



قسم العلوم السياسية

السنة الجامعية 1440-1441هـ / 2019-2020م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان :

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات، وأشكره وأثني عليه الشاء كله سبحانه
وتعالى على ما أعطاني من قدرة وصحة لإتمام هذا العمل، والذي من خلاله
أترجم معاني الاحترام والتقدير لكل من ساهم ولو بكلمة في إنجازه، وأسأل الله
عز وجل أن يجعله عملاً خالصاً لوجهه الكريم .

أتقدم بالشكر الجزيل الحامل لكل معاني الامتنان والاحترام والعرفان بالجميل

للأستاذ المشرف : زوبيري عبد الله

ونتقدم بالشكر إلى كل أساتذة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة وبالأخص
أساتذة قسم العلوم السياسية على كل المعلومات التي قدموها لنا طيلة المشوار الجامعي .

إهداء :

إلى الذي أنار دربي وعلمني أن الحياة جهاد مصدر أمني ومأمني في الحياة "أبي" حفظه ربي

إلى رمز التضحية والصبر "أمي" أطل الله في عمرها.

إلى من قاسموني تفاصيل حياتي أخوتي: سميحة، وفاء، فؤاد ، أسامة.

إلى من أعادوا للبيت الحياة بشغبهم وفوضاهم نبض القلب أولاد أختي:

رفيدة، رائد، ماري، جوري.

إلى من كانت لي سنداً وعددا رفيقة دربي التي شدت يدي نحو النجاح وطلب العلم

شدا توأم الروم "سمراء" وزوجها ولؤلؤاتها المكنونات: آيات، نسبية، جنة، آلاء.

إلى الذي وضع حجر الأساس لكل نجاحاتي وإنجازاتي خالي "نور الدين" إليه وعائلته الكريمة .

إلى كل من علمني حرفاً طيلة مساري التعليمي .

إلى كل من مد لي يد العون ولو بكلمة .

إلى زملائي وزميلاتي دفعة ماستر 2020/2019.

شاكي حمادة

مقدمة

يعد مفهوم كل من الإعلام والتنمية من المفاهيم التي فرضتها طبيعة التطور الاجتماعي والعولمي حيث إن كلا منهما يشكل عنصرا أساسيا من عناصر الحضارة وآليات تقدمها وقد قيل قديما إن الاقتصاد عصب الحياة والآن صار للحياة عصب آخر وهو الإعلام.

مع تعقد الحياة واتساع نطاق المجتمعات وتزايد حاجة الأفراد إلى التعاون فيما بينهم من أجل تذليل الصعوبات المعيشية ازدادت الحاجة إلى تطوير وسائل الاتصال لتصبح أكثر تطورا فيطوي تطورها تكلفة المسافات وبطأ الوقت.

هذا التطور لوسائل الإعلام طور معه وظيفته حيث لم يعد دوره مقتصرًا على نقل الأخبار بل تعداه لصناعة الحدث وكذا صناعة الوعي عند الجماهير.

ولأن التنمية المحلية في حاجة لوعي جماهيري لإنجاحها، فقد أُلقي على عاتق الإعلام مهمة تهيئة الجماهير للخطط التنموية ودفعهم للمساهمة فيها.

هذه الأسباب أدت إلى ظهور الإعلام التنموي.

❖ الإشكالية و التساؤلات:

منطلق بحثنا هو الإجابة عن الإشكالية الآتية: ما هو دور الإعلام ومدى مساهمته في عملية التنمية المحلية في الجزائر ؟

وسنحاول تحليل ودراسة هذه الإشكالية من خلال مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي نؤجزها على النحو التالي:

✓ ما المقصود بالإعلام والتنمية ؟

✓ ما العلاقة بين الإعلام والتنمية المحلية ؟

✓ ما هي القوانين والتشريعات التي تنظم الإعلام في الجزائر ؟

✓ ما هو دور الإعلام في التنمية المحلية في الجزائر ؟

✓ ما هي المعوقات التي تواجه الإعلام في الجزائر ؟

✓ ما هي السبل المقترحة لتجاوز العوائق التي تقف أمام الإعلام في الجزائر ؟

❖ الفرضيات:

أرفقنا إشكالية البحث بعدة فرضيات تشكل محاور الدراسة وهي:

- ✓ كلما كان الإعلام ذا مصداقية كلما ساهم في إنجاح عملية التنمية المحلية .
- ✓ كلما كان الإطار القانوني للإعلام يكفل ويعزز حرية التعبير كلما انعكس ذلك في نجاح عملية التنمية المحلية.

❖ أهداف البحث :

من خلال الإشكالية المطروحة تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، تتمثل فيما يلي:

1. تحديد ماهية الإعلام وأبرز المراحل التي مر بها.
2. إبراز مدى أهمية الإعلام ومدى تأثيره في حياة الفرد والمجتمع.
3. إظهار مساهمة الإعلام في عملية التنمية.
4. معرفة المسار التاريخي والنصوص القانونية للإعلام في الجزائر.
5. واقع الإعلام ومدى مساهمته في التنمية في الجزائر.
6. معرفة المشاكل والمعوقات التي تقف في طريق الإعلام في الجزائر.
7. الوقوف عند سبل تفعيل دور الإعلام في الجزائر.

❖ حدود الدراسة :

يكن تحديد معالم هاته الدراسة من حصرها في الحدود والمجالات التالية:

- ✓ المجال الزمني: سيتم حصر هذه الدراسة في الفترة الزمانية من 1989-2020 وهي مرحلة التعددية السياسية .

✓ **المجال المكاني:** سيتم تناول الموضوع من خلال إسقاطه على التجربة الإعلامية الجزائرية والمسار التاريخي ومجموعة القوانين التي نظمت الإعلام في الجزائر.

مبررات الدراسة:

مبررات الدراسة في هذا الموضوع منه ما هو ذاتي وهو ميلنا للموضوع لمعرفة دور الإعلام ومدى مساهمته في التنمية المحلية.

والمبرر الموضوعي: هو أهمية هذا الموضوع والحيز الكبير الذي أخذه من انشغالات الباحثين والمختصين.

❖ أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الموضوع من الأهمية البالغة لدور الإعلام في التنمية المحلية.

حيث أن الإعلام أصبح يؤدي دورا محوريا في حياة الفرد وبناء الدولة في كل مجالاتها اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا وثقافيا ...

ومن هذه الزاوية تتجلى أهمية الموضوع وتشكل دافعا لأي باحث إلى الخوض فيه.

❖ الإطار المنهجي:

في هذه الدراسة وقصد الإجابة على الإشكالية المطروحة ثم إتباع المناهج التالية:

✓ **المنهج الوصفي التحليلي.**

وتم إتباع هذا المنهج في وصف وتحديد مدلول كل من الإعلام والتنمية المحلية وخصائص الإعلام وكذا ركائز التنمية .

✓ **منهج تحليل المضمون:**

وتم توظيفه في تحليل مضمون القوانين التي تنظم الإعلام في الجزائر .

✓ **المنهج التاريخي:**

وقد اتبعنا هذا المنهج لتتبع التطور التاريخي لوسائل الإعلام وكذا نشأة وتطور التنمية والتنمية المحلية والمسار التاريخي للإعلام في الجزائر.

❖ أدبيات الدراسة:

في هذا الموضوع توجد العديد من الدراسات منها:

✓ كتاب "الإعلام التنموي والتغيير الاجتماعي" لعاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد، الطبعة الخامسة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، تناول فيه مفهوم نظرية الإعلام التنموي وعلاقة ذلك بالتغيير الاجتماعي.

✓ بالإضافة إلى مذكرة الطالب "الطيب بوداود" لنيل شهادة الماستر بجامعة المسيلة 2017/2016 بعنوان "الإعلام والتنمية المجتمعية في الجزائر"، التي تناول فيها كيف يؤثر الإعلام باعتباره فاعلا أساسيا في تحقيق التنمية المجتمعية بالجزائر .

✓ كما جاءت مذكرة "سويقات لبنى" لنيل شهادة الماجستير بجامعة وهران 2010/2009 تحت عنوان "الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع" والتي تناولت دور الإعلام المحلي في عملية التنمية.

أما في بحثنا هذا سوف يعالج الموضوع من زاوية أخرى وهو دور الإعلام ومساهمته في نجاح عملية التنمية المحلية في الجزائر السياسية والاجتماعية والثقافية والبيئية .

❖ قراءة في فصول الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على فصلين للإجابة على الإشكالية التي طرحناها والفرضيات التي وضعناها .

فقد تناولنا في الفصل الأول الإطار المفاهيمي لكل من الاعلام والتنمية المحلية كما تطرقنا لأهمية وخصائص الإعلام وكذا مقومات نجاح التنمية المحلية ، والعلاقة تربط الإعلام بالتنمية ومستويات تدخل هذا الأخير في العملية التنموية .

أما في الفصل الثاني فنتناولنا فيه واقع الإعلام في الجزائر ودوره في عملية التنمية المحلية بجميع أبعادها (السياسية، الاقتصادية ، الاجتماعية ، الثقافية ، البيئية) من خلال تتبع المسار التاريخي والإصلاحات القانونية للإعلام في الجزائر في ظل التعددية السياسية .

كما تطرقنا لتحديات الإعلام في الجزائر وسبل تفعيله.

الفصل الأول: الإعلام والتنمية المحلية

سننتظر في هذا الفصل إلى الوقوف عند ماهية كل من الإعلام و التنمية المحلية والعلاقة بينهما ضمن ثلاث مباحث.

المبحث الأول: تطرفنا فيه لنشأة الإعلام وتطوره وأهم خصائصه ومدى أهميته في حياة الإنسان.

أما المبحث الثاني: فنتناولنا فيه مفهوم التنمية المحلية ومقومات نجاحها.

لنتناول في المبحث الثالث: علاقة الإعلام بالتنمية المحلية فأشرنا إلى نشأة الإعلام التنموي ومفهومه وأنواع الإعلام التنموي ومستويات تدخل وسائل الإعلام في العملية التنموية.

ومنطلق بحثنا في هذا الفصل: ما العلاقة التي تربط الإعلام بالتنمية المحلية ؟

– المبحث الأول: ماهية الإعلام :

سنتناول في هذا المبحث مفهوم الإعلام ونشأته ومدى أهمية الإعلام في حياة الفرد والمجتمع.

• المطلب الأول: نشأة وتطور الإعلام

منذ أن وُجدَ الإنسان على سطح الأرض وهو يمارس عملية التواصل مع غيره من بني جنسه، فالإنسان كائن اجتماعي ومدني بطبعه كما أكد هذا العلامة "ابن خلدون"، فالمجتمع الإنساني يتميز بأنه مجتمع اتصالي، قال الله تعالى: {يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ} (1).

"والواقع أن الإنسان دائم الاتصال مع الأفراد الذين يعيشون معه في المجتمع، يتصل بهم يتصلون به للتعلم والإفادة والمعلومات وتحقيق الفهم والتأثير وما إلى ذلك من أهداف يرمي إليها الأفراد في أحاديثهم ومناقشاتهم." (2)

ورغم بساطتها إذا أن الإنسان كان يمارس عملية التواصل في ذلك الوقت حيث كانت يقتصر على الحركات والرموز "الإعلام قديم قدم المجتمع البشري، فمنذ أن وُجدَ الإنسان علي هذا الكوكب... استخدم بعض الحركات (الشكل البدائي للإعلام قبل أن يهتدي الإنسان إلى اللغة) وقد وجد الإعلام بشكل البسيط(نقل الأخبار، والمعلومات بصورة موضوعية). (3)

"لقد بدأ الاتصال بين البشر حتى قبل أن يكون للإنسان لغة يستطيع التخاطب بها فكانت الإشارة أو إشعال النار أو النداء بأصوات معينة أو دق الطوى من الوسائل التي استخدمها الإنسان الأول للتعبير والتخاطب والمفاهمة حتى إذا ما تطورت المفاهيم والأعراف، أصبحت الكلمات هي الوسيلة الفعالة التي يعبر بها الإنسان عما يريد." (4)

(1) سورة الحجرات، الآية:13.

(2) عبد الرزاق الديلمى، الإعلام في ظل التطورات العالمية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2019، ص:8.

(3) منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، الإسكندرية، 2002/2001، ص:173.

(4) محمود محمد سفر، الإعلام موقف، ط1، دار تهامة، جدة، المملكة العربية السعودية، 1982، ص:18.

وبهذا نخلص إلى أن وسائل الإعلام في العصور الماضية كانت وسائل فطرية من أجل إشباع الحاجات الأساسية لدى الإنسان.

"إن قصة الإعلام في العصور الأولى تؤكد أن الإعلام أو المحتوى الإعلامي بمفهومه المعاصر لم يكن غريبا على الأمم السابقة فقد عرفته ومارسته وإن لم يكن ممارستها له مرتبط بمنهج أو ينظمها علم أو تقنن له نظريات كما نشاهد اليوم".⁽¹⁾

لكن مع تعدد الحياة واتساع نطاق المجتمعات وتزايد حاجة الأفراد إلى التعاون فيما بينهم وتبادل الخبرات من أجل تذليل الصعوبات المعيشية والسيطرة على البيئة، ازدادت حاجة الإنسان لوسائل اتصال أكثر تطورا تطوي معها تكلفة المسافات وبطأ الوقت.

التطور التاريخي لوسائل الإعلام :

لقد ساهم التطور المعرفي والتكنولوجي لدى الإنسان في تطوير وسائل الإعلام عبر الزمن، فكان لهذا التطور دور بارز في نشر المعلومات وكذا سرعة انتشار الأخبار والأنباء والأحداث عبر مختلف البيئات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعسكرية والعلمية والرياضية ومن بين أهم هذه الوسائل .

أ. الطباعة:

كان أول ظهور للطباعة في الصين في القرن 9م إذ اتبع الرهبان الصينيون طريقة الطباعة بالكتل وذلك عن طريق جلب كتل خشبية وتغليفها بالحبر ثم ضغطها على الأوراق ، أما في أوروبا فترتبط قصة الطباعة بالألماني "جوهان غونتبيرغ" الذي اخترع الأحرف المتحركة في أوروبا مع بداية القرن 19م .

