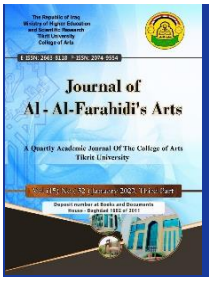

Tikrit University | جامعة تكريت

مجلة آداب الفراهيدي

Journal of Al-Farahidi's Arts

Preparing Psychological Messages Through A Media Strategy to Achieve Community Peace

Asst. Lecturer. Hasan Abdullah Salim

Department of Media, College of Arts, Tikrit University
Salahuddin, Iraq

اعداد الرسائل النفسية من خلال استراتيجية إعلامية لتحقيق السلم المجتمعي

م. م. حسن عبد الله سالم

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة تكريت
صلاح الدين، العراق

SUBMISSION التقديم	ACCEPTED القبول	E-PUBLISHED النشر الإلكتروني
19/06/2023	16/10/2023	10/06/2024

P-ISSN: 2074-9554 | E-ISSN: 8118-2663 https://doi.org/10.25130/jaa.16.57.1.14 Vol (16) No (57) June (2024) P (182-200)

ABSTRACT

The media, through its various means, deals with the issue of peace, especially after 2003, as it is a rich subject that pushes the public to follow, participate, and promote in an attempt to create a public opinion that supports it and rejects criminal behavior, violence, extremism, terrorism, and the rule of law so that the citizen can enjoy a happy and reassured life. The media is one of the characteristics of Civilized societies are an image of reality, and through it one can build trends, correct opinions, make decisions, solve problems, and determine trends towards private and public issues. The media is a double-edged sword. It is a tool of peace when it calls peoples to familiarity, affection, and brotherhood, and a tool of war when it pushes peoples to division, hostility, and hatred. It has areas for delivering its messages, including developing awareness, supporting national belonging, informing citizens of events, covering events, and instilling values. Praiseworthy, introducing national heritage, paying attention to public issues, introducing scientific and cultural developments, and providing information in the fields of science and knowledge. Social peace cannot be achieved without the components of society enjoying equal spaces to express their opinions, concerns, and ambitions in a climate where openness to all parties prevails, and all opinions are understood, without excluding anyone, with the aim of reaching the common ground where everyone meets, as freedom of opinion is guaranteed.

Peace news contains informational and news values in its general context, as it affects the public through various values, including influence, as the focus is on news that interests the public to create the desired impact on their opinions and attitudes towards the events that reach them through the news. There are many media strategies specialized in spreading the culture of peace, according to the constitution and applicable laws, in a way that enhances cooperation between government institutions and media institutions, and consolidates the public's conviction that peace is the responsibility of the competent agencies, the media, civil society organizations, the family, the school, and the individual.

Media messages seek to influence the public, reach the largest geographical area, bring about change, guide and educate. Media messages are divided into cultural, entertainment, guidance, and guidance messages, news messages, investigations, lectures, and seminars, but the media faces human and technical obstacles that limit its effectiveness. It was found that (48.32%) of the sample sent messages with (national) content, (23.68%) with (professional) content, (12.64%) with (political) content, and (8.8%) with (popular mobilization) content. (6.56%) without specific content. It became clear that the difference is not large between males and females in sending psychological messages, and this is evidence of openness, a sense of security, and equality. The role of women is increasing day after day, and it appeared that the age group (25-34) years is the largest in the current research, and it is evidence of the youth of Iraqi society. Which prompted the researcher to recommend to the Journalists Syndicate the formation of a specialized committee that encourages national media programs, rewards their owners, and invites media professionals to adopt programs with positive content, and stay away from programs with empty content that aim only to occupy time.

KEYWORDS

Community Peace, Psychological Messages, Media Strategy

الملخص

يتناول الاعلام بوسائله المتنوعة موضوع السلام لا سيما بعد عام ٢٠٠٣ كونه مادة دسمة تدفع بالجمهور الى المتابعة، والمشاركة، والترويج في محاولة خلق رأي عام يدعمه، ويرفض السلوك الإجرامي، والعنف، والتطرف، والإرهاب، وسيادة القانون لينعم المواطن بحياة هانئة مطمئنة، فالاعلام من سمات المجتمعات المتحضرة فهو صورة عن الواقع، ويمكن من خلاله بناء التوجهات، وتصويب الآراء، واتخاذ القرارات، وحل المشكلات، وتحديد الاتجاهات نحو القضايا الخاصة، والعامة. والإعلام سلاح ذو حدين فهو أداة سلام حين تدعو الشعوب إلى الألفة، والمودة، والإخاء، وأداة حرب حين تدفع الشعوب إلى الفرقة، والعداوة، والبغضاء، وله مجالات لإيصال رسائله منها تنمية الوعي، ودعم الانتماء الوطني، واعلام المواطن بالأحداث، وتغطية المناسبات، وغرس القيم الحميدة، والتعريف بالتراث الوطني، والاهتمام بقضايا الجمهور، والتعريف بالمستجدات العلمية، والثقافية، وتقديم المعلومة في مجالات العلم والمعرفة. ولا يتحقق السلام الاجتماعي دون أن تتمتع مكونات المجتمع بمساحات متساوية في التعبير عن آرائها، وهمومها، وطموحاتها في مناخ يسوده الانفتاح على كل الأطراف، وتفهم كل الآراء، دون استبعاد لأحد بهدف الوصول الى الأرضية المشتركة التي يلتقي عندها الجميع فحرية الرأي مكفولة.

ويحتوي خبر السلام على قيم إعلامية، وإخبارية في إطاره العام، كونه يؤثر في الجمهور عبر قيم مختلفة منها التأثير إذ يتم التركيز على الأخبار التي تهم الجمهور لإحداث التأثير المطلوب بآرائهم، واتجاهاتهم تجاه الأحداث التي تصلهم عبر الخبر. وتتعدد استراتيجيات الإعلام المتخصصة في نشر ثقافة السلام بحسب الدستور، والقوانين المرعية بما يعزز التعاون ما بين المؤسسات الحكومية، والمؤسسات الإعلامية، وترسيخ قناعة الجمهور بأن السلام مسؤولية الأجهزة المختصة، والإعلام، ومنظمات المجتمع المدني، والأسرة، والمدرسة، والفرد.

وتسعى الرسائل الإعلامية إلى التأثير في الجمهور، والوصول لأكبر رقعة جغرافية، وإحداث تغيير، وتوجيه، وتثقيف. وتقسم الرسائل الإعلامية إلى رسائل ثقافية، وترفيهية، وإرشادية، وتوجيهية، ورسائل أخبار، وتحقيقات، ومحاضرات، وندوات، ولكن يواجه الإعلام معوقات بشرية، وفنية تحد من فاعليته. وتبين أن (٤٨,٣٢٪) من أفراد العينة يرسلون رسائل ذات مضمون (وطني)، و(٢٣,٦٨٪) ذات مضمون (مهني)، و(١٢,٦٤٪) ذات مضمون (سياسي)، و(٨,٨٪) ذات مضمون (حشد شعبي)، و(٦,٥٦٪) بلا مضمون محدد. وأتضح ان الفرق ليس كبيرا بين الذكور، والاناث في ارسال الرسائل النفسية وهذا دليل الانفتاح، والشعور بالأمان، والمساواة، فدور المرأة يتزايد يوما بعد اخر، وظهر ان الفئة العمرية (٢٥-٣٤) سنة هي الأكبر في البحث الحالي، وهو دليل شبابية المجتمع العراقي مما دعا الباحث ان يوصي نقابة الصحفيين لتشكيل لجنة متخصصة تشجع البرامج الإعلامية الوطنية، ومكافئة أصحابها، ودعوة الإعلاميين لتبني برامج ذات مضمون إيجابي، والابتعاد عن البرامج ذات المضمون الفارغ التي تستهدف اشغال الوقت ليس الا.

الكلمات المفتاحية

السلم المجتمعي، الرسائل النفسية، الإستراتيجية الإعلامية

Copyright and License: This is an Open-Access Article distributed under A Creative Commons Attribution 4.0 License, which allows free use, distribution, and reproduction in any medium provided the original work is properly cited.

المقدمة:

يشهد عصرنا الحالي تناول الاعلام بمختلف وسائله موضوع السلام بأنواعه المختلفة في المجتمعات، وهو مادة دسمة تدفع بالجمهور الى المتابعة، والمشاركة، والترويج. ويلاحظ المتتبع للإعلام العراقي اهتمامه بعد عام ٢٠٠٣ بأخبار السلام لما شهده من تدهور، وشدة لم يكن معهودا بسبب اللجوء للقوة في التعاملات، وتعقد الحياة، والتكالب على التنعم بخيراتها بالحق او بالباطل، مع أسباب أخرى كثيرة منها النزوح، والتهجير، وتفكك المجتمعات، وضعف التعليم، وأنواع الحرمات، وهو ما شجع الاعلام على إيلاء مساحات من البث لبرامج تتناول السلام، وانواعه، وتحليله بأساليب متنوعة، وكيفية تحقيقه.

وتحول الإعلام ساحة تعرض السلام، حتى بات يشغل مساحات دفعت بالجمهور ان يستثمر ما يعرضه الاعلام ليعيد نشره في صفحات التواصل الاجتماعي، وزخرت الصفحات الشخصية بصور، ومنشورات، ومواد خبرية تشير الى السلام. وتبين أهمية وجوده، وتعزيزه.

ولا يخفى دور الاعلام في عملية نشر السلام، وتأثيراته، ومحاولة خلق رأي عام يدعمه، ويرفض الاجرام، والعنف، والتطرف، والإرهاب، واهمية سيادة القانون في الحياة لينعم المواطن بحياة هانئة مطمئنة.

وانشغل الباحث بما يدور في المجتمع العراقي من ملفات متنوعة، لا سيما وانه يعمل بالإعلام، ويتناول قضايا المجتمع المهمة، ويحضّر المناسبات الاجتماعية فتولد لديه احساس بأهمية ان يعم السلام في المجتمع، ودعوته للإعلامين إيلاء هذا الموضوع أهمية يستحقها، وهو ما دفعه للسؤال عن الرسائل الإعلامية التي تتناول السلام، في محاولة للتعريف به، ونشره بين المواطنين، فحدد بعد دراسة استطلاعية [١] اجراها ان تحقيق السلم المجتمعي محل البحث في دراسته الحالية.

والاعلام بوسائله المتنوعة من سمات المجتمعات المتحضرة لدوره المؤثر في مواكبة ما يجري في المجتمعات، فهو الصورة القريبة من الواقع، فبدأ يلعب الدور الاساس في الحياة العامة، وتجاوز دوره تزويد المعلومات، والأخبار الى أن أصبح موجها يعتمد عليه في بناء التوجهات، وتصويب الآراء، واتخاذ القرارات، وحل المشكلات، وتحديد الاتجاهات نحو القضايا الخاصة، والعامة مما جعل دوره من أخطر الأدوار بين المؤسسات الاجتماعية لا سيما بعد أن تطورت وسائله، ونظمه، واهدافه مما جعله يزداد فاعلية في حياة الفرد، والمجتمع محدثا تأثيرات مباشرة، وغير مباشرة انعكست في الاتجاهات، والسلوك، والأفكار للأفراد، والمجتمعات كما يتضح في الكثير من انماط الحياة فأكسبها واقعا قد لا يعي فيه الفرد واقعه، او ما يقع من حوله من احداث جسام، وتغيرات مختلفة [٢].

