة (21.74%)، وتلتها وبنسب متقاربة جدا فئة الحكايات الشعبية.

- دلت الدراسة على تصدر الأسطورة الطقوسية المرتبة الأولى بقية فئة الأساطير فجاء برنامج "من التراث" في المرتبة الأولى بنسبة (34.86%)،وجاءت الأسطورة التاريخية في المرتبة الثانية حيث تصدر برنامج "شارع الثقافة" بقية البرامج بنسبة (30.43%)، ثم جاءت الأسطورة الرمزية في المرتبة الثالثة من بين الأساطير حيث تصدر برنامج "من عمق البادية " بقية البرامج بنسبة (24.28%)، وجاءت الأسطورة التعليلية في المرتبة الأخيرة.

- أسفرت الدراسة على أن عرف الصلح احتل المرتبة الأولى في برامج عينة التحليل حيث بلغت النسبة (45.35%) في برنامج " ناس الهمة" ثم جاء عرف المعاملات في المرتبة الثانية حيث تصدر برنامج "مملكة الإبداع"

بقية البرامج بنسبة (39.47%)، أما عرف المهر فقد جاء في المرتبة الأخيرة من بين الفئات الثلاث.

- أسفرت الدراسة على أن مهارة الصناعة الصوفية احتلت المرتبة الأولى من بين فئة المهارات حيث استحوذ برنامج " من عمق البادية" على أعلى نسبة (27.22%)، أما مهارة التطريز فقد جاءت في المرتبة الثانية فيبرز برنامج "من عمق البادية" بأعلى نسبة على غرار بقية البرامج بنسبة (24.45%) وجاءت مهارة صناعة الأدوات الموسيقية الشعبية في المرتبة الثالثة وتصدر برنامج "من عمق البادية" البرامج بنسبة (21.67%) كما جاءت بقية البرامج في المراتب الأخرى وبنفس النسبة (20.00%). وجاءت كل من صناعة الخشبية والصناعات النحاسية في المراتب المتأخرة، ولا يدل هذا على عدم حضورها في الصناعات التقليدية بمنطقة التغطية، لأنها جاءت بنسب متقاربة مع بقية الصناعات التقليدية، كما أنها تكمل بقية الصناعات.

- دلت الدراسة على أن مصادر الثقافة في البرامج قيد الدراسة تعتمد على عدة مؤسسات مجتمعية: كان على رأسها المؤسسات الدينية بنسب متفاوتة وصلت النسبة الأعلى(34.88%) في برنامج " من عمق البادية" وجاءت الأسرة في المرتبة الثانية فبلغت أعلى نسبة (26.16%) في برنامج " ناس الهمة" ثم وسائل الإعلام في المرتبة الثالثة فتصدر برنامج "شارع الثقافة" البرامج بأعلى نسبة والتي كانت (33.33%)، وجاءت بقية المصادر في المراتب الأخرى وبنسب متقاربة لتدل على أن مصادر الثقافة في البرامج الثقافية قيد الدراسة متنوعة وهذا يعود إلى طبيعة الثقافة في تكوينها فهي تأخذ من عدة مصادر وتتفاعل هذه الأخيرة لترسم لنا ملامح الثقافة في كل مجتمع ويعود كذلك إلى النظام الاتصال وإلى

دور كل عنصر من العناصر والمصادر في تكوينها.

ثامنا: التوصيات

أولا: على مستوى الوسيلة ومضمونها:

1- إنتاج المضامين الثقافية والإعلامية المحلية:

وخصوصا تلك المضامين التي تبرز مضامين الثقافة الفرعية. وذلك بالنزول للميدان من أجل رصد تجليات الثقافة الفرعية خصوصا في المناطق التي لا تزال محافظة على موروثها الثقافي قصد إبرازه للشباب وهذا تحقيقا لأهداف التنمية الثقافية التي بدورها تساهم في نشر السلم المجتمعي.

2- تطوير الإعلام المحلي:

من خلال الأساليب التقنية من إخراج وتقديم وكذا التنويع في القوالب الإذاعية التي من شأنها أن تجذب الشباب.

3- تعزيز التواجد على الشبكة العنكبوتية:

وذلك بتفعيل المواقع الإلكترونية للإذاعات المحلية، وخلق مساحات تفاعلية مع الشباب

ثانيا: على مستوى الشباب والذي يستقبل الثقافات الوافدة:

1- ضرورة الاهتمام بالشباب ورعايتهم وتزويدهم بمستجدات و مستلزمات العصر وذلك بإشراكهم في بناء الرسالة الإعلامية.

2- التركيز في المناهج الدراسية على ظاهرة العولمة بما لها وما عليها وبيان أثرها على مجالات الحياة الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية، والتركيز على أثرها في الثقافات الفرعية. وذلك بتفعيل الإعلام المدرسي الذي بات ضرورة ملحة من أجل زرع الثقافة الفرعية في عقول النشء.

3- دعم السبل والطروحات الحضارية بين الشباب خاصة التي تدعو إلى الحفاظ على الثقافة الفرعية، ومواجهة الثقافات الوافدة مع الاعتراف والقدرة على التعامل الإيجابي مع حقيقة التعددية الفكرية والثقافية

والسياسية والاقتصادية بين مجتمعات العالم نشرا لثقافة السلم المجتمعي، لأن الحفاظ على الثقافة لا يتحقق من خلال الحفاظ عليها كما هي، بل من خلال إعادة بنائها في إطار العولمة والثورة العلمية والمعلوماتية والتقنية وتكنولوجيا الاتصالات .

الخاتمة:

حاولنا في دراستنا هذه الوقوف على الدور الذي يضطلع به الإعلام المحلي في ترسيخ المضامين الثقافية لمجاراة التحولات الثقافية ومجابهة الثقافات الوافدة وتعزيزا للتنمية الثقافية، وخصوصا تلك المتعلقة بالموروث الثقافي بشقيه المادي واللامادي، فربطنا الإعلام بالثقافة، لإبراز الدور التنموي الذي تؤديه وسائل الإعلام داخل المجتمعات، تلك المخرجات التنموية التي لم تعد تقف عند التنمية الشاملة كمفهوم ضبابي لا يتحقق رغم صرف الأموال الطائلة، فبات من الضروري الحديث عن التنمية الثقافية التي من مبادئها تعريف الإنسان بذاته وهويته، تلك الهوية الحمالة للقيم والخصوصية الثقافية التي تخلق التمايز بين البشر، فنحن اليوم في عصر بات فيه الإجماع على أن العدو الأول للثقافات والقيم المحلية هي العولمة وقيمها الثقافية المرفقة، والتي تلوح في أفق كل بلد أو مجتمع يتعرض للزخم الهائل من المضامين الثقافية، التي تبثها ترسانة الإعلام الغربي الجارف، والذي لا يترك مجالا للمتلقي للاختيار والانتقاء بين الغث والسمين، وبين النافع و الضار. إنه اجتياح فكري واكتساح ثقافي تتعرض له مجتمعاتنا المغلوبة على أمرها، والتي لا تملك إلا أن تستقبل و تمتص ما ينتج ويسوق من صناعات ثقافية، كالأفلام والبرامج الوثائقية والمسلسلات والرسوم المتحركة...الخ.

لقد أصبح مجتمعنا كالإسفنجة التي لا تترك قطرة ماء إلا وامتصتها، لأنه يستهلك تقريبا كل ما ينتج في الضفة الأخرى، والأخطر هو في

الاعتقاد أن كل ما يقدم جيد و لا يعتريه النقص والخلل، لأنه ببساطة "غربي" ويصلح للاستهلاك.

و في ظل غياب إعلامنا على المستويين الدولي و حتى المحلي، أصبحت القيم المحلية عرضة للتهديد من طرف السيل الجارف من القيم العالمية الغربية على الخصوص، التي تتدفق من جهة واحدة و تغمرنا بدرجة لا نقدر فيها لا على المواجهة و لا على الحفاظ على أدنى نسبة من قيمنا و ثقافاتنا.

باتت المسؤولية عظيمة أمام الإعلام الوطني بمختلف أشكاله, والمسؤولية أعظم أمام الإعلام المحلي في التصدي للاختراق الثقافي الجارف، هذا الأخير الذي يتوجه مباشرة إلى فئة الشباب لاعتبارات نفسية واجتماعية، باعتبار ها منفتحة عن الأخر وتتشكل معارفها واتجاهات وسلوكاتها بصفة مستمرة ومتغيرة بتغير تلك المنبهات التي تتلاقها من محيطها.

وفي ضبط الدور اتجه الإعلام المحلي صوب مضامين ثقافية حاولت الدراسة الوقف عندها وذلك من خلال معرفة المواضيع الثقافية الأكثر حضورا في المساحة الزمنية الإذاعية، وعوامل الجذب التي اعتمدت عليها الإذاعة في لفت انتباه فئة الشباب لمتابعة المضامين، مرتكزة في ذلك على مجموعة من المداخل الاقناعية والحجج لترسيخها لدى فئة الشباب. وحتى يبرز ذلك قدمت البرامج وظائف إعلامية وعملت على تحقيق أهداف سطرتها مسبقا، وقد تخلل ذلك كله إبراز لمكونات وعناصر الثقافة المحلية.

لكن لابد أن ننصف وسائل الإعلام الوطنية منها والمحلية، لأنها تعمل داخل مؤسسات مجتمعية تتقاسم الأدوار في الحفاظ على النسق الاجتماعي، فعملية الحفاظ والنقل والترسيخ الثقافي مهمة مجتمعية لا تتفرد وسائل الإعلام بالقيام بها، بل لابد من إقحام

جميع تلك المؤسسات للحفاظ على نسقنا المجتمعي من الخلل الثقافي.

المراجع:

1. محمد شلبي. (1997). المنهجية في التحليل السياسي (المفاهيم. المناهج. الاقترابات والأدوات) . دار النشر للجامعات. الجزائر. ص01 .
2. سمير محمد حسين. (1976). بحوث الإعلام الأسس والمبادئ. عالم الكتب. القاهرة. ص 36 .
3. أحمد بدر. (1962)، أصول البحث العلمي ومناهجه. ط5. وكالة المطبوعات. الكويت. ص 110 .
4. مروان عبد المجيد إبراهيم.(2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. الطبعة الأولى. مؤسسة الورق. الأردن. ص13 .
5. Sylvie Dagenais, (1991) science humaine et méthodologie, initiation pratique à la recherche, édition Beauchemin, Québec, p90
6. مروان عبد المجيد إبراهيم.(2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية الطبعة الأولى. مؤسسة الورق. الأردن. ص 241 .
7. عفاف عبد العليم وإبراهيم ناصر.(1995)، التنمية الثقافية والتغير النظامي للأسرة. دار المعرفة الجامعية. الإسكندرية. مصر. ص 65
8. عصمت عدلي. (2001). علم الاجتماع الأمني - الأمن والمجتمع. دار المعرفة الجامعية. الإسكندرية. مصر. ص 14 .
9. عصمت عدلي. (2001). علم الاجتماع الأمني - الأمن والمجتمع. دار المعرفة الجامعية. الإسكندرية. مصر. ص 15.
10. قباري محمد إسماعيل. (1984). علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال- دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام. منشأة المعارف الإسكندرية. مصر. ص7 .
11. طارق سيد أحمد. (2004). الإعلام المحلي وقضايا المجتمع. دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع. الإسكندرية. ص ص 67-68.

