
Received/Geliş 13 /5/2018	Article History Accepted/ Kabul 5 /6/2018	Available Online / Yayınlanma 10 /6/2018
--	--	---

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

أستاذ مساعد بكلية الإعلام - جامعة الجنيينة (السودان)

الملخص

مسألة الهوية الثقافية تُعد من أهم القضايا التي تُورق الباحثين السودانيين، فالتعددية العرقية، مع فسيفسائية التكوين الثقافي التي يعيشها السودان، ظلت بمنزلة المشكل المعيق لنهضة الدولة السودانية. فبدلاً من أن يصبح هذا التنوع مصدراً للتجانس والنهضة، أضحي مصدراً للتخلف والنزاعات الأهلية المدمرة.

إن أهمية هذه الورقة لا تكمن في بحث إشكال الهوية الثقافية لإقليم دارفور فحسب، وإنما هي أيضاً، محاولة لدراسة دور الإعلام (الجديد) وفاعليته المنتظرة في هذا المجال، في ظل التراجع الملحوظ لدور الإعلام التقليدي (الرسمي) تجاه هذا المأزق، خاصة بالنسبة لإقليم يعد من أهم الأقاليم التي يُطرح فيها سؤال الهوية. فضلاً عن حالة الصراع الدموي المسلح التي عاشها قرابة العقدين من الزمن. حيث هدفت الورقة إلى دراسة فاعلية الإعلام الجديد في تحقيق الهوية للمجتمعات ذات التنوع العرقي. والوقوف على مدى قدرة الإعلام الجديد على تعزيز الهوية الثقافية لدارفور. وقد خرجت الدراسة بمجموعة نتائج منها:

1. هناك حالة عدم رضى وسط جمهور دارفور تجاه أداء الإعلام القومي. حيث اعتبرت نسبة (69%) من العينة المبحوثة أن صورة دارفور مشوهة بالحروب والنزاعات، أو غائبة عن اهتمام الإعلام التقليدي القومي.
2. نسبة (57%) من العينة المبحوثة تعززت لديها القناعة أن الإعلام الجديد يولي اهتماماً جاداً بقضايا أقاليم الهامش الثقافية، أكثر من الإعلام التقليدي.

التوصيات: بناءً على ما توصلت له الدراسة من نتائج، يوصي الباحث بما يلي:

1. وسائل الإعلام التقليدية "الرسمية" مطالبة بفتح تطبيقات إعلامية رقمية جديدة للتفاعل مع الجمهور رقمياً، لخلق التوازن المطلوب والإسهام في تعزيز فرص الوحدة الوطنية.
 2. من الضروري تضمين مقررات دراسية عن الإعلام التفاعلي وأخلاقيات النشر الرقمي في البرامج التعليمية التي تقدمها مراكز دراسات السلام والتنمية المنتشرة في جامعات دارفور.
- الكلمات المفتاحية:** الإعلام الجديد، الهوية الثقافية، إقليم دارفور.

The New Media and its Role in promoting the Cloture Identity of the Darfur Region

Dr. Farouq Ahmed Yahya - University of Geneina (Sudan)

Abstract

The question of cultural identity is one of the most important issues that plague Sudanese researchers. Ethnic pluralism, along with the mosaic of cultural formation in Sudan, has remained the obstacle to the renaissance of the Sudanese state. Instead of becoming a source of homogeneity and renaissance, it has become a source of retardation and destructive civil conflicts.

The importance of this paper lies not only in examining the cultural identity of the Darfur region But also an attempt to study the role of the media (new) and effectiveness that can be achieved in this area, in light of the remarkable decline of the traditional media (official) role in confronting this impasse, Particularly for the Darfur region, as one of the most important regions in which the question of identity is raised. As well as the armed bloody conflict that the Territory has experienced for nearly two decades. The paper aimed at: Studying the effectiveness of new media in the issue of identity for communities of ethnic diversity. To determine the extent to which the new media is able to strengthen the elements of the cultural identity of the Darfur region.

The results of the study:

1-There is a status of dissatisfaction among the Darfur public towards the performance of the national media. (69%) of respondents said that the image of Darfur is distorted by wars and conflicts, or absent from the interest of the traditional national media.

2-The proportion of (57%) of the surveyed sample was strengthened by the conviction that the new media pays more attention to the issues of cultural margin regions than traditional media.

Recommendations:

1-Traditional "official" media are required to open new digital media applications to interact with the public digitally, to create the required balance and contribute to the promotion of national unity.

2- It is necessary to include courses on interactive media and digital publishing ethics in the educational programs offered by the Peace and Development Studies Centers located in the universities of Darfur.

Keyword: New Media, Cloture Identity, Darfur Region.