الجانب النظري:

السلام ظاهرة قديمة ترجع جذورها لتاريخ البشرية، وأصبح للتقنية المتسارعة دور كبير في تناولها لنشر السلام بين البشر لمواجهة العدوان فلا يخفى دور الإعلام في نشر السلام لما له من أهمية في عصر يتسم بالتطور التقني إذ يمكن أن يؤثر في الحديث العام، ويغير الأفكار، والمفاهيم بضوء دوره المتزايد في التأثير في الأفراد، والمجتمعات، فضلاً عن قدرته على نشر المعارف بين أفراد المجتمع، وتكمن أهمية الدراسة في فهم دوره في نشر ثقافة السلام، ومحاولة التعرف على حقيقة الدور الذي يقوم به في التأثير في الجمهور لا سيما وان للإعلام أدوار متنوعة منها الترفيه لتخفيف الضغوط عن الجمهور، وزيادة حيويته، ونشاطه [٣]. ونجد التثقيف إذ يؤدي دوره بوساطة برامج متنوعة وخير مثال نشرات الأخبار، وبرامج العلم، والأدب، والفن [٤]. ونجد التربية والتعليم إذ تبوأ الإعلام مكانة رفيعة في المؤسسات التربوية، وانتشر استعماله بصورة مكثفة بعد ان اثبتت الدراسات صلاحيته للقيام بدور معلم متنقل، وكتاب ناطق، ومدرسة مفتوحة [٥]. ومن وظائف الإعلام قيامه بالدعاية ففن الدعاية قوة إعلامية عظمى مكرسة للتأثير في الرأي العام، واقناعه بالتوجه نحو أهداف محددة، وقد عرفه الإنسان، ومارسه منذ مطلع حياته، فكان يستند إليه في ترويج الأفكار، ونشرها، وكانت وسائله الإعلامية المعتمدة في هذا

المضـمار متنوعة بتنوع المكان، والزمان [٦]. ومن وظائفه الاسـتمالة انطلاقا من أهميته في تكوين الرأي العام إذ يبث برامج موجهة بهدف اسـتمالة الجمهور وتقريب وجهات نظرهم. ويسـتخدم الإعلام في مجالات السـلامة العامة، والصـناعة، والأمن القومي، والاتصـالات، والحد من الجريمة، وفي الصـناعة إذ يوفر جهد، ووقت، ومال في العديد من المرافق الصناعية، وفي الأمن القومي إذ يؤدي دورا مهما في ربط اللحمة الوطنية، وتثقيف الجمهور بالأفكار الوافدة والهدامة، وعليه كان اختياره مجالا في البحث الحالي تطبيقا لوظائفه المتعددة، وحاجة المجتمع العراقي اليه في نشر ثقافة السلام، فهو متوافر ولا يحتاج الى تعقيدات، ومتاح بوسائل متعددة، ومتنوعة.

والإعلام سلاح ذو حدين فهو أداة سلام حين تدعو الشعوب إلى الألفة والمودة والإخاء، وهو أداة حرب حين تدفع الشـعوب إلى الفرقة والعداوة والبغضـاء، وله عدد من المجالات يوصـل رسـائله من خلالها منها تنمية الوعي ودعم الانتماء الوطني، واعلام المواطن بالأحداث [٧] وتغطية المناسـبات الرسـمية والشـعبية، وغرس القيم الحميدة، والتعريف بالتراث الوطني، والاهتمام بقضـايا الجمهور، والتعريف بأحدث المسـتجدات في المجالات العلمية والثقافية، وتقديم المعلومة المبسـطة في مجالات العلم والمعرفة [٨]. وحث الجمهور على القراءة والتعامل مع مصادر المعلومات، والتعريف بالخدمات المتعددة التي تقدمها الوزارات والدوائر الحكومية وتغطية الأنشـطة الفنية واكتشاف المواهب وإلقاء الضوء على الأعمال المتميزة والحفاظ على التراث الأصيل والاهتمام بالمسابقات التي تتخللها معلومات ثقافية. ووجد الباحث بعض التساؤلات منها مدى قيام الإعلام بنشر السلام، وما الأساليب التي يستخدمها في نشر ثقافة السلام، وكيف قام بتوعية الجمهور بثقافة السلام، وتبسيط مفاهيمه، وتقريبه منهم ليصبح سهل الفهم، وهل استطاع القيام بعملية التثقيف المناسبة نحو السلام واهميته في الحياة.

وتعددت أهداف البحث الحالي ومنها كشـف خصـائص الإعلام التوعوي، وبيان دوره التوعوي في نشـر ثقافة السلام وقضاياه المتنوعة بين الجمهور، وبيان دور القائمين عليه في نشر ثقافة السلام.

والسـلام ضـد الحرب، ويعني غياب الاضـطرابات وأعمال العنف، والحروب، مثل الإرهاب، أو النزاعات الدينية، أو الطائفية، أو المناطقية لاعتبارات سياسـية، أو اقتصـادية، أو عرقية، ويأتي بمعنى الأمان والاستقرار والانسجام. والسـلام حالة إيجابية مرغوبة تسـعى إليه المجتمعات البشـرية بعقد اتفاق فيما بينهم للوصـول إلى حالة من الهدوء والاستقرار.

والسـلام في اللغة مصـدر، وهو اسـم مشـتق من الفعل سَـلِمَ، بمعنى الأمان والنجاة مما لا يرغب فيه فيقال سلِم من الأمر أي نجا منه، والسلامة من الآفات هي النجاة والتخلص منها، والسلام بمفهومه العام يشمل تعريفات عديدة فالسـلام في الشـرع لفظ يراد به البراءة من العيوب. ويأتي بمعنى التحية فهو تحية الإسـلام، كما ان السلام اسم من أسماء الله الحسنى، وصفة من صفاته، وقد سمى نفسه سبحانه وتعالى بهذا الاسم لسلامته من كل ما يلحق بمخلوقاته وعباده من نقص، وعيب، وفناء، ودار السلام بغداد [٩].

ويتضح المعني اللغوي لمفردة السـلام في اللغة بكونها أحد أسـماء الله الحسـنى إذ قال تعالى: **(هو الله الذي لا إله إلا هو الملك القدوس السـلام)**. ومشـتق من فعل سـلِم ويعني أمِن من كل ما يؤذيه أو يقلق باله وضميره، وتعني الأمان والاطمئنان، والحصانة والسلامة، ويدل السلام على الخلاص والنجاة السلام. وفي لغة العرب أربعة أشياء منها سلمت سلاما مصدر سلمت، ومنها السلام جمع سلامة، ومنها السلام اسم من أسماء الله تعالى، ومنها السـلام شجر، ومعنى السـلام مصـدر سـلمت أي دعاء للإنسـان بأن يسـلم من الآفات في دينه ونفسـه، وتأويله التخليص، وتأويل السـلام اسـم الله ذو السـلام الذي يملك السـلام أي يخلص من المكروه، والسـلام هو الله، والسـلام والسـلامة هي الدعاء، ودار السـلام دار الله عز وجل، قال تعالى: (لهم دار السـلام عند ربهم). والسـلام هنا الله، والسـلام المؤمن المهيمن. وتتمحور كلمة السـلم بمعنى المسـالمة، والسـلم بمعنى الحياد السـلبي أو الإيجابي، والسـلم بمعنى الاسـتسـلام والانقياد، وفي اللاتينية لفظ السـلام يعني لا خطر ومهد الارتقاء، والسلام في الاصطلاح لا يخرج عن المعنى اللغوي فقد اتسع مفهوم السلام من السلام السلبي أي غياب الحرب والنزاعات والصـراعات ليشـمل السـلام الإيجابي أي غياب الاسـتغلال، وإيجاد العدل

الاجتماعي، وهناك علاقة ارتباطية بين السلام السلبي والسلام الايجابي اي التوافق أو الاتفاق بعد الانشقاق، والتعريف الاجرائي للسلام فبعد الحربين العالميتين عرف بأنه غياب الحرب، كما عرف بأنه غياب العنف أو الشرّ وحلول العدالة، وعرف بأنه عبارة عن محصلة التفاعل بين النظام المدني والعدالة الاجتماعية. وهو حالة يخلو فيها العالم من الحروب والنزاعات. وحالة من الأمن والاستقرار تسود العالم وتتيح التطور والازدهار للجميع، والأمان وحفظ الكرامة والعمل على وجود مصالح مشتركة تحقق قيام حضارة تقوم على احترام الذات واحترام الأخر والتمسك بالعدل واحترام العدالة وتوفير الرقي لجميع البشر على وجه الأرض بل وتهدأ بوجوده جميع الكائنات الحية.

وثقافة السلام سلوك يمكن الوصول اليه داخل المجتمع من خلال إعلام فاعل، وهادف يحاول اظهار السلام إلى أقصى حد ممكن في برامجه المتنوعة، والمتعددة.

وحتى يتحقق السلام لابد من أركان، ولهذه الأركان صلة وثيقة بالإدارة السياسية للمجتمع، ومنها إدارة التعددية، فالمجتمع البشري يقوم على التعددية الدينية والثقافية والسياسية، ومن الصعب وجود مجتمع يتشكل من عِرق واحد أو من دين واحد، فالامتزاج يتطلب إدارة تحفظ حقوق الأقلية دون تمييز، وإعطائهم مساحة للتعبير عن معتقداتهم في أجواء من الاحترام والتسامح. اما إذا حكمته أنظمة تخشى التنوع، وتعمل على سحق الآخر المختلف وتحرمه من حقوقه وحرياته، فمن شأن ذلك أن يؤدي إلى الحروب التي أساسها الدين أو المذهب أو العرق، ونتيجتها الدمار السياسي والاقتصادي ونشوء أجيال محملة بالكراهية اتجاه الآخر تسعى للانتقام دوماً.

ومن اركانه الاحتكام إلى القانون من خلال تأكيد مجموعة أساسيات تحقق المساواة والعدالة بين الأفراد، باعتبارهم متساوون أمام القانون دون تمييز باللون أو الجنس أو الدين أو العرق، إذ يجب تطبيق القانون على الجميع بغض النظر عن الانتماءات الدينية والسياسية والجغرافية، وإتاحة المجال للفرد ان يلجأ إلى المحاكم دون تكليفه أعباء تفوق طاقته، وتطبيق الأحكام الصادرة عن المحاكم بحزم دون استثناءات. وفي حالة غياب أحد هذه الأساسيات في الدولة فسيظهر التأثير واضحاً على السلم المجتمعي.

ومن اركان السلام الحكم الرشيد، فكثير من الاضطرابات وأعمال العنف تحدث نتيجة فساد أنظمة الحكم في الدول التي تغيب فيها الديمقراطية، فالحكم الرشيد يتطلب نظام حكم يقوم على المحاسبة ومكافحة الفساد، من خلال مؤسسات الدولة كمجلس النواب والمجتمع المدني والإعلام، كما يعني تمكين الأفراد ورفع مستوى وعيهم وقدراتهم، بتوفير الخدمات التعليمية والثقافية والصحية وفرص العمل وغيرها، وتشجيعهم على المشاركة في العمل العام.

ومن معوقات السلام التي تحول دون تحقيقه في العالم تلك الصراعات الناشئة بين أقطاب العالم إذ هناك قوى كبرى، وقوى ناشئة، ودول نامية، ووهناك التعصب الديني والعرقي الذي يسبب الاضطرابات وأعمال العنف فتتولد الكراهية، والتطرف، والإرهاب، والسيطرة على المصادر الطبيعية والاقتصادية للدول النامية مما ينتج مجتمعات فقيرة بجانب وجود مجتمعات غنية فيقود للحقد والتذمر.

ومن أبرز أجهزة الأمم المتحدة التي تُعنى بشؤون السلم العالمي الجمعية العامة وهي جهاز التداول، ووضع السياسات والتمثيل في الأمم المتحدة، ولكل عضو في الأمم المتحدة تمثيل في الجمعية العامة، ففي كل سنة تجتمع الدول الأعضاء للمناقشة العامة، والتي يحضرها زعماء العالم ويلقون فيها كلماتهم. وكذلك مجلس الأمن والذي يقع على عاتقه المسؤولية الرئيسة في صون السلم والأمن الدوليين. ومحكمة العدل الدولية وهي الجهاز القضائي الذي يعمل على حل النزاعات بين الدول. والأمانة العامة التي تقدم خدماتها في إدارة عمليات السلام وإعداد دراسات عن حقوق الإنسان.

