

The Role of Public Relations in Promoting Awareness of the Sudanese Heritage An Analytical) - Descriptive Study Applying to the Ministry of Culture and Information Sinnar State, in the Period 2016- 2018

Dr. Ikhlas Mahdi Mohamed Ahmed

Assistant Professor of Radio and Television, Department of Media - Faculty of Arts, University of Sinna, and Mohamed Nour Siddeeg

Abstract: The importance of this study lies in recognizing the effectiveness of public relations and its role in raising awareness of the Sudanese heritage, and update the progress of exchanging knowledge. The problem of study represents a lack of knowledge in the Sudanese society with the cultures and traditions of the original Sudanese heritage. The study aimed to identify the role of public relations in raising awareness of the Sudanese heritage. The study population included the employees of the Ministry of Culture and Information in Sinnar State. The researcher used the Statistical Package for Social Science (SPSS) and the researcher used the descriptive analytical method in monitoring, issuing and classifying data and information about the role of public relations in raising awareness of the Sudanese heritage. The following tools were used: questionnaire, interview, observation. The study reached a number of findings, the most important of which are: The Public Relations of the Ministry of Culture and Information has raised awareness of the Sudanese heritage through its various programs. The Public Relations of the Ministry of Culture and Information has a clear importance in displaying the Sudanese heritage. The Public Relations of the Ministry of Culture and Information carries out its activities effectively to raise awareness and keep the Sudanese heritage. The study presents many recommendations: to increase programs related to Sudanese heritage at the Ministry of Culture and Information in Sinnar State. The necessity of integrating the Public Relations and Media Office so as to enable the Public Relations Department of the Ministry of Culture and Information can perform its role perfectly. The Ministry of Culture and Information should increase the number of specialized employees in the Public Relations Department, train and qualify them in specialized training courses in the field of public relations and media.

دور العلاقات العامة في تعزيز الوعي بالتراث السوداني (دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الثقافة والإعلام – ولاية سنار في الفترة من 2016 م – 2018 م)

د/ إخلاص مهدي محمد احمد

ملخص البحث

تكمن أهمية هذه الدراسة في التعرف على فاعلية العلاقات العامة والدور الذي تقوم به في رفع الوعي بالتراث السوداني، مواكبة التطورات في كيفية تبادل المعرفة تمثلت مشكلة البحث في المجتمع السوداني الذي يواجه قلة في التعرف على الثقافات والتقاليد في التراث السوداني الأصيل هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني، شمل مجتمع البحث العاملين بوزارة الثقافة والإعلام بولاية سنار. استخدم البرنامج الإحصائي (SPSS) وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في رصد وحصر وتصنيف البيانات والمعلومات حول دور العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني، تم استخدام الاستبانة، المقابلة، الملاحظة. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام قامت برفع الوعي بالتراث السوداني من خلال برامجها المتنوعة، العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام أهمية واضحة في نقل التراث السوداني العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام تمارس أنشطتها بصورة فعالة لرفع الوعي والاهتمام بالتراث السوداني. وعدد من التوصيات أهمها: العمل على زيادة البرامج المختصة بالتراث السوداني بوزارة الثقافة والإعلام بولاية سنار وضرورة دمج مكتب العلاقات العامة والإعلام حتى تستطيع إدارة العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام أن تؤدي دورها بجودة عالية. على وزارة الثقافة والإعلام زيادة عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة من ذوي التخصص، والاهتمام بتدريبهم وتأهيلهم بالدورات التدريبية المتخصصة في مجال العلاقات العامة والإعلام.

د/ إخلص مهدي محمد احمد - استاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد - قسم الاعلام - كلية الاداب - جامعة سنار ومحمد نور صديق ماجستير الاعلام جامعة سنار.

المقدمة

إن العلاقات العامة تساهم في رفع الوعي بالتراث السوداني وحفظه ونقله إلى جميع أهل السودان من خلال برامج العلاقات العامة المختلفة خاصة وأن السودان بلد مترامي الأطراف، وتوجد فيه ثقافات كثيرة ومتنوعة و قبائل متعددة لذلك اعتمدت وسائل الاتصال الوطنية في تخليد التراث ونقله إلى الأجيال القادمة، كما أن المجتمع السوداني مجتمع ملئ بالعادات والقيم فموقعه في قلب القارة الأفريقية ومجال العلاقات العامة أكسبه عناصر حضارية لها بصمتها في تكوينه الثقافي والاجتماعي والسياسي والفني ، كما أن السودان بلد أفريقي عريق يتمتع بالسحنات الأفريقية ، وبلد عربي في ثقافته وتكوينه الجغرافي والتاريخي ويعكس تلك الملامح ويقوي القومية السودانية. والتراث الشعبي السوداني يعمل على حل المشاكل اللغوية ويعمل على تخليد القيم والمقاييس الجمالية والخلقية الأهلية، كما أن التراث الشعبي يعبر عن وجدانه ويعكس اتجاهاته ومستوياته الحضارية، إن برامج العلاقات العامة وتطور الوسائل المستخدمة فيها يساعد في الاهتمام بالتركيز على نقل التراث السوداني عبر وسائل الإعلام المختلفة، ولذلك جاء الاهتمام بدراسة دور العلاقات العامة في الرفع الوعي بالتراث السوداني من خلال برنامج وزارة الثقافة والإعلام ولاية سنار.

مشكلة البحث: تتلخص مشكلة البحث في: أن المجتمع السوداني يواجه قلة في نقل الثقافات والتقاليد وفي التراث السوداني الأصيل والاهتمام المتزايد من قبل العلاقات العامة في عملية التثقيف الدائم والمسند في كل ثقافات هذا المجتمع، لذلك لا بد من دمج الأجيال القديمة مع الأجيال الحديثة عن طريق كافة وسائل الإعلام لذلك اهتم البحث في كيفية تسليط الضوء عبر العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام في رفع الوعي بالتراث السوداني عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وتتلخص مشكله البحث في معرفة:

- ما دور العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني؟
أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في الاتي: اضافة معلومات في المكتبات الجامعية، التعرف علي التراث السوداني وكيفيه نشره عبر وسائل الاعلام المختلفة، وتعريف العالم الخارجي به.
تساؤلات البحث:

- 1- ما دور العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني؟
- 2- إلى أي مدى تساهم العلاقات العامة في نشر الوعي والتعريف بالتراث السوداني؟
- 3- كيف تساهم مجالات العلاقات العامة المختلفة في التعريف ونشر التوعية بأهمية التراث السوداني؟
- 4- إلى أي مدى تعد العلاقات العامة مصدراً لرفع الوعي بالتراث السوداني؟

أهداف البحث: يهدف هذا البحث إلى الاتي:

- 1- التعرف على عمل العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني.
- 2- التعرف على أنواع القضايا والموضوعات التي تركز عليها العلاقات العامة.
- 3- مدى استفادة المواطن السوداني من برامج العلاقات العامة الخاصة بالنقل والتعريف بالتراث السوداني.
- 4- التعرف بالوسائل الإعلامية المختلفة التي ساعدت على نقل التراث السوداني.

أدوات البحث: استخدم الباحث الأدوات الآتية:

- 1- المقابلة
- 2- الاستبيان.
- 3- مجتمع البحث: العاملين بوزارة الثقافة والإعلام بولاية سنار .
- 4- عينه البحث: عشوائية بسيطة من العاملين بالوزارة

مصطلحات البحث:

دور : دار الشيء يدور دوراً ودوراناً إذا طاف الشيء وإذا عاد للموضوع الذي ابتدئ منه

العلاقات العامة: هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقديم الاتجاهات وتحرير سياسة الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتنفيذ البرامج ويهدف إلى كسب رضا الجمهور وثقافته.

الوعي: حفظ القلب الشيء وعي الشيء والحديث يعيه وعباً فلان أو عى من فلان أي أحفظ و أفهم التراث: يطلق على مجموعة نتائج الحضارات السابقة التي يتم وراثتها من السلف إلى الخلف ، وهي نتائج تجارب الإنسان وأحاسيسه ورغباته

المبحث الأول

مفهوم ونشأة العلاقات العامة وتعريفها

مفهوم العلاقات العامة:

كثيراً ما يثار الجدل حول مفهوم العلاقات العامة في الدول ذات الأنظمة السياسية المختلفة ، فقد يتصور البعض أن مفهوم العلاقات العامة في النظام الرأسمالي يختلف عن مفهومها في النظام الاشتراكي أو مفهومها في الدول النامية يختلف عن مفهومها في الدول المتقدمة. والحقيقة أن مفهوم العلاقات العامة ثابت لا يختلف باختلاف الأنظمة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية ، كما أن طبيعة العلاقات العامة كعملية مستمرة تتكون من أربع مراحل أساسية هي البحوث والتخطيط وتنفيذ البرامج والتقييم لا تحتمل الاختلاف باختلاف الأنظمة أو المؤسسات، ويحدث الاختلاف في الواقع العملي حينما تعكس الأهداف فلسفة النظام الذي تعبر عنه ، فالأهداف التي تحددها إدارة العلاقات العامة في مؤسسة تسعى إلى الربح تختلف عن الأهداف التي تحددها إدارة علاقات عامة في مؤسسة أخرى لا تسعى إلى الربح على الرغم من وجود بعض لأهداف المشتركة بينهما. كذلك الحال بالنسبة لاختلاف الأنظمة السياسية في بعض الدول الذي ينعكس بدوره على طبيعة أهداف العلاقات العامة في هذه الدولة أو تلك. (1)

ورغم كثرة التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة من جانب الدارسين أو الممارسين أو من جانب الهيئات المهمة بالعلاقات العامة ، فإن هناك سمة مشتركة بين هذه التعريفات رغم اختلاف الأسلوب أو التفاصيل بين تعريف وآخر ، هنالك اتفاق من الناحية النظرية بين معظم المشتغلين بالعلاقات العامة على أن مهنتهم تنحصر في بناء صورة معينة للجمهور عن منظماتهم وذلك عن طريق الأعمال الصادقة التي تقوم بها هذه المنظمات وحرصها على وجود اتصال متبادل بينها وبين جماهيرها بحيث يمكن من خلاله الوصول إلى التوفيق والتفاهم المشترك بين المنظمات والجماهير. والبحث عن تعريف العلاقات العامة لا يعتبر من قبيل الاستمتاع بالجدل النظري بل إن له دواعيه ومبرراته من وجهة النظر العملية وتبدو أهمية وجود تعريف للعلاقات العامة مقبول من النقاط التالية:

- المساهمة في الحد من تداخل الاختصاصات وتضاربها بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى.
- إمكانية تحديد أهداف ومسئوليات الإدارة بوضوح وبالتالي وضع تنظيم إداري عملي.
- إمكانية وضع الخطط والبرامج التي تسير وفقاً لنشاط الإدارة وتحديد المخصصات المالية والعناصر البشرية اللازمة، لم يكن للعلاقات العامة في الماضي نفس الأهمية التي أصبحت عليها في الوقت الحاضر وليس ذلك لأن العلاقات العامة علم حديث ، ولكن لأن المنشآت قد تمارس هذه العلاقات العامة ولا تدري ما أهميتها وتأثيرها على الجمهور ، وأول تعريف وثيق لمفهوم العلاقات العامة ، وضعه المعهد البريطاني للعلاقات العامة في 1947 وظل الكثيرون من الكتاب يتداولونه في كتاباتهم ، وكما كانت هناك اهتمامات واسعة في العديد من المنشآت الأمريكية ، بل وفي كثير من الدول الأخرى المتقدمة ، كان التعريف هو (هي الجهود المخططة والمستمرة لتأسيس وصيانة السمعة الحسنة والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها (2).

أما العلاقات العامة في مستوى الدولة فهي فن متطور من فنون الاتصال بالجماهير والتأثير فيها يستهدف كسب المؤيدين لهدف أو قضية معينة وتحريكهم في اتجاه مرسوم في ضوء الدراسة العلمية المخططة وطبيعة القوى السياسية والاقتصادية المسيطرة على جهاز الحكم في الدولة ، فهي الضمان لكسب ثقة الجمهور وتقديره. (3)

ب/نشأة العلاقات العامة وتطورها:

يعتقد كثير من الناس أن نشاط العلاقات العامة شيء جديد نشأ حديثاً في أعقاب الحرب العالمية الثانية ، نعم إنها كوظيفة جديدة لم تأخذ مكانها في المؤسسات الحديثة إلا قريباً ، ولكن المتأمل لتطور الوسائل المستخدمة في أن نشاط العلاقات العامة نشاط مارسه الإنسان منذ القدم وفي مختلف العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعايش مع من حوله . ولم تهمل الحضارات والإمبراطوريات القديمة نشاط العلاقات العامة. ولكن الجديد في الموضوع هو وسائل الاتصال التي يستعملها

المشتغلون بالعلاقات العامة في الاتصال بالجمهور ودرجة تخصص كل منهم والجهود المستمرة التي يبذلها المتخصصون في إنشاء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بين الهيئات التي يمثلونها وبين الجمهور ، بالإضافة إلى استقلالها كعلم ومهنة، كان رب الأسرة منذ نشأة المجتمعات الإنسانية هو الذي يسوس العلاقات بين أفرادها ثم انتقلت هذه المهمة إلى رئيس القبيلة أو العشيرة داخل نطاق تلك القبيلة أو العشيرة ذات الصيغة العقائدية كانت تلك العلاقات التي يديرها زعيم القبيلة أو العشيرة تدور حول الإبلاغ عن أخبار الحروب أو الوفاة أو العمل. وكان يستخدم في توصيل هذه المعلومات والأحداث وسائل بدائية تمثلت في قرع الطبول والرقص واستعمال ألوان محدودة وتطورات العلاقات العامة بصورة واضحة وعندما استخدم رؤساء القبائل السحرة ومن يجيدون فنون التعبير البدائية وتوجد تجارب تاريخية عبر تاريخ الإمبراطوريات القديمة تعبر عن موقف الإنسان في العصور القديمة للعلاقات العامة وممارسته لها بطريقته وحسب ظروف زمانه.(4)

العلاقات العامة في الإسلام:

نشطت العلاقات العامة وتطورت ودفعت دفعة كبيرة وذلك بفضل القرآن الكريم والذي يعتبر في حد ذاته وسيلة اتصال بين الذات العلية والمسلمين وكذلك الكتب السماوية الأخرى التي أرسلت إلى البشر. لقد أوضح القرآن الكريم ما يجب أن تكون عليه العلاقة بين الناس ، قال تعالى " ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ " النحل. 125 كل ذلك يدل دلالة قاطعة على ضرورة الاهتمام بالعلاقات العامة وما دعوة الرسول صلى الله عليه وسلم عند بداية ظهور الإسلام ثم مراسلاته للملوك والحكام لدعوتهم للإسلام إلا نوعاً من العلاقات العامة، ومن الجدير بالملاحظة أن الدعوة الإسلامية منذ انبثاقها استقادت من أساليب الاتصال المختلفة فقد استخدم المسلمون الأوائل أنجع السبل في مجال نشر الدعوة الإسلامية والتأثير في الجماهير عن طريق الخطابة والحملات التجارية والمناسبات الدينية (خاصة الحج) التي يتم بواسطتها اتصال المسلمين بعضهم مع البعض الآخر ومعرفة حاجياتهم ويعتبر إنشاء ديوان الرسائل والبريد كدليل لأهمية العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية ولقد لعب الشعراء دوراً مهماً في التوجيه والإرشاد ، والتأثير في النفوس وكانت القصائد الشعرية تحت على الجهاد والإنفاق في سبيل الله.(5)