تمهيد:

الأمر الذي لا ريب فيه هو أن تطبيقات الإعلام الجديد أضحت واقعاً لا مفر منه، فشبكة الإنترنت التي تمر عبرها هذه الأنماط الإعلامية الجديدة والتي ظهرت نتاجاً طبيعياً للثورة الرقمية، لا تعترف بالتخوم الجغرافية (كما يقول الكاتب صلاح شعيب) ولا تلقي بالألقاب والسلطة على اختلافها (سلطة الدولة أو المجتمع أو الدين) والتي كانت تقف عائقاً حقيقياً بين تواصل الأفكار والآراء.. فهي هي معظم الأقليات والمجموعات الجغرافية، الإثنية وحتى الأيديولوجية قد وجدت ضالتها في هذه الوسائط الجديدة فاستغنت عن الوسائل التقليدية ليس لأنها أقل مواكبة فحسب وإنما لكونها ما تزال أسيرة لقيود السلطة، بعيدة عن نداءات الهامش. وأوضح ما يمكن أن نسقط عليه هذا التنظير هو واقع التعددية الثقافية و"الهوياتية" في دول العالم الثالث المأزوم بسيطرة مجموعات ثقافية محدودة مع إقصاء المكونات الأخرى داخل الدولة الواحدة لأسباب تتباين ولكنها تؤدي إلى نهايات متشابهة من تمللم أو احتجاج أو نزوع نحو الانفصال.

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

والسودان أحد هذه النماذج التي تعاني هذا المأزق. فالإخفاق في إدارة تنوع وتعددية الدولة الثقافية هو بالأساس إخفاق وقصور أدوات السياسة ومعضلة فهم طبيعة تكوين القطر الاجتماعية والإثنية، وعلى هذا عدم استثمار الرصيد الثقافي الذي عبره يمكن تحقيق الوحدة الطوعية وحفز أطياف المجتمع كافة للانخراط في بناء الوطن، بدلاً عن تشتيته وتقسيمه على أسس عرقية أو جغرافية أو دينية ضيقة، لن تُورث في نهاية المطاف غير الخراب. وفي هذه الظروف فإن وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد مناهج بها النهوض بجانب من أدوار الإعلام التقليدي، ويكبر الرهان عليها يوم بعد يوم لتلبية تطلعات الجماهير نحو الانفتاح والتعبير عن الذات والمشاركة مع الآخرين بفاعلية وتكافؤ في بناء الوطن وتحقيق المنتظر.

اشكالية الدراسة:

يظل الإعلام (الرسمي) أحد أدوات بناء الوحدة الوطنية وتحقيق الهوية الجامعة وذلك من خلال عكس لوحة وطنية تستطيع جميع المكونات العرقية والثقافية إيجاد نفسها فيها دون تمييز لأحد أو مجموعة على حساب أخرى. ولكن الملاحظ أن الإعلام التقليدي -الرسمي- واجهته مشكلات حساس في طريق الاضطلاع بهذا الدور، في سبيل تعزيز الهوية الثقافية المتعددة للوطن الواحد وهو وضع مثار جدل عند الأقليات السودانية الطرفية التي لا تجد التمثيل المناسب للتعبير عن ذاتها الثقافية، وهنا تكمن مشكلة الدراسة التي تسعى إلى دراسة فرص الإعلام الجديد بأدواته التفاعلية الجديدة في تعزيز هذه الهوية الثقافية للمجتمعات ذات الخصوصية الجغرافية في السودان وإقليم دارفور بصورة خاصة.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى اهتمام الجمهور في دارفور بالإعلام الجديد؟
2. ما القضايا الثقافية الأكثر تناولاً في الإعلام الجديد في دارفور؟
3. ما دور الإعلام الجديد في تحقيق الهوية لدى المجتمعات ذات التنوع العرقي؟
4. إلى أي مدى أسهم الإعلام الجديد في تعزيز الإشباع التي تحقق لجمهور دارفور هويته الثقافية؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في بحث مشكلة الهوية الثقافية لإقليم دارفور ودور الإعلام الجديد وفاعليته التي يمكن أن يحققها في هذا المجال، خاصة بالنسبة لإقليم دارفور الذي شهد أزمات وصراعات دموية استغرقت قرابة العقدين من الزمن. برز بعدها سؤال الهوية كأحد إشكالات المركز والهامش وقضايا التخوم.

أهداف الدراسة:

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

تهدف الورقة إلى دراسة فاعلية الإعلام الجديد في مسألة تحقيق الهوية للمجتمعات ذات التنوع العرقي. والوقوف على مدى قدرة الإعلام الجديد على تعزيز قيم الهوية الثقافية لإقليم دارفور. فضلاً عن دراسة قضايا دارفور الثقافية والاجتماعية التي تستأثر بالطرح والتفاعل في تطبيقات الإعلام الجديد.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي، لارتباطه بالأهداف الوصفية للبحث والاختبار الأفضل للعينات والفئات المختارة،⁽¹⁾ معتمداً على صحيفة الاستقصاء (الاستبيان) بطريقة العينة القصدية لاستطلاع مجموعة من المهتمين (أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجنيينة) بدارفور لمعرفة اتجاهاتهم وآرائهم تجاه الإعلام الجديد، للتعرف من خلالها على الآراء والأفكار والانطباعات والتأثيرات المتوقعة على الجمهور.⁽²⁾

الحدود الزمانية والمكانية للدراسة: اختار الباحث يناير 2018م ليكون الإطار الزماني للبحث في بمنطقة غرب دارفور - الجنيينة عاصمة الولاية، مقر جامعة الجنيينة.