وانتشرت الطباعة بسرعة فائقة في أوروبا حيث باشر الإيطاليون باستخدام الطباعة عام 1465م ثم دخلت الطباعة سويسرا عام 1468م وفرنسا عام 1470م وهولندا عام 1473م وبلجيكا والنمسا والمجر في عام 1477م والدنمارك عام 1482م والسويد في عام 1483م والبرتغال عام 1487م .

(1) محمود محمد سفر، المرجع السابق، ص:19.

ظهور الطباعة العربية في أوروبا:

أكد بعض الباحثين على أن أول مطبعة عربية وأحرفها عربية ظهرت في "فانو" بإيطاليا سنة 1514م وأول كتاب عربي طبع فيها في تلك السنة كتاب ديني ثم "سفر الزبور" سنة 1516م وبعد قليل طُبع القرآن الكريم في البندقية، ولكن لم تصلنا منه نسخة ما لأن جميع النسخ أحرقت، وقد طبع في مطبعة "باغانيني" المشهورة في البندقية. (1)

ب. الصحافة:

يرجع الفضل في نشأة الصحافة وتطورها تاريخيا إلى الحضارة اليونانية، فقد كانت السلطة آنذاك تعلق منشورات الأخبار على الجدران، وكانت تتضمن القرارات المتخذة من قبل الدولة وذلك لإيصال المعلومات والقرارات للمواطنين ومعرفة ما يجري حولهم.

وظهرت الصحف في عصر النهضة، بأوروبا على هيئة رسائل إخبارية مكتوبة باليد.

وظهرت أول صحيفة مطبوعة في ألمانيا في القرن الخامس عشر، وظهرت على شكل كراسات صغيرة، ونالت شهرة كبيرة لأنها كانت تنشر مواضيع مثيرة بدرجة عالية.

وفي حين أن الصحافة بمفهومها الحالي لم يظهر إن في القرن الخامس عشر الميلادي مع اختراع "غوتنبرغ" الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة ويجدر الذكر أن الصحافة تطورت إبان الثورة الصناعية وفي هذه الفترة ظهرت أول مجلة أسبوعية.

لكن الصحافة الحديثة لم تظهر إلى مع نهاية الحرب العالمية الثانية. (2)

ويرتبط تطور الصحافة في أوروبا وأمريكا في القرن العشرين بعوامل منها :

- الديمقراطية .
- الثورة الصناعية والتكنولوجية.
- نشأة المدن.

(1) انظر: <https://www.fikrmag.com> اطلع عليه يوم: 2020/08/27م.

(2) انظر: نشأة الصحافة وتطورها <https://sotoy.com> اطلع عليه يوم: 2020/08/15م.

- انتشار التعليم.

وانعكس ذلك على الجماهير من حيث انتشار الوعي والثقافة فتحوّلت الصحافة من حرفة إلى صناعة. (1)

ج. نشأة الإذاعة والتلفزيون:

تُعد الإذاعة أهم الوسائل الصوتية المسموعة وتسمى الإذاعة أيضا (الراديو) التي يرجع أصلها إلى الكلمة اللاتينية (راديو) وتعني نصف قطر وهذه التسمية تنطبق على الإرسال الإذاعي حيث تبث الموجات الكهرومغناطيسية مع تضمين الموجات الصوتية عبر الغلاف الجوي على هيئة دوائر كان أول إذاعة تبث برامجها عام 1906م. (2)

أما بالنسبة للتلفزيون فقد "كان الفضل كبيرا إلى جون لوجي بيرد" في اختراع التلفزيون من أدوات بسيطة تمثلت في صندوق قديم ومحرك كهربائي عُثر عليه في كومه مخلفات، تمكن هذا الرجل من إحداث موجة علمية هائلة في وسائل الإعلام والاتصال ولكن هذه المرة صوتا وصورة ودخل العالم موجة جديدة من الاختراعات التي صبت في إثراء وتطوير حقل الإعلام. (3).

• المطلب الثاني: مفهوم الإعلام .

✓ الإعلام: لغة:

هو مصدر الفعل الرباعي المزيّد "أَعْلَمَ" ومجرد الفعل الثلاثي "عَلِمَ".

أَعْلَمَ أي بَلَغَ، يقال بَلَغْتَ القومَ بلاغا.

"وقد جاء في لسان العرب: عَلِمَ وَفَقَّهَ أي تعلم وتفقه، وتعالّمه الجميع أي علموه.

(1) إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص: 117.

(2) انظر : إذاعة <https://arm.wikipedia.org> اطلع عليه يوم: 2020/08/27م .

(3) محمد عاطف، أشهر المخترعين والاختراعات العظيمة في تاريخ البشرية، دار اللطائف للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2001، ص: 127.

وذكر ابن الأعرابي أنه قال: تعلم بمعنى أَعْلَمَ ويجوز أن نقول عَلِمْتُ الشيء بمعنى عرفتُه وخبرته".⁽¹⁾

فالعلم هو الحصول على المعرفة ونقلها وتداولها بين الناس.

✓ مفهوم الإعلام اصطلاحاً:

لقد اتسع مفهوم الإعلام في عصرنا الحاضر ولم يعد قاصراً على الأخبار السريعة فحسب، بل توسع وأصبح علماً قائماً بذاته وتتنوع تعريفاته، كقولهم أن: "الإعلام يعني الحصول على معلومات حول قضية معينة ونشرها بهدف تشكيل درجة من الوعي بالتطورات المهمة لدى صانعي القرارات والإداريين وقطاعات الجمهور كافة".⁽²⁾

ونجد أن هذا التعريف قد أهمل التأكد والتيقن من مدى صحة المعلومة قبل نشرها بين الجماهير.

ويعرفه شاكر إبراهيم بأن الإعلام: "نشر الحقائق والمعلومات الدقيقة الصادقة بهدف التقرير والإقناع".⁽³⁾

وقد أشار هذا التعريف إلى هدف الإعلام وهو الإقناع والتقرير دون أن يحدد ماهية التقرير وكيفية الإقناع.

ويقول إبراهيم إمام: "الإعلام هو نشر للحقائق والأخبار والأفكار والآراء بوسائل الإعلام المختلفة"، والإضافة الهامة في هذا التعريف أنه أشار إلى الأفكار والآراء بجانب الحقائق والأخبار التي ينشرها الإعلام بوسائله المختلفة".

(1) عبد الرزاق الدليمي، الإعلام في ظل التطورات العالمية، دار اليازوري العلمية، 2019، ص:13.

(2) عبد السلام شكركر، الإعلام التوعوي المفاهيم والمجالات، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2019، ص:15.

(3) محمود محمد سفر، المرجع السابق ص:21.

كما يُعرف بأنه تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة، وبقدر ما تكون هذه الصحة والسلامة في المعلومات أو الحقائق يكون الإعلام في ذاته سليماً وقوياً.⁽¹⁾

ركز هذا التعريف على مصداقية المعلومة متغاضياً الطرق عن تأثير الإعلام وكذا وسائله في نقل المعلومة.

واعتبر عبد الفتاح كنعان الإعلام يمثل مرآة الكبرى للمجتمع، والتي يتطلع فيها الجميع لكبرى بعضهم بعضاً، يتطلع فيها المواطن ليرى ويسمح الآخرين في مسيرة الحياة اليومية للمجتمع.⁽²⁾

ولعل تعريف العالم الألماني "أتوجورت" الذي أورده الدكتور عبد الرزاق الدليمي في كتابه "الإعلام المتخصص" يعتبر أكثر التعاريف دقة للإعلام حيث يقول: "الإعلام هو التعبير الموضوعي بعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت".

وفي ظل تعدد تعاريف ومفاهيم الإعلام نخلص إلى أن الإعلام هو :

- عملية جمع ونشر الأخبار والمعلومات بعد التأكد من صدقها ودقتها في إطار موضوعي من خلال أدوات ووسائل محايدة بهدف إطلاع الجمهور عليها لتكوين درجة من الوعي لديه مما يمكنه من اتخاذ موقف معين.

مصطلحات متداخلة مع مفهوم الإعلام:

أ. مفهوم الاتصال:

هو انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو مجموعة أخرى من خلال الرموز، والاتصال وهو أساس كل تفاعل اجتماعي فهو يمكننا من نقل معارفنا وبيسر التفاهم بين الأفراد.⁽³⁾

(1) عبد الله محمود عدوي، الجماليات في الإعلام التلفزيوني، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2016، ص:5.

(2) علي عبد الله الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص:11.

(3) عبد الرزاق الدليمي، المرجع السابق ص:11.

✧ الفرق بين الإعلام والاتصال:

من خلال تعريف الإعلام والاتصال نستنتج أن هناك فروقا بين المفهومين نوجزها في:

✓ الإعلام خاصية إنسانية تتم بين البشر لما يمتازون به من مميزات العقل واللغة، أما الاتصال فهو أشمل يغطي كل الكائنات الأخرى في تفاعلها أيضا ولكن بطبيعة أخص.

✓ الإعلام يكون لعدد لا متناهي من الأشخاص في حين أن الاتصال قد يكون بين شخصين.

✓ يطلق مصطلح الإعلام على كل وسيلة أو منظمة أو مؤسسة ربحية أو غير ربحية خاصة أو عامة تقوم بهمة نشر الأخبار ونقل المعلومات، أما الاتصال هو كل وسيلة تستخدم لربط أي شخصين أو مجموعتين من أجل عملية التواصل.

ب. الإعلان:

هو التعريف السليم والأمين للسلع والخدمات والفرص المتاحة وهو أيضا محاولة تقريب المسافة بين المنتج و مقدم السلعة إلى المستهلك النهائي أو المنتفع بالخدمة أو الباحث عن فرصة. (1)

✧ الفرق بين الإعلام والإعلان:

الإعلام تقوم وسائله بالإعلام عن المادة التي تنتجها أي منظمة أو مؤسسة تجارية أو غير ربحية عامة كانت أو خاصة رسمية أو غير رسمية حيث أن الهدف الأساسي هو نشر الخبر والمعلومة، في حين أن الإعلان يستخدم بهدف الترويج و التسويق لعلامة تجارية معينة بهدف الدعاية لها مقابل ربح مادي، ومعرفة الزبون المسبقة أن الإعلان مدفوع الأجر قد تشكك في مصداقيته.

(1) زهير عابد، مبادئ الإعلان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص:23.

ج. الدعاية:

هي نشاط مصمم للتأثير على فئة من الناس بقصد إقناعهم بكفرة ما لتوجيه أو تغيير سلوكهم. (1)

✧ الفرق بين الإعلام والدعاية:

يشترط في الإعلام المصدقية شرطين من شروطه في نشر الأخبار كما أن الكشف عن مصدر المعلومة ضروري لنشرها وإخبار الجماهير بها، أما الدعاية فهي تستخدم التكرار وإثارة العواطف وتحريك الحماس كشرط لنجاحها، وقد تتضمن معلومات لا تتسم بالصدق والدقة، فهي قد تستند على بعض الحقائق وتضيف إليها بعض الأكاذيب كما هو الحال في الدعاية الرمادية وكما أنها لا تكشف عن مصدر المعلومة .

د. مفهوم الإشاعة:

تعني الانطلاق بفكرة معينة مرتبطة بواقعة معينة وسريان هذه الفكرة في مجتمع معين تحدد من حيث الزمان والمكان فيغلب عليها إن لم يكن عدم الصحة، فعلى الأقل الصحة الجزئية. (2)

✧ الفرق بين الإعلام والإشاعة:

كما ذكرنا سالفاً الإعلام من أهم شروطه الصدق وكشف المصدر ونقل الوقائع دون تعليق عليها بل سردها كما هي، أما الإشاعة فيغلب عليها الكذب أو على جزء منها أنها تعليق على واقعة معينة، هذا التعليق الذي يكون أغلبه نسجاً من الخيال، كما أن مصدرها غامض ويتدخل في حبكها العامل النفسي.

(1) عبد الرزاق الدليمي، المرجع السابق، ص: 62.

(2) حميدة سميسم، الحرب النفسية، الدار الثقافية للنشر، بغداد، 2004، ص: 29.

٥. مفهوم النشر :

هو عملية إنتاج ونشر المعلومات بأشكال مختلفة ويشير مصطلح النشر إلى توزيع الأعمال المطبوعة مثل الكتب والصحف والمجلات، ومع ظهور التكنولوجيا الرقمية نظم المعلومات والأنترنت لتشمل الموارد الإلكترونية .

☒ الفرق بين الإعلام والنشر :

يختلف الإعلام عن النشر كون أن الإعلام الهدف منه التأثير الفعلي في الأفراد والنشر الهدف منع ذبوع الخبر بين الناس على نطاق واسع أو ما يراد نشره كتعليقات صور كتابة ومجلة.

• المطلب الثالث: خصائص الإعلام :

ومن خلال ما تطرقنا إليه من عرض لمفهوم الإعلام والفرق بينه وبين مجموعة من المصطلحات المتداخلة معه نستنتج أن الإعلام مجموعة من الخصائص أهمها ما يلي:

✓ يتسم الإعلام بالصدق والواقعية والدقة والموضوعية في طرح القضايا والحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة بعد التأكد من مصدرها.

✓ يسعى الإعلام إلى التأثير في الجماهير وتثويرها ورفع مستوى الوعي لديها وتنقيف عقولها.

✓ يتصف الإعلام أيضا أنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها.

✓ تزداد أهمية الإعلام كلما ارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.

✓ يهدف الإعلام إلى شرح وتبسيط الحقائق والوقائع للجماهير.

✓ يمكن للمؤسسة الإعلامية سواء كانت مرئية أو مكتوبة أن تخصص مساحة معينة للمادة الإخبارية والإعلامية التي تعد موردا ماليا لتسد ما عليها من أجور عمال وصحافيين وو... الخ.