وتتعدد الطرائق والعبارات التي يمكنها وصف مفهوم السلام عند مختلف الناس، ولكن التعريف المتفق عليه عالمياً ينص انّ السلام هو الآلية التي يتم اللجوء إليها لفض النزاعات دون اللجوء للعنف مع ضمان

تحسين مستوى حياة البشر، ومن المدلولات الأخرى التي يعكسها مفهوم السلام شعور الناس بالأمان بعيداً عن الخوف والتهديد دون السماح بممارسة أي شكل من أشكال العنف على وفق أعراف القانون. ومعاملة الجميع بالتساوي أمام القانون فالقوانين العادلة تحمي حقوق الناس. وقدرة أي فرد على المشاركة في صياغة القرارات السياسية وتبقى الحكومة تحت مراقبة الشعب. وضمان حصول كل مواطن على احتياجاته الأساسية. وحق كل فرد في الحصول على فرصة عمل لكسب رزقه وقوت يومه دون تمييز.

ومن الشروط اللازمة لبناء سلام حقيقي توفير بيئة آمنة لتمكين الناس من إدارة شؤون حياتهم اليومية دون أي مخاوف. وضمان سيادة القانون والمساواة بين الناس حتى يثق كل أفراد الشعب بالقانون. واستقرار الحكم من خلال مشاركة أطياف الشعب في العملية السياسية. وديمومة الاقتصاد وقدرة الشعب في الحصول على الوظائف. والرفاهية الاجتماعية من خلال توفير الاحتياجات الأساسية والتعايش بسلام.

والسلام مطلب وغاية ملحّة، تطمح لبلوغها المجتمعات البشريّة بكل تكويناتها، وقضيّة تحظى باهتمام الدول كافة، فهو الركيزة الأساس في نموّها وتطورها، وبات تحقيقه الشغل الشاغل للعديد من القيادات، والمنظّمات، والتحالفات الدوليّة في مختلف أنحاء العالم، بهدف عدم الرجوع إلى النزاعات والصراعات.

ويشير مفهوم بناء السلام إلى تحديد البُنى ودعمها، والتي مهمتها ترسيخ وتفعيل السلام وتمكينه لعدم الانجرار والزجّ في صراعات جديدة، وعدم تكرارها مرة أخرى الأمر، والعمل بشكل واضح لحل الصعوبات والمعضلات التي تواجه الفرد، سواء أكانت إنسانية أم ثقافية أم اجتماعية أم اقتصادية كونها سبب رئيس لنشوب الحروب والنزاعات عبر التاريخ.

ويمنح بناء السلام انعكاسات على البلدان بحيث تتم في ظله عمليات دفع عجلة التطوير من خلال استحداث مؤسسات اجتماعية وسياسية وقضائية غايتها بناء المجتمع في الصعد كافة، فتلجأ لتدابير نلمس نتائجها لا سيما في المجتمعات التي خرجت حديثاً، وتخلصت من دائرة الصراع فيتم فيها العمل سريعاً وبشكل فوري على استصلاح الأراضي، والعناية بالمرافق العامة، وتوفير الغذاء الرئيس للسكان عن طريق توفير المواد الإغاثة وتوزيعها بشكل عادل للجميع.

ولا يعني السلام بمفهومه الواسع زوال الصراع فقط، إنما يمكن أن يتطلب تأسيس حزمة من المفردات، والقيم، والمواقف، والعادات التي ترتكز على احترام مبادئ السيادة والحريات الأساسية وحقوق الإنسان، والحوار والتعاون بين الشعوب والثقافات المتعددة، ونبذ ثقافة القوة واستخدامها، وإكراه الشعوب للعمل ضد إرادتهم.

وعرّف المؤرخ البريطاني (توينبي) السلام بـــ: (عش ودع غيرك يعيش)، وقصد بذلك أن السلام يمنح للشعب حتى يتسنى الحصول عليه كحالة عامة. وبما أنه نعمة للبشرية، فإن العنف والحروب لعنة، ولما كان السلام هو المحبة والتعايش، فالحروب هي العداء والتفرقة، ويطمح الجميع اليوم إلى السلام الذي يستجيب لآمالهم وأمنياتهم، ويؤمن لهم حياة دون خوف.

ونصّ ميثاق تأسيس اليونسكو في ديباجته على نقاط منها لما كانت الحروب تتولد في عقول البشر، ففي عقولهم يجب أن تبنى حصون السلام.

ولا يمكن اهمال أهمية السلام في حياة الفرد فقد خلق الإنسان ليعيش في سلام وأمان واطمئنان، ولم يخلق ليقتل ويباد، وما يمكن تحقيقه في أوقات السلام أضعاف ما يمكن تحقيقه في النزاعات والحروب والكوارث، إذ يمكن للسلام ان يحول الرّديء إلى حسن، وينشر الثقافة، ويبني الحضارات، ويسارع في النهوض الاقتصادي، والاجتماعي فبناء المجتمعات في أوقات السلم والأمن فقط، فالسلام حالة تتميز بعدم وجود عنف، او نزاعات والتحرر من الخوف من العنف، وبالتالي يطلق على المجتمعات التي تنعم بالأمن والأمان، وتتميز علاقات أفرادها بالهدوء دون صراعات أو انقسامات، وهو هدوء وأمان وسكينة، قال تعالى: (وآتاكم من كل ما سألتموه وإن تعدوا نعمت اللّه لا تحصوها).

والسلام في مقدمة القيم الإنسانية الرفيعة وهناك أقوال شاعت في أعمال الفلاسفة، والباحثين، والشعراء والأدباء تمجد السلام، وتجعل منه قيمة أساسية ومحورية في الحياة. وهناك اتجاهان للنظر للسلام ففي أبسط تعريفاته يعني غياب الخلاف، والعنف، والحرب، وهي نظرة شائعة في العديد من الكتابات، ولها جذور في الحضارة اليونانية القديمة، وامتدت في التاريخ الإنساني ويتبنى دعاة السلام هذا التعريف لمفهوم السلام.

ويرى الباحثون أن السلام يعني غياب الحرب، ووجود الحرب لا يعني وجود السلام. وفي المجتمعات الإنسانية يعني السلام غياب كل ما له علاقة بالعنف، مثل الجرائم الكبرى المنظمة كالإرهاب، أو النزاعات العرقية أو الدينية أو الطائفية أو المناطقية. والسلام هو الاتفاق، والانسجام، والهدوء أي لا يعني غياب العنف بأشكاله كافة، ولكن يعني صفات ايجابية مرغوبة في ذاتها مثل الحاجة الى التوصل الى الاتفاق، والرغبة في تحقيق الانسجام في العلاقات بين البشر، وسيادة الهدوء في العلاقات بين الجماعات المختلفة، وهو حالة إيجابية في ذاتها، أكثر من كونه غيابا لحالة سلبية مرفوضة. ومعنى السلام الاجتماعي بصفة عامة غياب المظاهر السلبية مثل العنف، أو حضور المظاهر الإيجابية مثل الهدوء، والاستقرار، والصحة، والتطور. ويتكون كل مجتمع من مجموعة من البشر، يختلفون بالضرورة عن بعضهم البعض، سواء في انتمائهم الديني، أو المذهبي، أو موقعهم الاجتماعي، أو الوظيفي، ولكن يجمعهم عقد اجتماعي أي التزام غير مكتوب يتناول حقوق وواجبات كل طرف في المجتمع، والخروج على هذا العقد انتهاك لحقوق طرف، وإخلال بالتزامات طرف آخر مما يستوجب التدخل الحاسم لتصحيح الموقف.

والعقد الاجتماعي تعبير عن حالة توازن بين أطراف المجتمع المختلفة في المصالح، والقوة، والإمكانات، والإرادات. ويحافظ على هذا التوازن قوة القانون، والشرعية تساعد على تسوية النزاعات أو الخلافات باعتبارها المرجعية التي يعود إليها الأطراف المختلفة لحل مشكلاتهم. ويساعد ذلك على حدوث التوقع فكل طرف يتوقع من الطرف الآخر سلوكا معينا، بحسب ما يقع على عاتقه من التزامات وواجبات، فإذا لم يأت بهذا السلوك، يعد خروجا على العقد الاجتماعي السائد.

وهناك نوعان من العقد الاجتماعي، الأول مباشر، والثاني غير مباشر، والمباشر عقد تبرمه أطراف على نحو محدد مثل تحديد المكان، والزمان، والتوقعات المتبادلة من جانب كل الأطراف مثل عقد بناء دار. وغير المباشر يتعلق بالقيم والمعايير والمشاعر والاتجاهات، وما هو متفق عليه ضمنا بين مختلف الأطراف، والخروج عليه يبعث على الاستنكار مثل وعد الكلمة بين الأطراف التجارية، والأمانة في العلاقات وهكذا. ويتحقق السلام الاجتماعي إذا كان العقد الاجتماعي بشكليه المباشر وغير المباشر على أرض الواقع دون أية مشكلات، ولكن يتوتر، ويضطرب، وينحرف مساره إذا لم يجر احترام العقد الاجتماعي.

وهناك أركان للسلام الاجتماعي في أي مجتمع، لا تتصل فقط بالتاريخ، ولكن تقترب من إدارة المجتمع للتعددية، فالمجتمعات البشرية متعددة دوما فلابد من إدارة سلمية تحفظ للجماعات المتنوعة التي تعيش مع بعضها بعضا مساحة للتعبير عن تنوعها في أجواء من الاحترام المتبادل، وهناك تعددية سلبية تقوم على اعتبار التنوع مصدر ضعف وليس مصدر قوة، مما يترتب العمل على نفي الآخر المختلف، لصالح الجماعات الأكبر عددا، أو الأكثر سلطة، أو الأوسع ثراء ونفوذ وقيام الحروب الاثنية، والمذهبية، والدينية، والرغبة في الانتقام. والاحتكام الى القانون، فحكم القانون في المجتمع الحديث أحد أهم عوامل تحقيق المساواة والعدالة في العلاقات بين الأفراد، والجماعات. ويعني حكم القانون ان الأفراد متساوون أمام القانون بصرف النظر عن الاختلاف في اللون أو الجنس أو الدين أو العرق. ومؤسسات العدالة، اي الشرطة والمحاكم والتي تطبق القانون على الأفراد بحياد كامل بصرف النظر عن موقعهم الاجتماعي، أو انتمائهم الديني، أو نفوذهم السياسي. وان يكون اللجوء الى مؤسسات العدالة مكفولا للجميع، ولا يتحمل فيه الفرد أعباء تفوق إمكاناته أو مستواه الثقافي. وان يحاكم بشكل طبيعي، ولا يواجه إجراءات استثنائية بسبب انتمائه السياسي أو الديني أو المذهبي. وان تطبق مؤسسات العدالة القانون في إطار زمني معقول، يسمح لها بتداول الأمر بجدية، وفي الوقت ذاته لا

يؤدي الى إطالة أمد التقاضي على نحو يضيع حقوق المواطنين. وان تنفذ الأحكام الصادرة عن مؤسسات العدالة بحزم دون تسويف أو تأخير.

وهذه المعايير الأساسية تجسد مفهوم حكم القانون في المجتمع وتؤدي الى ما يطلق عليه بالتوقع الاجتماعي، ويعني أن الأفراد يتوقعون نظاما قانونيا في المجتمع، يحكم علاقات بعضهم بعضا، يقوم على وضوح القوانين، وشفافية عملية التقاضي، والحزم في تنفيذ الأحكام القضائية، وغياب بعض هذه المعايير أو جميعها يؤدي الى هدر لمفهوم المساواة بين المواطنين في المجتمع، ويدفع الأفراد الى قوانين من صنعهم، وهو ما يؤثر على السلام الاجتماعي في المجتمع.