الإطار النظري

الإعلام الجديد .. المفهوم والتطبيقات

ينظر قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary للإعلام الجديد بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.⁽³⁾ وبحسب ليستر Lester هو: "مجموعة من وسائل تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام" ويشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت، فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويشير أيضاً إلى: "طرق الاتصال الجديدة في البيئة الرقمية بما يسمح لمجموعات بشرية أصغر بالالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع"⁽⁴⁾

ويعرفه قاموس الكمبيوتر Computing dictionary عبر مدخلين:⁽⁵⁾

1 المرشد في إعداد البحوث العلمية، أبو القاسم عبد القادر صالح وآخرون (الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مركز البحث العلمي، 2001م) ص 32

2 البحث العلمي في الاتصال الجماهيري، خالد عبد الله درار (الخرطوم: جامعة إفريقيا العالمية، كلية الآداب، 2012م) ص 29

3 الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، عباس مصطفى صادق (الدنمارك: مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة، ع 2، 2007م) ص 170

4 <http://computing dictionary .the freedictionary.com/new +media>

5 المرجع السابق، عباس مصطفى صادق، ص 31

1. إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة التلفزيون الرقمي والإنترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الحواسيب الشخصية فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق التي من شأنها أن تخدم التزاوج الرقمي Digital Convergence الذي يمكنه تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة مع الكمبيوتر. وعلى هذا يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى أربعة أقسام:

- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها: وهو جديد كلياً بصفات ومميزات غير مسبوقه وهو ينمو بسرعة وتتوالد منه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.

- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة: ويشمل أيضاً أجهزة قراءة الصحف والكتب وهو كذلك ينمو بسرعة وتنشأ عنه أنواع جديدة من التطبيقات ومنها أجهز الهاتف والمساعدات الرقمية.

- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون والتي اضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية وخدمات الاستجابة للطلب.

ومن خلال هذه التعريفات نخلص إلى حقيقة مفادها صعوبة وجود تعريف جامع لمفهوم الإعلام الجديد لاعتبارات أهمها كون الإعلام الجديد هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل فما يبدو جديداً اليوم سيكون قديماً في اليوم التالي وعلى هذا تظل المبتكرات متجددة دوماً. ولكن يمكن أن ننتهي إلى أن فكرة الجودة يمكن استقرارها من كون الإعلام الجديد يشير إلى حالة التنوع في الأشكال والتكنولوجيا التي حملتها الوسائل المستحدثة. وسنستعرض منها:⁽⁶⁾

أولاً: المواقع الإلكترونية: ويتألف الموقع عادة من صفحة واحدة أو عدة صفحات ويحوي مجموع من الموضوعات وملفات الفيديو والصور وغيرها حيث تتيح هذه المواقع لمستخدم الشبكة امكانية التصفح في أي وقت من أي موقع في العالم وتقسّم إلى المواقع (المؤسسية) وهي المواقع المملوكة للشركات أو المؤسسات والتي تحتوي على معلومات عن المؤسسة وعن نشاطها، وهناك المواقع (الشخصية) وهي تحتوي على معلومات عن الشخص المعني فضلاً عن آراءه ومواقفه، كما أن هناك مواقع تخصص (للمعلوماتية) وتحتوي على مجموعة من التصنيفات منها المواقع التعريفية والمواقع المعرفية المتخصصة التي تحتوي على مستحدثات المعرفة في مجالاتها المتخصصة. أما المواقع (الإخبارية) فهي تهتم بتقديم أحدث وآخر الأخبار وعادة ما تكون واجهة لوسائل الإعلام الكبرى كـ CNN, BBC والجزيرة العربية وغيرها.

ثانياً: الشبكات الاجتماعية: وهي تدرج تحت ما يعرف بالمواقع الخدمية التي تهتم بتقديم الخدمات المتنوعة للجمهور. وتعتبر من أوسع مواقع الإنترنت انتشاراً وذلك لتقدمها خاصية التواصل وتبادل الأفكار بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها ومنها:

6 أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، معتصم بابكر مصطفى (الخرطوم: مركز التنوير المعربي، سلسلة كتاب التنوير 12، 2014م) ص 133 -

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

- المدونات الإلكترونية Blogs: وهي مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية لأفراد أو الجماعات، وهي مفتوحة للجميع.⁽⁷⁾
- الويكي Wikis: وهي صفحات ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام ومن أشهرها موقع (ويكيبيديا) الذي يسمح للأفراد بتعديل وتحديث صفحات المعلومات.⁽⁸⁾
- المنتديات الإلكترونية: وهي توفر مناطق أو مساحات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة الموضوعات.
- الفيسبوك Face Book: وهو موقع تأسس في العام 2003م يمكن الدخول إليه مجاناً ويتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين التعبير عن أنفسهم وتعزيز مكانتهم الاجتماعية مع الآخرين ويدر عبر شركة فيسبوك المحدودة كملكية خاصة بها.⁽⁹⁾
- تويتر Twitter: وهو موقع يقدم خدمة تدوين مُصغَّر، ويسمح للمستخدمين بإرسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفاً للرسالة الواحدة لتظهر في صفحاتهم الرئيسية.
- سكايب Skype: وهو خدمة تمكن المستخدم من إجراء المحادثات المجانية (بالصوت والصورة) ويعتمد عليه في نقل الأخبار والمقابلات التلفزيونية مع المحللين والمراسلين ووكالات الأنباء.⁽¹⁰⁾
- يوتيوب You Tube: وهو موقع تأسس في العام 2005م يدعم نشاط تحميل وتنزيل مقاطع الفيديو والأفلام القصيرة ويتيح للجمهور تقديم الأحداث والموضوعات عبر مقاطع الفيديو ومشاركتها.⁽¹¹⁾

دارفور .. الموقع والجغرافيا:

يقع إقليم دارفور بولاياته الخمس في أقصى غرب السودان، حيث يجاوره من الشرق الولاية الشمالية وولاية شمال كردفان ومن الشمال الغربي جمهورية ليبيا العربية ومن الغرب جمهورية تشاد ومن الجنوب الغربي جمهورية إفريقيا الوسطى، وجمهورية جنوب السودان الوليدة من ناحية الجنوب. ويمتد الإقليم في الرقعة الجغرافية التي تمتد بين خطي عرض (9 - 20 شمالاً) وخطي طول (16 - 27.3 شرقاً).