ولقد لعبت الخطب الدينية دوراً خطيراً في العلاقات العامة في العصور الإسلامية ، فقد كان الخطباء يقومون إلى جانب الإرشاد الديني ، بالتوجيه الاجتماعي والسياسي وثمة حقيقة أخرى اكتشفها المسلمون في مجال العلاقات العامة منذ زمن بعيد. فقد كان أحمد بن طولون يؤمن بضرورة اختيار أعوانه ومستشاريه من البلاد التي يحل بها ، فهم يستطيعون التأثير فيهم بطريقة لا تتأتى لغيرهم. وهذا ما يفعله اليوم خبراء العلاقات العامة ومديرو الإذاعات ودور النشر، عندما يوظفون صحفيين ومذيعين من أهل البلاد التي يوجهون إليها الدعاية والإعلام وكذلك فإن انتصار صلاح الدين الأيوبي على الصليبيين لم يكن فقط الحرب والقتال وحسب وإنما في المقام الأول يرجع إلى تعبئة جماهير المسلمين نفسياً بالوسائل والأساليب الإعلامية المختلفة التي أثرت تأثيراً كبيراً في الجنود وجعلهم يصمدون في وجه العدو من أجل النصر ويستشهدون في سبيل الله وما من شك في أن الأزهر الشريف من أعظم الآثار التي تخلد عبقرية الفاطميين في العلاقات العامة. فقد أنشئ هذا المسجد في بادئ الأمر لإنشاء علاقات واتصالات طيبة بسائر المسلمين وللدعوة للشيعة والخليفة واستطاع الخليفة العزيز الفاطمي أن يحول هذا المسجد إلى جامعة للشيعة ، تدرس فيها العلوم المختلفة ، وهذا الخليفة يجري الأرزاق على طلاب العلم الذين وفدوا من جميع نواحي العالم الإسلامي من مراکش وتونس وإفريقيا والصين وغيرها .(6)

العلاقات العامة في العصر الحديث: يقصد به الفترة منذ أواخر القرن التاسع عشر وحتى الآن فقد أسهمت بعض العوامل والأحداث (قيام الحربين العالميتين – الأزمة الاقتصادية الكبرى – الثورة الصناعية – زيادة الوعي والتعلم لدى الأفراد – التقدم الهائل في وسائل الاتصال) كل هذه العوامل وغيرها ساهمت في بروز أهمية أنشطة العلاقات العامة ، وفي الحقيقة فإن فترة ما بين الحربين العالميتين قد شهدت بالفعل النشأة الحديثة للعلاقات العامة من حيث الفلسفة الفكرية ، كما شهدت إنشاء جمعيات للعلاقات العامة ، وأصبحت العلاقات العامة ذات فكر وتطبيق متطور. وما أن بزغ فجر الثورة الصناعية واتسعت المؤسسات حتى بدأ أرباب الأعمال بممارسة العديد من الأنشطة لكسب ثقة الجمهور حتى أصبحت العلاقات الصناعية تسير في اتجاهين ، اتجاه من المؤسسات إلى الجماهير يتعرفون على حقيقة المؤسسة وأهدافها وما تنتجه من سلع أو خدمات أما الاتجاه الآخر فهو من الجمهور إلى المؤسسة لنقل وجهة نظرهم وأفكارهم وشكواهم وهمومهم للمؤسسة. ولقد برز العديد من الرواد الأوائل في العديد من الدول منها الولايات المتحدة منهم أموس (كاندل) (Kandel) الذي عمل مستشاراً للرئيس الأمريكي جاكسون والذي حرر له الكثير من خطاباته معبراً عن وجهة نظره ، ويعتبر (لفي لي) (Iuvy lee) أب العلاقات العامة في

أمريكا فقد سن قواعد للعلاقات العامة وطرق غالبية أبوابها ، وغير الصورة التي كانت عالقة في ذهن الجمهور عن جون روكفر من رأسمالي جشع إلى مواطن رحيم يعطف على الناس. وكان أول ما نادى به (إيفي لي) هو نصيحة للمؤسسات التجارية الكبيرة أن تبعد عن السرية وتكشف للجمهور كل ما يتعلق بإعمالها عدا الأسرار الصناعية وقد عمل مع عدد من المؤسسات الكبيرة ولمع اسمه لنجاحه في تقديم المشورة التي أدت إلى أحسن النتائج في تحسين علاقات تلك المؤسسات بالجمهور كما كان للحرب العالمية الثانية أثر كبير في تطوير العلاقات العامة حيث خصصت الدول المتحاربة الميزانيات الضخمة وجندت الكفاءات الممتازة لأغراض العلاقات العامة مما أدى إلى تقدم أساليبها وتدعيمها كعلم وكنشاط دائم للمؤسسات، وفي ختام هذا المبحث يمكن القول بأن المتخصصين حاولوا دراسة العلاقات العامة أن يرجعوا تاريخها إلى نشأة العلاقات البشرية في العصور القديمة، أما مصطلح العلاقات العامة بمعناها الحديث فإن باجيت كوك رئيس معهد لندن للعلاقات العامة يرى أن أول من استخدم هذا المصطلح هو الرئيس الأمريكي (توماس جيفرسون) شهدت هذه الفترة قيام جمعية العلاقات الأمريكية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة سنة 1948م وجمعية العلاقات العامة الدولية والتي أنشئت سنة 1955م والتي نظمت عدة مؤتمرات بهدف مناقشة أسس ومبادئ العلاقات العامة بقصد تحسين وتقويم أداء الوظيفة. كما تكونت في فرنسا جمعية للعلاقات العامة عام 1949م، وفي استراليا بدأ نشاط العلاقات العامة عام 1950م وفي بلجيكا أنشئ أول مركز للعلاقات العامة سنة 1952م وبالنسبة لإيطاليا فقد أنشئت أول جمعية للعلاقات العامة سنة 1954م، كانت في هذه الفترة محاولات لوضع دساتير أخلاقية للمهنة لتحديد آدابها وقواعدها ومن أبرز الجمعيات التي اهتمت بهذا المجال – جمعية العلاقات العامة الدولية وجمعية العلاقات العامة الأمريكية التي وضعت دستوراً للمهنة عام 1960م وعدلته عام 1963م، أما بالنسبة للبلدان العربية فقد تطورت فكرة العلاقات العامة أيضاً وما يزال الاهتمام بها في تزايد فهي تدرس في معظم الجامعات والمعاهد العربية وعلى مستوى الدراسات العليا أيضاً ، وفي الميدان العملي يعتبر إنشاء وزارات الإرشاد والإعلام لتزويد الرأي العام المحلي والعالمي بالمعلومات عن أعمال الحكومة وأنشطتها وسياساتها دليل على الاعتراف بأهمية العلاقات العامة ، كما أن معظم المؤسسات والشركات الحديثة أخذت تنشئ دوائر ووحدات وأقسام العلاقات العامة.(7)

المبحث الثاني

ماهية التراث ووظائفه وأنواعه

9 والتراث هو عملية بيولوجية تمر بمراحل التكوين والنشأة، والشباب والنضج ، والشيوخ والكهولة، ففي فترة الشباب والنضج يكون التراث معطاء وفاعلاً ودافعاً ، وفي فترة ضعف الأمة يكون التراث معوقاً لحركتها ومعطلاً لقدراتها باعتبارها في نفسها اليأس، فهناك تراث نشأة وانفتاح ، وهناك تراث حروب، وهناك تراث نصره وعزة، وانتصار وفخر وهناك تراث حرية وانطلاقة فكر وإبداع وإنجاز وعطاء وهناك تراث هزيمة ، وجهل وظلام ، وانحطاط وانفلات ، وهناك تراث استرخاء ودعة وتترف ذهني وتترف مادي، وأيضاً هو وصف لسلوك الجماهير وتغييره لصالح قضية التغيير الاجتماعي وتجديد التراث هو إطلاق لطاقتهم مختزنة عند الجماهير بدلاً من وجود التراث كمصدر لطاقة مختزنة لا تستعمل أو تصرف بطرق غير سوية على دفعات عشوائية في سلوك قائم على التعصب أو الجهل والحمية الدينية والإيمان الأعمى أو يستعملها أنصار تثبيت الأوضاع القائمة لحسابهم الخاص من أجل الدفاع عن الثبات الاجتماعي ، ولقد لجأ الثوريون المعارضون إلى المأثورات الشعبية وإلى تراث الجماعة الممثل في أمثلتها العامية ودياناتها القديمة وذلك من أجل تجنيد الجماهير حسب طاقتها في واقعها المعاصر. وتجديد التراث هو حل لطاسم القديم وللعقد الموروث وقضاء على معوقات التطور والتنمية والتمهيد لكل تغيير جذري للواقع وهو عمل لا بد للشورى من أن يقوم به وإلا ظل القديم شبحاً مائلاً أمام الأعين ويمثل أرواح الأسلاف التي تبعث من جديد. والتراث والتجديد يعبران عن موقف طبيعي للغاية فالماضي والحاضر كلاهما معاشان في الشعور ووصف لشعور هو في نفس الوقت وصف للمخزون النفسي المتراكم من الموروث في تفاعله مع الواقع الحاضر إسقاطاً من الماضي أو رؤية للحاضر. فتحليل التراث هو في نفس الوقت هو تحليل لعقليتنا المعاصرة وبيان أسباب معوقاتها (8)

وظائف التراث:

الوظيفة الأولى : وظيفة نفسية حيث أن هذا التراث هو تراث أمه، وهو يحقق نسبتها ويشكل امتدادها الحضاري ، وهو أشبه ما يكون بشجرة النسب لأي فرد من الأفراد ، فبدون التراث تبدو الأمة لقيطة ومجرد للشعور بإثبات النسب يورث حالة نفسية غايتها بالدونية ، والإحباط وعدم القدرة على العطاء وفقدان حرية الحركة والتفكير وتنامي روح الحقد والتدافع على

موائد الآخرين. ولا يخفى ان أمتنا هي أمة ذات دور مرموق ومكانة بارزة في التاريخ الإنساني والحضاري وقد قفزت هذه الأمة ووصلت أعلى المجد في فترة قياسية وقامت على قيادة البشرية لمدة عشر قرون من الزمان وهو ما لم يتسن لأي حضارة أو لأي أمة من أمم الأرض قديماً وحديثاً وبالرغم من تدرجها إلى القام نتيجة تراكمات ضعف واستبداد وخروج عن الخط المرسوم واستمساك بالفشور دون اللب بيد أن أثرها لا يزال قائماً ، ولعل هذا التدهور ، والانحطاط الذي أصابنا قد ترك أثره السالب الذي تمثل في عفة النقص وعدم الثقة بالذات وضعف الإرادة وامتد إلى محاولة محور نعلق عليه خيبتنا وفشلنا وعدم قدرتنا على الإبداع والإنجاز وقراءة التراث قراءة إبداعية واعية (9)

الوظيفة الثانية: وهي وظيفة إبداعية جمالية جاءت النصوص الإلهية في القرآن تلفت الأنظار إليها وتأمّر بدراستها والتفكير ، والتأمل فيها فالسموات ذات الأبراج وزينة الأرض ذات الفجاج ، ففي سورة (ق) نجد الوصف الدقيق للنخل وبهجة الأرض وفي سورة الغاشية نجد كذلك الإشارة إلى التنسيق والجمال والإبداع في الأرض والسماء والمخلوقات. وفي نتاج المسلمين الفكري واللغوي والأدبي والعلمي لا تكاد العين تخطيء الجمال والإبداع الذي يدهش كل من يطالع تراثنا إذ انه يطلع على كثير من الإبداعات والإنجازات مما يكسب في نفوسنا الثقة بأن ليس تحت الشمس من مستحيل. وهذه الإنجازات كما قدمنا قد تكون أدبية ولغوية، وجغرافية وعلمية ، وقد تكون مصوغات فنية وموسيقى ومخطوطات وآثار لا تزال في قرطبة والعراق والشام والمغرب العربي ومصر وتركيا ، كلها تأخذ بالألباب وقد استخدم فيها الأسلاف تقنيات مختلفة ، ونظريات متعددة .

الوظيفة الثالثة: فهي مدى أثر التراث واحتياجنا إليه ، واستثمار النص وأعماله ووضع أثره ، إن الناظر في أمر نصوص التراث ومكوناته وأصوله يجد فيه عناصر إيجابية ذات جدوى وفاعلية تقتضي ضرورة التحدي الذي يواجه أمتنا أن نوظفها في عصرنا الحاضر ، ومن تصنيفات التراث الشعبي يتضمن هذا التقسيم إلى تسعة أقسام وهي المعتقدات والعادات والتقاليد ، والأدب والموسيقى والفنون الجميلة والطب الشعبي والصناعات والفنون اليدوية حملة التراث الشعبي (تراجم) ، تاريخ التراث ونقده ، المسح والإحصاءات (10)

التراث الشعبي: يشكل تراث الشعوب الإطار التاريخي الذي تنطلق منه حضارة أي شعب فهو بمثابة الوعاء الذي يجمع بين جنباته الحصيلة الإنسانية لكافة جوانب تطور هذه الشعوب ونموها. ولما يستطرق هذا الباب لتفسير بعض المصطلحات التي لها علاقة بوجه أو بأخر بالتراث الشعبي كالفلكلور أو الموروثات الشعبية أو المأثورات الشعبية، أما على الصعيد الثقافي والحضاري فالتراث كما يعرفه محمد أركون بأنه سنة الأباء وإطار من الأحكام والشرائع ومعلومات عملية تجريبية شعبية ومجموعات أدبية فكرية علمية مكتوبة ومن هذا التعريف يتبين لنا أن التراث يحمل بين طياته موروثات مادية ملموسة نلتمسها في أسلوب الحياة وأدوات وأساليب الإنتاج وفي غيرها من الأشياء المحسوسة وموروثات فكرية وجدانية متجسدة في القيم والعادات والتقاليد ... الخ ، وأما التراث الشعبي على وجه التحديد فليس هناك اتفاق واحد على تفسيره وذلك شأنه شأن معظم مصطلحات العلوم الاجتماعية التي تتأثر بالخلفيات العلمية والسياسية والحضارية للعلماء القائمين عليها ولكن هذا لا يمنع من عدم وجود اتفاق عام ، حول أهم موضوعات التراث الشعبي فهناك شبه إجماع أكاديمي على أهم ملامح وأسس وموضوعات التراث الشعبي ويعرف التراث الشعبي بصفة عامة بأنه (العادات والتقاليد والقيم والفنون والحرف والمهارات وشتى المعارف الشعبية التي أبدعها وصاغها والموروثات الشعبية والسؤال هنا هل هذه المصطلحات مرادفة لمصطلح التراث الشعبي وهل بالإمكان استخدامها كبديل لمصطلح التراث الشعبي (11).

تاريخ التراث الشعبي: أعتقد العلماء الغربيون في القرن التاسع عشر الميلادي إن التراث الشعبي في أزمنة عابرة كان مشتركاً بين أفراد المجتمع كما كان معظم الناس آنذاك يعيشون في المجتمعات الريفية و عبر القرون انتقل عديد من الناس إلى المدن وبدأوا تدريجياً يفقدون الاتصال بما سموهوا بالتقاليد الشعبية الأصيلة ووفقاً لما ذكره علماء القرن التاسع عشر فقد حفظت تلك التقاليد بوساطة الشعب أي الفلاحين غير المتعلمين الذين لم يتغير أسلوب حياتهم لمئات السنين وكان بين علماء التراث الشعبي الرئيسيين الاخوان الألمانين "جاكوب" وفيلهلم جريم. ففي الفترة ما بين 1807م إلى 1814م ، وقام الاخوان أفسهم بجمع هذه الحكايات فإنهما يحفظان موروثات كل الألمان على مدى الزمن واصبحت الحكايات التي جمعها مشهورة بحكايات "جريم" الخرافية للأخوين جريم. ولكن صوراً من تلك الحكايات وجدت في أماكن أخرى من أوروبا والشرق الأدنى وآسيا، ويعرف العلماء الشعب بمعناه الخاص بأنه مجموعة من الناس تشترك في عامل تواصل مشترك واحد على الأقل وهذا العامل ربما يكون الجغرافيا كما في التراث الشعبي لمنطقة جبال الأوراك في الولايات المتحدة أو الدين كما في التراث الشعبي الإسلامي أو المهنة كما في التراث الشعبي لرعاة البقر أو الخلفية العرقية كما في التراث الشعبي الايرلندي. (12)

أنواع التراث الشعبي: تتمثل أنواع التراث الشعبي في الأساطير والحكايات الشعبية والقصص البطولية أو الأغاني الشعبية والمعتقدات الخرافية والعادات وسنعد هذه الأنواع بشيء من التفصيل.

1/ الأساطير: وهي قصص خيالية توضح كيفية وصول العالم والبشرية إلى شكلها الحالي وتختلف الأساطير عن معظم أنواع القصص الشعبية في أنها أي الأساطير لا تحدث في حياة الناس الذين ينشئونهم. وتتناول بعض الأساطير نشأة الأرض وفي بعض تلك القصص نجد آلهة تخلق الأرض وفي أخرى تنشأ الأرض عن الطوفان ويدور عدد من الأساطير حول خلق الجنس البشري ومصدره أو منشأ الموت (13).

