

جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي-

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الإنسانية

استمارة الملتقى

الاسم واللقب: خليدة البشاري

الجامعة: جامعة الجزائر 3

الرتبة العلمية: أستاذة محاضرة أ

التخصص العلمي: علوم الإعلام و الإتصال

الملخص: 500 كلمة

عنوان المداخلة: الإعلام المحلي ودوره في التوعية بأخطار الأزمات

"الإذاعات المحلية أنموذجا"

يضطلع الإعلام المحلي في الجزائر بعدة ادوار غاية في الأهمية، فهو ومن خلال وظائفه السامية يسعى إلى تحقيق العديد من الأهداف التي من شأنها الرفع من مستوى الإحساس الفكري والجمعي بضرورة مواكبة العصر والمشاركة في مساعي الدولة والتموقع في خانة جيواستراتيجية رغم البعد الجغرافي الذي يؤثر أحيانا على خلق الانسجام المجتمعي، وتزداد أهمية "الإعلام المحلي خاصة أثناء الأزمات والرهانات التي يعيشها المجتمع، يرى عالم الأخلاقيات أن: ¹William May

أن وسائل الإعلام الحديثة تعد من أهم القوى التعليمية بعد دور العبادة والمدرسة... لأنها تبني الواقع الاجتماعي للأفراد لكن مضمون هذه الوسائل لا يعد إلا سيطرة أمريكية على ثقافتهم، ولوسائل الإعلام عدة خصائص تمكنها من

¹ - عبد الرحيم درويش، دراسات في الإتصال (مكتبة نانسي دمياط مصر، الطبعة الأولى 2006م) ص 13.

الولوج إلى عالم الإنسان والتأثير فيه بمختلف السبل ، ومن بين أهم هذه الخصائص نجد مكونات العملية الإعلامية:

المرسل: هو مصدر الرسالة، حيث يقوم بتقديم معلومات وأفكار وآراء، ومعاني للآخرين.

المستقبل: هو الذي يستقبل ويتلقى الرسالة ومحتواها، وهو أثناء العملية الاتصالية يتحول إلى مرسل، أي أن المرسل والمستقبل أثناء التفاعل يمكنهما تبادل الأدوار. **الوسيلة:** تلعب دور الوسيط في نقل الرسالة بين طرفي العملية الاتصالية. **رجع الصدى أو الاستجابة:** تفيد في حدوث رد فعل بعد تلقي الرسالة، سواء أن كان رد الفعل بعد تلقي الرسالة إيجابيا، أو سلبيا، والأهم من وجود تلك العناصر في العملية الاتصالية، وجود سياق تفاعلي وإطار اجتماعي وحضاري وتاريخي وعقائدي يؤسس لثقافة اتصالية.

ويحدد كل من الباحث كولمان، ومارس: عملية الاتصال من خلال تحليلهم لمفهوم الإعلام، بأنها عملية أساسية تتضمن خمسة عناصر وهي:² الشخص، أو الجماعة التي تبدأ بإرسال الرسالة، ومحتوى الرسالة أو مضمونها، الوسيلة المستخدمة في عملية الإرسال أو النقل و المستقبل أو المتصل به، و الاستجابة التي يعكسها هذا المستقبل. بينما أكد الباحث شرام أن عملية الاتصال أو الإعلام تتضمن ثلاث عناصر أساسية:³

أ - المصدر الممثل في شخص، أو مؤسسة التي تعد الرسالة، والرسالة، والمستقبل. كما يمكننا تقسيم نماذج الإعلام إلى نوعين رئيسيين هما:⁴

ب - النماذج الخطية: أحادية الاتجاه، نموذج أرسطو: الخطيب، والخطبة والمستمع. ج - النماذج التفاعلية: ثنائية الاتجاه، مثلا نموذج هارولد لازوال من؟ يقول ماذا؟ بأية وسيلة؟ وبأي تأثير؟ وهناك أيضا نموذج روس: المرسل، والرسالة، والوسيلة، والمتلقي، ورجع الصدى والسياق.

و يقدم الإعلام بصفة عامة خدمة للمجتمع منذ قديم الزمان ومن خلاله يمكننا معرفة الصورة الحقيقية التي عاشت عليها الشعوب، ولهذا فغالبا ما يرتبط

² - الدسوقي عبده إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الحديثة (دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر مصر، 2004م) ص 23.

³ - آمال سعد متولي، مبادئ الاتصال بالجماهير ونظرياته مرجع سبق ذكره ، ص 10.