تبلغ مساحة إقليم دارفور حوالي 510 ألف كلم² وهو يحتل أكثر من ربع مساحة السودان بنسبة تصل إلى 27% من جملة مساحة البلاد ويفوق في المساحة جمهورية مصر العربية وتعادل مساحته مساحة دولة فرنسا كما يبلغ عدد سكان دارفور حوالي خمسة ملايين نسمة

7 التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، فوزي شريطي مراد (عمان: دار أسامة للنشر 2014م) ص 129 - 130

8 الإعلام الإلكتروني، فيصل فايز أبو عيشة، (عمان: دار أسامة للنشر 2009م) ص 163

9 الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، علي خليل شقرا (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013م) ص 64

10 المرجع نفسه، علي خليل شقرا، ص 78

11 المرجع نفسه، علي خليل شقرا، ص 90

د. فاروق أحمد يحي حسن

ينتمون إلى عدة قبائل بعضها ينتمي إلى أصول إفريقية والآخر إلى أصول عربية وتباين هذه القبائل في تبني الأنشطة الرعوية والزراعية وغيرها. (12)

دارفور والهوية الثقافية:

تعتبر قضية الهوية أحد العوامل الأساسية المكونة للمجتمع المعاصر، كما أنها تعتبر من أبرز القضايا المرتبطة بقياس الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع؛ حيث إنها تساعد على فهم الكيفية التي يتكون بها إدراك الأفراد والجماعات لأنفسهم، سواء ارتبط هذا الإدراك بجماعة عرقية أو دينية أو إقليم أو دولة ما. (13)

والهوية تُعرف بأنها عملية نامية ومتطورة لا تتوقف عند مرحلة معينة، حيث ترتبط بقضايا التغيير في المجتمع وتحدد حسب اشتراطات تاريخية وحسب الأزمنة التي تواجه المجتمع. ويكتسب مفهوم الهوية مضامين واتجاهات مختلفة ومتباينة من جماعة لأخرى، والهوية قد تكون شاملة لهويات فرعية أو مقتصرة على جماعة محددة. (14) وتعتبر الهوية السياسية أو الانتماء الوطني من أهم المعتقدات السياسية التي تساعد الفرد على إدراكه لذاته، فهي تعني الشعور بالاندماج مع الدولة، بما يضيفي شرعية على أنشطتها، ويحرك الشعور بالولاء والدعم لها بما يسمح ببقاء النظام واستمراره، وتخطي المشكلات المصاحبة للتغيير الاجتماعي. (15)

وبالعودة إلى قضية الهوية بوصفها أحد قضايا الوعي السياسي فإننا نجد أنها قد أصبحت قضية تشترك في تحديد مفهومها كل القيم الكبرى من الإنسانية حتى القومية والوطنية والعقل والفكر واللغة والتاريخ والدين .. وبما يكتمل المفهوم الحقيقي للأمة والشعب والوطن والمواطن. (16) وبالنظر إلى واقعنا العربي/الإفريقي عموماً والسوداني بصورة خاصة فإن مشكل "الهوية الثقافية" كما يصفه الدكتور عبد الله بولا؛* ظل هو "المشكل الذي اصطلحت معظم الأطراف المختصة والمتصالحة معاً، على كونه أحد العناصر الرئيسية التي ولدت النزاعات والحروب الأهلية القائمة في البلاد منذ عشية الاستقلال. فالسودان كما هو معروف، بلد واسع الأرجاء وهو من أكبر أقطار أفريقيا ويتميز بنوع هائل من التكوين العرقي والثقافي - أكثر من 500 مجموعة ثقافية عرقية وأكثر من 150 لغة. وبدلاً من أن يصبح هذا التنوع مصدراً للغنى

12 دارفور الحقيقة الغائبة، مجموعة مؤلفين (الخرطوم: مركز السودان للخدمات الصحفية، 2004م) ص 19

13 الهوية في ليبيا - دراسة ميدانية، آمال سليمان العبيدي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، مجلة المستقبل العربي، السنة 24، ع 267، 2001م) ص 141

14 المرجع نفسه، آمال سليمان العبيدي، ص 142

15 الوعي السياسي والانتماء الوطني لدى طلاب كلية التربية الأساسية بدولة الكويت، سامي محمد نصار، فهد عبد الرحمن الرويشد (القاهرة: المركز القومي للبحوث التربوية

والتنمية، السنة 4، ع 1، 2005م) ص 112

16 أزمة المفاهيم والانحراف التفكير، عبد الكريم غلاب (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة الثقافة القومية 33، ط 1، 1998م) ص 35

* عبد الله بولا: كاتب سوداني وباحث، درس بكلية الفنون التطبيقية بالخرطوم، نال درجة الماجستير بجامعة باريس الثامنة. حصل على درجة الدكتوراه من جامعة السوربون بباريس متخصصاً في الفلسفة وسوسولوجيا الثقافة عن أطروحته (الفن ومسألة الهوية الثقافية في السودان)