2/ الحكايات الشعبية: وهي حكايات خرافية حول الحيوانات أو الإنسان ولا تحدد معظم تلك الحكايات زماناً أو مكاناً لحدوث ما تصفه غير أنها تبدأ وتنتهي بطريقة معينة وعلى سبيل المثال تبدأ الكثير من الحكايات الشعبية بعبارة في يوم من الأيام وتنتهي بعبارة وكلهم (عاشوا بعد ذلك في سعادة أبدية) والقصص على أسنة الحيوانات هي من أكثر أنواع الحكايات الشعبية رواجاً بين الناس ، وترمي عادة إلى تعليم الناس السلوك الحسن والأخلاق الفاضلة .

3/ القصص البطولية: مثل الأساطير وهي قصص تسرد وكأنها وقائع حقيقية غير أن الحوادث فيها تحدث على مسرح الحياة الواقعية وليست من وراء الطبيعة وفي وقت قريب نسبياً نتحدث بعض هذه القصص عن الكائنات البشرية التي تلاقي المخلوقات الخارقة للعادة مثل " الجن والاشباح والعرافيت والسحرة" ويرتبط كثير منها بشخصيات مشهورة فارقت الحياة وأخرى تخبر عن الشخصيات المقدسة والقيادات الدينية وبعض القصص تبين لنا كيف يصنع الناس المعجزات.

4/ الأغاني الشعبية: لكل نشاط إنساني أغنية شعبية تقريباً بعضها يرتبط بالعمل على سبيل المثال يغني البحار عند إيقاف سفنهم أو جرها إلى الموقف وبعض الأغاني الشعبية وترتبط بمناسبات مثل (الميلاد ، أو الطفولة ، والعزل والزواج) ويغني الأب والأم لهددة الطفل حتى ينام وكما الشعوب يؤدي الأطفال أغاني تقليدية جزءاً من لعبهم ولهوهم وتغني بعض الأغاني في حفلات الزفاف وفي المآتم عند بعض ، ترتبط بعض الأغاني الشعبية في الأنشطة الموسمية مثل الزراعة والحصاد وبعضها يغني في أعياد دينية معينة تمجد مآثر الأبطال الأسطوريين والحقيقيين. (14)

5/ المعتقدات الخرافية والعادات: إن السمة الغالبة لهذا العنصر من التراث الشعبي أنه مؤشر للمرحلة الحضارية و تحتوي علي العديد من الثقافات على عادات بدائية لحماية الطفل المنتظر وتسمى وبناءً على هذه العادة تتظاهر الزوجات بأنهن على وشك الولادة فيمتنعن عن أنواع معينة من الأطعمة ويعتقدن أنها مضرّة للطفل المتوقع وربما يتفادين العمل أيضاً لأن مثل هذا النشاط يمكن أن يؤدي الطفل القادم. وهناك عادة زواج تسمى (شاريفاري) وهو لفظ موسيقي يقصد منه الإغابة والمرح بدلاً من الغناء وتنتشر بصورة واسعة في مجتمعات أوربية مختلفة في ليلة الزفاف ، ويقوم أصدقاء العريس والعروس بعزف الألحان بالضرب على القدور والمقلاة خارج غرفة نوم الزوجين والرغبة في تفادي "شاريفاري" وهي التي أدت إلى عادة قيام الزوجين بشهر العسل بعد الزفاف مباشرة ويؤمن قليل من الناس بان عدد كبير من المعتقدات الخرافية والعادات وتساعد على التحكم في المستقبل أو التنبؤ به وربما تقيم المجتمعات العاملة في حقل صيد الأسماك احتفالات كبيرة تعد بتأكيد نجاح الصيد بصورة جيدة وكما أن العديد من الناس يحاولون التنبؤ بأحداث المستقبل لتحليل العلاقات بين النجوم والكواكب السيارة.

المبحث الثاني

قيم وعادات المجتمع السوداني

قيم المجتمع السوداني: السودان هذا البلد الأفروعربي ، المترامي الأطراف ، المتعدد الثقافات والحضارات القديمة منها والحديثة ، والذي حباه الله سبحانه وتعالى بنعم كثيرة ووفيرة لا تحصى ولا تعد ومن ضمنها القيم السودانية الأصيلة الفاضلة والعادات والتقاليد ، مما جعل إنسان هذا البلد الطيب أن يحتل مكانة مرموقة وسط شعوب كل العالم ، فكلما ذكر الصدق والتفاني والإخلاص والمروءة والكرم ذكر الإنسان السوداني . ولكن المتأمل لهذه القيم والعادات السمة الأصيلة في الأونة الأخيرة يجد أنها بدأت تتلاشي نتيجة لتقلبات الدهر ولكن لا بد من أن نعمل جاهدين علي الحفاظ عليها وان نتوارثها ومن أبرزها التكافل والتعاون بين الأسر الممتدة، والكرم والبذل والعطاء والمروءة والشهامة والغيرة على الأعراض وإيواء الضيف والغريب والوقوف مع بعضهم البعض في السراء والضراء ومازالت الأرياف السودانية تنعم بهذه القيم حتى الآن وما يزال شهر رمضان يحتفظ بخصوصيته في السودان ولاسيما عادة الإفطار الجماعي خارج المنازل، حيث يخرج عدد من الأشخاص كل يحمل مائدته إلى مساحة خالية وسط الحي أو إلى الطرق أو المساجد بغرض دعوة عابري السبيل

والمساكين والفقراء وهي من العادات الأصيلة والتقاليد الراسخة التي تجسد قيم المحبة والتواصل الاجتماعي وتتم عن التجانس بين أفراد هذا المجتمع ، وكما ذكر سابقا يزخر المجتمع السوداني بالعديد من القيم الجميلة والتي تعتبر بعضاً منها أنها سودانية بحثة ونذكر منها الآتي :- (15)

1/ حب الوطن والافتخار به :- ومن القيم السائدة في المجتمع السوداني حب الوطن والذود عنه ولقد عشق السودانيون الأرض التي ولدوا بها وصاغتهم ببلاغتها حتي كانوا علي هذا المنحى ، ووهبتهم اعز ما عندها حتي حملوا اسمها بسحنة مميزة وبتقافة ممزوجة وبروح عربي أفريقي حتي أنتج هذا التلاحق ما عرف بالسودان أرضاً ومجتمعاً. وفي السودان شعوب وقبائل تعارفوا وتمازجوا فولدوا أمة لن تكون شيء سوى (أمة السودان). (16)

2/ الصدق والأمانة :- جاء العرب المسلمون الأطهار وهم يحملون بفضل الإسلام صفات العفاف والطهر والنقاء والصدق والأمانة إلي بلاد السودان وانتشروا في جميع أصقاعه في تاريخ يزيد علي آلاف عام بكثير ولذلك وغير عديدة من السلوكيات منها: (17)

1/ الصدق في القول باللسان :- كان الإنسان بالسودان صادقاً جداً في أقواله في الأغلب الأعم لا يكذب إلا نادراً فهو لا يتحدث عن نفسه كذبا ولا يروي خبراً كاذباً ومن اتصف بهذه الصفة ، صفة الكذب يكون ممقوتاً عند الناس يلعنونه ولا يثقون فيه . ومن الأمثال السودانية التي تحكي عن إنكار الفرد الحقيقة وقال كذبا يقولون له (الراجل يتمسك من لسانه) .

2/ الصدق في العمل :- والمقصود به أن يكون الإنسان صادقاً في تعامله مع الآخرين ولا يغش ولا يدلس إذا استؤجر في عمل من الأعمال وما الصفة اشتهر بها الإنسان السوداني علي المستوي العربي والإقليمي والدليل علي ذلك ثقة العديد من الدول العربية والإسلامية في الإنسان السوداني وتفضيله علي إنسان الدول الأخرى.

3/ الصدق في الشهادة :- الصدق في الشهادة علي ما رأي وما سمع إذا طلب منه ذلك لفصل مشكلة من المشكلات بين المتخاصمين أمام القاضي ، فصدق الشاهد لقوله الحقيقة يكاد يكون قد اختفي إلا قليلاً فتفتشت شهادة الزور بقصد الانتفاع من الظالم مادياً بان يأخذ في مقابل الكذب مبلغاً من المال ويحلف بالكذب فيضيع الحق ويضيع المظلوم .

4/ الصدق في المعاملة الحياتية اليومية :- وتشمل الصدق في البيع والشراء وفي كل الأعمال المهمة في حياة الناس اليومية. (18)

3/ الكرم والتعاون :- ويعتبر الكرم من القيم التي يعتز بها المجتمع السوداني فهو من المؤشرات الموروثة التي تؤكد سلامة المحتد ونصاعة العنصر وقوة البنية في المجتمع الممزوج بالعنصر العربي ، وذلك يعني التمسك بأهداف الدين الإسلامي بالضرورة ، فالكرم شعار يرتفع كلما تحدثت الناس عن وجود العنصر العربي في دم الإنسان السوداني ولعل تطبيقه كمبدأ قيمي يأتي من هذا الباب تأكيداً وتميزاً والكرم كقيمة اجتماعية محمودة كما ذكرها الله سبحانه وتعالى في القرآن الكريم والكتب السماوية الأخرى .

4/ العفة :- المجتمع السوداني يقال عنه وربما حتي الآن مجتمعاً محافظاً ، أي انه يجيد التعامل مع مبادئه الثابتة المستمدة من دينه الإسلامي الحنيف بتحفظ دون النزوع إلي المستحدثات ، وانه يفرض علي واقعه المعاش الالتزام الصارم بالنص الديني بكل محتوياته من هذه النصوص ، وانه أيضاً جيد الإدراك لفقهاء الحياة العصرية بكل ما جعبه المدلول ، فالعصرية باب مشروع يجذب إليه كل المارة وهذا هو مكنم الخطورة. (19)

5/ الشجاعة :- تجيء الشجاعة مفتحة للشخصية السودانية القبلية وتظل ملازمة له كالعنوان لا تنفك عنه والحياة القبلية لولا الشجاعة أياً كانت لأصابها الخلل والوهن أو لفقدت هذه الكينونة المميزة والمتأمل في القبائل ذات الأصول العربية قد لا يستغربون ما بهم من شجاعة لوجودها في الأصل . وفي الأصل كنا نري الحياة البدوية القاسية والكد في سبيل الرزق ، بما هو محاط من مخاطر ، ورعي الحيوان وما يتبع ذلك من غدر الآخرين ، وكل هذا أفرز أدبيات سجلها تاريخ الأدب العربي (حماسة) ، (ومفاخرة) و(مدحا) وتحدثت كل الألسن تشيد بشجاعة هذه القبيلة وتمجدها لقوتها وبسالتها حتي إن بعض القبائل المستضعفة أصبحت تحتمي بها وتلوذ بجيرتها وهي تبذل لها من ناحية أخرى كل صنوف الرعاية والكرم وما يوجبها الجوار

العادات والتقاليد السودانية :- ولعل من أبرز خصائص أهل السودان جميعاً هو التداخل الأسري والتلاحم الاجتماعي في الأفراح والأتراح. وهذه السمة متجذرة في نفوس السودانيين كما تشير معتقداتهم في العصور القديمة. وعند مجيء الديانات السماوية (المسيحية والإسلام) عملت أيضاً على ترسيخ مفاهيم الوئام والوحدة والمحبة بين الناس على اختلاف ملتهم ونحلهم.

وتشير الأدلة الأثرية التي ترجع إلى العهد الكوشي (المروي) (900ق.م-350م) إلى ظاهرة العائلة الممتدة (Extended-Family) وهي بالطبع تقليد سوداني صميم لم يتأثر بشكل لافت للنظر - بالمتغيرات الاقتصادية عبر العصور بل ظل قيد الممارسة حتى يومنا هذا. فالعائلة عند السودانيين ومنذ العهد المروي كبيرة الحجم تشمل معظم الأهل والأقارب بعكس العائلة المصرية الفرعونية التي كانت تقتصر على الأبوين والأبناء. ومن الأدلة على عمق هذا التقليد وتجذره في الوجدان الجمعي لأهل السودان أن أسلافهم كانوا وثيقي الصلة بأهلهم وذويهم ليس فقط في فترة حياتهم بل وحتى الذين ارتحلوا للدار الآخرة من ذوي المكانة الاجتماعية والسياسية كانوا يذكرونهم في شواهد قبورهم ونقوشهم الجنائزية، فضلا عن طبيعة المنزل السوداني المشهور بالضيافة والكرم منذ آلاف السنين، فقد كان كبير المساحة، فأصغر منزل في العهد الكوشي- المروي كانت عدد غرفه تصل إلى خمس و أكبر المنازل ذات ست وعشرين غرفة معدة لاستقبال الأهل والمعارف والضيوف ومن العادات الجامعة لأهل السودان الشلوخ . ولا تزال تمارس هذه العادة لدى العديد من القبائل السودانية في شمال وجنوب البلاد رغم انحسارها النسبي في العقود الأخيرة. وترجع هذه الممارسة إلى العهد الكوشي-المروي(900ق.م-350م) إذ تبين أنها من الممارسات المألوفة في السودان القديم. وتشير اللوحات الأثرية لأشكال زعماء (لوحة الملك المروي نتيكامني وزوجته الملكة أمانيثيري في معبد الأسد بالنقعة مثالا لذلك) وأناس عادييين تظهر على خدودهم وجباههم أنماط متنوعة من الشلوخ (20) **الكشف أو قائمة المساهمة المالية في الأفراح والمآتم:** في المجتمع السوداني وفي كل قبائله ومناطقه الجغرافية نجد أن عادة إعداد الكشف وهو قيود لمساهمات مالية تدفع من الحضور لمساعدة أسرة المتوفى ، يساهم فيها الجميع كل حسب استطاعته وهي تعتبر من العادات الراسخة التي يقبل بها الجميع في الغالب من الفقراء حتى أثرى الأثرياء علما بأن هذه المساهمات المالية لا تقتصر على المآتم فقط بل في كل المناسبات حيث يتعهد الأقرباء والأصدقاء والجيران بالمساهمة المالية (الغير إلزامية) ، ويعاب من يعرف عنه التهرب من هذه العادة، وكذلك يوجد الكشف كذلك في الزواج ويختلف كشف الزواج عن المناسبات الأخرى فقد تطغى عليه صبغة التفاخر والمباهاة لأن من يدفع 100 جنيه يجب أن تدفع له الضعف أو أي زيادة 200 جنيه وقد تكون هناك بدائل مثل (دق الذهب) أو شراء هدايا والمساعدة في أي عمل يعين على الزواج.(21)

التكافل في شهر رمضان:- يبدأ الإعداد لشهر رمضان في السودان قبل وقت مبكر حيث يتم إعداد العديد من المشروبات التي لا توجد في أي بلد آخر غير السودان وهي شراب (الخلومر) و(الأبريه) بالإضافة للمشروبات المعروفة في بعض الدول العربية الأخرى مثل الكركديه "العناب" والعريدب وهو ثمرة تشبه تمر هندي و التبليدي (الفتقليز) أيضا تشتهر المائدة الس ودانية بأكلة العصيدة التي تختلف عن أنواع العصيدة المعروفة في بلاد الخليج العربي ويشتهر الشعب السوداني بحب إشاعة الخير في شهر رمضان ، وخصوصا التكفل بإفطار الصائمين لذلك تجد اغلب الناس في رمضان يفطرون في الشوارع ويؤدون صلاة المغرب في الشارع أملا في مرور عابر سبيل أو مسكين يجبرونه على الأكل معهم فيما اشتهرت بعض قرى ولاية الجزيرة بالتكفل بالباصات السفرية الكاملة التي يصادف مرورها وقت الأذان والغرض الرئيسي هو التواصل والكرم وإشاعة المحبة والتشارك وذلك انطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم (وفي كل كبد رطبة أجر، و من العادات التي لا تزال مستمرة في أغلب بقاع السودان عادة استخدام السرير الخشبي (العنقريب) وحمل الموتى عليه. وترجع عادة استخدام العنقريب لحمل الموتى إلى ما يزيد عن أربعة آلاف عام إذ ترجع إلى مملكة كرمة (2500-1500ق.م) بشمال السودان حيث كان يوضع المتوفى على سرير خشبي (عنقريب) في وضع قرفصائي داخل المقبرة. وثمة إشارة هنا وهي أن العنقريب الكرمي كان يطعم أحيانا بالمايكا والعاج. واستمر استخدام العنقريب للموتى حتى العصر الحالي مع اختلاف في نوعية وكيفية استخدامها إذ اختفت عاد دفن الموتى بالأسرة واستعيض عنها بحمل المتوفى فقط على السرير (العنقريب) إلى مكان المقبرة (22)

