

دور السياسة الإعلامية في ترقية التنمية الثقافية –دراسة ميدانية-

The Role of Media Policy in Promoting Cultural Development

- A Field Study-

ليليا عين سوية*

جامعة محمد شريف مساعدي سوق اهراس (الجزائر)

Lilia.ainsouya@yahoo.fr

لمين هماش

جامعة الشادلي بن جديد الطارف (الجزائر)

ملخص:

تهدف هذه الورقة العلمية لتسليط الضوء على مختلف الأدوار الوظيفية المختلفة التي تقوم بها السياسة الإعلامية في المجال التنموي والتركيز على المجال الثقافي عبر التطرق للعلاقة التبادلية والمتكاملة بين مختلف أنواع وسائل الإعلام والتنمية الثقافية خاصة في ظل الطفرة التكنولوجية الهائلة التي يشهدها العالم اليوم، وتداعياتها المختلفة على الأمن الهوياتي للدول والمجتمعات.

الكلمات المفتاحية: السياسة الإعلامية، التنمية الثقافية، البرامج التلفزيونية، وسائل الإعلام.

Summary :

This scientific paper aims to shed light on the different job roles performed by media policy in the developmental domain, and to focus on the cultural field through tackling the reciprocal and integrated relationship between different sorts of media and cultural development especially in light of this huge technological boom that the world is facing today, and its varied ramifications on identity security of countries and societies.

Key wood: : Media Policy, Cultural Development, Television Shows, Media

1. مقدمة:

يعتبر موضوع الدور التنموي للإعلام من المواضيع التي أخذت حيزا كبيرا ضمن اهتمامات المنظرين والمفكرين منطلقين من العلاقة التكاملية بين كل من الإعلام والثقافة خاصة في عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث ساهمت هذه الأخيرة في سرعة العملية التواصلية والثقافة في ظل العولمة التي تقوم على فكرة النمط الموحد للعالم وهو ما يطلق عليه بالعولمة الثقافية والتي تتضمن مجموعة من الفواعل والآليات، وهو ما دفع بالدول لإتخاذ سياسات إعلامية وطنية لتحسين الثقافات المحلية وحمايتها من الاختراق، حيث تعتبر البرامج التلفزيونية من الأسس العملية لترقية التنمية الثقافية من خلال ما تعرضه من حصص وبرامج تثقيفية بشتى أنواعها بإعتبارها ضرورة للبناء الاجتماعي فمن خلالها تتغير المسارات الاجتماعية نحو الأفضل، ويمكن من خلالها إدارة العمليات الفكرية للمجتمع بطريقة فضلى كما أنها تسمح للمجتمع بتطوير آليات لتحقيق الوعي، وعليه تتمحور إشكالية الدراسة في التساؤل التالي:

➤ ما مدى مساهمة السياسة الإعلامية في التنمية الثقافية؟

وتندج ضمن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بالسياسة الإعلامية والتنمية الثقافية؟
- ماهي آليات تعزيز دور الإعلام في التنمية الثقافية؟
- أهداف الدراسة: تتمثل أهداف هذه الدراسة في مايلي:
- تقديم إطار نظري للسياسة الإعلامية والتنمية الثقافية.
- عرض العلاقة التكاملية بين التنمية الثقافية والسياسة الإعلامية.
- تقديم دراسة ميدانية لتعزيز الإطار النظري المتضمن قضايا جوهرية تهم المجتمع الجزائري.

2. الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة

1.1.2. مفهوم السياسة الإعلامية:

1.1.2 تعريف السياسة الإعلامية: هي مجموعة من المبادئ والقواعد والأسس أو الخطوط العريضة والأساليب التي توضع لتوجيه الاتصال وهي عادة بعيدة المدى تتناول الأمور الأساسية كما أنها تتبع من الإيديولوجيات السياسية والظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع والقيم السائدة¹.

¹ ليلي عبد المجيد، 1994، السياسات الاتصالية والإعلامية وأثرها في الثقافة والتربية، عالم الفكر، المجلد 23، العدد 2، ص

_ يعرفها الدكتور " جمال محمد أبو شنب" على أنها: مجموعة من القوانين والقرارات التي تخدم المجتمع التي ترسمها الحكومات في إطارها الديمقراطي والذي بموجبه تتحدد الأساليب والغايات من أجل تفعيل وتطوير دور الإعلام.²

_ كما تعرف أيضا على أنها: "مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم توجه سلوك الأنظمة الإعلامية والتي عادة تشتق من شروط الأيدولوجيا السياسية والقيم التي تركز إليها في بلد ما"³.