ويحتاج الحفاظ على السلام الاجتماعي في أي مجتمع ديمقراطية ومساءلة وتعني الكشف عن السلوكيات وتشمل جانبين هما التقويم والجزاء بمعنى أن يتم أولاً تقويم العمل، ثم محاسبة القائمين عليه من خلال تفعيل دور مؤسسات مجلس النواب والمؤسسات الرقابية، والصحافة، ومنظمات حقوق الإنسان، الأمر الذي يؤدي الى رفع مستوى النزاهة في الحياة العامة. والشفافية بمعنى العلن في مناقشة الموضوعات، وحرية تداول المعلومات في المجتمع. وتساعد الشفافية في تداول المعلومات على تحقيق المساءلة الجادة حين تتوفر الحقائق أمام المواطنين في المجتمع. والتمكين بمعنى توسيع قدرات الأفراد، ومساعدتهم على تطوير الحياة التي يعيشونها. ويشمل تمكينهم، وتحويلهم من متلقين سلبيين إلى مشاركين فاعلين من خلال رفع قدراتهم، ومساعدتهم على تنمية أنفسهم، والارتقاء بنوعية الحياة. والمشاركة بمعنى تشجيع الأفراد على المشاركة في العمل العام، وإزالة العقبات من أمامهم. وتأخذ المشاركة عدة صور، منها المشاركة السياسية كالعضوية في الأحزاب، والانتخابات، الخ، والمشاركة الاجتماعية كمؤسسات المجتمع المدني، والجهود التطوعية، الخ، والمشاركة الثقافية كدخول الحياة الثقافية، وتقديم منتجات ثقافية في شكل كتب أو أعمال فنية، الخ. ومحاربة الفساد ويعني سوء استخدام الموقع الوظيفي من أجل تحقيق مكاسب شخصية. وحرية التعبير وهي من مستلزمات عملية بناء السلام الاجتماعي فمن الثابت أن المجتمعات تقوم على التعددية ولكل طرف ما يشغله، وما يود تحقيقه والقاسم المشترك بين الجماعات المختلفة هو أساس بناء المجتمعات.

ولا يتحقق السلام الاجتماعي دون أن تتمتع كل مكونات المجتمع بمساحات متساوية في التعبير عن آرائها، وهمومها، وطموحاتها في مناخ يسوده الانفتاح يمكن الاستماع الى كل الأطراف، وتفهم كل الآراء، دون استبعاد لأحد بهدف الوصول الى الأرضية المشتركة التي يلتقي عندها الجميع فحرية الرأي مكفولة، ولكل إنسان التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو التصوير أو غير ذلك من وسائل التعبير في حدود القانون والنقد الذاتي والنقد البناء ضمان لسلامة البناء الوطني وتكفل الدولة للمواطنين حرية البحث العلمي والإبداع الأدبي والفني والثقافي، وتوفير وسائل التشجيع اللازمة لتحقيق ذلك.

وتعد العدالة الاجتماعية ركن أساس من أركان السلام الاجتماعي ولا يمكن أن يتحقق سلام اجتماعي في أي مجتمع إذا كانت أقليته تحتكر كل شيء، وغالبيته تفتقر الى كل شيء وسيكون الصراع بين الطرفين هو السمة الغالبة. ولا يقتصر مفهوم العدالة الاجتماعية على المشاركة في الثروة، وتوسيع قاعدة الملكية لتشمل قطاعات عريضة من المجتمع، والحصول على نصيب عادل من الخدمات العامة، بل يمتد ليشمل المكانة الاجتماعية التي تتحقق من خلال مؤشرات واضحة مثل التعليم.

وتقتضي العدالة الاجتماعية أن يحصل كل فرد على فرصة حياة يستحقها بجهده، وعرقه، وهو ما يعني انتفاء أشكال المحسوبية. ويحتاج المجتمع الى إعلام تعددي، يساعده على ممارسة التعددية من ناحية، ويكشف الأمراض الاجتماعية والسياسية والثقافية بهدف معالجتها، والنهوض بالمجتمع.

ويقصد بإعلام المواطن أن تجد هموم المواطن مساحة في وسائل الإعلام. وتتنوع هموم المواطن بحسب الموقع الاجتماعي والديني والسياسي والثقافي فهناك هموم للفقراء، وهموم للمرأة، وهموم للعمال، الخ. ومن الطبيعي أن تجد كل فئات المجتمع مساحة تعبير عن همومها في وسائل الإعلام. وكلما وجد المواطن العادي

مساحة تعبير ملائمة عن همومه في وسائل الإعلام كلما كان ذلك مؤشرا على أن الإعلام ذا طبيعة تفاعلية مع المواطن، وعلى العكس من ذلك فهناك إعلام يلعب دور ضد ثقافة المواطنة بتجاهل هموم المواطن في المجتمع، أو بالتعبير طبقيا أو سياسيا أو ثقافيا أو دينيا عن هموم مجموعات معينة من المواطنين دون غيرهم. وقد يصل الأمر الى أبعد من ذلك حين يوظف الإعلام ذاته كأداة صراع سياسي أو ثقافي أو اقتصادي أو ديني من خلال تأليب مجموعات من المواطنين على بعضهم البعض، أو نشر ثقافة البغضاء في المجتمع، أو تصوير قطاعات من البشر بصورة سلبية مما يدفع من المواطنين الى التعامل معهم بشكل غير مبرر [١٠].

ويبدو تعبير ثقافة السلام (Peace Culture) من الوهلة الأولى تعبيراً لغوياً غامضاً، الأمر الذي يستوجب التدقيق فيه وبحث مفرداته بروية، فثقافة السلام تتكون من مفردتين هما (ثقافة) و(سلام)، وهاتان مفردتان كفيلتان بإلغاء ظلالهما كمفاهيم على سياقاتنا وتصوراتنا الفكرية مما يوفر إحساساً بالمعنى الحقيقي لهما في إطار التعبير عن ثقافة السلام لأن البعض يظن أن ثمة ثقافة سلام يمكن التعامل معها مباشرة. ويمكن تعريف مفردة ثقافة لغوياً بثقف الرجل من باب ظرف صار حازقاً حفيفاً فهو ثقفٍ مثل ضخم فهو ضخم ومنه المثاقفة وثقف من باب طرب لغة فيه فهو ثقف وثقف كعضد والثقاف ما تسوى به الرماح وتثقيفها تسويتها وثقفه من باب فهم، لكن ربما الوقوف على المعنى اللغوي للمفردة قد لا يوفر المعنى التام والمفهوم المطلوب لدى هذه المفردة في إطار ثقافة السلام، ويمكن البحث عن معنى مفردة سلام هي الأخرى في اللغة للمساعدة في التوصل إلى المعنى المطلوب. ومن التعريفات التي وردت عن مفردة سلام ما جاء في القاموس المحيط قوله، والسلام من أسماء الله تعالى والسلامة البراءة من العيوب. وسلم من الآفة بالكسر سلامة وسلمه الله تعالى منها تسليماً مسلمة إليه تسليماً فتسلمه أعطيته فتناوله. والتسليم الرضا والسلام وأسلم انقاد وصار مسلماً كتسليم العدو. وأمره إلى الله سلمه وتسالماً تصالحاً وسالماً صالحاً، وهنا يتضح المعنى اللغوي العميق لمفردة سلام في اللغة العربية، فأول هذه المعان أنها أحد أسماء الله سبحانه وتعالى: **(هُوَ اللَّهُ الَّذِي لا إِلَهَ إِلا هُوَ الْمَلِكُ الْقُدُّوسُ السَّلامُ)**.

وثقافة السلام تعبير يمكن اكتشاف معناه الحقيقي في إطار مفهوم الثقافة فقد اكتفت العديد من التعريفات بالحالة الصورية، والسياقات التجريدية للثقافة، إذ ينظر للثقافة على أنها القيم والمعتقدات والمعايير والتفسيرات العقلية والرموز والأفكار، وما شاكلها من المنتجات العقلية. أو هي النمط الكلي لحياة شعب ما، والعلاقات الشخصية بين أفراده وتوجهاتهم. ومن الملاحظ في التعريف الأول وصف للثقافة إذ تتكون من القيم والمعتقدات والمعايير والتفسيرات العقلية والرموز والأفكار وهو تفسير مجرد لا يذهب إلى البحث فيما هي أو كيف تتم تلك القيم أو المعتقدات، فهو تفسير فلسفي للثقافة. أما التعريف الثاني فتعريف متحرك للثقافة مثل العلاقات والنمط الكلي والتعريف بشقيه أقرب إلى الأصول الفلسفية والثقافية للسلام فمفردة ثقافة تأخذ معنى أعمق عند النظر إليها من هذه الناحية الفلسفية والأنثروبولوجية لأن البحث في ثقافة السلام هو بحث في معرفة العلاقات أو المفاهيم والمعتقدات للناس من وجهة نظر فلسفية وثقافية متداخلة. ومفردة ثقافة التي وردت في ثقافة السلام تفسر في إطارها الحركي والاجتماعي مما يدل على أنها مصطلح يمكن توفره بتوفر عناصره وشروطه. وهو سياق لفظي وفلسفي في إطار مشروع التنمية الاجتماعية.

وأبدت الأمم المتحدة اهتماماً كبيراً بالسلام منذ تأسيسها عام ١٩٤٥م وفي عام ١٩٩٢م قدم الأمين العام للأمم المتحدة تقريراً عرف بأجندة السلم لصناعة سلام حقيقي ومساهمة الدول في دعم جهود الوساطة والمفاوضات والتحكيم وايلاء ثقة كبيرة لمحكمة العدل الدولية في القضايا الدولية والخلافية لتدعيم السلام الدولي كما وجه نداء عبر الأمم المتحدة لتطوير الوضع الاقتصادي والاجتماعي الذي من شأنه الحد من الصراعات في العام.

والسلام أحد الأهداف الأساسية لليونسكو منذ إنشائها نهاية الحرب العالمية الثانية، بل آلت اليونسكو [١١] على نفسها مهمة بناء السلام في عقول الرجال والنساء منذ نهاية القرن العشرين، وهي مهمة بالغة التعقيد نظراً لما يكتنف العالم من حروب وتحولات اقتصادية واستراتيجية كبيرة.

كما شهد نهاية القرن العشرين تحولات كبيرة، وتطورات ملحوظة في المجالات كافة، وكلها تطورات تدل على ازدهار الحضارة الإنسانية على كوكب الأرض. كما ظهر مصطلح ثقافة السلام في نهاية القرن العشرين في أدبيات الأمم المتحدة ومنظمة اليونسكو. وشهد العقد الأخير من القرن العشرين اهتماماً كبيراً من اليونسكو، والأمم المتحدة بأمر ثقافة السلام وصناعة السلام وحراسة السلام، وعرفت اليونسكو مصطلح ثقافة السلام بالقيم والمواقف، وطبيعة السلوك الإنساني التي ترتكز على عناصر عدم العنف واحترام الحقوق الأساسية للإنسان وحريات الآخرين.

وثقافة السلام مصطلح يحتاج للبحث، والتدقيق بغية الوقوف على المعنى الحقيقي له. كما أوردت اليونسكو تعريفا اخر لثقافة السلام كونه كيان مكون من قيم، مواقف وسلوكيات مشتركة ترتكز على عدم العنف واحترام الحقوق الأساسية للإنسان بالتفاهم والتسامح والتماسك في إطار التعاون المشترك والمساهمة الكاملة للمرأة، واقتسام تدفق المعلومات. وتمس هذه المصطلحات عدداً كبيراً من جوانب الحياة الإنسانية وثقافات الشعوب وسلوكها وقيمها التي اكتسبتها عبر التاريخ الطويل وممارستها الإنسانية العديدة. وتذهب اليونسكو في تحديدها لمصطلح ثقافة السلام إلى إن المفتاح إلى ثقافة السلام تحويل التنافس العنيف إلى تعاون في مجال تحقيق الأهداف. وتستدعي ثقافة السلام أن تعمل كل المجموعات المتنافسة والمتصارعة في إطار التعاون لتطوير نفسها إلى الأحسن، وترى اليونسكو إمكانية تحقق ثقافة السلام وازدهاره على أرض الواقع في حالات تقليص بيئة الحرب وإحلال بدائل إيجابية في محلها، ولتحقيق هذا الهدف الإنساني النبيل تنظر اليونسكو إلى ثقافة السلام كمشروع شاسع متعدد الجوانب، عالمي، لابد له من أن يرتبط بالتنمية، والأمن الاقتصادي، والديمقراطية، والأمن السياسي، ونزع السلاح، والأمن العسكري، والكفاءة، والحوار الاقتصادي، وتطوير التماسك الدولي.