12.إبراهيم عبدالله المسلمي. (1993). الإعلام الإقليمي دراسة نظرية وميدانية. العربي للنشر والتوزيع. القاهرة. ص 29.

13.عبد المجيد شكري. (1994) . الإعلام المحلي – رؤيا مستقبلية. العربي للنشر والتوزيع. القاهرة. ص ص 19-20.

14.مجدي وهبي. رزق غالي. (1978). معجم العبارات السياسية الحديثة. إنجليزي. فرنسي عربي. ط1. مكتبة لبنان. بيروت. ص 489.

15.كرم شلبي. (1978). معجم المصطلحات الاعلامية (إنجليزي عربي). ط1. دار الشروق. بيروت. ص 344.

16.محمد السويدي. (1991). مفاهيم علم الاجتماع الثقافي. المؤسسة الوطنية للكتاب. الجزائر. ص235.

17.سامية جابر. (1986). الانحراف والمجتمع. دار المعرفة الجامعية. الإسكندرية. ص135.

18.محمد عباس إبراهيم. (1985). الثقافات الفرعية. دراسة انثروبولوجية للجماعات النوبية بمدينة الاسكندرية. دار المعرفة الجامعية. القاهرة. ص ص 28-29.

19.عبد الله محمد عبد الرحمن. (2000). دارسات في عم الاجتماع. ج .1 ط .1 دار النهضة العربية. بيروت. ص ص 198- 199.

20.عبد الله محمد عبد الرحمن. (2002). سوسيولوجيا الإعلام والاتصال: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية. دار المعرفة الجامعية. مصر. ص130.

الاعلام السياحي و التنمية المستدامة في الجزائر

واقع و آفاق في ظل الألفية الثالثة

الدكتور رضوان بلخيري

أستاذ محاضر في الاعلام والاتصال

جامعة العربي التبسي- تبسة – الجزائر

ملخص :

تزخر الجزائر بالمقومات التي تؤهلها بأن تجعل من السياحة كمفهوم ثقافي مادي و غير مادي رافدا بارزا للتنمية الوطنية, فالتنوع البالغ النضوح في التمظهرات الحضارية على شاكلة الموروثات الشعبية و المنجزات الحضارية إنما هي من الأهمية ما يتقف مباشرة و الشروط الجذبية الرئيسة في الدفع صوب ذلكم الاتجاه. و لا خلاف بأن القارة الجزائرية على اتساعها تحمل من الزخم في مناخها و الاساليب التعبيرية الابداعية لسكانها

و الجزائر حاليا ترفع رهان تنويع المصادر المدرة للثروة الوطنية, و إن كان الدافع الرئيسي من خلال تفعيل السياحة متعلق بالدرجة الأولى بصناعة الصور الذهنية عن الأمم و بلدانها إلا أن ما يمكن أن تدره السياحة الداخلية و الخارجية من منافع اقتصادية .

و من هنا يظهر ما لوسائل الاعلام على اختلاف تشكلاتها من التقليدية الى الرقمية من بالغ الأثر على المنظومة السياحية الوطنية إن أريد دمجها في إطار التنمية المستدامة فكريا واقتصاديا, و المهام المنوطة بالإعلام تنطلق من نشر الوعي السياحي داخل الاوساط الاجتماعية مرورا بتأييد الجهود الرسمية و الخاصة في ذا المجال وصولا الى جعل السياحة في قاطرة التنمية الوطنية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، السياحة، التنمية، الاستدامة، الجزائر، توصيات.

مقدمة:

لا يمكن لآية مجهودات أو أنشطة في المجال السياحي أن تنجح إلا بوجود استراتيجيات مناسبة تتوافق و مستوى التسيير متصل بـالمستوى الاتصالي خصوصا و ذلك أن التخطيط السليم للاتصال السياحي بعناصره المختلفة هو الضمان الأكيد لوجود الساحة

كبديل مكمل لرفاهية الإنسان من جهة و كمصدر اقتصادي من جهة أخرى .

من الناحية المحلية تمثل الكنوز السياحية المتنوعة في الجزائر ثروة ثانية محل الثروة النفطية التي تقوم للخزينة الجزائرية مليارات الدولارات سنويا، إذا ما تم الاهتمام بتطوير هذا الجانب بالشكل السليم من الناحيتين الإدارية والاتصالية ذلك أن المؤهلات السياحية التي تزخر بها بلادنا وتراثنا الفني ومناخها المتنوع و صحراءها الجميلة و فضاءاتها الطبيعية الهائلة التي تشكل عوامل أساسية في إعداد منتوجات سياحية متميزة و فريدة من نوعها .

يمكن التقليل أو التغاضي عن أهميتها الإنسانية الاقتصادية والحضارية، إذا فلابد من وجود مبادرات ومشاريع وخطط اتصالية مدروسة لتطويرها وترويجها وتسويقها بالكل العلمي الصحيح كما أن مستقبل الجزائر الاقتصادي يتوقف على مدى الاستفادة من هذه الكنوز (الطبيعة الخلابة، الأماكن الأثرية، الشريط الساحلي، الأماكن الصحراوية، الحمامات الطبيعية ...)

فالسياحة ببعدها الاقتصادي والاجتماعي والثقافي هي مورد متكامل يتطلب التخطيط، التنفيذ، الترويج، وهو ما توصلت إليه بعض البلدان السياحية.

1- مفهوم السياحة

لقد ظهر اهتمام واضح بالسياحة في هذا القرن، وأصبح الطلب متزايدا في السنوات الأخيرة وذلك راجع لعدة أسباب وبذلك تعددت التعاريف وتعدد الكتاب والباحثون في هذا المجال ومن أهم التعريفات التي قدمت:

- إن السياحة تعني السفر والإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي.
- تعريف آخر: تشمل السياحة السفر وإقامة الأفراد الذين يقيمون ولا يعملون في مكان واحد وذلك بشكل دائم.
- كما عرفت السياحة بأنها انتقال الإنسان من مكان إلى أخر ومن زمان ضمن السياحة

العالمية أو الانتقال من بلد إلى أخر ضمن السياحة الداخلية لمدة يجب أن لا تقل عن 24 ساعة.

- أما الاقتصادي النمساوي يعرفها: "بأنها مجموعة كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي والذي تترتب عن وصول المسافرين إلى منطقة ما أو دولة معينة أو إقامتهم فيها ورحيلهم عنها هي الظواهر التي ترتبط بالتبعية"[1] .

أما المنظمة العالمية للسياحة فتعرفها على أنها: "نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى لفترات مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا يزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ماعدا الدراسة أو العمل"[2] .

2- أنواع السياحة

مع تطور العصر الحديث ازدادت حاجات الإنسان ورغباته وميولاته إلى السياحة، ونرى أن السياحة قد تعددت وتنوعت حسب الدوافع المختلفة كما تعددت البرامج التنشيطية والترويجية فينتج عن هذا اختلاف الوسائل الإعلامية المتبعة وفقا لأنواع السياحة المقصودة. ولهذا فدراسة أنواع السياحة وتحليلها يعد من المقومات الأساسية لنجاح التخطيط الإعلامي بوجه خاص والخطة العامة للتنشيط السياحي بوجه عام ومن هنا يمكننا أن نحدد أهم أنواع السياحة .

1- طبقا لعدد الأشخاص المسافرين

وتنقسم إلى قسمين:

- سياحة فردية: وهي تتضمن سفر شخص أو شخصين أو عائلة.
- سياحة جماعية: وهي سفر مجموعة لا يربطها رابط معين مثل: رحلات جامعة، مدرسة، شركة، ويشترك فيها عدد كبير من الأفراد.

2- طبقا لوسائل المواصلات

وتنقسم إلى ثلاثة أقسام:

- سياحة بحرية أو نهرية: قوارب، بواخر، يخوت.
- سياحة جوية: المتمثلة في الطائرات المختلفة.
- سياحة برية: المتمثلة في السيارات الخاصة والحافلات وسكك الحديد.

3- وفقا للسن

وتنقسم إلى أربعة أقسام:

- سياحة الطلائع: وترتبط بالأطفال ما بين (7-14) سنة وتتمثل في المعسكرات الصيفية، الكشافة، معسكرات استكشاف الطبيعة [1] .
- سياحة الشباب: تتعلق بالشباب ما بين (15-21) سنة وهي سياحة تبحث عن الإثارة وتكوين صداقات ومعارف وخلق روابط اجتماعية.
- سياحة الناضجين: ما بين (22-60) سنة وهي سياحة من أجل الاسترخاء من عناء العمل وتكون معظمها في مناطق الاستحمام مثل: الشواطئ، الجبال، الريف والصحراء.
- سياحة كبار السن من متقاعدين وشيوخ: وهي أكثر أنواع السياحة التقليدية انتعاشا تتضمن برامج تأهيلية وتعويضية وبرامج ترفيهية.

4- وفقا لجنسية السائح

وتنقسم إلى ثلاثة أقسام:

- السياحة الدولية

وهي السياحة التي تتم بين الدول، وتعتمد السياحة الدولية على أنماط السياحة المختلفة من سياحة علاجية، دينية، ترفيهية وما إلى ذلك فتمثل السياحة الدولية 75% من إجمالي الأنشطة السياحية داخل الدول المتقدمة.

- السياحة الداخلية

وهذه السياحة تمارس من طرف الفئات الكادحة في البلدان المختلفة وتشير الإحصائيات إلى أن السياحة الداخلية في

معظم دول العالم تمثل نسبة متقدمة من السياحة فتمثل 55% من مجمل النشاط السياحي بها، وهي خروج لقضاء وقت فراغ، وتهدف إلى الاستمتاع بالبيئة الطبيعية شانها شان السياحة الدولية [1] .

- سياحة المواطنين غير المقيمين الذين يعملون في الخارج

حيث تتمثل الهجرة للعمل بالخارج ظاهرة هامة حيث يضطر المواطنون للبحث عن ظروف أحسن في الخارج لتحسين مستواهم المعيشي والارتقاء به وبمجرد تحسين الوضع المالي يتكون لديهم الحنين لزيارة الوطن فيلجئون للاستعانة بالشركات السياحية يتم من خلالها إشباع رغباتهم النفسية والاجتماعية.