• المطلب الرابع: أهمية الإعلام:

إن العصر الذي نعيشه الكلمة الأولى فيه للإعلام في ظل ثورة الاتصال والمعلومات هذه الأخيرة التي جعلت من المعمورة قرية إلكترونية صغيرة " إذ أن الإعلام لم يعد ترفاً أو شيئاً كمالياً بل أصبح واقعا وضرورة لا يمكن للناس أن تستغني عنه".⁽¹⁾

بل وتعددت مهمته عملية نقل وتقديم المعلومة وتزويد الجماهير بها إلى وظيفة "التعريف بقضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا والسياسات الإعلامية والاتصالية المطبقة".⁽²⁾

وأثره على الفرد والمجتمع لا يمكن تجاهله إذ " أصبح جزءا من حياة الناس ، كما أن بناء الدولة اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا يتطلب الاستعانة بمختلف وسائط ووسائل الإعلام".⁽³⁾

ومن هنا يتضح الدور الخطير والكبير الذي يسهم به الإعلام في تطور المجتمع بشتى فئاته وقطاعاته وكذا حل مشكلاته من ذلك ما يلي :

- ✓ نقل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف النشاط الإنساني.
- ✓ رفع مستوى الوعي وتطوير الفكر العام للمجتمع.
- ✓ المساهمة في حل مشكلات المجتمع بتسليط الضوء عليها واقتراح حلول لمعالجتها وهكذا نرى أنه لا يمكن فصل الإعلام عن أي من جوانب الحياة اليومية في المجتمع.
- هذا السبب جعل من الإعلام السلطة الرابعة، وصدق من قال أن الكلمة نور وبعضها قبور فالحروب وهلاك الإنسانية ما تأتي إلا من جراء كلمة.

(1) علي عبد الله الفتاح كنعان ، المرجع السابق، ص:29.

(2) مي العبد الله، عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المنهل، دبي ، 2014، ص:46.

(3) علي عبد الله الفتاح كنعان ، المرجع السابق، ص:26.

– المبحث الثاني: ماهية التنمية المحلية ومقومات نجاحها:

منطلق بحثنا هو محاولة الإجابة عن الإشكالية وهي دور الإعلام في عملية التنمية المحلية، هذه الأخيرة التي تسعى المجتمعات الإنسانية لتحقيقها ولاسيما المختلفة منها وقبل أن نتطرق لماهية التنمية المحلية ارتأينا أنه من الضروري إعطاء لمحة مختصرة عن نشأة وتطور مفهوم التنمية عموماً.

• المطلب الأول: نشأة وتطور مفهوم التنمية:

إن ظاهرة التنمية نشأت مع نشأة البشرية فالإنسان الذي حباه الله وكرمه بالعقل يسعى جاهداً للتغلب على بيئته مفتكاً منها احتياجاته التي توفر له الراحة والاستقرار.

إلا أنها لم تأخذ أهمية كبيرة من حيث البحث إلا بعد الحرب العالمية الثانية إذ أصبح موضوع التنمية من المواضيع الهامة التي لقت اهتماماً واسعاً من الباحثين في ظل انقسام العالم إلى معسكرين اشتراكي ورأسمالي وبروز كتلة دول العالم الثالث التي انصبّت حولها الأبحاث لإحداث تغيير جذري يقضي على مسببات التخلف والفقر الذي تتخبط فيه....

والمتتبع للولادة الاصطلاحية للتنمية يجد أن : "مفهوم التنمية وُلد في حاضنة على الاقتصاد وحيث استعمل تعبيراً عن مجموعة إجراءات جوهرية لتطور ماكينة الاقتصاد، وأن هذه الماكينة هي السبب لإحداث أي تغيير".⁽¹⁾

وقد ذكر الدكتور "محمود علي الشرقاوي" في كتابه "النمو الاقتصادي وتحديات الواقع" عن نشأة مفهوم التنمية ما يلي: "وقد برز مفهوم التنمية بداية في علم الاقتصاد حيث استخدم للدلالة على عملية إحداث مجموعة من التغيرات الجذرية في مجتمع معين، بهدف اكساب ذلك المجتمع القدرة على التطور الذاتي المستمر بمعدل يحسن المتزايد في نوعية الحياة لكل أفراد، بمعنى قدرة المجتمع على الاستجابة للحاجات الأساسية والحاجات المتزايدة بالصورة التي تكفل زيادة درجات إشباع تلك الحاجات عن طريق الترشيح المستمر لاستغلال الموارد الاقتصادية المتاحة وحسن توزيع عائد ذلك الاستغلال، ثم انتقل مفهوم

(1) طلال فائق الكمالي، التنمية البشرية في القرآن الكريم، دار المحجة البيضاء للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2014، ص:56.

التنمية إلى حقل السياسة منذ ستينات القرن العشرين، حيث ظهر كحقل منفرد يهتم بتطوير البلدان غير الأوروبية تجاه الديمقراطية وتعرف التنمية السياسية: " بأنها عملية تغيير اجتماعي متعدد الجوانب، غايته الوصول إلى مستوى الدول الصناعية".

ويقصد بمستوى الدولة الصناعية إيجاد نظم تعددية على شاكلة النظم الأوروبية تحقق النمو الاقتصادي والمشاركة الانتخابية والمنافسة السياسية وترسخ مفاهيم الوطنية والسيادة ومولاة للدولة القومية. (1)

فكانت التنمية في بدايتها مقتصرة على البعد المادي للإنسان دون البعد المعنوي الذي يشكل أحد صور الإنسان الحقيقية.

هذا المفهوم المادي البحت وإن كانت له أهمية كبرى في تحديات مصير الدول إلا أنه لم يحقق الهدف المنشود والنتائج المرجوة الذي قامت من أجله عملية التنمية وهو التخلص من التخلف بجميع أبعاده الاقتصادية والسياسية الاجتماعية والثقافية والعلمية.

كما أن هذه الجوانب لها دور في تحقيق التنمية الاقتصادية لأن التنمية الاقتصادية تتم بإنسان واع له مستوى علمي وثقافي.

• المطلب الثاني: مفهوم التنمية:

✓ التنمية: لغة:

هي مصدر للفعل نَمَى يَنْمُو نُمُوًا، أي زاد وكثر ونميت الشيء جعلته ينمو.

فإنماء والتنمية: فعل ما به يزيد الشيء ويكثر. (2)

✓ التنمية: اصطلاحا:

لقد أعطي للتنمية العديد من المفاهيم من طرف الباحثين:

(1) محمود علي الشرفاوي، النمو الاقتصادي وتحديات الواقع، المنهل، دبي، 2016، ص:168.

(2) سلمان المحمدي، دراسات في قضايا فكرية معاصرة، ط1، عمان، 2017، ص:15.

فقد عرفت بأنها: "عملية صاعدة هادفة وغايات مقصودة واستراتيجيات مدروسة، وفق آليات عملية للانتقال من وضع التخلف إلى وضع التقدم".⁽¹⁾

وتُعرف أنها "العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديا والمعتمدة بأكثر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلي واشتراكه".⁽²⁾

وهي العمليات التي يمكن بها توحيد جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية لمساعدتها على الاندماج في حياة الأمة وتقديمها بأقصى قدر مستطاع.⁽³⁾

ويرى سلمان المحمدي جوهر التنمية في التصور الإسلامي بأنه: "تغيير حضاري يتناول أبنية المجتمع كافة ويشمل جوانبها المادية والمعنوية فإن أي نظرة للتنمية لابد أن تنشق من واقع وظروف هذه المجتمعات".⁽⁴⁾

بناء على ما سبق ذكره نخلص إلى أن التنمية هي عملية واعية ومدروسة ومستمرة يقوم بها الإنسان وفق آليات قصد تحسين حياة الفرد والجماعة و الانتقال بالمجتمع من مستوى هو فيه إلى مستوى أفضل في ظل توحيد جهود الحكومة والمواطنين.

ولأن الإنسان هو جوهر العملية التنموية وبه تتم وهو هدفها، كما قال جمال الجلفم المحمود: "التنمية هي عملية ديناميكية شاملة ومعقدة وعميقة وواعية ومقصودة ومدروسة تتم بالإنسان ومن أجل الإنسان وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة في المجتمع وفي مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية".⁽⁵⁾

فقد اتجهت جهود الباحثين للمورد البشري وتطوير قدراته وإبراز إمكاناته وتفجير طاقاته فكما سبق وذكرنا هو لب العملية التنموية بل جوهر التنمية، فصناعة الحضارة وبناء

(1) عبد السلام شكركر، المرجع السابق، ص: 76.

(2) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغيير الاجتماعي، ط5، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص: 9.

(3) المرجع نفسه، ص: 10.

(4) سلمان المحمدي، المرجع السابق، ص: 18.

(5) جمال الجلفم المحمود، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية، العدد 2، دمشق، 2004.

الأمم يبدأ بالإنسان لا بالهيكل الضخم، والإنجاز المادي فمن دون إنسان واعي ومؤثر لن تكون هناك إنجازات وستتدهار إن وجدت فتنمية الإنسان قبل بناء الهيكل المادي والتنمية البشرية علم يهتم بدراسة وتطوير قدرات الإنسان الفكرية والعلمية والمهارية والسلوكية والأخلاقية حتى يستطيع المحافظة على موارده المادية واستغلالها بوعي من أجل تحسين أوضاعه في المجتمع الذي يعيشه فيه وتعرف التنمية البشرية: "هي عملية توسيع الخيارات أمام الناس أي ما ينبغي أن يتاح لهم وما ينبغي أن تكون عليه أحوالهم فضلاً عما ينبغي أن يفعلوه ضماناً لتنامي مستوى معيشتهم". (1)

" فالتنمية البشرية علم يهتم بدعم محددات الفرد وقياس مستوى معيشتة وتحسين أوضاعه في المجتمع ". (2)

• المطلب الثالث: التنمية المحلية:

ظهر مفهوم التنمية المحلية في ستينيات القرن الماضي ضمن البحوث التي استهدفت مفهوم التنمية بأبعادها المختلفة.

ويعد موضوع التنمية المحلية من المواضيع التي تحظى باهتمام متزايد (من العديد من البلدان) وعلى مستوى السياسات الاقتصادية لمختلف الدول من خلال تنامي اهتمام الدول بالتسيير على المستوى المحلي الذي كان يسيطر على غالبية اقتصاديات دول العالم.

كون التنمية المحلية وسيلة لتحقيق التنمية الشاملة على المستوى القطري لتحسين نوعية الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحضرية للمجتمعات المحلية، بتضافر الجهود الشعبية والحكومية على حد سواء.

✓ مفهوم التنمية المحلية:

حيث تُعرف التنمية المحلية بأنها "العملية التي بواسطتها يمكن تحقيق التعاون الفعال بين الجهود الشعبية والجهود الحكومية للارتقاء بمستويات المجتمعات المحلية والوحدات المحلية

(1) حامد عمار، دراسات في التربية والثقافة، مقالات في التنمية البشرية العربية، الدار العربية للكتاب، ط1، القاهرة، 1998، ص:40.

(2) جمال حلاوة، علي صالح، مدخل إلى علم التنمية البشرية، دار الشروق، عمان، 2009، ص:21.

اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وحضاريا من منظور تحسين نوعية الحياة لسكان تلك المجتمعات المحلية في أي مستوى من مستويات الإدارة المحلية في منظومة شاملة ومتكاملة". (1)

وفقا لهذا التعريف فإن التنمية المحلية تعتمد على عنصرين أساسيين هما الجهود الشعبية بتقبل المشاريع المحلية ودعمها بل ومشاركة الأهالي أنفسهم في جميع الجهود التي تبذل لتحسين مستوى معيشتهم والعنصر الثاني هو الجهود الحكومية بتوفير مختلف المشاريع المتعلقة بالتنمية المحلية ودعمها.

كما تعرف التنمية المحلية على "أساس أنها إستراتيجية لاستمرار تنمية المجتمع والعمل على الربط بين الموارد المحلية والبيئة الخارجية أي تنمية المجتمع باستخدام موارده الذاتية". (2)

ومن خلال هذا التعريف: "فالتنمية المحلية يقصد بها استغلال الإمكانيات المحلية المالية والموارد الطبيعية والبشرية... المتاحة والفرص الموجودة في البيئة الخارجية والمتمثلة في إعانات الدولة والمساعدات التمويلية بهدف تحقيق الرفاهية للمجتمع".

ويعرفها "مصطفى الجندي" بأنها: "ما هي إلا نشاط منتظم لغرض تحسين الأحوال المعيشية في المجتمع وتنمية قدراته على تحقيق التكامل الاجتماعي والتوجيه الذاتي لشؤونه، ويقوم أسلوب العمل في هذا الحقل على تعبئة وتنسيق النشاط التعاوني والمساعدات الذاتية للمواطنين، ويصحب ذلك مساعدات فنية من المؤسسات الحكومية والأهلية". (3)

ومن خلال هذا التعريف يبين لنا الأستاذ "مصطفى الجندي" بأن التنمية المحلية تتحكم فيها عناصر هامة، فبالإضافة إلى الجهود الشعبية والحكومية يجب أن يكون هناك برنامج مخطط تحصى فيه كافة احتياجات الأفراد، وضرورة توفير مساعدات فنية وإعانات مالية تقدمها السلطات المركزية للجماعات المحلية.

(1) عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص:13.

(2) عبد الرحيم رحموني، القضايا العربية المعاصرة، الرهانات والتحديات، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2020، ص:301.

(3) مصطفى الجندي، الإدارة المحلية واستراتيجياتها، منشأة المعارف، مصر، 1987، ص:132.

ومن خلال هذا العرض الوجيز لمفاهيم التنمية المحلية نخلص أن التنمية المحلية هي عملية مخططة القصد منها إحداث تحسينات على المستوى المحلي على جميع الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والخدماتية تماشياً مع برامج التنمية الوطنية وتعتمد التنمية المحلية على الجهود المحلية بدعم من الحكومة .

• المطلب الرابع: مقومات نجاح التنمية المحلية:

يرى الأستاذين: "زكريا عكا" و"عروس الميلود" أن تحقيق تنمية محلية لا يتم إلا بتفعيل دور العناصر التالية:

✓ تشجيع وتعميق المشاركة الشعبية بدفع أفراد المجتمع من أجل النهوض بالتنمية وتحسين المستوى المعيشي والمشاركة في اتخاذ القرارات المحلية التي تخصهم وتساعدهم على الرقي بنوعية الحياة.

✓ حرية الفرد في اختيار من يمثله لتأمين حق المشاركة الإيجابية وهذا تطبيق لمبدأ الديمقراطية التمثيلية التي تعتبر أن المشاركة الشعبية مرتكز أساسي لممارستها وهي حق من حقوق الإنسان، خاصة المشاركة في القرارات التي تخص مجتمعه في مشاريع تنمية المجتمع وبرامجها.