وخطت اليونسكو خطوة أساسية في طريق ثقافة السلام تمثلت بمؤتمر السلام في عقول الرجال والذي ركز على تطوير ثقافة السلام كمسألة ترتكز على قيم عالمية، واحترام الحياة الفردية، والحرية، والعدالة، والتماسك، والتسامح، وحقوق الإنسان، والمساواة بين الرجل والمرأة، وتطوير التعليم، وبحوث السلام.

ويمكن النظر إلى منظومة الحوار الثقافي من أجل ثقافة السلام بوصفها أكثر الآليات شيوعاً لاعتمادها وسائل متنوعة يمكن توفرها وسط قطاعات المجتمع المختلفة. وتعد الدراما في معناها الواسع ومحتواها الثقافي والتربوي أحد وسائل الحوار الثقافي التي يمكن استغلالها في مشروع نشر ثقافة السلام بين الشعوب التقليدية. وكذلك برامج الاعلام، والاخبار الموثوقة في شكلها التقليدي أو الحديث.

ولا شك في أن السلام، والاستقرار يشكلان عماد بقاء أي دولة، أو مجتمع، واستمراريته، بل وتقدمه، وازدهاره، فلا يمكن أن توجد تنمية في أي مجال من مجالات الحياة المختلفة في ظل غياب السلام فهو المحرك الأساس للتنمية، وبوجوده تعم الطمأنينة بين أفراد المجتمع مما يساعدهم على العمل بأريحية، والإنتاج، والإبداع دون خوف، أو قلق، مما ينعكس إيجاباً على المجتمع، وتطوره.

ويحتوي خبر السلام على قيم إعلامية وإخبارية في إطاره العام، فخبر السلام يؤثر في الجمهور عبر قيم مختلفة هي التأثير إذ يتم التركيز على الأخبار التي تهم الجمهور، ومن خلال التركيز على ما يهم الجمهور، يتم إحداث التأثير المطلوب بآرائهم واتجاهاتهم تجاه الأحداث التي تصلهم عبر الخبر، فالأحداث التي لها تأثير على حياة الجمهور هي الأجدر والأحق بالنشر. والآنية إذ ان له طبيعة خاصة بحسب عامل الزمان، وبالتالي سرعة الإخبار ضرورية جداً في هذا النوع من الأخبار، فالتأخر في نشر الخبر يحول العملية الإعلامية من خبر إلى تأريخ للحدث، فالوقت له تأثير كبير في طبيعة خبر السلام. والقرب المكاني إذ انه مهم جداً في تحديد القيمة الإعلامية لخبر السلام، وبالتالي فإن الوسيلة الإعلامية تركز على عامل المكان في نشر خبر السلام، فقد لا يهم جمهور العراق مثلاً معرفة خبر سلام حصل في أمريكا على سبيل المثال، ولكن يهمه جداً معرفة خبر سلام في بغداد مثلاً. والصراعات والتي تحدث بين جانبين أو جهتين ما داخل مجتمع معين فتضيف قيمة إلى خبر السلام، فاهتمام

الجمهور بهذا النوع من الأخبار كبير جداً، نظراً لما يحدثه من إثارة وفضول لدى الجمهور لمعرفة المسببات والدوافع والحدث وتداعياته بتفاصيله، وإلى أين يصل هذا الصراع حتى يحل السلام وما نتائجه على المجتمع. والغرابة إذ تحتل الأحداث التي تتسم بالغرابة أولويات الاهتمام بالخبر لدى الجمهور، فالأخبار الغريبة والمختلفة عن غيرها تضفي اهتماماً من الجمهور على هذا الخبر، وبالتالي فإن خبر السلام يضفي قيمة إعلامية تتسم باهتمام الجمهور الكبير له.

وتعد الرسالة الإعلامية جوهر العملية الإعلامية، وتتكون من شكل ومضمون، ولا بد للشكل والمضمون في الرسالة الإعلامية أن يتوافقا مع الوسيلة الإعلامية ورؤيتها وأهدافها وافكارها، ولعل خرق التوازن في هذا الأمر يؤثر على جودة الرسالة الإعلامية، فالاهتمام المفرط في الشكل يبهر الجمهور ويثير انتباهه ولكن في نفس الوقت قد يحيّده عن المحتوى ودرجة التفاعل معه والاستفادة منه، وفي الاعلام المتخصص تتمثل هذه الخصوصية في كون الرسالة الإعلامية يجب أن تكون متوازنة من حيث كمية المعلومات، فالإفراط في نشر المعلومات المتعلقة بحدث ما تقلل من درجة استيعاب الجمهور لهذا الكم الهائل من المعلومات، ووجود نقص في المعلومات في خبر السلام أو في الرسالة الإعلامية تنفر الجمهور بحثاً عن كمال لما نقص من معلومات، وبالتالي تفقد الرسالة قدرتها على تحقيق الأهداف المنشودة.

وتتعدد الاستراتيجيات الإعلامية المتخصصة في نشر ثقافة السلام، وأبرزها [١٢] العمل على وفق الدستور والقوانين المرعية والسير على هذا النهج في العمل الإعلامي المتخصص بما يعزز التعاون ما بين المؤسسات الحكومية والمؤسسات الإعلامية، ومن خلال الدستور والقوانين والنصوص يمكن له توظيف هذه المصادر في المضمون الإعلامي التوعوي والتثقيفي الموجه إلى الجمهور عبر توضيحها وتفسيرها وإعطاء أمثلة تطبيقية من واقع الحياة اليومية على كل مادة على حدة لما في ذلك من منفعة في نشر السلام. وترسيخ القناعة التامة بين الجمهور بأن السلام ليس مسؤولية الأجهزة المختصة وحسب بل تقع هذه المسؤولية على كاهل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني والأسرة والمدرسة وأخيراً والأكثر أهمية على عاتق كل فرد من أفراد المجتمع. والعمل على تشكيل رأي عام واسع ومتعاون مع الأجهزة المختصة والمؤسسات ذات الصلة بهدف نشر ثقافة السلام. وإعداد خطة إعلامية هدفها نشر الوعي بين جمهور المواطنين، والعمل على زيادة ثقافة السلام والتعاوني بينهم وبين الوسائل الإعلامية من أجل المشاركة الجماهيرية الفاعلة في ذلك. والعمل على إعداد برامج تلفزيونية وإذاعية لتوعية الجماهير بوسائل نشر السلام والتصدي لمظاهر العنف مع تبصير الجمهور بأهمية الإجراءات الوقائية في حمايتهم وحماية ممتلكاتهم ومستقبلهم من مخاطر العنف وانتشاره. وإجراء تعاون بين أجهزة الإعلام والأجهزة المختصة والمختصين بشأن السلام من أجل وضع قواعد وضوابط علمية ثابتة تحكم المعالجة الإعلامية لقضايا السلام للحد من المخاطر السلبية التي قد تحدث بفعل التضليل الإعلامي أو التهويل الإعلامي. وهذه الاستراتيجيات لكي تتحقق فهي بحاجة إلى أساليب متبعة من أجل نشر ثقافة السلام.

ومن أهم أساليب الاعلام في نشر ثقافة السلام والحد من انتشار مظاهر العنف [١٣] الرقابة إذ تعد أسلوبا ناجحا في الحد من انتشار العديد من الظواهر، وفي هذه الحالة، فإن مسؤولية الإدارة الإعلامية داخل الوسيلة الإعلامية نفسها مراقبة المضمون الإعلامي المنشور على الجمهور وتقويمه بحسب الأهداف المراد الوصول إليها، وذلك منعاً لانتشار أفكار أو أخبار أو معلومات قد تثير الرأي العام وتفقد الوسيلة الإعلامية مصداقيتها أمام الجمهور وأمام الأجهزة المختصة أيضاً فيختل التعاون والتوزان بينهم جميعاً، كما وتتحقق الرقابة بإجراءات الأجهزة المختصة بدعم من الإعلام بكشف ما يباع من وسائل إعلامية في الأسواق وما يبث عبر وسائل التواصل الاجتماعي والانترنت من أفكار ومعلومات وأخبار لا يمكن السكوت عنها لما لها من تداعيات خطيرة على انتشار الجريمة. وعلى وسائل الاعلام المتخصصة استخدام ما بوسعها من أدوات إعلامية وتقنية وفنون بصرية وسمعية وضوئية في خدمة ثقافة السلام التي تعمل على تحقيقها. وبهدف توعية الجمهور بأخطار الفكر المتطرف، واهمية السلام مع الأخذ بالاعتبار التطورات التي حصلت في المجتمعات المعاصرة لناحية

الأسلوب الذي يتم فيه تقديم هذه البرامج بشكل يستهوي ويجذب الشرائح العمرية كافة. وإقامة علاقات ارتباطية ما بين مؤسسات المجتمع من المدرسة إلى الأسرة إلى الجامعة إلى دور العبادة إلى المراكز الثقافية والنقابات المهنية والأكاديمية من جهة وبين الإعلام والأجهزة المختصة من جهة أخرى، للقيام بالنشاطات والمؤتمرات والندوات التي من شأنها رفع الوعي وشموليته لأكبر قدر ممكن من الشرائح الاجتماعية والمستويات التعليمية والثقافية والبشرية. وتبادل الخبرة ما بين البلدان والمؤسسات الإعلامية الخارجية بما يحقق منافع هذا التبادل في نشر ثقافة السلام.

ورغم أهمية الاعلام في نشر ثقافة السلام فإن هذا الدور غالباً ما يواجه العديد من المعوقات على اختلاف أنواعها والتي قد تحد أو تقلل من درجة فاعليته بالنسبة للمجتمع، ولعل أبرزها هو المعوقات البشرية إذ تتعدد وتختلف المعوقات المتعلقة بالإنسان والتي تواجه دور الاعلام المتخصص في نشر السلام، وهي [١٤] ومنها نقص الإمكانات البشرية كوجود النقص في الإمكانات البشرية المتعلقة بالأجهزة المختصة وبالوسائل الإعلامية، ونقص ذوي الكفاية والخبرات في هذا المجال يحد من فاعلية دور الاعلام على الأصعدة كافة، فالإعلام طبيعة خاصة وحساسة، فهو دائماً بحاجة إلى متخصصين ذوي خلفيات أكاديمية ومهنية وجودة عالية من أجل تحقيق أهدافه. ونقص الإمكانات البشرية يجعل الاعلام المتخصص يتجه نحو غير المتخصصين بمجاله، وبالتالي استخدام إعلاميين غير متخصصين على صعيد الاعلام المتخصص لتداعيات عديدة ليست جيدة. وقد ينحاز بعض الإعلاميين العاملين في الاعلام المتخصص إلى جهات أو أشخاص من ذوي السلطة والمكانة العالية من أجل تحقيق مصالح شخصية على حساب المهنة التي يعمل بها، وهذا الأمر قد يحصل نتيجة التماس المباشر مع هذه الشخصيات أو الجهات بحكم العمل الإعلامي المتخصص. وانخفاض الوعي بين أفراد المجتمع نتيجة غياب الثقافة المتخصصة والتي تستدعي جذب اهتمامهم واستماعهم ومشاهدتهم لكل ما يبثه الاعلام المتخصص، والانصراف إلى الموضوعات الأخرى، فغياب هذا الوعي يقلص الدور الإعلامي في نشر الوعي، ودفعه إلى مواجهة صعوبات كبيرة واستخدام أساليب وأدوات من شأنها إعادة وتفعيل الوعي المتخصص وضرورة توّجه الأفراد إلى متابعة الإعلام المختص كغيره من الإعلام.