5- وفقا للمستوى المعيشي

وتنقسم إلى ثلاثة أقسام:

- سياحة أصحاب الملايين: والذين يسافرون بوسائلهم الخاصة مثل: يخوت- طائرات.
- سياحة طبقة المميزين: والتي تستخدم نوعيات ممتازة من الخدمات مثل فنادق خمسة نجوم مقاعد الدرجة الأولى في الطائرات.
- سياحة اجتماعية وعامة: وهذه السياحة لذوي الدخل المحدود حيث تقوم على المشاركة بوسائل محدودة وبالأساليب التي تشجع على المشاركة و تجعلها ممكنة، وأساس هذه السياحة الإعلانات، التسهيلات الخاصة، الإسهامات ذات الصفة التعاونية أو دعم الحكومات واتحاد العمال [2] .

6- وفقا لمدة البرنامج السياحي

وينقسم إلى أربعة أقسام:

- سياحة لمدة أيام: هذا النوع يستغرق أياما محدودة، فلا يرتبط بمناسبة معينة أو موسم معين إنما تقوم الشركات السياحية بعرضها طول السنة مثل: برامج الزيارات التي توجه إلى المدن الكبرى أو الشاطئية أو التاريخية.

- سياحة موسمية: أما هذا النوع فيرتبط بنوع معين مثل: سياحة فصل الشتاء للتزحلق على الجليد أو مناسبات دينية مثل الحج.
- سياحة عابرة: وهذا النوع يأتي فجأة دون تخطيط مسبق مثل الوقوف على معالم أثرية في دولة ما أثناء عبورهم.
- سياحة شبه مقيمة: ويعتمد هذا النوع على الأجانب المقيمين في البلاد فان إقامتهم تكون شبه دائمة وهناك أسباب عديدة لمثل هذه الأنواع من السياحة مثل: التعليم، التجارة، التدريب...الخ فتقوم شركات سياحية بإقامة رحلات متنوعة إلى زيارة معالم الدولة التي يقيمون بها.

7- وفقا لدوافع السفر

هناك أهداف كثيرة ومتنوعة للرحلة بالنسبة لكل فرد ولكن نذكر الأكثر شيوعا

- سياحة ترفيهية

تهدف لإشباع رغبة المعرفة وهي ذات طبيعة ذهنية وهؤلاء لا يمثلون سوى 10% من مجموع السياح وهي مرتبطة بالمعالم الأثرية والحضارية.

- سياحة علاجية

وهذا النوع من السياحة قد عرف منذ القديم فهناك بعض الأمراض لا تشفى إلا بتغيير المكان كالروماتيزم والاكتئاب، وقد اهتم اليونان بهذا النوع من السياحة وخاصة من خلال الحمامات أما في الوقت الحاضر فقد اهتمت الكثير من الدول بهذه السياحة مثل اليابان و الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية.

- سياحة دينية

ويقصد بها زيارة الأماكن المقدسة لأداء واجبات دينية أو للتبرك بالتواجد في تلك الأماكن مثل موسم الحج- زيارة الكنائس ... الخ

- سياحة المؤتمرات

يهتم به السائحون المهتمون بحضور المؤتمرات العلمية أو المهنية أو السياسية فيجب الاهتمام بإقامة قاعات للمؤتمرات

وتقديم التسهيلات والخدمات الواجب تقديمها.

- سياحة اقتصادية

وهي تمثل نشاط رجال الأعمال لإتمام بعض الصفقات التجارية والاشتراك في المعارض التجارية والحرفية.

- سياحة رياضية

وهذا النمط من السياحة يحاول إشباع رغبات السائحين في ممارسة رياضتهم مثل: الغطس تحت الماء، الصيد، تسلق القمم الجبلية، التزحلق.

وهناك أنواع أخرى من السياحة بغرض التعلم، سياحة المشتريات، سياحة المهرجانات وأنماط سياحية حديثة مثل: سياحة فضائية، سياحة المشاركات الزمنية، سياحة مراقبة الطيور...الخ.

3- أهمية السياحة وأهدافها

1- أهمية نفسية

يمتاز عصرنا الحاضر بزيادة الصراعات النفسية والأزمات وانتشار الأمراض النفسية وقد كثرت هذه الحالات خاصة بعد الثورة الصناعية وظهور عامل لتنافس الاقتصادي والاستخدامات التكنولوجية السريعة والتغيرات التي أدت إلى إحداث اضطرابات في الصحة النفسية في المجتمعات الصناعية ومنها:

- القلق الدائم بدون سبب.
- الشعور بالاكتئاب.
- عدم الثبات والانفعال.
- ظهور الاضطرابات الجسمية ذات الأصل النفسي.
- القصور على تحقيق الأهداف الواقعية.

كل الحالات تؤدي في معظم الأحيان إلى ضعف قدرة الفرد في أداء عمله على أكمل وجه ضمن دائرة الاتصال الاجتماعي التي يعيشها الفرد بفرعها المختلفة الاقتصادية، السياسية، الثقافية والاجتماعية. فعلى سبيل

المثال عند ظهور حالة تغير مفاجئة للفرد في عمله يشعر بالقلق محاولا بذلك مقاومة تيار التغيير

2- أهمية بيئية وعمرانية

وتكمن هذه السياحة في الاستغلال الأمثل للموارد و المعطيات الطبيعية، وتدفع للمحافظة عليها وعدم إساءة استخدامها على اعتبار ثروة وطنية، وكذلك تعمل النشاطات السياحية على تنظيم وتخطيط وتحديث استخدام الأراضي بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة ممكنة ولا يسبب مشاكل أو لآثار بيئية سلبية

3- أهمية اقتصادية

إن الهدف من إقامة صناعة سياحية هو وضع قواعد وأسس وأساليب إدارية، لزيادة المنتوج الاقتصادي لهذه الصناعة بالنسبة للدولة.

ولقد أكد إعلان مانيلا عن السياحة العالمية عام 1980 ضرورة وضع صناعة السياحة في مكانها الصحيح باعتبارها ذات دور هام في عالمنا الديناميكي. مشيرا إلى أن مسؤوليات الدولة أو الحكومة أو المؤسسات الحكومية أو السياحية بالنظر للسياحة وفقا لإبعادها الحقيقية التي تضمن المجالات الاقتصادية والاجتماعية كما أعلن المجلس العالمي للسفر والسياحة 1994، وهو المنظمة التي تعتبر أن السياحة أصبحت من أضخم الصناعات في العالم فهي تعتبرها ثالث القطاعات الصناعية المتخصصة وهذا بعد السيارات، الصلب، الالكترونيات والنشاط الزراعي. ويوجد أكثر من مئة دولة سياحية مقارنة بحجم إيراداتها المالية المختلفة، وفي نفس الوقت تحتل السياحة المركز الثاني من الإيرادات بعد القطاع الصناعي. النفط و السيارات كما تشير التقارير إلى مجموع الإيرادات الإجمالية للدول السياحية من هذا القطاع 2202 مليار دولار، بينما مازالت هذه الصناعة لم تأخذ مكانتها الرسمي في اقتصاديات الدول العربية.

في 1994 وصل الناتج الإجمالي العالمي لهذه الصناعة من سلع وخدمات إلى 3,4 تريليون دولار، كما قدر المجلس أن السياحة قد وفرت فرص عمل 204 مليون شخص[1].

فالسياحة نشاط ضروري لحياة الإنسان، تمتد أثاره المباشرة وغير المباشرة إلى الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

فبالرغم من كل العائدات التي تدرها السياحة على المجال الاقتصادي فان هذا ليس السبب الوحيد الذي يدفع بالدول إلى الاهتمام بهذا الميدان، فقد أصبح من الضروري تأكيد حق المواطنين في السفر والسياحة وتهيئة الظروف لقضاء الإجازات والاستمتاع بأوقات الفراغ.

وتعتبر السياحة في الوقت الحالي محركا رئيسيا من محركات التنمية الاقتصادية حيث تعتبر مصدرا لجلب العملة الصعبة وهذا ما يؤثر إيجابا على ميزان المدفوعات وعلى توزيع الدخل القومي، فالضرائب التي يدفعها السياح تساعد الحكومات على تمويل قطاع التعليم، الرعاية الصحية وغيرها.

4- أهمية سياسية

تتضح الأهمية السياسية للسياحة كرد فعل مباشر من تعامل الدول مع بعضها البعض، والزيارات السياحية المتبادلة لعبت دورا هاما في العلاقات الدولية، حيث أصبحت تمثل احد الاتجاهات الحديثة لتقليل حدة الصراعات و الخلافات الدولية التي تنشا بين الدول المتنازعة، وأصبحت السياحة رمزا من رموز السلام والتقارب بين الكثير من شعوب العالم.

5- أهمية اجتماعية

وتتمثل في رغبة السائح في وزيارات الأقارب والأصدقاء هذه الدوافع تختلف تبعا للوضع والمكانة التي يحتلها الشخص. وقد تتجمع العديد من الدوافع مع بعضها البعض لدى سائح نظرا لدخوله في علاقات مصاهرة بين العائلات وعلاقات شخصية وأسرية

يضاف إليها الدوافع الطبيعية المتراكمة والرغبة في الترفيـه والتسلية في وقت الفراغ

6- أهمية ثقافية

تمثل السياحة وسيلة حضرية واجتماعية لنقل وتبادل الثقافات والحضارات بين شعوب العالم المختلفة. وكذلك يتحقق التـبادل الثقـافي بين الدول السيـاحية وتنقل اللغات والمعتقدات الفكرية، الآداب، الفنون ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها.

4- أهداف النشاط السياحي

مما لاشك فيه أن النشاط السياحي يحقق العديد من الأهداف الاجتماعية والفردية في مختلف المجالات الاقتصادية والمهنية، الحضرية، والنفسية ...الخ ومن أهم هذه الأهداف:

- توفير مناصب شغل للشباب.
- مجال جديد للاستثمار وإقامة مشروعات.
- تحقيق نوع من التواصل والحوار بين الحضارات.
- تحقيق نوع من التقارب الثقافي.
- امتزاج الحضارات.
- تقارب الشعوب وتبادل المعرفة الإنسانية.
- الاستفادة من الأبعاد الاجتماعية ودراسة الأنماط والسلوكيات.
- تدفع للمحاكاة والتقليد وتحقيق الرفاهية للإنسان.
- التمتع بالفلكلور، الموسيقى، الفنون، الأزياء والمأكولات.

نلاحظ أن الأهداف السياحية تعدد وتختلف من مكان إلى آخر ومن دولة إلى أخرى فهي تحدد حسب ما يزخر به البلد المضيف من إمكانيات.