✓ تنظيم آلية المشاركة الشعبية المحلية بواسطة تفعيلها على مستوى المجالس الشعبية وذلك بتمكين الحضور خلال المداولات(المادة 45 أثناء مناقشة القرارات المحلية حسب ما نص عليه القانون البلدي 10/11).

✓ تشجيع منظمات المجتمع المدني المحلي كالجمعيات والنقابات للقيام بمهام إدارة وصيانة مشاريع الخدمات العامة، تحت إشراف الجهات الرسمية.

✓ التدريب المتواصل والمستمر للقيادات المحلية من أجل الارتقاء بقدراتهم وزيادة الكفاءة لديهم للقيام بالمهام الموكلة إليهم، وتشجيع تبادل البرامج والأفكار التنموية ونماذج المشاركة بين القيادات المحلية والوطنية والأجنبية.

✓ تفعيل سياسة الاتصال مع المواطن وإشراكه في اتخاذ القرارات التي تخص شؤونه المحلية وأعماله المسطرة، ذلك فإن غياب المشاركة المحلية يعيق تنمية المجتمع المحلي

ويعيق خططها وحتى ولو كانت معدة إعدادا جيدا ومزودة بالموارد التكنولوجية والمالية اللازمة.⁽¹⁾

إضافة إلى ما ذكر الأستاذان "عكا وعروس" يضيف الأستاذ "أحمد مصطفى خاطر" أنه ولأجل نجاح التنمية المحلية لابد من:

✓ تكامل مشروعات الخدمات والتنسيق بين أعمالها بحيث لا تصبح في حالة تضاد، وأيضا إحداث هذا التكامل بين المشروعات التي أقيمت أساسا لحل وعلاج مشكلات المجتمع.

✓ الإسراع بالوصول إلى النتائج المادية الملموسة للمجتمع ويرى بعض العاملين في ميدان التنمية الاجتماعية أن يكون المدخل إلى هذا الميدان ممثلا في برامج تتضمن خدمات سريعة النتائج كالخدمات الطبية والإسكان وإذا حدث وبدأ المخطط بوضع مشروعات إنتاجية في خطته الإنمائية، فيجب اختيار تلك المشروعات ذات العائد السريع، وقليلة التكاليف ما أمكن، والتي تسدد في الوقت نفسه حاجة اجتماعية قائمة.

✓ وترجع هذه القاعدة إلى عامل جوهري وهام في العمل الاجتماعي وهو كسب ثقة أبناء المجتمع ولا يمكن الحصول على الثقة بدون أن يشعر أبناء المجتمع بأن هناك فائدة أو منفعة ملموسة يحصلون عليها من إجراء إقامة مشروع اجتماعي أو اقتصادي في مجتمعهم.

✓ إذا فالثقة في فعالية برامج التنمية الاجتماعية المحلية مطلب ضروري وجوهري لإنجاحها والعقبة التي يواجهها المسؤولون عن التنمية الاجتماعية المحلية تكمن في مقامة المجتمع المحلي للأفكار الجديدة ومتى قامت الثقة في العاملين ببرامج التنمية تم كل شيء دون مقاومة وسهلت عملية الإقناع وأمكن اقتصاد وقت وجهد كبيرين.

✓ الاعتماد على الموارد المحلية للمجتمع سواء كانت مادية أو بشرية، ويؤدي ذلك إلى نفع اقتصادي من حيث التحليل من تكلفة المشروعات ويعطيها مجالات وظيفية أوسع.

(1) زكريا عكا، مليود عروس، الإعلام والتنمية المحلية في الجزائر الخلفيات والأبعاد، المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، العدد 5، القاهرة، 2018، ص ص: 110-111.

✓ وتعتبر عملية الاعتماد على الموارد المحلية للمجتمع من أساليب التعبير الحضاري المقصود باعتبار أن ذلك عن طريق إدخال الأنماط الحضارية الجديدة من خلال الأنماط القديمة وذلك باستخدام الموارد المتاحة في المجتمع، فاستعمال الموارد المألوفة في صورة جديدة مألوفة بالنسبة له هذا ينطبق أيضا على الموارد البشرية، فالقادة المحليون يكونون أكثر نجاحا في تغيير اتجاهات أفراد مجتمعهم من الشخص الغريب على المجتمع حتى لو كان أكثر كفاءة وقدرة. (1)

(1) أحمد مصطفى خاطر، تنمية المجتمعات المحلية الاتجاهات المعاصرة الاستراتيجيات بحوث العمل وتشخيص المجتمع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2005، ص ص: 47-48.

– المبحث الثالث: علاقة الإعلام بالتنمية:

تطرقنا في المبحث الأول إلى ماهية الإعلام وأهم خصائصه وأهميته في حياة الفرد وخلصنا إلى أن الإعلام أصبح واقعا وضرورة لا يمكن للفرد التخلي عنها.

كما خالصنا إلى أن بناء الدولة اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا وتنمية هذه المجالات يتطلب الاستعانة بالإعلام ووسائله لما لها من تأثير في الرأي العام بل وتوجيهه ليلقى بهذا على عاتق الإعلام مهمة تنمية تتمثل في تفعيل الجماهير مع هذه المشاريع التنموية وتهيئتهم إعلاميا.

"بل إن مشروعات التنمية لا يمكن أن تنجح إلا بمشاركة الشعوب وهو أمر لا يتحقق إلا بمساعدة الإعلام".⁽¹⁾

وبناء على هذه الوظيفة ظهر ما يسمى: "الإعلام التنموي" الذي هو فرع من فروع الإعلام.

"وقد ظهر مفهوم الإعلام التنموي في العقد السابع من القرن 20م ويعود الفضل الأول في نشأته إلى "ولبر شرام" الذي ألف كتابا في وسائل الإعلام والتنمية عام 1974م.⁽²⁾

حيث انطلق "شرام" من أهمية الإعلام بصفة عامة من خلال الذاكرة التاريخية للتحويلات الكبرى، ووجد أن الإعلام أحدث أثرا كبيرا في المحيط الذي تعمل فيه وهو يرى أن الثورات في أوروبا وأمريكا ما كانت لتتم دون وسائل الإعلام وكذلك الأمر بالنسبة للتعليم والتطور التكنولوجي والاتصالي على أساس أن هذه التطورات أحدثت تطورا وتحويلات عميقا في حياة الناس".⁽³⁾

لنجد أن الدور الذي لعبته وسائل الإعلام لتنبيه دول العالم الثالث على واقعها المختلف كان له أثر كبير في إيقاظ الشعوب المختلفة من سباتها وفي جعلها تتطلع إلى مستوى معيشة الشعوب المتقدمة، فالإعلام والمواصلات كان العامل الأهم في إيقاظ هذه الشعوب، كما إن

(1) علي عبد الفتاح كنعان، المرجع السابق، ص:26.

(2) مي العبد الله، عبد الكريم شيم، المرجع السابق، ص:45.

(3) اليوم العالم الأنمائي، الإعلام جدة العالم للتنمية المستدامة، مركز هردو لدعم التغيير الرقمي، القاهرة، 2016.

الإعلام أعطى الدول النامية قنوات قوية نستطيع أن تبلغ بها جماهيرها رغم الحواجز الكثيرة.⁽¹⁾

• المطلب الأول: مفهوم الإعلام التنموي:

تعددت التعريفات التي وضعها المختصون في مجال الإعلام حول مفهوم الإعلام التنموي فمنهم من يعرفه بأنه: " هو النشاط الإعلامي الذي يهتم بقضايا التنمية وهو نشاط هادف وشامل ويفترض أن يكون واقعياً بهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية، تنموية، كما أنه مرتبط بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور. ⁽²⁾

ويُعرف " الإعلام التنموي هو أحد فروع الإعلام ويهدف إلى الإسراع في تحول مجتمع ما من حالة فقر إلى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي".

كما يعرف بأنه: " المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية المتخصصة في معالجة قضايا التنمية". ⁽³⁾

ويعرف "سالم برقوق" بأنه " هو العملية التي يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا".

من خلال التعاريف السابقة نخلص إلى أن الإعلام التنموي هو الذي يهتم بالقضايا التنموية من أجل تبسيطها وشرحها للجماهير لتهيئتهم إعلامياً لتقبلها والمساهمة فيها.

(1) اليوم العالم الإنمائي ، 2016.

(2) مي العبد الله، عبد الكريم تميم، المرجع السابق، ص:46.

(3) اليوم العالم الإنمائي ، 2016.

• المطلب الثاني: أنواع الإعلام التنموي:

1. الإعلام الجماهيري:

والذي يشمل الوسائل الإعلامية الجماهيرية التقليدية (الإذاعة، التلفزيون، الصحافة المطبوعة، والصحافة الالكترونية بتطبيقاتها المختلفة) .

2. الإعلام المباشر:

أي الإعلام الصادر عن الوحدات المحلية سواء كانت رسمية أو غير رسمية مثل منظمات المجتمع المدني المحلي، والهيئات والمجالس الإدارية والمنتخبة كالببلدية والدائرة والذي يشمل اللقاءات المفتوحة مع أفراد المجتمع المحلي، والإصدارات مثل المطبوعات أو التسجيلات الصوتية. (1)

• المطلب الثالث: مستويات تدخل وسائل الإعلام في العملية التنموية:

تساهم وسائل الإعلام بشكل رئيسي في العملية التنموية من خلال مستويين رئيسيين هما:

1. المستوى الرسمي:

ويكون ذلك :

✓ عرض الواقع الاقتصادي التنموي الحقيقي دون زيف أي تضخيم بل يعرض بإيجابياته وسلبياته.

✓ توفير المعلومات للسكان عن التنمية وشروط نجاحها و العوائق التي تعترض طريقها .

✓ نقل توجيهات الحكومة حول الخطط التنموية.

✓ شرح وتبسيط الخطة التنموية.

✓ متابعة الانجازات وتقديم الخطط التنموية.

(1) زكريا عكا، ميلود عروس، المرجع السابق، ص:112.

✓ تحسيس القيادات والسلطات الحكومية وأصحاب المشاريع بالمشاكل الفعلية والنقائص التي يعاني منها الوطن والمواطن.

✓ التأثير في اتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات تجعلهم أكثر استعدادا بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية وأكثر استعداد للمساهمة في حلها وتغيير المفاهيم والسلوكات السلبية إلى مفاهيم وسلوكات إيجابية.

2. المستوى الشعبي:

ويكون ذلك بـ:_____:

✓ خلق وعي جماهيري بالسياسات التنموية وتقبلها بل والمساهمة في نجاحها.

✓ تساعد شعوب البلدان النامية على معرفة نمط حياة الشعوب الأخرى على نظرها إلى أساسيتها الخاصة إن كانت في حاجة إلى المراجعة. (1)

✓ تساعد الجماهير على تبادل الآراء أو الاتفاق حول الاختيارات الأساسية.

✓ تعزيز نفوذ الإطارات المحلية وتركيز الاهتمام حول جهود منسّطي التنمية الجماعية وجميع الذين يقومون بالوظائف التكوينية والتدريبية. (2)

✓ خلق التواصل التنموي في أوساط المجتمع الواحد من جهة وبين الأجيال المتعاقبة من جهة أخرى بنقل القيم من المواطنين الحاليين إلى المواطنين القادمين من أجل استمرارية العملية التنموية.

✓ نشر المعرفة التنموية بتلقين الفرد مجموعة من المعاني والمفاهيم والمهارات للإلمام بالمشاكل التي تعاني منها الدولة (سلطة ومجتمعاً) وإدراك كيفية معالجتها .

(1) مصطفى المحمودي، النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة، الكويت، 1985، ص:116.

(2) المرجع نفسه، ص:117.

✓ وبهذا فإن الإعلام التنموي بتوضيحه للغامض وتبسيطه للمعقد من خطة التنمية وكذا وضع المواطن في الصورة بشرح الواقع التنموي دون زيف وتهيئة للخطة التنموية السارية ودفعه للمشاركة فيها بمهاراته وقدراته المعنوية والمادية يكون قد ساهم في إنجاح العملية التنموية.

خلاصة الفصل الأول:

عالج هذا الفصل مفهوم الإعلام والتنمية والإعلام التنموي هذه المواضيع التي أحدث حيزا كبيرا من جهد الباحثين والمختصين في تحديد مفهوم لها.

حيث أعطيت لها العديد من المفاهيم والتعاريف نظرا للوظيفة المهمة التي يؤديها في حياة الفرد.

حيث أن الإعلام والذي هو عبارة عن مرآة كبرى للمجتمع التي يرى فيه المجتمع نفسه يؤدي دورا محوريا في حياة الفرد وبناء الدولة اقتصاديا وسياسيا وتزداد أهمية الإعلام كلما ارتفع الوعي التعليمي والثقافي والفكري للأفراد والمجتمع، وقد زادت أهمية الإعلام بتطور وسائل الإعلام وسرعتها في امتلاك ونشر المعلومة مما جعل العصر الذي نعيشه الكلمة الأولى فيه للإعلام وليصبح بهذا السلطة الرابعة.

واكتسبت التنمية أهميتها لآثارها الإيجابية في حياة الفرد والمجتمع في جميع مجالات الحياة هي عملية تطوير دائم ومستمر وشامل وهادف إلى تقدم المجتمع اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا وثقافيا.

ولتحقيق أهداف التنمية كان لابد من الاهتمام بالتنمية المحلية فهي وسيلة لتحقيق التنمية الشاملة على المستوى القطري فهي استراتيجية لاستمرار تنمية المجتمع والعمل على الربط بين الموارد المحلية والبيئة الخارجية.

ولأن عملية التنمية عملية واعية ومنظمة كان لابد من تهيئته الفرد إعلاميا لإنجاحها والمشاركة فيها وتقديم الدعم المعنوي والمادي لها وبعد أن نفهم الخطة التنموية السارية وعوامل نجاحها وعوائقها وهذا ما يقوم به الإعلام التنموي الذي هو فرع من فروع الإعلام وهو نشاط إعلامي يهتم بقضايا التنمية بهدف الإسراع في تحول المجتمع من حالة فقر إلى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي.