_ إن التعريف الذي اعتمده اليونسكو للسياسات الاتصالية والإعلامية هي: مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، على الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري، والأجهزة الرئيسية للمعلومات، من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة، في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة.⁴

2.1.2. أبعاد السياسة الإعلامية: تتمثل أهم أبعاد السياسة الإعلامية في ما يلي:⁵

- البعد الاتصالي: وهو الذي يحدد الوظيفة الاجتماعية للوسيلة الإعلامية قد تكون إذاعة- صحافة- تلفزيون... الخ داخل الإطار السياسي والاجتماعي للدولة وترجم هذه الوظيفة إلى مضامين إعلامية.

- البعد الاجتماعي: والذي يتصل بالتكوين السكاني والديموغرافي للجمهور ومؤشرات اتجاهاته المستقبلية ووسائل الحصول على المعلومات المتصلة بهذه الجوانب كلها وتحليلها.

- البعد التشريعي: ويتناول القوانين واللوائح والأنظمة التي تحكم النشاط الإعلامي وتتيح له الانطلاق نحو الأهداف المحددة.

- البعد الاقتصادي: ويتناول الإجراءات والنظم التي تتبع لضمان اقتصاديات التشغيل والموازنة بين المدخلات والمخرجات وتدير الموارد.

- البعد التنظيمي والإداري: والتنظيم والإدارة هي العملية التي تضمن سلامة اتخاذ القرارات في ضوء الخطط المقررة وضمان تحقيق المشروع لأهدافه، وهي تخضع للمراجعة المستمرة في ضوء الظروف المتغيرة ونتائج المتابعة والبحوث.

- البعد التكنولوجي: وهو الذي يتضمن عمليات اختيار وتوطين لتكنولوجيات الاتصال المناسبة للعمل الإعلامي إنتاجا

² جمال محمد أبو شنب، 2009، السياسات الإعلامية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ص 107.

³ حميد محسن جاعد الدليبي، 1998، التخطيط الإعلامي: المفاهيم والإطار العام: رؤية سوسيولوجية لمنطق الظاهرة الإعلامية، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ص 73.

⁴ فهاد حسن عبد اللطيف، 2017، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، ص 101.

⁵ نفس المرجع، ص، ص 104_106.

وتوزيعاً... ويعتمد على توفير المعلومات ونتائج البحوث والتسهيلات والخبرة المناسبة لمقاومة الضغوط من الجهات المنتجة.

- البعد الخاص بالبنى الأساسية لوسائل الإعلام: من حيث استكمال تخطيطها وتنفيذها.

- البعد المهني: وهو المتصل بالوسائل والأنظمة التي توضع لضمان الارتفاع بالمستوى المهني للعاملين، سواءً بالنسبة للاختيار أو التدريب بأنواعه وأخلاقيات المهنة.

- البعد الإنمائي: ويتناول المدى الذي يذهب إليه التخطيط الإعلامي في المواءمة والتوافق ودفع خطط التنمية في مجالات التعليم والزراعة والصحة والسكان وغيرها من عناصر التنمية الشاملة للدولة.

- البعد الخارجي: ويتضمن مدى تحقيق المضامين الإعلامية للتواصل الملائم مع الجمهور والإنتاج الخارجي العربي والأجنبي، وتدخل في هذا الإطار قضايا التدفق الخارجي والتبادل والإنتاج المشترك.

ثانياً: مفهوم التنمية الثقافية: تعتبر التنمية الثقافية أكثر من ضرورة للبناء الاجتماعي فمن خلالها تتغير المسارات الاجتماعية نحو الأفضل، ويمكن من خلالها إدارة العمليات الفكرية للمجتمع بطريقة فضلى كما أنها تسمح للمجتمع بتطوير آليات لتحقيق الوعي الكافي ولجلب المجتمع للتفاعل مع الثقافة بمفهومها الاجتماعي ومنتجاتها مما يضمن له تحقيق متطلباته الفكرية الحقيقي بمفهومها كما تعتبر التنمية الثقافية أساسية لردم الهوة بين مقومات النمو والتحديث الاقتصادي والتنظيمي الموجودة في المجتمع⁶.