5- تعريف المؤسسة السياحية

هي شركة تقوم بتقديم خدمـات سياحية عن طريق تنظيم رحلات سياحية جماعية أو فردية داخل الوطن أو خـارجه. وفقا لبرامج

معينة وتنفيذ ما يتقن معها من نقل وإقامة وما يلحق بها من خدمات وهذه الشركات خدماتها مشروطة بالانتشار الجغرافي للخدمات، الأمر الذي يعني أنها في موضع يتيح لها وضع استراتيجية دعائية فعالة في بلده خدمات أبحاث للقيام بتحليلات للأوضاع الاقتصادية والتجارية ودراسات السوق لدوافع الزبائن وبمقدورها اختيار فعالية الإعلان الذي تنفذه وكالات متخصصة في الإعلان، وهي كذلك تزداد زبائنها بمعلومات عامة عن الفنادق، المناخ، التسويق عن البلدان التي تشملها بخدماتها وهي بذلك تضاعف مهام المكتب السياحي

وتتوفر كل مؤسسة على هيكل تنظيمي يضم:

- رئيس مجلس الإدارة.
- المدير العام
- الأقسام المختلفة: قسم السياحة، قسم التسويق والمبيعات، قسم البحوث والتطوير، قسم النقل السياحي، قسم مراقبة مستوى الخدمة، قسم الشؤون المالية والقانونية.

وعند التحدث عن الهيكل التنظيمي لابد من الإشارة إلى أن هذا الأخير يتخلف من مؤسسة إلى أخرى وذلك وفقا لـ:

- حجم نشاط المؤسسة ورؤوس الأموال المستثمرة ونشاط المؤسسة وكلما زاد نشاط هذه الأخيرة وزاد رأس مالها ازداد حجم الهيكل التنظيمي لها وزاد عدد العاملين وتعددت المستويات الوظيفية.

حجم السوق السياحي الذي تتعامل معه المؤسسة وكلما زاد حجم السوق كلما زادت الحاجة إلى التوسع في الهيكل التنظيمي وذلك لتغطية الزيادة المتعلقة بالعمل في السوق السياحي.

6- مميزات السياحة في الجزائر

استطاعت الجزائر أن تستقطب آلاف السواح الأجانب الذين يقصدونها سنويا لاكتشاف هذه

اللوحة الفنية الرائعة ذات الألوان الباهية التي امتزجت بتقاليد ثقافة شعبية أصلية.

وهكذا يمكن القول بان الجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية مختلفة تمتد من البحر إلى الصحراء تجمع بين الطبيعة، الثقافة، التراث، التاريخ والحضارة مما يجعل الزائر يغوص في عالم الانبهار من امتداد الشريط الساحلي على طول 1200 كلم، وما يزخر به من مناظر ساحرة كالخلجان، الرؤوس والشواطئ مثل كورنيشات عين الترك بوهران، أما محبي الطبيعة الخضراء ونسماتها العطرة، فالجزائر تدعوهم إلى سلاسلها الجبلية الممتدة على الشريط الساحلي والداخلي التي تحضن بدورها غابات خضراء في كل من جبال جرجرة التي ترتفع إلى 2308 متر بقمة لالا خديجة، جبال الونشريس والظهرة ،إضافة إلى المغارة العجيبة بجيجل التي تجلب بغرابتها عد كبير من الزوار، أما إذا مال السائح إلى صمت الألوان الذهبية المنفردة بجمالها، فان الصحراء تدعوه بنفسها للتجول في واحاتها وعروقها من خلال نافذة سياحية مفتوحة للاستكشاف والتلاقي في حضن هذا الجزء الكبير من البلاد الذي ملك قلوب الكثير من الوافدين إليه سنويا، وخاصة تلك التحفة الفنية التي سميت" عاصمة الهقار" ولاية تمنراست التي تحتفل سنويا بعيدها تافسيت أو عيد الربيع الذي يعود تأسيسه إلى سنة 1993 بمبادرة من الوكلاء السياحيين الذين ينشطون في هذه المنطقة الصحراوية.

فتمنراست تبقى بجمالها وهضابها تمنح الكثير لزوارها فهي لوحدها تملك معالم سياحية تستحق الاهتمام مثل حظيرة الأهقار التي تعتبر من اكبر الحظائر عالميا وبرج فوكو الذي يقع في قلب هذه المنطقة، أما جبل الاسكرام فقد احتضن أجمل لحظة غروب في العالم جعلت عين الزائر لا تبارح مكانه حتى تتشبع من روعة هذا المشهد الرباني.

هذه تمنراست وغيرها من المناطق الصحراوية المعرفة بتضاريسها وجبالها ككتلة الهقار المتميزة بتكوينها الجيولوجي القديم والتي تحضن أعلي قمة في الجزائر وهي قمة تاهات إلى جانب هضبة التاسيلي الممتدة على مساحة شاسعة فضلا عن هضبة تادميت جنوب مدينة غرداية ولكن هذه المناطق تحتاج إلى خطوة أخرى من الاهتمام لتوسيع أفاقها السياحية أما الجانب الحضاري في الجزائر فيعود بنا إلى العصور القديمة وما تركته من آثار رومانية نجدها في كل من تيمقاد والرسوم الجدرانية في كتلة الهقار التاسيلي وغيرها من مناطق وأثار إسلامية ترجع بنا إلى العصور الوسيطة التي لازالت تزخرف مناطق عديدة من بلادنا كالمنصورة بتلمسان قلعة بني حمادة بالمسيلة وكل من القصبة وقصر والداي بالعاصمة وحصون بني يزقن بغرداية، فضلا عن المساجد العتيقة وقصور معمارية ضخمة كقصر الباي بوهران وجامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة.

دون أن ننسى المتاحف الجزائرية ودورها في إثراء جوانب مهمة في قطاع السياحة، وذلك بما تحمله من تحف أثرية كمتحف باردو ومتحف الفنون الجميلة ومتحف الجيش الوطني بالعاصمة، وغيرها من المتاحف المنتشرة عبر قطرنا الوطني نلمس في كل منها صورة مستمدة من عمق تاريخنا وحضارتنا المتميزة عن باقي الحضارات.

أما الحمامات الطبيعية الجزائرية فقد امتازت بالخاصيات العلاجية الثانية مما أدى إلى كثرة الطلب عليها وقد تحصلت على نتائج جد ايجابية في هذا المجال.

وهذا يعد تطورا سياحيا كبير، ومن أشهرها حمامات بوغرارة بتلمسان وبوحجر بعين تموشنت وبوحنيفية بمعسكر وغيرها من المنابع الطبيعية الشافية.

كل هذه الإمكانيات التي تزخر بها الجزائر لا يمكن استغلالها والتمتع بها إلا من خلال توفير شروط مناسبة تخضع لمقاييس دولية وعالمية.

وهذا ما يمكن أن يدخل ضمن الإمكانيات المادية التي تتوفر عليها الجزائر هي الإقامات والخدمات السياحية أين يجد السائح كل ما يحتاج إليه خلال تجوله عبر الوطن، إضافة إلى مرشدين سياحيين لتوجيهه وتعريفه بالمناطق التي يقصدها ولكن للأسف لا تملك الجزائر إلا فئة قليلة لمثل هذه المهمة .

أما بالنسبة للإقامات المتوفرة للسائح فيمكن تقسيمها إلى إقامات ساحلية في كل من عنابة، زرالدة، سيدي فرج، بجاية، والأندلس بوهران.

وإقامات جبلية في ياكوار من تيكجدة وإقامات أخرى في كل من تمنراست، تيميمون وبشار كلها تملك شروط مناسبة للتوسع والانتشار.

إضافة إلى ذلك هناك إمكانية مادية مكملة تتمثل في الثقافة الشعبية والصناعات التقليدية التي تعكس عمق التراث الوطني الأصيل كصناعة النسيج والسجاد والزرابي بتلمسان، صناعة الحلي والنقش على الخشب بالقبائل وغيرها من المنتوجات التي شاركت ولازالت تشارك في تزين الطابع السياحي من خلال المعارض والصالونات الوطنية والدولية سعيا إلى ترقية هذا القطاع الذي أصبح يمثل دورا كبيرا في نمو الاقتصاد الوطني مما يجعله يحتاج إلى اهتمام اكبر [1] .

وهكذا تظل الدهشة معقودة على فضاءات المشهد الجزائري ولا يؤجلها بين مشهد وأخر سوى حرارة اللقاء مع الإنسان الجزائري صاحب التقاليد الأصلية المزينة بابتسامة الود والترحاب.

7- استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر

قامت الدولة بتشجيع المبادرات الخاصة بإنجاز الاستثمارات السياحية، كما عملت على رسم خطة تنموية وطنية لأفاق 2000- 2010 تحت عنوان "مخطط أعمال التنمية المستدامة أفاق 2010" بحيث صودق عليها خلال اجتماع مجلس الوزراء بتاريخ 14 أكتوبر 2001 م ، وبعد سنتين من تنفيذ هذا البرنامج وبطلب من رئيس الحكومة بدى ضروريا إدخال تعديلات لازمة من اجل تثبيت المكتبات وضبط الأفاق بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي ليصاغ هذا المخطط التنموي تحت عنوان "تصور تطوير قطاع السياحة للعشرية2004 - 2013 والتي من خلالها تحدد فيها الأهداف النوعية والكمية التالية:

1- أهداف خطة العمل

ونميز فيها أهداف نوعية متمثلة في تثمين القدرات الطبيعية والثقافية تحسين نوعية الخدمات السياحية، إعادة بناء الصورة السياحية للجزائر في الخارج وإعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية أما الأهداف الحجمية والكمية فتتمثل في رفع قدرات الإيواء وتوفير مناصب الشغل وتحقيق إرادات مالية سنوية تقدر ب6,4 مليار دولار

2- اختيار الأنماط السياحية الواجب تطويرها

وجب تنوع وتطوير العرض السياحي من خلال نوعية المنتوج ومنه:

✓ سياحة الأعمال والمحاضرات

هذا النوع من السياحة بمثل جزءا لا باس به في مداخيل الدول المتقدمة في السياحة مثل: (فرنسا - الولايات المتحدة الأمريكية- ألمانيا- ايطاليا...) كما انه سيمثل حتما تطورا ملحوظا في بلادنا نظرا لأهمية الأشغال السياسية، الاقتصادية والتجارية وفتح الاقتصاد الوطني على العالم الخارجي.

✓ إجراءات الدعم واليات تطبيق خطة العمل

تم دعم مهام الوكالة الوطنية لتنمية السياحة كأداة وحيدة مكلفة بتهيئة وتسيير

العقار السياحي عبر القوانين الجديدة واستثمارها، مع إعادة تنظيم الهياكل الفندقية والسياحية الموجودة وتكوين مدارس وإطارات مختصة في مجال السياحة والاعتماد أيضا على إجراءات لترقية السياحة وذلك بتكريس الجهود المبذولة على جميع المستويات للإنتاج السياحي .

8- الهيكل التنظيمي للسياحة في الجزائر

إبتداءا من تاريخ صدور مرسوم رقم 343/94 المؤرخ في 25 أكتوبر 1994.