الفصل الأول: واقع الإعلام في الجزائر ودوره في عملية التنمية

إن ثنائية الإعلام والتنمية ثنائية مترابطة في فاعليتها العملية والواقعية ولم يكن غريبا أن نجد في بعض الدول وزارة تحمل اسم وزارة الإعلام والتنمية، كما في جزر القمر وأن نجد بعض الجامعات تدرس مادة اسمها (الإعلام والتنمية).

والجزائر ككل الدول قد أولت اهتماما للنظام الإعلامي باعتباره عصب الحياة وعامل مهم في إنجاح العملية التنموية.

والسؤال الذي يمكن أن نطرحه: ما علاقة الإطار القانوني والتشريعي للإعلام في أداء دوره في العملية التنموية ؟ .

وقد تضمن هذا الفصل ثلاث مباحث .

المبحث الأول: بعنوان المسار التاريخي والإصلاحات القانونية للإعلام في الجزائر في ظل التعددية السياسية.

سينتفع إلى مطلبين: **المطلب الأول:** المسار التاريخي للإعلام في الجزائر في ظل التعددية السياسية.

أما **المطلب الثاني:** فقد تضمن الإصلاحات القانونية للإعلام في الجزائر في ظل التعددية السياسية.

أما المبحث الثاني فقد تناول دور الإعلام في عملية التنمية المحلية في الجزائر.

المطلب الأول: دور الإعلام في التنمية السياسية.

المطلب الثاني: دور الإعلام في التنمية الاقتصادية.

المطلب الثالث: دور الإعلام في المجال الاجتماعي والثقافي.

المطلب الرابع: دور الإعلام في المجال البيئي.

أما المبحث الثالث: فقد تناول تحديات الإعلام في الجزائر وسبل تفعيله.

المطلب الأول: تحديات الإعلام في الجزائر.

المطلب الثاني: سبل تفعيل الإعلام في الجزائر

- المبحث الأول: المسار التاريخي والإصلاحات القانونية للإعلام في الجزائر في ظل التعددية السياسية:

• المطلب الأول: المسار التاريخي للإعلام في الجزائر في ظل التعددية السياسية.

إن الممارسة الإعلامية لا تكون من فراغ فهي موجهة إلى جمهور ما وتهدف إلى تزويده بمعلومات صحيحة وموثوقة وصادقة ودقيقة من مصدر معلوم وكسبها ثقة الجمهور الموجهة إليه ولا يكون ذلك إلا بتحقيق المصادقية في عملها وطرحها .

وقصد ضمان السير الحسن للعملية الإعلامية وتأدية مهامها المنوطة عليها فإن الجزائر ككل الدول المستقلة حديثا والتي عانت من الاستعمار لسنوات طويلة قد قامت بمجموعة من الإصلاحات ووضع النصوص التشريعية في مجال الممارسة الإعلامية بعد أن كانت تعاني من التسيير المركزي للدولة للإعلام بسبب سيطرة الحزب الواحد في المجال السياسي.

وعلى هذا الأساس فقد كان الإعلام في خدمة الدولة وتوجيهاتها .

وحتى الإصلاحات التي مست قطاع الإعلام في تلك المرحلة فإنها كانت تركز هذا المبدأ وتحد من حريته حيث كانت إصلاحات شكلية لا تمس جوهر الممارسة الإعلامية وهي حرية التعبير والشفافية في طرح المعلومة مما انعكس على الأداء الإعلامي أن ذلك حيث كانت المادة الإعلامية هزيلة "بحيث بقيت مسألة الوصول إلى مصادر الخبر والحصول على المعلومات الكافية من قبل الصحفيين بعيدة التحقق حيث ظل المسؤولون يتحججون بكون المصالح العليا للدولة يستوجب إحاطة بعض الملفات بالسرية وعدم إعطاء ترخيص للحصول على حقائق متعلقة بها".⁽¹⁾

⁽¹⁾ نور الهدى عبادة، طبيبة شريفة، قانون الإعلام في الجزائر من 1982 إلى 2012 بين الثابت والمتغير، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، العدد5، برلين، 2018، ص:57.

وهذا الوضع استمر إلى غاية 1988 حيث عرفت الجزائر أحداثا ومظاهرات في كل أنحاء الوطن كانت سبب في إحداث تغييرات جذرية في كل المجالات الثقافية والسياسية والاقتصادية تمخض عن هذه المرحلة إقرار دستور جديد أجاز التعددية السياسية والإعلامية هو دستور 23 فيفري 1989م.

حيث فتح دستور 1989 المجال للحريات الديمقراطية كحرية الرأي وحرية تأسيس الأحزاب والجمعيات.

إذ جاء في المادة 35 من دستور 1989: "لا مساس بحرمة الحرية المعتقد وحرمة الرأي"، وأصبح بإمكان الخواص أن يؤسسوا جرائد وصحف يومية و أسبوعية.

رغم أن دستور 1989 كان يضمن حرية اتخاذ القرار إلا أنه لم يجسد نقطة البداية في عهد التعددية واستقلالية الصحافة، ولم يتم تحسين الممارسة الإعلامية التعددية حتى سنة 1990 حيث كان الدستور يحتاج إلى قوانين ونصوص تفسر الأحكام العامة وتحدد الضوابط العامة التي يسير عليها الإعلام.

كرس قانون أفريل 1990 حول الإعلام الذي صدر بعد اعتماد التعددية بمنهج عام في الجزائر إثر صدور دستور 1989 الحرية الإعلامية وكفل حق إصدار الجرائد والنشريات الذي اعتبره بالحق الحر في تقديم ملف كامل ويسجل تصريح بذلك لدى وكيل الجمهورية المختص إقليميا بمكان صدور النشريات، وسمح هذا الظرف بصدور عدة عناوين خصوصا وإن هذه التحفيزات التي قدمتها حكومة "حمروش" التي دعمت هذا الشعبي وكفلت للصحفيين الذين يبادرون بتأسيس جرائد كفالة أجرتهم لمدة سنتين 9ضخها في رأس مال الجرائد سمحت بحدوث طفرة كبيرة.⁽¹⁾

(1) قندوز عبد القادر، تطور الصحافة المطبوعة في الجزائر بعد الاستقلال، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 19، بسكرة، 2015، ص: 138.

وظهرت المنافسة الشديدة التي أظهرتها الصحف المستقلة خاصة وأنها تدعمت بأبرز الصحفيين الذين هجروا القطاع العام .

"أما الصحافة الحزبية فنشأتها لا تختلف كثيرا عن الحالة الغير العادية التي ستعرفها الساحة السياسية من حرية إنشاء الأحزاب حتى تجاوز عدد الأحزاب التي ظهرت لأكثر من 60 حزبا سياسيا".⁽¹⁾

"إلا أن العمل بأول دستور تعددي لم يدم طويلا، وهذا مرتبط بداية بإيقاف المسار الانتخابي واستقالة الرئيس الشاذلي بن جديد في جانفي 1992".⁽²⁾

وقد تأثر قطاع الصحافة بإقرار حالة الطوارئ ففي هذه السنة بالذات 1992 أقدم رئيس الحكومة آنذاك بلعيد عبد السلام على حل المجلس الأعلى للإعلام، ليفتح بذلك الباب واسعا أما مضايقات واسعة على الصحافة .⁽³⁾

كما وجه وزير الاتصال في 03 نوفمبر 1994 "بن عمر زرهوني" رسالة شديدة اللهجة حذر فيها رجال الإعلام من تأييد الخطاب الديني المتطرف.⁽⁴⁾

كما تميزت تلك المرحلة بضغط المطابع على الصحافة بتقليص عدد الصفحات أو تخفيض السحب أو وقفه، أو رفع ثمن طباعة الجرائد ومختلف الخدمات المتعلقة بها دون استشارة الناشرين ونقص الدعم المالي الذي تمنحه السلطات للصحافة.

كما عرفت تلك المرحلة خطورة الوضع الأمني واغتيال عشرات الصحفيين.

هذه الأوضاع السياسية التي كانت تعيشها البلاد أدت إلى تعديل دستوري جديد سنة 1996.

(1) قندوز عبد القادر، المرجع السابق، ص:138.

(2) رابح لونيسي، رؤساء الجزائر في ميزان التاريخ، دار المعرفة، الجزائر، ص:273.

(3) قندوز عبد القادر، المرجع السابق، ص:138.

(4) نور الهدى عبادة، طيبة شريفة، المرجع السابق، ص:64.

أما دستور 1996 فقد أقر أغلب البنود المتعلقة بالحقوق في الإعلام وحرية التعبير إذا أن انتخابات 1999 قلبت الرزنامة وتم السكون عن المشروع الذي ينص على إنهاء احتكار الدولة للقطاع السمعي البصري، وهذا ما أبقى العمل بقانون 1990 ساري المفعول.

ف نجد أن الفقرة الثانية من المادة 38 تنص على أنه " لا يجوز حجز أي مطبوع أو تسجيل أو أية وسيلة أخرى من وسائل التبليغ والإعلام إلى بمقتضى أمر قضائي".

كما نلاحظ أن التغييرات السياسية التي حدثت في تلك المرحلة خاصة بانتخاب عبد العزيز بوتفليقة رئيسا للجمهورية أثرت سلبا على الممارسة الإعلامية حيث تم إصدار السلطة قرار بخصوص قانون تعديل العقوبات بحجة الحفاظ على المؤسسات والهيئات النظامية من الإهانة والقذف والشتم، هادفة من خلال هذا القانون إلى تكميم الصحافة الديمقراطية.

أما دستور 2016 فقد أقر نفس المبادئ الخاصة بقطاع الإعلام تماشيا والانفتاح على وسائل الإعلام الأخرى، القنوات التلفزيونية الخاصة فالمادة 50 تضمنت حرية الصحافة المكتوبة والسمعية والبصرية بلا قيد بأي شكل من الأشكال الرقابية، كما لا يمكن استعمال هذه الحرية للمساس بكرامة الغير وحررياتهم وحقوقهم.

• المطلب الثاني: الإصلاحات القانونية للإعلام في الجزائر في ظل التعددية الحزبية.

1. قانون الإعلام لعام 1990.

تجسيدا للإصلاحات التي جاء بها دستور 1989 صدر القانون رقم 07/90 مؤرخ في 03 أفريل 1990 متضمنا قانون الإعلام ، تماشيا مع الدستور الجديد للبلاد 1989 الذي سمح بالتعددية السياسية حيث سمح بإصدار نشرات دورية صحافة مكتوبة، من قبل القطاع الخاص بعد أن كان حكرا على القطاع العام منذ الاستقلال.

أهم ما جاء في قانون الإعلام لعام 1990:

✓ تنص المادة 02 "الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الإطلاع بكيفية كاملة وموضوعية على الوقائع والآراء التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني والدولي، وحق مشاركته في الإعلام بممارسة الحريات الأساسية في التفكير والرأي والتعبير طبقا للمواد 35، 39، 40 من الدستور".

✓ المادة 03 تتحدث عن حرية ممارسة الحق في الإعلام "يمارس الحق في الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني".

✓ المادة 04: وسائل ممارسة هذا الحق:

○ يمارس الحق في الإعلام خصوصا من خلال ما يأتي:

1. عناوين الإعلام وأجهزة في القطاع العام.

2. العناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي.

3. العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري.

4. يمارس الإعلام من خلال سند كتابي أو إذاعي صوتي أو تلفزيوني. (1)

وبهذا شهدت فترة بداية التسعينات انفجار غير مسبوق فيما يتعلق بالعناوين وطبيعتها وكذلك مكننتها وصحف مستقلة وصحف حزبية بلغت العشرات وبهذا أصبحت الخريطة الإعلامية كالتالي:

أ. الصحافة العمومية: وهي الصحف الموروثة عن عهد الحزب الواحد.

(1) أحمد عمراني، المحاضرة الأولى، تشريعات الإعلام، السنة الثانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران 1، أحمد بن بلة، 2020/2019، ص3.

ب. **الصحافة المستقلة:** اتجه العديد من الصحفيين بعد فتح مجال الصحافة المكتوبة إلى إنشاء العديد من العناوين تعبيراً عن رغبتهم في العمل الإعلامي الحر، وهكذا شهدت الجزائر في بداية التسعينات عشرات العناوين المتنوعة سواء من حيث الصدور: يوميا، أسبوعيا... الخ، ومن حيث المضمون سياسية، اقتصادية، اجتماعية، فنية...، ومن حيث اللهجة مهادنة انتقادية ومن حيث أسماء العناوين التي جسدت في معظمها طموحات الصحفي الجزائري في إعلام حر يقدم الوحدة الوطنية وتطلعات الجماهير إلى إعلام موضوعي.

ت. **الصحافة الحزبية:** أنشأت معظم الأحزاب السياسية الجديدة صحفا خاصة بها قصد شرح برامجها وحشد الرأي العام اتجاه مشاريعها وبرامجها السياسية .

مثل: **المنقذ:** جريدة الجبهة الإسلامية للإنقاذ.

مجلة النهضة: جريدة حركة النهضة.

التقدم: جريدة الحزب الاشتراكي الديمقراطي.

المستقبل: جريدة التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية .⁽¹⁾

أما بالنسبة لمساهمة الإعلام في التنمية فإن المادة 05 تنص على أن " تشارك عناوين الإعلام وأجهزته السابق ذكرها في ازدهار الثقافة الوطنية وفي توفير ما يحتاج إليه المواطنون في مجال الإعلام والإطلاع على التطور التكنولوجي والثقافي والتربية والترفيه في إطار القيم الوطنية وترقية الحوار بين ثقافات العالم طبقا للمواد 2، 3، 8، 9، من الدستور.

كما تضمن قانون 1990 كيفية إنشاء المجلس الأعلى للإعلام ودوره في ثمانية عشرة مادة .

(1) أحمد عمراني، المرجع السابق ص4.