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

والخصوبة والإزدهار، فقد صار مصدراً للغبن والشقاق والنزاعات".⁽¹⁷⁾ فالهوية إذن تظل حجر الزاوية في دراسة صيرورة حركة المجتمع تجاه اكتساب الوعي وعبرها يمكن للمجتمع تحصيل قدر لا يستهان به من جسور التواصل في سبيل الوصول إلى مجتمع الوعي ومجتمع الديمقراطية وعبرها أيضاً—بالجهة المقابلة— يمكن أن تفوت على المجتمع فرص خلق الاستقرار والتصالح الداخلي المفضي إلى التنمية المستدامة.

الإعلام وقضايا دارفور:

في ظل الإعلام الجديد، تغيرت أساليب تغطية قضايا وأحداث دارفور عبر توظيف أهم عنصر من عناصر الإعلام الجديد وهو التفاعلية التي جعلت المواطن في دارفور جزءاً أصيلاً في صناعة الأخبار وإثارة موضوعات النقاش عبر الاستفادة من وسائط الإعلام الجديد. فراديو "دبنقا" مثلاً يعتمد في نقله للأخبار غالباً على قطاع مقدر من مستمعيه والمعجبين بسياسته التحريرية ويتيح لهم فرصة عرض موضوعاتهم وقضاياهم المهمة عبر نشراته الإخبارية ويتولى عرض الصور ومقاطع الفيديو عبر موقعه على الإنترنت مع إعطاء الفرصة للجمهور للتعليق وإثارة الحوار حول الموضوع المطروح وكذا الحال يتيح الموقع الإلكتروني لراديو "دبنقا" خدمة تنزيل البرامج المصاحبة التي تستضيف محللين ومهتمين وخبراء في الشأن الدارفوري بشكل عام. وعلى ذات المنوال ذهبت المواقع والصحف الإلكترونية كموقع سودانيزاونلاين والراكوبة وسودانابيل وغيرها، فبصورة أو بأخرى أصبحت المواقع الإلكترونية والصحف الإلكترونية واقعة في حياة الجمهور في دارفور. فبغض النظر عن درجة مهنتها إلا أنها أصبحت تأخذ موقفاً طليعياً بين اهتمام الجمهور خاصة الشباب في منطقة تتسم بالتفاعل الزائد تجاه القضايا والأحداث كدارفور. ويقول الأستاذ صلاح شعيب إن (الإنترنت أعطى صوتاً لمن لا صوت له، حيث لا رقيب ولا حسيب إلا الضمير وحيث لا سنسرة من أجل عيون حاكم أو وزير فاسد أو غير كفاء أو من أجل «كاريزمات» قدسها واقع الاستبداد وزركشتها تجربة التدجين الثقافي والإعلامي) ويستطرد شعيب " إن جولة واحدة لساعة من الزمان في صحافة الإنترنت تكفي لتبيان المواقع الجادة التي تطرح الأخبار التي لا يتيسر الحصول عليها في الصحافة الورقية وتعرض العديد من الكتابات الزاخرة بالمعلومة في كل ضروب الحياة وتستفيد من إمكانات الفيديو والصوت الذي يتوافر للمواقع الإلكترونية"⁽¹⁸⁾ وهكذا فقد مثلت هذه المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية نافذة مهمة للجمهور دارفور، وذلك لمرونتها وإتاحتها لإمكانية التفاعل بين أطراف العملية الاتصالية.

وما تجدر الإشارة إليه أن إنسان دارفور قد وجد متنفساً لقضاياه ونافذة مشرعة للتعبير عن ذاته وثقافته وفلكلوره الشعبي الذي لا يجد ذات المساحة للتعبير عنه في الإعلام التقليدي صاحب الاهتمام الثقافي المركزي والأولويات الوطنية المركزية، البعيدة عن المناطق الطرفية التي لها إرثها وثقافتها ولغتها الخاصة.

17 شجرة نسب الغول في مشكل "الهوية الثقافية" وحقوق الانسان في السودان - أطروحة في كون الغول الإسلامي لم يهبط علينا من السماء، عبد الله بولا، (الخرطوم: المجلة السودانية لثقافة حقوق الانسان وقضايا التعدد الثقافي، ع 1، 2005م) ص 2

18 صحافة الإنترنت: جهنم الدولة الاستبدادية، صلاح شعيب (موقع سودانيزاونلاين، 2007م)

(<http://sudaneseonline.com/cgi-bin/sdb/2bb.cgi?seq=print&board=120&msg=1190877384&rn=3>)

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة هو الجمهور بمنطقة دارفور وعينته (أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجنيينة - غرب دارفور السودان) وهي بذلك تعد عينة طليعية مدركة لما يحيط بمجتمعها من متغيرات وتمتع بخصائص تؤهلها للتأثير فيمن حولها، وقادرة على إعطاء ملاحظات حقيقية عمّا يطرأ من اهتمامات، فضلاً عن نشاطها (العينة) في التعاطي مع الإعلام التفاعلي، وسيتوجه إليها الباحث بصورة عمدية.