وهناك المعوقات الفنية إذ يواجه الاعلام منها [١٥] عدم امتلاك الوسيلة الإعلامية الأمنية مهما كان نوعها للأدوات والتجهيزات الفنية على اختلافها والمواكبة للتكنولوجيا الحديثة التي تساعد على إيصال الرسالة بشكل أكثر تشويقاً وإثارةً وجذباً للجمهور، وأيضاً بشكل أكثر تأثيراً، وبالتالي فإن نقص المعدات والتجهيزات يعد أحد أبرز المعوقات الفنية التي تواجه الاعلام المتخصص، فهو قليلاً ما يلقى الدعم اللازم على حساب باقي الموضوعات الإعلامية التي تلقى دعماً مستمراً كالإعلام الفني والترفيهي على سبيل المثال. وعدم توفير التدريب الإعلامي المتخصص في شؤون السلام نتيجة نقص الجهات الداعمة لذلك في المجتمع المحيط، وبالتالي ضعف الإمكانيات الفنية في التعامل مع المعطيات الإعلامية والأحداث الجارية. وقد يقع الاعلام ي فجوة طرح المعلومات، وذلك من خلال عرضه للمعلومات التوعوية والإرشادية في قالب تعليمي فلسفي أو نظري دون تسليط الضوء على مخاطر الأمور المذكورة أو دون أن يطرح أمثلة تطبيقية حياتية عليها، مما يؤدي إلى نفور الجمهور وسأمه وملله من المحتوى الإعلامي المقدم. وافتقار الاعلام الى نظم اتصال مباشر بينه وبين الأجهزة المختصة ومنظمات المجتمع المدنية والمؤسسات والجهات الرسمية وغير الرسمية ذات الصلة. وضعف الإمكانات اللغوية التي من شأنها أن تؤثر في فعالية الرسالة الإعلامية المتخصصة، فاللغة والتراكيب اللغوية والتعابير التي يستخدمها الإعلام المتخصص حساسة، ومن الضروري مراعاة هذه الحساسية لما قد تؤول إليه الأمور لدى الرأي العام في فهم القضية أو الحدث أو المعلومات المنشورة من خلال الوسيلة الإعلامية. ولعل الممارسة الفعلية للإعلام المتخصص تجعله يواجه مزيداً من المعوقات على اختلاف أنواعها، وقد تم ذكر بعضها وأهمها على سبيل الذكر لا الحصر.

ولثقافة السلام دور في تحقيق الاستقرار والتنمية في السودان كما يرى الباحث عبد الناصر مجذوب مكي عندما استهدف بدراسته معرفة عناصر ثقافة السلام الاجتماعي ودورها في الاستقرار والتنمية فهناك علاقة ذات دلالة احصائية بين ثقافة السلام والاستقرار والتنمية في السودان بنسبة ٩٥.٦ عبر استخدام المنهج الوصفي التاريخي للتحقق من الفرضيات وجمع المعلومات اللازمة على دراسات سابقة وورش عمل وحضور ندوات واستخدم الاستبانة والمقابلة الشخصية، فتوصل الى ان هناك العديد من العناصر التي تهدد ثقافة السلام منها نظم التعليم، والإدارة الأهلية، والسلاح، والنزاعات القبلية. وان للتعليم والتدريب تأثير فاعل في تغير السلوك ودفع النزاعات ونشر ثقافة السلام.

وللدبلوماسية الوقائية تأثير في بناء السلام كما يرى الباحث احمد خضير صالح عندما استهدف بدراسته الدبلوماسية الوقائية كنشاط أمني أو إقليمي أو حتى داخلي يهدف إلى منع تفجر النزاعات وتحولها إلى صراعات عنيفة تهدد السلم والأمن الدولي انسجاماً مع مبادئ الميثاق الأممي الداعي إلى فض النزاعات بالطرائق السلمية لذلك فإن جهود السلام العالمي سلسلة متصلة الحلقات فمن الدبلوماسية الوقائية إلى صنع السلام مروراً بحفظ السلام وصولاً إلى بناء السلام في مناطق ما بعد الصراع غير أن منظومة الدبلوماسية الوقائية مرت بمنعرجات خطيرة تمثلت في الانتقائية أحياناً وعدم الجدية في العمل في أحيان أخرى لا سيما في القضية العراقية مما تسبب في جدل كبير حول مدى جديتها في معالجة الأزمات وتسوية النزاعات فبالرغم من تعثرها في التعاطي مع عدد من الأزمات والنزاعات إلا أنها ما تزال تشكل الحل الأنسب لفض النزاعات بالطرائق السلمية بعيداً عن ثقافة العنف والحروب وما تزال تشكل الوسيلة الفعالة لإرساء الاستقرار في العالم وبناء سلام مستدام يحول دون الرجوع إلى دائرة الصراعات من جديد.

وآليات بناء السلام ما بعد النزاع المسلح كما يرى الباحث خلدون اياد هاشم، والتي بينت اهمية بناء السلام التي تعد دعامة اساسية لإعادة إنعاش الاوضاع وبناء ما دمرته الحروب وتحقيق السلام والاستقرار الدائم في مناطق ما بعد النزاع، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج في مقدمتها ان النزاعات المسلحة تسبب الدمار والخراب والاضرار للبشرية اذ يعرف النزاع المسلح بأنه قتال مسلح يهدف الى تحقيق اغراض سياسية او اقتصادية او عسكرية ويخضع لقواعد معينة يطلق عليها قواعد قانون الحرب او القانون الدولي الانساني.

وشهد العراق بعد عام ٢٠٠٣ تغييراً سياسياً اذ تحول من نظام شمولي إلى نظام ديمقراطي يؤمن بحرية التعبير والمشاركة السياسية ولكن وبسبب تردي الأوضاع الاقتصادية، وما مر به البلد من حروب، وحصار اقتصادي في القرن الماضي، وثم دخول القوات الأمريكية، وانهيار الدولة، ثم الدخول في ديمقراطية رافقها انتشار لفساد مالي وإداري، فضلاً عن تناقضات عمت المشهد العراقي.

وتعرف الاستراتيجية بحسب الموسوعة البريطانية بفن استخدام كل وسائل الأمم لتحقيق أهداف الحرب والسلم [١٦]. وعرفتها الموسوعة الأمريكية بفن وعلم يدور حول استخدام القوة الشاملة بظروف مختلفة للتحكم بالخصم بوسائل مختلفة [١٧]. وعرفها هارت ١٩٩٧ بتنسيق وتوجيه كل موارد الدولة وإمكاناتها للحصول على الغرض السياسي وهو السياسة القومية [١٨]. وعرفها ميشيل Michael 2001 بمجموعة متكاملة ومنسقة م ن الالتزامات والإجراءات المصممة لغرض استثمار وكسب الفائدة التنافسية [١٩]. عرفها ترايفوا بالهيكل الذي يقود الخيارات إلى تحديد طبيعة المؤسسة وتوجهاتها [٢٠].

وعرفت هيلين ١٩٩٢ استراتيجية الاتصال بالخطط العامة للسياسة الاتصالية للمؤسسة أو المنظمة وتتمثل في خطط متوسطة أو طويلة المدى تحدد من خلالها الأهداف والوسائل [٢١]. وعرفها كريكوري ١٩٩٤ بالاختيار بين مختلف الطرائق الممنوحة لأخصائي الاتصال من أجل التعريف بأهداف المؤسسة، وتتمثل بالاتصال المباشر، بمعنى وجه لوجه بين المرسل والمستقبل [٢٢]. وعرفه الباحث بمجموعة الأفكار والمبادئ التي تتناول ميدانا من ميادين النشاط الإنساني بصورة شاملة متكاملة وتكون ذات دلالة على وسائل العمل

ومتطلباته واتجاهات مساراته بقصد توجيه الجمهور لمجموعة من الأفعال تستهدف تحقيق الأهداف المرسومة مصدر الاتصال.

وعرف غانم ٢٠٠٣ الرسالة بالمجال المنبه الذي ينتظم مبدئياً من الاشارات والرموز. وهي محتوى اتصالي او مجموعة حجج يتم نقلها الى الجمهور من خلال قناة او عدة قنوات، وتعد صياغة المعلومات التي تتضمنها الرسالة أمرا مهماً في تحديد قبولها، ومن ثم تؤثر في مدى فاعليتها [٢٣]. وعرفها عليان ٢٠٠٧ بالمعلومات والأفكار التي يرغب المرسل في نقلها أو تبادلها مع الاخرين من أجل نشرها وتعميمها بقصد توجيه الفكر في أمور معينة وتكون على شكل حقائق أو مشاعر أو عواطف[٢٤]. وعرفها الباحث برموز مفهومة من الجمهور يعدها المرسل بشكل لفظي، وغير لفظي تعبر عن اهدافه.

والرسالة الإعلامية ركن رئيس في عملية الاتصال، وأداة مهمة في العلاقة بين الإعلام والجمهور باعتبارها ربط للحقائق بواقع الفرد، ومصالحه، وتعبر عن الأهداف التي يروم الإعلام تحقيقها بطريقة واضحة وسهلة وتصل للجمهور المستهدف بسهولة ويسر [٢٥].

وتسعى الرسائل الإعلامية إلى تحقيق أكبر تأثير في الجمهور المستهدف، والوصول إلى أكبر رقعة جغرافية ممكنة في المنطقة التي تنشط فيها، وإحداث تغيير وتوجيه وتثقيف. ويقوم القائم بالاتصال بإيصال الرسالة، وإقناع الجمهور، والتواصل معه، وتحرير المواد الخبرية، والمساهمة في تخطيط وتصميم وتنفيذ الرسائل الإعلامية وعناصرها ومراحلها المختلفة. ويجري القائمون على وسائل الإعلام دراسات دقيقة ومعمقة لمعرفة المضمون المتميز للرسائل الإعلامية، وما يجب أن تحتوي عليه من بيانات وأشكال ومعلومات ورموز ورسوم، وما يجب أن تستخدمه من أساليب إعلامية مهنية، وخصائص تقنية في سبيل ذلك، فضلا عن إيلاء شكل هذه الرسائل عناية خاصة واهتماماً بالغاً، ليتواكب المضمون مع الشكل، ومن ثم تحظى الرسائل بالمتابعة والاهتمام، وتحقق أهدافها المنشودة [٢٦].

وتعود أهمية الرسالة من كونها تشكل جزء أساس من عملية تشكيل الاتجاه، فإذا ما استجاب الجمهور لمنشئ الرسالة، وللرسالة فإن هذا مؤشر واضح إلى أنها قد استقبلت وهي موضع اهتمام، وبطريقة ما يتم استخدامها والاستفادة منها. وقد يكون ذلك مجرد جزء من عملية التفكير، ويمكن أن تنفذ كالأفعال. وكذلك توضح الرسالة فاعلية عملية الاتصال كونها جزء جوهري من عملية تقويم الإعلام وفاعليته.

وتقسم الرسائل الإعلامية إلى ثلاثة أقسام، أولها رسائل إعلامية وثقافية وترفيهية وإرشادية وتوجيهية بحسب الهدف منها. والثاني رسائل موجهة إلى عموم الجمهور، ورسائل موجهة إلى جمهور محدد بحسب نوع الجمهور المستهدف، والثالث رسائل على شكل أخبار أو تحقيقات أو محاضرات أو ندوات بحسب شكل الرسالة. وثمة أمور عدة تسهم في تحديد الرسالة الإعلامية ومضمونها، وهي السلوكيات والاعتقادات المطلوب تغييرها لكل فئة من الجمهور، والرسالة الأساسية التي يجب أن تصل لكل فئة من الجمهور، وتحديد شكل الرسالة، وسبب اختيار هذا الشكل، والتأثير المطلوب إحداثه من مضمون الرسالة، وكيفية التعبير عن مضمون الرسالة، واستخدام المؤثرات العاطفية أو العقلانية، ومعرفة المدخل المناسب للرسالة (إيجابي، أو سلبي، أو محايد). ويحرص الإعلام على التعرف على البيئة التي ستنشر فيها الرسائل وكيفية تعميمها على الجمهور، ودراسة ما يمكن أن تتضمنه وما لا يمكن أن تتضمنه بضوء العوامل والإمكانات المتاحة والظروف السائدة والمدة الزمنية المناسبة مما يتطلب إجابة أسئلة منها مضمون الرسالة، ومعدها، ومواد إنتاجها، ومن ينتج تلك المواد، وطبيعة إدراكه لعملية الاتصال، والمستوى اللغوي المستخدم في الرسالة، والخصائص الفنية لها، ومدى الارتباط بين توزيع المواد الإعلامية ومناطق توافر الخدمات ونوع الهدف المراد تحقيقه لدى الجمهور [٢٧].