عادات عربية في الأزياء السودانية :- للزي والملابس في شخصية البشر وتاريخهم أهمية خاصة تنبع من وظيفة الملابس كأداة يحقق بها الناس بعض مظاهر تطورهم الحضاري والاجتماعي . وهي من هذه الناحية ليست مجرد كساء شكلي يغطي به الإنسان جسده طلبا للستر أو الوقاية من غلواء الطبيعة بل هي جزء أصيل من ثقافة الإنسان وتعبى عن نجاحه في التلاؤم مع بيئته في إطار الزمان والمكان . ولها من الدلالة على تمايز البشر ما للغات وعناصر الثقافة الأخرى المادية والمعنوية . ورغم أن الملابس والأزياء ككل مظاهر حياة الناس الثقافية والاجتماعية خاضعة للتطور والتغيير بحكم ما يعترى هذه الحياة من تحول إلا أن هذا التطور لا يخرج في جوهره عن مضمون التعدد في إطار التوحد ، فان الفارق مثلا بين الزي العربي الذي كان سائدا في بلد كالسودان قبل حوالي الخمسمائة عام ، وبين الزي السوداني اليوم ليس فارقا نوعيا بقدر ما هو فارق

كيفي . فكل عناصر الزي الأساسية من طاقية و عمامة و قميص أو (عراقي) وثوب و جلابية وما إليها موجود منذ القدم ، وقد كان الناس في ماضيهم أقرب إلي البساطة في ملابسهم ولم يعهدوا ما آلت إليه ملابس أحفادهم من تطور في مادتها وأشكالها وحياتها . وإذا اعتبرنا الزي العربي القديم هو النموذج أو المثال الذي تفرعت منه بقية الأزياء المعروفة في العالم الإسلامي ، فإننا نلاحظ أن هذا الزي وما تولد منه من أزياء نتاج لثقافة محددة هي التي فرضت مواصفات هذا الزي في جملته إن لم يكن في تفاصيله لتلبية غايات محددة هي الغايات التي رسمتها حضارة الإسلام لما يجب أن يكون عليه اللباس الساتر للمرأة والرجل دون أن تدخل في تفاصيل ذلك ، ومن الواضح أن للعبادة كما للعرف الاجتماعي تأثيرا بارزا علي كل ذلك ، ورغم أن كل الحضارات الكبرى في تاريخ العالم سعت إلي تشكيل عالم من حولها علي شاكلتها ، ومن بين ذلك سعيها لتغيير أزياء البشر لتصبح امتدادا لزيها فان ما بذلته الحضارة الغربية المعاصرة في هذا المجال قد فاق كل ذلك أضعافا مضاعفة بدليل انتشار الزي الأوروبي بتشكيلاته المختلفة هذا الانتشار الذي كاد في كثير من بلدان العالم أن يحل محل الزي الوطني وقد نجح بعضها في إزاحة الزي المحلي والحلول محله ، وليس الأمر مجرد استبدال ملابس بل هو أعمق من ذلك وهو السعي لطمس معالم الثقافات الوطنية والقومية لمختلف شعوب العالم وضرب رموزها البارزة كالأديان واللغات والأزياء وقد كان الزي وما زال سلاحا من أسلحة الحرب الحضارية التي تشنها الحضارة الغربية علي بقية شعوب العالم بغرض تجريدها من مقوماتها الذاتية ، ليسهل عليها وصلها بمناخ ثقافة الغرب . وقد استخدم الانجليز هذا السلاح لمحاربة الإسلام ومحاصرة الثقافة العربية في جنوب السودان (سابقا) وجبال النوبة ومنطقة الانقضا حيث حرم الانجليز الزي العربي علي كل جنوبي واستبدلوا الاسم الانجليزي أو الجنوبي بكل اسم عربي ، ومن عجز عن إيجاد اسم بديل أعطوه مجرد رقم أو نمرة تحل محل الاسم الفقيد وبالرغم من كل ذلك الجهد المبذول لم يجعل الزي الأوروبي البديل الذي يحل محل الزي الوطني إلا في أضيق الحدود ، وظلت طبقات المتعلمين ممن بذل المستعمر جهده ليحولهم عن زيهم أمناء علي هذا الزي في غير أوقات العمل الرسمي ، مما نشاهده في هذه الأزواج والمروحة بين هذا وذاك . ولا بد أن نلاحظ أيضا ما تعرض له زي المرأة السودانية من حرب شعواء وما بذل من مساع لزحزحته عن مكانه ، لترتدي المرأة الإفرنجي ، وهو جزء من الحرب التي استعرت في العالم الإسلامي وعرضه باسم السفور ومحاربة الحجاب ، ولكن إصرار المرأة السودانية المتعلمة وتمسكها بثوبها الوطني الشرعي وقف حجرة عثر أمام معظم هذه المحاولات منذ أيام الانجليز والي يوم الناس هذا . رغم الحرب المريرة التي يتعرض لها هذا الثوب ، بدخوله كطرف مؤثر في المعركة الحضارية المحتدمة ، ولست اشك في أن ارتفاع السعر الجنوني للثوب النسائي إنما غايته أن تعجز النساء عن شراء الثياب النسوية المميزة فينصرفن إلي ارتداء البديل الأوروبي وقد أسهم ذلك بالفعل في ازدياد الفتيات والنساء ممن أصبحن يتجولن في الأماكن العامة والأسواق بالزي الإفرنجي دون (ثياب) (23)

الجلابية السودانية :- الجلابية عبارة عن قطعة قماش مزخرفة تفصل علي مقاس وحجم الجسم وتكون واسعة معظم الأوقات ولها أشكال وألوان عديدة وتختلف من بلد لآخر وهي زي قومي في السودان وارتريا والنوبة وصعيد مصر ، وتعتبر الجلابية هي الزي القومي السوداني الجلابية عبارة عن قطعة قماش مزخرفة تفصل علي مقاس وحجم الجسم وتكون واسعة معظم الأوقات ولها أشكال وألوان عدة وتختلف من بلد لآخر وهي زي قومي في السودان وارتريا ، النوبة وصعيد مصر .

أنواع الجلابيب السودانية :- ظهرت مؤخرا تطويرات علي الزي المحلي حيث انتشرت في الأسواق زي أطلق عليه (علي الله) وهو تطوير لزي عرف به الأنصار وهو عبارة عن جلابية قصيرة وسروال أشبه بالزي الباكستاني ويصنع من (الدموريه) وهي قماش خشن وترمز للزهد في الدنيا ولكنه انتشر وسط الشباب السوداني بألوان زاهية وبخامات أقمشة عالية الجودة كنوع من المفارقة كذلك أعيد إنتاج فرع آخر من الجلابيب لتواكب العصر الحالي بعدما كانت حكرًا علي الأنصار يرتدونها عند الحرب وهي عبارة عن جلابية عادية تمكن صاحبها من ارتدائها من الجانبين من دون أن يأخذ وقتًا في تحديد الجانب الأمامي من الخلفي لذا أطلق عليها (أم رقبتين) وقد ظهرت مؤخرا وسط الشباب بألوان زاهية ومنها المخطط وهو ما وصف بالزي الجريء وأحيانا المتحدي للثقافة المحلية (24)

العمامة السودانية: أيضا من القطن السوداني ومع مرور الزمن بدأت الثياب المستوردة تكتسح السوق حتي طغت علي الثياب المحلية وكما ذكر دكتور عون الشريف قاسم إن الزي سلاح من الأسلحة المستخدمة من قبل الغرب لطمس الثقافة الإسلامية والسودانية ووصلها بمناخ ثقافة الغرب فبالتالي يعتبر التأثير في الزي هو من ضمن أهداف هذه المسلسلات التي ترد إلينا صباح مساء علي شاشات القنوات الفضائية العربية وبأشكال ومواصفات تخالف الزي الإسلامي والسوداني وبصورة متكررة حتي يتأثر بها المجتمع الإسلامي عامة . (25)

عادات سودانية دخيلة في العصر الحديث :- هنالك عادات كثيرة في السودان غير محبذة وهي التي انتقلت إلينا من الحضارة الغربية وتمثلت في الآتي :

أ/في المظهر الخارجي للمرأة السودانية :- وتمثلت هذه العادات في أنواع الأزياء مثل (الاسكيرت البنطلون ، البلوزة ... الخ) واللبس المحذوق والضيق والخطوة وغيرها مما أدى لتقهقر الثوب والجلباب ، وكذلك أنواع الأقمشة التي أصبحت ترتديها المرأة السودانية والتي تعبر شفاقة ومحزقة مثل (البودي، الشافون ...). وكذلك ظهور ما يعرف بالماكياج (الرموش ، الظلال ... الخ) واستخدام الكريما التي تحتوي علي كيماويات وقد ذهب بعض علماء الدين لتحريمها انطلاقاً من القاعدة الفقهية (لا ضرر ولا ضرار) لان هذه الكريما أثبتت الدراسات أنها سبب لكثير من الأمراض من أهمها أمراض السرطان .

ب/ المظهر الخارجي للرجل السوداني :- وتمثلت في لبس العديد من أنواع الباطلين التي تفصل بطريقة لا تتماشى مع الزي السوداني ، وأصبح الشباب يرتدون الباطلين المحزقة والاقمصه بأشكال وألوان اقرب لزي المرأة من الرجل ، كذلك ارتداء إكسسوارات مصنوعة من البلاستيك والتي يرتديها الشباب في الأيدي وتتكون من أشكال مختلفة وألوان مختلفة ولها العديد من المسميات منها(الراستا ، الجاميكا ، صابرين ، وغيرها) .

ج/الأطعمة والمشروبات :- تمثلت في ظهور ما يعرف بالكوكتيل وهي كلمة أجنبية ومعناها (ذنب الديك) وسميت كذلك لتعدد ألوان ذنب الديك ، ثم ظهور ما يعرف باللابتوب ، ومن المشروبات ظهور المياه الغازية التي أدت لتقهقر المشروبات السودانية، وكذلك شملت هذه العادات نوعية الأواني المستخدمة في حمل الطعام والشراب فكان في الماضي يستخدم (الكأس ، القرع ، الفخار ، المعدن) أما ظهر الاعتماد علي الأواني الزجاجية ، أن هنالك العديد من العادات غير المحببة وتخالف في كثير منها قيمنا الإسلامية والسودانية بدأت تنتشر في المجتمع السوداني عامة والشباب السوداني على وجه الخصوص ، وكما ذكر الدكتور كمال الدين أنها نتيجة للتلاقح مع الحضارة الغربية التي بالتأكيد وفدت إلينا عن طريق وسائل الإعلام المختلفة والتي يعتبر التلفزيون من أهمها لما يمتاز به من مميزات ووسيلة اتصال تتفوق عن غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى وخاصة بعد ظهور البث الفضائي المباشر وما حملته لنا هذه الفضائيات من برامج بصفة عامة وبرامج درامية بصورة خاصة .بينما العادات السودانية هي الموائد الكبيرة التي تضم أعداد كبيرة من الناس.

المبحث الثالث

القبائل السودانية وأنواع التراث

قال صل الله عليه وسلم (ليست العربية لأحدكم بأب ولا أم إنما العربية للسان فمن تكلم بالعربية فهو عربي) وأن الخلفية التاريخية لأي شعب من شعوب الدنيا هي تكويناً قديماً يقتضي أمر التطرق لها أن تذهب إلى أن القبلية منذ النشأة الأولى كانت الحصن الاجتماعي الذي حفظ القيم والمثل والأخلاق ورعى التقاليد وشائج القرى والقبيلة ظلت وعاء التعاضد والتكامل الاجتماعي وقد أكد القرآن الكريم أن الإنسان خلق ضعيفاً وأن منعه وقوته تكمن في قدرته على العيش في جماعة يتعاون معها ويقاسمها شؤون حياته كلها فهو بغير ذلك واضح الهون والضعف ، وكان لمدخل التعايش والتأخي في السودان منذ البدء أعظم الأثر في خلق نموذج نادر أضفى على السودانيين جميعهم سمات إنسانية رائعة المثال امتاز بها أهل السودان دون غيرهم من الشعوب.

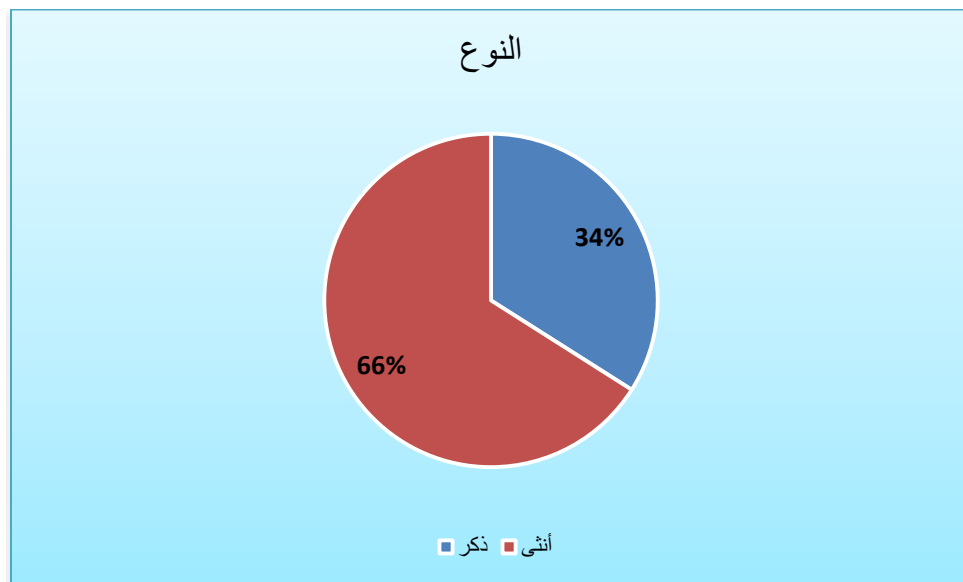
فإن روعة هذا التمازج وألوان التعايش والانصهار بين شتى قبائل وعشائر السودان مع كثرة الأجناس واختلاف ألوانهم ولهجاتهم وسحناتهم وأشكالهم كل ذلك أعطى أهل السودان ميزات متفرقة من الاخاء والمودة والتضامن لا مثيل لها في عالم اليوم الذي نرى دولا وشعوباً فيه تتمزق وتتفرق أيدي بعد مئات السنين من تكوين تلك الدول والتقاء تلك الشعوب. وبذا صار السودان مفتوحاً عبر تاريخه يتلقى في رحابه الواسعة جموع الوافدين إلى أن انصهرت مختلف العناصر البشرية به مكونة مجتمع سودان اليوم المتكامل المتسامح أهله الذي يسوده البشر والاخاء في الاختلاط الواسع بين بني البشر على أديم أرض السودان الرحبية التي وسعت الجميع في يسر ورجد عيش.، ووجدت قبائل تعالي في الاعتداء بنفسها وأسلافها وأمجادها كالجعلين الذين يتوقون للعزة والرفعة والآباء ويمسك بعضهم بمقولة أجدادهم (جعل أعزها الله) وكذلك وجدت قبائل تفوقت في الأدب والشعر والحماسة كالشكريه والشوايقه وقبائل برعت في صنع الأواني الفخارية كالداجو بالمنطقة الشرقية بجبال النوبة.

وهنا لابد أن من تقسيم قبائل السودان وأعطاء نبذة تعريفية عن قبيلة وارث قبيلة على حدا لأن السودان بلد الاسميات والتمازج العرقى ففي الشرق ثقافة وتراث وكذلك الغرب وفي جنوبه وشماله كم هائل من الحارات والتراث والموروثات الثقافية.