"فرغم الضرورة الملحة لإنشاء السلطات الإدارية المستقلة إلا أن المشرع الجزائري قد تأخر كثيرا في إنشائها فقد أنشأ أول هيئة إدارية مستقلة سنة 1990 والمتمثلة في المجلس الأعلى للإعلام بموجب القانون 07/10 الذي يسهر على مراقبة حرية التعبير ويضمن استقلالية القطاع العمومي للبث العمومي والتلفزيوني".⁽¹⁾

ومما سبق ذكره نخلص إلى أن قانون الإعلام 1990 قد تماشى ومرحلة التحول الديمقراطي الذي ولجته الجزائر، على اعتبار أن التعددية الإعلامية أحد مظاهر ومجالات تكريس التعددية السياسية وأهم مظاهر التعددية الإعلامية :

1. الحق في الإعلام من خلال المادتين الثانية والثالثة.
 2. إقرار التعددية الإعلامية من خلال الوسائل التي يمارس بها الحق في الإعلام والتي حددتها المادة الرابعة .
 3. إنشاء المجلس الأعلى للإعلام من خلال المادة 59.
- لكن هذا الحال لم يدم طويلا حيث دخلت الجزائر في مرحلة صعبة من اللااستقرار وظهر المجلس الأعلى للدولة يوم 14 جانفي 1992 وإعلان حالة الطوارئ يوم 09 جوان 1992، وجمد العمل بدستور 1989 وقانون الإعلام الذي كرس حرية الصحافة في سنة 1990.

آثار إعلان حالة الطوارئ على الصحافة:

✓ حل مجلس الإعلام للإعلام من طرف رئيس الحكومة آنذاك، وفتح المجال أمام مضايقات واسعة على الممارسة الإعلامية.

(1) عمار صوالحية، السلطات الإدارية المستقلة في الأنظمة العربية، ط1، Kutub LTD، لندن، 2020، ص:42.

✓ هيمنة السلطة السياسية على الصحافة الخاصة بحجة استرجاع هيبة الدولة، وذلك عن طريق اقتحام عناصر الأمن إلى المقرات الصحفية، واعتقال الصحفيين، وتوقيف الصحف عن الصدور بقرار من وزارة الداخلية.

✓ اختفاء الكثير من عناوين الصحافة الحزبية بسبب تعليق نشاط أغلب الأحزاب إلى حين توفر الظروف المناسبة.

✓ أصبح الاشهار وسيلة في يد السلطات للضغط على الصحف الخاصة والتي أصبحت رهينة بالنسبة لشركات الطباعة ومؤسسات التوزيع.⁽¹⁾

✓ والسبب في التراجع الرسمي عن القوانين التي أقرت حرية الصحافة فيما سبق كان بحجة صعوبة المرحلة وخطورة الوضع الأمني آنذاك حيث عرفت الفترة ما بين 1993 و1997 اغتيال العشرات من الصحفيين وعمال قطاع الإعلام.

✓ وفي عام 1994 قرارا وزاريا مشتركا بين وزارتي الثقافة والاتصال والداخلية والجماعات المحلية والمؤرخ في 07 جوان 1994.

✓ "إذ بموجبه قررت السلطات احتكار الأخبار الأمنية، ومنع نشر كل خبر لا يأتي من القنوات الرسمية، وكان هذا القرار متبوعا بحملة من التوصيات المتعلقة بكيفية معالجة الأخبار الأمنية من قبل وسائل الإعلام وبعض تقنيات توجيه الرأي العام، وهذا ما أدى إلى:

○ اعتقالات تعسفية ومضايقات قضائية للصحفيين.

○ حجز الصحف والمراقبة الوقائية للأخبار الأمنية.

(1) نصر الدين نواري، الصحافة والإرهاب في الجزائر، دار البازوري العلمية، عمان، 2015، ص:63.

هذه المرحلة عرفت تدهورا في العلاقة بين السلطة السياسية والصحافة بسبب الرقابة على نشر وتوزيع الأخبار وتدهور حرية التعبير.⁽¹⁾

كل هذه الأسباب وغيرها أدت إلى إلزامية إصدار قانون جيد فكان قانون 2012.

قانون الإعلام 2012:

أصدرت السلطات العمومية القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 متعلق بالإعلام الذي حل محل قانون الإعلام لسنة 1990 حيث ألغي هذا الأخير في آخر مادة من قانون 2012.

أهم ما جاء في قانون 2012 بما يخدم التنمية نصت المادة 2 منه على "يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما".⁽²⁾

تمارس هذه الحرية في ظل احترام 12 بندا منها احترام الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامي وباقي الأديان، الهوية الوطنية، والقيم الثقافية للمجتمع، السيادة الوطنية والوحدة الوطنية، متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني وغيرها.

نصت المادة 3 على "يقصد بأنشطة الإعلام في مفهوم هذا القانون العضوي كل نشر أو بث لوقائع أحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف عبر أية وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو إلكترونية، وتكون موجهة للجمهور أو لفئة منه".

نصت المادة 5 على "تساهم ممارسة أنشطة الإعلام على الخصوص فيما يلي:

✓ الاستجابة لحاجات المواطن في مجال الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعارف العلمية والتقنية.

(1) نصرا لدين نواري، المرجع السابق، ص:64.

(2) القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1435هـ الموافق 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام.

✓ ترقية مبادئ النظام الجمهوري وقيم الديمقراطية وحقوق الإنسان والتسامح ونبذ العنف والعنصرية.

✓ ترقية روح المواطنة وثقافة الحوار.

✓ ترقية الثقافة الوطنية وانشغالها في ظل احترام التنوع اللغوي والثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري.

✓ المساهمة في الحوار بين ثقافات العالم القائمة على مبادئ الرقي والعدالة والسلام.

نصت المادة 10 " يجب على كل نشرية دورية للإعلام العام جهوية أو محلية، أن تخصص نسبة خمسين في المائة 50% على الأقل من مساحتها التحريرية إلى مضامين تتعلق بالمنطقة الجغرافية التي تغطيها.

أما المادة 40 فمضمونها السهر على جودة الرسائل الإعلامية وترقية الثقافة الوطنية وإبرازها بكافة أشكالها.

المادة 94: " ينشأ مجلس أعلى وأخلاقيات مهنة الصحافة وينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين".

المادة 132: "تلغى جميع الأحكام المخالفة لهذا القانون العضوي لاسيما القانون رقم 07/90 المؤرخ في 8 رمضان 1410هـ الموافق 3 أبريل 1990 والمتعلق بالإعلام".⁽¹⁾

قانون 2012 جاء بعد ظروف سياسية وأمنية واقتصادية واجتماعية حرجة مرت بها الجزائر من سنة 1992 إلى مطلع الفينيات هذه الظروف التي أثرت سلبا على الممارسة الإعلامية حيث تعرض الإعلاميين لمضايقات واسعة .

(1) القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1435هـ الموافق لـ: 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام.

قانون النشاط السمعي البصري لسنة 2014:

يعتبر القانون رقم 04/14 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري يحتوي هذا القانون والذي صدر في العدد 16 من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية في 23 مارس 2014 على 113 مادة حيث ينص في:

المادة 2: "يمارس النشاط السمعي البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في أحكام المادة 2 من القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433هـ الموافق 12 يناير 2012 وأحكام هذا القانون وكذا التشريع والتنظيم ساري المفعول".

المادة 17: "تعد خدمة الاتصال السمعي البصري المرخص لها، كل خدمة موضوعاتية للبحث التلفزيوني أو للبحث الإذاعي تنشأ بمرسوم وفق الشروط المنصوص عليها في أحكام هذا القانون".

المادة 18: "يمكن خدمات الاتصال السمعي/ البصري المرخصة المذكورة في المادة 17 أعلاه أن تدرج حصص وبرامج إخبارية وفق حجم ساعي يحدد في رخصة الاستغلال، تحدد كميّات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم".

المادة 19: "يجب أن يتوفر في المترشحين المؤهلين لإنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري الموضوعاتية كما هي محددة في أحكام القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433هـ الموافق 12 يناير 2012 والمذكور أعلاه، الشروط الآتية:

✓ أن تثبت خضوع الشخصية المعنوية للقانون الجزائري.

✓ أن تثبت حيّزة جميع المساهمين للجنسية الجزائرية.

✓ أن لا يكون المساهمون قد حكم عليهم بعقوبة مخلة بالشرف أو النظام العام.

✓ أن يكون رأسمالها الاجتماعي وطني خالصا .

✓ أن تثبت مصدر الأموال المستثمرة.

✓ أن يكون ضمن المساهمين صحافيون محترفون و أشخاص مهنيون.

✓ أن يثبت المساهمون المولدون قبل يوليو 1942 أنه لم يكن لهم سلوك معاد لثورة أول نوفمبر .

المادة 47: "يحدد دفتر الشروط العامة الصادر بمرسوم بعد رأي سلطة الضبط السمعي البصري القواعد العامة المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي". (1)

أما المادة 48: فهي تتضمن دفتر الشروط العامة يتضمن أساسا الالتزامات التي تسمح باحترام متطلبات الوحدة الوطنية والأمن والدفاع الوطنيين واحترام المصالح الاقتصادية والدبلوماسية للبلاد واحترام سرية التحقيق القضائي والالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية واحترام المرجعيات الدينية الأخرى وعدم المساس بالمقدسات والديانات الأخرى.

كما تفرض الالتزامات احترام مقومات ومبادئ المجتمع واحترام القيم الوطنية ورموز الدولة كما هي محددة في الدستور وترقية روح المواطنة وثقافة الحوار واحترام متطلبات الآداب العامة والنظام العام وتقديم برامج متنوعة وذات جودة وينص دفتر الشروط على ضرورة التأكد من احترام حصص البرامج المحددة مع السهر على أن تكون نسبة 60% على الأقل من البرامج التي تبث هي برامج وطنية منتجة في الجزائر من بينها 20% على الأقل مخصصة سنويا لبث الأعمال السمعية البصرية والسينمائية.

(1) قانون رقم 04/14 المؤرخ في ربيع الثاني 1435هـ الموافق 24 فبراير 2014 يتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014.

أما فيما يتعلق بمهام وتشكيلة وسير سلطة ضبط السمع البصري:

المادة 52: "تحدد مهام وصلاحيات وتشكيل وسير سلطة ضبط السمع البصري المنشأ بموجب أحكام المادة 64 من القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012 والمذكور أعلاه وفق أحكام هذا القانون".

المادة 63: "يحدد مقر سلطة ضبط السمع البصري بالجزائر العاصمة".

المادة 58: "تمارس سلطة ضبط السمع البصري مهامها باستقلالية تامة".

المادة 57: "تتشكل سلطة ضبط السمع البصري من تسعة (9) أعضاء يعينون بمرسوم رئاسي على النحو الآتي :

✓ خمسة (5) أعضاء من بينهم الرئيس يختارهم رئيس الجمهورية.

✓ عضوان (2) غير برلمانيين يقترحهما رئيس المجلس الشعبي الوطني. (1)

المادة 77: "يعين الأمين العام بمرسوم رئاسي بناء على اقتراح من رئيس سلطة ضبط السمع البصري".

المادة 78: "يعين رئيس سلطة ضبط السمع البصري في الوظائف الأخرى بناء على اقتراح من الأمين العام" (2)

من خلال المادتين 77 و 78 يمكن القول أن أغلب الأعضاء وظفت بالتعيين وهذا يدل على أن للسلطة التنفيذية دور كبير في تشكيل سلطة ضبط السمع البصري وهذا يطرح أكثر من سؤال على مدى استقلالية هذه الهيئة.

(1) قانون رقم 04/14 المؤرخ في ربيع الثاني 1435هـ الموافق 24 فبراير 2014 يتعلق بالنشاط السمع البصري، الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014.

(2) قانون رقم 04/14 المؤرخ في ربيع الثاني 1435هـ الموافق 24 فبراير 2014 يتعلق بالنشاط السمع البصري، الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014.

- المبحث الثاني : دور الإعلام في عملية التنمية في الجزائر.

من الملاحظ أن للإعلام ووسائله المتطورة دور كبير في تشكيل الوعي لدى الفرد والمجتمع بل وتعداه إلى صناعة القيم نفسها حيث استطاع الولوج إلى عقول الجماهير فأصبح يشكل جزءا يستحيل الاستغناء عنه في حياتهم.

فدور الإعلام قد تجاوز دور الترفيه والتسلية بل حتى دور نقل الأخبار إلى دور مهم وخطير هو صناعة الأحداث.

فأصبح له دور الأمر والنهي والهدم والبناء في مختلف المجتمعات.

تسليما بهذا الدور الفعال والخطير للإعلام ، ما هو دور الإعلام في عملية التنمية المحلية الجزائرية ؟

• **المطلب الأول: دور الإعلام في التنمية السياسية:**

للتنمية المحلية مجموعة من الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ولا يمكن أن تتحقق التنمية المحلية دون جانب من هذه الجوانب فهي متكاملة في صنعها وإنجاحها .

فدولة تونس مثلا حققت التنمية الاقتصادية إلا أن ذلك لم يكن كافيا وانهار النظام التونسي وذلك لغياب التنمية السياسية والاجتماعية .

فالتنمية المحلية لابد أن تكون شاملة لكل الجوانب.

وعلى ضوء ما سبق فالتنمية الساسية بعد لا يمكن الاستغناء عنه في إنجاح العملية التنموية وتعرف التنمية السياسية : "تتمثل في تنمية قدرات الجماهير على إدراك مشكلاتهم بوضوح وقدراتهم على تعبئة كل الإمكانيات المتاحة لمواجهة هذه المشكلات بشكل علمي واقعي هذا إلى جانب تمثيل الجماهير لقيم الديمقراطية وتحقيق المساواة بين أبناء المجتمع". (1)

كما تُعرف بأنها: "عملية التنمية السياسية تتضمن بناء المؤسسات وتوزيع قاعدة المشاركة السياسية وترشيد تولي السلطة بهدف تحقيق أكبر قسط من الاستقرار السياسي". (2)

فعملية التنمية السياسية بوجه عام هي تنمية قدرات الجماهير على إدارات مشكلاتهم بوضوح وقدراتهم على تعبئة كل الإمكانيات المتاحة لمواجهة هذه المشكلات بشكل علمي واعي واقعي والمشاركة في حلها عن طريق اختيار من يمثلونهم في السلطة كاختيار النخب الحاكمة أو اختيار أعضاء البرلمان أو المجالس التشريعية أو المحلية.

(1) علي عباس مراد، المجتمع المدني والديمقراطية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2009، ص:98.

(2) عبد المنعم المشاط، العسكريون والتنمية السياسية في العالم الثالث، مجلة السياسة الدولية، العدد92، مؤسسة الأهرام، مصر، أبريل 1988، ص:50.