ويلجأ الإعلام إلى استخدام أساليب مختلفة لإقناع الجمهور بجدوى الرسائل الموجهة إليه، والدعوة إلى التفاعل معها والتجاوب مع مضمونها، والإقناع ليس عملية قهر أو إجبار مباشر، إذ لا يحدث ذلك بمجرد إصدار القوانين، بل يتم من خلال جهود متتالية تستهدف استمالة العقل والعاطفة أو أحدهما لدى الجمهور بطريقة

غير مباشرة في معظم الأحيان مما يعني أن الإقناع ليس فعلاً آليا إذ يتطلب التخطيط المسبق والوقت والجهد للتغلب على العوائق التي تقف في سبيل تحقيق أهدافه.

وثمة استمالات تستند إليها الرسائل الإعلامية لإحداث عملية الإقناع، منها الاستمالات العاطفية باعتبار أن الإنسان عاطفي يهتم بالرسائل التي تصاغ بمهارة، وتستميل الحماس والاهتمام بالذات أو المشاعر الأخرى التي ربما لا تكون منطقية بطبيعتها، واستخدام الحجج والبراهين والبناء المنطقي والتنظيم المحكم لن يكون له فاعلية إلا إذا كان مستخدماً بهدف استمالة العاطفة. واستمالات التخويف ويقصد بها تلك الاستمالات المعتمدة على ما يدعى إثارة أوتار الخوف لدى الجمهور حول مضمون الرسالة الإعلامية الذي يشير إلى النتائج غير المرغوبة المترتبة على عدم قيام الجمهور أو قبوله لتوصيات الرسالة الإعلامية، وعدم تطبيقه لمحتوياتها، أو الاستفادة الجدية من المعلومات والبيانات الواردة فيها. لكن المبالغة في استخدام نوع معين من المؤثرات قد يؤثر سلباً على تحقيق الأهداف، فأسلوب التخويف قد يجعل الجمهور يهتم بالرسالة، لكنه في الوقت نفسه قد يعوق مدى فهمه لهذه الرسالة. وهناك الاستمالات المنطقية وتعتمد فاعلية الاستمالات العقلية بصور عامة على مدى اقتناع الجمهور بالتفكير المنطقي في الموضوعات المطروحة. وحتى تزداد فاعلية الاستمالات المنطقية يجب أن تعتمد على توظيف دوافع الفرد ودراسة الفروق الفردية التي تحدد مدى تأثير تلك الاستمالات على كل قطاع من الجمهور بحسب درجة الاختلاف في المستوى الثقافي وطبيعة الشخصية وأسلوب التفكير. ومن الجوانب المهمة في هذا المجال المقارنة بين الاستمالات الإيجابية والاستمالات السلبية، فالاستمالات الإيجابية تتضمن تحقيق نتيجة محددة مستهدفة ومرغوبة من القائم بالاتصال حتى يقتنع بها الجمهور المستهدف، أما الاستمالات السلبية فتشتمل على تجنب نتيجة غير سارة أو غير مرغوبة يستهدف القائم بالاتصال من أفراد الجمهور المستهدف تجنبها وتلافيها.

وتسهم الرسائل الإعلامية في إحداث تغييرات جوهرية في طريقة فهم استيعاب الجمهور للقضايا التي تطرحها، ومن ثم توجههم الوجهة السليمة للتعامل معها وإدراك مراميها. ويظهر هذا التأثير في نشر المعرفة، ويقصد بها تلك الثقافة التي يمتلكها الجمهور من خلال وسائل الإعلام عن كل ما يرتبط بالقضية المطروحة من معلومات رئيسية، وعلاقتها بعدد من مجالات الحياة، وزيادة الوعي العام حيالها. وتظهر التأثيرات الأساسية لوسائل الإعلام في الجانب المعرفي عند الفرد بتقديم معلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة، وتغيير أو خلق صور ذهنية عنده عن الأحداث أو المواقف أو الدول أو الأشخاص. والتأثير في الاتجاهات، إذ يؤدي المحتوى دوراً واضحاً في التأثير في اتجاهات الأفراد نحو التقبل أو الرفض. وتتضافر عوامل كثيرة في تحريك وتوجيه هذه الاتجاهات منها التعليم والطبقة والعلاقات الاجتماعية ووقت المشاهدة.

ورسالة الإقناع نتيجة للعديد من القرارات بالنسبة لشكلها ومضمونها، ومعظم هذه القرارات لا يمليها هدف الإقناع للرسالة فقط لكن يمليها خصائص الوسيلة ونوعية الجمهور المستهدف والظروف المحيطة به، إلى جانب عومل أخرى لإحداث التأثير والفائدة. والتأثير في السلوك، ويتم ذلك من خلال إكساب الجمهور سلوكيات إيجابية معينة، وإقناعه بترك اتجاهات وسلوكيات غير سليمة. والسلوك الإنساني هو ما يقوم به الفرد من نشاطات مختلفة، وما يؤتيه من أفعال وردود أفعال في حياته اليومية الخاصة، وفي علاقته مع الآخرين، وهو انعكاس للمواقف التي تحيط به نتيجة اتصاله بمجال اجتماعي معين.

وانطلاقاً من ذلك ترمي الرسائل الإعلامية إلى أمور منها تعديل أنماط السلوك وتغييرها في الاتجاه المستهدف، أو إكساب الجمهور عادات سلوكية جديدة، وتمثل هذه المرحلة أصعب مراحل عملية الاتصال إذ إن وسائل الإعلام تبدو ضعيفة التأثير في إحداث تغيير ما في المواقف والاتجاهات، وتكون أضعف إذا كان هدفها تغيير السلوك. مما لا شك فيه أنّ الهدف الرئيس للقائمين على الرسائل الإعلامية وهو نجاحهم في إيصال تلك الرسائل إلى الجمهور، وتأثيرهم فيه بحسب الأهداف المنشودة. وإذا أرادوا النجاح في ذلك فعليهم تحديد الأفكار

الرئيسة التي تتضمنها الرسالة ليدركها الجمهور مباشرة، وتحديد الأسلوب المناسب، وأسلوب عرض وتقديم الاستمالات المناسبة للجمهور، والتنوع في الشكل والمضمون، وأن ترتبط بالمتطلبات الحقيقة للجمهور [٢٨].

وتعني الرسالة في بعدها النظري مجموعة من القواعد والمبادئ التي ترتبط بمجال معين، وتساعد الأفراد المرتبطين بها من اتخاذ القرارات المناسبة بحسب مجموعة من الخطط الدقيقة التي تعتمد على وضع الرسائل الصحيحة للوصول إلى تحقيق نتائج ناجحة. اما في بعدها العملي فتمثل الأفعال، والأساليب التي تسعى إلى تحقيق الأهداف المخطط لها، مع الأخذ بعين الاعتبار العوامل التي تؤثر على إمكانية حدوثها، أو تطبيقها بشكل فعلي لذلك من المهم الحرص على تعديل الرسائل المتبعة في حال عدم مناسبتها للأحداث الواقعية المرتبطة بها حتى لا تؤثر على مسار تحقيق الأهداف بأسلوب صحيح، وعلى ضوء ذلك فان الرسالة خطة تنطوي على فن استخدام الوسائل المتاحة لتحقيق الأهداف [٢٩]. وتتضمن أنشطة وخطط تقرها المؤسسة على المدى البعيد بما يضمن التقاء أهداف المؤسسة مع رسالتها، والتقاء رسالة المؤسسة مع البيئة المحيطة بها بطريقة فاعلة وذات كفاية عالية في الوقت نفسه [٣٠].

وتعمل الرسالة على تحقيق اهداف المؤسسة، ووضع أهدافها في ضوء القوى الداخلية والخارجية، وصياغة السياسات المحددة لتحقيق هذه الأهداف وتأمين التطبيق الملائم لتحقيقها [٣١]. إذ تحقق خطة موحدة ومتكاملة مصممة لتؤكد بأن تحقيق الأهداف ممكن[٣٢].

وعلى هذا الأساس فإن الرسالة وسيلة لتحقيق غاية محددة هي اهداف المؤسسة [٣٣]. وهي رسالة المؤسسة في المجتمع، كما أنها قد تصبح غاية تستعمل في قياس الأداء للمستويات الإدارية الدنيا داخل المؤسسة، ومعنى ذلك انه لا يمكن لأي مؤسسة أن تستعمل هذا المفهوم إلا إذا كانت رسالتها في المجتمع واضحة ومحددة تحديدا دقيقا [٣٤]. وبحسب ايجاد درجة من التطابق بين أهداف المؤسسة، وغايتها، فلا يعقل أبدا إن تعمل أي مؤسسة مع وجود تناقض بين الأهداف والغايات التي تعمل على تحقيقها. وإيجاد درجة من التطابق بين رسالة المؤسسة والبيئة التي تعمل فيها تلك المؤسسة، ومعنى ذلك إن الرسالة تعمل على أن تعكس رسالة المؤسسة في تلك الظروف البيئية التي توجد فيها، وطالما إن تلك البيئة لا تتصف بالثبات النسبي فان على واضع الرسالة إن يغير منها لكي تستمر حالة التطابق بين رسالة المؤسسة والبيئة بصورة دائمة.

وتعد الرسالة من المفاهيم التي وقف عندها الكثير من الباحثين لاكتشاف أبعادها وماهيتها ومضامينها وأبعادها وهي [٣٥] الانسجام والتوافق مع متطلبات البيئة. والملائمة بحسب الموارد والإمكانات المتاحة للمؤسسة. ودرجة القبول بالمخاطرة. وتوافق الرسالة مع الأفق الزمني المختار. وحدد كيرين Kerin ستة أبعاد للرسالة هي [٣٦] الوسيلة المعتمدة في توطيد هدف المؤسسة. وتحدد طبيعة العمل الذي تعمله المؤسسة أو المجال الواجب الانخراط فيه. وهي الاستجابة المستمرة للفرص خارج المؤسسة والمقدرة على التواؤم مع التهديدات والاستفادة من مواطن القوة داخل المؤسسة ومعالجة مواطن الضعف الداخلية. وهي أداة التواصل الرئيسة التي يمكن أن تساعد المؤسسة لتحقيق النجاح في الوسط التنافسي. وتضم جميع مستويات العمل في المؤسسة (التعاونية، التجارية، والوظيفية). وهي القوة الدافعة المشجعة للأفراد.

الجانب التطبيقي:

وتحدد مجتمع البحث الحالي بعينة من الإعلاميين بلغ عددهم (٦٢٥) في محافظة بغداد للعام ٢٠٢٢. وأظهرت نتائج تحليل الاستبانة التي طبقت على عينة من الإعلاميين في محافظة بغداد عددهم (٦٢٥) بهدف معرفة الرسائل النفسية لتحقيق السلم المجتمعي ان عدد الذكور (٣٧٥) بنسبة (٦٠٪)، وعدد الاناث (٢٥٠) بنسبة (٤٠٪) كما موضح بالجدول الآتي:

ت	النوع الاجتماعي	العدد	النسبة
١	ذكر	٣٧٥	٦٠٪
٢	انثى	٢٥٠	٤٠٪

المجمـــوع	٦٢٥	٪١٠٠

وتوزعت الفئات العمرية الى أربعة ابتدأت بالفئة العمرية (٢٥-٣٤) ســنة وانتهت بالفئة العمرية (٥٥ فأكثر) وكما موضح بالجدول الآتي:

ت	الفئة العمرية	العدد	النسبة المئوية
١	٢٥ - ٣٤	٢٥٠	٪٤٠
٢	٣٥ - ٤٤	١٧٥	٪٢٨
٣	٤٥ - ٥٤	١٥٠	٪٢٤
٤	٥٥ فأكثر	٥٠	٪٨
المجمـــوع		٦٢٥	٪١٠٠

ولمعرفة نوع الرسائل النفسية التي يرسلها افراد عينة البحث الحالي الى الجمهور تبين أن (٣٠٢) بنسبة (٤٨.٣٢٪) يرسـلون رسـائل ذات مضـمون (وطني)، و(١٤٨) بنسـبة (٢٣.٦٨٪) يرسـلون رسـائل ذات مضـمون (مهني)، و(٧٩) بنسبة (١٢.٦٤٪) يرسلون رسائل ذات مضمون (جهوي سياسي)، و(٥٥) بنسبة (٨.٨٪) يرسلون رسـائل ذات مضـمون (حشـد شـعبي)، و(٤١) بنسـبة (٦.٥٦٪) يرسـلون رسـائل بلا مضـمون محدد، وكما موضح بالجدول الاتي:

ت	الهويات	العدد	النسبة المئوية
١	وطنية	٣٠٢	٪٤٨.٣٢
٢	مهنية	١٤٨	٪٢٣.٦٨
٣	جهوية سياسية	٧٩	٪١٢.٦٤
٤	حشد شعبي	٥٥	٪٨.٨
٥	بلا هوية	٤١	٪٦.٥٦
المجموع		٦٢٥	٪١٠٠

الاستنتاجات:

١. يتضـح من نسـبة مشـاركة النوع الاجتماعي ان الفرق ليس كبيرا بين الذكور والاناث وهذا دليل الانفتاح، والشعور بالأمان، والمساواة، وان دور المرأة يتزايد يوما بعد اخر.