أدوات جمع البيانات:

يستخدم الباحث الاستبانة (Questionnaire) وذلك من خلال تصميم استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة البحث بعد عرضها على عدد من المحكمين.⁽¹⁹⁾ هذا وقد مرّ إعداد الاستبانة بعدة خطوات كانت على النحو التالي:

1. تحديد البيانات: حيث تم تحديد نوعية وكمية البيانات المطلوب جمعها بعد تحديد المشكلة البحثية وأهداف الدراسة وتساؤلاتها للإجابة عنها.
 2. إعداد الاستمارة في صورتها الأولية: حيث تم وضع تصور مبدئي لاستمارة الأسئلة وبنودها، وقد مرّ إعداد الاستمارة في صورتها الأولية بعدة مراحل منها:
 - إعداد ما يطلق عليه رؤوس الموضوعات وذلك استرشاداً بأهداف الدراسة.
 - صياغة عدد من الأسئلة وتصنيفها حسب رؤوس الموضوعات.
 - بعد تحكيم الاستمارة تم إعدادها في صورتها النهائية، بعد الاستعانة بملاحظات المحكمين.
 - جمع البيانات عبر ملء الاستمارة، حيث تمت مراعاة الدقة العلمية في توزيع الاستمارات (واستهداف أفراد العينة المهتمين بمتابعة تطبيقات الإعلام الجديد). وتفرغ البيانات وإعداد الجداول التكرارية والنسب المئوية.
 - تمت عمليات الجدولة آلياً بتحويل البيانات إلى مقادير كمية وتبويبها في جداول وتحليل النسب المئوية الواردة ومراجعتها عن طريق الحاسب الآلي. وقد تم توزيع (100) استمارة على عينة الدراسة.
- أما خصائص العينة فقد شملت متغير النوع الذي ضم فئات الذكور والإناث بواقع (87) للذكور و(13) للإناث بمعدلات عمرية متساوية بين (أقل من 30 سنة، 30 - 40 و 41 فأكثر) وقد توزعت هذه الفئات على المؤهل الأكاديمي (بكالوريوس، دبلوم عالي، ماجستير،

19 المحكمون:

- د. أبوبكر شبو - أستاذ مشارك بكلية الإعلام بجامعة الجزيرة كلية الإعلام وعلوم الاتصال - دبي
- د. أحمد عمر عبد الرسول - أستاذ مشارك - جامعة غرب كردفان - كلية الآداب - قسم الإعلام وعلوم الاتصال - السودان
- د. الطاهر حاج النور أحمد - أستاذ مشارك - جامعة زالنجي - كلية التربية قسم التاريخ - السودان

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

دكتوراه) حيث شكل مستوى الماجستير النسبة الأعلى بواقع 84% من جملة عينة الدراسة، كما شملت الدراسة تخصصات: الإعلام، التربية، القانون، الآداب، الاقتصاد.

جدول رقم (1) يوضح نظرة عينة الدراسة لصورة دارفور في الإعلام التقليدي القومي

العينة		المتغيرات
النسبة %	التكرار	
9%	9	تُعبّر عن واقع الإقليم
48%	48	مشوهة بالحروب
21%	21	غائبة عن الإعلام
22%	22	مهملة
100%	100	الجملة

يعرض الجدول السابق وجهة نظر أفراد العينة تجاه ما قدمه الإعلام التقليدي عن دارفور، حيث اعتبرت نسبة تقترب من نصف العينة المبحوثة (48%) أن صورة دارفور مشوهة بالحروب والنزاعات، ونسبة (21%) ترى أنها غائبة أصلاً عن الإعلام القومي، ونسبة تصل إلى (22%) ترى أن صورة دارفور مهملة في الإعلام التقليدي القومي .. الأمر الذي يشير إلى حالة عدم رضى وسط أهل دارفور تجاه أداء الإعلام القومي.

جدول رقم (2) يوضح مساحة دارفور للتعبير عن ثقافتها في الإعلام التقليدي القومي

العينة		المتغيرات
النسبة %	التكرار	
3%	3	غير موجودة
78%	78	محدودة
15%	15	مناسبة
4%	4	واسعة
100%	100	الجملة

من خلال الجدول يتبين أن غالبية أفراد العينة المبحوثة بنسبة (81%) غير راضين عن المساحة التي يفردها الإعلام التقليدي القومي لطرح ومناقشة قضايا دارفور.

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

جدول رقم (3) يوضح قضايا دارفور الثقافية الأكثر إلحاحاً

العينة		المتغيرات
النسبة %	التكرار	
60%	60	التنوع العرقي
1%	1	قضايا اللغة
21%	21	الفلكلور والتراث
15%	15	تاريخ الإقليم
3%	3	أخرى يمكن ذكرها
100%	100	الجملة

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن قضايا التنوع العرقي والتعددية الإثنية هي القضايا الأكثر إلحاحاً، وتليها مسألة التراث والفلكلور الشعبي. وهي قضايا ذات صلة وطيدة بتحقيق هوية المجتمع وذاتيته.

جدول رقم (4) يوضح طبيعة متابعة عينة الدراسة للإعلام الجديد

العينة		المتغيرات
النسبة %	التكرار	
45%	45	دائماً
33%	33	غالباً
19%	19	أحياناً
3%	3	نادراً
0%	0	لا أتابع
100%	100	الجملة

الملاحظ أن نسبة تتجاوز الـ (78%) تتابع تطبيقات الإعلام الجديد باستمرار، مع وجود نسبة ضئيلة لا تتجاوز (3%) فقط تتسم متابعتها بالضعف، ما يشير إلى قوة التفاعل بين الجمهور وهذه التطبيقات.