أما عن إسهامات الإعلام الجزائري في إنجاح التنمية السياسية بهذا المفهوم فهو هزيل جدا رغم أن الجزائر عرفت عقب الانفتاح الذي تلا أحداث تشرين الأول/أكتوبر 1988 إرهابات تشكل تجربة إعلامية واعدة خاصة بعد صدور قانون 1990 حيث كفل حق إصدار الجرائد والنشريات فظهرت المنافسة الشديدة بين الصحف المستقلة هذه المنافسة التي ومن دون شك للفوز فيها لابد من ممارسة إعلامية جيدة.

وفي هذه الفترة ظهرت الصحافة الحزبية حتى تجاوز عددها 60 حزبا سياسيا وهذا العدد كانت نتائجه تعدد الأفكار وتغطية أكبر عدد ممكن من الجماهير فساهمت هذه الصحف في تزويد الجماهيري بالأخبار السياسية والبرامج المقترحة والبديلة لكل المشاكل التي تتخبط فيها البلاد قصد شرح هذه الأحزاب لبرامجها وحشد الرأي العام اتجاه مشاريعها وبرامجها السياسية.

لكن سرعات ما انقلب الوضع بعد دخول الجزائر العشرية السوداء وإعلام الجزائر حالة الطوارئ وهذا ما أثر سلبا على الممارسة الإعلامية.

وبعد عودة الاستقرار ظهرت ظاهرة جديدة وهي العزوف الانتخابي وقد حاولت السلطة وعن طريق الإعلام القضاء على هذه الظاهرة عن طريق الحملات الإعلامية المبرمجة.

أما عن تغطية الإعلام لبداية حراك 22 فيفري فقد كان يتأرجح بين إرث التراكمات وضغوط السلطة" وهو ما حملته الشعارات المرددة ومنها التي اختزلت ما يمكن قوله عن الصحافة هو صرخة أين الصحافة التي رددتها المسيرات احتجاجا على التعتيم والحجب" وواجه الإعلام تحديا في التعاطي مع حراك ووظف الإعلام البديل المتجاوز لرتابة المتابعة والمخترق للحجب المتعمد من طرف مؤسسات إعلامية عمومية وخاصة مرتبطة بدوائر

داخل منظومة الحكم وما يتصل بها من قوى مالية أو ما يعبر عنها بالأوليغارشية التي تنامي نفوذها في الزمن البوتفليقي".⁽¹⁾

هذا التعتيم المقصود من طرف وسائل الإعلام للحراك الشعبي جعل القايد صالح ينتقد الإعلام ضمنيا إذ قال في خطاب رسمي له "يتعين على الإعلام أن يكون مرآة للمطالب الفعلية والحقيقية للشعب الجزائري ومُطالب أن يكون لسان صدق لشعبه يقول الحقيقة، ويقوم بتبليغ مطالبه من دون تشويه أو تزيف أو استغلال أو تسخير لأغراض أخرى غير خدمة الوطن، فالمصالح المادية لا يمكنها إطلاقا أن تكون بديلا للوطن، فهي تزول ويبقى الوطن وتبقى الجزائر".⁽²⁾

وهو ما فهم على أنه رسائل إلا ملاك مؤسسات إعلامية بأن المؤسسة العسكرية على إطلاع وتمتلك المعلومات الكافية بخصوص من يقف وراء وسائل الإعلام التي أصبحت تقدم خدماتها لمن يمنحها المال.

وبالإضافة إلى التعتيم الذي مارسه وسائل الإعلام عما يحدث في البلاد عن طريق تجاهل القنوات التلفزيونية العمومية والخاصة للحدث، فقد لجأت الحكومة إلى قطع شبكة الانترنت وبالتالي تعذرت متابعة الأحداث على مواقع التواصل الاجتماعي.

والموقف الذي اتخذته وسائل الإعلام الجزائرية من الحراك جعلها تتعرض للانتقاد وأمام هذه الانتقادات الواسعة لتغطية الإعلام الجزائري لمظاهرات الجمعة 22 فبراير 2019 خرجت ردود أفعال من قبل العديد من الإعلاميين.

"إذ أعلنت رئيسة تحرير القناة الإذاعية الثالثة العمومية "مريم عبدو" استقالتها من منصب المسؤولية بسبب عجزها عن القيام بالتغطية اللازمة للمسيرات، وقالت "مريم عبدو"

(1) أنظر: محمد بن زيان، التغطية الإعلامية لحراك الشارع الجزائري بين إرث التراكمات وضغوط السلطة وحساب المصالح، <https://www.alquds.co.uk>، اطلع عليه يوم: 2020/08/20.

(2) أنظر: علي رباعي، الجزائر إعلام يتمسك بالولاء للعصابة ويرفض التحرر مع الحراك، <https://www.independentarabid.com>، اطلع عليه يوم: 2020/08/21.

عندما لا نستطيع نقل المعلومات في وقتها كما هي بدقة وموضوعية على الأقل لا نقوم بالتعظيم عليها (1)

وغرد الصحفي "قادة بن عمار" علي التويتر قائلاً: "نحن لم ندرس الصحافة للتعظيم على الناس أو للتعظيم على وطن برمته، ما حدث ليس مجرد جريمة ضد المهنية وإنما جريمة ضد الحقيقة".

خلاصة لما ذكرناه فإننا نصل إلى نتيجة مفادها أن الحراك كشف عن عورات الإعلام الجزائري وأهمها موارثه وخدمته للنظام وهذا ما جعله غير قادر على استيعاب الحراك وهذا ما أكدّه الإعلامي "علي شام" في تصريحه له لـ: "أندبنت عربية" "إن جل وسائل الإعلام الجزائري فقدت البوصلة مع البدايات الأولى للحراك لأنها لم تعد تتلقى التوجيهات التي كانت تتلقاها من طرف القوي غير الدستورية وعلى رأسها سعيد بوتفليقة والجنرال توفيق وعثمان طرطاق ووجدت نفسها مضطرة لإعلان الولاء لقيادة الأركان والانحياز إلى خياراته". (2)

• المطلب الثاني: دور الإعلام في التنمية الاقتصادية:

البعد الثاني لعملية التنمية المحلية هو البعد الاقتصادي إذ يرى علماء الاقتصاد أن التنمية عبارة عن زيادة في الدخل القومي وفي نصيب الفرد منه مع عدالة التوزيع المستمر لفترة طويلة قد تمتد إلى جيل أو جيلين وتتخذ خلالها صورة تراكمية والتنمية الاقتصادية تهدف إلى زيادة الإنتاج وتعرف "التنمية الاقتصادية في حد ذاتها ما هي إلا تنمية صناعية وتنمية زراعية وتنمية سياحية وتنمية الثورة الطبيعية ... الخ، وبذلك تكون التنمية الاقتصادية عمليات يمكن بموجبها أن يستخدم المجتمع موارده المتاحة في تحقيق زيادة

(1) أنظر: رئيسة تحرير جزائرية تستقيل بسبب تغطية المظاهرات <https://arabicpost.net> اطلع عليه يوم: 2020/08/21.

(2) أنظر: علي رباعي، الجزائر إعلام يتمسك بالولاء للعصابة ويرفض التحرر مع الحراك، <https://www.independentarabid.com> اطلع عليه يوم: 2020/08/21.

مطردة في الدخل القومي وفي نصيب كل فرد في المتوسط من السلع والخدمات أو ضمان عدم تخفيضه في حالة المستوى العالي في دخل المواطنين".⁽¹⁾

وقد ساهم الإعلام الجزائري في مجال التنمية الاقتصادية ببعض الحصص لتوعية المواطن اقتصاديا ووضعه في الصورة ولكنها لم تعطه الاهتمام الذي يليق به مقارنة بأهمية هذا المجال في عملية التنمية ومن بين هذه المساهمات والجهود خصص التلفزيون الجزائري "أخبار اقتصادية يومية سنة 1993 تبث مباشرة بعد نشرة الثامنة تتوسع في فضاء المعالجة الاقتصادية فضلا عن العديد من الحصص الاقتصادية الأسبوعية والشهرية والمناسباتية الخاصة مثل الواقع الاقتصادي، أفاق اقتصادية، عالم الزراعة والريف، المؤشر... الخ".⁽²⁾

• المطلب الثالث: دور الإعلام في التنمية الاجتماعية والثقافية:

تركز التنمية الاجتماعية على الجانب الإنساني من عملية التنمية من منطلق أن عملية التنمية تتم بواسطة الإنسان ومن أجل الإنسان وجب أن تهيئ الظروف لهذا الإنسان ليقدم أفضل ما لديه في كل مجالات الحياة.

وتعرف التنمية الاجتماعية بأنها تعني "التطور المطرد للبناء الاجتماعي من جوانبه السكنية والطبقية والتعليمية والثقافية بما يخلق إنسانا يعني خطورة التخلف ويدرك أهمية التنمية ويعمل جاهدا في سبيلها وهي عملية تستهدف إحداث تغير اجتماعي في البناء الاجتماعي ووظائفه وإشباعه الحاجات الاجتماعية للأفراد أو القيم أو المعايير التي تؤثر في سلوك الأفراد".⁽³⁾

(1) عبد العزيز عبد الله مختار، التخطيط لتنمية المجتمع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1990، ص: 96.

(2) لويظة كريمة عباد، دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2004/2003، ص: 51.

(3) محمد سعد إبراهيم، الإعلام التنموي والتعددية الحزبية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص: 27.

وفي هذا المجال نقرأ في دور الإعلام في الجزائر بعض المحاولات الجادة سواء على مستوى القطاع العمومي أو في القطاع الخاص فقد أطلقت التلفزة لعمومية فيما بعد التعددية السياسية وقبل الانفتاح على السمي البصري برامج وصفت من قبل مختصين بالهادفة وتدل عن وعي برسالة الإعلام ودوره في المجتمع ومنها في لقاء الصحافة.

"وكذلك البرنامج الاجتماعي والتضامني وكل شيء ممكن لمدة قاربت 10 سنوات في معالجة قضايا اجتماعية إنسانية تضامنية متنوعة، حيث تمكن من ربط علاقات أسرية وعائلية افتقدت لأكثر من 20 سنة".

وفي الجانب الثقافي والفكري استقطبت حصة المجلس أكبر عدد من الجمهور، وساهمت بذلك في التعريف بشخصيات علمية وأدبية وفنية جزائرية كانت مجهولة وكشفت عن كم هائل من المخطوطات والآثار ذات الصلة، لكن يتضح أن جدية الحصة ومستواها ومدى تأثيرها على عقل المتلقي أزج بعض النخب السياسية في الجزائر فتم توقيف بثها وإبعاد مديرها وتجسدت مقولة "البرامج الرديئة تطرد البرامج الجيدة".⁽¹⁾

كما حققت الحصص الأسبوعية التي تبثها :

✓ قناة النهار: " ما وراء الجديان، ضياف ربي".

✓ قناة الشروق: " خط أحمر، وأفعلوا الخير".

✓ قناة البلاد: " من عمق الجزائر".

نسبة مشاهدة معتبرة حيث أن هذه الحصص تغوص في عمق المجتمع الجزائري لتكشف عن حالات تعيش فقرا مدقعا وظروف اجتماعية مزرية وعرض حالاتهم طلبا للمساعدة وبالفعل

(1) الطيب بوداود، الإعلام والتنمية المجتمعية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد بوضياف،

2016/2017، ص:66.

فقد ساهمت هذه الحصص بتوفير خدمات علاجية وصحية وسكنات لائقة لهم، هذه الخدمات يقدمها أهل الإحسان.

وتعتبر هذه الحصص قطرة من بحر ما تقدمه القنوات التلفزيونية والتي في معظمها تقدم مواضيع لا علاقة لها بقيم المجتمع الجزائري.

أما في المجال التعليمي فيكاد يكون معدوما فعلاقة الجمهور الجزائري بالإعلام لا تتعدى معرفة نسبة النجاح في شهادة البكالوريا ومعرفة القرارات الوزارية فيما يخص موعد الدخول الاجتماعي و خاصة في ظل ما تعيشه البلاد " جائحة الكورونا".

• المطلب الرابع: دور الإعلام في التنمية البيئية

يكن دور الفرد في المحافظة على البيئة وحمايتها وذلك بتجنب السلوكيات المضرة بالبيئة إلا أن ذلك لا يتم إلا من خلال وعيه بأهمية البيئة وبضرورة المحافظة عليها نظيفة وخاصة من التلوث.

وعليه لابد أن يتم نشر ما يسمى بالوعي البيئي بين كافة الناس على اختلاف مستوياتهم وعلى اختلاف المناصب التي يحتلونها.

ومن هنا يظهر دور الإعلام بمختلف وسائله المكتوبة والمرئية والمسموعة في نشر الوعي البيئي.

ونتيجة لما يؤديه الإعلام من دور توعوي للفرد فهو يعتبر أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة.

ويعرف الإعلام البيئي بأنه "توظيف وسائل الإعلام من قبل أشخاص مؤهلين بيئيا وإعلاميا للتوعية بقضايا البيئة وخلق رأي عام متفاعل إيجابية مع قضايا حماية البيئة والمحافظة عنها".⁽¹⁾

ولأهمية الموضوع خصصت وسائل الإعلام الجزائرية حيزا له.

"حيث أن جريدة الشروق في سنة 2003 كان عدد مرات نشر مواضيع المشكلات البيئية كبير نسبيا، حيث ظهرت هذه المواضيع في 34 عددا من أصل 45 عدد بنسبة 75,55 % أما في العام 2009 فقد ظهرت المواضيع المتعلقة بمشكلات البيئة في 36 عددا من أصل 45 عد بنسبة 80%".⁽²⁾

في السنوات الأخير ظهرت في التلفزيون الجزائري حصة بمسمى "بيئتنا"، وثبت كل يوم أحد على الساعة السادسة والنصف لمدة 26 دقيقة، حيث تميزت هذه الحصص بنوع من الاحترافية في تناول المشكلات البيئية عما سبقتها من الحصص بالبيئة، حيث أصبحت تعطي جانبا أكثر لرجع الصدى، وذلك من خلال خلق جو من التفاعل بين الضيوف المختصين والجمهور المتلقي".⁽³⁾

كما تساهم الإذاعات المحلية في الوعي البيئي بتخصيص حصص إذاعية لنشر الوعي البيئي وإيجاد حلول للمشاكل التي تعاني منها الجزائر.