⁴ - حسن عماد مكايي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة مرجع سبق ذكره ص 47 48.

الإعلام بالجماعة والفرد من حيث عدة جوانب كتركيبهما وتطلعاتهما و مشاكلهما وأزماتهما.

"فالإعلام هو إشترك طرفين فرد وفرد أو فرد وجماعة في فهم معنى واحد بأي شكل سواء أكان هذا النقل مقصودا أو غير مقصود ويتم الإتصال بوجود طرفين مرسل ومتلقي في آن واحد

وتختلف نسبة الإستجابة لهذه الرهانات حسب العوامل الثقافية والدينية والجغرافية

و السوسيولوجية التي تميز كل منطقة عن أخرى، رغم تقلص هذا الاختلاف مع التطورات التكنولوجية لكنه ورغم ذلك يبقى حاجزا أمام التطور الشامل والنجاح ويكمن جوهر ذلك المشكل في عدة أسباب سنحاول التطرق إليها من خلال هذه المداخلة.

فما هي السمات العامة التي تميز عمل الإعلام المحلي في الإذاعة في الجزائر، والتي بفضلها يمكن لهذا النوع من الإعلام تجاوز بعض الأزمات الخطيرة التي تحدث في البلاد، وماهي أبرز العوائق التي تحيل دون أن يكون الإعلام المحلي في الإذاعة في المستوى المطلوب أثناء الأزمات؟

محاور المداخلة:

أولاً: مفهوم الإعلام المحلي في الإذاعة ودوره أثناء الأزمات؟

ي عرف الإعلام المحلي على أنه اعلام يقدم برامج ومضامين إعلامية مكتوبة وسمعية بصرية ، وله مميزات تجعله يؤثر في الجماهير، ومن بين أهم مميزاته نجد:⁵

إعلام محدود النطاق.

إعلام يعكس ثقافة مجتمع.

إعلام يستهدف خدمة احتياجات مجتمعه.

الخدمة المحلية والجوارية.

و للإعلام المحلي عدة خصائص وأهداف استراتيجية ومنها:

- تعزيز الشعور بالإنتماء إلى المنطقة الجغرافية، وأصولها وتاريخها وتقاليدها.

ببلدية فتحة نور الهدى، الإعلام المحلي المسموع ودوره في تثقيف وتنمية الوعي الصحي للجمهور المستمع، -
مجلة الحكمة العدد 8، 2018 ص135.

- يهتم الإعلام الجوّاري بربط أجزاء المجتمع وتوحيد استجاباته اتجاه القضايا المطروحة على الساحة الإقليمية والدولية:

- "...وان كان للجماهير آراء أساسية وآراء عارضة فذلك لأن معتقداتها تتوقف على عوامل بعيدة وعلى عوامل مباشرة، وإن العوامل البعيدة التي تؤثر في الزمان تجعل الجماهير قادرة على اعتناق بعض العقائد وغير قادرة على الإقتناع بغيرها، بيد أن تهية الأرض التي سوف تعمل عليها العوامل المباشرة، وهذه العوامل البعيدة هي: العرق، التقاليد، التربية والتعليم، الصور، الخبرة... لذلك لابد من التركيز على الإستراتيجيات الاجتماعية الآتية عند محاولة التغيير: التأكيد، فالجماهير تتأثر بالصور الذهنية، والتكرار، الأمثال.⁶

⁶ - خليل، صابات، الإعلان، أسسه قواعده، فنونه وأخلاقياته. مصر: مكتبة الأنجلومصرية، 1987 ص166.

ثانياً: ماهي المقومات والمعايير التي يمكن للإعلام المحلي في الإذاعة أن يتصف بها حتى يعمل في إطار علمي ومهني يمكنه من تجاوز الأزمات؟
حسب ماكلوهان فإن أساليب الإعلام وأشكاله وأنواعه وحتى الأشكال الحديثة تطورت بفعل تطورات المجتمعات نفسها لهذا فالمراحل السابقة حسبه هي أساس الحديث عن الإتصال و أشكاله وبالتالي مضمونه وأهدافه داخل المجتمع.⁷

يقول ماكلوهان: "...كان الإتصال الشفهي هو الرابط مع الماضي وكانت المعاني ذات المستويات المتعددة هي الطابع العام... ونظراً لأن الناس في النظام كانوا يحصلون على معلوماتهم أساساً عن طريق الإستماع إليها من أناس آخرين فقد اقترب الناس من بعضهم البعض في شكل قبلي.. فالإستماع كان يعني الإيمان مادام هو الطريق الوحيد للحصول على المعلومات"⁸.

