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.