لكن رغم هذه الجهود الإعلامية إلا أنها لا تقارن بالمشاكل البيئية التي تعاني منها الجزائر.

(1) فتيحة كيجل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي -الفييس بوك- أنموذجا، رسالة ماجستير، جامعة باتنة، 2012/2011، ص:108.

(2) زينة بوسالم، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية، جريدة الشروق أنموذجا، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2012/2010، ص:202.

(3) خولة شايب عينو، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015/2014، ص:94.

- المبحث الثالث: تحديات الإعلام الجزائري وسبل تفعيله:

• المطلب الأول: تحديات الإعلام الجزائري:

تحاول وسائل الإعلام الجزائري التعبير ولو نسبيا عن المشاكل التي يعانيها المواطن في مجالات مختلفة من خلال الصفحات المخصصة لمواضيع تتعلق برصد القرارات الحكومية في مختلف المجالات والغوص في عمق المجتمع للكشف عن المشاكل الاجتماعية.

وتأتي هذه المواضيع على شكل روبرتاجات أو تقارير بناء على معلومات وتصريحات تأتيهم من الجهات الرسمية أو من خلال تغطياتهم للظواهر والأحداث المرصودة في المجتمع.

ويواجه الإعلام في الجزائر عدة مشاكل ومعوقات وقد تطرقنا لبعضها في المبحثين السابقين مثل:

✓ سيطرة النظام السياسي على النظام الإعلامي مما نتجه عنه:

- تضيق السلطة الحاكمة الخناق على حرية الإعلام.
- تعرض رجال الإعلام للمضايقات القانونية والسياسية من خلال (قانون العقوبات).
- تحكم النظام السياسي في القوانين الإعلامية من حيث إلغائه ، إبقائه، تعديله....

✓ يعاني الإعلام في الجزائر من جملة من المشاكل الاقتصادية منها:

- ضعف الإمكانيات المادية.
- مشكلة التمويل.
- صعوبة الحصول على الإشهار.
- سيطرة الدولة على المطابع.

○ تراكم ديون الصحف اتجاه المطابع.

✓ صعوبات الوصول إلى مصادر المعلومات.

✓ خصوصية بعض القضايا الاجتماعية.

✓ تراجع اهتمام المواطن بما يقدمه الإعلام التقليدي. (1)

• **المطلب الثاني: سبل تفعيل دور الإعلام في الجزائر.**

من خلال عرضنا للمسار التاريخي للإعلام في ظل التعددية السياسية ومجموعة القوانين التي تم إصدارها والظروف السائدة أثناء إصدارها.

وكذا عرضنا لأهم المشاكل التي يعاني منها الإعلام في الجزائر والتي يواجهها أثناء تأدية مهامها الملقات على عاتقه.

سنحاول عرض مجموعة من المقترحات من أجل تفعيل دور الإعلام في الجزائر: (2)

✓ تعزيز البنية القانونية إعلام حر ومسؤول .

✓ بناء إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم.

✓ التخطيط الإعلامي واعتماد الدراسة والأبحاث .

✓ تحديد الأهداف الإعلامية.

✓ تكوين الكفاءات البشرية المتخصصة في مجالات الإعلام.

✓ مؤسسة قطاع الإعلام والابتعاد عن الارتجالية والميزاجية.

(1) للإطلاع أكثر، أنظر، أحلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة منتوري بقسنطينة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006/2007، ص ص: 94-166.

(2) الطيب بوداود، المرجع السابق، ص: 69.

✓ استقلالية الإعلام من منطلق الإعلام سلطة.

✓ ميثاق شرف يحتكم إليه الإعلام وإبراز أخلاقيات المهنة.

خلاصة الفصل الثاني:

وتلخيصا لما تطرقنا إليه في هذا الفصل يمكن القول أن الإعلام في الجزائر وحرية اختلقت باختلاف الأنظمة السياسية الحاكمة وتأثر بالظروف الأمنية السائدة في البلاد.

فحراك 22 فيفري قد عرّى عورات الإعلام الجزائري وكشف مدى هيمنة النظام عليه وبالرغم من هذه التبعية فهذا لا يمنع وجود أقلام حرة وصحفيين يؤمنون بحرية التعبير هذا ما دفعهم إلى الاستقلالات وكشف معاناتهم داخل هذا النظام الإعلامي.

وقد تطرقنا إلى أهم المشاكل التي يعاني منها الإعلام في الجزائر واقترح بعض الحلول التي قد تساهم في جودة الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام الجزائرية.

خاتمة

نخلص في هذه الدراسة إلى أن الإعلام أصبح عصب الحياة وأخذ أسلحة العصر الحاضر نظرا لما يتوفر عليه من قدرات هائلة تتمثل في انتقاله بسرعة كبيرة واجتيازه للحدود وتخطيه للعوائق بما يملكه من وسائل مقروءة ومسموعة ومرئية ، ولما له من قدرات هائلة على التأثير النفسي على الأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجمهور في المجتمعات وكريم إمكانية التحكم في سلوكياتهم وتوجيههم.

ولأنه التنمية هي عملية بناء حضارة الإنسان وسعادته فهي ترمي إلى إحداث تغيرات في بنية وإمكانيات ومستويات إنجاز مختلف النشاط في المجتمع فهي عملية تطوير دائم نحو الأصلح نفسها تحتاج إلى توفر أقصى درجات الوعي والمسؤولية والالتزام بها وهذا ما يقوم به الإعلام .

حيث يؤدي الإعلام دورا حيويا في عملية التنمية من خلال مستويات تدخله على مستوى الحكومات وعلى المستوى الشعبي فيهيئ الجماهير للخطط التنموية ويشرحها ويبسطها ويدفعهم للمساهمة فيها.

والنظام الإعلامي في الجزائر تغير واختلف باختلاف الأنظمة السياسية الحاكمة والفلسفة الإيديولوجية المعتمدة وبالرغم من بعض المكتسبات التي حققتها ومحاولته المساهمة في عملية التنمية المحلية إلا أنها تبقى محاولات هزيلة ولا تذكر مقارنة مع المشاكل الكثير التي تتخبط فيها في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية والبيئية .

وحراك 22 فيفري الحدث التاريخي في الجزائر قد كشف عورات الإعلام في الجزائر والمشاكل التي يتخبط فيها، والتي أعانته عن تأدية المهام الملقاة على عاتقه.

وفي الأخير خرجنا بمجموعة من التوصيات والحلول المقترحة التي تمكن الإعلام في الجزائر الخروج من مشاكله منها:

✓ ضرورة وجود بنية قانونية التي تعزز الإعلام الحر والمسؤول.

✓ مأسسة الإعلام والابتعاد عن الارتجالية.

✓ تحرر الإعلام من سلطة أصحاب رؤوس الأموال الذين يريدون الإعلام أداة في أيديهم وليس شريكا محايدا.



قائمة

المصادر

والمراجع

❖ القرآن الكريم (رواية حفص).

أولاً: الدساتير والقوانين.

1. القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1435هـ الموافق 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام.
2. قانون رقم 04/14 المؤرخ في ربيع الثاني 1435هـ الموافق 24 فبراير 2014 يتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014.

ثانياً: الكتب:

1. إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.
2. أحمد مصطفى خاطر، تنمية المجتمعات المحلية الاتجاهات المعاصرة الاستراتيجية بحوث العمل وتشخيص المجتمع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2005.
3. جمال حلاوة، علي صالح، مدخل إلى علم التنمية البشرية، دار الشروق، عمان، 2009.
4. حامد عمار، دراسات في التربية والثقافة، مقالات في التنمية البشرية العربية، الدار العربية للكتاب، ط1، القاهرة، 1998.
5. حميدة سنيسم، الحرب النفسية، الدار الثقافية للنشر، بغداد، 2004.
6. رابح لونيسي، رؤساء الجزائر في ميزان التاريخ، دار المعرفة، الجزائر، ص: 273.
7. زهير عابد، مبادئ الإعلان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
8. سلمان المحمدي، دراسات في قضايا فكرية معاصرة، ط1، عمان، 2017.
9. طلال فائق الكمالي، التنمية البشرية في القرآن الكريم، دار المحجة البيضاء للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2014.
10. عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغيير الاجتماعي، ط5، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
11. عبد الرحيم رحموني، القضايا العربية المعاصرة، الرهانات والتحديات، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2020.

12. عبد الرزاق الديلمى، الإعلام في ظل التطورات العالمية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2019.
13. عبد السلام شكركر، الإعلام التوعوي المفاهيم والمجالات، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2019.
14. عبد العزيز عبد الله مختار، التخطيط لتنمية المجتمع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1990.
15. عبد الله محمود عدوي، الجماليات في الإعلام التلفزيوني، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2016.
16. عبد المطالب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001.
17. علي عباس مراد، المجتمع المدني والديمقراطية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2009.
18. علي عبد الله الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
19. علي كنعان، الإعلام والمجتمع، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
20. عمار صوالحية، السلطات الإدارية المستقلة في الأنظمة العربية، ط1، Kutub LTD، لندن، 2020.
21. محمد سعد إبراهيم، الإعلام التنموي والتعددية الحزبية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2004.
22. محمد عاطف، أشهر المخترعين والاختراعات العظيمة في تاريخ البشرية، دار اللطائف للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2001.
23. محمود علي الشرقاوي، النمو الاقتصادي وتحديات الواقع، المنهل، دبي، 2016.
24. محمود محمد سفر، الإعلام موقف، ط1، دار تهامة، جدة، المملكة العربية السعودية.
25. محمود محمد سفر، الإعلام موقف، ط1، دار تهامة، جدة، المملكة العربية السعودية.
26. مصطفى الجندي، الإدارة المحلية واستراتيجياتها، منشأة المعارف، مصر، 1987.
27. مصطفى المحمودي، النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة، الكويت، 1985.
28. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، الإسكندرية، 2002/2001.

29. مي العبد الله، عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المنهل، دبي، 2014.
30. نصر الدين نواري، الصحافة والإرهاب في الجزائر، دار اليازوري العلمية، عمان، 2015.
31. اليوم العالم الإنمائي، الإعلام جدة العالم للتنمية المستدامة، مركز هردو لدعم التغيير الرقمي، القاهرة، 2016.

ثالثا: المذكرات:

1. أحلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة منتوري بقسنطينة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006/2007.
2. خولة شايب عينو، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014/2015.
3. زينة بوسالم، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية، جريدة الشروق أنموذجا، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2010/2012.
4. الطيب بوداود، الإعلام والتنمية المجتمعية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد بوضياف، 2016/2017.
5. فتيحة كيحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - أنموذجا، رسالة ماجستير، جامعة باتنة، 2011/2012.
6. لويزة كريمة عباد، دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2003/2004.

رابعا: المجالات:

1. أحمد عمراني، المحاضرة الأولى، تشريعات الإعلام، السنة الثانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران 1، أحمد بن بلة، 2019/2020.
2. جمال الجلفم المحمود، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية، العدد 2، دمشق، 2004.
3. زكريا عكا، مليود عروس، الإعلام والتنمية المحلية في الجزائر الخلفيات والأبعاد، المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، العدد 5، القاهرة، 2018.

4. عبد المنعم المشاط، العسكريون والتنمية السياسية في العالم الثالث، مجلة السياسة الدولية، العدد92، مؤسسة الأهرام، مصر، أبريل 1988.
5. قندوز عبد القادر، تطور الصحافة المطبوعة في الجزائر بعد الاستقلال، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد19، بسكرة، 2015.
6. نور الهدى عبادة، طيبية شريفة، قانون الإعلام في الجزائر من 1982 إلى 2012 بين الثابت والمتغير، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، العدد5، برلين، 2018.

خامسا: المواقع الالكترونية:

1. <https://arabicpost.net>
2. <https://arm.wikipedia.org>
3. <https://www.alquds.co.uk>
4. <https://www.fikrmag.com>
5. <https://www.independentarabid.com>
6. <https://www.independentarabid.com>



فهرس

الموضوعات

الصفحة	الموضوع
	شكر وعرفان
	إهداء
1	مقدمة
	الفصل الأول: الإعلام والتنمية المحلية
7	- المبحث الأول : ماهية الإعلام
7	المطلب الأول: نشأة وتطور الإعلام
10	المطلب الثاني: مفهوم الإعلام
15	المطلب الثالث: خصائص الإعلام
16	المطلب الرابع: أهمية الإعلام
17	- المبحث الثاني : ماهية التنمية المحلية ومقومات نجاحها
17	المطلب الأول: نشأة وتطور مفهوم التنمية
18	المطلب الثاني: مفهوم التنمية
20	المطلب الثالث: التنمية المحلية
22	المطلب الرابع: مقومات نجاح التنمية المحلية
25	- المبحث الثالث : علاقة الإعلام بالتنمية
26	المطلب الأول: مفهوم الإعلام التنموي
27	المطلب الثاني: أنواع الإعلام التنموي

27	المطلب الثالث: مستويات تدخل وسائل الإعلام في العملية التنموية
30	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: واقع الإعلام في الجزائر ودوره في عملية التنمية	
32	- المبحث الأول : المسار التاريخي والإصلاحات القانونية للإعلام في الجزائر في ظل التعددية السياسية
32	المطلب الأول: المسار التاريخي للإعلام في الجزائر في ظل التعددية السياسية
35	المطلب الثاني: الإصلاحات القانونية للإعلام في الجزائر في ظل التعددية الحزبية
45	- المبحث الثاني : دور الإعلام في عملية التنمية في الجزائر
46	المطلب الأول: دور الإعلام في التنمية السياسية
49	المطلب الثاني: دور الإعلام في التنمية الاقتصادية
50	المطلب الثالث: دور الإعلام في المجال الاجتماعي والثقافي
52	المطلب الرابع: دور الإعلام في المجال البيئي
54	- المبحث الثالث : تحديات الإعلام الجزائري وسبل تفعيله
54	المطلب الأول: تحديات الإعلام الجزائري
55	المطلب الثاني: سبل تفعيل دور الإعلام في الجزائر
57	خلاصة الفصل الثاني
59	خاتمة

62	قائمة المصادر والمراجع
67	فهرس الموضوعات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