قبيلة الجعليين:

من المرجح أن الباب الشمالي للسودان هو الباب الذي دخلت عن طريقه قبيلة الجعليين من البلاد العربية وبين طياتها القبائل الأخرى المهاجرة للثقافة العربية والطريق الثاني هو الطريق الشرقي والطريق الثالث هو الطريق الليبي فإن هذه الأبواب الثلاثة هي المداخل المعروفة للهجرات للسودان الشمالي . وتعد قبيلة الجعليين من أكبر القبائل السودانية على الاطلاق وتركزت على نهر النيل ما بين مدينة الخرطوم وبلاد النوبة. وتمتاز قبيلة الجعليين بالشهامة والشجاعة والكرم والجود. ومن أهم فروعهم:

- (1) الميرفاب (2) الرباطاب (3) المناصير (4) الشايقية
(5) الجوامعة (6) الجوابرة (7) الركابية (8) الجموعية
(9) الجمع (10) البديرية (11) الغديات (12) البطاحين (13) الجعليون (26)

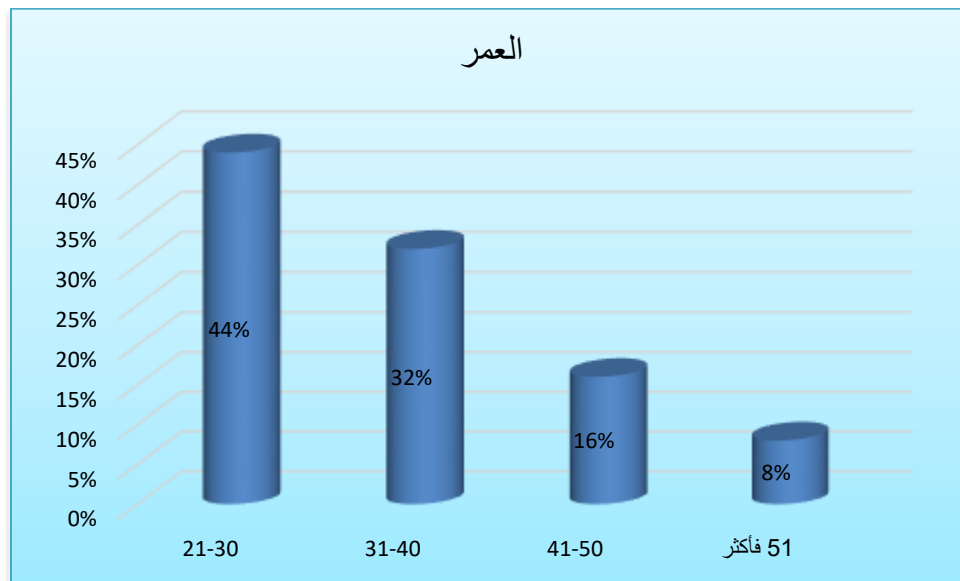


جدول رقم (4.4) يوضح الفئات العمرية

| العمر | التكرارات | النسبة |
|----------|-----------|--------|
| 21-30 | 22 | %44 |
| 31-40 | 16 | %32 |
| 41-50 | 8 | %16 |
| 51 فأكثر | 4 | %8 |
| المجموع | 50 | %100 |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

يوضح الجدول رقم (4.4) الخاص بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر تبين أن (44%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم تتراوح ما بين (21-30)

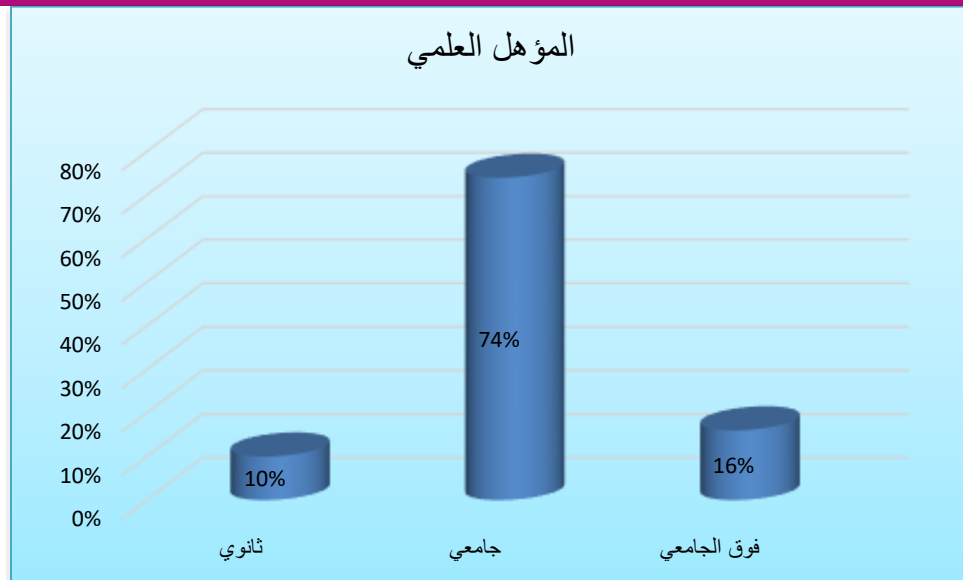


جدول رقم (4.5) يوضح المؤهل العلمي

| المؤهل العلمي | التكرارات | النسبة |
|---------------|-----------|--------|
| ثانوي | 5 | %10.0 |
| جامعي | 37 | %74.0 |
| فوق الجامعي | 8 | %16.0 |
| المجموع | 50 | %100.0 |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

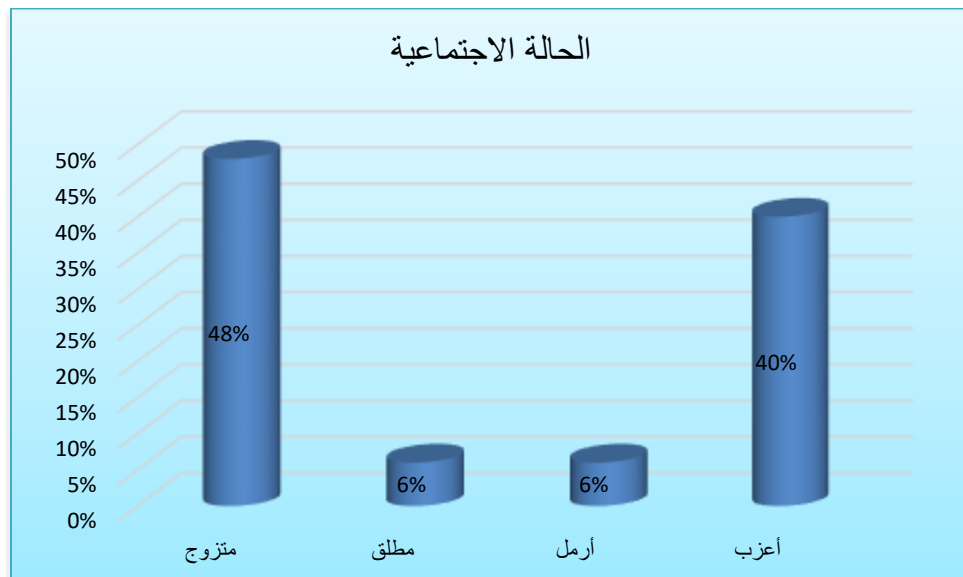
يوضح الجدول رقم (4.5) أن أغلب الباحثين هم الجامعيين بنسبة كبيرة بلغت 74%



يوضح الحالة الاجتماعية (4.6) جدول رقم

| النسبة | التكرارات | الحالة الاجتماعية |
|--------|-----------|-------------------|
| %48 | 24 | متزوج |
| %6 | 3 | مطلق |
| %6 | 3 | أرمل |
| %40 | 20 | أعزب |
| %100 | 50 | المجموع |

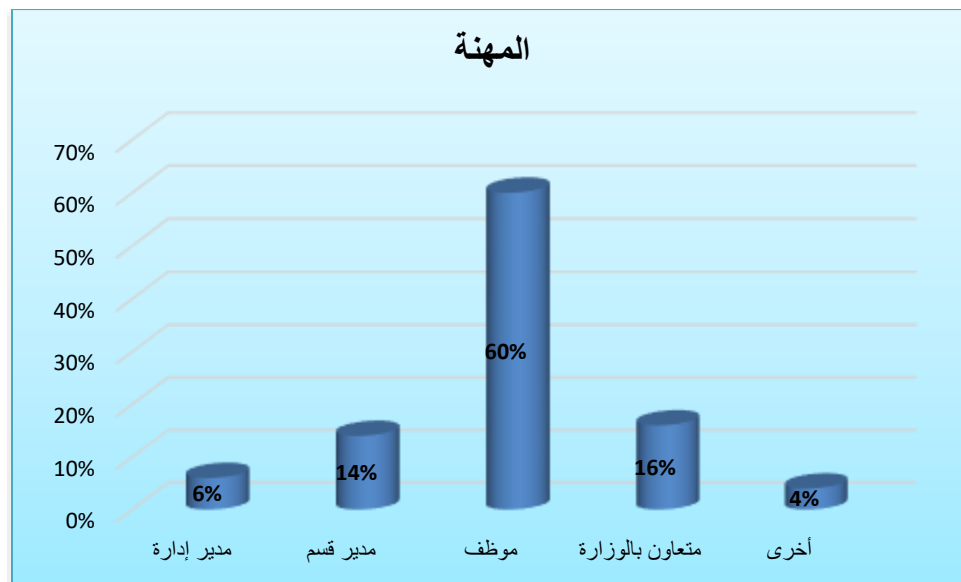
المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020
يوضح الجدول رقم (4.6) أعلاه أن (48%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة "متزوج"



جدول رقم (4.7) المهنة

| النسبة | التكرارات | المهنة |
|--------|-----------|-----------------|
| 6% | 3 | مدير إدارة |
| 14% | 7 | مدير قسم |
| 60% | 30 | موظف |
| 16% | 8 | متعاون بالوزارة |
| 4% | 2 | أخرى |
| 100% | 50 | المجموع |

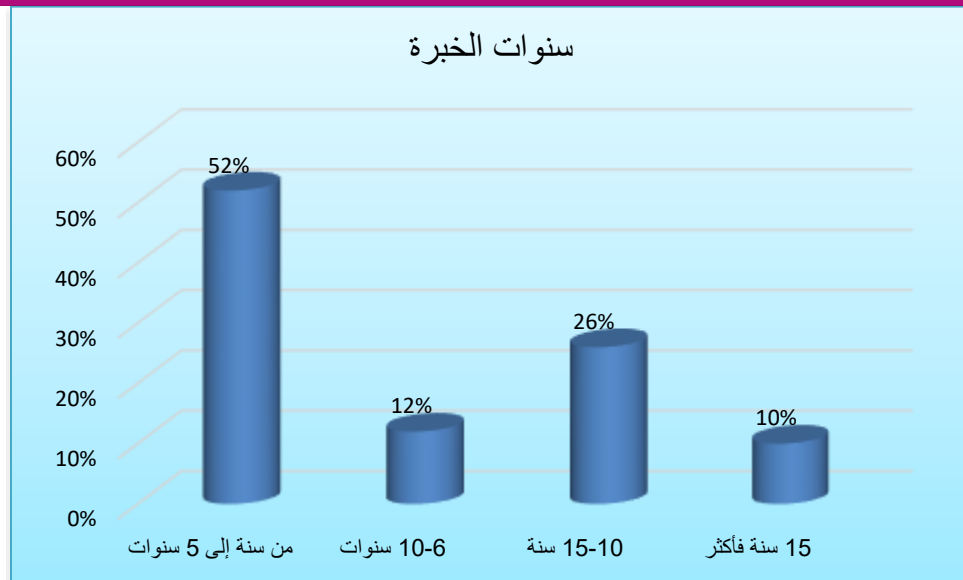
المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020
الجدول رقم (4.7) يبين أن (60%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة هم "موظف".



جدول رقم (4.8) التوزيع التكراري النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

| النسبة | التكرارات | سنوات الخبرة |
|--------|-----------|-------------------|
| 52% | 26 | منسنة إلى 5 سنوات |
| 12% | 6 | 6-10 سنوات |
| 26% | 13 | 10-15 سنة |
| 10% | 5 | 15 سنة فأكثر |
| 100% | 50 | المجموع |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020
ويوضح الجدول رقم (4.8) أن سنوات الخبرة تبين أن (52%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة خبرتهم من سنة إلى 5 سنوات، وفي حين وجد أن (26%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة خبرتهم (10-15) سنة في حين وجد أن (12%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة سنوات خبرتهم من (6-10) سنوات، بينما وجد أن (10%) إجمالي أفراد عينة الدراسة خبرتهم 15 سنة فأكثر.

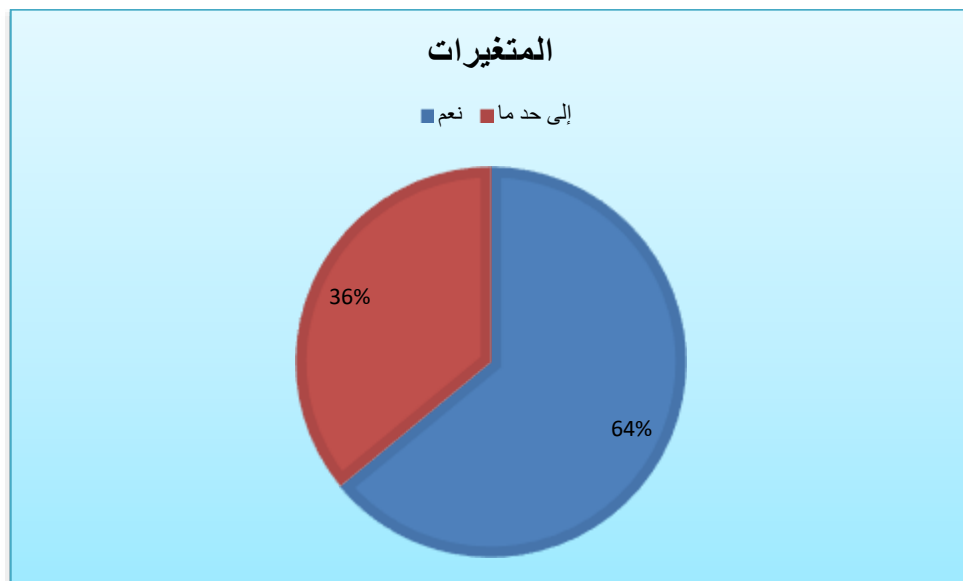


جدول رقم (4.9) مدى قيام العلاقات العامة برفع الوعي بالتراث السوداني

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|-----------|-----------|--------|
| نعم | 32 | %64 |
| إلى حد ما | 18 | %36 |
| الجموع | 50 | %100 |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

يتضح من الجدول رقم (4.9) أعلاه أن العلاقات العامة تقوم برفع الوعي بالتراث السوداني وذلك بنسبة بلغت (64%) مقابل (36%) يروا إلى حد ما أن العلاقات العامة تقوم بذلك.