أصبحت وزارة السياحة والصناعات التقليدية تتكفل بالقطاع السياحي على المستوى المركزي وتتكون من ثلاثة مديريات:

- مديرية الإدارة العامة.
- مديرية التنظيم والشؤون القانونية والتعاون.
- مديرية التنمية.

أما على المستوى المحلي فشكلت في كل ولاية من ولايات الوطن مديرية ولائية للسياحة والصناعات التقليدية وفي سنة 1997 تم تنصيب متفشيات السياحة في كل ولايات الوطن من اجل مراقبة كل الأنشطة السياحية.

تضمن كل مديرية ولائية للسياحة والصناعات التقليدية مايلي:

1. مصلحة السياحة.
2. مصلحة الصناعات التقليدية.
3. مصلحة الإدارة والوسائل.

إضافة إلى ذلك لدينا المؤسسات السياحية التي لها طابع إداري وهي :

1. الديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT
2. الديوان الوطني لسياحة ONT اعتمد أكثر من 500 وكالة أسفار.
3. النادي السياحي الجزائري TCA.
4. المؤسسة الوطنية للدراسات السياحيةENET.
5. مؤسسة التسيير السياحي.

ثلاث مؤسسات تكوينية عمومية: معهد التكوين الفندقي ببوسعادة بتيزي وزو والمركز العالي للتكوين السياحي بالجزائر [1].

توصيات واقتراحات الدراسة :

- دعوة الباحثين للتوجه والتعمق في هذا النوع من الدراسة.
- لابد من إدخال كيفية وطرق تعليم الاتصال بفعالية حتى تكون لدينا ثقافة اتصالية في التعامل مع الآخرين.
- لابد من استعمال الإشهار في القناة التلفزيونية لأن طريقة الإشهار والتي يستعملها الفندق حاليا هي ليست جد قوية.
- الأخذ بعين الاعتبار آراء الزبائن واحتياجاتهم قبل طرح الخدمات السياحية للفندق أو الإدارة السياحية بصفة عامة في السوق وذلك من خلال التعامل بشكل منتظم مع سجل الشكاوى الذي تضعه كوسيلة توفرها لزبائنها حتى تسمح لهم بطرح انشغالاتهم وآرائهم.
- يجب أن تتمتع مختلف المؤسسات السياحية منها والأهمية بعلاقات جيدة ومحددة وذلك لضمان سير العملية السياحية حسب الأهداف المنشودة من قبل أطراف العملية السياحية فاستراتيجية السياحة الجزائرية تعتمد كثيرا على مدى نجاح وزارة السياحية ببناء علاقات طيبة مع خطوط الطيران، ووكالات السفر المحلية والخارجية، الفنادق إضافة إلى إدارات مختلف الأماكن السياحية.
- لابد من إيجاد التنسيق والتعاون بين العاملين والمدراء والموظفين والإدلاء وتأهيلهم في مجال الاتصال السياحي بالزبائن من حيث استقبال السواح والتعرف على حاجاتهم والخدمات التي يريدها أو يرغبونها في كل وقت وذلك عن طريق وضع برنامج تدريبية خاصة لإكسابهم المزيد من الخبرات والمهارات الاتصالية واللغوية وإكسابهم القدرة على تطبيق أساليب الاتصال الإداري الفعال في

تعاملهم داخل الهيئة وخارجها وذلك لإيجاز أعمال الإدارة ومهامها بكفاءة.

- نشير إلى ضرورة وضع ضوابط ومقاييس صارمة في انتقال العمال والمرشدين السياحيين خاصة، تكوينهم وتأطيرهم الدائم يعتبر ذا أهمية بالغة، وتوعينهم بثقافة الاتصال.
- وضع برامج توعية خاصة بكافة شرائح المجتمع والسكان القاطنين بالقرب من المواقع السياحية ليكونوا القدوة الحسنة في سلوكهم اليومي أمام السواح القادمين لزيارة المنطقة.
- تنفيذ بعض الآليات الهادفة إلى ترقية السياحية مثل حتمية الإشهار الموجه ودليل السائح وكذا الإسهام في انجاز وتوزيع الخرائط السياحية.
- الاهتمام بالأصناف السياحية التي لها صلة وثيقة بالبعد الثقافي والحضاري الجزائري مع الإشارة إلى الشروط المادية لاستغلال النشاط السياحي.
- تعيين الأعوان المختصين والمؤهلين قانونيا للقيام بمراقبة هذا النشاط ووضع ضوابط قانونية للمخالفات والعقوبات على ذلك.
- تظافر جميع القطاعات المعينة لخلق محيط ملائم للاتصال السياحي، وحتى تتمكن السياحة من الالتحاق بالمركب وتدرك النقص الحاصل فيه.
- فتح المجال للاستثمار الأجنبي لإنتاج العمل السياحي لامتلاكهم تكنولوجيا قوية.
- تشجيع الشراكة كما هو معمول بها على المستوى الدولي باعتبارها العامل الأساسي في ميدان الوكالات السياحية والأسفار، فنحن بحاجة ماسة إلى شراكة أجنبية لكي نسوق هذا المنتوج السياحي الفريد من نوعه الذي لا يمكن أن ينافسه أحد في السوق الخارجية وذلك باكتساب الخبرة الكاملة لتسويق هذا المنتوج من الناحية الاتصالية.
- الاهتمام بوكالات السياحة الداخلية التي تنعكس ايجابيا على تحريك القطاعات

الاقتصادية والاجتماعية الأخرى المرتبطة بها كقطاع النقل وخدمات التنمية والخدمات التجارية الصناعية والتقليدية وكذا قطاع الإعلام إلى غير ذلك، وهذا من اجل تلبية حاجيات السياح المختلفة.

- تدعيم الاحتراف وذلك بالتزام كل مرشح يرغب في ممارسة نشاط الاتصال السياحي خاصة بان يكون حاصلا على مستوى تكويني ومؤهلات مهنية مناسبة تحدد لاحقا عن طريق التنظيم.
- تدعيم الديوان الوطني للسياحة على المستوى التنظيمي والنظامي مع تمثيله جهويا على المستوى الوطني والخارجي وذلك من خلال:

1. إعداد ركائز للترويج استناد للتقنيات العصرية.
2. انجاز ونشر روبورتاجات في مختلف وسائل النشر وقنوات التلفزة.
3. نشر مجلات سياحية مختصة وفتح موقع انترنت "السياحة/ الجزائر".
4. تنظيم أحداث ثقافية ذات مستوى الموقع السياحة.
5. تنظيم الرحلات الإعلامية لفائدة الصحافة والمكلف بالأسفار.

قائمة المصادر والمراجع المعتمدة:

1. صالح خليل أبو أصبع و آخرون: العولمة والهوية الثقافية، دون طبعة، منشورات الجامعة فيلادلفيا، مصر، 2002.
2. محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2000.
3. عبد الرحمن العيسوي: دراسات في علم النفس السياحي، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية، .مصر، 2001.
4. غنيم محمد عثمان وآخرون: التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2002.

5. مروان السكر: مختارات من الاقتصاد السياحي، المجلد الخامس، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، عمان- الأردن، 1999.

6. فؤادة بكري: الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار النشر للجامعات، مصر، 2001.

7. مجلة الجوال: الصادرة عن جمعية ترقية سياحة الطالب بوهران، العدد التجريبي من 15 ماي إلى 14 جوان 2001.

8. الجريدة الرسمية رقم 72، 1994.

شخصية العدد

العلامة أ. د. عبد القادر الشيخلي

بقلم : أ. د. سعاد هادي حسن الطائي

جامعة بغداد /كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية/قسم التاريخ

العلامة أ.د.عبد القادر الشيخلي

بمزيد من الحزن والاسى تلقينا خبر وفاة شيخنا العلامة الاستاذ الدكتور عبد القادر عبد الجبار الشيخلي يوم 2019/10/2 في احدى مستشفيات تركيا بعد صراع مرير مع المرض ،رحل عنا بعيدا وهو اقرب الينا نتذكر كلاماته وضحكاته ونكاته وابتساماته التي مازالت في اسماعنا، نشتاق اليها بين الحين والاخر،لم تفارق الابتسامة محياه ،كان شجاعا صبورا على المحن ،احب طلابه جميعهم وكأنهم ابنائه،لم يفرق بين اي احد منهم،لم يبخل عليهم من وقته وجهده في مساعدتهم سواء بالنصح والمشورة ،كان انسانا بمعنى الكلمة.

احبه الجميع لعلمه وخلقه الرفيع ولما امتلكه من اسلوب عذب جميلاً كان مسالما وسمحا عطوفا حنونا كريما، اجتمع حوله عدد كبير من الاصدقاء والزملاء لم يبغضه أحد او يحقد عليه لسماحة اخلاقه وعلو همته.

يعد ا.د.عبد القادر الشيخلي واحد من اهم اعلام جامعة بغداد/كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية/قسم التاريخ ،اذ اشتهر بتخصصه النادر وهو التاريخ القديم ولاسيما المسماريات ،اذ انهى دراساته العليا في احدى جامعات لندن ،كان رحمه الله فذا معطاءا في خلقه وعلمه وانسانيته حتى اخر لحظة من حياته مع طلبته وزملائه .

تتلمذ على يديه عدد كبير من الطلاب في مرحلة البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، واشرف على رسائل واطاريح كثيرة حصلت معظمها على درجة الامتياز،له مؤلفات عدة في التاريخ القديم من ابرزها «الوجيز في تاريخ العراق القديم " وغيرها فضلا عن بحوث عدة .

تتلمذت على يديه في مرحلة البكالوريوس /المرحلة الاولى مادة تاريخ العراق القديم، كما تشرفت بتدريسه لي في مرحلة الدكتوراه حيث القى على اسماعنا

محاضرات تاريخية باللغة الانكليزية، كان متمكنا من مادته، عبقريا في تخصصه، لطالما استشرته في امور علمية عدة فكان خير مستشار وخير معين لي ولغيري. وداعا ايها الشيخ الجليل نم قرير العين تغمدك الله رحمته الواسعة وجعل قبرك روضة من رياض الجنة.

التحقيق الصحفي اهميته وتطوره

أ.د.سعاد هادي حسن الطائي

جامعة بغداد /كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية/قسم التاريخ

-اهمية التحقيق الصحفي

يعد التحقيق الصحفي من اهم فنون التحرير الصحفي واحد اهم ادوات الصحافة تناولا وبحثا للمشكلات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والموضوعات المختلفة ذات الصلة بأهتمامات الراي العام.

ويقوم التحقيق الصحفي بتفسير الاحداث والوقائع وتعليل اسبابها ومسبباتها بغية التفكير في حلها او عرض وجهة نظر حيالها تدعهما الحقائق والوثائق والشواهد والارقام والاحصاءات مرتفعة به الى مرتبة البحث والدراسة والتحليل الواقعي المتكامل ،حيث يعمل التحقيق الصحفي على تشكيل الراي العام والتأثير فيه،من خلال كشف الحقائق والتصرفات غير المسؤولة ،وتشجيع الجمهور على اتخاذ مواقف حيالها.