- تعرف على أنها أيضاً: هي التعامل مع عامل المتغير في الثقافة السائدة سواء في الذائقة الجمالية النمطية المستقرة ثقافة الآداب والفنون وجمالياتها أو في منحى التوجه العلمي في الثقافة ثقافة العلوم وذلك بالبحث والتجريب والإختيار واكتساب المهارات والمعرفة، للإنعتاق من اطار النمطية والإستقرار وتحقيق تطلعات مستقبلية ابتكارية تتجاوز بها مرحلة النقل والتقليد واستيراد المناهج والنظريات والقيم والمفاهيم، مثلما نستورد الآلات والتكنولوجيا في ثقافتنا العلمية والتقنية السائدة⁷.

⁶ - زينب زموري، ماهية التنمية الثقافية_دراسة تحليلية_، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 14، مارس 2014، ص 150.

⁷ رواء زكي يونس الطويل، التنمية الثقافية في الوطن العربي(التنمية الثقافية والنظام السياسي العربي)، دراسات إقليمية، مركز الدراسات الإقليمية، ص 11.

-يعرفها التقرير العربي للتنمية الثقافية على أنها: "كل من شأنه أن يسهم في كل مجال من مجالات النشاط الإنساني في نشر قيم مجتمع المعرفة، وتحديث النظم والوسائل والأدوات الكفيلة باستنفار العقل العربي، وتوظيف قواه من ناحية والارتقاء بالوجدان العربي من ناحية أخرى".⁸

3.1.2. آليات تعزيز دور الإعلام في التنمية الثقافية: تتمثل أهم آليات تعزيز دور الإعلام في مجال التنمية الثقافية في مايلي:⁹

_ توفير وسائل إعلام واتصال متطورة ومختلفة، ومن خلالها يمكن تعريف الناس بحقيقة مشاكلهم ونقل أفكارهم لتحقيق التطوير المنشود.

_ توزيع وسائل الإعلام المتعلقة بالتنمية بشكل جغرافي يتناسب مع مساحة البلد بحيث تشمل كل المناطق والنواحي والقرى ذات الكثافة السكانية العالية.

_ الاعتماد على خريجي كليات الإعلام والصحافة وتوفير الكادر الإعلامي اللازم لإعداد البرامج الإعلامية.

_ التنسيق ما بين توجهات الدولة التنموية ومؤسسات الإعلام، كوضع الخطط والبرامج المشتركة لتحقيق الأهداف المطلوبة.

_ فسح المجال واسعا أمام مشاركة الجماهير وبشكل مباشر في طرح قضاياهم ومساءلة المسيئين عبر حوارات جادة وعقلانية وشفافة وديمقراطية.

_ إبراز فلسفة التنمية وتوجهاتها، واستخدام أدوات البحث العلمي لزيادة المقدرات الإعلامية على التحليل والاستقراء، والمهنية والمصداقية واحترام الحرية الصحافية والاستقلالية في تحديد مشكلات وقضايا وتحديات التنمية، والاستفادة من العلم والتكنولوجيا الإعلامية والثورة التقنية، لبناء قاعدة معلومات وتحليلات يستفاد منها في وضع استراتيجيات وتحليل السياسات.

3. الدراسة الميدانية:

أهداف الدراسة: إن الهدف من هذه الدراسة هو محاولة معرفة طبيعة علاقة السياسة الاعلامية بالتنمية الثقافية في المجتمع، ولهذا يمكن تلخيص بعض الأهداف الرئيسية كما يلي:

_ التأكيد على دور القنوات التلفزيونية في تنمية وتشكيل الوعي الثقافي لدى الشباب.

_ الكشف عن مستوى الوعي الثقافي لدى الشباب.

1_ الاجراءات المنهجية للدراسة:

⁸ التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، 2007، ص10.

⁹ ضحى هلال، دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة : دراسة جانب التنمية السياسية، المركز الديمقراطي العربي، <https://democraticac.de/?p=53391> ، تم تصفح الموقع بتاريخ: 2020_01_02.

المنهج: يمثل المنهج في البحث العلمي مجموعة من القواعد والأسس التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى الحقيقة ونظرا لاختلاف المواضيع المدروسة من قبل الباحثين فإن المناهج كذلك تختلف باختلاف هذه المواضيع، وعلى هذا الأساس اخترنا المنهج المسح الاجتماعي لكونه يساعدنا على تحقيق أهداف الدراسة، وخاصة أن هذا المنهج يدرس الظروف الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع معين، ويوضح العلاقة بين المتغيرات.

مجتمع وعينة الدراسة: تم تطبيق الدراسة ميدانيا على عينة طبقية عشوائية مقدارها 30% من طلبة سنة ثانية ماستر (علاقات عامة واشهار، اتصال سياعي، اذاعي وتلفزيوني، ادارة المعرفة) قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة باجي مختار-عنابة-، والتي بلغ عددهم الاجمالي 140 طالب والعينة هي 42 طالب.

ولجمع المعلومات استعملنا الأداة التالية:

•الاستمارة: تعد من أهم الوسائل المستعملة والأكثر شيوعا في جمع المعلومات خاصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، إذ تعتبر من بين المصادر الأساسية التي تم الاعتماد عليها للحصول على المعلومات الميدانية المطلوبة في هذه الدراسة، فقد تم تصميم نموذج من هذه الاستمارة ليتم توجيهها إلى الطلاب، قصد الوقوف على حقيقة دور القنوات الفضائية في تشكيل الوعي الاجتماعي، وقد تضمنت هذه الاستمارة على محورين للإجابة على تساؤل الدراسة، وهي:

المحور الأول: يحتوي على 08 أسئلة لتبين تعرض الشباب القنوات الفضائية الجزائرية

المحور الثاني: يحتوي على 07 أسئلة لتبين دور القنوات الفضائية الجزائرية في تشكيل الوعي الثقافي للشباب.

➤ تحليل بيانات الدراسة

الجدول رقم 01: نتائج إجابات حول تعرض الشباب القنوات الفضائية الجزائرية

الرقم	العبارات	التكرارات		النسبة المئوية %	
		نعم	لا	نعم	لا
01	- تقوم بمتابعة القنوات التلفزيونية الجزائرية.	35	07	83.33	16.66
02	- انت على إطلاع دائم ببرامج القنوات الفضائية الجزائرية.	11	31	26.19	73.80
03	- هل تهتم القنوات التلفزيونية الجزائرية بالبرامج الثقافي.	05	37	11.90	88.09
04	-الجانب الثقافي يعتبر من القضايا الأكثر عرضا في القنوات الفضائية الجزائرية.	11	31	26.19	73.80
05	-تنمية معلوماتك الثقافية هي الدافع لتعرضك للقنوات الفضائية الجزائرية.	42	00	100	00

المجموع	42 طالب	100%
---------	---------	------

المصدر: هذه الدراسة

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 01 أن نسبة 83.33% من الطلاب يقومون بمتابعة القنوات التلفزيونية الجزائرية، ونسبة 73.80% تؤكد أنهم ليسوا على إطلاع دائم ببرامج القنوات الفضائية الجزائرية، ونسبة 88.09% تؤكد أن القنوات التلفزيونية الجزائرية لا تهتم بالبرامج الثقافية، بينما نسبة 73.80% ترى بأن الجانب الثقافي يعتبر من القضايا الأكثر عرضا في القنوات الفضائية الجزائرية، وأخيرا نسبة 100% ترى بأن الدافع لتعرض القنوات الفضائية الجزائرية هي تنمية المعلومات الثقافية.

فنتائج الجدول رقم 01 تؤكد ما توصلنا له في الجانب النظري فالتعرض للقنوات الفضائية من طرف الشباب يلزم هذه القنوات العمل على وضع برامج تكون مخصصة لهذه الفئة لاستغلال أوقات فراغها عن طريق تقديم برامج ثقافية على شكل حوارات هادفة وبرامج مفيدة ونصائح قيمة، وعلى القنوات الفضائية أن تقدم فوائد على المستوى الثقافي.

الجدول رقم 02: نتائج إجابات العمال حول دور القنوات الفضائية الجزائرية في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب

الرقم	العبارات	التكرارات		النسبة المئوية %	
		نعم	لا	نعم	لا
06	- انت تعتمد على القنوات الفضائية الجزائرية للحصول على المعرفة بالقضايا الاجتماعية.	16	26	38.09	61.90
07	- تؤثر القنوات الفضائية الجزائرية على زيادة وعيك الثقافي بشكل فعال.	09	33	21.42	78.57
08	- ترى بأن للقنوات الفضائية الجزائرية تأثيرا على السلوكيات والأخلاق.	31	11	73.80	26.19
09	- برامج الشباب تثير انتباهك من خلال تعرضك للقنوات الفضائية.	39	03	92.85	7.14
10	- من خلال تعرضك للقنوات الفضائية الجزائرية أضفت لديك معرفة ببعض القضايا الثقافية.	42	00	100	00
11	- تعمل القنوات الفضائية الجزائرية على نقل التراث الثقافي.	23	19	54.76	45.23
المجموع		42 طالب		100%	

المصدر: هذه الدراسة

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 02 أن نسبة 61.90% من الطلبة يؤكدون بأنهم لا يعتمدون على القنوات الفضائية الجزائرية للحصول على المعرفة بالقضايا الاجتماعية، ونسبة 78.57% ترى بأن القنوات الفضائية الجزائرية لا تؤثر على زيادة الوعي الثقافي بشكل فعال، بينما نسبة 73.80% ترى بأن للقنوات الفضائية الجزائرية تأثيراً على السلوكيات والأخلاق، ونسبة 92.85% تؤكد أن برامج الشباب تثير انتباههم من خلال التعرض للقنوات الفضائية، في حين نسبة 100% ترى بأن التعرض للقنوات الفضائية الجزائرية أضافت لديهم معرفة ببعض القضايا الثقافية، وكذلك نسبة 54.76% تبين أن القنوات الفضائية الجزائرية تعمل على نقل التراث الثقافي.

فمن خلال نتائج الجدول رقم 02 تؤكد ما توصلنا له في الجانب النظري، إن تكوين الوعي الثقافي لدى الشباب يكون عن طريق الالتزام بالقيم التي يؤمن بها المجتمع الجزائري وزيادة الإيمان في عقيدته، وتوضيح الدور الحضاري والتاريخي للأمة العربية من خلال البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية لتضمن تكوين وعي شبابها بما يخدم الأمة العربية ويحافظ عليها.

4. الخاتمة:

من خلال تطرقنا لموضوع السياسة الإعلامية والتنمية الثقافية توصلنا إلى أن الثقافة تحتاج إلى من يبرزها وما يظهرها للجماهير عبر مجموعة من الآليات والميكانيزمات ذات الفاعلية الميدانية، لذا يجب على القنوات الفضائية الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة العمل على تقديم برامج هادفة بحيث يكون مضمون المادة الإعلامية هادف لتحقيق حاجات ورغبات الشباب الجزائري ويعزز مقومات التنمية الثقافية خاصة ما تعلق منها بالإنتماء الوطني والعمل على ترقية أساليب تحصين الهوية الوطنية الأصيلة من أي محاولات اختراق، وذلك بضرورة الاهتمام بالموضوعات الثقافية التي يحتاج إليها الشباب مع مراعاة طبيعة المجتمع الجزائري وخصوصياته، والإبتعاد عن الإستهلاك اللاعقلاني للمنتوجات الغربية والتوجه نحو الإحتراف عبر مساهمة التحولات الراهنة في حقل السياسات الإعلامية والاتصالية والتأكيد على ضرورة الإستثمار في الرأس المال الفكري والبشري من خلال مختلف البرامج التلفزيونية التي تبثها القنوات الجزائرية المختلفة.

5. قائمة المراجع

1. التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، 2007.
2. ليلي عبد المجيد، 1994، السياسات الاتصالية والإعلامية وأثرها في الثقافة والتربية، عالم الفكر، المجلد 23، العدد 2.
3. جمال محمد أبو شنب، 2009، السياسات الإعلامية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة.
4. حميد محسن جاعد الدليمي، 1998، التخطيط الإعلامي: المفاهيم والإطار العام: رؤية سوسيولوجية لمنطق الظاهرة الإعلامية، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.

5. فرهاد حسن عبد اللطيف، 2017، إدارة المؤسسات الإعلامية، دارالجنادرية للنشر والتوزيع.
6. ضحى هلال، دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة : دراسة جانب التنمية السياسية، المركز الديمقراطي العربي، <https://democraticac.de/?p=53391>
7. زينب زموري، مارس 2014، ماهية التنمية الثقافية_دراسة تحليلية_، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 14.
8. رواء زكي يونس الطويل، التنمية الثقافية في الوطن العربي (التنمية الثقافية والنظام السياسي العربي)، دراسات إقليمية، مركز الدراسات الإقليمية.