ويعتبر الإتصال الشفهي من أقدم تصنيفات الإعلام حسب ماكلوهان فهو يعتمد على الحواس ويتسم بالعاطفة أكثر من التفكير العقلاني لهذا فالإتصال الشفهي يؤثر على المدى القصير في الأفراد تأثيراً شعورياً وعاطفياً فقط، ولهذا الطرح حسب اعتقادنا إيجابيات وسلبيات أهمها:

- إن طغيان التأثير العاطفي على الأفراد عن طريق الإتصال الشفهي لا يعكس قصور تفكيرهم فحتى العلماء أحياناً وخلال الظروف الإستثنائية كالأزمات، يطغى الشعور والعاطفة فيها العقل، فالمتضررون من الأزمة غاضبون والمسؤولون عن الأزمة مضطربون والواجب من الجميع التحلي بالعقلانية والصبر.
وإذا كان الإتصال الشفهي جزءاً من الإتصال التعبيري، فإن هناك من العلماء من ينظر للإتصال الشفهي باعتباره محور اهتمام ونجاح عملية الإتصال البشري.
"فالتواصل الشفهي هو كل مهارات يمتلكها الأفراد ويتواصلون بها وتشمل عناصر العملية الإتصالية، ويتفاوت حجم الفهم والإستجابة بحسب عدة ظروف قد ترجع للمرسل أو المستقبل أو الرسالة، ولا بد من تنمية مهارات التواصل الشفهي حتى نستطيع تحقيق الأهداف"⁹.
ومن أبرز المهارات نجد ما يلي:¹⁰

² - الدسوقي عبده إبراهيم، وسائل وأساليب الإتصال الجماهيرية والإتجاهات الحديثة (دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر 200م) ص 45.

⁸ - بسام عبد الرحمن مشاقبة، نظريات الإتصال، مرجع سبق ذكره ص 159.

⁹ - راشد محمد عطية أبو صواوين، تنمية مهارات التواصل الشفهي (دار أترك للطباعة والنشر، مصر، الطبعة الأولى 2005م) ص 105.

¹⁰ - نك موركان، ترجمة مها أحسن بحبوح، قواعد التأثير في المستمعين (الحوار الثقافي، لبنان، الطبعة الأولى 2005م) ص 605.

أ - فهم الجمهور: من أكبر العوائق التي تجعل الخطبة لا تؤثر، سوء انسجام الخطابة العامة مع توقعات الجمهور، من جهة أخرى لا يمكن قول كل ما يعرفه الخطيب للجمهور.

ب - صنع العبارة المحفزة : لابد من تناغم وتناسب الحديث مع السياق، فلهذا الأهمية واستفحالتها حديث خاص جداً، "فلكل مقام مقال"

ج - تحديد مستوى الحاجة: يمكن الإستعانة بقاعدة التدرج الهرمي للإحتياجات، فكلما انخفض مستوى الدرجة التي تضع فيها الخطبة على التدرج الهرمي تمكن الخطيب من استقطاب اهتمام الجمهور أكثر.

د - انتقاء القصة: يجب أن يرتبط الخطيب مع الجمهور برواية القصص.
هـ - بنية المضمون: الجمهور يرغب في الإستماع للخطبة المقنعة التي تعرض المشكلة ثم تعرض الحل بأسلوب منطقي، فالجمهور يفضل الخطب ذات بنية واضحة وبسيطة ومنطقية.

و - القيام بالرحلة: يجب أن يصطحب الخطيب الجمهور في رحلة من "لماذا" إلى "كيف".

ز - دمج الجمهور: يجب على الخطيب أن يتقن مهارات الإتصال الشفوي والتعبيري حتى يصل بهذه الإمكانيات إلى مرحلة دمج الجمهور في القصة أو الخطبة، ومن أبرز الأساليب: استغلال الثواني الأولى للخطبة فهي مهمة للغاية، قدم نفسك للجمهور وصافح الشخص الذي قدمك للجمهور، وجه الحديث إلى أحد أفراد الجمهور قبل البدء في الخطبة، الخطب المرتجلة تبدأ بإتزان وتنتهي بإيجاز، الخطب التي تلقى بعد العشاء يجب أن تكون مختصرة كالحلوى.....الخ.