واذا كان لمواد الصحافة بشكل عام قوة وقدرة لا تنكر على نشر وعرض وكشف النقاب عن الفضائح الاجتماعية والتصرفات غير المسؤولة فالصحافة تستطيع من خلال التحقيق الصحفي بشكل خاص ان تكون قوة مضادة في مواقف تحاول فيها السلطات القائمة ،حكومية كانت ام اقتصادية ام غير ذلك ،ان تقيده او تشوه المعلومات المتصلة بمسائل لها اهمية عامة في المجتمع.

وتتمتع الصحافة بقوتها في الوصول الى الجمهور او تتجاهله كليا فلا يهتم به احد ،كما انها تعد احدى اهم مرايا المجتمع وادوات نقل اولويات قضايا الناس وشؤونهم ،فحين تشد قضية معينة اهتمام الناس فأنهم يفكرون فيها ويناقشونها فيما بينهم ،ثم ينتقل الموضوع بعد ذلك الى الصحف التي تقوم بتقديم المعلومات المتكاملة حول هذه القضية او المشكلة ،كما تقدم تلك المعلومات في هيئة اشكال مختلفة يعد التحقيق اهم قنواتها ،اذ من خلاله تقوم الصحافة بعرض جذاب لمختلف وجهات النظر الواحدة من

خلال الاشخاص المشاركين في التحقيق افرادا ومسؤولين ،الامر الذي يؤدي الى تعريف القراء بهذه الافكار واخذها في الحسبان ويمكن من خلال التحقيق بأنواعه تبني اراء معينة تطرح في صورة تفصيلية وشاملة وتؤثر بها الصحافة على القراء،بما يؤدي في النهاية الى تبادل الراي على نطاق واسع.

ويرى كثير من الدراسات الصحفية ان اهمية التحقيق الصحفي تكمن في اجابته على سؤال مهم هو لماذا ؟حيث يتم من خلال السعي الى اجابة هذا السؤال القاء الضوء على المشكلة او الظاهرة المعروضة في متن التحقيق ،ثم بعد ذلك الوصول الى حلول علمية في نهايته تساعد القراء والمسؤولين على تتبع جذور المشكلة التي تناقش ،وانهم امام وضع معين حلوله ممكنة وعملية،وهذا التفسير او التحليل والتعليل للمشكلة او الحادثة هو الذي يمنح التحقيق الصحفي صفة التشويق والاهمية ويزيد من قدرة قراء الصحيفة على اتخاذ قرار وراي بشأن موضوع التحقيق المطروح.

وتؤكد بعض الدراسات انه كلما كانت موضوعات التحقيق الصحفي المطروحة ذات صلة كبيرة بالقراء وتلامس اهتماماتهم وتطرح القضايا وتكشف عن المشكلات وتسلط الضوء عليها وتقدم لقرائها كل جديد ومثير وتبحث عن الحلول وتعلم القارئ بالاسباب الكامنة وراء المشكلات او القضايا المطروحة ،وتساعد العدالة ،زاد ذلك من قراء الجريدة ورفع من مقامها ومكانتها لدى الجمهور.

التطور الاخراجي في الصحافة العربية:

لم يقتصر التذبذب الذي شهده التحقيق الصحفي في الصحافة العربية في مراحلها المتقدمة على الجانب التحريري فقط،انما امتد ليشمل الجانب الاخراجي ،بل ان الجانب الاخراجي كان اقل نصيبا في تطوره من الجانب التحريري،حيث كانت الصحف تميز

التحقيق بتكثيف المادة التحريرية على حساب العناصر الطباعية الاخرى،مما اوجد نوعا من الرتابة في صفحات التحقيق ،فلم يكن هناك استخدام فعلي للعناصر التيبوغرافية التي تكسر تلك الرتابة ،وكان المخرج يستخدم تلك العناصر ،في اغلب الاحيان،ليس من اجل دعم موضوع التحقيق او اضفاء الجمال على الصفحة وانما لسد الثغرات في الصفحة.

وقد استمرت الصحف على ذلك الوضع الى ان بدأت الصحف في الاهتمام بالاخراج ومحاكاة التطور الاخراجي للصحف العالمية ،حيث اصبحت تعتمد على الاخراج الوظيفي للتحقيق الصحفي الذي يتم من خلاله ابراز المضمون وفقا لرؤية المخرج وسياسة التحرير،بحيث اصبح الاخراج يخدم مضمون التحقيق ويظهره في قالب فني يسهل على القارئ متابعة موضوع التحقيق وقراءته ،مما اعطى التحقيقات الصحفية تكوينا فنيا اصبح فيه الشكل دالا على المضمون ،واستطاعت الصحف العربية،من خلال ذلك ان توجد لنفسها اسلوبا متميزا في تقديم التحقيق،واصبحت العناصر التيبوغرافية من الاسس المهمة التي يبني المخرج الصحفي على اساسها اخراج التحقيقات الصحفية.

-تطور اساليب الصياغة:

خضعت صياغة موضوعات التحقيقات الصحفية في بداية استخدام التحقيق في الصحف العربية،للاساليب الادبية،ويعود السبب في ذلك الى ان اغلب العاملين في المجال الصحفي في الدول العربية انذاك من الادباء ،فلم يكن للتحقيقات الصحفية صياغة واضحة،من حيث القوالب الفنية والطريقة التي تجذب القارئ والمتمثلة في قالب العرض الذي يتم فيه عرض كل جوانب الموضوع او قضية التحقيق بكل ابعادها ولاتها ،او في قالب القصة الذي يتناول الموضوع في ثناياه متسلسل الاحداث،او قالب

الاعتراف ،كما هو متعارف عليه اليوم،بل كانت التحقيقات في تلك الفترة اقرب ما تكون الى السرد الصحفي،حيث ابتعدت بذلك عن الاسلوب المقالي الى تناول المشكلات الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية بالتحليل والمتابعة بشكل اقرب للتقرير الصحفي منه الى التحقيق الصحفي.

وقد استمر ذلك الوضع الى ان دخلت الصحافة العربية اجيال من الصحفيين لا ينتمون الى المدرسة الادبية ،فغيروا من اساليب صياغة الفنون الصحفية ،واصبح الصحفي محكوما في اختياراته بالقارئ الذي يتوجه اليه،فهو لم يعد يتوجه الى نخبة معينة ،بل يختار موضوعه الصحفي ويكتبه وعينه على القارئ الذي يخاطبه ،مدركا ان اللغة في النص الصحفي ليست هدفا في حد ذاته،انما هي وسيلة لتوصيل المعلومات والافكار والاراء للقارئ،كما ان الصحفي لم يعد في ظل التغيرات الطارئة محكوما في اختياراته الاسلوبية بما يملكه من حصيلة لغوية،وانما بالحصيلة اللغوية لدى القارئ ،فلم تعد الصحف العربية كما كانت في السابق تغرق كثيرا في استخدام الجمل الطويلة وذلك في جميع الفنون الصحفية بما في ذلك التحقيق الصحفي ،حيث كان يصل طول الجملة احيانا لى 16 كلمة،وتحول الامر الى الكتابة بأسلوب مبسط ومفهوم لا يرهق القارئ،وذلك انطلاقا من حقيقة مفادها انه كلما استطاع القارئ ان يلتقط مضمون الرسالة الصحفية بفهم وبسرعة اكبر كلما دل ذلك على جودة الاسلوب الذي صيغ به المضمون الصحفي مما يعني ان العمل الصحفي صار مرهونا بفهم القارئ لمضمون الرسالة الصحفية.

المصدر:

د.عبد الملك بن عبد العزيز بن شلهوب،التحقيق الصحفي -اسسه

،اساليبه،اتجاهاته الحديثة - ،الرياض ،ط1

،2004،ص39وص40وص47وص49وص50

هذا هو أملنا بالإعلام العربي

بقلم الدكتورة حفصة الغريب

تبرز اهمية الاعلام في النطاق الواسع الذي يشكله كونه لايخدم طبقة واحدة او معينة من المجتمع بل ان نشاطه يغطي جميع افراد المجتمع اذ يبدأ اتصال الفرد بالاعلام من الطفولة وحتى الشيخوخة والاعلام يكون فعالا

في المجتمع بالنظر لما يقوم به من دور في مكافحة الفساد بكل انواعه

فالإعلامي بالمعنى الحقيقي هو من يقوم بالتأشير على الصواب والخلل وبكل شجاعة واقدام وباعتماد المهنية في ذلك

وتشخيص الاخطاء والانحرافات والسلبيات وبشكل موضوعي من اجل ان يعد الاعلام السلطة الاولى وليس الرابعة

ان مارس التشخيص والرصد والرقابة بالطريقة الموضوعية التي ذكرت....اذ يؤدي ذلك وبشكل مباشر الى كشف حالات الفساد قبل التستر عنها وقبل استفحالها....وبهذا يمكننا القول ان الاعلام الجاد والمسؤول والمهني والملتزم

يطرح بواقعية الامراض الاجتماعية التي تصيب عمليات ادارة الشأن العام كالفساد والرشوة والمتاجرة بالنقود والاستغلال

للمنصب والسلطة وتجاوز الصلاحيات مع تناوله ظواهر الفقر والتخلف والبطالة والتضخم والجهل والجرائم الاخرى التي تشكل جميعها مولدات للفساد.....فالإعلام هنا وسيطا ما بين السلطة والجمهور وبرسالته هذه اطلق عليه السلطة

الرابعة التي تسهم في بناء الهيكل السلطوي للدولة المتمثل بالسلطات الثلاث (التشريعية- التنفيذية والقضائية.....)

والاعلام كما يصفه المختصون هو منبر حر يمارس من خلاله الجمهور دوره في تقييم الاداء الذي يقوم به الجهاز

الحكومي والاداري وتحديد مواطن الخلل والانحراف به

وبهذا يكون الاعلام ابرز اعمدة النزاهة لكنها اعمدة ستقف على ارض هشة عندما يكون الاعلامي قريبا من المسؤول التنفيذي او السياسي لان وجود مصالح سياسية يعني حجب نشر القضايا المتعلقة بالفساد وبهذا يكون الاعلامي متماشيا

مع السلطة ووسائلها بسبب خضوعه الى هيمنة الجهة القريبة منه وبذلك يفقد القلم شجاعته مثلما يفقد المقاتل شرفه حين يهرب من المعركة. واملنا في الصحفي العربي كبير في تجاوز المحن والويلات كن خلال قول الحقيقة مهما كلف الامر من تضحيات جسام والله الموفق لخدمة الكلمة الشريفة الهادفة....