٢. ظهر ان الفئة العمرية (٢٥ - ٣٤) سنة هي الأكبر في عينة البحث الحالي وهذا دليل شبابية المجتمع العراقي، وان المستقبل ما زال زاهرا.

٣. نالت الرسـائل النفسـية ذات المضـمون الوطني المرتبة الأولى بنسـبة (٤٨.٣٢٪)، بينما حلت الرسـائل التي لا تحمل أي مضـمون المرتبة الاخيرة بنسـبة (٦.٥٦٪) وهذا مؤشـر إيجابي ان المجتمع العراقي رغم الصـعوبات، والمشكلات، والضغوط، والأزمات ما زال يشعر بالروح الوطنية.

التوصيات:

١. دعوة الإعلاميين الى تضمين رسائلهم قيما ثقافية، وعلمية بهدف تشجيع الجمهور على طلب العلم والمعرفة.

٢. مفاتحة نقابة الصحفيين لتشكيل لجنة متخصصة تشجع البرامج الإعلامية الوطنية، ومكافئة أصحابها كونها تخدم الروح الوطنية.

٣. دعوة الإعلاميين لتبني برامج ذات مضمون إيجابي، والابتعاد عن البرامج ذات المضمون الفارغ التي تستهدف اشغال الوقت ليس الا.

٤. لاحظ الباحث ضعفا كبيرا في البرامج الرقابية، والخدمية التي تبين حجم الضعف في الخدمات العامة، والاشارة الى الهدر في الانفاق على المشروعات، مع تركيز القنوات الفضائية، والمواقع الالكترونية على البرامج السياسية، والحوارية.

الهوامش:

(١) وجه الباحث سؤالا مفتوحا لعدد من الإعلاميين عن البرامج التي تنشر السلام بين المواطنين.

(٢) الاسدي، عباس حنون، محاضرات في علم النفس الإعلامي، دار الأمير للطباعة والنشر، بغداد، ٢٠٢٠.

(٣) محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، ط:١ الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م.

(٤) محمد أبو سمرة، مرجع سابق، ٢٠٠٩م.

(٥) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم، الوسائل، والتطبيقات، الأردن، دار الشروق، ٢٠٠٨.

(٦) اسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي، ط: ١، الاردن، دار اسامة للنشر، ٢٠١٢م.

(٧) نعيم الطاهر وعبد الجابر تميم، وسائل الاتصال، ط:١، الأردن، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، ٢٠٠١.

(٨) محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط ٧، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م.

(٩) فيضي، محمد، تعريفات السلام، موقع موضوع على الانترنت.

(١٠) موقع مركز ماعت للسلام والتنمية وحقوق الانسان، ٢٠١٤.

(11) www.unsico.com.

(١٢) شعبان، حمدي، ٢٠٠٥م، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، مطابع الشرطة، القاهرة، ٢٠٠٥.

(١٣)خضور، أديب، تخطيط برامج التوعية الأمنية لتكوين رأي عام ضد الجريمة، منشورات جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠٣.

(١٤) الحوشان، بركة، الإعلام المتخصص، والأمن الإعلامي، منشورات جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٣.

(١٥) الحوشان، بركة، الإعلام المتخصص والأمن الإعلامي، ٢٠١٣.

(16) The Encyclopedia Britannica. Vol21. P: 453.

(17) The Encyclopedia Americana, p.272.

(١٨) هارت، ١٩٩٧، ص: ٣٩٩.

(19) Hitt, et al, 2001, p: 144

(٢٠) ترايفوا، ١٩٩٠، ص: ١.

(21) Westphalian, 1992, p: 103

(22) Grigory, 1994, p: 90.

(٢٣) الغانم، ٢٠٠٢، ص: ٣٠

(٢٤) عليان، ٢٠٠٧، ص: ٢٧.

(٢٥) عبد الله بدران، صفحة موقع البلاغ على الفيسبوك.

(٢٦) المصدر السابق

(٢٧) المصدر السابق.

(٢٨) المصدر السابق.

(٢٩) السامرائي، ٢٠١٦، ص: ١١٩.

(٣٠) خليف، ٢٠١٠، ص: ٢٧.

(٣١) الزغبي، ٢٠٠٩، ص: ١٢٤.

(٣٢) الغالبي، وصبحي، ٢٠٠٩، ص: ٣١.

(٣٣) العبيدي، ٢٠٠٦، ص: ٦٢.

(٣٤) ال ثاني، ٢٠٠٨، ص: ٢٧٣.

(٣٥) الغالبي، وصبحي، ٢٠٠٩، ص: ٣٩.

(٣٦) كتشن، ٢٠٠٨، ص: ٦٨.

المصادر:

ال ثاني، فيصل بن جاسم، ادارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على قناة الجزيرة الفضائية في الفترة من ٢٠٠٤-٢٠٠٦م، بيروت، دار المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.

الاسدي، عباس، محاضرات في علم النفس الإعلامي، دار الأمير للطباعة والنشر، بغداد، ٢٠٢٠.

اسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي، ط: ١، الاردن، دار اسامة للنشر، ٢٠١٢م.

ترايفوا، بنجامين، استراتيجية جديدة للمؤسسة الاعلامية، ترجمة: هشام القروي، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٠.

الحوشان، بركة، الإعلام المتخصص، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠١٣.

خضور، أديب، برامج التوعية لتكوين رأي عام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠٣.

خليف، لينا شحادة، تطور الفكر الاستراتيجي، الاردن، دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.

الزغبي، علي فلاح، الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل، عمان، دار اليازوري، ٢٠٠٩.

السامرائي، ايمان، التقنيات والأجهزة في مراكز المعلومات، بغداد، ٢٠١٦، ص: ١٢٣.

شعبان، حمدي، ٢٠٠٥م، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، مطابع الشرطة، القاهرة، ٢٠٠٥.

عباس مصطفى، الإعلام الجديد، المفاهيم، الوسائل، والتطبيقات، الأردن، دار الشروق، ٢٠٠٨.

عبد الله بدران، صفحة موقع البلاغ على الفيسبوك.

العبيدي، انتصار داود، استراتيجية العلاقات العامة في ادارة الازمة السياحية/ دراسة ميدانية في هيئة السياحة، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، ٢٠٠٦.

عليان، ربحي مصطفى، أسس الإدارة المعاصرة، عمان، دار صفا للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧.

الغالبي، محمد، وصبحي، محمد، الإعلام والتنمية، ط:١، مصر، مؤسسة طيبة للنشر، ٢٠٠٩.

الغانم، ستار جبار، أثر الاستثارة الانفعالية والرسالة الاقناعية المعاكسة في تغيير الاتجاهات، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم علم النفس، ٢٠٠٢.

فيضي، محمد، تعريفات السلام، موقع موضوع على الانترنت.

كتشن، فيليب، العلاقات العامة بين المبادئ والتطبيق، دمشق، الاكاديمية السورية الدولية، ٢٠٠٨.

محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، ط:١ الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م.

محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط ٧، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م.

موقع مركز ماعت للسلام والتنمية وحقوق الانسان، ٢٠١٤.

نعيم الطاهر وعبد الجابر تميم، وسائل الاتصال، ط:١، الأردن، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، ٢٠٠١.

هارت، نيكولاس، الاتصال والتغير الثقافي، ترجمة: فهمي الأطرش، بيروت، دار المعرفة للطباعة، ١٩٩٧.

Resources:

Al Thani, Faisal bin Jassim, Comprehensive Quality Management in Media Institutions by Application on Al Jazeera Satellite Channel in the Period from 2004-2006 AD, Beirut, Dar Al-Ma'rifa for Printing, Publishing and Distribution, 2008.

Al-Asadi, Abbas, lectures on media psychology, Al-Amir House for Printing and Publishing, Baghdad, 2020.

Ismail Salman Abu Jalal, Radio and its Role in Awareness, 1st edition, Jordan, Osama Publishing House, 2012 AD.

Trivois, Benjamin, A New Strategy for the Media Corporation, translated by: Hisham Al-Qarawi, Baghdad, House of General Cultural Affairs, 1990.

Al-Hoshan, Baraka, Specialized Media, Naif Arab University for Security Sciences, Riyadh, 2013.

Khaddour, Adeeb, Awareness Programs to Form Public Opinion, Naif Arab University for Security Sciences, Riyadh, 2003.

Khalif, Lina Shehadeh, The Development of Strategic Thought, Jordan, Dar Al-Nafais for Publishing and Distribution, 2010.

Al-Zoghbi, Ali Falah, Effective Advertising, An Integrated Applied Perspective, Amman, Dar Al-Yazouri, 2009.

Al-Samarrai, Iman, Technologies and Devices in Information Centers, Baghdad, 2016, p. 123.

Shaaban, Hamdi, 2005, Security Media and Crisis and Disaster Management, Police Press, Cairo, 2005.

Abbas Mustafa, New Media, Concepts, Means, and Applications, Jordan, Dar Al-Shorouk, 2008.

Abdullah Badran, Al-Balagh Facebook page.

Al-Obaidi, Intisar Daoud, Public Relations Strategy in Managing the Tourism Crisis/ A field study in the Tourism Authority, unpublished doctoral thesis, University of Baghdad, College of Information, Department of Public Relations, 2006.

Alyan, Rabhi Mustafa, Foundations of Contemporary Management, Amman, Safa Publishing and Distribution House, 2007.

Al-Ghalabi, Muhammad, and Sobhi, Muhammad, Media and Development, 1st edition, Egypt, Thebes Publishing Foundation, 2009.

Al-Ghanim, Sattar Jabbar, The effect of emotional arousal and the opposite persuasive message on changing attitudes, unpublished doctoral thesis, University of Baghdad, College of Arts, Department of Psychology, 2002.

Faydi, Muhammad, Definitions of Peace, Mawdoo3 website.

Kitchin, Philip, Public Relations between Principles and Application, Damascus, Syrian International Academy, 2008.

Muhammad Abu Samra, Educational Media Strategies, 1st edition, Jordan, Dar Osama for Publishing and Distribution, 2009.

Muhammad Mounir Hijab, Media and Comprehensive Development, 7th edition, Egypt, Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2010 AD.

Maat Center for Peace, Development and Human Rights website, 2014.

Naeem Al-Taher and Abdul-Jaber Tamim, Means of Communication, 1st edition, Jordan, Dar Al-Yazurdi for Publishing and Distribution, 2001.

Hart, Nicholas, Communication and Cultural Change, translated by: Fahmi Al-Atrash, Beirut, Dar Al-Ma'rifa Printing, 1997.

www.unsico.com.

The Encyclopedia Britannica. Vol21. P: 453

The Encyclopedia Americana, p.272

Hitt, Michael, et al, Strategic Management competitiveness and Globalization, USA, Southwestern college publishing, 2001.

Westphalian, Philip, An Introduction to Social Psychology, New York, Random House, 1992.

Grigory, Mick, Social Media in the Arab World, USA, Southwestern College publishing 1992.