ح - البحث عن الحقيقة: هي رحلة مشوقة لابد أن لا يتوقع الجمهور نهايتها،

ط - التمرن على حركات الجسم المرافقة للخطبة: كالتنفس العميق وتحسين الصوت.

ي - قهر مشاعر الخوف: لابد للقائم بالإتصال "الإمام" قهر مشاعر الخوف من الجمهور والأزمة.

ك - اللجوء إلى التقنيات : هناك العديد من التقنيات التي حبانها الله بها لإحداث التغيير في النفوس.

ل - الإصغاء إلى الجمهور: الخطباء المبدعون يصغون إلى جمهورهم، يجب أن تكون وسائل الإتصال غير الشفهية مطابقة للخطاب، ويتوقع الجمهور من

الخطيب أن يكون خائفا نوعا ما من إلقائه لمعلومات، حيث خولته الجماهير للحديث عنها.

يقول خبير الاتصالات Nick Morgan:

"إن الخطب هي أكثر الأساليب تأثيرا في الارتباط بالجمهور منذ عهد قدماء الإغريق، إلا أن التلفزيون جعلنا نستخدم أسلوب عادي وعامي عند توجيه الحديث إلى جمهور عام، لذلك فقد نسينا الكثير من القواعد الإتصالية القديمة... وفقدنا رابطة الصلة بالجمهور نظرا لإهمالنا شكل وبنية الخطبة... والأمر الأهم هنا أننا فقدنا رابطة الإتصال بالجمهور، وهي الرابطة التي يتجاوز دورها استقطاب الجمهور إلى حثه على العمل، وهذه الرابطة هي حركية kinesthetic connection، التي تهتم بالإصغاء إلى الجمهور ومراقبة تعابير وجوههم وإيماءاتهم.¹¹ كما أن هناك عدة نظريات في علم الإتصال تشرح بالتفصيل عملية الإتصال بالجمهور وخلفياتها ونشاطها الضروري داخل الأنساق الإجتماعية، ولولا هذا النشاط لفقد المجتمع توازنه وحياته الطبيعية وطغت المشاكل والأزمات عليه. ثالثا: هل تملك الجزائر مخططا لإدارة الأزمات عن طريق الإعلام المحلي في الإذاعة؟ نحاول من خلال هذا المحور إجراء بعض المقابلات الميدانية والتقرب من المهنيين في المجال لإفادتنا بمعلومات أكثر حول الموضوع.

في كل الأحوال على القائمين بإدارة شؤون الأزمة في البلاد عدم إغفال أهمية الإعلام المحلي وعمله خلال الأزمة، ويمكننا قبل عرض بعض الجوانب العملية في الموضوع أن نتطرق للعلاقة الجوهرية بين الإعلام المحلي والأزمات:

2- مفهوم إعلام الأزمات: هو العملية الإعلامية الذي تجريه الهيئات المختصة في تسيير الأزمات ويستدعي جهودا خاصة لتفادي وقوع الأزمات أو التقليل من حدتها أو الاستفادة منها بعد حدوثها، ولابد من أن يكون الإعلام المحلي جزءا من الإستراتيجية الهامة التي تضطلع بها المؤسسات خلال الأزمات.

أ - الجماعات والجماعة: إن الحديث عن الجماعات مهم جدا فلا يمكننا بأي حال من الأحوال التغاضي عن محاولة معرفة العوامل السوسيولوجية والثقافية التي تحكم الجماعة في مجتمع معين وفي سياق مكاني وزماني معين وتشرح نظرية "الجماعة" بعض ملامح الموضوع خاصة من خلال بعض المضامين منها الخضوع لأعراف المجتمع والجماعة الدينية، وخلال الأزمات يلجأ المجتمع إلى

¹¹- نك موركان، ترجمة مها أحسن بجبوح، قواعد التأثير في المستمعين، مرجع سبق ذكره ص 1.

تفعيل بعض العناصر الخفية المؤثرة جدا في المجتمع و ذلك لمحاولة التفاعل مع الظروف الإستثنائية التي أفرزتها الأزمة، من بين أبرز هذه العناصر اللجوء إلى قادة الرأي والمؤسسات القريبة من المجتمع كالمساجد، ووسائل الإعلام والاتصال كالإذاعة والصحف، وخاصة مضامين الإعلام المحلي.