الإعلام الجديد و القيم الاجتماعية... رؤية تحليلية

د. هبة الديب

يعتبر الإعــلام أهــم وســيلة مــن وســائل التــأثير الجمــاهيري، و التواصل بين الأفراد و المجتمعات وقــد لعب دوار فــي حيــاة المجتمعــات الإنســانية، علي مر العصور المختلفة .حيث يعتبر الإعلام من أقدم الممارسات التي عرفتها البشرية .

و يلعب الإعلام دوراً هاماً داخل كل مجتمع من حيث تثقيف الجماهير و نقل المعلومات و الأخبار و نقل الأفكار التي تؤثر علي عملية اتخاذ القرار كما أنه مصدر هام من مصادر التوعية الإجتماعية ليس هذا فقط بل اتسع تأثير الإعلام ليشمل كل جوانب الحياة الاجتماعية و الإقتصادية و السياسية و البيئية و الثقافية و الوطنية .

حيث يعتبر من أهم عوامل نقل الحضارة، وإشاعة الثقافة الجادة، ودعم الفكر الصالح، وبث القيم الصحيحة في العادات والسلوك، وإصحاح البيئة الإنسانية والمجتمع البشري، وتحقيق التواصل الاجتماعي والثقافي بين الأفراد والجماعات والأمم .

و لقد ارتبط الإعلام بالقيم الإجتماعية منذ ظهور وسائل الإعلام التقليدية حيث انها أحد العوامل الأساسية في عملية تثبيت و تغيير وخلق القيم داخل المجتمعات .

و نستطيع القول أن للإعلام رسالة في بناء الأمم و تقدمها و يقع علي عاتقه مسؤليه كبيره

فالإعلام سلاح ذو حدين يستطيع أن يقوم بدور ايجابي اذا تم إستخدامه في تدعيم الجماهير بالقيم الإيجابية و تعزيز الوعي الإجتماعي لدي المجتمع و قد يكون أكثر خطورة من الأسلحة المدمرة نظرا لإمكانياته الخطيرة في الغزو الفكري و التأثير علي المجتمع و الجماهير .

فظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام

التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت New media تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام

ويعتبر الإعلام الجديد من المصطلحات التي ليس لها مفهومٌ أو تعريفٌ واحداً في العلوم الإنسانية وذلك لكثرة الآراء في دراساته وتداخلاتها، حيث وقف المصطلح بين رؤيتين الأولى قالت أنّ الإعلام الجديد هو بديلٌ للإعلام التقليدي، أمّا الثانية فاعتبرته تطوراً وتقدماً للإعلام التقليدي .

والإعلام الجديد من المصطلحات التي دلت على التقدم التكنولوجي واالتطور التقني في مجال الإعلام واستخدام الصوت والصورة فيه بشكلٍ متطور، وبعد كلّ التطورات التي حدثت وثورة عالم الإنترنت أصبح مفهوم الإعلام الجديد يطلق على كلّ شيءٍ يستخدمه الفرد على شبكة الإنترنت .

ويمكن تعريف الاعلام الجديد بأنه هو الجنين الناتج عن التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم باعتبار أنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات .

"كما أن الإعلام الجديد هو إعلام الفرد لا إعلام المؤسسات، إعلام يعتمد على قدرة الفرد في أن يكون منتجا للمضامين الإعلامية .

و لقد اختلف الباحثون في ما يتعلق بنوع التأثيرات التي يمكن أن تحدثها الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأفـراد فظهرت

مدرستان أو مدخلان متناقضان إحداهما المدرسة المتفائلة أو المدخل الإيجابي الذي يرى أن الانترنت تؤدي إلى التواصل الاجتماعي وزيادة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد (خاصة البعيدين مكانيا) من خلال البقاء على اتصال دائـم معهم والمدرسة الأخرى هي المدرسة المتشائمة أو المدخل السلبي الذي يرى أن استخدام الانترنت يؤدي إلى قلة الوقت الذي يقضيه الفرد مع أفراد أسرته وأصدقائه ومع وسائل الاتصال التقليدية وأن الوقت الذي يقضي الفرد على الانترنت هو وقت مسروق من أنشطة اتصالية أخرى مخصصة للتواصل مع أفراد آخرين . وقد ظهر مؤخرا مدخل معتدل يرى أن الانترنت مجرد أداة صممت لتيسير حياة الأفراد وهي مكملة للاتصال الشخصي

فقد أضاف الإعلام الجديد ووسائله إل حياة الملايين من البشر الكثير، فقد سهل التواصل فيما بينهم وبين عائلاتهم وأصدقائهم، وكذلك فتح آفاقا جديدة لتشكل شخصياتهم وعاداتهم الاجتماعية حول ثقافة الشبكات الاجتماعية والتواصل عبر الانترنت، لذلك كان لهذه الثقافة تأثيرات إيجابية كانت أم سلبية على طبائعهم وثقافاتهم، وسواء أرادوا حدوث ذلك الأثر أم لا، إلا أن مجرد انضمامهم لمواقع التواصل فإنهم ينضمون ضمنيا إلى ثقافة الموقع أو ثقافة ذلك المجتمع الالكتروني الذي صاروا جزءا منه.

و ليس هناك شك في أن مواقع التواصل الإجتماعي التي افرزتها ثقافة الإعلام الجديد أثرت في كثير من الإتجاهات و القيم الإجتماعية منها الإيجابية و منها السلبية .

ففي الحقيقة ليست الإشكالية في مواقع التواصل الإجتماعي أو الإعلام الجديد و لكن الإشكالية في كيفية استخدام هذه المواقع و كيفية التعامل معها ، فلا شك أن هناك مواقع تحما الكثير من القيم الإجابية للجمهور الذي يتصفحها و يتأثر بها تأثيرات إيجابية من

خلال التعرف علي مفاهيم متعددة كالمواطنة و الإيثار و خدمة المجتمع و العمل الخيري .. فهناك العديد من الصفحات علي مواقع التواصل الإجتماعي كان لها دورا كبيرا في تحفيز دور الشباب في التبرع بالدم و العمل التطوعي الحفاظ علي البيئة من التلوث و كثير من الصفحات التي تلعب دورا ايجابيا في خدمة الشباب لمجتمعهم و هذه الرؤية تطلق العنان لتفاعل الشباب مع بعضهم البعض علي صفحات التواصل الإجتماعي التي اتاحت حرية الرأي و التعبير فيما بينهم كما أتاحت لهم فرصة التعليق و المشاركة علي الآراء المختلفة.

ويعتبر هذا الجانب المضيء أو الإيجابي للإعلام الجديد بينما هناك جانب آخرنطلق عليه الجانب المظلم أو السلبي حيث يتأثر به الشباب و المجتمعات من خلال نشر الأفكار الهدامة و المتطرفة و محاولة هدم أفكار الشباب و التأثير عليهم و التأثير علي القيم الإجتماعية بتصدير أفكار مضادة لهذه الأفكار لذا من خلال هذه المنصة الإعلامية يجب أن نوصي بأهمية الدورالتشريعي و الرقابي للإعلام الجديد و محاولة السيطرة علي المحتوي الذي يقدم من خلال معايير محددة تضعها المجتمعات وفقا لطبيعة كل مجتمع و عاداته و تقاليده و القيم الإجتماعية السائدة به

لمواجهة ما يشهده العالم العربي من فوضى إعلامية ناتجة عن ضعف الانضباط القيمي والأخلاقي أو قصور المساءلة أو إساءة استغلال الأجواء الإعلامية المفتوحة في بث الشائعات أو تهديد الأمن القومي ومخالفات الآداب العامة.

أن التحديات التي يواجهها الوطن العربي تفرض على وسائل الإعلام العربية التقليدية و الجديدة مسؤوليات كبيرة.

لذا وجب أهمية غرس القيم الصحيحة لدى الشباب العربي والمسلم، وأهمها الوسطية الفكرية والإيجابية والاعتدال وقبول الآخر، وملء أوقات فراغه بالعمل الجادِّ والهادف والبنَّاء، سواء على مستوى العلم والثقافة، أو على مستوى النشاط الاجتماعي والاقتصادي، وتشجيعه على تبنِّي أهداف وطنية وإنسانية عالية، فضلاً عن غرس روح التميُّز العلمي والعطاء ، ذلك لمواجهة القيم التي تبث من الخارج الغير مرغوب فيها ويكون لها تأثيرها العقلي والنفسي والاجتماعي السلبي ، إضافة إلى مسؤولية التصدِّي لها وحدودها وآثارها وأهميتها .

دور الاتصال غير الرسمي في تحسين الأداء الوظيفي للإدارة المدرسية "دراسة حالة ثانوية طارق بن زياد ومتوسطة النقيب عبد العزيز الكبير عين طاية- الجزائر" من جانفي 2018 إلى غاية جوان 2018

للباحث: كروش خيرالدين

تعتبر المؤسسة مصدر لتجميع مختلف الأفراد، فهي تقوم على جماعات بشرية تربطهم علاقات إنسانية وتجمعهم أهداف وأغراض مشتركة، وتحكمهم نظم وقوانين مشتركة أيضا، فالأفراد والجماعات يتحركون داخل المنظمة بغية تحقيق الأهداف والغايات ،وإشباع حاجاتهم، وهم على ذلك يتبادلون المعلومات والمشاعر والأحاسيس.

ولا يمكن تصور أي منظمة دون توفر عملية الاتصال التي يتفاعل من خلالها الأفراد والجماعات تفاعلات تحكمها أشكال وأساليب معينة ولقد ازدادت أهمية الاتصال في العصر الحديث بتطور وتعقد مختلف التنظيمات ،وأصبح عنصرا حيويا تهتم به وبعناصره، باعتباره عملية تفاعل إنساني يساعد على تنمية و تمتين العلاقات الاجتماعية والتنظيمية، وتقوية روح الجماعة، مما ينعكس بالإيجاب على الكفاءة الإنتاجية للمؤسسة ويبعث فيها التجديد والديناميكية، بل إنه من الصعب جدا أن يتصور الموظفون سواء كانوا رؤساء أو مرؤوسين أو عملاء داخل المنظمة أو خارجها.

وحتى تؤدي المنظمة نشاطها العادي أيضا فهي تشمل شبكة من الاتصالات انطلاقا من القنوات الرسمية وغير الرسمية والتي يعتمدها كل من الاتصال الرسمي والاتصال غير الرسمي

فإن كان الأول يلزم العاملين بكل ماهو مكتوب ويتميز بالدقة في احترام وتنفيذ الأوامر والتعليمات وضمان عدم النسيان والتجاهل والمتابعة الدقيقة إلا أنه في بعض الأحيان يعتبر أداة للضغط على الموظفين فتصبح عملية متعبة، في حين نجد الاتصال غير الرسمي الذي يتم بين الموظفين خارج المسارات الرسمية والذي هو قائم على أساس العلاقات الشخصية والاجتماعية بين

الموظفين داخل المنظمة وهو بذلك يعتبر متنفسا للأفرد يعبرون فيه عن الأمور التي تهمهم ويتبادلون فيه الآراء.