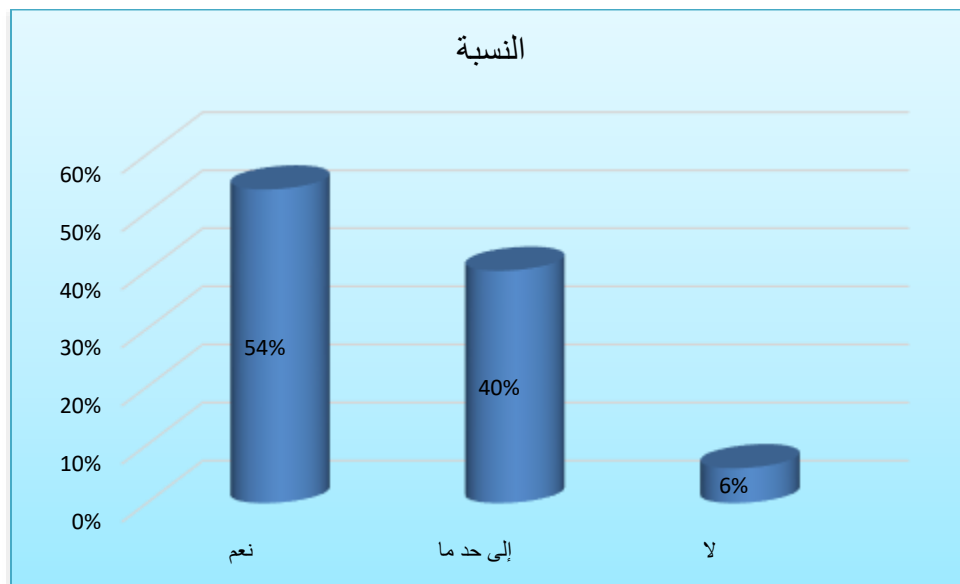


جدول رقم (4.10) يوضح ان العلاقات العامة تقوم بإنتاج برامج تتناول القبائل المختلفة التي توجد في السودان

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|-----------|-----------|--------|
| نعم | 27 | %54.0 |
| إلى حد ما | 20 | %40.0 |
| لا | 3 | %6.0 |
| المجموع | 50 | %100.0 |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

ومن خلال النتائج الموضحة بالجدول أعلاه رقم (4.10) نجد أن العلاقات العامة تقوم بإنتاج برامج تتناول القبائل المختلفة التي توجد في السودان وذلك بنسبة (54%)

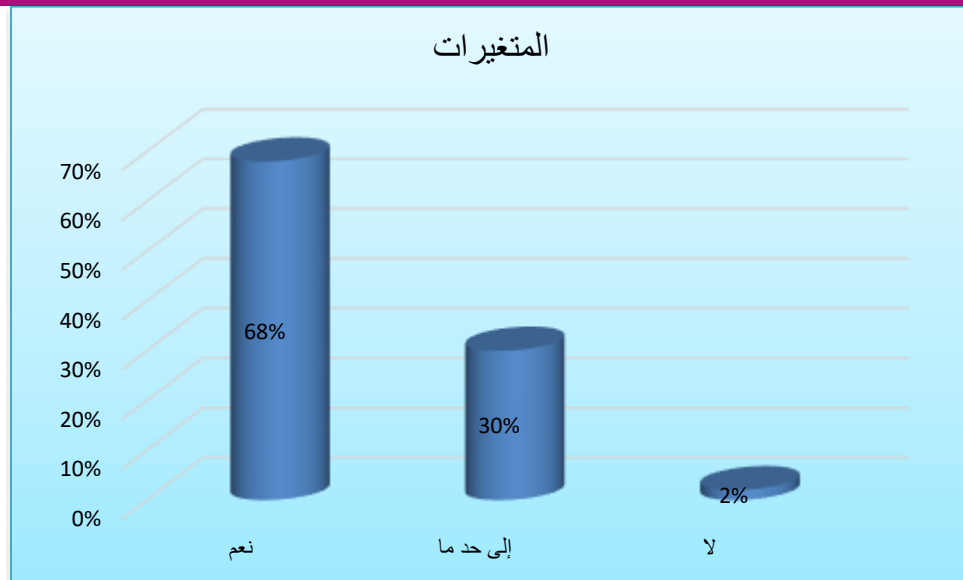


جدول رقم (4.11) يبين تمثل العلاقات العامة أهمية واضحة في نقل التراث السوداني

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|-----------|-----------|--------|
| نعم | 34 | %68.0 |
| إلى حد ما | 15 | %30.0 |
| لا | 1 | %2.0 |
| الجموع | 50 | %100.0 |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

ومن خلال النتائج الموضحة بالجدول أعلاه رقم (4.11) نجد أن العلاقات العامة تمثل العلاقات العامة أهمية واضحة في نقل التراث السوداني وذلك بنسبة (68%)

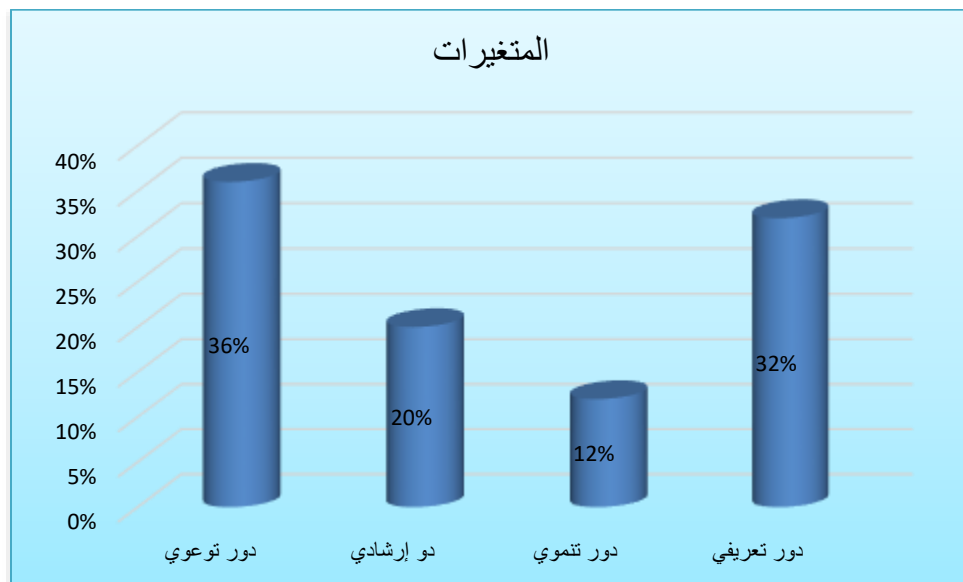


جدول رقم (4.12) يوضح دور العلاقات العامة في نقل التراث السوداني

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|------------|-----------|--------|
| دور توعوي | 18 | 36% |
| دور شادي | 10 | 20% |
| دور تنموي | 6 | 12% |
| دور تعريفي | 16 | 32% |
| الجموع | 50 | 100% |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

يوضح الجدول رقم (4.12) أعلاه أن دور العلاقات العامة في نقل التراث هو دور توعوي، بينما وجد أن (32%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة يروا أنه دور تعريفي .



جدول رقم (4.13) ان العلاقات العامة بوزارة الأعلام تقوم بالتوعية لبعض العادات السالبة في المجتمع

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|-----------|-----------|--------|
| نعم | 23 | %46 |
| إلحدا | 21 | %42 |
| لا | 4 | %8 |
| لا أعلم | 2 | %4 |
| الجموع | 50 | %100 |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

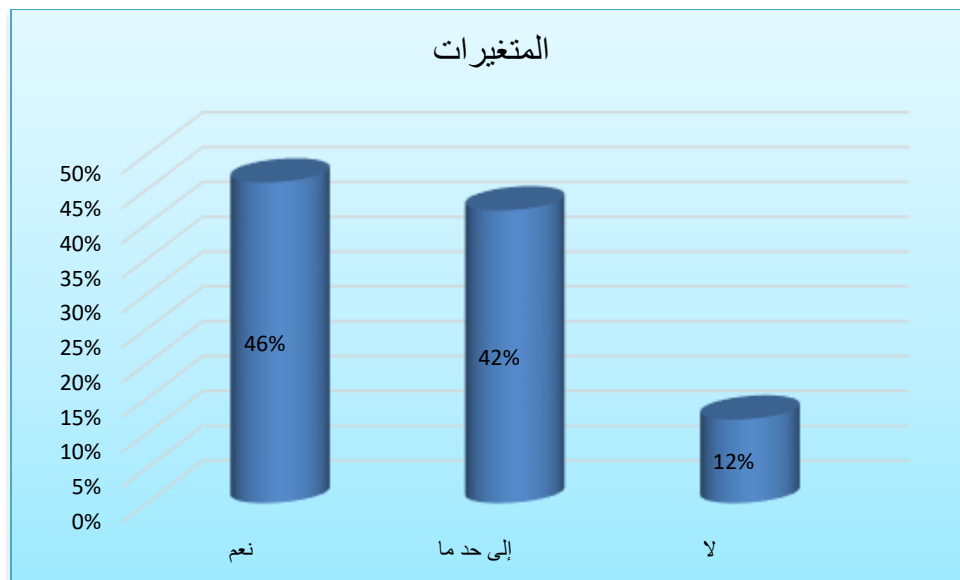
يكشف الجدول أعلاه رقم (4.13) أن العلاقات العامة في وزارة الأعلام تقوم بالتوعية لبعض العادات السالبة في المجتمع وذلك بنسبة (46%) بينما يرو ان (42%) الي حد ما أن العلاقات العامة تقوم بذلك .

جدول رقم (4.14) اهتمام العلاقات العامة بأعداد برامج منظمة بوزارة الثقافة والإعلام لرفع الوعي بالتراث السوداني ونشرة

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|-----------|-----------|--------|
| نعم | 23 | %46 |
| إلحدا | 21 | %42 |
| لا | 6 | %12 |
| الجموع | 50 | %100 |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

يبين الجدول رقم (4.14) أعلاه أن العلاقات العامة تهتم بأعداد برامج منظمة بوزارة الثقافة والإعلام لرفع الوعي بالتراث السوداني ونشرة وذلك بنسبة كبيرة تلفظ (46%)، بينما يرو ان (42%) الي حد ما أن العلاقات العامة تقوم بذلك، و (12%) لا يروا أنها تقوم بذلك .

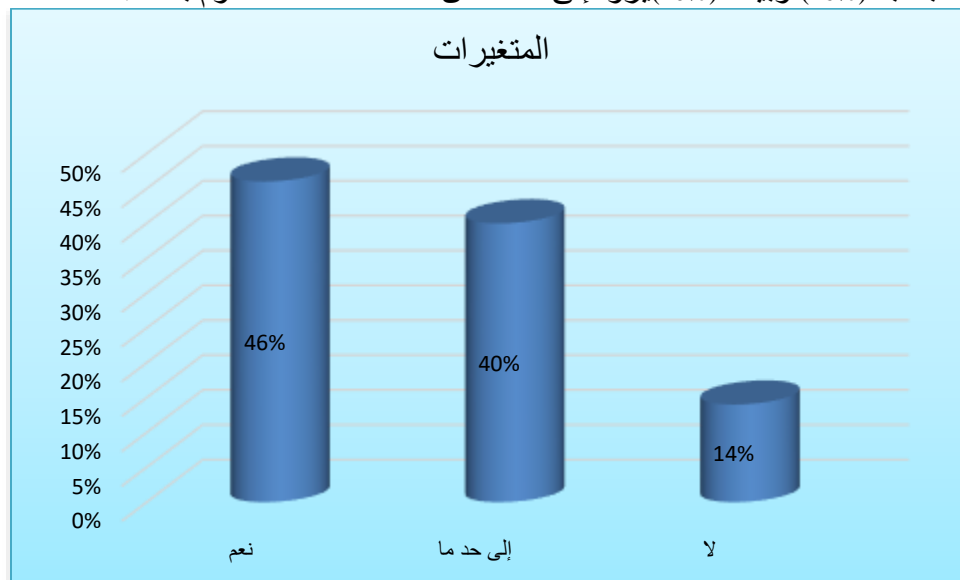


جدول رقم (4.15) يكشف ان تمارس العلاقات العامة أنشطتها بصورة فعالة بوزارة الثقافة والإعلام لرفع الوعي والاهتمام بالتراث السوداني

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|-----------|-----------|--------|
| نعم | 23 | %46 |
| إلحدا | 20 | %40 |
| لا | 7 | %14 |
| الجموع | 50 | %100 |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

يوضح الجدول رقم (4.15) أعلاه أن العلاقات العامة تمارس أنشطتها بصورة فعالة بوزارة الثقافة والإعلام لرفع الوعي والاهتمام بالتراث السوداني ذلك بنسبة (46%) وبينما (40%) يروا إلى حد ما أن العلاقات العامة تقوم بذلك .

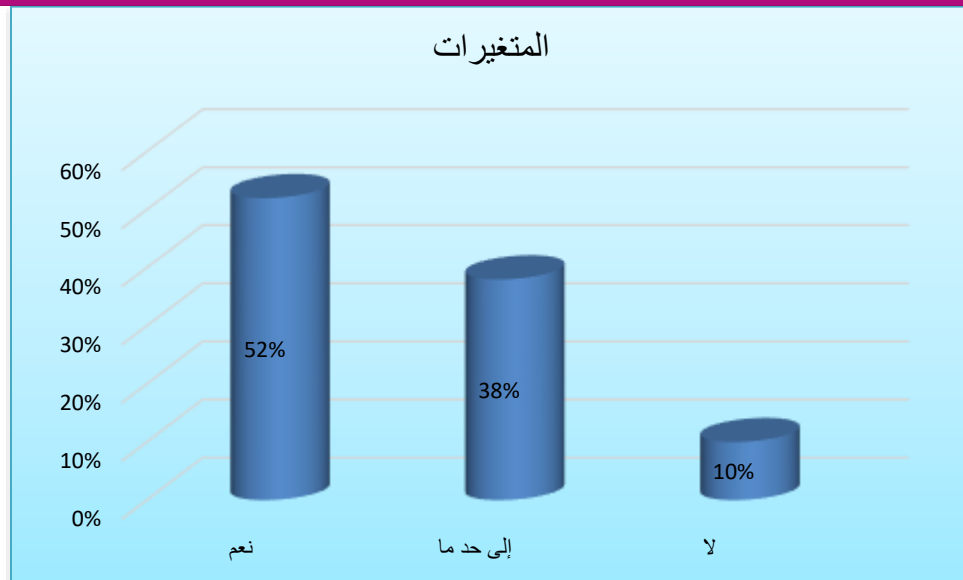


جدول رقم (4.16) ان العلاقات العامة تسعي بوزارة الثقافة والإعلام بالكشف عن التراث في ولاية سنار ونشرة عبر وسائل الإعلام

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|-----------|-----------|--------|
| نعم | 26 | %52 |
| إلحدا | 19 | %38 |
| لا | 5 | %10 |
| الجموع | 50 | %100 |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

يبين الجدول رقم (4.16) أعلاه أن العلاقات العامة تسعي بالكشف عن التراث في ولاية سنار ونشرة عبر وسائل الإعلام وذلك بنسبة كبيرة بلغت (52%)، وبينما (38%) يروا إلى حد ما .

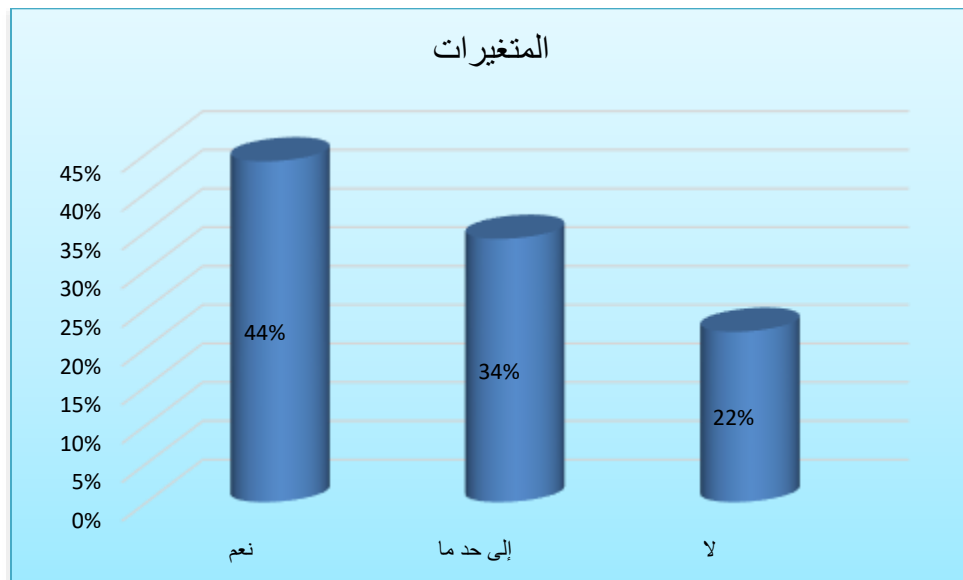


جدول رقم (4.17) يوضح قيام العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام بإنتاج أفلام وثائقية عن التراث الإسلامي ويتم نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|-----------|-----------|--------|
| نعم | 22 | 44% |
| إلى حد ما | 17 | 34% |
| لا | 11 | 22% |
| الجموع | 50 | 100% |

المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

يبين الجدول رقم (4.17) أعلاه أن تقوم العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام بإنتاج أفلام وثائقية عن التراث الإسلامي ويتم نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة وذلك بنسبة كبيرة بلغت (44%)، وبينما (34%) يروا إلى حد ما أن العلاقات العامة تقوم بذلك.