ب- قادة الرأي: يشير لازرسفيلد من خلال نظريته "قادة الرأي العام"، أو تدفق المعلومات عبر مرحلتين إلى الأهمية القصوى التي تجعل أشخاص يؤثرون في الرأي العام، ويكونون وسطاء بين وسائل الإعلام والمجتمع، لذلك فإن نظرية لازرسفيلد لا تغفل في كل حال من الأحوال أهمية الإعلام المحلي، ودوره في الحملات السياسية وسيرورو المعلومة من المرسل إلى المستقبل خلال بعض الظروف الإستثنائية كالانتخابات والأزمات.

ج- البناء الإجتماعي: إن أفضل طريقة للنظر للمجتمع إعتباره نظاما لأجزاء مترابطة، ويميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي وإذا حدث أي نوع من التنافر داخله، فإن قوى معينة ستتنشط من أجل استعادة التوازن.¹²

د- العلاقات الداخلية والرأي العام: يزيد الإهتمام بالرأي العام خلال الأزمات، فالعلاقات الداخلية و الإستثنائية التي يجريها الفاعلون في الأزمة أو المنتمون إلى فضاء الأزمة تكون على قدر كبير من الأهمية، وهي علاقات وأراء وقرارات مشتركة.

رابعا: آفاق الإعلام المحلي في الجزائر وسط التطور التكنولوجي الهائل، وأهم العوائق التي تحيل دون أن يضطلع بمهامه في التوعية بأخطار الأزمات:
أ - عوائق ثقافية: تتمثل أساسا في انتشار الأمية، وصعوبة التحكم في الجماهير الذين يتميزون بصفات ثقافية متباعدة، فهنا قد يخرج مفهوم التعبير في الأزمات عن نطاقه المعقول ليتحول إلى صراعات طائفية وعرقية.

ب - عوائق مؤسساتية: تسهم القوانين والعرف في الحفاظ على مؤسسات المجتمع، بل وتعطيها بعدا ثقافيا وحضاريا لذلك فإن لمؤسسات المجتمع دور لا يستهان به في عملية التنشئة الإجتماعية، وتوعية الأفراد، وهذا من شأنه أن يجعل المجتمع يستعد للأزمات ويتفطن لمكرها، ونتائجها.

ج - عوائق دينية: الفهم الخاطئ لتعاليم الدين، مثلا الاعتقاد المطلق بأن بعض الممارسات في المجتمع من المحرمات.

¹² - جمال محمد أبوشنب، نظريات الاتصال والإعلام (دار المعرفة الجامعية، مصر 2012م) ص 71.

وحسب المقابلة التي أجريناها مع بعض الإعلاميين في الإذاعات المحلية فقد سجلنا بعض الملاحظات الآتية

- 1 -الإعتباطية في تناول موضوع الأزمات والعشوائية في اختيار الموضوعات ونوعية الجمهور المستهدف.
- 2 - عدم احترام التوقيت المناسب والإستراتيجي لموضوعات الأزمات والقدرة على التنبؤ بها.
- 3 -لا وجود لمخطط إعلامي محلي وطني لمواجهة الأزمات.
- 4 -لا وجود لصحفيين مختصين في مجال تناول موضوعات الأزمات
- 5 -لا يتم التطرق لموضوع الأزمات إلا حين وقوعها.
- 6 -لا توجد برامج خاصة بالأزمات، باعتبارها موضوعا وطنيا وليس محليا فقط ، فالإذاعة تركز جهودها على تقديم المضامين الخاصة بتراث وثقافة وتنمية المنطقة الجغرافية التي تغطيها، وتناول الأزمات المحلية يكون بشكل عرضي فقط، وليس كمحور رئيس.

خلاصة:

إن الإهتمام بالإعلام المحلي و دوره خلال الأزمات يفرض علينا مراعاة جملة من الشروط تعتبر بمثابة منطلقات لتحسين أداء هذا النوع من الإعلام المهم داخل المجتمع، ومن بين أبرز مايمكن أن نقترحه مايلي:

- الإهتمام بالإعلام المحلي من خلال الإستراتيجيات الحكومية التي تسطرها الدول لمواجهة الأزمات.
- وضع مخطط شامل وكامل لتوقع وقوع الأزمات الطبيعية وغيرها، وكيفية تناولها من طرف الإعلام المحلي للقيام بدوره على أكمل وجه خاصة في مجال التوعية والتوجيه.
- الإهتمام بتكوين الإطار من الصحفيين الأكفاء الذين يسيطرون برامج على المستوى البعيد لمواجهة الأزمات، خاصة الأزمات التي تنشأ بسبب الإنسان.