والإدارة تتطلب من مديرها القدرة على التكيف الفعال بمحيطه الاجتماعي و نخص في دراستنا هذه المجتمع المدرسي ، حيث تقتضي حكمة بالغة وتفهما لحاجات الآخرين ومشاعرهم من اجل الوصول إلى الغاية المنشودة, وهكذا تنمو علاقة بين المدير و عماله أو بين المدير و المعلمين والطاقم الإداري ككل فالعنصر البشري هو المحرك الأساسي لعمل المنظمات وباعتباره جزءا لا يمكن تجاهله أو إغفاله في العملية التنظيمية والإنتاجية للمنظمة مهما كانت وظيفتها أو أهدافها، فالمورد البشري يمثل المصدر الحقيقي لتكوين القدرة التنافسية لكل منظمة في القرن الواحد والعشرين لا يستند لمجرد امتلاكها الموارد الطبيعية أو المالية أو التكنولوجية فحسب، بل يستند في المقام الأول على قدرتها على توفير نوعيات خاصة من الموارد البشرية .

فالأفراد هم العنصر التنظيمي القادر على استيعاب المفاهيم والأفكار الجديدة التي تساعد على استغلال الميزات و مواجهة التحديات التي تفرضها الظروف البيئية والثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية للقرن الجديد وهذا من خلا أدائه الذي يتوقف عليه نجاح المنظمة، فالأداء العالي هو نتاج جهد سواء كان عضلي أو فكري قد ببذله فرد أو مجموعة لإنجاز معين، للوصول أو تحقيق أهداف مسطرة سلفا، مبني على استغلال الموارد المتاحة أو مدخلات المنظمة بأقل تكلفة وإنتاجية عالية مع الحفاظ على صحة وراحة الموظف.

ولهذا وجب على المدير أن يكون طرفا فاعلا من اجل تحقيق هذه الأهداف وضمان مشاركة

نشطة لأطراف العملية التعليمية ،و أن يجعل أيضا لنفسه مجموعة من الأساليب يستطيع عن طريقها تحسين أدائه من اجل رضا مرؤوسيه، وهذا يمكنه من الوصول إلى أداء فعال بغرض الحصول على إدارة مدرسية ناجحة، فهي لم تعد مجرد عملية إدارية روتينية تهدف إلى تسيير المدرسة سيرا روتينيا وفق قواعد وتعليمات معينة، بل أصبحت تعنى بالنواحي الفنية وبكل ما يتصل بالتلاميذ وبأعضاء هيئة التدريس في المدرسة وبالمناهج وطرق التدريس والنشاط المدرسي والإشراف الفني وتنظيم العلاقة بين المدرسة و المجتمع المحلي وغير ذلك من النواحي التي تتصل بالعملية التربوية أو باتصال الإداريين ببعضهم البعض، ولذلك وجب الرقي بمفهوم الإدارة بعيدا عن الفكرة التي تزعم أن التعامل بين أفرادها يكون في إطار محدود، وهذا ما يمنع من التعبير عن الأفكار وتبادل الآراء والإبداع وحب العمل ،بروح التعاون والتنافس الايجابي من اجل الوصول إلى ما هو أسمى وأفضل.

وبهدف محاولة معرفة العلاقة القائمة بين الاتصال غير الرسمي و الأداء الوظيفي في الإدارة المدرسية وتحديد مدى علاقتها بأداء الإداريين في المؤسسات التربوية هو محور دراستنا التي تندرج تحت الإشكالية التالية:

كيف يمكن أن يؤثر الاتصال غير الرسمي على الأداء الوظيفي في الإدارة المدرسية؟

وتهدف عملية التركيز في دراستنا على الاتصال غير الرسمي إلى أن هذا النوع من الاتصال لا تزال أهميته غير معترف بها .

وبعد الدراسة الميدانية التي أجريت لعينة من الإدارة المدرسية ممثلةً في إعدادية النقيب عبد العزيز الكبير وثانوية طارق بن زياد ببلدية عين طاية بالجزائر العاصمة تم الوصول إلى جملة من النتائج والتوصيات والملخصة كالآتي:

يعمل الاتصال بأنواعه على إحداث التنسيق والتكامل بين مختلف الوظائف والأنشطة فهو الوسيلة الأساسية لتنمية العلاقات الإيجابية وبث روح الجماعة بين الأفراد داخل المنظمات، ويشكل الاتصال غير الرسمي عامل ذا أهمية باعتباره المساهم الرئيسي في تعزيز جو الانسجام والتوازن ،وبالتالي تحسين الأداء الوظيفي وبالنظر إلى الواقع المعاش وفي مجتمعنا الحالي نجد أن هذا النوع من الاتصال لا تزال أهميته غير معترف بها لذلك وجب على الباحثين إجراء دراسات بحثية معمقة حول هذا الجانب الخصب وتطبيق نتائجه .

1. إشراك الموظفين في القرارات المتعلقة بالإدارة المدرسية وهذا كفيل ببعث الحماس لديهم.
2. الاتصال غير الرسمي له تأثير كبير على مردودية الموظفين والسير الحسن للمنظمة وفي نفس الوقت يجب احتواه والدراية الجيدة في التعامل به لأنه يقد يعود بالسلب على المنظمة.
3. يجب على المدير أن يدرك أهمية التواصل وإقامة اتصالات غير رسمية في عمله مع جميع أطراف العملية التعليمية والتربوية وعليه يجب مراعاته واستخدامه بالموازاة مع الاتصال الرسمي وذلك خدمة للإدارة المدرسية وتطورها.
4. الاستفادة من اللقاءات والمناسبات في دعم العلاقات الفردية الإنسانية التي سيكون لها اثر كبير في العلاقات الاجتماعية بين موظفي الإدارة المدرسية(العمل على تنمية روح الجماعة)
5. محاولة الوقوف على العناصر التي من شأنها أن تعرقل عملية الاتصال الفعال

بين الموظفين والعمل على معالجتها وصيانتها.

6. العمل على توظيف وتوجيه التقنيات الحديثة في الإدارة المدرسية نحو إنشاء شبكة اتصالات ومعلومات تربط الموظفين فيما بينهم مع دعم سبل الاتصال والتنسيق بينهم من أجل رفع مستوى أداء عملهم.
7. رفع دافعية الموظفين عن طريق دعمهم بمزيد من التحفيزات وتوفير كافة الإمكانيات التي تساعدهم على انجاز مهامهم الوظيفية الموكلة إليهم وتكريم المتميزين منهم.

دور الإعلام فى ازدهار النشاط السياحى للبلاد.

نور عزت الياسين

يتجلى دور الإعلام السياحي كصناعة واستثمار واستقطاب لرؤوس الأموال الأجنبية وتوظيفها في المجال السياحي وانتعاش اقتصاديات البلدان الفقيرة وخصوصاً التي تعتمد على السياحة بشكل أساس كمصدر للدخل القومي لأن الإعلام الناجح يصنع سياحة ناجحة.

ومن اهم الأمور التي علي الاعلام السياحي ان يعيها جيدا هي الفروق الجوهرية بين البلدان والدول المختلفة من حيث الدين والفكر والحرية وتبني أفكار ما قد تؤثر مباشرة علي قرار العميل المنتظر.

ومن أهم إيجابيات الإعلام السياحي هي تحرير القطاع السياحي من بعض القيود المفروضة عليه الأمر الذي سينعكس إيجابياً على كفاءته وتسهيل قيام المؤسسات السياحية بتقديم خدمات شاملة من خلال عرض معوقاتها عبر وسائل الإعلام وتدعيم التواجد للتسويق السياحي خارجياً وخلق فرص عمل جديدة للمواطن والحد من البطالة من خلال تحسين الصورة الخارجية للبلاد عبر وسائل الإعلام وعدم المبالغة الزائدة في إظهار التسهيلات والأسعار المنخفضة وجودة الخدمات الفندقية والسياحية وكرم وضيافة المواطن مما يخلق صورة ذهنية إيجابية لفترة قصيرة ولكن غير صحيحة، وبالتالي ستتحول إلى ردود فعل غير جيدة من قبل الزائر عندما يصطدم بالواقع ويرى العكس والمتمثلة بعدم تكرار زيارة تلك البلاد مستقبلاً وتحذير الآخرين من المعارف والأصدقاء من السفر إليها.

ومن أهم المشاكل التي يواجهها الإعلام السياحي عدة أمور ومنها قلة أو عدم وجود برامج سياحية تعرض الآثار والمناظر والمناطق المراد زيارتها والاستمتاع بها وضعف تقنيات وسائل الإعلام المطلوبة

لمواكبة الأحداث وقلة الاهتمام بالإعلان والترويج السياحي وانعدام وجود دليل سياحي متكامل للتواصل مع السياح وتعريفهم بمعالم البلاد، كذلك عدم الاهتمام بالمهرجانات والمعارض السنوية والإعلان عنها بالإضافة إلى عدم دراسة طبيعة السائح ومعرفة متطلباته قبل بداية الحملة الإعلانية والفشل في اختيار التوقيت المناسب للإعلان السياحي والجهل في استخدام الوسائل الإعلامية المناسبة، كما أن الحروب والكوارث الطبيعية التي تنشر عبر وسائل الإعلام الأخرى تعتبر عائقاً أمام السياحة، إذ لا غنى للسياحة عن الإعلام لكون الإعلام صفة محورية ولازمة لصناعة ونجاح السياحة.

واهتمت معظم الدول التي تهتم بصناعة السياحة اهتماما حقيقيا بتعظيم دور الإعلام السياحي وتوفير بل تسخير كافة السبل لإنجاحه.

فسخرت وسائل الاعلام المختلفة من تليفزيون وإذاعة وصحافة للقيام بمهام التنشيط السياحي وتثقيف المواطن بأهمية السياحة، ودورها الحيوي في بناء مجتمعات حضارية جديدة.

واليوم أصبحنا نري الإعلام السياحي يسوق لرحلات سياحية الي الفضاء،بدأت الفكرة عام 2001،ومازال حلم الملايين من البشر علي سطح هذا الكوكب هو السفر الي الفضاء، والذي أصبح ممكنا ومتاحا لمن يملك المقدرة المالية.

فالمرحلة الراهنة تتطلب دورا رئيسيا للاعلام بشتى لنواه مقرؤ او مسموع او مرئي يهدف الى خدمة قطاع السياحة وعلى الدولة ان تنظر بعين الاعتبار الى التخصيصات المالية التي مازالت متواضعة جدا في هذا المجال ولا تستطيع تفعيل هذا القطاع وفق الطموحات

المرجوة لان المردودات المالية التي ستعود من السياحة بانواعها المختلفة ستكون كبيرة جدا في حالة توفر الامن وفرض القانون ونشر الوعي السياحي وتوفير الخدمات العامة واجزم إن هذا متوفر ليس فقط محليا ولكن دوليا.