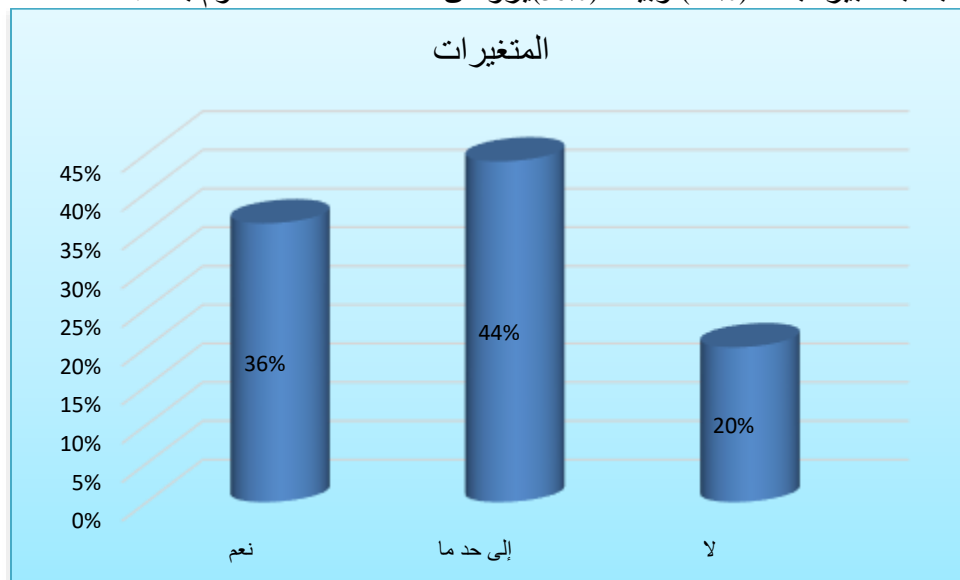


جدول رقم (4.18) يكشف عن تنظيم العلاقات العامة بوزارة الثقافة بحوث منظمة لمعرفة مدى نجاح الوزارة انشر التراث السوداني

| المتغيرات | التكرارات | النسبة |
|-----------|-----------|--------|
| نعم | 18 | 36% |
| إلى حد ما | 22 | 44% |
| لا | 10 | 20% |
| الجموع | 50 | 100% |

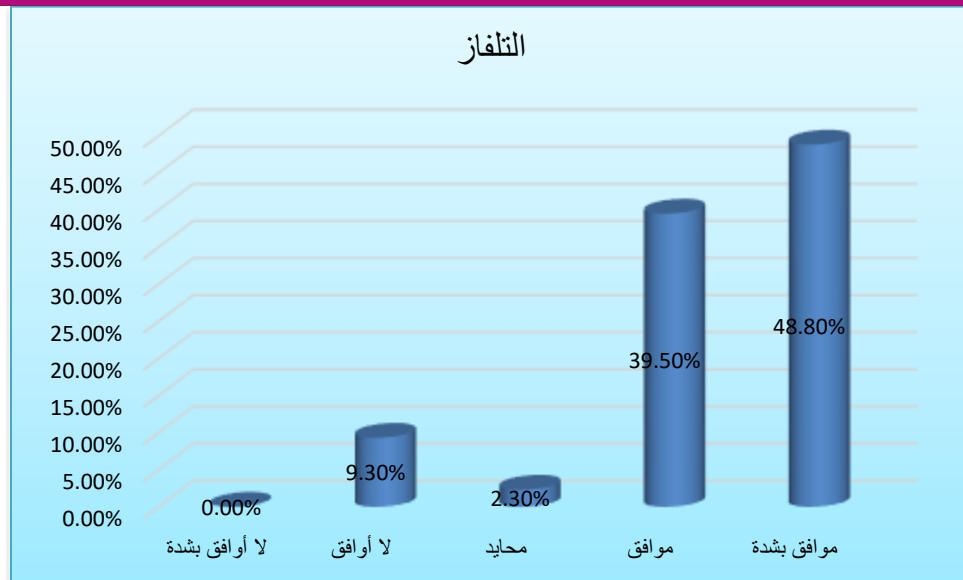
المصدر: تحليل الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية 2020

يكشف الجدول رقم (4.18) أنه علاه أن تنظم العلاقات العامة بوزارة الثقافة بحوث منظمة لمعرفة مدى نجاح الوزارة في نشر التراث السوداني وذلك بنسبة كبيرة بلغت (44%) وبينما (36%) يروا أن العلاقات العامة تقوم بذلك.



جدول رقم (4.19) يبين مساهمات العلاقات العامة في إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال

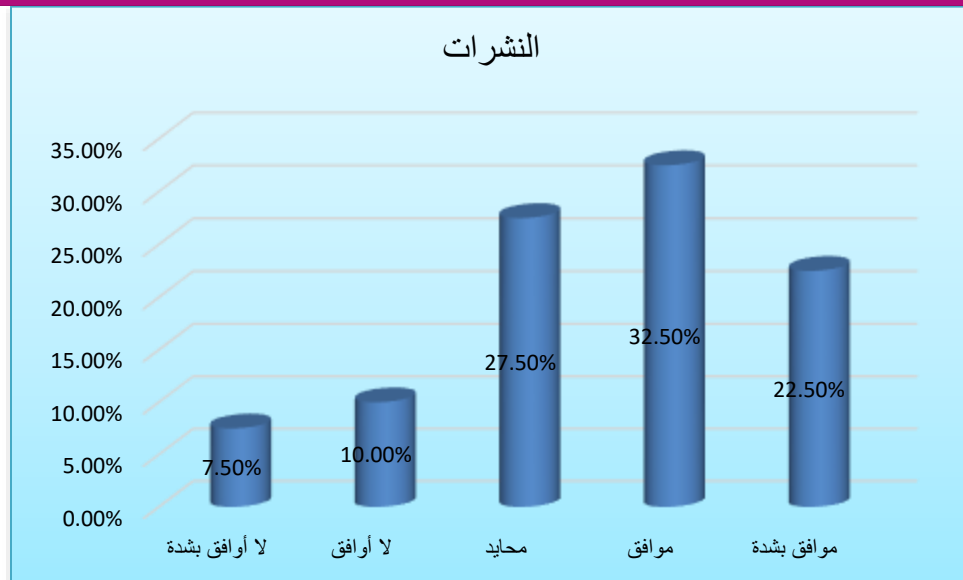
| النشاط | المتغير | لاوافق بشدة | لاوافق | محايد | موافق | موافق بشدة | Total |
|--------|----------|-------------|--------|-------|-------|------------|-------|
| التفاز | العدد | 0 | 4 | 1 | 17 | 21 | 43 |
| | النسبة | .0% | 9.3% | 2.3% | 39.5% | 48.8% | 100% |
| | المفقودة | | | | | | 7 |



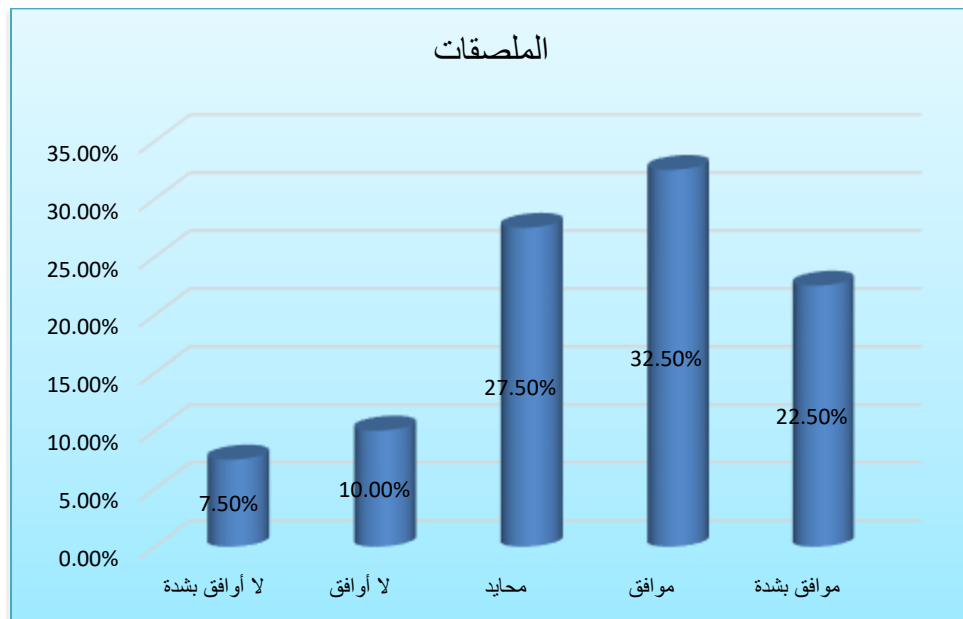
| | | | | | | | |
|------|-------|-------|-------|-------|-----|----------|-------|
| 38 | 5 | 15 | 11 | 7 | 0 | العدد | الصحف |
| 100% | 13.2% | 39.5% | 28.9% | 18.4% | .0% | النسبة | |
| 12 | | | | | | المفقودة | |



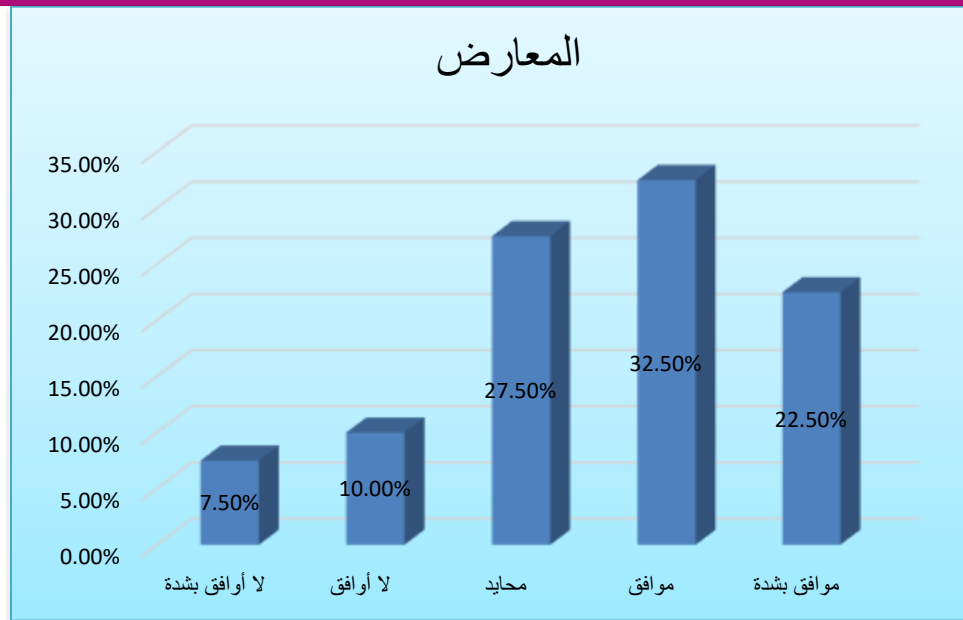
| | | | | | | | |
|------|-------|-------|-------|------|-----|----------|---------|
| 41 | 8 | 15 | 14 | 4 | 0 | العدد | النشرات |
| 100% | 19.5% | 36.6% | 34.1% | 9.8% | .0% | النسبة | |
| 9 | | | | | | المفقودة | |



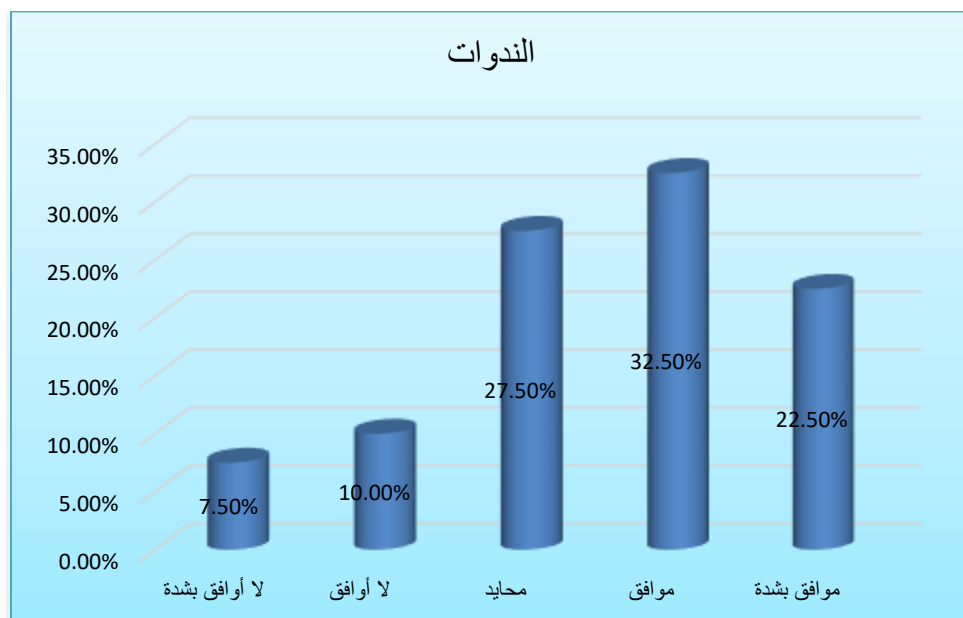
| | | | | | | | |
|------|-------|-------|-------|-------|-----|----------|----------|
| 40 | 12 | 14 | 9 | 5 | 0 | العدد | الملصقات |
| 100% | 30.0% | 35.0% | 22.5% | 12.5% | .0% | النسبة | |
| 10 | | | | | | المفقودة | |

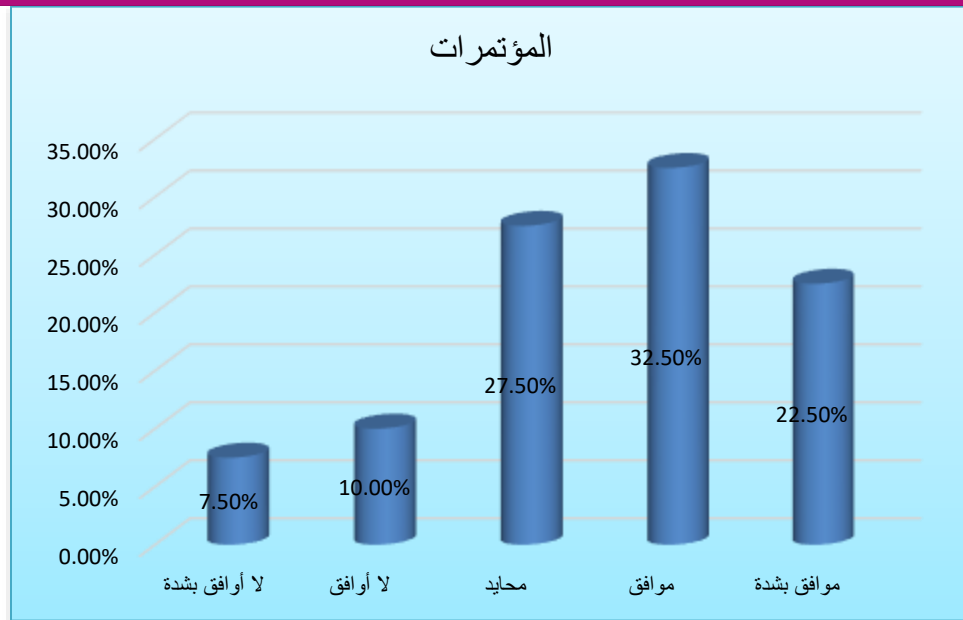


| | | | | | | | |
|------|-------|-------|-------|-----|-----|----------|---------|
| 43 | 24 | 13 | 6 | 0 | 0 | العدد | المعارض |
| 100% | 55.8% | 30.2% | 14.0% | .0% | .0% | النسبة | |
| | | | 7 | | | المفقودة | |

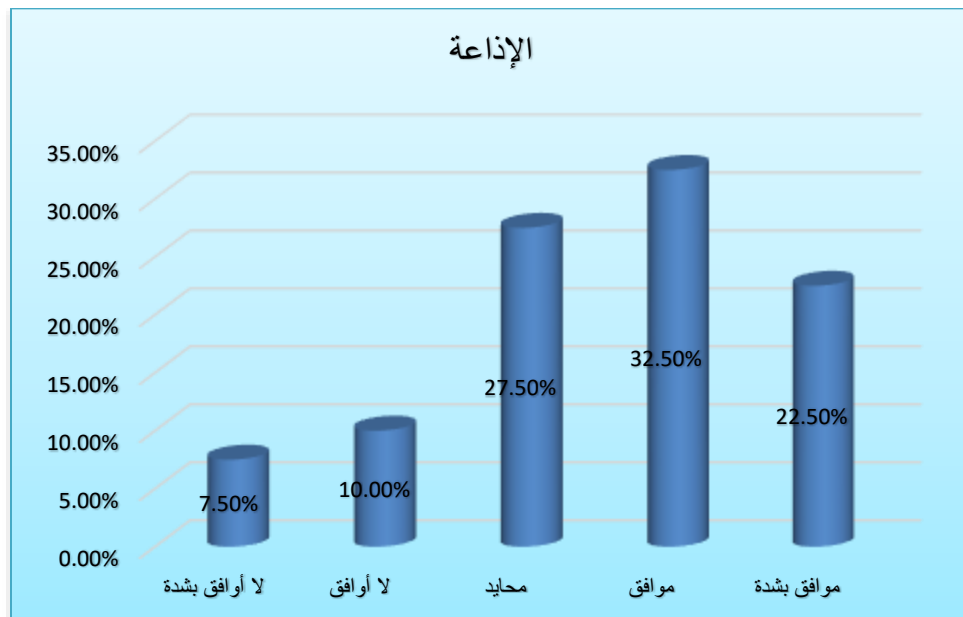


| | | | | | | | |
|------|-------|-------|-------|------|------|----------|-----------|
| 40 | 17 | 11 | 8 | 2 | 2 | العدد | الندوات |
| 100% | 42.5% | 27.5% | 20.0% | 5.0% | 5.0% | النسبة | |
| 10 | | | | | | المفقودة | |
| 40 | 15 | 14 | 6 | 3 | 2 | العدد | المؤتمرات |
| 100% | 37.5% | 35.0% | 15.0% | 7.5% | 5.0% | النسبة | |
| 10 | | | | | | المفقودة | |