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

جدول رقم (5) يوضح أهمية قضايا دارفور الثقافية التي تُطرح في الإعلام الجديد

المتغيرات		العينة
		التكرار
		النسبة %
مهمة	45	45%
مهمة نوعاً ما	42	42%
غير مهمة	13	13%
الجملة	100	100%

الواضح أن عينة الدراسة (مما سبق) تقدّر أدوار الإعلام الجديد تجاه القضايا الثقافية.

جدول رقم (6) مكنّ الإعلام الجديد جماهير دارفور من طرح ومناقشة قضايا الإقليم الثقافية.

المتغيرات		العينة
		التكرار
		النسبة %
موافق	60	60%
محايد	36	36%
غير موافق	4	4%
الجملة	100	100%

نسبة (60%) من جملة المبحوثين ترى أن الإعلام الجديد مكنّ جماهير دارفور من طرح ومناقشة قضايا الإقليم الثقافية. فإذا نظرنا إلى رأي العينة نفسها تجاه أداء الإعلام التقليدي في الجدول رقم (1 - 2) نجد أن الجمهور في دارفور في طريقه للاستعاضة عن الإعلام التقليدي بنوافذ الإعلام الجديد.

جدول رقم (7) يولي الإعلام الجديد اهتماماً جاداً بقضايا أقاليم الهامش الثقافية، أكثر من الإعلام التقليدي.

المتغيرات		العينة
		التكرار
		النسبة %
موافق	57	57%
محايد	24	24%
غير موافق	19	19%
الجملة	100	100%

الجدول السابق يشير إلى أن نسبة (57%) من العينة المبحوثة تعززت لديها القناعة أن الإعلام الجديد يولي اهتماماً جاداً بقضايا أقاليم الهامش الثقافية، أكثر من الإعلام التقليدي.

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

جدول رقم (8) الإعلام الجديد قادر على تغيير الانطباعات التي أوجدها الإعلام التقليدي عن دارفور

المتغيرات		العينة
		التكرار
		النسبة %
موافق		66
محايد		27
غير موافق		7
الجملة		100

في الجدول رقم (8) يتبين أن عينة تصل إلى (66%) بأغلبية واضحة تعتقد أن الإعلام الجديد قادر على تغيير الانطباعات السائدة التي أوجدها الإعلام التقليدي عن دارفور، كونها منطقة نزاع دموي لا يطاق. وهذا يعد رهاناً كبيراً من قبل الجمهور على الإعلام الجديد.

جدول رقم (9) أسهم الإعلام الجديد في التعبير عن هوية الإقليم الثقافية وعكس تطلعاته بموضوعية.

المتغيرات		العينة
		التكرار
		النسبة %
موافق		60
محايد		36
غير موافق		4
الجملة		100

في الجدول أعلاه توافق نسبة (60%) على أن الإعلام الجديد أسهم في التعبير عن هوية الإقليم الثقافية وعكس تطلعاته بموضوعية. وبالنظر إلى ما يدور بين المتخصصين حول موضوعية الإعلام الجديد ومهنيته فإن هذه النسبة تعطي مؤشراً مهماً لإعادة بحث مسألة المهنة في الإعلام الرقمي.

جدول رقم (10) من المتوقع أن يكون للإعلام الجديد الدور الأكبر في تعزيز هوية دارفور الثقافية مستقبلاً.

المتغيرات		العينة
		التكرار
		النسبة %
موافق		72
محايد		21
غير موافق		7
الجملة		100

الجدول أعلاه مقرونا مع الجدول رقم (8) يوضح أن جمهور دارفور يتوقع أن يكون للإعلام الجديد الدور الأكبر في تعزيز هوية دارفور الثقافية مستقبلاً.

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

جدول رقم (11) إنسان دارفور يجد مساحة كافية للتعبير عن هويته الثقافية وإرثه المجتمعي في الإعلام الجديد

المتغيرات		العينة
		التكرار
		النسبة %
موافق		54
محايد		22
غير موافق		24
الجملة		100
		%54
		%22
		%24
		%100

يظهر أن عينة الدراسة تشعر بالتححرر النسبي من معضلة حرية التعبير التي كانت مكبلة بالرقابة المفروضة على الإعلام التقليدي بناءً على أولويات السلطة في إدارة الخطاب الإعلامي القومي.

نتائج وتوصيات الدراسة:

هدفت الدراسة إلى بحث علاقة الإعلام الجديد بتعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور وتم اعتماد المنهج الوصف واستخدام أداة الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة من الجمهور في إقليم دارفور وهم أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجنيبة، وقد اشتملت الدراسة على إطار منهجي حددت فيه المشكلة وأهداف وأهمية الدراسة وأهم التساؤلات والمنهجية المتبعة في البحث بغية الخروج بنتائج دقيقة وعلمية. كما ضمت الدراسة إطاراً نظرياً تناولت فيه الإعلام الجديد من خلال المفهوم والتطبيقات إضافة إلى دراسة منطقة دارفور ومسألة الهوية الثقافية ودور الإعلام في التأثير على الوضع الاجتماعي والسياسي فيها. هذا وقد تم تعزيز الدراسة النظرية بدراسة ميدانية توصلت إلى عدد من النتائج أهمها:

1. أصبح الإعلام الجديد واقعاً معيشياً لدى الجمهور في دارفور. وأداة فاعلة لا يمكن تجاوزها بحال.
2. ثمة عدم رضى من جمهور دارفور تجاه أداء الإعلام القومي. حيث اعتبرت نسبة تقترب من نصف العينة المبحوثة (48%) إن صورة دارفور مشوهة بالحروب والنزاعات، ونسبة (21%) ترى أنها غائبة عن الإعلام التقليدي القومي، ونسبة تصل إلى (22%) ترى أن صورة دارفور مهملة في الإعلام التقليدي القومي.
3. يستنتج الباحث أن الجمهور في دارفور غير راضٍ عن المساحة التي يوفرها الإعلام التقليدي القومي لطرح ومناقشة قضايا دارفور. ذلك أن غالبية أفراد العينة المبحوثة بنسبة (78%) غير راضين عن عمل الإعلام التقليدي، وعلى هذا يميلون إلى تعويض هذه الفجوة بالاعتماد على تطبيقات الإعلام الجديد.
4. نسبة (57%) من العينة المبحوثة تعززت لديها القناعة أن الإعلام الجديد يولي اهتماماً جاداً بقضايا أقاليم الهامش الثقافية، أكثر من الإعلام التقليدي.
5. غالبية أفراد العينة موضوع الدراسة بنسبة (72%) يتوقعون أن يكون للإعلام الجديد الدور الأكبر في تعزيز هوية دارفور الثقافية مستقبلاً.
6. يوافق الجمهور في دارفور على أن الإعلام الجديد أسهم في التعبير عن هوية الإقليم الثقافية وعكس تطلعاته بموضوعية.

الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور

د. فاروق أحمد يحي حسن

التوصيات:

1. ضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول نظريات ترتيب الأجندة ونظريات الإنماء المعرفي المتعلقة بالإعلام الجديد وتطبيقاتها على الجمهور بدارفور.
2. ضرورة الالتفات إلى الفعالية الكبيرة لتطبيقات الإعلام الجديد وابتداع طرق لتعزيز فرص التنمية الثقافية، ومن أهم ما يمكن النهوض به هو السعي لنشر تدوين اللغات المحلية التي أوشكت على الاندثار.
3. الانتباه إلى كون الإعلام الجدي يقدم إنفجارات معلوماتية كثيفة المحتوى متعددة التصنيف؛ الأمر الذي يفرض تكثيف المواعين الثقافية/ المعرفية الموازية تؤدي إلى وعي جمعي لجمهور دارفور. كالمراكز الثقافية والمنتديات والعكوف على تضمين مقررات دراسية عن الإعلام التفاعلي وأخلاقيات النشر الرقمي في البرامج التعليمية التي تقدمها مراكز دراسات السلام والتنمية المنتشرة في جامعات دارفور.
4. وسائل الإعلام التقليدية "الرسمية" مطالبة بفتح تطبيقات إعلامية رقمية جديدة للتفاعل مع الجمهور رقمياً، لخلق التوازن المطلوب والإسهام في تعزيز الوحدة الوطنية.

المراجع:

1. <http://computing dictionary .the freedictionary.com/new +media>.
2. أزمة المفاهيم وانحراف التفكير، عبد الكريم غلاب (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة الثقافة القومية 33، ط 1، 1998م).
3. الإعلام الإلكتروني، فيصل فايز أبو عيشة (عمان: دار أسامة للنشر 2009م).
4. الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، عباس مصطفى صادق (الدنمارك: مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة، ع 2، 2007م).
5. الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، علي خليل شقرا (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013م).
6. أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، معتصم بابكر مصطفى (الخرطوم: مركز التنوير المعرفي، سلسلة كتاب التنوير، 12، 2014م).
7. البحث العلمي في الاتصال الجماهيري، خالد عبد الله درار (الخرطوم: جامعة إفريقيا العالمية، كلية الآداب، 2012م).
8. التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، فوزي شريطي مراد (عمان: دار أسامة للنشر 2014م).
9. دارفور الحقيقة الغائبة، مجموعة مؤلفين (الخرطوم: مركز السودان للخدمات الصحفية، 2004م).
10. شجرة نسب الغول في مشكل "الهوية الثقافية" وحقوق الانسان في السودان - أطروحة في كون الغول الإسلاموي لم يهبط علينا من السماء، عبد الله بولا (الخرطوم: المجلة السودانية لثقافة حقوق الانسان وقضايا التعدد الثقافي، ع 1، 2005م).
11. صحافة الإنترنت: جهنم الدولة الاستبدادية، صلاح شعيب (موقع سودانيزاونلاين، 2007م-<http://sudaneseonline.com/cgi-bin/sdb/2bb.cgi?seq=print&board=120&msg=1190877384&rn=3>)
12. المرشد في إعداد البحوث العلمية، أبو القاسم عبد القادر صالح وآخرون (الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مركز البحث العلمي، 2001م).
13. الهوية في ليبيا - دراسة ميدانية، آمال سليمان العبيدي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، مجلة المستقبل العربي، السنة 24، ع 267، 2001م).
14. الوعي السياسي والانتماء الوطني لدى طلاب كلية التربية الأساسية بدولة الكويت، سامي محمد نصار، فهد عبد الرحمن الرويشد (القاهرة: المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، السنة 4، ع 1، 2005م).