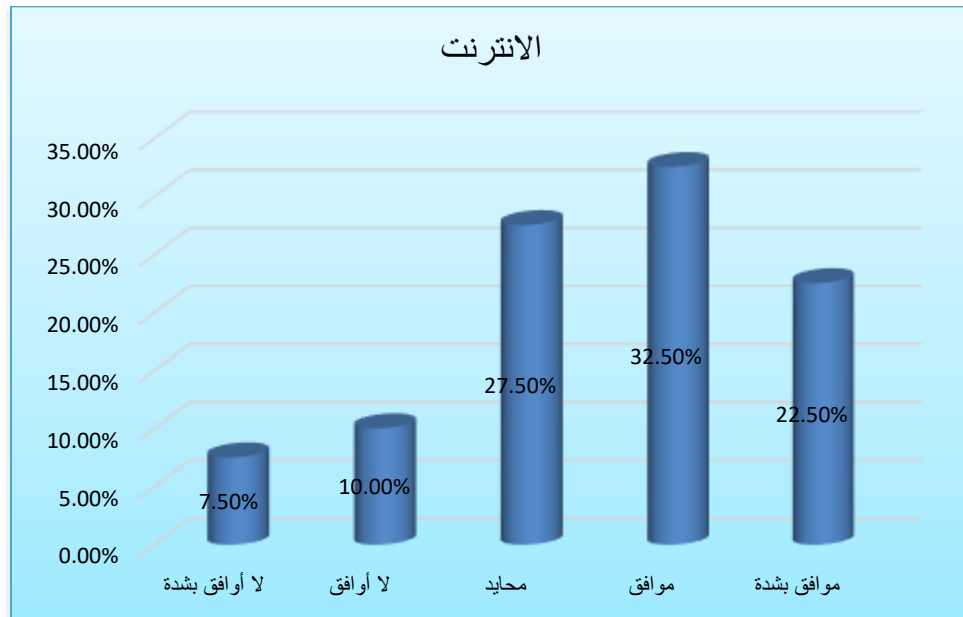




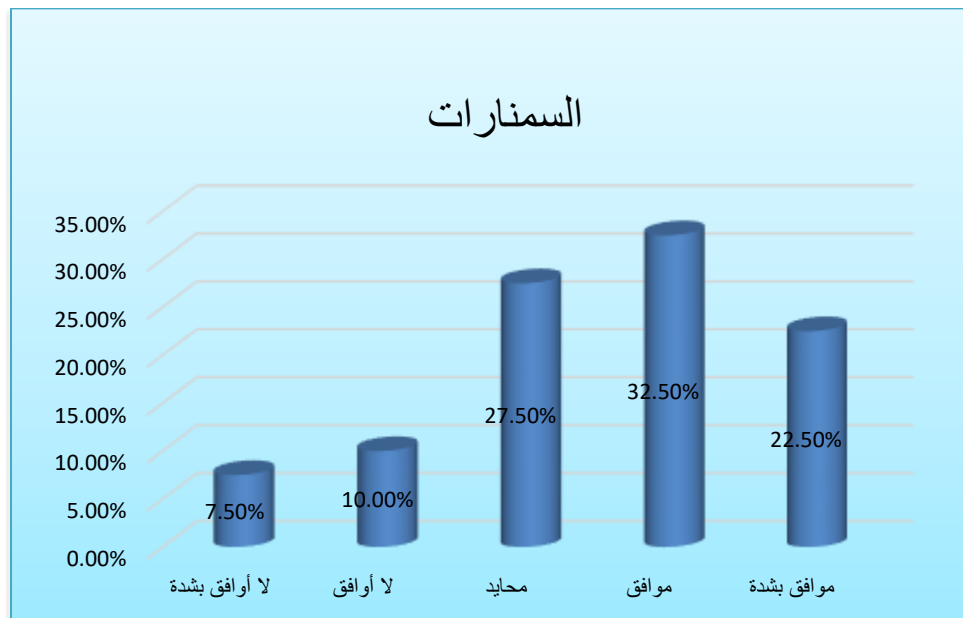
| | | | | | | | |
|------|-------|-------|------|-----|-----|----------|---------|
| 41 | 25 | 15 | 1 | 0 | 0 | العدد | الإذاعة |
| 100% | 61.0% | 36.6% | 2.4% | .0% | .0% | النسبة | |
| 9 | | | | | | المفقودة | |



| | | | | | | | |
|------|-------|-------|-------|-------|------|----------|----------|
| 44 | 21 | 10 | 6 | 6 | 1 | العدد | الانترنت |
| 100% | 47.7% | 22.7% | 13.6% | 13.6% | 2.3% | النسبة | |
| 6 | | | | | | المفقودة | |



| المرحلة | النسبة | العدد |
|---------------|--------|-----------|
| لا أوافق بشدة | 7.5% | 3 |
| لا أوافق | 10.0% | 4 |
| محايد | 27.5% | 11 |
| موافق | 32.5% | 13 |
| موافق بشدة | 22.5% | 9 |
| | | 40 |
| | | 100% |
| | | المفقودة |
| | | السمنارات |



ومن خلال الجدول التالي نلاحظ الآتي:

- 1- أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال التلفاز بنسبة بلغت (88.3%) أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (2.3%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (9.2%)
- 2- أعلن نسبة من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال الصفحة بلغت (51.7%) أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (28.9%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (18.4%)

3-أعلن نسبة من أفراد عينة الدراسة يوافقون علينا العلاقات العامة في إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال المنشورات بلغت (56.1%) أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (9.8%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (34.1%)

4-بينت الدراسة أن المبحوثين يوافقون على أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال الملصقات بلغت (65%) أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (22.5%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (12.5%)

5- بينت الدراسة أن الموافقين على أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال المعارض بلغت (86%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (14%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (0%)

6-أوضحت الدراسة أن الموافقين على أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال الندوات بلغت (70%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (20%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (10%)

7-أوضحت الدراسة أن الموافقين على أن لعلاقات العامة تعمل على إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال المؤتمرات بلغت (76.5%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (15%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (8.5%)

8- بينت الدراسة أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال الإذاعة بلغت (97.6%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (2.4%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (0%)

9-أعلنت الدراسة أن الموافقين أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال الانترنت بلغت (70.1%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محده فقد بلغت نسبتهم (13.6%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (15.9%)

10- كشفت الدراسة أن الموافقين على أن العلاقات العامة تعمل إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث من خلال السماعات بلغت (5%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (27.5%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (17.5%)

جدول رقم (4.20) التوزيع التكراري النسبي للأفراد عينة الدراسة حسبما المشكلات التي تواجه العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني في وزارة الثقافة والإعلام

| Total | موافق بشدة | موافق | محايد | لاوافق | لاوافق بشدة | المتغير | النشاط |
|-------|------------|-------|-------|--------|-------------|----------|------------------------|
| 41 | 20 | 10 | 6 | 5 | 0 | العدد | إجراء البحوث والدراسات |
| 100% | 48.8% | 24.4% | 14.6% | 12.2% | .0% | النسبة | |
| | | | | | | المفقودة | 9 |

| العدد | النسبة | المفقودة |
|-------|--------|----------|
| 42 | 20 | 15 |
| 100% | 47.6% | 35.7% |
| | | 8 |

| العدد | النسبة | المفقودة |
|-------|--------|----------|
| 40 | 14 | 16 |
| 100% | 35% | 40.0% |
| | | 10 |

| العدد |
|-------|
| 44 |
| 23 |
| 14 |
| 4 |
| 1 |
| 2 |

| | | | | | | | |
|------|-------|-------|------|------|------|----------|---------------------|
| 100% | 52.3% | 31.8% | 9.1% | 2.3% | 4.5% | النسبة | التنوير والتوعية |
| 6 | | | | | | المفقودة | |

ومن خلال الجدول التالي نلاحظ الآتي:

- 1- أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة يوافقون علناً المشكلات التي تواجه العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني في وزارة الثقافة والإعلام هي إجراء البحوث والدراسات بلغت (73.2%) أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (14.6%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (12.2%)
- 2- أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة يوافقون علناً المشكلات التي تواجه العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني في وزارة الثقافة والإعلام هي إجراء البحوث والدراسات بلغت (83.3%) أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (7.1%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (9.5%)
- 3- أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة يوافقون علناً المشكلات التي تواجه العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني في وزارة الثقافة والإعلام هي إجراء البحوث والدراسات بلغت (75%) أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (17.5%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (7.5%)
- 4- أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة يوافقون علناً المشكلات التي تواجه العلاقات العامة في رفع الوعي بالتراث السوداني في وزارة الثقافة والإعلام هي إجراء البحوث والدراسات بلغت (84.1%) أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (9.1%) بينما غير الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم (6.8%)

| | | | | | | | |
|----|---|----|----|---|---|-------|--------|
| 38 | 5 | 15 | 11 | 7 | 0 | العدد | الصفحة |
|----|---|----|----|---|---|-------|--------|

خاتمة:

الحمد لله الذي سهل أمام الورقة وأخيراً أتمنى أن تكون هذه الدراسة رصيماً معرفياً تتداوله الأجيال حتى تعم الفائدة للجميع، وقد كشف البحث عن العديد من النتائج من أهمها .

النتائج:

- 1- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين هم من الجامعيين .
- 2- أسهمت العلاقات العامة في وزارة الثقافة والإعلام في رفع الوعي بالتراث السوداني بجميع وسائل الاتصالات (التلفاز بنسبة 41% والصحف بنسبة 38% .
- 3- كشفت الدراسة أن العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام تمارس أنشطتها بصورة فعالة لرفع الوعي والاهتمام بالتراث السوداني.
- 4- أوضحت الدراسة بأن العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام تقوم بالكشف عن التراث في ولاية سنار ونشره عبر الوسائل الإعلامية المختلفة.
- 5- أسهمت العلاقات العامة في وزارة الثقافة والإعلام في إيجاد علاقة قوية بين المجتمع من خلال البرامج التي تبثها عن التراث السوداني .
- 6- قامت العلاقات العامة بوزارة الثقافة والإعلام بولاية سنار بالتوعية لبعض العادات السالفة في المجتمع السوداني
- 7- أوضحت الدراسة ان للعلاقات العامة دور توعوي وتعريف بالتراث السوداني بوزاره الثقافة والاعلام.

التوصيات:

- بعد استعراض النتائج استطاع الباحث أن يخرج بعدد من التوصيات وذلك كالآتي:
- العمل على زيادة البرامج المختصة بالتراث السوداني بوزارة الثقافة والإعلام بولاية سنار.
- ضرورة إجراء البحوث والدراسات لمعرفة مدى انتشار التراث السوداني بولاية سنار ووضع برامج مبنية على نتائج البحوث.

- على وزارة الثقافة والإعلام زيادة عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة من ذوي التخصص، والاهتمام بتدريبهم وتأهيلهم بالدورات التدريبية المتخصصة في مجال العلاقات العامة والإعلام.
- التركيز على تصميم برامج ثقافية للمواطنين ويراعى فيها توعية المواطنين بالتراث السوداني.
- وضروه الاهتمام به وتطويره والمحافظة عليه.

المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: الكتب والمراجع:

- 1- علي السيد إبراهيم عوجة ، العلاقات العامة في المجال التطبيقي ، ب ط ، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح ، 2001م) ، ص16-17.
- 2- إلياس سلوم ، تقنية العلاقات العامة ، ط1 ، (دار الرضا للنشر ، 2000م) ، ص10
- 3- مختار التهامي ، وإبراهيم الداغوي ، مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية ، ط1 ، (القاهرة: دار الكتب للطباعة والنشر ، 1980م) ، ص16.
- 4- أحمد حسين محمد ، مبادئ في العلاقات العامة نظريات وتطبيقات ، ط1 ، (دار الخليج للنشر والتوزيع ، 2014م) ، ص14.
- 5- خالد الصوفي ، العلاقات العامة أساليب وممارسات ، ب ط ، (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، 2004م) ، ص12
- 6- حسين عبد الحميد أحمد رشوان () حسين عبد الحميد أحمد رشوان ، العلاقات العامة والإعلام في منظور علم الاجتماع ، ط4 ، (الإسكندرية المكتب الجامعي الحديث ، 2003م) ، ص177
- 7- معاذ أحمد عصفور ، العلاقات العامة – النشأة – التعريف – المفهوم ، ب ط ، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع ، 2014م) ، ص35.
- 8- سيد أحمد العقيد ، دور التراث في بناء الحاضر واستشراف المستقبل ، منشورات الخرطوم عاصمة الثقافة العربية ، 2005م ، ص11
- 9- المرجع السابق، ص33
- 10- رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان العلاقات العامة ودورها في نشر التراث السوداني بالتطبيق على الهيئة القومية للثقافة في الفترة ما بين 2000م - 2001م - 1426هـ - 2005م ، إعداد الطالبة سلمى عوض محمد ، ص52
- 11- عبدالله علي الطابور ، فاطمة سعود المنصوري ، مدخل للتراث الشعبي في الإمارات ، الطبعة الأولى ، أبو ظبي ، دار الكتب الوطنية ، 1423هـ - 2002م ، ص21 - 22
- 12- المؤلف مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع ، الموسوعة العربية العالمية ، مرجع سابق ، ص180 - 182
- 13- المؤلف مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع ، الموسوعة العربية العالمية ، مرجع سابق ، ص180 - 182
- 14- مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع ، مرجع سابق ، ص182.
- 15- صحيفة الانتباهة السودانية ، 29 أغسطس ، 2012م
- 16- عبد الحميد محمد احمد ، القيم الاجتماعية في التراث الأدبي السوداني ، السودان ، الخرطوم ، الدار السودانية للكتب ، 2002م ، ص51-52
- 17- سعد الدين محمد احمد ، ملامح من آثار الزمان في تغير الأحوال بالسودان ، الخرطوم ، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة ، ط1 ، 2011م ، ص167.
- 18- سعد الدين محمد احمد ، المرجع سابق ، ص168
- 19- عبد الحميد محمد احمد- المرجع سابق، ص124-125
- 20- عبد الرحيم محمد خبير ، مصدر سابق ، ص4

- 21- كمال الدين نور الدين ، أستاذ مشارك ، جامعة سنار ، كلية العلوم الإسلامية والعربية ، قسم الدراسات الإسلامية ، الخميس ، الموافق 2014/5/15م
- 22- كمال الدين نور الدين ، مرجع سابق
- 23- عون الشريف قاسم ، الإسلام والعربية في السودان ، دار المأمون المحدودة ، الخرطوم ، ب ط ، ب ت ، ص 172
- 24- علوية مختار ، الزى السوداني قيمة اجتماعية ، أوراق منشورة ، 2015/11/23م ، WWW.alarapy.co.uk
- 25- علوية مختار ، مرجع سابق.
- 26- يوسف أبو قرون ، لمحات عن حياة وعادات، بدون ط، دار الشام أم درمان ابريل 1969م، ص 81

رابعًا: المواقع الإلكترونية:

- 1- www.almany .com .
- 2- WWW.alarapy.co.uk
- 3- www. wikipedia.com.
- 4- Google.com

هوامش البحث: