

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة قسنطينة 03 - صالح بونيدر



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري

قسم: الاتصال والعلاقات العامة

رقم التسجيل: .....

الرقم التسلسلي: .....

## دور وسائل الإعلام المحلية العمومية في التنمية المحلية

دراسة تحليلية وميدانية مقارنة

أطروحة مقدمة لنيل درجة "دكتوراه علوم" في علوم الإعلام والاتصال

شعبة: اتصال وعلاقات عامة

إشراف

أ/د فضيل دليو

إعداد

لبصير فطيمة

### لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي	أستاذ التعليم العالي	- أ.د. صالح بن نوار
مشرفا ومقررا	جامعة قسنطينة 3 - صالح بونيدر	أستاذ التعليم العالي	- أ.د. فضيل دليو
عضوا مناقشا	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل	أستاذ التعليم العالي	- أ.د. سمير لعرج
عضوا مناقشا	جامعة قسنطينة 3، صالح بونيدر	أستاذ محاضر (أ)	- د. رياض حمدوش
عضوا مناقشا	جامعة الأمير عبد القادر- قسنطينة	أستاذ محاضر (أ)	- د. أحمد عبدلي
عضوا مناقشا	جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي	أستاذ محاضر (أ)	- د. شرفة معدن

السنة الجامعية: 2017-2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«إني رأيت أنه لا يكتب إنسان كتاباً في يومه

إلا قال في غده:

لو غير هذا لكان أحسن،

ولو زيد هذا لكان يستحسن،

ولو قدم هذا لكان أفضل،

ولو ترك هذا لكان أجمل،

وهذا لعمرى من أعظم العبر،

وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر.

القاضي الفاضل عبد الرحيم البيساني العسقلاني

## كلمة شكر وعرافان

قال تعالى: "رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأطع لبي في ذريتي إنني تبت إليك وإني من المسلمين"

الأحفظ (15).

أشكر الله العلي القدير الذي هدانا لطريق العلم وأعاننا على السير فيه،

ومنّ علي بإتمام هذا العمل.

ومن منطلق وواجب الوفاء والاعتراف بالفضل لأهله، أتقدم بخالص الشكر والعرافان،

ووافر الامتنان لأستاذي المشرف: الأستاذ الدكتور "فضيل حليو" على قبوله الإشراف

على هذا العمل، وتوجيهاته القيمة والمفيدة.

الشكر موصول كذلك لكل من كانت له بصمة في مشواري العلمي، وأخص بالذكر عائلتي

الكريمة، وأساتذتي الذين ساهموا في تكويني في كل الأطوار التعليمية.

كما أشكر كل من أسهم بجهده أو وقت أو رأي في سبيل إنجاز هذا العمل، وأخص بالذكر

الأستاذ الدكتور صالح بن نوار، الدكتورة آمال فضلون، الدكتورة بسمة فنور، والدكتور

رفيق بوزانة.

ويطيب لي أن أتقدم كذلك بخالص الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول

مناقشة هذا العمل والحكم عليه.

جزى الله الجميع خير الجزاء



## دور وسائل الإعلام المحلية العمومية في التنمية المحلية

دراسة تحليلية وميدانية مقارنة

الصفحة	العنوان
	تشكر
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
18	أولاً: تحديد المشكلة
19	1- إشكالية الدراسة
25	2- أسباب اختيار موضوع الدراسة
26	3- تحديد مفاهيم الدراسة
34	4- المدخل النظري للدراسة
35	5- الدراسات السابقة
56	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة
57	1- مجالات الدراسة وعينتها
69	2- نوع الدراسة ومنهجها
71	3- أدوات جمع البيانات
الفصل الثاني: الإعلام التنموي المحلي في الجزائر	
85	أولاً: مدخل إلى الإعلام المحلي في الجزائر
86	1- مفهوم الإعلام المحلي
92	2- أهمية الإعلام المحلي
94	3- سماته
96	4- وظائفه وأهدافه
100	5- مقتضيات نجاحه في أداء دوره

## فهرس المحتويات

101	6- وسائله
102	1-1- الصحافة المحلية
111	2-6- الإذاعة المحلية
117	7- واقع الإعلام المحلي المكتوب والمسموع في الجزائر
152	ثانيا: واقع التنمية المحلية في الجزائر
153	1- التنمية المحلية: مقدمات معرفية عامة
153	1-1- تعريف التنمية
156	2-1- التنمية والمصطلحات المشابهة
158	3-1- خصائصها، أسسها ومجالاتها
162	4-1- التنمية المحلية
162	1-4-1- مفهومها، تطورها ودوافع الاهتمام بها
168	2-4-1- أهداف التنمية المحلية
172	3-4-1- عناصر وركائز التنمية المحلية
175	4-4-1- مجالات ومقومات التنمية المحلية
180	2- واقع التنمية المحلية في الجزائر
181	1-2- بواذر التنمية المحلية في الجزائر
181	2-2- أسس سياسة التنمية المحلية في الجزائر
185	3-2- برامج التنمية المحلية في الجزائر
187	4-2- معوقات أداء المخططات المحلية للتنمية
191	5-2- أفق تطوير أداء المخططات المحلية للتنمية
193	ثالثا: دور الإعلام المحلي في التنمية المحلية
194	1- علاقة الإعلام المحلي بالتنمية المحلية
195	2- أهمية الإعلام المحلي بالنسبة للتنمية المحلية
197	3- تطور النظرة لدور وسائل الإعلام في التنمية
199	4- الإعلام المحلي ومجالات التنمية المحلية
208	5- الإعلام التنموي
208	1-5- مفهومه، نشأته وخصائصه
213	2-5- أهدافه ومهامه

## فهرس المحتويات

215	3-5- نظرياته
236	4-5- التخطيط للإعلام المحلي وأسس اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة
240	5-6 دور الإعلام التنموي في الجزائر
<b>الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة</b>	
243	<b>تمهيد</b>
244	<b>أولاً: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية</b>
245	1- البيانات المتعلقة بتساؤلات الشكل
263	2- البيانات الخاصة بتساؤلات المضمون
305	<b>ثانياً: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية</b>
306	<b>المحور الأول: البيانات الشخصية</b>
320	<b>المحور الثاني: اهتمام القائم بالاتصال بالتنمية المحلية</b>
328	<b>المحور الثالث: كيفية معالجة القضايا التنموية من طرف القائم بالاتصال</b>
338	<b>المحور الرابع: أولويات الإعلام التنموي المحلي</b>
355	<b>المحور الخامس: الصعوبات التي يواجهها القائم بالاتصال في تحقيق التنمية المحلية</b>
365	<b>ثالثاً: نتائج الدراسة وآفاقها</b>
366	1- نتائج الدراسة التحليلية
373	2- نتائج الدراسة الميدانية
384	3- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
388	<b>رابعاً: آفاق الدراسة</b>
390	<b>خاتمة</b>
393	<b>قائمة المراجع</b>
416	<b>قائمة الملاحق</b>

## فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع عينة صحيفة النصر	66
02	توزيع عينة البرامج الإذاعية بإذاعة ميلا	68
03	فئة المساحة	245
04	فئة الموقع وفترة البث	247
05	فئة الموقع في الأركان	251
06	فئة القوالب الصحفية المستخدمة في عرض القضايا التنموية	254
07	فئة مستويات اللغة المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية	260
08	مجالات قضايا التنمية المحلية في عينة الدراسة	263
09	فئة الفاعلين المشاركين في قضايا التنمية المحلية	277
10	فئة البيئة المستهدفة من القضايا التنموية	283
11	فئة الجمهور المستهدف	285
12	مصدر المعلومات حول القضايا التنموية	287
13	فئة الهدف من عرض قضايا التنمية المحلية	290
14	الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة الإعلامية التنموية	302
15	فئة جنس القائم بالاتصال في كلا الوسيلتين	306
16	فئة السن	307
17	فئة المستوى التعليمي	309
18	فئة تخصص القائم بالاتصال	311
19	فئة صفة القائم بالاتصال	314
20	فئة الخبرة المهنية	316
21	طريقة الالتحاق بالعمل	318
22	مدى اهتمام القائم بالاتصال بالقضايا التنموية المحلية	320
23	مصدر اهتمام القائم بالاتصال بالقضايا التنموية	322
24	مدى اقتراح القائم بالاتصال المواضيع الخاصة بالتنمية المحلية	324
25	الحضور لمختلف الأنشطة المقررة من طرف الفاعلين في المجتمع المحلي	326
26	المصادر التي يعتمدها القائم بالاتصال للحصول على المعلومات	328

332	الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في معالجة القضايا التنموية	27
334	يبين إن كان القائم بالاتصال قام بطرح قضايا تنموية كانت سببا في مشروع ناجح	28
336	نوعية القضايا التي طرحها القائم بالاتصال	29
338	مدى مساهمة القائم بالاتصال في رسم السياسات التحريرية في الوسيطتين محل الدراسة	30
340	مدى شعور القائم بالاتصال بوصول السياسات بشكل جيد	31
341	من يرتب أولويات المواضيع بالوسيلتين محل الدراسة	32
343	القضايا التنموية التي يهتم القائم بالاتصال بطرحها	33
345	سبب الاهتمام بالقضايا التنموية	34
346	العوامل الأخرى لأسباب الاهتمام	35
348	المواضيع التي تجد طريقها للبحث أو النشر	36
351	أكثر الجوانب التي يفضل القائم بالاتصال مراعاتها عند انتقاء المواضيع التنموية	37
353	المعايير التي تتحكم في موقع نشر وبحث مواضيع التنمية المحلية	38
355	أسباب نجاح الصحفي في أداء دوره التنموي	39
356	التغيرات التي تطرأ على المادة الإعلامية التنموية	40
358	الضغوط التي تؤثر على القائم بالاتصال	41
361	التصورات التي يقترحها القائم بالاتصال لتجاوز الصعوبات وتطوير الأداء المهني له في مجال التنمية	42

# فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
216	التقص الوجداني عند ليرنر	01
218	أنموذج ليرنر للتحديث	02
245	فئة المساحة	03
248	فئة الموقع وفترة البث	04
251	فئة الموقع في الأركان	05
254	فئة القوالب الصحفية المستخدمة في عرض القضايا التتموية	06
260	فئة مستويات اللغة المستخدمة في عرض قضايا التتموية المحلية	07
263	مجالات قضايا التتموية المحلية في عينة الدراسة	08
278	فئة الفاعلين المشاركين في قضايا التتموية المحلية	09
283	فئة البيئة المستهدفة من القضايا التتموية	10
286	فئة الجمهور المستهدف	11
288	مصدر المعلومات حول القضايا التتموية	12
291	فئة الهدف من عرض قضايا التتموية المحلية	13
302	الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة الإعلامية التتموية	14
306	فئة جنس القائم بالاتصال في كلا الوسيلتين	15
308	فئة السن	16
309	فئة المستوى التعليمي	17
311	فئة تخصص القائم بالاتصال	18
314	فئة صفة القائم بالاتصال	19
316	فئة الخبرة المهنية	20
318	طريقة الالتحاق بالعمل	21
320	مدى اهتمام القائم بالاتصال بالقضايا التتموية المحلية	22
322	مصدر الاهتمام	23
324	مدى اقتراح القائم بالاتصال المواضيع الخاصة بالتتموية المحلية	24
326	الحضور لمختلف الأنشطة المقررة من طرف الفاعلين في المجتمع المحلي	25
329	المصادر التي يعتمدها القائم بالاتصال للحصول على المعلومات	26
332	الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في معالجة القضايا التتموية	27

28	334	يبين إن كان القائم بالاتصال قام بطرح قضايا تنموية كانت سببا في مشروع ناجح
29	336	نوعية القضايا التي طرحها القائم بالاتصال
30	338	مدى مساهمة القائم بالاتصال في رسم السياسات التحريرية في الوسيطتين محل الدراسة
31	340	مدى شعور القائم بالاتصال بوصول السياسات بشكل جيد
32	342	من يرتب أولويات المواضيع بالوسيلتين محل الدراسة
33	343	القضايا التنموية التي يهتم القائم بالاتصال بطرحها
34	345	سبب الاهتمام بالقضايا التنموية
35	347	العوامل الأخرى لأسباب الاهتمام
36	349	المواضيع التي تجد طريقها للبحث أو النشر
37	351	أكثر الجوانب التي يفضل القائم بالاتصال مراعاتها عند انتقاء المواضيع التنموية
38	353	المعايير التي تتحكم في موقع نشر وبحث مواضيع التنمية المحلية
39	355	أسباب نجاح الصحفي في أداء دوره التنموي
40	357	التغيرات التي تطرأ على المادة الإعلامية التنموية
41	358	الضغوط التي تؤثر على القائم بالاتصال
42	361	التصورات التي يقترحها القائم بالاتصال لتجاوز الصعوبات وتطوير الأداء المهني له في مجال التنمية

# مقدمة



منذ ظهور وسائل الإعلام وتعاظم شأنها في الوقت الراهن، دأبت الدول المتقدمة على تسخيرها لخدمة المجتمع والمساهمة في حل مشكلاته. وحين ظهرت وسائل الإعلام المحلية ازداد الاهتمام بها، واتضح أنها تستطيع القيام بأدوار ووظائف قد لا يكون في مقدور وسائل الإعلام الوطنية القيام بها، لأنها الأقدر على التعبير عن البيئة التي تنبض منها، وفهم طبيعة مجتمعاتها المحلية وخصوصيتها واحتياجاتها، كما أن الإعلام الوطني لا يستطيع أن يكون المصدر الوحيد للمعلومات في كل ناحية من نواحي البلاد الواحدة.

ولم يعد خافيا على أحد الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام المحلي العمومي في دفع قاطرة النهضة والتنمية المحلية والتحديث، ودعم ما تخصصه الحكومات من برامج ومشاريع تنموية للنهوض بمجتمعاتها المحلية، وتحقيق التنمية القومية الشاملة، التي أصبحت شعارا ينادي به الخبراء والمختصون السياسيون والاقتصاديون وعلماء الاجتماع والاتصال. حيث تلعب وسائل الإعلام العمومية المحلية دور الحليف الرئيس في دعم سياسات الحكومة المركزية والمحلية في التنمية المحلية، بصفتها أداة من أدوات التوعية والإرشاد والتوجيه والتعليم، التي تستهدف إعادة بناء الفرد والمجتمع من خلال برامج التنمية ومخططاتها المتوالية، باعتبار أن التنمية على المستوى الوطني تبدأ بتنمية المجتمع المحلي مهما كانت مركزية التخطيط به. كما أن جهود التنمية لا يمكن أن تؤدي غايتها إلا بالمشاركة الإيجابية الجادة للمواطنين في المجتمع المحلي. فوسائل الإعلام العمومية المحلية تلعب دور الوسيط الذي يربط بين متطلبات الجمهور المحلي والإدارات والهيئات المسؤولة في المجتمع المحلي، وبواسطتها يتم تبادل المعلومات والآراء، إذ تقدم أجهزة الحكم

## مقدمة

المحلي الخطط والتعليمات والقرارات إلى المواطنين المحليين، وفي نفس الوقت تنقل آراءهم وأفكارهم ومطالبهم وشكاويهم إلى هذه الهيئة.

فقد وضعت الدول على غرار الجزائر التنمية وخاصة المحلية -باتجاهها نحو اللامركزية- من أولى اهتماماتها، من خلال ربط سياسة الإعلام بخطط التنمية المحلية والقومية، في الوقت الذي تغير فيه دور الإعلام من مجرد نقل المعلومات وتغطية الخبر إلى إعلام تنموي يعتبر شريكا أساسيا في التنمية، فغدت وسائل الإعلام العمومية تسير جنبا إلى جنب مع سياسات التنمية، من خلال خلق الجو المناسب لها عن طريق رفع التطلعات، وبعث الطموحات لدى الأفراد نحو حياة أفضل، وتقديم مواد إعلامية تساعد الجماهير على تغيير واقعهم الاجتماعي والثقافي والفكري والاقتصادي إلى واقع أرقى، وتشعرهم أنهم مسؤولون ومشاركون في المشاريع التنموية، فيسهموا في تطوير بلادهم، عن طريق الجهود التي تبذلها السلطات المركزية والمحلية لتحسين مستوى الأفراد، وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعاتهم، وتوعيتهم ليكونوا على إدراك ووعي بمشكلات بيئتهم، وتزويدهم بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة، التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتنثبت من مصدرها، وهذا بالاستعانة بوسائل الإعلام المحلية التي تعمل دور الشريك في الدول المتقدمة إلى جانب الحكومات والمجتمع المدني والمواطنين في تنمية وترقية المجتمعات المحلية.

ومن هنا ومن منطلق أن التنمية أساس كل مشروع حضاري، ووسائل الإعلام هي الحليف الرئيس لها، جاءت هذه الدراسة لإبراز الدور الحقيقي الذي تلعبه وسائل الإعلام المحلية العمومية في الجزائر في التنمية المحلية من خلال دراستين أولاهما تحليلية والأخرى ميدانية.

## مقدمة

ومن أجل معرفة هذا الدور انطلقت الباحثة من خطة للدراسة تضمنت جانبا منهجيا، وآخر نظريا، ثم تطبيقيا من خلال الاعتماد على الخطة، التي قسمت فصولها إلى ثلاث، فكانت مهيكلة كما يلي:

**الفصل الأول:** الموسوم بـ: **الإطار العام للدراسة**، ويتعلق بتحديد مشكلة الدراسة وإجراءاتها المنهجية.

**الفصل الثاني:** والموسوم بـ: **الإعلام العمومي المحلي ودوره في التنمية المحلية**، وتضمن مدخلا إلى الإعلام المحلي في الجزائر، عرجت من خلاله الباحثة على مفهوم الإعلام المحلي، أهميته وسماته، ووظائفه ومتطلبات نجاحه، ثم الحديث عن وسائله والمتعلقة بالدراسة، وكان لزاما أن تقوم الباحثة بعرض لمحة تاريخية عن أهم وسائل الإعلام المحلية محل الدراسة (المكتوب والمسموع) في الجزائر من خلال الحديث عن الصحافة والإذاعة المحليتين في الجزائر.

لنتنقل الباحثة إلى المتغير الثاني المتمثل في التنمية المحلية، فتطرقنا إلى واقع التنمية المحلية في الجزائر من خلال مفهومها، وعناصرها وركائزها، مجالاتها ومقوماتها، ثم عرض واقعها في الجزائر، من خلال الحديث عن بوابدها وأسسها وبرامجها ومعوقاتها وأفق تطويرها.

وفي آخر الفصل سعت الباحثة إلى الوقوف على العلاقة بين متغيري الدراسة، بالحديث عن دور الإعلام المحلي في التنمية المحلية، من خلال التطرق إلى علاقة الإعلام المحلي بالتنمية المحلية وأهميته، وتطور النظرة لدور وسائل الإعلام في التنمية، ثم الإعلام المحلي ومجالات التنمية المحلية، لنتنقل إلى مفهوم الإعلام التنموي، نشأته وخصائصه، أهدافه ومهامه، معرجة على أهم نظرياته، والتخطيط للإعلام المحلي وأسس اختيار الوسيلة المناسبة، ثم دور الإعلام التنموي في الجزائر.

## مقدمة

---

**الفصل الثالث:** والمتعلق بالجانب التطبيقي للدراستين التحليلية والميدانية، وتم فيه عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسات التحليلية والميدانية، ثم النتائج العامة لهما، والنتائج في ضوء الدراسات السابقة، ثم آفاق الدراسة.

الفصل الأول

الإطار العام

للدراسة

أولاً:

تحديد المشكلة

أولاً: تحديد المشكلة:

1- إشكالية الدراسة:

احتلت التنمية الشاملة موقعا هاما في اهتمامات المختصين في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، هذه الأخيرة التي أدركت ضرورة تطوير مجتمعاتها وانتشالها من وضعياتها المتخلفة إلى وضع أفضل. فبدأ الاهتمام بالتنمية هذه المجتمعات منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، وأصبح الآن رائدا في جميع أدبيات وحقول المعرفة، حيث حفلت السنوات الأخيرة من القرن الماضي بتزايد الاهتمام بها من خلال عديد الدراسات والأبحاث حول التنمية، وتطور وتوسع مفهومها من مجال الاقتصاد إلى المجالات الأخرى.

وإذا كان المختصون في الاقتصاد يعبرون عن التنمية بربطها بالزيادة في متوسط الإنتاج لرفع مستوى الدخل القومي، فإن هذا المفهوم لم يبق مقتصرًا على هذا الجانب فقط، بل تعداه ليعبر عن كل طريقة تستهدف تحسين وضعية ما -بغض النظر عن مجالها- وتطويرها من حالتها الرديئة إلى حالة جيدة.

وقد شكل موضوع التنمية المحلية أحد الركائز الأساسية التي تقوم عليها التنمية الشاملة، والتي تستهدف تحقيق التوازن التنموي بين جميع المناطق، حيث بدأت بوادر الاهتمام بها في البحوث والدراسات العلمية، ومن قِبَل السياسات والحكومات، وبرامج المنظمات الدولية في ستينيات القرن الماضي، من خلال تزايد اهتمام الدول بالتسيير اللامركزي، بهدف القضاء على الفوارق الجهوية بين العاصمة والجهات الأخرى للدولة، والانتقال بالمجتمعات المحلية من حالة التخلف والركود إلى وضع التقدم والقوة.

وحظيت التنمية المحلية باهتمام كبير في الدول النامية، بصفتها وسيلة فعالة لتحقيق التنمية الشاملة على المستوى الوطني، وأصبحت تحتل مكانة مهمة كونها تهدف إلى تطوير المجتمعات المحلية من خلال مجموعة من الإجراءات والأساليب الهادفة التي تقوم بها المؤسسات الفاعلة (الدولة، القطاع الخاص، المجتمع المدني)، حيث تعمل على إشراك المجتمع المحلي بجميع أطرافه في وضع البرامج التنموية الهادفة إلى النهوض بهذه المجتمعات بالتعاون مع وسائل الإعلام لإثارة الوعي والإقناع بأهمية البرامج التنموية الخاصة بهذه المجتمعات، وما تعود به على السكان المحليين بصفة خاصة والوطن بصفة عامة.

ولعل الإعلام بوسائله المختلفة، وبصفته السلطة الرابعة والرقابية وأداة التواصل بين صناع القرار والمواطنين، يقوم بدور رئيسي في التنمية، من خلال ما أثبتته الدراسات المختلفة التي تناولت علاقة الإعلام بالتنمية، من خلال حث الجماهير على الاشتراك في أنشطتها المختلفة، وتعبئة الأفراد بمحاولة إزاحة العوائق التي تحول دون تنفيذها على أرض الواقع، من خلال تعديل الاتجاهات ومحاولة تغيير السلوكيات وتوجيهها.

وإذا كان الإعلام بصفة عامة قد أضحى قوة مهيمنة، وعاملا حاسما من عوامل التنمية المحلية، خاصة مع ما شهده من تطور تكنولوجي هائل، فإن الإعلام المحلي بصفة خاصة والعمومي (الحكومي) بصفة أخص أضحى هو الآخر من الظواهر المميزة لهذا العصر (عصر التكنولوجيا والعولمة والمعلوماتية)، فرغم التطور الهائل في وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات، والثورة التكنولوجية والإعلامية، وانتشار المحطات الفضائية العربية والأجنبية، يبقى الإعلام المحلي يكتسي أهمية في عالم اليوم، ويمكنه أن يقوم بكل ما يعجز عنه الإعلام العمومي الوطني، فهو يمثل مرآة لبيئة المواطن في المجتمعات المحلية، تعكس له صورة هو جزء منها، وتعبّر عن



احتياجاته واهتماماته، فأصبح مطلباً حيوياً يقوم بتوصيل وتنفيذ ومتابعة الأهداف الوطنية والتنمية العليا.

فوسائل الإعلام العمومية المحلية تلعب دور الشريك في تنمية المجتمعات المحلية، بمساهمتها في تحديد احتياجات المجتمع وترتيب أولوياته ووضع استراتيجية لتلبية متطلباته، وتحديد المشكلات التي تعيق التنمية، واختيار أنسب الطرق لمعالجتها. وهي تعمل على أن يكون الفرد ليس مستفيداً من الخدمات فقط لكن مساهماً فعالاً في الحفاظ على سلامة المحيط الذي يعيش فيه، لأن خطط التنمية المحلية رهينة بمشاركة جميع القوى المنتجة، ولن تقوم هذه المشاركة ما لم تقوم وسائل الإعلام بمختلف أنواعها بتوعيتهم وتنقيفهم وتوجيههم لكل ما يخدم بيئتهم المحلية.

ومن هذا المنطلق كان الاهتمام بالإعلام المحلي العمومي ودوره التنموي، فهو يلعب دور الوسيلة المهمة التي تستخدمها الدول النامية لتحقيق التغيير والأهداف التنموية، من خلال ما يقوم به من دور في التعليم وترسيخ قواعد السلوك والحفاظ على البيئة، ومساعدة القرارات التي تساهم في التنمية وإحاطة الأفراد علماً بأبعاد التنمية وخططها ومتطلباتها.

والجزائر على غرار الدول النامية، عرفت تحولات هامة على عدة مستويات، بفضل ما كان يسمى بسياسة التنمية على امتداد العقود الماضية، فغذت تملك تجربة تنمية بين دول العالم الثالث، لما عرفته من حجم الاستثمارات والجهود التي بذلت وسخرت لتنفيذها كالبرامج القطاعية المخصصة للبلديات والولايات، والتي أسهمت إلى حد كبير في تلبية الاحتياجات المحلية للسكان. حيث بدأ الشعور بأهمية التنمية والدور الذي تؤديه برامجها ومشروعاتها في التكفل بالحاجات المحلية الخاصة بكل إقليم وولاية مبكراً مع بداية تطبيق المخطط الثلاثي الأول (1967-1969)، ثم نما الشعور بضرورة التنمية المحلية عند وضع المخطط الرباعي الأول عام (1970-1973)،

أين تنازلت الوزارات عن تسيير البرامج الخاصة لصالح الولايات، ثم المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)، الذي عمق التوجه نحو العمل المحلي أكثر، فتم إقرار نوع جديد من البرامج الاستثمارية الأكثر محلية، وذات طابع لا مركزي، تحت مسمى المخططات البلدية للتنمية PCD، والبرامج القطاعية غير المركزية PSD، والتي أسهمت إلى حد كبير في تلبية الاحتياجات المحلية للسكان. وفي بداية الألفية الثالثة، تم تأسيس ثلاثة مخططات لتدعيم التنمية المحلية في الجزائر هي مخطط الإنعاش الاقتصادي، المخطط التكميلي لدعم النمو، ومخطط الهضاب العليا (صيفي زهير: 2014، 309).

وحرصت الدولة الجزائرية بدورها، على أن تضع ضمن استراتيجياتها التنموية فتح الباب أمام المبادرات المحلية لتوسيع دائرة الإعلام المحلي العمومي، بدءاً بالصحافة المكتوبة، ثم الإذاعة المحلية إيماناً منها بالدور الذي يمكن أن يحققه الإعلام المحلي من أجل تحقيق التنمية المحلية ومن ثم التنمية الشاملة، لما تملكه وسائله من مميزات في التعبير عن واقع البيئة المحلية وشرح قضاياها ودعم الجهود والمبادرات الذاتية لسكانها، وتزويد جمهوره من القراء والمستمعين بكل ما يحتاجونه عن بيئتهم.

ورغم أن البدايات الأولى للإعلام المحلي في الجزائر كانت محتشمة، وعرفت تعثراً ملحوظاً نتيجة التوجه السياسي السائد عقب الاستقلال، والقائم على الحزب الواحد، خوفاً من إثارة النزعة الجهوية والمساس بالوحدة الوطنية، فظهرت آنذاك جريدتا النصر والجمهورية، وأطلقت أربع محطات إذاعية جهوية انتشرت عبر عواصم ولايات قسنطينة، وهران، ورقلة وبيشار، إلا أنه عرف تقدماً ملحوظاً في السنوات الأخيرة خاصة مع الانفتاح والتعددية الإعلامية التي أقرها قانوننا الإعلام (1990 و 2012)، حيث ظهرت بوادر صحافة محلية سواء كانت ملكيتها إما عمومية (العناب

بعنابة، الأوراس بباتنة، الهضاب بسطيف والتي كانت تابعة لمؤسسة النصر) أو خاصة كرسالة الأطلس بباتنة، الأنوار بسطيف، الشرق الجزائري وبيد الشرق بقسنطينة والقبس وOran Hebdo بوهران (نصر الدين لعياضي: 1997، ع 15، 47-48)، ناهيك عن الانتشار الواسع الذي عرفته الإذاعات المحلية أين كانت باكورتها إذاعة الساورة ببشار، التي عرفت النور في أبريل 1991، ثم تلتها إذاعتا متيجة والواحات بورقلة في ماي من نفس العام، لتتوالى في الظهور إلى أن غطت كل ولايات الوطن، فأصبح لكل ولاية إذاعة ناطقة باسمها تسعى بكل جهودها أن تعبر عن البيئة التي وجدت فيها وتلقي الضوء على المشاريع التنموية بها.

لذا جاءت هذه الدراسة لتكشف الدور الحقيقي الذي يمكن أن يلعبه الإعلام المحلي بشقيه المكتوب والمسموع (الصحيفة والإذاعة المحليتين)، وتقييم مدى مساهمته لمشاريع الدولة في التنمية، فكان التساؤل الرئيس التالي، والذي يجمع بين تساؤلين رئيسيين، أولهما خاص بالدراسة التحليلية (من حيث الشكل والمضمون) والثاني خاص بالدراسة الميدانية (من خلال القائمين بالاتصال):

ما هو دور وسائل الإعلام المحلية المكتوبة والمسموعة في التنمية المحلية (من خلال المضمون والقائم بالاتصال)؟ وما هي أوجه التشابه والاختلاف بينهما؟

وانبثقت عن التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية الوصفية، بعضها خاص بالدراسة التحليلية التي آثرت الباحثة تقسيمها بدورها إلى تساؤلات خاصة بالشكل وتساؤلات خاصة بالمضمون، والآخر بالدراسة الميدانية، وهي كالآتي:

**الدراسة التحليلية** وتقسم أسئلتها إلى:

أ- تساؤلات الشكل

- ما حجم عرض الإعلام المحلي - عينة الدراسة- لقضايا التنمية من حيث المساحة والزمن؟
- ما هو الموقع الذي تحتله مواضيع التنمية في وسيلتي الإعلام المحليتين محل الدراسة من حيث الصفحات وفترة البث؟
- ما هي القوالب الصحفية والإذاعية التي استخدمتها هذه الوسائل في عرض قضايا التنمية؟
- ما هي اللغة المستخدمة في نشر وبث البرامج التنموية في الإذاعة؟

ب- تساؤلات المضمون:

- ما هي قضايا التنمية التي تناولها الإعلام المحلي -عينة الدراسة- ؟ وما هي أولوياته؟
- من هم الفاعلون في هذه البرامج؟
- ما هي البيئة (الريفية / الحضرية) التي يستهدفها الإعلام المحلي بعرضه للمواضيع التنموية؟
- ما هو الجمهور المستهدف من عملية التنمية من خلال الإعلام المحلي؟
- ما هي المصادر التي يعتمد عليها في نشر وبث القضايا التنموية؟
- وما هو الهدف من الموضوعات التنموية المدرجة؟
- ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في تقديم القضايا التنموية في كلا الوسيلتين؟

الدراسة الميدانية:

- ما هي مظاهر اهتمام القائم بالاتصال بقضايا التنمية المحلية في الوسيلتين عينة الدراسة؟
- كيف يعالج القائم بالاتصال في الوسيلتين -عينة الدراسة- قضايا التنمية المحلية؟
- ما هي أولويات القضايا التنموية في نظر القائم بالاتصال في كلتا الوسيلتين -عينة الدراسة-؟

- ما هي الصعوبات التي يواجهها القائم بالاتصال في الوسيطتين -عينة الدراسة- والتي تحول دون القيام بدوره في تحقيق التنمية المحلية؟

## 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

تعد مرحلة اختيار الموضوع القابل للدراسة العلمية ذات أهمية بالغة، وهي من أصعب المراحل التي يمر بها الباحث، لأنها تمثل مرحلة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بكامله، فيمكن أن تتعدد أسباب اختيار الباحث لموضوع معين، فهي تكون إما أسبابا ذاتية تفرضها طبيعة تخصصه أو اهتماماته وقدراته ورغباته، أم لأسباب يفرضها الواقع الاجتماعي والضرورة الملحة لمواضيع تطرح نفسها بنفسها، ومن بين أهم الأسباب التي دفعت الباحثة لاختيار هذا الموضوع:

- < الاهتمام الشخصي بالبحث في ميدان الإعلام والاتصال عموما والإعلام المحلي خصوصا.
- < الانتشار الواسع للإذاعات المحلية، حيث أصبح لكل ولاية إذاعة خاصة بها تساير مجريات التنمية، لكن رغم هذا الانتشار إلا أن الدراسات والأبحاث في هذا المجال لم تأخذ -في تقديرنا- حظها الوافر من حيث قلة الاهتمام بالأبحاث الخاصة بالإعلام المحلي خاصة في ظل ظهور معطيات جديدة، جاءت بها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وفي ظل حاجة المجتمع المحلي لمثل هذا النوع من الإعلام خاصة مع ما نعرفه من اهتمام وإدراك جيدين لجمهور المجتمع المحلي لقدرة هذا الإعلام على تمثيل هذا المجتمع والتحدث بلسانه.
- < الرغبة في إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي وإثراء مكتبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم الإنسانية والاجتماعية بدراسة في هذا المجال.

### 3- تحديد المفاهيم:

إن أي بحث أو دراسة مهما كان مجالها، تتطلب تحديد المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالموضوع محل البحث، إذ على الباحث تحديد المعاني تحديدا دقيقا يساعد القارئ المختص أو غير المختص على فهمها إدراكها بشكل صحيح، وعليه فقد تم تحديد مجموعة من المفاهيم الأساسية في البحث نحددها فيما يلي:

#### -الدور:

يشير لفظ الدور إلى مجموعة من معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وضعنا معينا في البناء الاجتماعي (بدر كريم:1990، 120).

التعريف الإجرائي: هو أن نتوقع من الإعلام ووسائله المحلية المكتوبة والمسموعة القيام بأداء مجموعة من الوظائف، التي تنطلق عادة من معايير سلوكية وقواعد معينة من شأنها أن تحكم في آخر المطاف وضعنا معينا في البنيان الاجتماعي للمجتمع.

#### -وسائل الإعلام العمومية:

هي الوسائل التي تكون ملكيتها تابعة للدولة، وتسيطر عليها الحكومة من حيث إدارة وتعيين الإعلاميين والفنيين، وتحديد السياسة التحريرية. والمقصود بها في الدراسة الوسيلتان العموميتان المتمثلتان في صحيفة النصر وإذاعة ميله المحلية.

#### -الإعلام المحلي:

إن مصطلحات الإعلام المحلي، الإعلام الجهوي والإعلام الإقليمي يكتنفها الكثير من الخط والغموض، ومرد ذلك أنها استخدمت غالبا دون تمييز، وفي أحيان كثيرة يعبر عن الاختلاف عن طريق الاحتكام إلى معيار المنطقة، غير أن ما يعتبر إقليميا في منطقة ما، قد يصبح محليا

في منطقة أخرى، والعكس صحيح، ما جعلنا أمام بعض الخلط الذي يحيط بهذه المفاهيم، حيث لاحظنا تداخلا بين مفاهيم "الجهوي"، "المحلي" و"الإقليمي"، سواء على المستوى النظري أو العملي، وهو ما قد يؤدي إلى الالتباس عند تناول الموضوع بين الوسائل الجهوية، المحلية والإقليمية، وقد ارتأينا لرفع هذا اللبس الكشف عن الفروق بين هذه المفاهيم.

### أ- الإعلام الإقليمي:

هو الإعلام الذي يخدم إقليما حسب التقسيم الإداري للدولة" إضافة إلى ذلك هناك من استخدم مفهوم الإعلام الإقليمي ليشير به إلى الأنشطة التي تمارسها مراكز الإعلام كأجهزة علاقات على المستوى الوطني.

أما الباحث إبراهيم عبد الله المسلمي فيرى أنه في واقعنا العربي المعاصر، نطلق تسميات الصحافة المحلية والصحافة الإقليمية إذاعة أو صحافة الملحقات للدلالة على مسمى واحد هو الصحف التي تصدر في إقليم جغرافي في داخل وطن من الأوطان، وكذلك الإذاعة الإقليمية بشقيها الراديو والتلفزيون. ولأن المعنى الجغرافي ليست له دقة الخرائط الجغرافية، فإن مفهوم الصحافة المحلية -مثلا- يتسع أحيانا فوق المساحة الجغرافية (إبراهيم عبد الله المسلمي (أ): 2004، 34).

وقدم الباحث إبراهيم إمام تعريفا آخر للإعلام الإقليمي بأنه: " الإعلام الذي ينبثق في بيئة معينة ومحددة، ويوجه إلى جماعة بعينها ترتبط ببعضها البعض في هذه البيئة، بحيث يصبح هذا الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس ومتصل بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية"

ومما سبق يمكن تقديم تعريف للإعلام الإقليمي، والذي يقصد به إعداد الرسائل التي تنتقل إلى نوعية من الجماهير المحدد إطارها جغرافيا، عن طريق إحدى وسائل الإعلام الإقليمية، بهدف

تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة، من خلال عملية عرض فني، يساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير، وميولهم واتجاهاتهم (إبراهيم عبد الله المسلمي(أ): 2004، 35).

### ب- الإعلام المحلي:

هو نوع من الإعلام محدود النطاق، يختص باهتمام منطقة معينة تمثل مجتمعا محليا، ويمثل انعكاسا واقعيا لثقافة ذلك المجتمع المحلي، مستهدفا خدمة احتياجات سكانه، ومحققا تفاعلهم ومشاركتهم (طارق سيد أحمد(أ): 2004، 82).

ويمكن أن نستنتج من هذا التعريف أن الإعلام المحلي يرتبط بالبيئة المحلية شكلا ومضمونا، من حيث الإرسال والتوزيع، والاستقبال والبرامج والنتائج، ذلك أنه يبيث ويستقبل ضمن نطاق البيئة المحلية، كما أن مضمونه والنتائج المترتبة عليه تتعلق بالمجتمع المحلي، مع ملاحظة أن شرط الاستقبال ليس لازما، لأن هناك وسائل إعلام محلية تستقبل في مجتمعات أخرى بالإضافة إلى التي تبث وتصدر منها.

### ج- الإعلام الجهوي:

لا نقصد به ذلك النوع الذي عرفته الجزائر سنوات السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين، والتي كانت وسائله تبث من عواصم الجهات الأربعة للوطن (الشرق، الغرب، الجنوب الشرقي، الجنوب الغربي) لتغطي مجموعة كبيرة من الولايات، إنما نقصد هنا، ذلك النوع من الإعلام محدود النطاق، الذي يختص باهتمام منطقة معينة تمثل مجتمعا محليا، يكون مرتبطا بخدمة هذا المجتمع ومتصلا بثقافة بيئته المحلية.



وينقسم الإعلام المحلي حسب وسائله إلى أنواع سنأخذ منها ما يهمننا في دراستنا وهما الإعلام المحلي المكتوب والمسموع.

### ➤ الإعلام المحلي المكتوب (الصحيفة):

وتعرف الصحيفة بأنها قرطاس مطبوع فيه أخبار ومعلومات وآراء وإعلانات وصور، مختلف شكله ومختلف حجمه باختلاف مواعيد صدوره وباختلاف طبيعة الموضوعات المنشورة به سياسية أو علمية أو فنية أو غير ذلك يعرض على الجمهور لاقتنائه عن طريق الاشتراك في فترة من فترات صدوره أو عن طريق شراء نسخة من نسخ أعداده (شاكرا ابراهيم: 1975، 82).

**والصحافة المحلية:** هي الصحافة التي تتبع من المجتمع المحلي، وتعبّر عن احتياجاته ومطالبه ومشاكله، ولها رسالة في تميته وتطويره لتحقيق أهداف المجتمع العليا، وبناء الوعي الوطني لدى المجتمعات المحلية، وتطوير الثقافة الوطنية وتنمية ودعم القيم الإيجابية، وإبراز التراث الثقافي المحلي، كما أنها تمثل حلقة الوصل بين المواطنين والجهازين الشعبي والتنفيذي (ناجي الشهاوي: 2015، 27)، بل وتستطيع الصحافة الإقليمية أن تثير مزيدا من القضايا الملحة حول مشاكل الجماهير وردود المسؤولين عليها، وإيضاح الاعتمادات المحددة لها، ومواعيد تنفيذها، وإبراز القادة الذين يشعرون بمشاكل المواطنين ويتعاونها مع المجالس الشعبية المحلية تستطيع أيضا كشف كافة صور الفساد والانحرافات داخل أجهزة الحكم المحلي التنفيذية أو التي تثار داخل هاته المجالس تحقيقا للصالح العام، وتأكيدا للديمقراطية السلمية (إبراهيم عبد الله المسلمي(ج): 1993، 57).

هي الصحافة التي تهتم بالموضوعات والأخبار والقضايا المحلية اهتماما كبيرا يجعل القارئ في المجتمع المحلي يرتبط بها ويشعر بالانتماء نحوها (عبد المجيد شكري(أ): 2002، 88).

ويقصد بها في الدراسة تلك الوسيلة الإعلامية المكتوبة المتمثلة في صحيفة النصر، والتي تتناول الأخبار والقضايا المحلية والجهوية، وتخدم مجتمعا محدودا تخاطبه عن طريقها، وتسعى لخدمته.

### ➤ الإعلام المحلي المسموع (الإذاعة المحلية):

هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من النواحي الجغرافية والاقتصادية والاجتماعية، مجتمع له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافة المتميزة، على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي ( محمد منير حجاب(ب): 2003، 2150).

ويقصد بها في الدراسة ذلك الجهاز الإعلامي المتمثل في إذاعة ميلة الجهوية والتي تخدم مجتمعا محليا، يتمثل في سكان ولاية ميلة ببلدياتها الـ 32 الذين يعيشون فوق أرض محدودة المساحة، بمعنى أن تبث برامجها مخاطبة هذا المجتمع الخاص، محدود العدد، والمتناسق من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية على الرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد.

### - التنمية المحلية:

#### أ- التنمية:

وضع لها المختصون كثيراً من التعاريف، منها أن التنمية ( وسيلة تستطيع من خلالها الدول النامية التصدي لعوامل التخلف ؛ بتبني خصائص أو سمات المجتمعات المتقدمة. وقيل إنها عملية تستند إلى الاستغلال الرشيد للموارد ؛ بهدف إقامة مجتمع حديث.

والتنمية وضعية أو حالة من حالات المجتمعات، التي إما أن تكون في حالة تخلف ، أو حالة نمو وتنمية ، أو في حالة رقي وتقدم. من هنا نرى التنمية مرحلة من المراحل التي تقطعها

المجتمعات في طريقها لحالة التقدم والرفي. كما يمكن النظر لمصطلح التنمية بوصفه علماً على الحالة المأمول الوصول إليها، من طرف الدول والمجتمعات الساعية للتقدم والرفي الحضاري (إبراهيم العسل: 1996، 63).

وقد كان التعريف الشائع للبلدان النامية منذ أواخر الأربعينيات حتى أواخر الستينيات أنها البلدان التي ينخفض فيها مستوى الدخل الفردي كثيراً مقارنة مع مستواه المتحقق في البلدان المتقدمة. فعرفت التنمية بأنها الزيادة السريعة والمستمرة في مستوى الدخل الفردي عبر الزمن" (صالح أبو أصبع: 1989، ص 168).

ويعرفها فرانسوا بيرو Francois Perroux على أنها مجموعة من التغيرات التي تحدث في الهياكل الداخلية والعادات الاجتماعية التي تسمح بزيادة حقيقية في الناتج القومي. مع شرط تفوق معدل الدخل القومي على معدل نمو السكان قصد ضمان استمرارية الزيادة في متوسط الدخل الفردي (Alaine Beione , Christine Dell : 1995, 99).

### ب- التنمية المحلية:

هي تلك العمليات التي توحد جهود الأهالي وجهود السلطات الحكومية لتحسين الأحوال الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية، وتحقيق تكامل هذه المجتمعات في إطار حياة الأمة ومساعدتها على المساهمة التامة في التقدم القومي، وتقوم هذه العمليات على عاملين أساسيين هما: مساهمة الأهالي أنفسهم في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم والمساعدة الذاتية والمتبادلة بين عناصر المجتمع وجعلها أكثر فعالية (مصطفى الجندي: 1987، 9).

وتعرف على أنها عملية تهدف إلى تحقيق تقدم اجتماعي واقتصادي للمجتمع بأسره، من خلال ضمان مشاركته النشطة. ويحدد الناس أنفسهم المشاكل. والغرض من هذه العملية هو حل

المشاكل، ومساعدة الناس على تنظيم واكتساب المزيد من السلطة (Luminița Miron, PhD Student : 2011 , 97)

فالتنمية المحلية هي تلك العملية التي يمكن للأفراد الذين يعيشون في مجتمع صغير، أن يساهموا في الجهود التي تبذلها السلطات المحلية والمركزية من أجل النهوض بالمجتمع المحلي، وأن يناقشوا عن طريقها حاجاتهم ويحددونها، ثم يضعون الخطة لتنفيذها بهدف تحسين ظروف حياتهم ومن أجل تحقيق التنمية الشاملة.

ويقصد بالتنمية المحلية في الدراسة عملية التحول الإرادية الشاملة لمظاهر الحياة بمنطقة معينة، والتي تشمل كل مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية من تربية وتعليم، سكن، تكوين، صحة، بيئة، نقل، مواصلات، وتزويد المواطن المحلي بالمياه وكل المرافق التي يحتاجها كالصرف الصحي، والغاز الطبيعي والإنارة العمومية، وتحسين القدرة الشرائية وتحسين الأداء الصناعي، والتسيير السياحي، ودعم الفلاحة وتشجيع الصناعات التقليدية....، تساهم فيها كل من السلطات المحلية والمنتخبين والمجتمع المدني المحلي والأهالي ويتطلع إلى آفاقها المواطن لتحقيق حياة أفضل.

### -المجتمع المحلي:

يعرف بأنه مجموعة من الناس الذين يقيمون على رقعة من الأرض، وتربطهم علاقات دائمة نسبياً، وليست من النوع العارض أو المؤقت، ولهم نشاط منظم وفق قواعد وأساليب وأنماط متعارف عليها وتسود بينهم روح جمعية تشعرهم بأن كلا منهم ينتمي لهذا المجتمع (سعيد عبد الرسول محمد، 1998، 188).

المجتمع المحلي عبارة عن مجتمع محدد العدد، فوق أرض محدودة المساحة، يؤدي معظم أفرادها نشاطا رئيسا محددًا اقتصاديا، تجاريا او حرفيا .. الخ، وهو جماعة من المواطنين مترابطة بفضل اشتراك أفرادها في مجموعة من التصورات والقيم المشتركة (محمد منير حجاب(ب): 2003، 2123-2124).

ويمكن تعريف المجتمع المحلي إجرائيا بقولنا :

-إنه مجموعة من الأفراد يقيمون في منطقة جغرافية معينة، تتمثل في سكان الشرق الجزائري من جهة ومواطني ولاية ميلة، والذين تسود بينهم قيم وعادات وتقاليد وسلوكيات وثقافة واحدة وعلاقات وطيدة، وتجمعهم المصالح والاهتمامات المشتركة.

- القائم بالاتصال:

عرفه عصام موسى بأنه: " الشخص الذي يلعب دورا في التأثير على الرسالة الإعلامية منذ بداية تكوينها حتى تصبح جاهزة في شكلها النهائي للإرسال عبر وسيلة إعلامية إلى الجمهور، وفي هذه الحالة قد يكون الإعلامي مخبرا صحفيا، أو محررا للأخبار أو كاتباً، أو رئيس تحرير، أو مصورا فوتوغرافيا، أو سينمائيا، أو رساما، أو مصمم إعلان، أو كاتب سيناريو، أو منتجا، أو موظفا للعلاقات العامة (فلاح سلامة حسن الصفدي: 2015، 86).

ونقصد به في دراستنا هذه جميع الأفراد العاملين في الوسيطتين محل الدراسة (صحيفة النصر وإذاعة ميلة المحلية)، والذين توكل لهم مهمة جمع الأخبار والمواد الصحفية، ويشمل الصحفيين والمراسلين ورؤساء التحرير.

4- المدخل النظري للدراسة:

بما أن العلم تراكمي، فالأولى بكل باحث العودة إلى ما تنتجه النظريات التي اجتهد للوصول إليها علماء وباحثون لتقديم تفسيرات مقنعة وصالحة للمشكلات المطروحة في مختلف المجالات.

فبدلاً من أن ينطلق الباحث من الفراغ، لا بد عليه من اختيار مدخل نظري مناسب وكفيل بتحديد نتائج الدراسة، وبلورة وجهة نظره تجاه القضايا التي هو بصدد دراستها، فهو كالبوصلة التي توجهنا مباشرة إلى الاتجاه الصحيح، إذ يحدد الزاوية التي يجب على الباحث النظر من خلالها لموضوعه.

ويعد مدخل الإعلام التنموي الأنسب لمثل دراستنا التي تتطرق إلى متغيري الإعلام والتنمية، حيث يعتبر الإعلام من منظور هذا المدخل وسيلة لتحقيق الغايات والأهداف التنموية، حيث ظهرت النظريات والأفكار التي تتحدث عن الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية في التغيير الاجتماعي والتنمية الوطنية في المجتمعات النامية، وكانت أولى النظريات وأكثرها تأثيراً نظرية المفكر والباحث الإعلامي دانييل ليرنر حول العلاقة بين تحضر الإنسان وتمدنه وبين تعرضه لوسائل الإعلام، ثم ما جاء به الباحثان شرام وروجرز حول تأثير وسائل الإعلام على أوضاع وسلوك وتفاعل الأفراد ضمن مجتمعهم، وحول الفروق الموجودة بين الريف والمدينة وعوامل ومراحل تبني الأفكار المستحدثة، (عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: 2007، 33). لتأتي جهود اليونسكو في الثمانينيات بنظرية جديدة تتماشى والأوضاع القائمة في الدول النامية.

وسنأتي على عرض مختلف النظريات في الفصل النظري وفي العنصر الخاص بنظريات

الإعلام التنموي بنوع من التفصيل والتعمق.

5- الدراسات السابقة:

يعتبر تلخيص الدراسات السابقة من الخطوات المنهجية الهامة نظرا لأهميتها الكبيرة لدى الباحث، فكل بحث أو دراسة لا بد وأن يكون قد سبقه محاولات في المجال على شكل دراسات نظرية أو تطبيقية، يستقي منها الباحث في دراسته الحالية بعض الجوانب التي توجهه في دراسته، وتمكنه من الإلمام الجيد بالموضوع والتحكم فيه بصورة جيدة، وتكمن أهميتها في استفادة الباحث من نتائجها، وصياغة فروضه انطلاقا منها، أو في اختيار العينة والمنهج والأدوات البحثية.

وبالنسبة لدراستنا الحالية هناك بعض الدراسات تناولت جانبا واحدا فقط منها، سواء تعلق بالإعلام المحلي أو بالتنمية الشاملة، وسنحاول في هذا العنصر أن نتطرق إلى أهم هذه الدراسات كرونولوجيا، كما هو مبين فيما يأتي:

**الدراسة الأولى: التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مضامين الصحافة الجزائرية، من إعداد عبد**

**الرحمن قنشوية، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، 2015**

تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة التغطية الصحفية وحجمها وكيفية معالجتها لقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الصحافة الجزائرية الخاصة، ممثلة في جريدتي الشروق اليومي والوطن (El Watan) الصادرة باللغة الفرنسية.

وتصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، استخدم فيها الباحث المنهج المسحي واعتمد

على أداة تحليل المضمون لتحليل مضامين صحيفتي الشروق اليومي والوطن من 1 جانفي 2014

إلى غاية 31 ديسمبر 2014 بالاعتماد على العينة العشوائية المنتظمة بطريقة دورية.

وأُسفرت الدراسة عن النتائج الآتية:

- حازت مواضيع التنمية الاقتصادية والاجتماعية على اهتمام واسع ضمن الأجندة الإعلامية لكل من الشروق اليومي والوطن وهذا من خلال الفترة المختارة للدراسة.
- ركزت كلتا الجريدتين على الخبر، وبنسب أقل على التقرير مقارنة مع القوالب الصحفية الأخرى، وهذا في نقل ومعالجة قضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهو ما يعني الأهمية التي توليها الجريدتان للمسائل التنموية.
- التركيز على قالب الخبر والتقرير يفسر تركيز الصحيفتين على الوظيفة الإخبارية دون غيرها من الوظائف، خاصة الوظيفة التفسيرية والتحليلية التي تعد أساسية في المواضيع التنموية.
- نشرت معظم مواضيع التنمية التي تناولتها الجريدتان في الصفحات الداخلية، ولم تستخدم الصفحة الأولى إلا بنسب قليلة، مع ندرة المواضيع التنموية على الصفحة الأخيرة إلا في بعض الحالات.
- تشير النتائج إلى أن أغلب مصادر المادة الإعلامية التي تتناول التنمية الاقتصادية والاجتماعية على صفحات الجريدتين داخلية، ومرد ذلك إلى الانتشار القوي لصحفي ومراسلي ومكاتب الشروق اليومي والوطن عبر ولايات الوطن.
- تستخدم الصحف الصادرة بالفرنسية الصفحات المتخصصة في مقالاتها التحليلية والتفسيرية، وتحتل هذه المواضيع في عمومها مساحات تقل عن ربع صفحة إلا في بعض الحالات، وتنتشر مقالات فكرية للمتخصصين وأصحاب الفكر في مساحات تصل إلى نصف صفحة وأحيانا صفحة كاملة.



- يحوز مجال الخدمات على أعلى نسبة من التواجد في محتويات الجريدتين، نظرا لحساسية هذا القطاع الذي يتعلق بالحياة اليومية للمواطن، ولعل هذا يعود إلى التزام الصحيفتين بمبادئ المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.
- فيما يتعلق باتجاه الصحيفتين نحو جهود التنمية يبدو أن الصحافة الجزائرية الخاصة تعارض السياسة التنموية المتبعة من طرف الدولة الجزائرية، وهذا لا يعني أنها لا تؤيد الجهود في بعض القطاعات مثل الجوانب المتعلقة بالأسرة والمجتمع وقطاع التعليم والتكوين المهني والثقافة، فكانت في معظم الأحيان حيادية بالنسبة للاتجاه نحو جهود التنمية.
- لم تركز الصحافة الخاصة في عمومها على شرح وتفسير وتحليل المفاهيم والمصطلحات والأهداف العامة للتنمية وخصائصها في الجزائر من خلال الخبراء الاقتصاديين، الأمر الذي يجعل الاهتمام الإعلامي بالتنمية واجبا تقليديا رتبيا ويقع على كاهل أي صحفي كان.

### التعقيب على الدراسة:

- تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في أنها تناولت جانبا فقط، هو الجانب التحليلي تناولت فيه بعدين فقط من أبعاد التنمية، هما البعدان الاجتماعي والاقتصادي في الصحافة الخاصة، على عكس الدراسة الحالية التي مزجت بين الدراسة التحليلية والميدانية، لمواضيع التنمية بأبعادها المختلفة في الإعلام العمومي المحلي المكتوب والمسموع.
- وقد شكلت هذه الدراسة خلفية نظرية مهمة لدى الباحثة من خلال التراث النظري الذي تناولته، كما استفادت الباحثة من الإجراءات المنهجية خاصة فيما يتعلق بتحليل المضمون.

الدراسة الثانية: دور إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، إعداد لبنى لطيف، إشراف أد نور الدين زمام، سبتمبر 2012  
جامعة محمد خيضر بسكرة

تتمركز هذه الدراسة حول برامج إذاعة بسكرة وجمهورها المستمع في المجتمع المحلي، حيث ركزت الباحثة على ملاحظة طبيعة برامجها ومدى توافقها مع مشكلات وقضايا المجتمع المحلي وارتباطها بقضايا التنمية المحلية.

وللوصول لتغطية أبعاد هذا البحث استلزم إجراء دراستين، الأولى: تحليلية أداها تحليل مضمون عينة من برامج إذاعة بسكرة، للكشف عن الأدوار التي تقوم بها الإذاعة من خلال برامجها في تنمية المجتمع المحلي وخدمته، وذلك من خلال التعرف على مضمون وشكل البرامج والخدمات الإذاعية المقدمة، ومدى ارتباطها بواقع وقضايا البيئة المحلية بالطرح والمعالجة، من خلال طرح تساؤلات خاصة بالشكل والمضمون، وتتمثل التساؤلات الخاصة بالمضمون فيما يلي:

- ما هو الدور الثانوي الذي تلعبه برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي؟
- ما هو الدور المساعد الذي تلعبه برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي؟
- ما هو الدور الأساسي (الأساسي) الذي تلعبه برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي؟

أما تساؤلات الشكل فتضمنت ما يأتي:

- ما هو حجم المساحة الزمنية التي تستغرقها إذاعة برامج إذاعة بسكرة؟
- ما هي مستويات اللغة المستخدمة في برامج إذاعة بسكرة؟
- ما هي دورية إذاعة البرامج في إذاعة بسكرة؟

- ما هي القوالب الفنية المستخدمة في برامج إذاعة بسكرة؟

والثانية: ميدانية تتضمن دراسة على عينة من الجمهور المستمع والمستهدف لهذه الإذاعة، للتعرف على عادات وأنماط تعرضه لبرامجها وتفضيلاته وآرائه واقتراحاته فيما تقدمه له من برامج وخدمات وذلك من خلال التساؤلات التالية:

. ما هي عادات وأنماط الاستماع إلى برامج إذاعة بسكرة؟

. ما هي تفضيلات المبحوثين فيما يخص البرامج المقدمة؟

. ما هي آراء المبحوثين واقتراحاتهم حول ما تقدمه الإذاعة من خدمات لإذاعية؟

ومن أجل الإجابة على هذه التساؤلات مرت هذه الدراسة التحليلية الوصفية بمرحلتين:

مرحلة الوصف الميداني للظاهرة ( الاستطلاعية) ومرحلة الوصف المعمق ( المرحلة التحليلية)، استعانت الباحثة فيها بمقابلات حرة أجرتها مع عناصر هامة من طاقم الإذاعة ومقابلة مع عدد من المستمعات الوفيات. واعتمدت على الملاحظة غير المباشرة والملاحظة البسيطة وملاحظة منظمة، واستخدمت تحليل المحتوى بمختلف فئاته، حيث أعدت الباحثة صحيفة تحليل المحتوى والتي تضمنت المؤشرات التي ستخضعها للقياس.

أما مجتمع الدراسة التحليلية فتمثل في برامج إذاعة بسكرة التي تنتمي إلى الشبكة البرمجية

السنية، والتي تخاطب المجتمع البسكري بلهجته، وتسعى إلى خدمته وتنميته، واعتمدت الباحثة

على ما توفر لها من تسجيلات لبرامج إذاعة بسكرة الجهوية من جانفي 2011 إلى شهر أفريل

2011، واستخدمت العينة الدائرية، لتحصل عينة مكونة من إرسال سبعة أيام من بداية الإرسال

إلى نهايته مشتملة على كل أيام الأسبوع.

أما مجتمع الدراسة الميدانية فهو مستمعو برامج إذاعة بسكرة المحلية بشكل مستمر، واعتمدت الباحثة على أسلوب المسح بالعينة باختيار نوعين من العينات هما العينة الحصصية وعينة المناطق الجغرافية ( العنقودية).

وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج يمكن إجمالها في الآتي:

- يقتصر الدور الثانوي لإذاعة بسكرة على الإخبار والإعلام بالأحداث الجارية، ومناقشة المشكلات والقضايا الحيوية التي تمس أفراد المجتمع المحلي، وكذا تعريفهم بكل الخدمات والفرص المتاحة في مجتمعهم المحلي.
- يتمثل الدور الأصيل لإذاعة بسكرة المحلية في التغيير القيمي والسلوكي لأفراد المجتمع المحلي ونشر الوعي بمختلف أنواعه والعمل على إبراز الثقافة المحلية وتطويرها.
- لا تؤدي إذاعة بسكرة من خلال خططها البرمجية دورها المساعد في معاونة المؤسسات التربوية والتعليمية ومراكز التكوين والتمهين في العملية التعليمية والتدريبية معاً، سوى في جانب واحد من جوانب التدريب على المهارات اللازمة في الحياة اليومية للأفراد وهو جانب التنقيف النسائي من زاوية التدريب على مهارات الطهو، وهو الدور التدريبي الموجه للمرأة العسكرية لا سيما ربة البيت.

ولأداء دورها التنموي بفاعلية، نجد برامج بسكرة قد استعانت بما يلي:

- اعتماد اللغة العربية البسيطة والمفهومة لدى مختلف فئات المجتمع المحلي، سواء في جانبها الفصيح، أو الدارجة.
- اعتمادها على قوالب فنية متعددة، لا سيما قالب الحوار الإذاعي وما له من فائدة في تحقيق الغايات التنموية المرجوة من هذه البرامج الحوارية.

- أما من حيث دورية إذاعة برامجها، فإن الخطة الإذاعية لبرامج إذاعة بسكرة تركز أكثر على الدورية الأسبوعية لإذاعة برامجها، ما يؤثر على الدورية اليومية لإذاعة برامجها الأخرى، خاصة تلك التي تناقش المشكلات الحيوية اليومية لأفراد المجتمع المحلي، والتي تتطلب تناولا يوميا لها من طرف برامج الإذاعة باعتبارها جوارية بالدرجة الأولى غرضها التقرب المستمر واليومي من قضايا المجتمع الحيوية، إلا أنها مقابل ذلك راعت في خطتها البرمجية توقيتات البرامج وفق دياكتيك الحياة اليومية للأفراد المحليين.

أما نتائج الدراسة الميدانية فتمثلت فيما يأتي:

- إن نسبة الاستماع إلى برامج إذاعة بسكرة قليلة، على اعتبار أن المستمعين لا يتعرضون إلى برامجها يوميا، وإنما من وقت لآخر، كما أنهم لا يستغرقون وقتا معتبرا في الاستماع إليها وإنما يكاد يكون معدوما، ومعظمه في الفترة الصباحية دون المسائية.

- لا يشارك جمهور إذاعة بسكرة في مواضيع برامج الإذاعة، وإن شاركوا في نسبة قليلة منها يكون عن طريق الاتصال الهاتفي من أجل تقديم الشكر والامتنان للإذاعة على خدماتها، أما ما يدعو إلى الارتياح هو استماعهم لإذاعة بسكرة بمشاركة الآخرين خاصة الأهل، ولا يكتفون بالاستماع المشترك وإنما يناقشون ما يثير اهتمامهم في برامج الإذاعة من مواضيع تهم الشأن المحلي خاصة.

- يميل مستمعو الإذاعة إلى الاستماع للأخبار المحلية، فهم يرغبون في معرفة كل ما يدور في مجتمعهم المحلي، كما يفضلون شكل البرامج الحوارية التي تفسح مجالا حرا للمواطن المحلي كي يعبر عن رأيه ويبرز ذاته، كما يفضلون نوع البرامج الحوارية التي تتيح المجال لكل حتى

يتحدث بحرية عن كل ما يجول بخاطره، كما يميلون إلى البرامج التي ينتقل فيها الميكروفون إلى الشارع لينقل صوت الناس إليهم.

- اللغة المفضلة في تقديم وعرض مواضيع البرامج حسب المبحوثين هي العربية الدارجة، التي تتوافق أكثر مع طابع حياتهم اليومية، ويفضلون برامج الشبكة الرمضانية أكثر من الشبكات الأخرى، نظرا لتوفرها على البرامج الدينية بشكل أكبر.
- يرى المستجوبون أن برامج إذاعة بسكرة تقدم لهم ما يحتاجونه من خدمات إذاعية لكن بنسب قليلة، وليست كبيرة أو مطلقا، كما أن الحاجة التي تقدمها لهم أكثر هي اهتمامها بمشكلات الناس اليومية بالعرض والتحليل والمناقشة، وهذا أمر إيجابي يحسب للإذاعة، كما أنها تعبر - حسبهم - عن واقعهم المعيشي بنسبة قليلة أيضا، والأسوء - على حد تعبيرهم - أنهم لا يجدونها تقدم لهم حولا لمشكلاتهم اليومية، كما لا تحدث فيهم التغيير الملموس في ما يخص سلوكياتهم وعاداتهم، وهذا يرجع إلى القصور في التخطيط الإذاعي.

### التعقيب على الدراسة:

تناولت هذه الدراسة متغيري الدراسة الحالية المتمثلين في الإعلام المحلي والتنمية المحلية، لكن ركزت على وسيلة واحدة هي الإذاعة المحلية، كما اعتمدت في الدراسة الميدانية على جمهور الإذاعة المحلية، في حين تركز الدراسة الميدانية الحالية على القائم بالاتصال.

وقد استفادت الباحثة كثيرا من هذه الدراسة سواء من الناحية النظرية أو المنهجية أو التطبيقية، من خلال الإضافة التوعيمية لما توفر للباحثة من تراث نظري، سواء ما تعلق بالإذاعة المحلية أو التنمية المحلية، وكذا المدخل النظري للدراسة ومنهجها وأدواتها، وكذا نتائجها التي

ساهمت في إعطاء فكرة عن الدور التنموي الذي يمكن أن تؤديه الإذاعة المحلية في خدمة المجتمع المحلي.

الدراسة الثالثة: تجربة الإذاعات المجتمعية الأردنية في تنمية المجتمع المحلي، من إعداد عبلة محمد رويس، إشراف الدكتور عصام سليمان الموسى، رسالة ماجستير جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2010

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تجربة (نادي مستمعي راديو البلد)، كتجربة فريدة من نوعها لا مثيل لها في الأردن، وتبيان الدوافع التي تقف وراء مواظبة أعضاء النادي لمتابعة برامج (راديو البلد) والاهتمام بها والتفاعل معها وذلك من أجل التعرف بعمق على تجربة هذه الإذاعة وتبيان دورها في عملية التنمية المجتمعية.

وتكون مجتمع الدراسة من (أعضاء نادي مستمعي راديو البلد)، الذين يتعرضون بشكل متواصل للرسالة الإعلامية لهذه الإذاعة ويتفاعلون معها. وتم اعتماد العينة العشوائية الممثلة لإجراء الدراسة، المأخوذة من السجل الخاص بأسماء أعضاء النادي والبالغ عددهم 250 عضواً وعضوة، وتم اختيار العينة العشوائية بنسبة 50% من أعضاء النادي، وبناء على هذه النسبة بلغ عدد أفراد العينة 125 عضواً استجاب منهم 122 عضواً في النادي.

وكشفت الدراسة أن أقل من نصف أعضاء النادي بقليل (43%) والذين يتعرضون للرسالة الإعلامية التي تبثها هذه الإذاعة بما مقداره (3-6) ساعات يومياً، وخمسهم تقريباً (8.9%) يستمعون لراديو البلد يومياً أكثر من 7 ساعات. ويؤثر ذلك إلى أن معظم أعضاء النادي يعتمدون بشكل أساسي على راديو البلد كوسيلة إعلام لهم يتبعونها لساعات طويلة.

وبينت النتائج أن نصف أعضاء النادي (46.7%) يفضلون الاستماع إلى البرامج الإخبارية والسياسية والاجتماعية التي تقدمها هذه الإذاعة، وهذا يتنافى مع ما بينته بعض الدراسات المسحية مثل دراسة برامج تدعيم الإعلام المستقل إيركس ومؤسسة لإيبسوس للدراسات المسحية في الأردن، في أن الجمهور الأردني يتجه نحو الإذاعات الترفيهية ولا يفضل البرامج السياسية والجادة. وينظر أعضاء النادي إلى راديو البلد على أنه يختلف في رسالته الإعلامية عن الإذاعات المحلية الأخرى، إذ أن أكثر من خمس أعضاء نادي مستمعي هذه الإذاعة (41.8%) يواظبون على الاستماع لها، لأنهم يرون أنها تختلف دائما عن الإذاعات الأخرى من حيث الرسالة الإعلامية التي تقدمها للجمهور، في حين يرى نصف الأعضاء (49.2%) أن راديو البلد يختلف "أحيانا" عن الإذاعات الأخرى في رسالته الإعلامية.

ومن الأسباب التي تدعو أقل من ثلثي (59%) أعضاء النادي بقليل من الالتصاق بإذاعتهم هذه، والتعرض الكثيف والمتواصل لرسالته الإعلامية، اعتقادهم أن رسالة راديو البلد الإعلامية "مستقلة" ولا تحمل أجندات محددة. وتتساوى هذه القناة باستقلالية هذه الإذاعة عند أعضاء النادي الذكور (59.7%) والإناث (61.4%)، أي بنسبة الثلثين تقريبا.

ويجد أقل من ثلاثة أرباع أعضاء النادي بقليل (70.9%) أن راديو البلد يلتزم بشعاره الذي يرفعه، وهو (صوت المجتمع- صوت الناس والبلد). كما يجد أقل من ثلثي أعضاء النادي بقليل (60.5%) أن هذه الإذاعة تعكس كافة وجهات النظر التي لها علاقة بالأحداث دون أن ينحاز لأي طرف كان.

ويتجه غالبية أعضاء النادي (81%) إلى الاعتقاد أن هذه الإذاعة توفر لأعضاء النادي الفرصة للمشاركة في تحديد الرسالة الإعلامية المجتمعية للراديو. كما تعتبر الغالبية من أعضاء



النادي (86%) أن رسالة هذه الإذاعية المجتمعية تسهم في معالجة قضايا المواطن الأردني وتلامس همومه.

لقد بينت الدراسة أن ثلاث أرباع أعضاء نادي المستمعين (76%) يعتقدون أن راديو البلد له تأثير في الحراك الديمقراطي في المجتمع المحلي، إن الغالبية العظمى من أعضاء نادي المستمعين (89.3%) يعتقدون أن هذه الإذاعة تسهم في نقل مشكلاتهم وقضاياهم وإيصالها إلى المسؤولين. كما كشفت الدراسة عن أن غالبية أعضاء النادي (85.2%) يعتقدون أن هذه الإذاعة قد أسهمت بشكل كبير في رفع مستوى الوعي لديهم، ويمكن إرجاع ذلك لما يمنحه هذا الراديو لجمهوره من مساحة للتعبير وفرصة للمشاركة في صنع الرسالة الإعلامية.

وقد كشفت الدراسة أن غالبية أعضاء النادي (82.8%) يشعرون أن راديو البلد وفر لهم جوا نفسيا مناسباً، وقد يعود ذلك إلى اعتماد هذه الإذاعة الأسلوب الشعبي والبسيط، الذي يناسب المتلقين جميعاً كراديو مجتمعي، يخاطب أفراد المجتمع بأسلوب قريب من قلوبهم ومزاجهم.

وخلصت الدراسة إلى النقاط الآتية:

- أن غالبية أعضاء نادي مستمعي راديو البلد (85.2%) يعتمدون على راديو البلد كمصدر لمعرفة ومواكبة آخر الأخبار المحلية.
- أن غالبية أعضاء النادي (81%) يتجهون إلى الاعتقاد أن راديو البلد يوفر لهم الفرصة للمشاركة في تحديد الرسالة الإعلامية المجتمعية للراديو.
- أن ثلاثة أرباع أعضاء نادي المستمعين (76.2%) يستمعون لراديو البلد من أجل التعلم، ويظهر ذلك بنفس النسبة في أوساط الذكور والإناث.

- إن الغالبية العظمى من أعضاء المستمعين (89.3%) يعتقدون ان راديو البلد يسهم في نقل مشكلاتهم وقضاياهم وإيصالها إلى المسؤولين، وهو دور أساسي من أدوار الراديو المجتمعي.
- أن ثلاثة أرباع أعضاء النادي الذكور (74.6%)، وغالبية العضوات الإناث (80.7%) يعتقدون أن راديو البلد أسهم في تغيير سلوكياتهم.
- أن المذيع لا يزال الوسيلة الأكثر استخداما للاستماع إلى البث الإذاعي، فجميع أعضاء النادي ممن أعمارهم (46 سنة فأكثر) يستخدمون المذيع كوسيلة للاستماع إلى راديو البلد.

#### التعقيب على الدراسة:

تناولت الدراسة متغيري الدراسة المتمثلين في الإعلام المحلي وتنمية مجتمع المحلي، لكنها ركزت على نوع واحد من الإعلام وهو الإعلام المسموع، في دراسة ميدانية شملت مستمعي راديو البلد، في حين ركزت الدراسة الحالية على وسائل الإعلام المحلية المكتوبة والمسموعة، بالاعتماد على تحليل مضمون صحيفة جهوية وبرامج إذاعة محلية، ودراسة ميدانية شملت أحد عناصر العملية الاتصالية المتمثل في القائم بالاتصال بدل الجمهور.

وقد استفادت الباحثة من التراث النظري للدراسة، وكذا بعض الجوانب المنهجية كالمنهج، والنتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال بناء قاعدة نظرية تستعين بها الباحثة لتفسير وتحليل النتائج.

الدراسة الرابعة: دور الإعلام الإقليمي في تنمية المجتمع المحلي، دراسة ميدانية على إذاعة شمال الصعيد والصحف المحلية التي تصدر بالأقاليم، لمحمد زين عبد الرحمن رستم، جامعة القاهرة، 1994: تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على دور الإعلام الإقليمي بشقيه المقروء

والمسموع في التنمية المحلية في إقليم شمال الصعيد، وتهدف إلى تقييم هذا الإعلام للتعرف على مدى إمكانية تحقيقه لأهداف التنمية المحلية للمجتمعات المحلية، حتى يمكن الاسترشاد في وضع خطة للإعلام الإقليمي.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم وضع التساؤلات الآتية:

- ما حجم اهتمام إذاعة وصحف شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية في الإقليم؟ وما أولويات قضايا التنمية المحلية ( الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، الثقافية) في إذاعة وصحف شمال الصعيد؟

- ما الأشكال الإذاعية والصحفية التي استخدمتها إذاعة وصحف شمال الصعيد في عرض قضايا التنمية المحلية؟

- ما وسائل الإبراز التي استخدمتها إذاعة وصحف شمال الصعيد في عرض قضايا التنمية؟

- ما اتجاهات إذاعة وصحف شمال الصعيد تجاه التنمية المحلية؟

وإستخدم الباحث منهج تحليل المضمون في الصحف بتطبيق استمارة الدراسة التحليلية على جميع أعداد الصحف الصادرة في الإقليم، وإستخدم المنهج نفسه في إذاعة شمال الصعيد، حيث تم اختيار ثلاث دورات إذاعية من بين اثنتي عشرة دورة إذاعية بأخذ عينة عشوائية منتظمة في الفترة الممتدة من 1 جانفي 1990 و 31 ديسمبر 1992 لأنها السنوات التي بدأ فيها تنفيذ خطة التنمية المحلية في إقليم شمال الصعيد.

وخرجت الدراسة بالنتائج الآتية:

بالنسبة للإذاعة:

- تتخفف نسبة البرامج التي تتعرض لقضايا التنمية من حيث المدة الزمنية المقدمة بالنسبة إلى طول فترات الإرسال، بينما ترتفع نسبة البرامج التي تتعرض لها بالنسبة للبرامج العامة حيث بلغت هذه النسبة 64.1% بالنسبة إلى فترات الإرسال و53.5% بالنسبة للبرامج المذاعة.
- ثبات ترتيب اهتمامات إذاعة شمال الصعيد بالقضايا التنموية المحلية المختلفة على الدورات الإذاعية الثلاث، حيث احتلت التنمية الثقافية المركز الأول في الدورات الثلاث فالاجتماعية والاقتصادية وأخيرا التنمية السياسية.
- وجود برامج إذاعية تتناول قضايا التنمية المحلية بشكل عام وغير متخصصة، بمعنى أن البرنامج الواحد يتضمن في تناوله لقضايا التنمية أكثر من جانب في الحلقة الواحدة اجتماعيا وسياسيا واقتصاديا وهذا يؤدي إلى التكرار والعشوائية في التقديم.
- ارتفاع نسبة اهتمام إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية الثقافية، وكانت هذه النسبة في الدورات الثلاث 25.11%، كما ترتفع أهمية موضوعات التوعية والشؤون الدينية بإذاعة شمال الصعيد، حيث بلغت نسبة تكرار الموضوعات الدينية في قضايا التنمية الثقافية 52.79% وهذا يدل على الاهتمام الزائد بتلك الموضوعات التي زادت نسبتها عن ضعف نسبة كل موضوعات التنمية الثقافية الأخرى.
- إهمال إذاعة شمال الصعيد لقضايا المرأة والأسرة، حيث لم تزد نسبة الاهتمام بتلك القضايا عن 5.19% من نسبة الاهتمام بقضايا التنمية الاجتماعية.

- تحتل التنمية السياسية المركز الأخير في اهتمامات إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية، وشكلت هذه النسبة 9.87% من نسبة برامج التنمية، وهي نسبة منخفضة قياساً بأهمية التنمية السياسية التي يحتاجها الإقليم.

#### بالنسبة للصحف:

- عدم اهتمام الصحف الإقليمية التي تصدر بإقليم الصعيد بموضوعات وقضايا التنمية المختلفة، حيث لا تمثل مساحتها في كل الأحوال أكثر من 33.22% من جملة المساحة الكلية لأكثر تلك الصحف اهتماماً بقضايا التنمية وهي صحيفة صوت المنيا، وهذا يعني ضرورة الاهتمام بتخصيص مساحات أكبر من تلك الصحف للموضوعات الخاصة بالتنمية المحلية.

- زيادة اهتمام الصحف الإقليمية لشمال الصعيد بقضايا التنمية السياسية، حيث احتلت المركز الأول من اهتمامات صحف الدراسة بقضايا وموضوعات التنمية المختلفة، حيث بلغت نسبة هذا الاهتمام 23.95% من نسبة المساحة الخاصة بموضوعات التنمية. ومع ذلك انخفضت نسبة الاهتمام بموضوع التوعية السياسية حيث لم يحظ هذا الموضوع رغم أهميته إلا بنسبة 5.44% من نسبة الاهتمام بقضايا التنمية السياسية.

- زيادة الاهتمام بموضوعات وقضايا التنمية الثقافية على الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية، حيث بلغت نسبة الاهتمام بقضايا التنمية الثقافية 28.36% من حيث المساحة و30.37% من حيث تكرار ظهور موضوعاتها على صحف الدراسة.

### التعقيب على الدراسة:

تناولت الدراسة السابقة متغيري الدراسة الحالية، استفادت الباحثة من الإجراءات المنهجية وكيفية توظيفها. أما الاختلاف مع الدراسة الحالية فيمكن في أن دراستها الميدانية ركزت على الجمهور في حين تركز الدراسة الحالية على القائم بالاتصال في العملية التنموية.

**الدراسة الخامسة: دور الصحافة المصرية في تنمية المجتمع المحلي، لمحمود أحمد عبد الغني، دراسة ميدانية وتحليلية للصحف اليومية المصرية، جامعة القاهرة، 1990**

حاولت هذه الدراسة تحديد الدور الحقيقي الذي تقوم به الصحافة المصرية في تنمية المجتمع المحلي، وتقوم في جوهرها على دراستين ميدانية وتحليلية لعينة من صحف الأهرام والأخبار والجمهورية في الفترة من 1 جانفي 1982 إلى غاية 31 ديسمبر 1986، وقد سعت للإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما هي نسبة المساحة التي خصصتها الصحف الثلاث للموضوعات المتعلقة بتنمية المجتمع المحلي خلال فترة الدراسة؟

- إلى أي مدى استخدمت الصحف الأشكال التحريرية المختلفة لتغطية موضوعات تنمية المجتمع المحلي؟

- ما هي موضوعات وقضايا التنمية التي اهتمت بها الصحف خلال فترة الدراسة؟ وما هي التغيرات التي طرأت على درجات هذا الاهتمام؟

- هل حاولت أن تقدم حولا لبعض المشكلات التي تواجه تنمية المجتمع المحلي؟

في حين تناولت الدراسة الميدانية المتمثلة في استبيان قام به الباحث من أجل الإجابة على

التساؤلات الآتية:

- ما أهم الأسباب التي تدفع الشباب إلى قراءة الصحف القومية أو عدم قراءتها؟

- ما هي الصحيفة القومية اليومية المفضلة لدى جمهور الشباب؟

- هل اهتمت الصحف القومية بالموضوعات والقضايا التي تساعد على إحداث التنمية في المجتمع

المحلي؟

- ما أهم الأشكال التحريرية التي استخدمتها الصحف من وجهة نظر عينة الدراسة؟

- هل اكتفت الصحف بإثارة وجهات النظر حول قضايا التنمية أم حثت على المشاركة فيها وقدمت

حلولاً لمعالجتها؟

- هل متابعة القضايا التنموية في الصحف القومية ساعد على الإسهام في المشروعات المقامة

بالجهود الفردية؟

- ما مدى اهتمام الصحف بقضايا محافظة سوهاج؟

وإستخدام الباحث منهج المسح الميداني ومنهج المسح التحليلي، واختار عينة عشوائية للدراسة

الميدانية، وعينة عشوائية منتظمة من الصحف المذكورة. وتوصل في الأخير إلى النتائج الآتية في

الدراسة التحليلية:

- جاءت صحيفة الأهرام في مقدمة الصحف القومية من حيث المساحة التي تم تخصيصها

للموضوعات والقضايا التنموية من إجمالي المساحة التحريرية، وإن كانت نسبة المساحة التي

خصصتها الصحف الثلاث لموضوعات وقضايا التنمية لا تتناسب مع أهمية التنمية بالنسبة للمجتمع المحلي.

- يعتبر المقال من أهم أشكال التحرير الصحفي التي استخدمت في تناول موضوعات التنمية في الصحف الثلاث. ويرجع ذلك إلى اهتمام كتاب المقالات في الصحف الثلاث بموضوعات التنمية.

- لم تهتم الصحف بإبراز أخبار التنمية في صفحاتها الأولى.

- لم تهتم وكالات الأنباء بتزويد الصحف بالأخبار التنموية، كما أن إهمالا من الصحف في نسبة أخبار التنمية إلى مصادرها.

- جاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الأولى من بين الموضوعات التنموية في الصحف الثلاث تليها الموضوعات الاجتماعية فالسياسية.

أما أهم نتائج الدراسة الميدانية فهي:

- جاءت صحيفة الأخبار في مقدمة الصحف القومية التي يفضلها أفراد العينة تليها الأهرام ثم الجمهورية.

- اهتمام الصحف القومية الثلاث بأخبار محافظة سوهاج ضئيل.

- تعتبر المشكلة السكانية والهجرة من الريف إلى المدينة من أهم موضوعات التنمية التي تهتم بها الصحف من وجهة نظر أفراد العينة.

- إن متابعة القضايا التنموية في الصحف القومية تساعد على زيادة درجة المساهمة في



المشروعات التي تقام بالجهود الفردية.

### التعقيب على الدراسة:

تناولت الدراسة وسيلة واحدة من وسائل الإعلام وهي الصحيفة القومية، ورغم أنها اهتمت بالمتغير الثاني وهو التنمية المحلية. إلا أن الدراستين تختلفان من حيث نوعية الصحف، حيث ركزت الدراسة السابقة على الصحيفة القومية ودورها في إبراز وتفعيل التنمية المحلية في منطقة سوهاج، بينما تركز الدراسة الحالية على الإعلام المحلي العمومي المكتوب والمسموع، كما اختلفنا في الدراسة الميدانية من حيث عناصر العملية الاتصالية، حيث ركزت الدراسة السابقة على الجمهور بينما تركز الدراسة الحالية على القارئ بالاتصال بصفته منتج الرسالة الإعلامية التنموية.

الدراسة السادسة: قياس دور وسائل الإعلام في التنمية (الصحيفة)، من إعداد صلاح الدين عبد الحميد محمد، ، ط 1 مؤسسة ماسنبيد للطباعة، المدينة المنورة ، 1986

دراسة نظرية وميدانية قدمها الباحث حول دور الصحيفة في مجال التطوير الاجتماعي في كتاب من 549 صفحة، يتضمن ثلاثة أبواب، تطرقت لجوانب نظرية في الإعلام والتنمية في المجتمعات النامية، وتطرق في الباب الرابع لدراسة ميدانية حول دور الصحيفة في مجالات التطوير الاجتماعية.

اعتمد على المنهج الاستطلاعي، الذي يعتمد على دراسة الحالة وفحصها، وإجراء التحليل الكمي، وجرت الدراسة في الفترة بين ديسمبر 1978 إلى جانفي 1979 على قريبتين مصريتين، لقياس تأثير الصحف اليومية فيها.

وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية المنتظمة بلغت 200 فردا بواقع 92 فردا يمثلون القرية الأولى و108 يمثلون القرية الثانية، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

- للصحافة إلى جانب الراديو دور مهم في إعلام أفراد المجتمع بالقضايا والأحداث القومية.
- تقوم الصحيفة اليومية بدور فعال في بعث الطموح الشخصي لدى أفراد المجتمع، وتحسين أوضاعهم الخاصة وأوضاع البيئة التي يعيشون فيها.
- للصحيفة دور في المساعدة في الحد من تأثير الأوضاع التقليدية الضارة الموروثة وإقناع أفراد المجتمع الريفي بالتخلي عنها.

### التعقيب على الدراسة:

تناولت جانبا واحدا من الدراسة التحليلية الحالية، حيث تناولت الصحيفة فقط، كما اعتمد على الدراسة الميدانية ومزجت الدراسة الحالية بين الميدان والتحليل، كما أن الفترة التي أقيمت فيها الدراسة تختلف عن فترة الدراسة الحالية في عدة جوانب خاصة الأوضاع العربية السياسية والاقتصادية والاجتماعية وكذلك حال الصحافة اليوم التي تتمتع بقدر كبير من حرية التعبير مقارنة مع تلك الفترة.

أما من حيث الاستفادة فاستفادت الباحثة من الأطر النظرية في تكريس خلفية نظرية حول التنمية والصحافة، في وجود ارتباط قوي بين التنمية والإعلام، كما استفادت من الإجراءات المنهجية والأدوات البحثية.

### حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

بعد تقديم هذه العروض الموجزة عن بعض الدراسات السابقة التي تتصل بدراستنا من جانب أو عدة جوانب، سواء تعلق الأمر بمتغير الإعلام المحلي أو متغير التنمية المحلية، يمكننا أن نوجز أهم بعض الفروقات رغم حجم الاستفادة للباحثة، إذ تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في التعرف والتعمق أكثر في خطوات المنهج العلمي، كما كونت هذه الدراسات خلفية نظرية للباحثة فيما يتعلق بمتغيرات الدراسة، إضافة إلى ربط النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة بنتائج الدراسة الحالية خاصة ونحن نعلم أن البحث العلمي يعتمد على التراكمية والترابط بين الدراسات السابقة والدراسات الحديثة.

وما يميز دراستنا هو تركيزها على وسيلتين هامتين من وسائل الإعلام المحلي العمومي وهما الصحيفة والإذاعة، في حين ركزت أغلب الدراسات على وسيلة واحدة بعضها كان خاصا وبعضها ذو بعد وطني، وعلى بعض أبعاد التنمية فقط، وعلى أداة تحليل المضمون في أغلبها منفردا، أو الدراسة الميدانية لوحدها.

ثانياً:

الإجراءات المنهجية  
للدراسة

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- مجالات الدراسة وعينتها:

1-1- مجالات الدراسة:

1-1-1- المجال الزمني:

يمثل المجال الزمني الفترة التي استغرقتها الدراسة انطلاقاً من بداية جمع المعلومات حول الإطار النظري للدراسة، بداية من السنة الثانية من التسجيل، ثم الحصول على العينة الأولى الخاصة بصحيفة النصر سنة 2016، بعد إعداد استمارة تحليل المضمون، ونظراً لعدم تمكن الباحثة من الحصول على عينة الإذاعة، اضطرت إلى تغيير العينتين واللتين تقعان ضمن المجال الزمني الخاص بالثلاثي الثاني من سنة 2017 في كلا الوسيّلتين والبدء في تحليلهما بمجرد الحصول عليها كاملة.

أما استمارة الدراسة الميدانية فقد تم إعدادها وإخضاعها للتجريب شهر مارس 2017، على عينة من صحفيي الإذاعة المحلية لميلة، وبعد إعدادها في صورتها النهائية تم توزيعها على صحفيي ومراسلي الوسيّلتين عينة الدراسة شهر جويلية من نفس السنة، لكن تزامنها مع العطلة السنوية لمعظم القائمين بالاتصال بالوسيّلتين حال دون إرجاعها كلها إلا بعد عودتهم من العطلة، لتأتي مرحلة التفريغ والتحليل، ثم صياغة النتائج الجزئية والعامّة لكلا الدراستين.

1-1-2- المجال المكاني:

ينحصر المجال المكاني لهذه الدراسة في كل من صحيفة النصر وإذاعة ميلة المحلية عينة الدراسة، وسنقوم بعرض بطاقة فنية عن الوسيّلتين فيما يأتي:

أ- صحيفة النصر:

تعد يومية النصر رائدة الصحافة الجهوية في الجزائر، تصدر عن شركة " النصر " وهي حاليا شركة ذات أسهم، حيث كانت شركة ذات مسؤولية محدودة ( سليم بوفنداسة، 7 سبتمبر 2017، 11.00)، تأسست في 14 نوفمبر عام 1908 من طرف المعمر " لويس موريل Louis Morel"، تحت اسم " لادبيش دي كونستانتين la Dépêche de Constantine (برقية قسنطينة)، واستمرت الجريدة في الصدور بهذا الاسم إلى ما بعد الاستقلال.

وفي 18 ديسمبر 1963 توقفت " لادبيش " عن الصدور، وحلت محلها النصر "باللغة الفرنسية، تحت إشراف حزب جبهة التحرير الوطني، حيث استقرت في مقرها واستولت على مطابعها.

وفي 16 نوفمبر 1967، أصبحت جريدة " النصر" تحت وصاية وزارة الإعلام والثقافة بمقتضى مرسوم 16 نوفمبر 1967، حيث ظهرت تحت اسم جديد هو " الشركة الوطنية للصحافة النصر"، عربت جزئيا في 5 جويلية 1971، ليتم تعريبها كليا في الفاتح جانفي 1972، واتسع حجم الجريدة إلى 12 صفحة في 1979، بعد أن كان من قبل 6 صفحات فقط من الحجم الكبير، وكانت تتوفر على مطبعة منذ 1928، وجردت منها سنة 1990 (العربي ونوغي: 2003، 5).

تميزت منذ ثمانينيات القرن الماضي بإصدار عدة صحف جهوية تابعة لها كالأوراس، العناب، أخبار قسنطينة، النهار، العقيدة (فضيل دليو: 2010، ع 10، 259).

ب- إذاعة ميلا المحلية:

إذاعة ميلا هي إذاعة محلية تبث برامجها انطلاقا من عاصمة ولاية ميلا الجزائرية، في الرابع جانفي 2009، لكن لم تنطلق إلا في التاسع مارس 2009، عبر موجات البث عبر الأف أم

95.9، 93.00، 92.7، 89.9، 89.6 والموجة الرئيسية 102.7، وتبث أيضا عبر النت radio

algérie dz، شعارها "إذاعة ميلّة رحلة دائمة عبر الأثير" لتجسيد التفاعلية المتفردة والجوارية

المتميّزة، واستمرار الجهد للوصول إلى الاحترافية في التعاطي مع الأخبار والمهنية في نقلها.

تتنوع برامجها بين المحلية، الوطنية والإنسانية عموما خاصة في البرامج الثقافية، وقد

ساهمت هذه الإذاعة في تيسير التواصل بين المسؤولين على مختلف القطاعات والمواطنين، وفي

تنشيط الساحة الاجتماعية والثقافية، بالبرامج والأنشطة التفاعلية المختلفة، ويدير المحطة حاليا

الإذاعي الجزائري عمار عقيب.

تركز إذاعة ميلّة من خلال فلسفتها العامة وخطتها البرمجية على مجموعة من المحاور

تسعى لتحقيقها، من خلال برامجها وحصصها الخاصة، وتتمثل فيما يأتي:

- دور المرأة في التنمية الريفية، والتأثير الإيجابي للمرأة الميلية بصفة عامة في الحياة السياسية ومشاركتها في المجالس المنتخبة.

- فتح جسور للتواصل مع المواطنين من خلال الحوار المباشر بين رؤساء المجالس البلدية والمواطنين.

- لقاءات شهرية للمسؤول الأول على الجهاز التنفيذي للإجابة على انشغالات المواطنين في تجربة تنفرد بها الإذاعة.

- إبراز أهمية البرامج الموجهة لفائدة الشباب.

- الحرص على الخوض في الرصيد التاريخي بأبعاده الوطنية والدولية للولاية.

- التركيز على التوعية والتحسيس بمخاطر إرهاب الطرقات في تفاعلية مع المواطنين.

وتتمثل أهم إنجازاتها في:

- راديو طون كرش العيد 2013: وتم خلاله جمع 47 أضحية لفائدة اليتامى المعوزين.
- راديو طون كسوة عيد الفطر 2014: وتم توزيع 600 كسوة كاملة.
- راديو طون كرش العيد 2014: وقد تم توزيع 98 أضحية.
- أيام مفتوحة على الشخصيتين الوطنيتين عبد الحفيظ بو الصوف ولخضر بن طوبال.
- ندوة حول العلامة مبارك الملي.
- ندوة حول دور الإعلام الجوارى فى كتابة التاريخ بحضور وزير المجاهدين الطيب زيتونى فى 9 مارس 2015.
- البريد الالكترونى [radio-mila@gmail.com](mailto:radio-mila@gmail.com)
- البث عبر الأقمار الصناعية.
- مرافقة دائمة للأسابيع الثقافية فى الولايات بموفدين اثنين من الإذاعة.
- رحلة فى العطلة الربيعية لفائدة 80 طفلا معوزا من 13 بلدية إلى جيجل، ونقل مباشر بالتنسيق مع مديرية النشاط الاجتماعى.
- نجاح حملة التشجير بمناسبة اليوم العالمى للغابات يوم 1 مارس 2015.
- الرهان على مواصلة مرافقة التنمية المحلية ونقل انشغالات المواطنين.
- ومنتعة الأثير تتحقق بإفراد مساحات هامة للمبدعين والفنانين وعشاق الطرب (عمار عقيب: أبريل 2016، 15.00).

## 1-2-مجتمع الدراسة وعينتها:

### 1-2-1-مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة هو مصطلح علمى منهجى يراد به كل من تعمم عليه نتائج البحث سواء



أكان مجموعة أفراد أو كتب أو مباني مدرسية... وذلك طبقاً للمجال الموضوعي لمشكلة البحث (راسم محمد جمال:1994، 122)، وهو جميع المفردات أو الوحدات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوب دراستها (علي غربي، 2009، 127).

وعليه يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من قسمين:

#### أ- الدراسة التحليلية:

يتكون مجتمع الدراسة التحليلية من جميع أعداد صحيفة النصر التي تناولت مواضيع وقضايا التنمية المحلية، طيلة فترة الثلاثي الثاني من سنة 2017 أي ابتداء من 1 أبريل إلى غاية 30 جوان 2017، حرصاً من الباحثة على أن تتسم هذه الدراسة بالحدثة من خلال التعامل مع أحدث فترة ممكنة. وكذا برامج إذاعة ميله في الشبكة العادية في نفس الفترة على مدار فترتي إرسالها الصباحية والمسائية، مستبعدة ساعات البث التي تربط فيها الإذاعة المحلية بالإذاعات الأخرى كالقناة الأولى وقناة القرآن الكريم والقناة الثقافية.

ونظراً لتزامن شهر جوان مع شهر رمضان الذي تتسم برامجه بالمناسباتية، ونقص الاهتمام بالحديث عن التنمية، قامت الباحثة باستبداله بشهر مارس 2017، في كلا الوسيلتين، لكن لم تتمكن من الحصول على تسجيلات شهر مارس بالنسبة لإذاعة ميله المحلية بسبب اعتمادها على تقنية حديثة تقوم بمحو أرشيف البث كل ثلاثة أشهر، وهو الأمر الذي وقعت فيه الباحثة في بداية تحديد مجتمع الدراسة، فكان سبباً حال دون الحصول على مجتمع الدراسة الأول، الذي كان يتكون من جميع البرامج والحصص التي بثت على أمواج إذاعة ميله المحلية في فترة الدراسة المتمثلة في الشبكة البرمجية العادية للموسم الإذاعي 2016-2017 بالنسبة للإذاعة والذي يبدأ في شهر سبتمبر أي في بداية الدخول الاجتماعي، كما أن شبكتها البرمجية تتكون من ثلاث دورات، عادية،

صيفية ورمضانية، وبصحيفة النصر حدد بكل أعداد صحيفة النصر، التي تناولت موضوع الدراسة خلال الفترة الممتدة من 1 جانفي 2016 إلى غاية 31 ديسمبر 2016، واختيرت هذه الفترة بالذات لحداتها من جهة، ولمعاصرتها لمخططات التنمية الجديدة خاصة المخطط الخماسي للتنمية 2015-2019، لكن العائق الذي واجه الباحثة حال دون اعتماد هذه الفترة، رغم أن الباحثة قد شرعت في تحليل عينة صحيفة النصر، لكن مشكل التسجيلات جعل الباحثة تعيد النظر في مجتمع الدراسة وتغييره بالكامل في كلا الوسيلتين لتكون عملية المقارنة أكثر علمية، وتكون فترة الدراسة أكثر حداثة.

#### ب- الدراسة الميدانية:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مجموع القائمين بالاتصال في إذاعة ميله وصحيفة النصر الذين لهم علاقة بمواضيع التنمية المحلية، بمن فيهم الصحفيون والمراسلون المعتمدون من طرف الوسيلتين والذين لهم علاقة بالمواضيع التي تبت وتنتشر في وسيلتي الإعلام محل الدراسة.

#### 1-2-2- عينه الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة، التي يقوم الباحث بدراستها، وفي الواقع دراسة هذا المجتمع كله يتطلب وقتا وجهدا شاقا وتكاليف مادية مرتفعة، وبكفي أن يختار الباحث عينة ممثلة لمجتمع الدراسة.

وبعد اختيار العينة الممثلة لمجتمع الدراسة، من أهم مراحل البحث العلمي، والتي يتوقف عليها مدى نجاح المراحل التالية من الدراسة، والعينة ليست مجرد استخدام جزء من المجتمع فقط، بل هي اختيار تراعى فيه قواعد واعتبارات علمية معينة ولتكون العينة قابلة للتعميم على المجتمع

الكلي.

### أ- مراحل اختيار عينة الدراسة التحليلية:

ولتحديد عينة الدراسة التحليلية مرت الباحثة بالخطوات الآتية:

- اختيار قصدي لمجال الدراسة الزمني، وهو الإطار الذي تؤخذ منه العينة، وتعتبر معرفته والإلمام به ضرورة كونه من تحديد عينة الدراسة ضمن مجالي الزمان والمكان، واختارت الباحثة أن تكون دراستها خلال الثلاثي الثاني من سنة 2017 أي ابتداء من 1 أبريل إلى غاية 30 جوان 2017، حرصا على أن تتسم هذه الدراسة بالحدثة من خلال التعامل مع أحدث فترة ممكنة.

ونظرا لتزامن الشهر الأخير مع شهر رمضان، والمضمون الخاص الذي تخصصه وسائل الإعلام خاصة السمعية البصرية تماشيا مع هذا الشهر بتخصيص شبكة برمجية موضوعاتية تتماشى وقداسة هذه المناسبة (شبكة رمضان)، ارتأت الباحثة أن تستبعد شهر جوان لتتعلق فترة الدراسة من 1 أبريل 2017 إلى 25 ماي 2017، نظرا لحدثة هذه الفترة ومن أجل الوصول إلى نتائج حديثة، ولتقييم مدى الاهتمام الراهن لوسائل الإعلام المحلي بمواضيع وقضايا التنمية.

- اختيار وسيلتين إعلاميتين محليتين للدراسة، ووقع الاختيار على صحيفة النصر وإذاعة ميله الجهوية لعدة اعتبارات:

- الصحيفة: لعراقه هذه الصحيفة بصفقتها من أولى الصحف الجهوية الصادرة في الجزائر.
- الإذاعة لانتماء الباحثة إلى المنطقة واهتمامها الشخصي بتميتها والنهوض بها.

ب-اختيار العينة المناسبة لكل وسيلة:

تعتبر العينة العشوائية المنتظمة هي العينة المناسبة لمثل هذا النوع من الدراسات، وتعرف على أنها العينات التي يتم اختيار الوحدات من قائمة بتطبيق فترات منتظمة، بحيث يتم اختيار المفردة التي تقع بعد عدد معين من المفردات مبتدئاً بمفردة عشوائية وينتج توزيعاً منتظماً لأفراد العينة (لحسن عبد الله باشور وآخرون: 2010، 260).

ويندرج تحت العينة العشوائية المنتظمة أسلوب الدورة الصناعية أو الأسبوع المصطنع، والتي يلجأ إليها الباحث في اختيار الأعداد أسبوعياً، وذلك لإعطائها المرونة في تحريك الاختيار يوماً واحداً في كل اختيار، بعد الذي اختاره في المرة السابقة.

فإذا كان اختيار المفردة الأولى عشوائياً يوم الأحد من الأسبوع الأول، فلا يتم اختيار المفردات التالية كل يوم أحد، خشية أن يناسب هذا الاختيار تحيزاً في الشكل أو في اتجاه المحتوى من هذا اليوم من كل أسبوع فيؤثر في صدق النتائج.

ولذلك يختار الباحث المفردة التالية يوم الإثنين من الأسبوع الثاني والثلاثاء من الأسبوع الثالث وهكذا حتى يتكون بذلك أسبوع صناعي من اختيار الباحث.

وقد تم اعتماد هذه الطريقة حتى لا يكون هناك تحيز في الشكل أو اتجاه المحتوى حتى لا يؤثر على صدق النتائج.

ويرى محمد عبد الحميد أنه أسلوب يحقق العديد من المزايا، منها أنه يعطي فرصة متساوية لجميع أيام الصدور في تمثيل العينة، كما يتمكن الباحث باستخدام هذا الأسلوب من بناء الفترات

الصناعية المنتظمة لأغراض التحليل مع ضمان نفس البعد الزمني بين كل الأيام وبعضها بدلا من اقترابها أو تباعدها ( محمد عبد الحميد: 2000، 146).

◀ **بالنسبة للصحيفة:** وقد تم اختيار هذه العينة من أعداد صحيفة النصر كما يلي:

مجتمع البحث يتكون من جميع الأعداد التي صدرت في فترة الدراسة المتمثلة في الثلاثي الثاني من سنة 2017، ونظرا لتزامن الشهر الأخير من هذا الثلاثي مع شهر رمضان، وتماشيا مع العينة المختارة بالنسبة للإذاعة وهي الثلاثي الأخير من الشبكة البرمجية العادية للموسم الإذاعي 2016-2017 فقد تم استبعاد شهر جوان من العينة واستبداله بشهر مارس لتزامنه مع شهر رمضان، لتتعلق فترة الدراسة من شهر مارس إلى شهر ماي من سنة 2017، وبالتالي تتكون مفردات مجتمع البحث من 92 يوما ننقص منها أيام الجمعة التي لم تصدر بها الصحيفة، وبلغ عددها 13 يوما، والعدد المتبقي هو 79 يوما وهو المجتمع الكلي، نختار منها 12 عددا حسب ما قام به الباحث جاك كيزر في دراساته التي أثبت من خلالها أن اختيار 12 عددا أو 24، أو 36 عددا في العينة العشوائية المنتظمة، يؤدي إلى نفس النتائج إذا اختار الباحث دراسة محتوى الصحف خلال سنة ( يوسف تمار: 2007، 32).

تم اختيار العدد الأول عشوائيا عن طريق السحب العشوائي لأيام الأسبوع الأول من شهر مارس 2017 فكانت المفردة الأولى يوم الأحد 2 مارس 2017، ثم المفردة الثانية يوم الإثنين من الأسبوع الثاني من نفس الشهر الموافقة ليوم 10 مارس 2017 وكان توزيعها بالتفصيل كما يلي:

الرقم	تاريخ الصدور	العدد
01	الخميس 2 مارس 2017	15244
02	السبت 11 مارس 2017	15251
03	الأحد 19 مارس 2017	15258
04	الإثنين 27 مارس 2017	15265
05	الثلاثاء 04 أبريل 2017	15272
06	الأربعاء 12 أبريل 2017	15279
07	الخميس 20 أبريل 2017	15286
08	السبت 29 أبريل 2017	15293
09	الأحد 7 ماي 2017	15299
10	الإثنين 15 ماي 2017	15306
11	الثلاثاء 23 ماي 2017	15313
12	الأربعاء 31 ماي 2017	15320

الجدول رقم (01) يمثل توزيع عينة صحيفة النصر

#### بالتسوية للإذاعة:

مجتمع الدراسة الخاص بالإذاعة المحلية يتكون من جميع البرامج والحصص التي بثت على أمواج إذاعة ميلة المحلية في فترة الدراسة، المتمثلة في الثلاثي الأخير من الشبكة البرمجية العادية للموسم الإذاعي 2016-2017 نظرا لحدائته، اختارت الباحثة العينة العشوائية المنتظمة كذلك

بأسلوب الدورة الصناعية، وذلك بعد اللقاء الذي جمعها مع مدير الإذاعة، أين اتضحت الرؤى حول طريقة اختيار العينة. وحسب ذات المتحدث تنقسم الشبكات الإذاعية إلى ثلاث شبكات: عادية، رمضان وصيفية، تنطلق العادية منها شهر سبتمبر وتنتهي مع بداية شهر رمضان، لتتعلق الشبكة الرمضانية التي تمتد طيلة الشهر الفضيل، ثم ما تبقى من أيام يدخل في إطار الشبكة الصيفية. وتختص كل شبكة ببعض البرامج الإذاعية الترفيهية، لكنها تنقص في الشبكتين الرمضانية والصيفية، نظرا لأن برامج الشبكتين الأخيرتين تتغيران فتصبح كل منها لها برامجها وموضوعاتها الخاصة، وتتسم كل منهما بالخصوصية والموضوعاتية، حيث تركز الشبكة الرمضانية على البرامج الدينية أكثر فيما تتميز الشبكة الصيفية ببرامجها الترفيهية، وحسب ذات المتحدث تصبح البرامج والحصص الترفيهية ثقيلة على أذن المستمعين الذين يكونون عادة في فترة راحة خلال هاتين الشبكتين (عمار عقيب : 5 أبريل 2016 ، 15:00).

ونظرا لاعتماد الإذاعة على نظام الدورات ( كل دورة تمثل ثلاثيا) فقد وقع اختيار الباحثة على الدورة الإذاعية الأخيرة من الشبكة البرمجية العادية بشكل قصدي، لتتعلق فترة الدراسة من شهر مارس إلى شهر ماي من سنة 2017، ونظرا لعدم تمكن الباحثة من الحصول على جميع مفردات العينة المختارة الخاصة بشهر مارس بسبب اعتماد الإذاعة على تقنية جديدة تقوم بمحو كل التسجيلات الإذاعية كل ثلاثة أشهر، حيث لم تتحصل سوى على تسجيلات شهري أبريل وماي، وبالتالي تتكون مفردات مجتمع البحث من 61 يوما.

وقد تم اختيار العدد الأول عشوائيا عن طريق السحب العشوائي لأيام الأسبوع الأول من شهر أبريل 2017 فكانت المفردة الأولى يوم الإثنين 3 أبريل 2017، ثم المفردة الثانية يوم الثلاثاء من الأسبوع الثاني من نفس الشهر الموافقة ليوم 11 أبريل 2017 وكان توزيعها بالتفصيل كما يلي:

الرقم	تاريخ البث
01	الإثنين 3 أبريل 2017
02	الثلاثاء 11 أبريل 2017
03	الأربعاء 19 أبريل 2017
04	الخميس 27 أبريل 2017
05	الجمعة 5 ماي 2017
06	السبت 13 ماي 2017
07	الأحد 21 ماي 2017

الجدول رقم (02) يمثل توزيع عينة البرامج الإذاعية بإذاعة ميلة

أما الدراسة الميدانية فاعتمدت الباحثة على المسح الشامل لمجتمع الدراسة المتمثل في صحفيي كلا الوسيّلتين الإعلاميتين المحليّتين، بما أن مجتمع الدراسة صغير العدد، حيث يمكننا حصر ودراسة جميع مفردات المجتمع دون عناء، ولا يمكن هنا تطبيق أسلوب المعاينة عليه. ويعرف المسح الشامل بأنه " قيام الباحث بجمع بيانات بحثه من جميع المفردات التي تشكل مجتمع بحثه ومن كافة الحالات التي تنطبق عليها خصائص معينة دون ترك أي مفردة أو حالة (علي غربي: 2009، 127).



2- نوع الدراسة ومنهجها :

2-1- نوع الدراسة:

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، والبحوث الوصفية أو التشخيصية كما يعرفها

الدكتور سمير محمد حسين هي: " بحوث تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف، أو جماعة أو فرد معين، أو ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى استبصارات بشأنها، وتستخدم في المرحلة المتوسطة من مراحل نمو المعرفة العلمية في التخصصات المختلفة (سمير محمد حسين: 2003، 52).

فالدراسات الوصفية تقوم على أساس التعمق في دراسة نقطة معينة، أو تناولها من زاوية معينة، قصد الإحاطة بها وإدراك خفاياها بالحصول على كل البيانات المتاحة عن الحالة أو المحطة أو الحدث أو الشخص قيد الدراسة والبحث (محمد شلبي: 1997، 87).

2-2- منهج الدراسة:

من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه، اختيار منهج ملائم للدراسة ويعرف المنهج في قاموس le petit robert بأنه "مجموعة من الإجراءات التي يتبعها الذهن لاكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها" (أ، لإرامي، ب، فالي، 2004، 26).

وبالنسبة لهذه الدراسة فإن المنهج الوصفي التحليلي هو أنسب المناهج لمثل هذه الدراسة في كلا الدراستين، وذلك لمعرفة الدور الذي يلعبه الإعلام المحلي العمومي بوسائله المكتوبة والمسموعة في التنمية المحلية، ويقوم هذا البحث في جوهره على أساسين هما:

أ- دراسة تحليلية لعينة من صحيفة النصر الجهوية وإذاعة ميله المحلية في فترة الدراسة الممتدة من 1 مارس 2017 إلى 31 ماي 2017 ( الفترة المعتمدة بعد سلسلة التعديلات المفسرة سابقا في مجتمع الدراسة)، واختيرت هذه الفترة بالذات لحدائتها من جهة، ولمعاصرتها لمخططات التنمية الجديدة خاصة المخطط الخماسي للتنمية 2015-2019، وما تعرفه الجزائر من أوضاع اقتصادية استثنائية وحرجة، نتيجة سياسة التقشف التي تتبعها والتي تؤثر على التنمية القومية والمحلية معا.

ب- دراسة ميدانية على شكل استمارة توزع على صحفيي كل من جريدة النصر وإذاعة ميله المحلية.

ومن هذا المنطلق تعتمد الباحثة في هذه الدراسة على المنهجين الوصفي والمقارن، الوصفي لجمع المعطيات ومختلف جوانب التراث النظري الخاص بالدراسة، ويعرف بأنه: وصف ظاهرة معينة ماثلة في الموقف الراهن فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة والعوامل المؤثرة فيها (أحمد بن مرسل: 2003، 287).

ولعل أهم أهداف الدراسات الوصفية هو توضيح خصائص أية ظاهرة، أية وضعية أو جماعة ويمكن أن نضيف لهذا الغرض غرضا آخر يتمثل في تحديد سرعة ظهور أو تكرار أية ظاهرة.

والمنهج المقارن هو: طريقة للمقارنة بين مجتمعات مختلفة، أو جماعات داخل المجتمع الواحد، أو نظم اجتماعية للكشف عن أوجه الشبه والاختلاف بين الظواهر الاجتماعية وإبراز أسبابها وفقا لبعض المحكات التي تجعل هذه الظواهر قابلة للمقارنة كالتاريخية والانتوغرافية

والإحصائية (عاطف علبى: 2006، 133) ويدعم المنهج المقارن المنهج الوصفي من خلال تبيان أهم أوجه التشابه والاختلاف في الدور الذي تؤديه كل من الوسيطتين في التنمية المحلية.

### 3- أدوات جمع البيانات:

تتمثل أدوات جمع البيانات في مجموع الوسائل والتقنيات التي يستخدمها الباحث قصد الحصول على البيانات والمعلومات الميدانية. ومن هذا المنطلق فإن الدراسة تحتاج إلى مجموعة من الأساليب التي تتناسب مع الدراسة الحالية، بالاعتماد على تحليل المحتوى كأداة رئيسية للتحليل في الدراسة التحليلية واستمارة الاستبيان في الدراسة الميدانية، إضافة إلى المقابلة.

### 3-1- تحليل المضمون ( المحتوى )

استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية للدراسة التحليلية. وتعني كلمة تحليل اصطلاحاً: تفكيك الشيء إلى مكوناته الأساسية، في حين تشير كلمة مضمون إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيلي الصوتي أو الفيلمي أو الكلامي أو الإيمائي من معاني مختلفة يعبر عنها الفرد في نظام معين من الرموز لتوصيلها إلى الآخرين.

ويرى بيرلسون Berlson أن تحليل المحتوى هو أسلوب من أساليب البحث العلمي، التي تهدف إلى الوصف الموضوعي، المنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال (يوسف تمار: 2007، 9).

وظهر خلاف وجدل كبير حول التكييف المنهجي لتحليل المحتوى وتحديد موقعه من المناهج الأخرى، فهناك من يعتبره مجرد أداة من أدوات البحث مثل بيرلسون، الذي قدمه على

أساس انه أسلوب Technique بينما يقدم له في المقدمة بأنه منهج Méthode فيقول: The méthode is called content analysis (أ. لرامي وب. لافالي: 2004، 243).

هذا وقد استخدم "باد" مصطلح المنهج في عرضه للتعريف الذي قدمه كيرلنجر فيقول «a method of analysis.....it is method of observation بمعنى: منهج التحليل .....هو منهج الملاحظة (محمد عبد الحميد: د.س.ن، 41).

وتستخدمه الباحثة كأداة من أدوات جمع البيانات، على حسب ما قدمه سمير محمد حسين (سمير محمد حسين: 1995، 13) في تعريفه الحديث لتحليل المضمون واستخداماته في مجال الدراسة الإعلامية، فهو يرى أن تحليل المضمون أسلوب وأداة للبحث العلمي، ويمكن تشخيصها من طرف الباحثين في مجالات بحثية متنوعة وبالأخص في علوم الإعلام والاتصال، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث وفروضه الأساسية، طبقاً للمقتضيات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات، وبعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية، التي تتبع من الرسالة الإعلامية، وذلك شرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، ووفق منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.

ويراعى في عملية تحليل المضمون جانباً الشكل والمضمون: فئة ماذا قيل؟ والإجابة عنها تتناول أفكار ومعاني المحتوى، وفئة كيف قيل؟ والإجابة عنها تتناول الشكل الذي قدمت به المادة الإعلامية.

ولتصميم استمارة تحليل المضمون اتبعت الباحثة الإجراءات الآتية:

- الاطلاع على مختلف الكتب والمراجع التي تتعلق بمنهجية البحث، وخاصة تلك التي تتناول تحليل المضمون كأسلوب للتحليل، لتكوين خلفية نظرية خاصة بمنهجية تحليل المضمون للاستفادة منها في تصميم وصياغة استمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة.
  - الاطلاع على بعض الدراسات التحليلية السابقة والتي لها علاقة بالدراسة الحالية للاستفادة منها في تطبيق هذا الأسلوب.
  - القيام بدراسة استطلاعية لمواضيع التنمية المحلية في كل من صحيفة النصر وإذاعة ميله المحلية، لاستخراج فئات التحليل، وكذلك بالاطلاع على مضامين عينة من الصحف والاستماع اليومي لبرامج إذاعة ميله المحلية من بداية البث إلى نهايته مع القيام بتسجيل بعضها لتسهيل عملية التحليل التجريبي.
  - إنجاز استمارة تحليل المضمون في صورتها الأولية، ثم عرضها على المحكمين من أجل إجراء التعديلات بالحذف أو التعديل أو الإضافة.
  - إخراج استمارة تحليل المضمون في صورتها النهائية بعد عمليات التعديل والحذف والإضافة.
- ولتحليل مضمون الإعلام التتموي في صحيفة النصر والإذاعة المحلية ميله، صممت استمارة تحليل المضمون بالاعتماد على وحدات وفئات التحليل الآتية:

#### أ- وحدات التحليل:

- وحدة التحليل هي الوحدة أو العنصر الأساسي الذي سنقوم بعده وإحصائه في تحليل المضمون، وحسب تقسيم برلسون توجد خمس وحدات أساسية هي وحدة الكلمة، وحدة الموضوع أو الفكرة،

وحدة الشخصية، الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية وفئة مقياس المساحة والزمن.

وتعتمد الباحثة في هذه الدراسة على الوجدتين الآتيتين:

### وحدة الموضوع:

تعد أكبر وأهم وحدات تحليل المحتوى، وإحدى الدعائم الأساسية في تحليل المواد الإعلامية، وهي عبارة عن جملة أو عبارة تحتوي على الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل. والمضمون الذي سيحلل في هذه الدراسة هو كل ما يتعلق بالتنمية المحلية.

### وحدة مقياس المساحة والزمن:

تهدف هذه الوحدة إلى التعرف على مدى الاهتمام بالموضوع، وهي المقاييس المادية التي تستخدم لقياس المضمون أو الوحدة التي تحلل، ويعتمد في قياس مساحات المادة الصحفية وحدة العمود أو السنتمتر المربع (عطا الله الرمحين وآخرون: 2004، 128) أو عدد الصفحات أو الأعمدة أو الأسطر، والثانية أو الدقيقة بالنسبة للمواد المسموعة والمرئية.

### ب- فئات التحليل:

يعتمد نجاح تحليل المضمون على نجاح الفئات التي يستخدمها الباحث، فكلما كانت فئات التحليل واضحة ومتكيفة مع مشكلة الدراسة وطبيعة المضمون نجحت الدراسة في تحقيق أهدافها إلى حد كبير، مما يساعد على الوصول إلى نتائج دقيقة.

وانطلاقاً من المتطلبات البحثية، قامت الباحثة بتحديد فئات التحليل ووحداته تحديداً مرتبطاً بالمشكلة البحثية وبطبيعة المضمون موضوع التحليل. ويقصد بالفئات مجموعة من الفصائل والتصنيفات التي يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون وهدف التحليل، لكي يستخدمها في

وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول بما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر.

وقد ركزت الباحثة على تقسيم فئات التحليل إلى قسمين بناء على مشكلة الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها، وهما فئة الشكل: كيف قيل؟ وفئة الموضوع: ماذا قيل؟

**فئات الشكل بالنسبة للمواد المطبوعة: تضمنت:**

#### المساحة:

هي الفئة التي تقيس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة، حيث يشير الحجم إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه، (يوسف تمار: 2007، 46) واختارت الباحثة الصفحة كوحدة لقياس المساحة من خلال الفئات التالية: أقل من ربع صفحة، من ربع صفحة إلى أقل من نصف صفحة، من نصف صفحة إلى أقل من صفحة، صفحة كاملة، أكبر من صفحة.

#### الموقع:

ومعناه موقع الموضوع المراد دراسته أو الفكرة محل التحليل في المادة المدروسة، وفي هذه الدراسة معناه موقع موضوع التنمية المحلية في صفحات جريدة النصر، وعلى أساسها تظهر أهمية هذه المادة الإعلامية، وتقسم إلى: الصفحة الأولى، الصفحة الأخيرة، الصفحات الداخلية.

#### الموقع من حيث أركان الصحيفة:

يلعب كذلك دورا في تبيان أهمية الموضوع حسب أركان الصحيفة، وتتمثل في: الحدث، محليات، ناس وحوادث، ثقافة، رياضة.

### الأنواع الصحفية:

ويقصد بها قالب الصحفي الذي صبت به المادة الإعلامية المنشورة في الصحيفة وتتمثل في القوالب التالية: الخبر، التقرير، المقال، الروبورتاج، التحقيق، الحديث، الكاريكاتير.

### فئة اللغة المستخدمة:

ويقصد بها اللغة التي عولجت بها القضايا التنموية سواء كانت إعلامية أو علمية متخصصة.

### فئات المضمون: ماذا قيل؟

#### فئة القضايا والموضوعات التنموية:

وتتمثل في نوعية المواضيع التي تخص التنمية المحلية والمدرجة في الصحيفة وتقسم إلى:

- القضايا الاجتماعية: الأسرة ومشكلاتها، الأمية، العمل الجمعي، الصحة، التعليم، السكن.
- القضايا الاقتصادية: المشاريع التنموية بالريف، استثمار، مستوى المعيشة، البطالة، الإنتاج المحلي، الطرق والمواصلات، الصرف الصحي، السياحة، التهيئة.
- القضايا السياسية: دعم المشاركة السياسية، الوعي السياسي، نشر الثقافة السياسية.
- القضايا البيئية: التلوث البيئي، حماية البيئة.
- القضايا الثقافية: العادات والتقاليد، التراث، الصناعات الحرفية، الفولكلور، تنمية الإبداع.

### فئة الفاعل:

ويقصد بها المحركون الفاعلون في المضمون أي الذين يصنعون الحدث في المضمون محل



التحليل، وتقسم في هذه الدراسة إلى: السلطات المحلية، المنتخبون، المواطنون، القطاع الخاص، المجتمع المدني.

**فئة البيئة التي تخدمها مواضيع التنمية:** الحضرية أو الريفية أو كلاهما معا.

**فئة الجمهور المستهدف:**

ومعناه لمن توجه المواد الإعلامية المنشورة، ويدخل ضمن هذه الفئة: الجمهور المحلي العام والجمهور المحلي الخاص: كالأسرة، المرأة، الفلاحون، المستثمرون، الشباب، الباحثون.....

**فئة المصدر:**

هي المصادر التي يعتمدها صاحب المحتوى لنشر المادة الإعلامية الخاصة بالتنمية المحلية، وتتمثل في: الصحفي، المراسل، و.أ.ج، بريد القراء، قسم التحرير.

**فئة الهدف:**

يقصد بها مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة بلوغها، وحددت في هذه الدراسة ب: تسليط الضوء على إنجازات ونجاحات الإدارة المحلية، تسليط الضوء على مشاكل وانشغالات المجتمع المحلي، التعليم والتلقين والتدريب، إبراز الثقافة المحلية ونقل التراث المحلي، اكتشاف المواهب وتشجيع الإبداع المحلي، تشجيع الاستثمار المحلي، نشر الوعي (البيئي، الثقافي، لاقتصادي، الاجتماعي والسياسي)

**الأساليب الإقناعية:** معناها الأساليب الإقناعية الموظفة في الرسالة الإعلامية وتنقسم إلى عقلية

ووجدانية عاطفية.

وبالنسبة للمواد المسموعة تضمنت:

**فئات الشكل: كيف قيل؟**

**فئة المساحة الزمنية:**

أي المدة الزمنية التي استغرقها موضوع التنمية المحلية ضمن برامج الإذاعة المحلية، وتحدد في هذه الدراسة بالدقائق، وحددت بالفئات الآتية: أقل من دقيقة، من دقيقة إلى أقل من ربع ساعة، من ربع ساعة إلى أقل من نصف ساعة، من نصف ساعة إلى ساعة، أكثر من ساعة

**فئة فترة البث:** من خلال فئات: الفترة الصباحية، منتصف النهار، الفترة المسائية.

**فئة الموقع:**

يقصد بها موقع المادة الإعلامية التنموية في البرامج الإذاعية سواء في نشرات الأخبار والبرامج التنموية والحصص الخاصة والبرامج المناسباتية والإشهار.

**فئة الأنواع الصحفية:** الخبر، التقرير، حملات إعلامية، الروبرتاج، التحقيق، الحديث.

**فئة اللغة المستخدمة:** وتقسّم إلى العربية، الدارجة، كلاهما معا.

**فئات المضمون: ماذا قيل؟**

**فئة القضايا والمواضيع:**

-القضايا الاجتماعية: الأسرة ومشكلاتها، الأمية، العمل الجمعي، الصحة، التعليم، السكن.

-القضايا الاقتصادية: المشاريع تنموية بالريف، استثمار، مستوى المعيشة، البطالة، الإنتاج

المحلي، الطرق والمواصلات، الصرف الصحي، السياحة.

-القضايا السياسية: المشاركة السياسية، الوعي السياسي، الثقافة السياسية.

-القضايا البيئية: كل ما يتعلق بالبيئة والمحيط.

-القضايا الثقافية: العادات والتقاليد، التراث، الصناعات الحرفية، الفولكلور.

**فئة المشاركين في عرض القضية:** السلطات المحلية، المنتخبون، المواطنون، القطاع

الخاص، المجتمع المدني.

**فئة الجمهور المستهدف:**

ومعناه لمن توجه المواد الإعلامية المنشورة، ويدخل ضمن هذه الفئة: الجمهور المحلي العام

والجمهور المحلي الخاص: كالأسرة، المرأة، الفلاحون، المستثمرون، الشباب، الباحثون.....

**فئة البيئة المستهدفة:** الحضرية، الريفية، كلاهما معا.

**المصدر:** الصحفي، المراسل، و.أ.ج، بريد القراء، قسم التحرير.

**فئة الهدف:** تسليط الضوء على إنجازات ونجاحات الإدارة المحلية، تسليط الضوء على مشاكل

وانشغالات المجتمع المحلي، التعليم والتلقين والتدريب، إبراز الثقافة المحلية ونقل التراث المحلي،

اكتشاف المواهب وتشجيع الإبداع المحلي، تشجيع الاستثمار المحلي، نشر الوعي (البيئي، الثقافي،

لاقتصادي، الاجتماعي والسياسي).

**فئة الأساليب الإقناعية:**

معناها الأساليب الإقناعية الموظفة في الرسالة الإعلامية وتنقسم إلى منطقية ووجدانية

عاطفية.

ج- اختبارات الصدق والثبات:

تتم هذه الاختبارات خاصة على مستوى دراسات تحليل المضمون، حي يقسم الباحث المحتوى المدروس إلى وحدات تحليل، وتوزيعها إلى فئات تحليل، والمقصود بصدق التحليل هو التأكد العلمي من أن استمارة التحليل الأداة الأساسية في مثل هذه الدراسات تقيس فعلا ما يراد قياسه. (أحمد بن مرسلبي: 2003، 114).

فبعد تحديد فئات التحليل وتعريفها، قامت الباحثة بعرضها على أساتذة محكمين \* لهم خبرة في مجال منهجية العلوم الإنسانية ولهم علاقة بميدان الإعلام والاتصال، لتقييمها من حيث ملاءمتها وأهداف الدراسة، وبعد سلسلة الملاحظات والتعديلات التي طالت استمارة التحليل، قامت الباحثة بتعديل استمارة تحليل المضمون لكي يتلاءم ومتطلبات وأهداف البحث، ولكي تصبح قابلة للتطبيق في صورتها النهائية.

أما ثبات التحليل، فهناك عدة طرق لاختبار الثبات، وهي الاختبار وإعادته، التقسيم النصفي، طريقة الصور المتكافئة، ولعل أنسبها بالنسبة لبحوث الإعلام هو الاختبار وإعادته سواء تعلق الأمر باستمارة تحليل المضمون أو الاستمارة الميدانية (عواطف عبد الرحمن: 1984، 72).

النتائج.

\* الأساتذة المحكمون:

- أ.د. بن نوار صالح، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي
- د رفيق بوزانة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3.
- د. بسمة فنور، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3.

فقد قامت الباحثة باختيار عينة عشوائية من أعداد صحيفة النصر وبرامج من إذاعة ميله وقامت بتحليلها، ثم أعادت تحليلها مرة أخرى بعد فترة من إجراء التحليل الأول فأعطت نفس

### 3-2- استمارة الاستبيان كأداة رئيسة للدراسة الميدانية:

اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان، التي تعد أهم أداة تستخدم في مجال البحوث الاجتماعية والإنسانية الميدانية، بينها الباحث بعد أن يكون قد أحاط بجميع جوانب الموضوع المدروس، من خلال الاطلاع على التراث النظري والبحوث السابقة النظرية والميدانية التي لها صلة وثيقة بمتغيرات الموضوع المدروس، وبعد أن يكون قد مر على إجراءات البحث المنهجية من تحديد للإشكالية وصياغة تساؤلاتها وفرضياتها (صالح بن نوار: 2012، 201).

وتعرف استمارة الاستبيان على أنها الأداة التي "تستعمل لجمع المعلومات من المبحوثين بواسطة أسئلة مكتوبة يقدمها الباحث بنفسه أو بواسطة البريد أو يطبقها مع المبحوثين.....وتكون منصبة حول معرفة اتجاهات ونوايا ودوافع مفردات مجتمع الدراسة حول موضوع معين" (علي غربي: 2009، 118).

وقد استخدمت الباحثة هذه الأداة لتوزيعها على مبحوثي الدراسة، المتمثلين في القائمين بالاتصال (صحفيو ومراسلو كل من إذاعة ميله المحلية وصحيفة النصر) من خلال تقسيم محاورها إلى خمس، ومرت هذه الاستمارة قبل أن تأخذ صورتها النهائية بمجموعة من الإجراءات، فبعد صياغتها في شكلها الأولي تم توزيعها على أربعة صحفيين بالإذاعة المحلية لميله من أجل اختبارها قصد التأكد من سلامتها وقدرة المبحوثين على الإجابة، لتكتب في شكل جديد تم عرضه على الأستاذ المشرف، وعلى مجموعة من الأساتذة المحكمين، الذين ذكروا سابقاً، الذين لهم خبرة في المجال لإبداء آرائهم حولها، وبعد جملة الملاحظات القيمة حولها ومعرفة مواطن النقص، قامت

الباحثة بسلسلة من التعديلات وإضافة بعض الأسئلة الجزئية، والتغيير في ترتيب أخرى وحذف أسئلة أخرى لم تكن لها علاقة بالدراسة، لتصاغ في شكلها النهائي وتوزع على مفردات مجتمع الدراسة المتمثلين في صحفيي ومراسلي صحيفة النصر وإذاعة ميلا المحلية.

وكما سبق الإشارة إليه تضمنت استمارة الدراسة الميدانية خمسة محاور، تعلق الأول منها بالبيانات الشخصية، المتمثلة في السن والجنس والمستوى التعليمي والتخصص والصفة والخبرة المهنية وكيفية الالتحاق بالعمل الصحفي.

وتعلقت المحاور الأربعة الأخرى بتساؤلات الدراسة الميدانية، حيث تضمن المحور الثاني اهتمام القائم بالاتصال بالتنمية المحلية، وتضمن هذا المحور أربعة أسئلة. أما المحور الثالث فتضمن كيفية معالجة القائم بالاتصال للقضايا التنموية، وضم ثلاثة أسئلة امتزجت بين المغلقة والمفتوحة. فيما تضمن المحور الرابع أولويات الإعلام التنموي المحلي من وجهة نظر القائم بالاتصال، وضم بدوره تسعة أسئلة امتزجت هي الأخرى بين السؤال المفتوح والمغلق. أما المحور الخامس الذي ضم أربعة أسئلة، فتطرق إلى أهم الصعوبات التي يواجهها القائم بالاتصال في تحقيق التنمية المحلية. (أنظر الملحق رقم (2) )

وبعد توزيع الاستمارة على مفردات مجتمع الدراسة المتكون من صحفيي ومراسلي صحيفة النصر وإذاعة ميلا المحلية، ( 47 صحفيا ومراسلا بصحيفة النصر، و 19 بإذاعة ميلا المحلية) تم استرجاع 27 استمارة من صحيفة النصر، 16 استمارة من إذاعة ميلا، فيما امتنع المبحوثون الآخرون عن الإجابة.

## 3-3- المقابلة:

أسلوب أساسي من أساليب جمع البيانات والمعلومات لدراسة الموضوعات المختلفة، لذلك اعتمدت هذه الدراسة على إجراء مقابلتين مع مدير إذاعة ميلا المحلية وأخرى مع رئيس تحرير صحيفة النصر. ومن تعريفاتها:

والمقابلة هي "تفاعل لفظي يتم بين فردين في موقف المواجهة، يحاول أحدهما (الباحث) أن يعرف بعض المعلومات أو التعبيرات لدى الآخر (المبحوث)، والتي تدور حول خبراته أو آرائه ومعتقداته، وتكون ذات صلة بالظاهرة قيد الدراسة" (علي غربي، 2009، 116).

واستخدمت الباحثة المقابلة بغية جمع البيانات الأولية المتعلقة بالدراسة، وذلك في فيفري 2016 مع مدير الإذاعة المحلية لميلا، وفي شهر سبتمبر 2016 مع رئيس تحرير صحيفة النصر من أجل الحصول على معلومات تخص الوسيطتين محل الدراسة، من حيث البطاقة التقنية، البرامج والحصص التنموية في الإذاعة، والمواضيع والقضايا التي يكثر معالجتها في صحيفة النصر، ومن خلال هذه المعطيات تمكنت الباحثة من تكوين خلفية معرفية حول الوسيطتين، والإحاطة أكبر بموضوع الدراسة.

الفصل الثاني:  
الإعلام التنموي  
المحلي في الجزائر



أولاً:

# مدخل للإعلام المحلي في الجزائر

## أولاً: مدخل للإعلام المحلي في الجزائر

قبل التطرق إلى مفهوم الإعلام المحلي وواقعه في الجزائر، ارتأينا تفكيك هذا المصطلح والوقوف على مكوناته، من خلال تعريف الإعلام من جهة، والمحلي من جهة أخرى وإزالة اللبس عن المصطلحات المشابهة، لأنه رغم الاتفاق على ما تعنيه كلمة إعلام من حيث كونها عملية تفاعل بين أشخاص مرسلين ومستقبلين لنسق من الرموز (كلمات، صور أو ما شابه ذلك) عبر وسيلة معينة، فإن مفهوم المحلي (local) اكتنفه نوع من اللبس نشأ من التشابه والخلط بين عدة مصطلحات قد يقصد بها نفس المعنى منها الإقليمي والجهوي (regional) والجواري (neighbourhood) خاصة أن هذه المصطلحات قد تستعمل في بعض الأحيان بمعاني عدة.

## 1- مفهوم الإعلام المحلي

## 1-1- الإعلام:

يرجع هذا المصطلح في أصله الاشتقاقي إلى الجذر (ع-ل-م) الذي تشترك تصريفاته الصوتية في الدلالة إلى معنى الوضوح والظهور. فمن ذلك العَلَم، بمعنى الجبل العالي الظاهر، وكذا يعني الراية التي ترفع وتكون عالية واضحة. ومن تصاريفه المَعْلَم، وهو الأثر الواضح الذي يستدل به على الطريق. ومن هذا المعنى الأصلي جاء المصدر إعلام من الفعل أعلم يعلم، أي أظهر الخبر وأوصله لطرف لم يكن عالماً به (جار الله الزمخشري: 1996، 14).

والإعلام هو تلك العملية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها من تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها والتعاطي معها وتحريرها ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة، أو وكالة، أو إذاعة، أو محطة تلفزيونية إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها (فواز منصور الحكيم: 2011، 30).

كما يقصد به عملية النشر وتقديم المعلومات الصحيحة، والحقائق الموضحة، والأخبار الصادقة، والموضوعات الدقيقة، والوقائع المحددة، والأفكار المنطقية، والآراء الراجحة للجماهير، مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام. ويقوم على مخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية وعلى المناقشة والحوار والإقناع بأمانة وموضوعية (سعاد جبر سعيد: 2008، 19).

ويعتبر تعريف العالم الألماني أوتوجروث للإعلام أوضح تعريف في قوله: الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، فهو تعريف موضوعي خالص يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات أو عليهما معا إذا لزم الحال، وهو تعبير من جانب الصحفي أو المذيع أو رجل السينما (إبراهيم عبد الله المسلمي(أ): 2004، 25).

## 1-2- مفهوم المحلي:

تضاربت الآراء واختلفت حول استعمال مفهوم المحلي، حيث اكتتفه نوع من الغموض، واستعمل ليعبر عن عدة دلالات، اختلفت باختلاف الإطار الذي يوضع فيه، فقد نقول أخبارا محلية لنقصد بها الأخبار الداخلية الوطنية (national) مقابل العالمية (International) أو الدولية (Global)، أو نعني بها الأخبار المتعلقة بمنطقة معينة أو أقاليم البلاد (عبد المجيد شكري(ب)، 2013، 21).

اشتق مصطلح المحلي local من الكلمة اللاتينية locus وهي تعني حرفيا "المكان"، وقد وجدت الكلمة في العديد من اللغات الأوروبية، وهي تشير إلى مكان منفصل عن كيانات كبيرة المدى "large scale entities" كما تشير إلى الجزء وليس الكل.

إضافة إلى ذلك المعنى العالمي، ينطوي المصطلح على معاني إضافية بعضها يعبر عن النمط الأوروبي، والبعض الآخر يعبر عن الخصائص القومية، ففي اللغة الإنجليزية يشمل المصطلح أيضا على عناصر الجوار والقرية والمدينة والقطر والمقاطعة، وبمفهوم نظامي يشير مفهوم المحلي

إلى كيان صغير نسبيا أو مكان من نطاق يمتد من الكبير إلى الصغير (طارق سيد أحمد(أ): 2004، 69-70).

بينما كلمة إقليم لها عدة مفاهيم متشابهة ومتداخلة مع بعض العلوم الإنسانية، ولهذا فلها

ثلاث اتجاهات (إبراهيم عبد الله المسلمي(أ): 2004، 45-50):

- اتجاه طبيعي جغرافي: ينظر إلى الإقليم على أنه قطعة من الأرض، تتأثر بعوامل الطبيعة من تضاريس ومناخ ورياح.

- اتجاه وظيفي: متصل بالنشاط الاقتصادي والاجتماعي، فهناك إقليم زراعي وآخر صناعي وثالث رعي.

- اتجاه مكاني: يحدد موقع الإقليم حسب مساحته الطبيعية أو طبقا لحدود إدارية.

كما أن لكلمة إقليم استخدامات أخرى مختلفة من حيث المعنى، من بينها الأقاليم الثقافية التي تتضمن تراثا مشتركا اجتماعيا وثقافيا، والأقاليم الصناعية التي تمثل مراكز صناعية كبرى ويتركز فيها السكان، والأقاليم الطبوغرافية أو المناخية، والأقاليم الاقتصادية والإدارية والسياسية.

ولكن كلمة إقليم هنا تشير إلى منطقة جغرافية تتضمن بعض الخصائص المتجانسة التي

تميزها عن الأقاليم الأخرى، كما أنه عبارة عن منطقة محددة طبقا للتقسيم الإداري للدولة وطبقا لمعايير محددة، إذ يفصل عادة بين الأقاليم حاجز أو أكثر من الحواجز كاللغة، الدين، الجنس، والحواجز الجغرافية مثل الجبال والبحيرات والأنهار، وقد يعني أيضا مجموعة من الدول كأن نقول الإقليم الآسيوي أو الأوروبي (طارق سيد أحمد(أ): 2004، 71، 72).

ومن جهة أخرى يرتبط مصطلح الإقليم في الساحة الإعلامية الجزائرية بمصطلح الجهوي، حيث

نجد أن الخطاب السياسي الجزائري وظف مفهوم "التوازن الجهوي" في الميثاق الوطني لعام 1976،

مستخدما بذلك لفظ "الجهة" كمرادف لـ"إقليم"، وبحسب ذلك التوظيف فإن الجزائر مقسمة إلى أربع جهات هي: الجهة الشرقية وعاصمتها قسنطينة، الجهة الغربية وعاصمتها وهران، الجهة الجنوبية وعاصمتها ورقلة، وجهة الوسط وعاصمتها الجزائر العاصمة، وتضم كل جهة من الجهات الأربع عددا من الولايات، إذ في الجزائر يستخدم مصطلح "الجهة" بالمعنى نفسه الذي يستخدم به مصطلح "الإقليم" (نبيلة جعفري: 2009-2010، 61).

هذا وتشير كلمة **جوار** إلى وحدة إقليمية صغيرة وتمثل عادة جزءاً فرعياً من، مجتمع محلي أكبر منها ويسودها الإحساس بالوحدة أو بالكيان المحلي (محمد عاطف غيث: 2006، 275).  
ففي اللغة تشتق كلمة جوار من الفعل جاور، يجاور، مجاورة، أو تجاورا، نقول جاور بمعنى ساكن ولاصقه من المسكن وأعطاه ذمة يكون بها جاره، وجاور المسجد أي اعتكف فيه، ويقال جاور المدينة أو مكة وجاور بها (شهاب الدين أبو عصر: 2003، 350).  
والجوارية اسم مؤنث يحمل معنى القرب في الزمان أو المكان الجواري، يعني قريب (Hachette Louise : 1993, 441).

أما حالياً فيستخدم المصطلح أيضاً للإشارة إلى العلاقة الخاصة (اللغوية، الثقافية، الدينية، الإيديولوجية، التجارية) ... التي نشعر بها ونعيشها، فالأفراد يطلقون على ما هو قريب منهم أحكاماً قيمية تميز بين ما هو مهم بالنسبة لهم وما هو غير مهم، ولذلك فتصور العلاقة الجوارية أو القريبة هو تصور تنظيمي يحيل إلى صلات اجتماعية وعلائقية، ولذلك لا يمكن النظر إلى الجوارية من زاوية واحدة، فالجوار لا يعني بالضرورة الشعور بالقرب ولكي يتحول القرب الجسدي أو الزماني إلى قرب محسوس يجب أن يستكمل بعلاقة أخرى (أسرية، دينية، تنظيمية، مؤسساتية، ثقافية) (حسين شفيق: 2009، 125).

أما في الاصطلاح الجوارية هي وحدة إقليمية صغيرة تمثل عادة جزءاً فرعياً من مجتمع محلي أكبر منها، ويسودها إحساس بالوحدة أو بالكيان المحلي، وتتميز الاتصالات في جماعة محلية أنها مباشرة وأولية ووثيقة ومستمرة نسبياً.

وهي أيضاً جماعة غير رسمية توجد داخل منطقة محدودة، وطبقاً لهذا المعنى يشمل الجوار على الأسر الموجودة داخل المنطقة التي تنشأ بينها علاقة صداقة (ابن منظور: 1997، 153). ويشير المصطلح إلى جزء من المدينة يتميز بحدود معينة مثل الطرق العامة أو خطوط السكة الحديدية أو الأنهار أو البحار أو القنوات أو الأرض أو الفضاء، ويسوده نوع من التشابه أو التماثل في النماذج السكانية الموجودة به، ومن الناحية الاجتماعية، يشير المصطلح إلى التشابه الاجتماعي للسكان وبصفة خاصة تشابه الطائفة الاجتماعية والنموذج (محمد علي الصابوني: 1981، 382). وعلى هذا الأساس فإننا إذا أرفقنا كلمة إعلام إلى كل من هذه المصطلحات السابقة فإننا نحصل على عدة مفاهيم إعلامية متقاربة المعنى، الاختلاف الأساسي بينها هو من الناحية الجغرافية، أي النطاق الجغرافي الذي تستهدفه كل وسيلة حسب طبيعة الإعلام الذي تسعى إلى تقديمه.

### 1-3- الإعلام المحلي:

يشكل الإعلام المحلي جزء من الإعلام ككل، فهو يركز بالدرجة الأولى على نمط الحياة التي يعيشها المجتمع المحلي، من مهامه الأساسية الاهتمام بشكل مباشر ومعقد بكل ما يحيط بالجمهور أو المستمع أو الأفراد في منطقة محددة لهم عادات وتقاليد خاصة بهم. وهو كذلك الإعلام الموجه إلى جزء من المجتمعات المحلية المستهدفة من طرف وسائل الإعلام المحلي، أي أنه يهتم فقط بالاهتمامات والاحتياجات المجاورة له.

وهو ذلك الإعلام الذي ينطلق من القاعدة المحلية، وتكون اهتماماته مركزة بصورة أساسية على منطقة جغرافية، معينة تتمثل في مدينة معينة أو على الأكثر ولاية، حيث تكون خصائصها الثقافية والتقنية والجغرافية والمادية متجانسة أو على الأقل متقاربة ( منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي: 2004، 161).

كما أن الإعلام المحلي هو مقارنة إعلامية حديثة، تعني المزيد من الانخراط في قضايا المجتمع الذي تنطلق منه تلك الوسيلة الإعلامية، وهو يهدف إلى الاهتمام أكثر فأكثر بالمواطنين وتقريبهم من الإدارة والسلطة ونقل المشاكل الحقيقية التي يعيشونها. فالإعلام المحلي يقترب أكثر من الناس، ويسمع إليهم وإلى مشاكلهم وقضاياهم، ويلبي احتياجاتهم، وينقلها للسلطات المحلية، وبالتالي تسعى وراء حلها.

وهناك خلط كبير بين مفهوم الإعلام الجوّاري والمحلي، فالإعلام الجوّاري يقوم على فكرة المجاورة بين القائم بالاتصال والمستمع، ويسعى لتقريب المعلومات من المواطن، وبالتالي هو مفهوم جاء لإزالة الحدود بين المواطنين والمسؤولين مبني على وجود القائم بالاتصال في الأماكن والأحياء العامة للاتصال بالمواطنين، ومعرفة مشاكلهم وانشغالاتهم ومعرفة همومهم وتطلعاتهم، وبالتالي نقل هذه المشاكل إلى المسؤولين الذين ينبغي عليهم حل هذه المشكلات، أي أن الإعلام المحلي هو مرآة لما يحدث داخل المجتمع المحلي بإيجابياته وسلبياته، ويعمل على اتجاهين ما بين المواطن والجهات المسؤولة فهو حلقة للوصل بينهم.

والإعلام المحلي هو نوع من أنواع الإعلام محدود النطاق، يختص باهتمام منطقة معينة تمثل مجتمعا محليا، ويشمل انعكاسا واقعيا لثقافة المجتمع المحلي، مستهدفا خدمة احتياجات سكانه ومحققا تفاعلهم ومشاركتهم.

ويعرفه إبراهيم إمام بأنه الإعلام الذي ينبثق في بيئة معينة ومحددة، ويوجه إلى جماعة بعينها تربط بعضها ببعض هذه البيئة، بحيث يصبح هذا الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس ومتصلا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية (إبراهيم إمام(أ): 1969، 444).

وفي تعريفه للإعلام المحلي أشار بيتر لويس (Peter.M. Lewis) إلى أنه من خصائص وسائل الإعلام المحلية أنها تغطي مناطق تعتبر صغيرة مقارنة بمناطق وسائل الإعلام الجماهيرية (ناجي الشهاوي: 2015، 9).

واستخدام لفظ الإعلام الجوّاري أو المحلي مرتبط بالمدى الذي تخدمه أي وسيلة، فوسيلة الإعلام المحلية تقتصر على مجتمع محلي، وعلى هذا الأساس فالإعلام المحلي يتميز بعدة خصائص تميزه عن بقية الأنواع، منها أنه إعلام محدود النطاق، ووسائله تبث رسائلها في مناطق معينة تمثل طبقات محلية، وكيانات صغيرة مقارنة بالمناطق الكبيرة التي تستهدف الوسائل الجماهيرية المركزية أو الإقليمية، كما أنه انعكاس حقيقي للبيئة التي يبلغ منها فهو موجه إلى سكان هذه البيئة بقيمتهم وعاداتهم وتراثهم وإلى الجمهور أيضا ومشاركتهم في وسائل الإعلام المحلية تجعل الإعلام المحلي يقترب من المفهوم الإنساني، أي الاتصال الذي يعني تفاعل ومشاركة وليس النقل من مصدر إلى آخر (طارق سيد أحمد(ب): 2010، 82-83).

## 2- أهمية الإعلام المحلي:

من أجل التوصل إلى تحديد أهمية الإعلام المحلي، وخاصة في الدول النامية، يتعين التعرف على ما يتوقعه المجتمع النامي من وسائل الإعلام المختلفة. فإذا كان الإعلام يقوم بوظيفة تنشئة الأفراد ووضعهم في موضع الانفتاح على العالم المحيط بهم، لإدراك ما فيه من فرص متاحة وأخطار



محدقة، فإن نجاح كل هذا مرتبط بفهم البيئة السائدة والأفكار الشائعة بين الناس.

يعد الإعلام المحلي بصورة عامة مرآة عاكسة للمجتمع وما يواجهه من قضايا وأحداث ومشكلات، وهو أحيانا أداة ناجعة وشديدة التأثير في علاج هذه المشكلات، وتنمية استعدادات الناس وقدراتهم لمواجهة قضاياهم الملحة والمصيرية، وفتح آفاق أوسع لهم للإسهام في تطوير المجتمع المحلي، الذي يعتبر ركيزة أساسية في عملية التنمية، ذلك أن التنمية على المستوى الوطني تبدأ بتنمية المجتمع المحلي، مهما كانت مركزية التخطيط به، وأن جهود التنمية لا يمكن أن تؤدي غايتها إلا بالمشاركة الإيجابية الجادة، النابعة عن اقتناع المواطنين في أصغر وحدة في المجتمع بالمشاركة الشعبية الجماهيرية في مناقشة القضايا الهامة التي تهمهم كمجتمع محلي في إطار المجتمع الكلي. فوسائل الإعلام الوطنية قد لا تفي بمتطلبات المشاركة الاتصالية التي تستلزمها عملية التنمية، فتنوع المجتمعات المحلية يصعب من مهمة وسائل الإعلام العامة أو غير المحلية، لما قد يحدث من عدم التوازن في اهتمام هذه الوسائل بالمجتمعات المحلية داخل الدولة، كما أن تقديم المضمون الاتصالي الخاص بمجتمع محلي معين، يمكن ألا يروق لمجتمعات محلية أخرى، فتتصرف جماهير هذه المجتمعات عن الرسالة.

إن أهمية الإعلام المحلي إذا، تتمثل في دوره التنموي، ذلك أن التنمية بمفهومها الشامل، الذي يعني الارتقاء بنوعية الحياة، تظل هي الإطار الأوسع الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام الوطنية والمحلية (طارق سيد أحمد(ب): 2010، 213-214).

### 3- سمات الإعلام المحلي:

#### - إعلام محدود النطاق:

كونه يبث رسائله في مناطق صغيرة تمثل طبقات محلية أو كيانات صغيرة، مقارنة بالمناطق الكبيرة التي تستهدف الوسائل الجماهيرية الكبيرة أو الإقليمية أو تغذيتها، وقد تتمثل هذه المجتمعات المحلية في مدينة صغيرة أو مجموعة مناطق تمثل فيما بينها مجتمعا محليا له خصوصياته، وقد تقتصر في بعض الأحيان على حي من الأحياء أو منطقة جوارية (رحيمة الطيب عيساني: 2008، 19).

#### - خدمة البيئة على المستوى المحلي:

وذلك من خلال الارتباط الوثيق والمباشر بالحياة اليومية لمواطني المجتمع المحلي، والمساهمة الفعالة والإيجابية في معالجة مشاكل وقضايا المجتمع المحلي، والعمل من أجل تطوير سلوكيات المواطن المحلي. ويكمن دوره في إعلام المواطن في المجتمع المحلي بما يجري حوله على المستوى المحلي والوطني والدولي، ومواكبة اهتمامات أبناء المجتمع المحلي وخلق روح مشتركة بينهم، تقديم خدمات خاصة بهم، إلى جانب الخدمات العامة، وخدمات مقومات التنمية المحلية وضرورتها بما يخدم أهداف التنمية على المستوى الوطني في جميع جوانبه ومجالاته.

#### - تحقيق نوع من المشاركة الجماهيرية في البرامج المحلية

وذلك في إطار عرض القضايا المحلية ومناقشتها ومحاولة إيجاد حلول لها، من خلال إتاحة الفرصة الكاملة لكل مواطن في المجتمع المحلي للتعبير عن رأيه، ومناقشة المسؤولين والقيادات المحلية في كافة الأمور والقضايا والمشكلات الخاصة بمجتمعهم (ناجي الشهاوي: 2015، 20). كما

يتسم بمشاركة الجمهور في اختيار المضامين الإعلامية التي تعبر عن حاجاتهم باعتبار الإعلام المحلي إعلام جواربي يقترب أكثر من الجمهور ويهدف إلى تحقيق تفاعل متبادل ( رحيمة الطيب عيساني: 2008، 19). فهو يستهدف خدمة احتياجات مجتمعه، وذلك لكونه موجها أساسا لخدمة احتياجات أو تلبية حاجات سكان المجتمع المحلي، مناقشا قضاياها ومشكلاته، مقترحا الحلول التي تناسبها (محمد علي هندي عمارة: 2009 ، 93 ).

#### - القائمون به من أبناء الإقليم:

يتطلب الإعلام المحلي أن يكون القائمون بالاتصال وبأداء رسالته من أبناء المجتمع المحلي المستهدف، ممن يمثلون كوادر إعلامية تابعة من البيئة التي يعملون فيها، مدركين للقيم والعادات والتقاليد السائدة ومتلاحمين معها، ولديهم الرغبة بالنهوض بمجتمعهم المحلي بحكم الانتماء إليه.

#### - المرونة والحركة السريعة:

يتسم الإعلام المحلي بالقدرة على التحرك السريع لمتابعة الأحداث فور وقوعها وفي موقعها، إذ بحكم الصغر النسبي لمساحة الإقليم الذي يخدمه فإن الوصول إلى موقع الأحداث متاح له أكثر من الإعلام الوطني.

#### - نتاج المحلي يصاغ بلهجة محلية:

ينفرد الإنتاج الإعلامي المسموع والمرئي، بأنه يصاغ باللهجة المحلية للمجتمع المحلي الذي يخدمه، مما يقرب المفاهيم والتركيبيات اللغوية المحلية، يشعر من خلالها المتلقي أن من يحدثه فرد من أفراد عائلته، وكلما اقترب الإعلام من سمات المتلقي نجح في دفعه لتقمص دوره والتجاوب معه والافتتاع بوجهة نظره وتبني ما يدعو إليه.

### - الإعلام المحلي مشروع استثماري له عائد اقتصادي:

وذلك من حيث العائد الذي يحققه والمرتبط بدوره في بناء الإنسان في المجتمع، وما يقدمه في مجال التدريب، والتعليم، وتنمية المهارات المختلفة، النابعة من واقع البيئة، وأيضاً ما يقوم به من دور في معالجة المشاكل المتعلقة بقضايا التنمية المحلية (ناجي الشهاوي: 2015، 20-21).

### - إعلام يعكس ثقافة المجتمع:

فهو يتناول حاجات ورغبات المواطنين وتسليط الضوء عليها، ويعمل على إيجاد حلول لمشاكلهم المختلفة.

ويتميز الإعلام المحلي (الإقليمي) حسب عبد المجيد شكري بقدرته على التخصيص، وتقرب وسائله من واقع الجماهير ومشكلاتها في المجتمعات المحلية، وهذا لا ينفي أن وسائل الإعلام القومية أو المركزية لا تولي الأقاليم والمجتمعات المحلية أية أهمية، لكنها لا تعطى حقها من الاهتمام فغالبا ما تشغل هذه المجتمعات حيزا صغيرا لا يتناسب مع أهميتها (ناجي الشهاوي: 2015، 9).

### 4-وظائف الإعلام المحلي وأهدافه:

#### 4-1- وظائفه:

يسعى الإعلام المحلي من خلال وسائل الإعلام المحلية إلى القيام بمجموعة من الوظائف منها:

- التعرف على الاحتياجات المحلية والعمل على تعريف الناس بها.

- تكييف البرامج المذاعة بحيث تتفق مع ردود الفعل الإيجابية (طارق سيد احمد(أ)، 2004، 82-83).

-تفسير الأمور المحلية للجمهور، وتشجيع أفراد الجمهور على التعبير عن أنفسهم حول مستقبل مجتمعاتهم، وتحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلي والإعلام الإذاعي.

- مراقبة البيئة والتعريف بالظروف العامة المحيطة، ولن يكون هذا إلا عن طريق نشر وبت الأخبار المحلية في وسائل الإعلام المحلية، والذي يعود بالفائدة على الفرد والمجتمع؛ حيث يعد وسيلة لتحقيق الاحتياجات اليومية للمؤسسات المختلفة في المجتمع المحلي، مثل الظروف البيئية والجوية والمواصلات والملاحة البحرية والجوية والأسعار، كما أنها تعد مصدرا للمعلومات، وهي تضيء هيبية أو مكانة على الأفراد الذين يحاولون أن يعرفوا الأحداث، وأن يحاطوا علما بما يجري من حولهم. إن هؤلاء الأفراد الذين يركزون اهتماماتهم عادة على الأخبار المحلية، هم الذين يبرزون بعد ذلك كقادة رأي في جماعاتهم، ويمكن هنا أن نذكر أن وسائل الإعلام الجهوية بإمكانها تحسين مركز الأفراد والجماعات، بإضفاء الشرعية عليهم، كما يمكنها أن تقوم بفضح الأمور المنافية للأخلاق العامة (إبراهيم عبد الله المسلمي (أ): 2004، 47).

- التوجيه والتفسير من خلال التركيز على الأمور الأكثر أهمية في الظروف أو البيئة المحيطة، كما يساعد على منع تطرف أحاسيس الجماهير أو خروجها على الحدود المقبولة، كما يمنع تعبتهم بشكل أكثر من اللازم. وتقدم وسائل الإعلام المحلي التوجيه أو التحليل أو التفسير من خلال أشكال عديدة، كالتقارير المفسرة والمصحوبة بمعلومات عن خلفيات الموضوعات، المقالات الافتتاحية، التلخيصات الأسبوعية المصحوبة بالتفسير، الحملات الإعلامية، الأعمدة والتعليقات على الأنباء، النقد والتقييم، رسائل القراء والمستمعين والمشاهدين، برامج الحوار مع المسؤولين والمتخصصين.

- نقل التراث الاجتماعي والثقافي بالوقوف في وجه الاختراق الثقافي الذي تفرضه وسائل الإعلام الوطنية أو العالمية، وحماية كل ألوان الثقافة الشعبية المحلية، التي بغيرها لا تزدهر ثقافة وطنية،

والمحافظة على التراث الشعبي المحلي، وذلك بالبحث والتنقيب عن جذوره، وتسجيله، وتوثيق الموجود منه وتحليله، ليكون في النهاية تحت أيدي الباحثين في كل زمان ومكان، وكذا المحافظة على العادات والقيم الروحية والدينية والأخلاق الرفيعة، ومحاربة التعصب الممقوت، والوقوف أمام موجات الإرهاب والعنف والانحراف.

- الترفيه والتسلية، ويجب أن يقوم على إشباع وإرضاء الأذواق الجماهيرية، ولكن دون إفراط في تقديم المعاني السطحية، التي تؤدي بالتالي إلى تدهور في الذوق الجماهيري، خاصة وأن الترفيه يخلص الناس من مشاق الحياة وصعوباتها، والتسلية مفيدة لتجديد النشاط والأفكار والآمال (إبراهيم عبد الله المسلمي (أ): 2004، 48-50).

-يعتبر وسيلة لتزويد أبناء المجتمع بالثقافة والتربية والتعليم، ودفعهم إلى إدراك علاقة التعليم بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية وبالحرر السياسي والسيادة الوطنية وعلاقته بالنمو الحضاري، وبناء الإنسان وتمكينه من الاستفادة من طاقاته وإمكانياته إلى أبعد الحدود.

- يشجع من خلال برامجه التربوية والثقافية والأنشطة الاجتماعية والحضارية للأمين، ومن لم تسمح لهم الظروف بإتمام دراستهم، واعتماد أساليب السعي والاجتهاد في كسب الثقافة والمعرفة وطلب العلم، والاستفادة منه في تحسين أنماط الحياة وسبل العيش (حسين شفيق: 2009، 26)

- يشارك في عملية تزويد الأفراد بالمعلومات الحضارية، المتعلقة بأمور حياتهم، وبظروفهم المعقدة ومشاكلهم اليومية، إضافة إلى فضله في زرع وتنمية القيم والممارسات الإيجابية، وخصائل السلوك الجيد، بحيث تؤثر هذه القيم تأثيرا إيجابيا بما ينسجم مع مسيرة المجتمع وتطوره ونهوضه.

- الإعلام المحلي وسيلة لمعالجة الممارسات الضارة، والتنبيه بأخطارها وانعكاساتها على المجتمع.

- وسيلة تعودنا على كسب المعرفة والثقافة والتحرر من الجهل والتخلف بجميع أشكاله، ليتمكن المجتمع من إحراز التقدم الشامل ويتمكن الإنسان من بناء المجتمع وازدهاره (عبد العزيز شرف: 1989. 113-114).

#### 4-2- أهداف الإعلام المحلي :

يمثل الإعلام المحلي بكافة وسائله المباشرة، وغير المباشرة أداة أساسية للوصول إلى انشغالات المجتمعات المحلية ذات الأوضاع الخاصة، والتي تختلف فيها عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة، ونظرا للقرب بين أطراف العملية الاقتصادية تبرز أهمية هذا المستوى من الاتصال في خدمة التنمية المحلية (فضيل دليو: 2007، 53) ومن أهم أهدافه:

-مناقشة المشكلات الحية، ومحاولة إيجاد حلول لها (سامي محسن ختاتنة وأحمد عبد اللطيف أبو سعد: 2010، 213-214).

- نقل الأحداث للجمهور، وتشجيع الأفراد على التعبير عن أنفسهم حول مستقبل مجتمعهم.
- تلبية الحاجات الثقافية والإعلامية للمجتمع المحلي.
- دعم القيم الفردية والجماعية على المستوى المحلي.
- دعم القيم الاجتماعية الصالحة أو تغيير أنماط السلوكيات السلبية أو التعريف بعادات المنطقة والاهتمام بالفئات المحرومة والأطفال أيضا (سناء الجبور: 2010، 12).
- رصد التحركات الشبابية، ومواكبة نشاطاتهم من النوادي الثقافية والرياضية، وتشجيع الهواية، ورفع التنافس، ومتابعة نشاطات المدارس والجمعيات ومراكز التكوين والجامعات باختلاف نشاطاتها.
- المساهمة في توسيع آفاق المجتمع عن طريق نقل الأحداث لجمهور المستمعين.

### 5- مقتضيات نجاح الإعلام المحلي في أداء دوره:

لكي يقوم الإعلام المحلي بأداء دوره على أكمل وجه، لا بد من توفر بعض المعايير يمكن أن نجملها فيما يأتي:

- توفير البنية الاتصالية المتكاملة للخدمات الإعلامية المحلية، وفقا لأحدث وسائل وأساليب تكنولوجيا العصر في الاتصال والمعلومات، إذ أن هذه البنية هي الوسيط الفني الذي يتم من خلاله توصيل الرسالة الإعلامية إلى المستهدفين منها، وبقدر تكامل وجودة وحداثة هذا الوسيط بقدر ما يمكن من أداء الرسالة الإعلامية بالفعالية والنجاح المستهدف.

- توفير الكوادر الإعلامية المؤهلة لأداء رسالة الإعلام المحلي، وهي التي تمثل البنية البشرية له، إذ يقع على عاتقها رسالته ( الإعلام المحلي)، وبقدر تفهمها لطبيعة هذه الرسالة وأهدافها وسمات المجتمع المحلي المستهدف منها بقدر نجاحها في تحقيق أهداف التنمية المنشودة.

ويتطلب الأمر أن تكون هذه الكوادر من أبناء المجتمع المحلي، باعتبارهم القادرين على معرفة طبيعة هذا المجتمع وقضايا ومشكلاته، ومخاطبة أقرانهم وإخوانهم من أبناء هذا المجتمع، كما يجب أن تكون هذه الكوادر كوادراً مدربة ومؤهلة تأهيلاً لأداء رسالة الإعلام، وهو ما يقتضي تدريبهم تدريباً إعلامياً متكاملاً ووفقاً لأحدث الأساليب (ناجي الشهاوي: 2015، 24).

- توفير الدعم المادي اللازم والملائم للخدمات الإعلامية المحلية، بما من شأنه تدعيمها بكافة المقومات اللازمة لأداء دورها في خدمة التنمية المحلية (طارق سيد أحمد(أ): 2004، 312).

- إعطاء الأولوية للشارع المحلي في برامج ومواد القنوات المحلية، بما يحقق تواجداً دائماً للميكروفون في كافة المواقع في المجتمعات المحلية، والمواكبة الفورية لكل حدث محلي، وكل مشروع تنموي أو إنجاز في خدمة التنمية المحلية، وإقامة حوار متواصل مع المواطن المحلي استلهاماً لرؤيته ونبضه



تجاه قضايا ومشكلات مجتمعه، وحثا وتحفيزا على المبادرة والمشاركة في تنمية مجتمعه، والأخذ بمفاهيم العصر والتطور في إطار القيم والتقاليد الإيجابية الأصيلة للمجتمع المحلي (ناجي الشهاوي: 2015، 25).

- تحقيق التوازن بين المحلية والقومية في رسالة الإعلام المحلي، بما يحقق التواصل والتفاعل بين أفراد المجتمعات المحلية والقضايا القومية والوطنية، وبحيث تكون الأولوية في الحرص على تدعيم الانتماء الوطني والمحلي، مع الحرص على تفادي عنصر تكرار البرامج والأفكار (طارق سيد أحمد(أ): 2004، 326).

- إقامة حوار متواصل وتعاون فعال مع سلطات الإدارة المحلية والمجالس الشعبية المحلية، والجمعيات المحلية وفروع الأحزاب في المجتمعات المحلية، وكافة الجماعات ذات الأنشطة المتنوعة، بحيث يكون حوارا حرا ناطقا بمصلحة المجتمع المحلي وعرضا للسلبيات والإيجابيات في حياد كامل، وهو ما ينعكس على نجاح دور الإعلام المحلي في توحيد الجهود في خدمة تنمية المجتمعات المحلية ومعالجة قضاياها ومشكلاتها.

- تحقيق التكامل بين الخدمات الإعلامية المسموعة والمرئية وبين الخدمات الإعلامية الأخرى المقروءة والمعنية بالاتصال المباشر. (ناجي الشهاوي: 2015، 25- 26 )

## 6- وسائله:

لكي يؤدي الإعلام المحلي وظائفه في المجتمع، هناك العديد من الوسائل التي عرفت على مر السنين تطورا واقترانا أكثر بالتكنولوجيا الحديثة، فإلى جانب الجمعيات والنوادي ... نجد الصحافة المحلية، الإذاعة المحلية، وسنركز على الجانبين المقروء والمسموع وذلك لاعتبارين هما: أن الدراسة

ستركز على هذين النوعين فقط من وسائل الإعلام المحلية، كما أن التجربة الإعلامية المحلية في الجزائر لم تقترن لحد الآن إلا بهذين النوعين.

### 6-1-1- الصحافة المحلية (الإقليمية):

شكلت أوضاع الصحافة المحلية أو الإقليمية (الجهوية في المفهوم الجزائري) ومشكلاتها محورا للعديد من المؤتمرات والندوات، إضافة إلى الدراسات التي أجريت حولها من حيث تحديد المفهوم، حيث أكدت هذه المحاولات على أن مفهومها مرآة للمجتمع المحلي. وقبل الحديث عن الصحافة المحلية ومفهومها ارتأينا أن نعرض أولا على مفهوم الصحافة ونشأتها وتطورها في عرض موجز ثم ننتقل إلى مفهوم الصحافة المحلية وواقعها في الجزائر.

### 6-1-1- مفهوم الصحافة:

جاء في قاموس "المحيط" للفيروز بادي، يقصد بالصحيفة الكتاب، وجمعها صحائف، وفي المعجم الوسيط تعني الصحيفة مجموعة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة، وجمعها صحف وصحائف (عبد العزيز شرف: 1999، ص 12).

وهي المهنة التي تقوم على جمع وتحليل الأخبار والتحقق من مصداقيتها، وتقديمها للجمهور، وغالبا ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة السياسية أو المحلية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية وغيرها (فارس جميل أبو خليل: 2011، ص 86).

وتعرف الصحيفة بأنها قرطاس مطبوع فيه أخبار ومعلومات وآراء وإعلانات وصور، مختلف شكله ومختلف حجمه باختلاف مواعيد صدوره، وباختلاف طبيعة الموضوعات المنشورة به سياسية أو علمية أو فنية أو غير ذلك، يعرض على الجمهور لاقتنائه عن طريق الاشتراك في فترة من فترات صدوره أو عن طريق شراء نسخة من نسخ أعداده (شاكر ابراهيم: 1975، ص 82).

وباللغة اللاتينية تسمى الصحيفة بالفرنسية (journal) أي يومية وبالإنجليزية (newspaper) وهي كلمة مركبة من (news) وتعني الأخبار، و (paper) وتعني الورق وتعني الكلمة مجتمعة ورق الأخبار.

والصحافة بمعنى (press) هي صناعة إصدار الصحف، واستقاء الأنباء ونشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع، وبين الهيئة المحكومة، فضلا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام.

والصحافة بمعنى (journalism) هي المؤسسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار. كما تسمى الصحيفة "الوقائع" وهي التسمية التي أطلقت عليها في بداية القرن التاسع عشر. وسميت كذلك "غازيته" نسبة إلى قطعة النقود التي كانت تباع بها الصحيفة، وكذا الجورنال وهي كلمة فرنسية معناها اليومي (جمال العيفة: 2010 ، 90-91).

ويعرفها قانون الإعلام الجزائري لسنة 2012 في مادته السادسة كما يأتي " تعتبر نشرات دورية، الصحف والمجلات بجميع أنواعها التي تصدر في فترات منتظمة وتصنف النشرات في صنفين:

- النشرات الدورية للإعلام العام.
- النشرات الدورية المتخصصة.

وفي مادته السابعة وصف النشرات الدورية للإعلام العام بما يلي: " يقصد بالنشريات الدورية للإعلام العام كل نشرية تتناول خبرا حول وقائع لأحداث وطنية أو دولية وتكون موجهة للجمهور." وبين في مادته الثامنة ماهية الدوريات المتخصصة، حيث " يقصد بالنشريات الدورية المتخصصة، كل نشرية تتناول خبرا له علاقة بميادين خاصة ، وتكون موجهة لفئات من الجمهور." (قانون الإعلام، 2012، م 6-7-8، 3).

6-1-2- مفهوم الصحافة المحلية:

جرت عدة محاولات لتحديد مفهوم خاص بالصحافة المحلية، وانطلقت الكثير منها من طبيعة الخصائص المميزة لهذا النوع من الصحافة.

فعرفت على أنها الصحافة التي تتبع من المجتمع المحلي، وتعبر عن احتياجاته ومطالبه ومشاكله، ولها رسالة في تنميته وتطويره لتحقيق أهداف المجتمع العليا، وبناء الوعي الوطني لدى المجتمعات المحلية، وتطوير الثقافة الوطنية وتنمية ودعم القيم الإيجابية، وإبراز التراث الثقافي المحلي، كما أنها تمثل حلقة الوصل بين المواطنين والجهازين الشعبي والتنفيذي (ناجي الشهاوي: 2015، 27)، بل وتستطيع الصحافة الإقليمية أن تثير مزيدا من القضايا الملحة حول مشاكل الجماهير وردود المسؤولين عليها، وإيضاح الاعتمادات المحددة لها، ومواعيد تنفيذها، وإبراز القادة الذين يشعرون بمشاكل المواطنين، وتتعاونها مع المجالس الشعبية المحلية تستطيع أيضا كشف كافة صور الفساد والانحرافات داخل أجهزة الحكم المحلي التنفيذية، أو التي تثار داخل هاته المجالس تحقيقا للصالح العام، وتأكيدا للديمقراطية السلمية (إبراهيم عبد الله المسلمي(ج): 1993 ، 57).

وعرفها عبد المجيد شكري بأنها الصحافة التي تهتم بالموضوعات والأخبار والقضايا المحلية اهتماما كبيرا، يجعل القارئ في المجتمع المحلي يرتبط بها ويشعر بالانتماء نحوها (عبد المجيد شكري(ج): 2008 ، 88).

كما تعرف على أنها الصحافة التي يحررها أبناء الإقليم، وتطبع داخله بالإمكانات الفنية المتاحة، توزع داخل نطاق هذا الإقليم أو خارجه، تقدم وتعالج الأخبار والموضوعات التي تهتم جمهور المنطقة وتعمل على تنمية المنطقة وخدمة مصالحها (محمود علم الدين: 2003 ، 133).

وتشير بعض معاجم المصطلحات الإعلامية إلى الصحف المحلية بأنها: "الصحف والمجلات التي توزع على مستوى المدينة التي تصدر فيها، ولا تتجاوزها إلى الخارج، وقد تكون على مستوى الدولة ولكنها ليست على مستوى العالم"، و"هي الجرائد والمجلات التي تصدر وتوزع داخل البلد أو الإقليم، ولا تتجاوز ذلك إلى توزيع أوسع على مستوى عالمي" (كرم شلبي: 1989، 344).

وربما كان تعريف الصحف المحلية بأنها "الصحف التي تصدر في دائرة جغرافية محدودة، قد تكون وحدات إدارية أو محافظات أو منظمات شعبية، وتخاطب مصالح واهتمامات سكان هذه الدوائر الجغرافية" (طارق سيد أحمد (أ) 2004، ص 76) أكثر دقة لأنه يجمع بين كلا البعدين المدى والوظيفة.

من ناحية أخرى، فإن مصطلح الصحافة الإقليمية قد يعني في الوقت نفسه مصطلحات أخرى مثل: الصحافة المحلية، صحف الولايات، صحف المحافظات، الصحافة في المجتمعات المحلية، صحافة المدن، الصحافة الجهوية. وإن كانت تلك المسميات تعني "تلك الدوريات التي تصدر لا مركزيا في محافظة أو تقسيم إداري، أو إقليم محلي داخل حدود الوطن الواحد" (إبراهيم عبد الله المسلمي (ج): 1993، 14).

ومن بين التعريفات التي قدمت لمفهوم الصحافة الإقليمية، والتي تعتبر أكثر دقة وتحديدا: "هي الدوريات العامة التي تصدر في أقاليم الجمهورية فيما عدا العاصمة السياسية، وتكون موجهة لمواطني الإقليم الذي تصدر وتوزع فيه، معبرة عن مشاكل جماهير هذا الإقليم، وأخبارها وآرائها وآمالها". فهو من ناحية يفرق بين الصحافة الإقليمية التي تصدر وتوزع بالضرورة في إقليم من أقاليم الدولة، وبين الصحف التي تصدر من العاصمة السياسية، كما أنه يحدد جمهورها المتمثل في مواطني

الإقليم، كما يحدد وظيفتها في التعبير عن مشاكل الإقليم وأخباره وقضاياها (طارق سيد أحمد(أ): 2004، 76).

وما يمكن الإشارة إليه هنا، أنه في هذه الدراسة يستخدم مفهوم الصحافة الجهوية بنفس معنى الصحافة الإقليمية والصحافة المحلية، ومنه تكون خصائص الصحافة الجهوية هي بالضرورة خصائص الصحافة المحلية، وهي النتيجة التي ذهب إليها الباحث "إبراهيم عبد الله المسلمي".

### 6-1-3- مجالاتها:

يمكن تحديد بعض المجالات التي تعالجها الصحافة المحلية فيما يأتي:

- الإعلام عن الأنشطة المختلفة في المجتمع المحلي التي يمكن دعمها بالمشاركة.
- الإعلام بمشكلات المجتمع المحلي.
- الإعلام عن الوسائل الفعالة التي تؤدي إلى حل المشكلات.
- تشجيع المشاركة الجماهيرية النشطة في حل المشاكل.
- إتاحة الفرصة للرأي والرأي الآخر.
- دعم الأنشطة الاجتماعية والتعليمية والصحية والتنموية بصفة عامة، باعتبارها التحدي الحقيقي الذي يواجه الشعوب.
- التعريف بالشخصيات والقيادات المحلية النشطة، والكتاب والفنانين والمبدعين المحليين والنماذج القدوة في المجتمع.
- توفير بيانات ومعلومات للجمهور المتعرض، وتركيز انتباهه على المشكلات والقضايا الهامة.

- القيام بدور الوسيط بين المواطنين والسلطات المحلية، وبين السلطات والمواطنين.
- العمل على أن يتحول المستقبل من رحلة الشك والتردد إلى الإدراك والفهم إلى الاقتناع ثم المشاركة والفعل.
- المساعدة على تكوين رأي عام صائب بالنسبة للقضايا موضع خلاف.
- دعم قضايا المرأة والتصدي للعنف ضد المرأة والطفل.
- الدعوة للمشاركة السياسية، وأهمية أن يتمسك كل مواطن بحقه الانتخابي.
- الالتزام بالمعتقدات الدينية الوسطية دون الإخلال بحرية الاعتقاد.
- التأكيد على مراعاة حقوق الإنسان، وأهمية أن يتمسك كل فرد بحقوقه التي ينص عليها ميثاق حقوق الإنسان (عبد المجيد شكري (ج) 1993، 76-77).

#### 6-1-4- خصائصها:

- تخاطب الاحتياجات الخاصة جدا بالبيئة المحلية.
- تعتبر أقدر من الصحف القومية على نشر الأفكار الخاصة بتنمية وتطوير البيئة المحلية (محمد منير حجاب(أ): 2000، ص 244).
- التعامل مع واقع الناس في بيئاتهم المحلية ومع اهتماماتهم الحقيقية، وما يريدون الحصول عليه من معلومات وأفكار وما يريدون مناقشته من قضايا.

6-1-5 - وظائفها:

تعد الوظائف التي تؤديها الصحافة للأفراد والمجتمع واحدة، سواء كانت محلية أو قومية، ويأتي الاختلاف بينهما في طبيعة الجمهور الذي توجه إليه، فاهتمامات الجمهور المحلي تختلف بعض الشيء عن اهتمامات الجمهور العام، وتتمثل وظائف الصحافة المحلية فيما يأتي:

■ الوظيفة الإخبارية:

إذا كان الخبر هو العمود الفقري في الخدمة الإعلامية، فإن الوظيفة الإخبارية للصحيفة المحلية لها طابع خاص يتمثل في ربط الأخبار المحلية بالأخبار الوطنية والعالمية، حتى لا يحس القارئ أنه داخل جزيرة مستقلة ومعزولة الصلة عما حوله عندما ينفرد بالصحيفة المحلية.

إن التغطية الخبرية لجميع مجريات الأمور التي تحدث في المجتمع المحلي، والتي تهتم أبناء المجتمع المحلي الذي تصدر فيه الصحافة المحلية يمكن أن تتناول ما يلي:

- اجتماعات الأجهزة التنفيذية والشعبية المحلية.
- أخبار الهيئات والمصالح والمؤسسات والوحدات الخدمية، وكذلك أخبار القيادات والمشاهير في كل ميدان.
- نشر الحوادث التي تقلل من الجرائم وترفع من معنويات رجال الشرطة والأمن، وكذا أخبار المحاكم والقضايا وكافة أخبار الوقائع المحلية الهامة ( ناصر محمود عبد الفتاح أمين: 2002، 135).
- القيام بحملات خدمية خاصة، مثل تطعيم الأطفال والكبار ضد الأمراض، وتنظيم الأسرة



وحملات التبرع بالدم وغيرها

- الزيارات التي تقوم بها الأجهزة التنفيذية والشعبية لمرافق الزراعة والصناعة والتجارة، ومرافق العمل والإنتاج والتعليم والخدمات في المجتمع المحلي.

ويجب على الصحافة المحلية ألا تجعل أخبارها قاصرة على المحليات فقط، بل يجب أن تفرد بعض صفحاتها للأخبار والأحداث المهمة على المستوى الوطني، وربطها بالمجتمع المحلي حتى تتكون هناك رابطة قوية بين المواطن في المجتمع المحلي ووطنه الأم.

#### ■ شرح وتفسير وتحليل الأحداث والتعليق عليها:

تقوم بتقديم الخلفيات والتفسيرات والتعليقات لما يحدث في المجتمع المحلي من أحداث وقضايا ومشكلات حقيقية بعمق يتجاوز السطحي، وهذا يعمل على إقناع وحشد الجمهور وراء الأهداف المحددة من خلال خلق الوعي التنموي لدى الجمهور المحلي (حمدي حسن: 1991، 22).

#### ■ الوظيفة التربوية:

من خلال تعليم وتهذيب وحماية التراث الثقافي للأمة ونقله من جيل لآخر، ورغم اختلاف وسائل الإعلام عن وسائل التربية، إلا أن أهداف التربية وأهداف الإعلام تتقاربان في معظم الوجوه.

#### ■ وظيفة الشورى والديمقراطية:

كلما توسعت وسائل الإعلام المحلية بصفة عامة، والصحافة المحلية بصفة خاصة في أداء وظيفة الديمقراطية، كلما ازدادت المساهمة في تقدم المجتمع الذي تصدر فيه الصحف المحلية، وكلما ضيقت كلما تدهور المجتمع.

■ الوظيفة الترفيهية:

إن المجتمعات المحلية تزرع بالعديد من الفنون وألوان التراث الشعبي وعروض السيرك وغيرها، لذلك لا بد أن تسعى الصحيفة المحلية إلى القيام بدور بارز في الترفيه، من خلال نشر القصص المسلسلة والفنون الشعبية المختلفة.

■ وظيفة التنمية:

إن الصحافة المحلية تسهم في تشجيع عمليات التنمية الشاملة في المجتمعات المحلية، وارتباطها بسياسات التنمية وخططها على المستوى القومي، والتصدي للنماذج السلوكية والاجتماعية التي تتعارض مع ذلك (مختار أبو الخير: 1992، 222—223).

■ الوظيفة التسويقية:

لم يعد خافيا أهمية هذه الوظيفة للتاجر والمستهلك والمنتج، وهم أطراف السوق، والصحيفة تقوم ببيع مساحاتها للمعلنين وهم التجار المحليون، وأصحاب المصانع المحلية والمؤسسات التي تقدم الخدمات المختلفة في المنطقة التي تصدر فيها الصحيفة، كما تنشر الإعلانات الوطنية التي يهتم أصحابها أن يكون لهم موزعون ومستهلكون في المنطقة التي تصدر الصحيفة بها .

■ وظيفة الخدمات:

تقدم الصحافة المحلية الكثير من الخدمات لقراءها بما يحقق لهم الفائدة المباشرة والمنفعة الشخصية في حياتهم اليومية، وذلك فيما يخص الإرشادات الزراعية والعناية بالطفل وقضاء أوقات الفراغ والتسلية وأحوال الطقس وتسهيل التعامل مع أجهزة الخدمات المحلية والمواصلات والسكن والتعليم وغيرها من الأشياء التي تمس الحياة اليومية للمواطن (فرح الشناوي: ع 71، 1993، 53-54).

■ وظيفة دعم وتشجيع الشباب والرياضة:

تفسح الصحافة المحلية المجال أمام ظهور المواهب العلمية والأدبية والفنية والرياضية في المجتمع المحلي، وإعطائها الفرصة للاستقرار والتطور والصقل وإلقاء الأضواء عليها، وذلك لأن الشباب يمثل حاضر الأمة ومستقبلها.

■ وظيفة الإرشاد الزراعي:

من واجب الصحافة المحلية الإرشاد الزراعي الحديث، وما يرتبط بطرق الري ومكافحة الآفات، من خلال حث المزارعين على أهمية الاعتماد على النفس واستصلاح الأراضي الزراعية وضرورة تحقيق الاكتفاء الذاتي من أجل تنمية المجتمع المحلي وتطويره ( ناصر محمود عبد الفتاح أمين: 2002، 141-142).

6-2- الإذاعة المحلية:

6-2-1- مفهومها:

الإذاعة المحلية كوسيلة اتصال جماهيري هي الإذاعة المرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم أو الظروف، وتخدم هذا المجتمع المحدود والمتناسق من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية. وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدن صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة، وتكون هذه الإذاعة في مجالهم الطبيعي لتعبر عن مصالحهم، وتعكس فهمهم وتراثهم وأذواقهم وأفكارهم، بل وحتى لهجتهم المحلية (طارق الشاري: 2010، 170). وترتبط في ذلك بالهيئات والتنظيمات المحلية الرسمية والشعبية، وتقيم معهم صلة مباشرة على أساس مشاركتهم الواعية في الأمور، التي تمس صميم حياتهم اليومية (سعد لبيب: ع35، 1985، 354).

وتعرف كذلك، بأنها الإذاعة التي تخاطب مجتمعا محددًا له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة، وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص، حيث يحس المستمع بالانتماء لها، بصفتها هي من يقدم له الأخبار التي تهتمه، والأسماء والشخصيات المعروفة لديه والقريبة منه، وكل ألوان الفنون التي يرتاح لها أكثر من غيرها، وتناقش المشكلات التي تمس حياته اليومية، وتفتح له باب المشاركة المباشرة وغير المباشرة في برامجها المتنوعة والنابعة من مجتمعه (يوسف مرزوق: 1980 ، 45).

كما أن الإذاعة المحلية تضطلع بدور الاقتراب من المواطن وإشباع دوافعه المتعددة، والتي من بينها العيش في بيئة نظيفة وصحية، إلى جانب ضمان فعالية مواردها لأبنائه والأجيال القادمة (منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي: 2004 ، 55).

ومن هنا يتضح أن الإذاعة المحلية لها سماتها الخاصة التي تميزها عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى على النحو التالي:

-الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية هو جمهور مجتمع محلي بعينه، محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات القومية والإذاعات الدولية.

-محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته ولخدمته، بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم (عبد الله الطويرقي: 1997 ، 125-126).

- لها وظيفة متصلة في نقل الأخبار ومراقبة البيئة، كما أن إرساءها لثقافة البيئة في المجتمع عموما ولدى الشباب على وجه التحديد، يتطلب منها نقل التجاوزات والمخالفات وجميع الانتهاكات التي تمارس في حق المجتمع، سواء من طرف الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات، وتندرج هذه الوظيفة

ضمن ما يمكن أن نطلق عليها بالوظيفة الإعلامية والرقابة للإذاعات المحلية (كرم شلبي: 1987، 604).

### 6-2-2- سماتها:

- الجمهور المستهدف لها هو جمهور محلي بعينه، محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات الوطنية التي تغطي كل أطراف الدولة.
- محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته ولخدمته بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم.
- تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخاطبه بها.

### 6-2-3- عوامل انتشارها:

- العامل الجغرافي: وهو من أهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي في أي دولة، فحجم وشكل الأرض في أي منطقة أو دولة له تأثير كبير على نظامها الإذاعي، حيث لا تستطيع أحيانا الإذاعة المركزية أن تغطي جميع أجزاء الدولة ولا يمكنها أن تلبى احتياجاتها.

### • عامل اللغة:

أحد أهم العوامل التي تؤثر على الأنظمة الإذاعية، إذ إن تعدد اللهجات واللغات داخل الدولة الواحدة قد يشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان، وهذا يؤكد الحاجة إلى إذاعات محلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.

• التحفيز للمشاركة في التنمية المحلية:

تمثل التنمية إحدى العوامل والدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية من أجل تفعيل المشاركة في التنمية، حيث إن الدول النامية لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية دون أن تولي اهتماما بأفرادها في مجتمعاتهم المحلية، وقد أدركت دول عديدة أن أفضل أساليب الإعلام لتحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير وخطط وبرامج التنمية هو الوصول إلى هذه الجماهير في بيئاتهم المحلية ( سلامي سعيداني: 2012، 179).

6-2-4-وظائف الإذاعة المحلية:

ترتبط وظائف الإذاعة بالبرامج التي تقدمها يوميا، أو أسبوعيا أو حتى شهريا، فالبرامج المقدمة إذًا هي التي تحدد الوظائف المرجوة، وعلى ذلك تختلف الوظائف من إذاعة لأخرى لاسيما بعد ظهور الإذاعات المحلية المتخصصة، أي التي تختص بتقديم نوع من البرامج، سواء كان ترفيهيا، أم إخباريا، أو ثقافيا... فضلا عن اختلاف أو تباين المستوى الحضري والتعليمي والثقافي من منطقة لأخرى، والذي يتدخل في تحديد نشاطات الإذاعة المحلية في خدمة جمهورها.

ورغم ذلك يمكن تحديد الوظائف الثابتة للإذاعة المحلية والتي لا تخرج عن نطاق الإذاعة، إلا

أنها تبقى ذات طابع محلي، وهذه الوظائف تتمثل في:

■ الوظيفة الإخبارية:

ويقصد بها كل الأخبار التي تهتم المجتمع المحلي، سواء كانت محلية، وطنية، أو دولية، فجمهور الإذاعة لا يكتفي بالأخبار المتعلقة بمجتمعه المحلي، بل يجب الاطلاع على الأخبار الوطنية وما يحصل في العالم من أحداث (عبد المجيد شكري(أ): 2002، 79).

■ الوظيفة التعليمية والتثقيفية:

تستطيع الإذاعة المحلية القيام بدور فعال في تثقيف الأفراد في المجتمع المحلي، خاصة في محو الأمية، من خلال التوعية بالمشكلة، وحث المواطنين الأميين على التقدم لمدارس محو الأمية للتعلم، كما يمكنها أن تكون وسيلة للتعليم من خلال البرامج التعليمية التي تقدمها للطلبة والطالبات في المدارس والمعاهد والجامعات (عبد المجيد شكري(أ): 2002، 98)، ناهيك عن البرامج الدينية التي تسهم في دعم القيم الروحية بتقديم القيم الصحيحة، بعيدا عن الخرافات والبدع التي تحاول تضليل الأفراد.

كما تقوم الإذاعة المحلية في بيبث الأفكار التي تدعو للحفاظ على الثقافة المحلية، وتثبيت القيم والعادات والمبادئ والاتجاهات التي تسود المجتمع، كما تقوم بنقل الموروث الثقافي والاجتماعي والمعارف والقيم من جيل لآخر (حمدي حسن: 1991، 11).

■ الوظيفة الترفيهية:

لا يقل هذا الدور للإذاعة المحلية أهمية عن الوظائف الأخرى، فهي تربط تلك الوظائف ببعضها إذ أنها تعلم وتنمي وتنقف، وكل ذلك في قالب هزلي أو مسابقة، قد يكون كل هذا ذا بعد غير مباشر. فالمواطن يواجه في حياته اليومية جملة من المشاكل والصعوبات التي تؤثر على نفسيته، فيحاول الهروب منها عن طريق البرامج الترفيهية في الإذاعة التي تجعله ينسى همومه ومتاعبه اليومية، من خلال المسرحيات والروايات الفكاهية والبرامج الغنائية الموسيقية والمنوعات وغيرها (نوال محمد عمر: 1993، 35).

■ الوظيفة الخدماتية:

وتتمثل في تقديم مجموعة من الخدمات والمعلومات التي تهتم المواطن في المجتمع المحلي، كالأحوال

الجوية، ومواقيت الصلاة وعناوين المراكز الجهوية المختلفة وأرقام الهواتف وغيرها (نوال محمد عمر: 1993، 43). فالسكان المحليون يحتاجون إلى هذه الخدمات والمعلومات التي تهمهم في حياتهم اليومية، فتكون الإذاعة المحلية مصدرا مهما لهم لاستقائها.

#### ■ الوظيفة الإشهارية:

تعمل الإذاعة المحلية على تعريف المواطن المحلي بمنتج أو التشهير بسلعة لم يكن يعرفها، أو تقيده في حياته اليومية، وقد لا يجد هذه الخدمة إلا في الإذاعة المحلية، كما ترشده في تفضيل سلعة أو منتج على آخر باعتبارها من الوسائل التي يثق فيها الفرد. لذلك يعتبر الإشهار موردا هاما تعتمد عليه الإذاعة لسد نفقاتها (حمدي حسن: 1991، 11).

#### ■ الوظيفة التنموية:

ويتمثل دور الإذاعة المحلية هنا في المجال الاقتصادي خاصة، وذلك من خلال الإعلانات التجارية والبرامج الإرشادية والتوعية بالمشكلات القائمة وبالحاجة إلى التنمية، مع إبراز الأسباب وتقديم الحلول... وإبراز أهمية مشاركة المواطنين الايجابية في عمليات التحول، وإتاحة الفرصة للأفراد والجماعات لمناقشة مشكلاتهم معا وبحضور المسؤولين. والتأكيد على الحلول القائمة على الجهود الذاتية مع تنمية المهارات، بتقديم المعلومات والإرشادات المتعلقة بالزراعة والصناعة والتجارة وتربية الحيوان والنظم التعاونية، وتأكيد الرقابة الشعبية على عمليات تنفيذ المشروعات التي تقوم بها الدولة، ومتابعة التنفيذ وتحريك الأفراد وتوجيههم نحو الهدف الصحيح ومساعدتهم.

إضافة إلى الوظائف السابقة للإذاعة المحلية يمكن ذكر وظيفة اجتماعية هامة هي رعاية المواهب، فاكتشاف المواهب الفنية والأدبية والعلمية أيضا... والعمل على بلورة المواهب من خلال



إتاحة الفرصة كاملة لكل هؤلاء لكي ينطلقوا من الإذاعة المحلية... وفي مختلف أنحاء العالم يكون انطلاق مثل تلك المواهب في أول الأمر داخل مجتمعهم المحلي وعن طريق إذاعتهم المحلية (عبد المجيد شكري(أ): 2002، 36).

## 7- واقع الإعلام المحلي في الجزائر:

قبل التطرق إلى نشأة الصحافة والإذاعة المحليتين في الجزائر وظروف ظهورهما وتطورهما، ارتأت الباحثة أن تقف أولا عند نشأة الصحافة بصفة عامة، ثم نشأة الصحافة المحلية في العالم ومن ثم نشأتها وتطورها في العالم، لتعرج على الإذاعة والإذاعة المحلية في العالم ثم في الجزائر وفق ما يأتي:

### 7-1- الصحافة المحلية في الجزائر:

#### 7-1-1- نشأة الصحيفة وتطورها:

لقد سبقت الصحيفة الوسائل الإعلامية الحديثة جميعا، وتختلف الآراء حول ظهور أول صحيفة في العالم، ففريق يرى أن الوقائع الرسمية Acta Diurna الرومانية الصادرة عام 58 ق.م هي الأقدم، وآخر يقول إن جريدة كين كان الصينية التي صدرت عام 911 ق.م هي أقدم صحيفة ظهرت في عهد حكم أسرة تانغ Tang حتى عرفت الصين فنون الحفر والطباعة القالبية (أحمد بدر: 2010 ، 50).

ومهما تكن الحقيقة فإن فكرة الصحيفة التي تنقل الأخبار وتتضمن الأوامر وتلعب دور الوسيط بين الحاكم والمحكومين قد وجدت منذ العصور القديمة، وفي القرن الخامس عشر اخترع العالم غوتمبرغ المطبعة فأحدث انقلابا عظيما في عالم الصحافة، إذ بات من الممكن طبع عدد كبير من النسخ في

زمن وجيز وبأقل النفقات مقارنة بالنسخ اليدوي. ومع ذلك بقيت الصحافة محدودة التداول، غالية الثمن، قليلة الصفحات، ذات طابع إخباري خالص. وفي القرنين السادس والسابع أخذت الصحف تتكاثر وتتنوع حتى وصل عددها في نهاية القرن السابع عشر إلى 140 صحيفة وظهرت بأنواعها السياسية والأدبية (شاكر ابراهيم: 1975، 74).

وصدرت أول جريدة مطبوعة في ألمانيا سنة 1502 باسم *Neue Zeytung*، وقد أدخلت الطباعة في إنجلترا حوالي سنة 1476 بواسطة وليم كاكسن. لكن أول صحيفة انجليزية مطبوعة في إنجلترا كانت عام 1622 وهي الأخبار الأسبوعية *Weekly News*، وفي إيطاليا سنة 1566، وفي هولندا سنة 1616، وفي السويد سنة 1624، وفي فرنسا سنة 1631. وشهد عام 1638 ميلاد أول مطبعة في المستعمرات الأمريكية في كامبردج، وظهرت صحيفة سنة 1690 لكنها ألغيت بعد العدد الأول، ثم ظهرت محاولة ثانية لإصدار صحيفة سنة 1704 وذلك بظهور *News letter Boston* واستمرت 72 سنة، وشهد عام 1830 ميلاد صحافة البنس التي يستطيع شراءها الجمهور العادي وتطبع منها أعداد كبيرة (أحمد بدر: 2010، 51).

وفي سنة 1837، أحدث الصحفي الفرنسي بول جيرارودان في الصحافة انقلابا آخر لا يقل شأنًا عما أحدثه جوتمبرج في عالم الطباعة. وذلك حين استخدم الصحافة كوسيلة للإعلانات التجارية، وبفضل ما تذرته تلك الإعلانات على الصحف من كسب وفير استطاعت أن تزيد من عدد صفحاتها وتنوع أبوابها، وتضيف إلى مهمتها الإخبارية القديمة عدة مهام أخرى كالتثقيف والتسلية والتوجيه وأصبحت زهيدة الثمن يمكن لعدد كبير من المتعلمين قراءتها.

وبعد الثورة الفرنسية وإعلان حقوق الإنسان التي انبثقت عنها حرية الصحافة والرأي تطورت الصحافة وازدهرت ازدهارا كبيرا في أوروبا في مطلع القرن التاسع عشر، وأصبح للصحافة وزن كبير في توجيه

دفة الأمور، مما حمل على تسميتها بالسلطة الرابعة.

بيد أن تطور الصحافة وازدياد نفوذها إلى درجة أنها أصبحت سلطة رابعة، أثار حفيظة الحكام حولها والخوف منها، فلجأ الضعيف منهم إلى رشوتها واستمالة القائمين عليها، كما أن القوي منهم أعلنها حربا شعواء ضدها وفرض القيود عليها، ومن ثم ظهرت فكرة النقابات لحماية الصحف والصحفيين من سطوة الحكام، ووضعت القوانين التي تحدد العلاقة بين الصحافة والدولة ووظيفتها. وبالتالي تطورت الصحافة في العالم خاصة في شمال أمريكا وغرب أوروبا (شاكرا ابراهيم: 1975، 74-75).

أما في العالم العربي، فقد وصلت المطبعة المشرق العربي في أوائل القرن السابع عشر إلى دير قزحيا، ثم أنشئت المطبعة العربية سنة 1702، واقتصرت على نشر الكتب الدينية كالإنجيل والتعاليم المسيحية دون غيرها (أحمد بدر: 2010، 52).

بينما بدأت الصحافة العربية منذ العقد الثاني من القرن التاسع عشر، حينما أصدر الوالي داوود باشا أول جريدة عربية في بغداد أسماها جرنال العراق باللغتين العربية والتركية، وذلك عام 1816، بعدها ومع حملة نابليون بوناپرت على مصر عام 1798، صدرت في القاهرة صحيفتان باللغة الفرنسية، وفي عام 1828 أصدر محمد باشا صحيفة رسمية باسم جريدة الوقائع المصرية، وفي عام 1865 صدرت بحلب بسوريا جريدة فرات وبعدها الشهباء، وفي عام 1885 أصدر رزق الله حسون في اسطنبول جريدة عربية أهلية باسم مرآة الأحوال العربية، وفي بدايات القرن العشرين كثر عدد الصحف العربية وخصوصا في مصر وسوريا ومن الصحف التي لا تزال لحد اليوم صحيفة الأهرام المصرية التي صدرت عام 1875.

وفي الجزائر صدرت جريدة المبشر عام 1847، وكانت جريدة رسمية فرنسية ثم صدرت جريدة

الحق (العنابية) عام 1893 وكانت أول جريدة عربية يصدرها جزائري (فضيل دليو: 2014).  
وفي لبنان صدرت جريدة حديقة الأخبار سنة 1858، ثم تبعها العديد من الصحف منها نفير  
سوريا، وفي تونس صدرت جريدة الرائد التونسي عام 1860، وفي ليبيا جريدة طرابلس الغرب سنة  
1866 (فارس جميل أبو خليل: 2011، 67).

### 7-1-2-نشأة الصحافة المحلية في العالم

اتسمت الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية منذ ظهورها باللامركزية والمحلية في المقام  
الأول نظرا لاتساع الرقعة الجغرافية وترامي أطرافها وقوة تأثير الخصائص المحلية والإقليمية، فلم تكن  
بها صحف قومية تقريبا، بل ظهرت الصحف بها لأول مرة محليا، وفي الموانئ، وهي مراكز الإعلام  
المبكرة، حيث توافرت الأخبار من السفن والعربات والبريد ومن البحارة والمسافرين والقادمين إلى  
السوق.

وبازدياد عدد المدن وكبر حجمها، تكونت الجماهير الضخمة من المستمعين لمحطات الإذاعة  
المحلية ولقيام الصحف المحلية. والملاحظ أنه من ضمن (22) ألف مدينة أمريكية توجد 1544  
مدينة تملك صحيفة محلية واحدة على الأقل، ومن أهم صحفها نيويورك دايلي نيوز New York  
Daily News، وهي جريدة صباحية شعبية تأسست عام 1919 (إبراهيم عبد الله المسلمي(ج):  
1993، 130-131)، نيويورك تايمز New York Times ، نيويورك بوست New York Post،  
شيكاغو تريبيون Chicago Tribune، شيكاغو تايمز Chicago times.....

أما في بريطانيا فظهرت أول مرة كصحافة مسائية، حيث سيطرت الصحف القومية على  
المنطقة، فكانت تصدر لإكمال الأحداث المنشورة صباحا في الصحف القومية، ولم تستطع الصحافة

المحلية أن تنافسها، وفي الثمانينيات حدثت بعض التطورات في وسائل الإعلام، شهدت خلالها الصحف القومية اضمحلالا ( طارق سيد أحمد(أ): 2004، 165).

أما بفرنسا فقد عرفت الصحافة المحلية ازدهارا في القرن الـ 18م بظهور صحف محلية على غرار بوردو Bordeaux عام 1758، ومارساي Marseille عام 1760، وتولوز Toulouse عام 1775، عرفت بعدها حالات متفاوتة من الركود والصعود، حيث لم يكن بها عام 1831 سوى 32 صحيفة محلية، لكنها شهدت سنة 1946 أعلى رقم في توزيعها بلغ 9 ملايين نسخة بالنسبة لمجموع 175 صحيفة، أما الصحف الباريسية فلم يتعد عددها 28 يومية.

ومن بين الصحف المحلية الفرنسية Le Progrès، Sud Est، La Dépêche du Midi، وLa Nouvelle République..... (إبراهيم عبد الله المسلمي(ج)، 1993، 104).

وبألمانيا كانت الصحف المحلية قبل اتحاد الألمانيتين، توزع عن طريق الاشتراكات البريدية أو بتوصيلها إلى كل قارئ، وكانت الصحافة تتميز باللامركزية ومن بين الجرائد المحلية الراقية دي ولت Die Welt، هاندل بلات، فرانكفورتر أجمين زيتننج..... (إبراهيم عبد الله المسلمي(ج): 1993، 118).

أما في العالم العربي فكانت مصر السبّاقة لذلك، حيث يرجع تاريخها إلى القرن 19، حيث ظهرت عدة صحف محلية على رأسها صحيفة النزهة في فيفري 1886، الصادرة بمدينة أسيوط، وتعتبر صحيفة وادي النيل من أبرز الصحف المحلية في الإسكندرية بين الحربين العالميتين، إضافة إلى صحف أخرى صدرت في بور سعيد والإسماعيلية والمنصورة والزقازيق.... وبلغ عدد الصحف

المحلية في مصر 700 صحيفة صدر منها في الإسكندرية وحدها ما يقارب 300 صحيفة (إبراهيم عبد الله المسلمي(ج): 1993، 130).

### 7-1-3- الصحافة المحلية في الجزائر:

نطلق في واقعنا العربي المعاصر عموما، وفي الجزائر خصوصا تسميات عدة كالصحافة المحلية، والإقليمية والجهوية للدلالة على مسمى واحد -كما ذكرنا سابقا- وهي الصحف التي تصدر في إقليم جغرافي أو منطقة جغرافية داخل بلد من البلدان (الطاهر بن خرف الله: ع65، 1991، 26).

وقبل الحديث عن الصحافة المحلية في الجزائر، يمكننا الحديث عن الصحافة المحلية في الجزائر إبان الاحتلال الفرنسي، وخاصة في الشرق الجزائري، حيث ظهرت بعض العناوين للصحافة المحلية في الجزائر مثل L'Akhbar في الجزائر، و L'Echo d'Oran التي أنشأها أدولف بيرري Adolphe Perrier.

وفي نفس الوقت ولدت أول صحيفة أسبوعية في الشرق الجزائري باسم "سيبوس" Seybousse بيونة (عنابة) سنة 1844، متبوعة بـ "Courrier de Philippeville" ثم تبعتها عدة عناوين مثل:

• **Le Courier de Constantine**: بقسنطينة سنة 1848.

• **Le Gourayah**: في بجاية سنة 1848.

• **Le Courier de Bône**: بيونة (عنابة) سنة 1849.

• **Saf-Saf**: بفيليب فيل (سكيدة) في أكتوبر 1844.

- **Le Journal de Constantine**: بقسنطينة في مارس 1848 واختفت في جويلية سنة 1855.
- **L'estafette de Constantine**: أنشئت في جويلية سنة 1851، وظلت حتى سنة 1858.
- **L'Echo de Sétif**: بسطيف سنة 1860.
- **La Marhouna**: بقالمة سنة 1867.
- **Le Progrès de l'Algérie**: بقسنطينة سنة 1867.
- **L'Est Algérien**: ببونة (عنابة) سنة 1868.
- **L'Avenir**: بقسنطينة سنة 1870.

والملاحظ أن معظم العناوين قد اختفت بعد حصول الجزائر على استقلالها، كما تم تأمين أخرى  
سيجري الحديث عنها لاحقا (Alaine Giberges : p.d, 1-6).

وتعد تجربة الصحافة الجهوية في الجزائر بعد الاستقلال، ليست في المستوى الذي توجد فيه  
الصحافة الوطنية، نتيجة صعوبات كبيرة لم تتج منها حتى الصحافة الوطنية ( الحزبية منها  
والحكومية). فبعد تأمين الصحافة الكولونيالية التي كانت قائمة في الجزائر وفق منطق جهوي في  
الصدور ونظام التوزيع، أصدرت الدولة الجزائرية صحافة ذات طابع وطني على أنقاضها *le peuple*  
في الجزائر العاصمة الذي حل محله *Elmoudjahid* في جوان 1965 والجمهورية (وهران)، والنصر  
(قسنطينة) بطابعهما الوطني رغم أن توزيعهما ظل محدودا في جهة الصدور، وبهذا لم تختلف هاتان  
الصحيفتان في الشرق والغرب عن مثيلتيهما المركزيتين *Elmoudjahid*، و *le peuple* كما تؤكد  
الدراسات العلمية (نصر الدين لعياضي: ع 15، 1997، 47، 48)، حيث توصل الباحث "صالح بن

بوزة"، في دراسته عن "الجهوية والمركزية في جريدة النصر"، إلى أن جريدة النصر كان لديها تصور ضبابي لهويتها الجهوية والوطنية، كما أن سياستها التحريرية، قد مالت أكثر إلى مجرد التتبع للأحداث الرسمية اليومية ونشرها، على شكل أخبار في صفحاتها اليومية الجهوية والوطنية (صالح بن بوزة: 1982، 419).

كما توصلت الدراسة إلى أن الشعار الجهوي الذي حملته الجريدة سنتي 1971 و1972، لم يكن عن قناعة بضرورة التوجه الجهوي شكلا ومضمونا، وإنما مجرد تعريب حرفي للشعار الفرنسي الذي كانت تحمله الجريدة قبل تعريبها، لذلك تبنت شعار "يومية وطنية" سنة 1973، لمنافسة الجرائد اليومية الوطنية الأخرى، ويفسر هذا بوجود غموض وعدم الوضوح في فهم مهمة الجريدة وتوجهها الأساسي لدى مسؤوليها ومحريها، لهذا اتسمت سياستها التحريرية بالعفوية والمناسباتية والارتجالية، فتحرير الجريدة لم يكن يخضع لضوابط يومية مدققة في توزيع المساحة والمواضيع بين الصفحات الجهوية والوطنية، وبذلك أعطيت الأولوية للإعلام الوطني على حساب الإعلام الجهوي (صالح بن بوزة: 1982، 401-403).

وحتى سنة 1975 لم تكن الصحافة الوطنية تتكون إلا من أربعة عناوين، وكان السحب يصل إلى 500.000 نسخة يوميا، ثم ظهرت جريدتان مسائيتان: آفاق بالفرنسية والمساء بالعربية، لتندعم بذلك الصحافة وترفع من كميات السحب، وأمام هذا الوضع ووفقا لتوجيهات القيادة السياسية آنذاك، والتي اعتبرت الإعلام قطاعا ذا أولوية، واعتبارا للتأخر المسجل توصلت الجهود المبذولة إلى تعزيز وتحديث وحدات الطباعة التالية: "المجاهد"، "الجمهورية"، "النصر"، "الشعب" بمجموع إنتاج يبلغ 300.000 نسخة في الساعة (بن خرف الله، ع 65، 1991، 28).



وبدأت الصحافة الجهوية ببداية كل من جريدتي النصر بقسنطينة، والجمهورية بوهران، لكن ما فتئت هاتان الجريدتان أن أصبحتا وطنيتين تعالجان القلة القليلة من الأخبار والتحقيقات التي تمس المناطق التابعة لها (الطاهر بن خرف الله، ع 65، 1991، 29)، فكانت محاولة اقترابهما من القارئ الجهوي أو المحلي يتم عادة من الأخبار التي تسمى محلية أو جهوية (نصر الدين لعياضي: ع 15، 1997، 48). دون أن ننسى بعض المحاولات الفاشلة التي قامت بها بعض الولايات في إصدار نشرات شهرية في الغالب تعنى بشؤون الولاية، بما فيها البلديات التابعة لها مثل حقائق مدينة الجزائر، الصدى بغرداية، الوثائق بسيدي بلعباس، مجلة الزيبان ببسكرة، الحوار بتبسة، الشهر بالبويرة، والملاحظ أن هذه الصحف تصدر عن السلطات المحلية سواء البلدية أو الولاية (الطاهر بن خرف الله: 1991، ع 65، 29، 28). لذلك غلب عليها الطابع السياسي الدعائي والحزبي الموالي لنظام الحكم.

وما يمكن قوله إن الإعلام المحلي في فترة الحزب الواحد كان ضعيفا ومهمشا، رغم ارتفاع الأصوات المنادية بضرورة الاهتمام بالصحافة المحلية، فقد أوصى المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني في جانفي 1979 بإنشاء صحف إقليمية وجرائد المساء، وأوصت وزارة الإعلام آنذاك بإنشاء ثلاث يوميات إقليمية قبل حلول سنة 1983، في كل من بشار، ورقلة وسطيف، ونص نفس التقرير على إنشاء مكاتب جهوية لوكالة الأنباء الجزائرية في كل ولايات الوطن.

وقد بقيت جميع هذه المشاريع مجرد وعود، إذ لم تشهد الجزائر أي صحيفة محلية أخرى في فترة الحزب الواحد بعد صحيفتي النصر والجمهورية، اللتان سيطرت الأخبار الوطنية على محتواهما، وذلك على حساب الأخبار المحلية والجهوية، حيث كانتا تخصصان صفحة واحدة من 14 أو 16 صفحة للأخبار المحلية والجهوية (Brahim Brahim : 2002, 216).

وبعد صدور دستور فيفري 1989 الذي سمح بتأسيس الأحزاب، عانت الصحافة المحلية الأمرين، حيث أهملت لمدة طويلة، ولعل السبب يرجع إلى التمرکز الشديد للأنشطة الاقتصادية والسياسية والثقافية، والوصاية الشديدة المفروضة على وسائل التعبير والنشر لحقبة كبيرة.

ويرجع الفضل في انطلاق الصحافة المحلية إلى حرية النشر والرأي التي كرسها كل من

دستور 22 فيفري 1989، وقانون الجمعيات السياسية، ثم قانون الإعلام الصادر في أبريل 1990، رغم أنه لم يذكر الصحف الجهوية في مواده التي تتكلم عن حرية الرأي والتعبير وعن إنشاء الصحف والمجلات، لذا يمكن اعتبار المواد (4، 14، و15) منه تخص كل أنواع النشريات سواء كانت عمومية أو خاصة، وطنية أو إقليمية ومحلية أو متخصصة، فيتم بذلك إصدار الصحف الجهوية بنفس الطريقة التي تصدر بها الصحف الوطنية العامة والخاصة وتحظى بنفس امتيازاتها (قانون الإعلام: 1990، 2-4).

وساد الاعتقاد بأن الحركة الجديدة التي عرفها قطاع الإعلام في الجزائر ستؤدي إلى ميلاد إعلام جهوي ومحلي قوي، فظهرت بعض بوادر الصحافة المحلية في المدن الكبرى من البلاد سواء بمبادرة صحافة القطاع العام مثل صحيفة العناب (عنابة)، أو الأوراس (باتنة)، الهضاب (سطيف) التي كانت كلها تابعة لصحيفة النصر، أو بعض المبادرات التي قام بها الخواص مثل رسالة الأطلس (باتنة)، الأنوار (سطيف)، الشرق الجزائري وبرى الشرق (قسنطينة)، القبس وOran Hebdo (وهران)، حياة العاصمة بالجزائر العاصمة، الكرونيكر بالمدينة وبرى الشلف Le Courier de Chlef بالشلف. كل هذه النشرات ذات طابع جهوي محلي، وهي تتم عن رغبة في تقريب المواطن وتحسيسه بمشاكله اليومية، وتمد له معلومات هو أولى بها من غيره، كما أنها تستجيب لمطامح

الشعب الذي يرى أن الإعلام يجب أن ينطلق من واقعه المعيش، وهو ما نادى به تقرير لجنة ماكبرايد الداعي إلى إقامة نظام إعلامي دولي جديد. لكنها ما فتئت وانطفت نتيجة تراكم ديونها، كما حصل مع الصحف التابعة لمؤسسة النصر، أو استمرت في الصدور بالتنازل عن طموحها في أن تكون صحفا محلية أو جهوية، واهتمت بالمواضيع السياسية الوطنية الرائجة في الساحة الوطنية (نصر الدين لعياضي: ع 15، 1997، 48-49).

إضافة إلى ما صدر في الولايات من طرف ولاية الجمهورية من مجلات ذات طابع إخباري، تمدح وتثني على نشاطاتهم اليومية، والمجلات الجهوية في التلفزيون الجزائري المخصصة كلها للأنشطة الرسمية التي تقوم بها السلطات المحلية (نصر الدين لعياضي: ع 15، 1997، 50).

ورغم أن الصعوبات المادية والتنظيمية (خبرة، عمال مهرة، تصور...) قد لعبت دورا في عرقلة الصحافة المحلية في الجزائر (الطاهر بن خرف الله، ع 65، 199، 30)، إلا أننا يمكن أن نسجل بعض العناوين الخاصة بالصحافة المحلية (الجهوية) في الجزائر اليومية، الأسبوعية والشهرية:

#### أ- اليوميات:

- الجمهورية: صدر العدد الأول من الصحيفة في 23 مارس 1963، من الحجم الصغير الطابلويد تحتوي على 12 صفحة، كانت تصدر بمدينة وهران باللغة الفرنسية، ثم خضعت للتعريب الجزئي لبعض صفحاتها ابتداء من 1 جانفي 1976، وتم تعريبها بالكامل بعد مرور عام كامل.
- النصر (عينة الدراسة): يومية جهوية صدر العدد الأول منها في 28 سبتمبر 1964 بقسنطينة على أنقاض جريدة la Dépêche de Constantine، تقوم بتقديم الخدمة الإعلامية والصحفية

للولايات والمناطق التي تصدر فيها، عربت كذلك جزئياً بواقع صفحتين، ثم تعريب كامل ابتداء من

العدد 156 الصادر في يناير/ جانفي 1972 (تيسير أبو عرجة: 2000، 260-261).

• الأصيل: يومية إخبارية مستقلة تصدر باللسان الفرنسي، أسستها ونشرتها شركة سيرتا كوم عام 1992 بقسنطينة.

• النهار: يومية جهوية من الحجم الصغير (الطابلويد) من 16 صفحة، ظهرت بولاية قسنطينة (كريمة لمعوش: 2010، 36-37).

• الرأي قبل شجاعة الشجعان: يومية إخبارية صدر العدد منها في 03 ماي 1998، بولاية وهران.

• العالم السياسي: يومية محلية صدر العدد الأول منها سنوات التسعينيات.

• صوت الغرب: يومية جهوية إخبارية تصدر باللغة العربية أسستها ونشرتها عام 2002 (ش.ذ.م) بوهران، تصدر ب 24 صفحة.

• اليوم الجزائري: Le jour d'Algérie: يومية إقليمية إخبارية، أصدرتها ونشرتها (ش.ذ.م) محمودي أخبار بالجزائر العاصمة.

• الصدى L'Echo: يومية إخبارية تصدر باللغة الفرنسية عام 2004 بالبلدية (دراجي سوام: 2004، 153).

ب- الأسبوعيات:

▪ فجر قسنطينة: ملحق اسبوعي ليومية النصر يصدر باللسان الفرنسي في 8 صفحات بالأسود

والأبيض بقسنطينة.

▪ **العقاب:** أسبوعية إخبارية محلية، صدرت عن النصر عام 1989 بعناية صباح يوم الأربعاء، تتكون من 24 صفحة من الحجم المتوسط، تعنى بشؤون منطقة عنابة (الطاهر بن خرف الله، ع 65، 1991، 33-37).

▪ **الفجر:** أسبوعية محلية، تصدر بقسنطينة باللغة العربية لأول مرة عام 1989.

▪ **الجمهورية الرياضية:** أسبوعية محلية ظهرت في 19 أوت 1989 بولاية وهران.

▪ **الأوراس:** أسبوعية إخبارية جهوية تغطي منطقة الأوراس، أسستها صحافة النصر عام 1990 بباتنة.

▪ **أخبار الواحة:** أسبوعية إخبارية عامة تصدر باللغة العربية أسستها شركة الواحة صحافة ونشرت بغيرادية.

▪ **أخبار الشرق Les nouvelles de l'Est:** أسبوعية إخبارية مستقلة تصدر باللغة الفرنسية منذ 19 أبريل 1990 بقسنطينة (كريمة لمعوش: 2010، 36-37).

▪ **الشرق الجزائري:** أسبوعية إقليمية وإخبارية، تصدر باللغة العربية، أسستها ونشرتها صحافة الشرق الجزائري لصاحبها مصطفى نظور عام 1991 (تيسير أبو عرجة: 2000، 269).

▪ **النور:** أسبوعية إخبارية عامة ودينية تصدر باللغة العربية أسستها ونشرتها مؤسسة النور بقسنطينة عام 1991.

- **بريد الشرق:** أسبوعية إقليمية إخبارية تصدر باللغة العربية بولاية سطيف عام 1991.
- **وقت القسنطيني Le temps du Constantinois:** أسبوعية إخبارية عامة ظهرت عام 1991 باللغة الفرنسية.
- **المستقبل:** أسبوعية إخبارية تصدر باللغة العربية، ظهرت عام 1991 بقسنطينة.
- **الحياة:** أسبوعية إخبارية تصدر باللسان العربي عن شركة الحياة بقسنطينة.
- **الصح آفة:** أسبوعية سياسية تصدر باللسان الفرنسي، أسستها ونشرتها دار الصحافة الحرة بوهران سنة 1991 (كريمة لمعوش: 2010، 38-40).
- **شمس الوسط:** أسبوعية تصدر باللغة العربية بالبويرة لصاحبها بوجمعة كرنان (تيسير أبو عرجة: 2000، 269).
- **الرياضي Le sportif:** أسبوعية محلية، ظهرت عام 1991 بتبليغ باللغة الفرنسية (سالم دراجي، 2004، 65).
- **هنا الجزائر Ici Alger:** صحيفة أسبوعية إخبارية صدرت في 29 أبريل 1991 بالعاصمة، وتطبع في مطبعة المجاهد.
- **Le nouveau tell:** أسبوعية عامة، تصدر باللغة الفرنسية ظهرت عام 1992 بمدينة البليدة.
- **سيبوس تايمز:** أسبوعية إخبارية عامة، تصدر باللغة العربية أسستها ونشرتها عام 1992 (ش.ذ.م) سيبوس تايمز بولاية عنابة.

- **مجلة الشباب La tribune des jeunes**: أسبوعية الشباب والرياضة، تصدر باللغة الفرنسية، أسستها ونشرتها مديرية ترقية الشباب لولاية الشلف عام 1992.
- **السمره**: أسبوعية إخبارية عامة، تصدر باللغة العربية، أسستها ونشرتها (ش.ذ.م) سمرة ضاحية عباس بقسنطينة عام 1992.
- **الجمهورية الأوراسي**: أسبوعية إخبارية عامة، تصدر باللغة العربية بولاية باتنة عام 1992.
- **صدى الملاعب**: أسبوعية رياضية تصدر باللغة العربية، أسستها ونشرتها مؤسسة صحافة نشر وأشغال الإعلام الآلي عام 1992 بولاية سطيف.
- **لفنار**: أسبوعية إخبارية، صدرت عام 1992 باللغتين العربية والفرنسية بولاية تيبازة.
- **أخبار الغرب: Ouest info**: أسبوعية إخبارية، تصدر باللغة الفرنسية بولاية سيدي بلعباس.
- **القلاع**: أسبوعية إخبارية صدر العدد 38 منها في جويلية 1993 بالجزائر العاصمة.
- **رسالة الأطلس**: أسبوعية محلية صدر العدد 19 منها في 26 جويلية 1993 بباتنة.
- **تلفزيون سات Tv Sat**: أسبوعية محلية تصدر في قسنطينة، صدر العدد 163 منها في 29 أكتوبر 1993.
- **السبيل**: أسبوعية إخبارية عامة، تصدر باللغة العربية عن شركة الأمل والاتصال والصحافة عام 1993 بولاية قسنطينة.

- **المجاهد واست Elmoudjahid ouest**: أسبوعية إخبارية جهوية تصدر باللسان الفرنسي أسستها عام 1993 يومية المجاهد الوطنية بوهران.
- **أهراس أنفورماتيك Ahras informatique**: جريدة إخبارية تصدر باللغة الفرنسية بولاية سوق اهراس.
- **دنيا الجزائر**: أسبوعية محلية، تصدر بولاية الجلفة عام 1994 باللغة الفرنسية.
- **الوطني Le patriote**: أسبوعية إخبارية عامة، صدرت عام 1994 عن شركة سوديب بوهران.
- **الشباك Echibek**: جريدة محلية أصدرتها شركة الشباك عام 1993.
- **بريد القلب**: أسبوعية للشباب، ظهر العدد الأول منها عام 1999 بالبويرة عن شركة الأدغال للإنتاج الفني والإعلان.
- **وهران آخر أسبوع**: أسبوعية إخبارية، صدر العدد الأول منها في 4 أكتوبر 2000 بوهران.
- **جيجل أبناء Jijel info**: أسبوعية للأخبار الجهوية، صدر العدد 22 منها في جويلية عام 2001.
- **الوئام**: أسبوعية سياسية وثقافية ناطقة باللغة العربية، أسستها ونشرتها عام 2002 شركة ميليني بباتنة.
- **أخبار سطيف**: أسبوعية سياسية، صدرت باللغة العربية عن مؤسسة كواليس رياضة وشباب بسطيف عام 2002.



- صوت الغرب **Sawt elgharb**: صحيفة محلية صدر العدد الأول منها في شهر نوفمبر عام 2002 بولاية وهران.
- قاردينيا: ملحق اجتماعي فني أسبوعي، صدر باللغة العربية أسسته ونشرته عام 2003 جريدة الأيام الجزائرية بسطيف.
- تسلية: ملحق رياضي أسبوعي، يصدر باللغة العربية أسسته ونشرته عام 2003 يومية الأيام الجزائرية بولاية سطيف.
- المؤشر **L'index**: أسبوعية إخبارية عامة، تصدر باللغة الفرنسية أسستها ونشرتها عام 2004 بقسنطينة عن شركة (ش.ذ.م).
- شعاع الرؤية: صحيفة إخبارية عامة، نصف شهرية تصدر باللغة العربية عام 1993 عن شركة شعاع الرؤية بولاية ميلة (كريمة لمعوش: 2010، 41-43).

### ج- الشهرية:

- حياة الجزائر العاصمة: مجلة شهرية إعلامية، تصدرها ولاية الجزائر بالتعاون مع المجلس الشعبي البلدي للجزائر العاصمة، صدر العدد الأول منها في ماي 1990 (الطاهر بن خرف الله، ع 65، 1991، 34).
- صدى تلمسان **LEcho de Tlemcen**: صحيفة إخبارية عامة تصدر شهريا باللغة الفرنسية أسستها ونشرتها عام 1993 بولاية تلمسان.
- الرأي: صحيفة إخبارية شهرية، صدرت باللغة العربية عام 1993 عن مؤسسة إيديور بوهران.

- الريف: صحيفة شهرية للأخبار الزراعية، تصدر باللغة الفرنسية عن شركة الريف بقسنطينة (كريمة لمعوش: 2010، 44).

## 7-2- الإذاعة المحلية في الجزائر:

قبل الغوص في أغوار تاريخ الإذاعة المحلية في الجزائر، لا بد في البداية من الوقوف لإلقاء نظرة خاطفة على ظهور الإذاعة، ثم نعرض على الإذاعة المحلية في العالم والعالم العربي لنصل في الأخير لمحطة الإذاعة المحلية في الجزائر من خلال ما يأتي:

### 7-2-1- نشأة الإذاعة في العالم:

تعود البدايات الأولى للإذاعة إلى بداية استخدام الموجة القصيرة، التي يعود اكتشافها إلى جهود كثير من العلماء على غرار جاك كلارك، ماكس ويل، هنري جاكسون، ألكسندر بوبوف، جاليليو ماركوني، توماس إيدسون ودي فورست الذين كان لهم فضل البدايات الأولى لها، حيث قاموا بتجارب ساعدت على إنتاج أطوال الموجات اللازمة للإرسال من خلال موجة قصيرة، كللت فيما بعد بما قام به هينرش هرتز سنة 1887، الذي أثبت أن التيار الكهربائي المتغير يحدث موجات يمكن نقلها عبر الفضاء دون استخدام أسلاك وبسرعة الضوء (ماجي الحلواني: 1982، 9).

وشهد عام 1844 أول إرسال لرسالة كهرومغناطيسية على يد صامويل مورس، تبعه أول إرسال صوتي عام 1879 على يد جراهام بل، واستطاع جوجيليمو ماركوني واكتشافاته سنة 1897 استقبال عينة من نظامه التلغرافي اللاسلكي تمكن من خلاله من بث رسائل تلغرافية عبر الأطلسي سنة 1901 (نوال محمد عمر: 1993، 9)، ثم تمكن بعده فنيسدون الذي تمكن سنة 1906، من بث رسائل لاسلكية مختصرة إلى سفن في البحار مصحوبة ببعض القطع الموسيقية، التي نظمت احتفالا

بحلول عيد الميلاد (إبراهيم إمام(ب): 1994، ص 23)، حيث تشير بعض المصادر إلى أن نقل حفلات موسيقية بلندن هو أول بث قامت به محطة ماركوني، بينما تؤكد مصادر أخرى أن أول بث كان لإذاعة نتائج الانتخابات في الولايات المتحدة الأمريكية من محطة نيويورك (إبراهيم وهبي: 1985، 18).

ثم ما قام به العالم فوست في العقد الثاني من القرن العشرين بإنشاء محطات للإرسال الإذاعي في فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية، ولم تصبح الإذاعة حقيقة وواقعا إلا في عام 1920 عندما أصبحت الولايات المتحدة الأمريكية هي أول دولة تجري تجاربها في هذا المجال، حيث أنشأت شركة وستجهوس محطة إذاعية كبرى في الولايات المتحدة الأمريكية تبعتها مئات المحطات. ثم توالى في الظهور في باقي الدول الغربية، حيث تبعتها بريطانيا كأول دولة أوروبية وذلك بتنظيم برنامج ( الديلي ميل) ثم بإنشاء شركة الإذاعة البريطانية، وبعدها تم إنشاء هيئة عامة باسم هيئة الإذاعة البريطانية والتي تحمل نفس الاسم الآن (أحمد عمر عبد الرسول: 2006، 36). ثم توالى في الظهور في كل من فرنسا، فكان أول بث إذاعي حكومي في فرنسا سنة 1932 (إبراهيم وهبي: 1985، 18)، ثم ألمانيا وغيرها من الدول.

وتشير معظم الأبحاث والدراسات، إلى أن الإذاعة استطاعت في مدة لا تتجاوز نصف قرن أن تكون في المركز الأول بين كافة وسائل الاتصال الأخرى، من حيث الانتشار وقوة التأثير ونشر الثقافة، وأنها أصبحت جزءا هاما ولازما في حياة كل فرد تقريبا (يوسف مرزوق: 1980، 26).

وتوضح التقديرات التي أعلنتها منظمة اليونسكو معتمدة على الإحصاءات المتوفرة، أنه في عام 1976 بلغ عدد أجهزة الإرسال الإذاعي 25.510 أجهزة، بينما بلغ عدد أجهزة الاستقبال في نفس العام 953 مليون جهاز (عمر الخطيب: 1983، 204).

وفي الدول العربية والدول النامية ساهم الاستعمار في إدخال النظم الإذاعية إلى هذه الدول، سواء بإفريقيا أو آسيا، وسيطر النظام السياسي في هذه الدول على النظم الإذاعية فيها، وقد أدت هذه السيطرة إلى بعض الآثار السلبية التي تمثلت في أحادية الخطاب الإعلامي، وغلبة الطابع السياسي عليه، وإغفال وتهميش الجوانب الثقافية (عواطف عبد الرحمان (أ): 1997، 15).

والسائد في الأقطار النامية عموما هو عدم وضوح الرؤية الإعلامية النظرية، ونشوء فكر إعلامي ضبابي رسمي، يخلط بين مهمات الإعلام، ومفهوم حرية الإعلام ودور وسائل الإعلام، وقد أدت هذه الفوضى الإعلامية إلى تعدد الاتجاهات الإعلامية وتناقضها أحيانا (عبد الرحمن عزي: 1994، 94).

وتعتبر مصر والجزائر السباقتين في المجال، حيث عرفتا الإذاعة منتصف العشرينيات (فضيل دليو: 1998، 136)، سواء عن طريق المبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب، أو على يد القوات الاستعمارية المحتلة، التي أوجدتها أساسا لخدمة تواجدها وتحقيق أهدافها العسكرية.

وكانت بداية الإذاعات في الدول العربية متباينة، إذ نشأت في معظمها من خلال قوات الاستعمار الفرنسي والإيطالي شأن لبنان وليبيا والجزائر، وذلك لخدمة مواطني تلك الدول ومصالحها الاستعمارية بالدرجة الأولى. وتختلف بداية نشوء الإذاعة من دولة عربية لأخرى، فقد بدأت في الجزائر سنة 1925، وفي المغرب سنة 1928، وفي تونس سنة 1935، وفي العراق سنة 1936، وفي لبنان سنة 1938، وفي ليبيا سنة 1939، والسودان سنة 1940، وسوريا 1941، والبحرين 1942، والصومال 1943، والكويت 1951، والسعودية واليمن 1954، وموريتانيا 1956، والإمارات 1966، وقطر 1968، وسلطنة عمان 1970.

وحصلت الإذاعة على مكانة مهمة لدى الجمهور العربي بين وسائل الإعلام الأخرى، لقدرتها على مخاطبة كافة شرائح المجتمع خاصة مع ارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي (عبلة محمد رويس: 2010، 25-26).

### 7-2-2- نشأة الإذاعة المحلية في العالم:

أدت التطورات في مختلف المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية في الدول الغربية إلى ظهور إذاعات محلية لعبت دورا كبيرا في تدعيم وتقوية المجتمع المحلي، وفرضت نفسها كأبرز وسيلة اتصال محلية في الدول الغربية والأوروبية على الخصوص.

وتعد المملكة المتحدة (بريطانيا) من الدول السبّاقة في إنشاء إذاعات محلية حيث بدأت في 8 نوفمبر 1967 بإذاعة "ليستر المحلية"، لتصل إلى ثماني محطات محلية سنة 1969، ثم عشرين محطة سنة 1973، ثم تضاعف عدد تلك المحطات سواء ما كان منها تابعا لهيئة الإذاعة البريطانية، أو الإذاعة المستقلة (عبد المجيد شكري(ج): 2008، 112).

وفي فرنسا ظهرت أواخر الستينيات عدة محطات صغيرة ذات وسائل تقنية ضعيفة ينشطها هواة لتدخل الشرعية على ضوء قانون 1989، ونتج عن ذلك ظهور عديد المحطات بلغت عام 1990 حوالي 1000 إذاعة محلية.

بينما تتنافس المدن في أوروبا الغربية على إنشاء محطات الإذاعة المحلية في ألمانيا الغربية والسويد والنرويج وفرنسا وبلجيكا وغيرها.

وقد بلغ عدد محطات الإذاعة المحلية في بلجيكا ما يزيد على 250 محطة إذاعة محلية، بينما بلغ عدد الإذاعات المحلية في إيطاليا عددا يفوق كل معقول، إذ يزيد العدد على أربعة آلاف 4000 محطة إذاعة محلية تجارية وسياسية، وفي الولايات المتحدة يوجد ما يزيد على ( 1000 ) محطة

إذاعة محلية، بالإضافة إلى إذاعة قومية واحدة هي صوت أمريكا (عبد المجيد شكري(ج): 2008، 17).

أما في العالم العربي، فكانت مصر السبّاقة في تجربة الإذاعات المحلية، حيث أنشأت إذاعة الاسكندرية سنة 1954، لكنها توقفت بعد ذلك طويلا، إلى أن تم افتتاح إذاعة القاهرة في أبريل 1981، وإذاعة شمال سيناء في أبريل 1984، ثم إذاعة جنوب سيناء، لتعرف مصر بعد ذلك عدة إذاعات محلية بفضل الإمكانيات التقنية والخبرات البشرية التي تتوفر عليها، حيث توالى في الظهور كإذاعة شرق دلتا وإذاعة القناة وإذاعة البحر الأحمر وإذاعة الساحل (عبد المجيد شكري(أ): 2002، 12-13).

وفي المغرب العربي، ينتشر ما يطلق عليه الإذاعات الجهوية (نصر حسني: 2001، 15). فقد عرفت تونس الإذاعة الجهوية سنة 1961، عندما أسست إذاعة صفاقس الجهوية، وكان الهدف من هذا الإنشاء تزويد منطقة الجنوب التونسي بجهاز للبث لتقوية إرسال الإذاعة المركزية إلى تلك الجهات.

وفي مارس 1977 تم تأسيس ثاني إذاعة جهوية، وهي إذاعة المنستير. غير أن سياسة الإصلاح والتغيير التي انتهجتها تونس خلال الثمانينيات، والتي تركزت في بعدها الإعلامي على تدعيم وسائل الإعلام لخدمة حركة التنمية وإحداث توازن بين مختلف مناطق تونس، تم تأسيس ثلاث إذاعات جهوية خلال الفترة (1990-1993)، تتوزع هذه المحطات عبر مختلف مناطق تونس لتغطي الجنوب، الجنوب الغربي والشمال الغربي منها، والتي يصل بث كل واحدة منها إلى أكثر من ثلاث ولايات (ماجى الحلوانى، عاطف عدلى العبد: 1987، 195).

أما المملكة المغربية فعرفت أول إذاعة جهوية سنة 1947، في عهد الحماية الإسبانية على شمال

المغرب. وبعد استقلالها، أصدرت قانونا بضم الإذاعات الموجودة إلى الراديو الوطني المغربي، حيث قامت بشراء إذاعة طنجة، التي كانت ملكيتها تابعة لشركات خاصة. وحتى سنة 1954، كانت المملكة قد أسست تسع (09) إذاعات جهوية، موزعة على مختلف جهات البلاد، تبث برامجها لمدة ثلاث ساعات يوميا.

### 7-2-3- الإذاعة المحلية في الجزائر:

قبل سرد تاريخ نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر، لا بد في البداية من إلقاء نظرة خاطفة على وضعية الإذاعة في الجزائر بعد الاستقلال، ثم نعرض على التطور التاريخي لها إلى أن ظهرت بوادر الإذاعات المحلية بها وانتشارها عبر ربوع الوطن.

فقد عرفت الجزائر كما سبق الذكر الإذاعة في منتصف العشرينيات، حيث قامت شركة فرنسية خاصة سنة 1924 بإنشاء جهاز إرسال بقوة 100 واط في العاصمة الجزائر، وبادرت جمعية (أصدقاء الإذاعة) في العام نفسه بتسيير محطة تسمى إذاعة الجزائر، تحت إشراف البريد والتلغراف (Henri Gayraud : 1990 , n 26, 12).

وفي سنة 1925، قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة، لم تتعد قوتها 100 كيلو واط، لترتفع إلى 600 كيلو واط سنة 1928 (فضيل دليو: 1998، 136)، ثم عرفت قسنطينة إنشاء محطتين للإرسال، إحدهما تذيع باللغة الفرنسية قوتها 600 كيلو واط، والثانية تذيع باللغة العربية وقوتها 250 كيلو واط (عاطف عدلي العبد وماجي الحلواني: 1987، 202). وفي سنة 1942، افتتحت محطة إرسال ثانية في مدينة الجزائر بقوة 500 كيلو واط، تبعثها سنة 1943 محطة أخرى بمدينة وهران بقوة 250 كيلو واط، وأخرى بمدينة عنابة سنة 1945. وفي نهاية

الحرب العالمية الثانية بذلت السلطات الفرنسية قصارى جهدها لتغطية الجزائر كلها أو الجزء الأكبر منها بشبكات الراديو.

وفي سنة 1946 أنشئت في مدينة تلمسان محطة إرسال على الموجة المتوسطة بقوة 600 كيلو واط، ثم محطة أخرى بالجزائر، وخلال سنوات 1953 و 1954 تم تشييد مركز للبث في مدينة سيدي بلعباس يشتمل على جهازي إرسال قوة كل واحد منهما 20 كيلو واط (خليل صابات: 1990، 136). وفي سنة 1958 تحصلت كل من منطقة تقرت وبيشار على جهاز إرسال لصالح محطتهما المحليتين.

وأثناء الثورة التحريرية، كانت الجزائر تعتمد في بادئ الأمر على الإذاعات العربية لإسماع صوتها للعالم الخارجي، على غرار إذاعتي القاهرة وتونس، اللتان خصصتا برامج في فترات ثابتة لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية، حيث خصصت إذاعة القاهرة عام 1955 برامج أسبوعية للجزائر، كبرنامج "وفد جبهة التحرير الوطني يخاطبكم من القاهرة"، وبرنامج "هذا صوت الجمهورية الجزائرية"، وبرنامج "جزائري يخاطب الفرنسيين" (عواطف عبد الرحمن(ج): 1985، 59).

وأسفر مؤتمر الصومام عن قرار إنشاء الإذاعة السرية التي لم تبدأ إلا في أوائل سنة 1957، عن طريق سيارة كبيرة تحمل المعدات الإذاعية وتنتقل بين الولايات والجبال، لتنتقل صوت الثورة على مدار ساعتين في المساء باللغة العربية والفرنسية وكذا العامية والأمازيغية، ليتوقف إرسالها سنة 1959، ثم تبدأ بعد شهر كمحطة إذاعية مستقرة على الحدود المغربية تحت حماية جيش التحرير الوطني (عيشوني عبد السلام: 2012، 143).

أما بعد الاستقلال، فقد واجهت الجزائر تحديا إعلاميا وتقنيا لإسماع صوت الجزائر، ونشر التراث



والثقافة المعبرين عن هوية الشعب الجزائري وتاريخه وموروثه الثقافي، حيث أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة في 17 أوت 1962، أنها قامت بتكليف شخصية جزائرية للإشراف على برامج الإذاعة، إلى أن يتم تشكيل الحكومة الجزائرية، وانتهى الأمر باتفاقية بين حكومتي الجزائر وفرنسا في 23 جانفي 1963، تم بموجبها تبادل البرامج المختلفة، وقيام فرنسا بإمداد الجزائر بالمساعدات الفنية والثقافية (ناجي الحلواني، عاطف العبد: 1987، 203).

وفي سنة 1966 أنشأت الجزائر محطتين جديدتين للإرسال، الأولى بعين البيضاء قرب قسنطينة، والثانية قرب وهران، وفي سنة 1970، تم إنشاء محطتين أخريتين، لتغطي التراب الجزائري سنة 1978 بنسبة 98% نهارا و100% ليلا، وأصبحت تسمع حتى من طرف المهاجرين (عيسى بن هاشم: 2010، 77).

أما بالنسبة للإذاعة المحلية في الجزائر، فكانت الغاية الأولى من إنشائها هي مواجهة نقائص الإذاعة المركزية، وتزويد المواطنين في المناطق النائية والمحاذية لجيران الجزائر من الصوت الإذاعي (نصر الدين لعياضي: 1997، ص 52)، فتم إنشاء العديد من المحطات الإذاعية المحلية في مختلف مناطق الوطن، بقرار من المدير العام للإذاعة، على أن تكون السلطات المحلية قادرة على التكفل بميزانيتها بنفسها، حيث تزامن هذا الظهور مع الفترة الانتقالية التي شهدتها الجزائر من سياسة الحزب الواحد إلى التعددية الحزبية وبالتالي التعددية الإعلامية. ويلاحظ أن ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر جاء متأخرا مقارنة بالدول العربية الأخرى، إذ لم تنشأ إلا بعد التعددية الإعلامية نتيجة جملة من العوائق السياسية والقانونية المفروضة قبل ذلك (مالك شعباني: 2006، 130)، حيث كانت الانطلاقة متسرعة نوعا ما، ولم تسند بدراسة وافية وناضجة على صعيد إمكانات البث والمحتوى، الذي يقدم لهذه المنطقة أو تلك. فهذه الإذاعات شرعت في البث دون أي نص قانوني، ودون ميزانية خاصة

(نصر الدين لعياضي: 1997، 52)، رغم أن هناك من يقول إن الإذاعات المحلية بدأت سنة 1975 كإذاعات جهوية، حيث كانت الجزائر مقسمة إلى أربعة أقاليم، وكل إقليم مقسم إلى مجموعة من الولايات، حيث أعطيت المبادرة لإنشاء مثل هذه الإذاعات إلى السلطات المحلية شرط توفير المقر، ثم تقوم بتبليغ الإذاعة المركزية لاتخاذ إجراءات التجهيز بما هو مطلوب (ناجح مخلوف: 2014-2015، 128).

ودفعت التعددية الإعلامية في مجال الصحافة بالكثير من الخواص إلى التفكير في إنشاء إذاعات محلية، وحتى يغلق المجال أمام التعددية السمعية البصرية رفضت الحكومة الاعتماد وشجعت الإذاعة الوطنية على إنشاء إذاعات محلية دون توفير قانون يضبط ذلك (ناجح مخلوف: 2014-2015، 128). وبذلك ظهرت أول إذاعة محلية سنة 1990، وهي إذاعة التكوين المتواصل لتتوالى في الظهور تباعا (مالك شعباني: 2006، 130) بعد صدور قانون الإعلام سنة 1990، الذي نص في مادته 13، على أن تتولى أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قنواتها المتخصصة في بث الثقافات الشعبية، والتكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية لتبليغ وترسيخ الوحدة الوطنية والقيم العربية الإسلامية في المجتمع الجزائري، وتحدد كيفية تطبيق هذا الإجراء عن طريق التنظيم (قانون الإعلام، 1990، م 13، 3).

وتعد إذاعة الساورة ببيشار أول إذاعة محلية بالجزائر، أنشئت بتاريخ 20 أبريل 1991، وتواصلت في الظهور في مختلف ولايات الوطن حتى عمت كامل ربوعه.

وتواصل انتشار الإذاعات المحلية عبر ربوع الوطن حيث وصلت في جوان 2004 إلى 28 إذاعة محلية موضوعاتية. ويعتبر عام 2005 منعرجا حاسما للإذاعات المحلية، إذ تم اعتماد سلسلة من

الإجراءات التي ساهمت في تحسين أدائها من حيث المواضيع المدرجة في الشبكات البرمجية والتأطير البشري الجيد، واعتماد نظام الرقمنة وعصرنة القطاع مع اعتماد الـ fm، لما تتميز به من صفاء الصوت مع الإبقاء على الموجة المتوسطة Am بإحدى عشر إذاعة موجودة بالجنوب الجزائري لشساعة المنطقة ( أحمد شرماطي، ع2، 2010، 146-147).

وتم في سبتمبر 1993 إنشاء مديرية تنمية الإذاعات المحلية، وقدم رئيس الحكومة في أكتوبر 1994 أول برنامج لإنشاء محطات إذاعية محلية، واضعا الأولوية للمناطق الحدودية (ناجح مخلوف: 2014، 129).

وكانت أولى لبنات هذا المد الإذاعي -كما ذكرنا- إذاعة الساورة بشار، ثم إذاعة البهجة (العاصمة)، إذاعة متيجة (منطقة متيجة على امتدادها من البلدية بومرداس وتيبازة)، ثم توالى مجهود بناء الإذاعات المحلية إلى أن غطى الولايات الـ 48.

وسنأتي على ذكر الإذاعات المحلية الجزائرية في كل ربوع الوطن من أول ظهور لها حتى آخر إذاعة حققت تغطية كاملة لولايات الوطن وهي على التوالي:

• إذاعة بشار (الساورة):

أنشئت يوم 20 أبريل 1991، وأول مقر للإذاعة كان عبارة عن مكتبة للبلدية تم تجهيزها، ثم انتقلت إلى شقة في عام 1998، وتحولت غرفة الاستقبال إلى استوديو والمأرب إلى قاعة تحرير. وبدأ البث لمدة ساعتين، من الساعة 6.40 صباحا إلى الساعة 20 ليلا، وتغطي كلا من ولايات أدرار وتندوف والنعام، كما أنها تستخدم اللغة العربية.

• إذاعة متيجة (الجزائر): أنشئت إذاعة متيجة في 8 مارس/آذار 1991، على مدى 13 ساعة

و20 دقيقة، من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا، ووجودها بالعاصمة حولها إلى شبه وطنية، وتسميتها تعود إلى السهل الأخضر الذي يغطي منطقة متيجة الفلاحية، اهتمت في برامجها بالزراعة والسياحة وكان لها دور فعال في تغطية فيضانات باب الواد وزلزال بومرداس، وهي تغطي أربع ولايات هي الجزائر العاصمة، البلدية، بومرداس، وتيبازة، وتقوم بالربط مع القنوات الأولى والثقافية وإذاعة القرآن الكريم وتستعمل اللغة العربية ( ناجح مخلوف: 2015، 129).

• إذاعة الواحات (ورقلة):

أنشئت في 9 ماي 1991، ويعمل بها 51 عاملا، تبث لمدة ساعتين يوميا ثم 7 ساعات، والآن 13 ساعة و20 دقيقة، من الساعة 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا، وهي تغطي: حاسي مسعود، وتقرت، عين صالح، إليزي، الوادي، المنيع، عين أمناس والجزء الجنوبي من غرداية، وتذاع على السائل وتغطي شمال إفريقيا وبعض دول أوروبا.

• إذاعة الأغواط (السهوب):

أنشئت في 5 نوفمبر 1991، تبث لمدة ساعتين يوميا عدا يومي الخميس والجمعة، ومع بداية 1993 صار البث ثلاث ساعات، وهي مزودة بجهاز استقبال بقوة 25 كيلو واط وإرسال عبر القمر الصناعي، تبدأ البث من 6.40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة تمنراست (الأهقار):

أنشئت يوم 16 أبريل 1992 بدأت تبث على السائل لمدة أربع ساعات، من 6 صباحا إلى 10 ليلا.

• إذاعة تلمسان (العالية):

أنشئت يوم 7 أكتوبر 1992 ، بالتنسيق مع إذاعة وهران ، تبث على السائل وإذاعة القرآن الكريم،

وتستخدم اللغة العربية.

- -إذاعة سطيف (الهضاب): أنشئت يوم 10 أكتوبر 1992، تبث على FM وتقوم بالربط مع القنوات: الأولى والثقافية وإذاعة القرآن الكريم وتستخدم اللغة العربية والقبائلية.
- -إذاعة باتنة (الأوراس): أنشئت في 29 ديسمبر 1994 ، تبث على FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، من الساعة 6 و40 دقيقة صباحا إلى غاية الثامنة ليلا وأيضا على الأنترنت والساتل.
- إذاعة وهران (الباهية): أنشئت يوم 26 يناير 1995، تبث على FM ، وتغطي 8 ولايات بالغرب الجزائري ( ناجح مخلوف: 2015، 130-132).
- إذاعة قسنطينة (سيرتا): أنشئت في 2 فبراير 1995 ، تبث على FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءاً من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا، تؤدي دورا في خدمة المجتمع القسنطيني وبعض الولايات المجاورة في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية (مالك شعباني: 2006، 131).
- إذاعة تبسة: أنشئت في 4 أبريل 1995، تبث على FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا، وتغطي أربع ولايات في الجنوب الشرقي للجزائر.
- إذاعة أدرار (توات): أنشئت في 4 يونيو 1995 ، يعمل بها 52 شخصا من بينهم 8 نساء، تبث على FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءاً من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا، تغطي مناطق أقصى الجنوب الجزائري.

• إذاعة بجاية (الصومام):

أنشئت في 19 أغسطس 1996، تبث على موجة FM وتبث أيضا على الساتل على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءً من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة واد سوف: أنشئت في 21 نوفمبر 1996، تبث على موجة FM وعلى الساتل والأنترنيت على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءً من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة عنابة: أنشئت في 13 يناير 1997 تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءً من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة إليزي (طاسيلي):

أنشئت في 27 يناير 1997، يعمل بها 29 شخصا من بينهم 4 نساء، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءً من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة تيارت:

أنشئت في 25 أكتوبر 1998، يعمل بها 27 شخصا من بينهم 3 نساء، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءً من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة تندوف:

أنشئت في 12 مارس 1999، يعمل بها 27 شخصا من بينهم 3 نساء، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءً من 6 و40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا ( ناجح مخلوف: 2015، 134).

• إذاعة بسكرة: شرعت في بثها التجريبي في 14 جوان 1999، أما الانطلاقة الرسمية فكانت في

30 جوان 1999، بطاقم مسير محدد العدد ( شعباني مالك، 2006، 135)، يتكون من 31 شخصا من بينهم 8 نساء، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءا من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة غرداية (ميزاب):

أنشئت في 7 يونيو 2001 تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة النعام:

أنشئت في 19 يونيو 2002، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة معسكر (بني شقران):

أنشئت في 27 يوليو 2003، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• 23-إذاعة البيض:

أنشئت في 8 سبتمبر 2003، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة المسيلة (الفضة):

أنشئت في 7 أكتوبر 2003، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

- إذاعة سكيكدة: أنشئت في 15 نوفمبر 2003، بحجم ساعي يقدر ب 18 ساعة، وهي حاليا تبث من الساعة السادسة صباحا إلى منتصف الليل بطاقة 100 كيلو واط وتبث على موجة FM .
- إذاعة الشلف:
- أنشئت في 26 يناير 2004، وتبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحاً إلى الثامنة ليلاً ( ناجح مخلوف: 2015، 136).
- إذاعة مستغانم (الظهرة):
- تأسست في 10 فيفري 2004، وهو من بين الإذاعات المحلية الأوائل التي انطلقت ببث رقمي عبر وسائل رقمية، بدأ بثها على مدار 4 ساعات، ليتمدد بعدها البث إلى 8 ساعات بعد سنة كاملة، ومدد إلى 12 ساعة سنة 2006، ثم إلى 17 ساعة سنة 2008، تضم 36 عاملاً ( فؤاد بداني: 2015، 199).
- إذاعة سيدي بلعباس:
- أنشئت في 17 فبراير 2004، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحاً إلى الثامنة ليلاً.
- إذاعة سوق أهراس:
- أنشئت في 23 فبراير 2005، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحاً إلى الثامنة ليلاً.
- إذاعة غليزان:
- أنشئت في 05 يوليو 2006، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من



6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة جيجل:

أنشئت في 01 نوفمبر 2006، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا، وكذلك على الساتل..

• إذاعة الجلفة:

أنشئت في 09 سبتمبر 2007، تبث على موجة FM والبث على الانترنت على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة سعيدة:

أنشئت في 24 فبراير 2008، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة أم البواقي:

أنشئت في 19 مارس/آذار 2008، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

• إذاعة عين تموشنت:

أنشئت في 26 مارس 2008، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا، وتبث أيضا على الانترنت.

• إذاعة تسيميلت: أنشئت في 6 أبريل 2008، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة

و 20 دقيقة بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا، وكذلك على الانترنت.

### • إذاعة برج بوعرييج:

أنشئت في 23 أبريل 2008، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءاً من 6 و40 دقيقة صباحاً إلى الثامنة ليلاً.

### • إذاعة عين الدفلى:

أنشئت في 5 مايو 2008، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءاً من 6 و40 دقيقة صباحاً إلى الثامنة ليلاً.

### • إذاعة خنشلة:

أنشئت في 25 ديسمبر 2008، تبث على موجة FM وأيضاً عبر البث الإلكتروني والأنترنيت على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءاً من 6 و40 دقيقة صباحاً إلى الثامنة ليلاً.

### • إذاعة قالمة:

أنشئت في 27 ديسمبر 2008، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءاً من 6 و40 دقيقة صباحاً إلى الثامنة ليلاً.

### • إذاعة البويرة:

أنشئت في 29 ديسمبر 2008، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءاً من 6 و40 دقيقة صباحاً إلى الثامنة ليلاً.

### • إذاعة ميلّة: (محل الدراسة)

أنشئت في 29 مارس 2009، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و20 دقيقة، بدءاً من

6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

**إذاعة تيبازة:**

أنشئت في 2010 ، تبث على موجة FM على مدى 13 ساعة و 20 دقيقة، بدءاً من 6 و 40 دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.

**إذاعة المدية:**

أنشئت في 2010 ، تبث على موجة FM من الساعة 7 صباحا إلى الثامنة ليلا.

• **إذاعة البليدة:**

أنشئت في 2011 ، تبث على موجة FM من الساعة 7 صباحا إلى الثامنة ليلا.

• **إذاعة تيزي وزو:**

أنشئت في 2011 ، تبث على موجة FM من الساعة 7 صباحا إلى الثامنة ليلا.

• **إذاعة الطارف:**

أنشئت في 2011 ، تبث على موجة FM من الساعة 7 صباحا إلى الثامنة ليلا.

ومن هنا يمكن القول إن الإذاعات المحلية قد تمكنت من تغطية 48 ولاية، بمعنى كل القطر الوطني، والهدف المنشود منها هو إنشاء فضاء للاتصال الجوّاري يمكن السلطات المحلية من إطلاع المواطنين على المشاريع والقوانين، وتمكين المواطنين من نقل انشغالاته إلى هذه السلطات المحلية.

ثانيا:

واقع التنمية المحلية في

الجزائر

## ثانيا: واقع التنمية المحلية في الجزائر

### 1- التنمية المحلية: مقدمات معرفية عامة:

يحتل موضوع التنمية المحلية مكانا مهما في مواضيع التنمية في الفكر الاقتصادي، والدراسات الاجتماعية والسياسات الحكومية، وبرامج المنظمات الدولية والإقليمية والحركات الاجتماعية، ذلك أنها عملية ومنهج ومدخل وحركة يمكن من خلالها الانتقال بالمجتمع من حالة التخلف والركود إلى وضع التقدم والقوة والسير في طريق النمو والارتقاء إلى ما هو أفضل. وإذا أخذنا بالقول الحكيم بأن تأتي الأمور من أبوابها، فلا بد من أن نسعى إلى تعريف محدد للتنمية، وأن نجيب عن سؤال محدد ما هي التنمية؟ ومن ثم ما هي التنمية المحلية؟

#### 1-1- تعريف التنمية:

كان أول اهتمام بموضوع التنمية يعود إلى النشأة الأولى لعلم الاقتصاد على يد الاقتصادي الشهير آدم سميث في كتابه بحوث حول "طبيعة وأسباب ثروة الأمم"، حيث تكلم عن النمو والتطور الاقتصادي، ثم عادت فكرة التنمية للظهور لأول مرة سنة 1944، في تقرير اللجنة الاستشارية للتعليم في بريطانيا (احمد رشيد، : 1986، 11).

وسنأتي على تعريف التنمية في الجزء الموالي:

#### لغة:

التنمية من النمو أي ارتفاع الشيء، التنمية تدل على الزيادة كما ونوعا، وقد برز المفهوم في علم الاقتصاد بهدف إكساب المجتمع القدرة على التطور الذاتي والمستمر للتحسين في نوعية الحياة لكل الأفراد عن طريق التحسين المستمر لاستغلال الموارد (حسين صادق عبد الله: 1992، 83).

اصطلاحا:

أثار مفهوم التنمية كثيرا من الجدل على جميع المستويات، أدت في أحيان كثيرة إلى قدر من الخلط وسوء الفهم في المصطلحات المتداولة ومجالات إطلاقها، وتحمل المؤلفات السياسية والاقتصادية والاجتماعية العديد من التعاريف لهذا المصطلح، وكل منها تناوله من زاوية معينة حسب اختلاف الميادين والمناهج العلمية الخاصة بها، فنجد مضمون المؤشرات الأساسية في الفكر الاقتصادي الزيادة السنوية في الناتج القومي ومتوسط دخل الفرد، بينما يركز المنظور الاجتماعي على توفير الحاجات للإنسان، وفي المنظور السياسي تعني الديمقراطية وتوفير الاستقرار.

لذلك ارتأينا أن نستعرض أهم التعريفات التي تناولت مفهوم التنمية فيما يأتي:

التنمية مفهوم معنوي يعبر عن عملية ديناميكية تنتج من التدخل الواعي للمجتمع لتوجيه التفاعل بين الطاقة التنموية للمجتمع والنسق الاقتصادي له، وقواها سلسلة تراكمية من التغيرات الوظيفية والهيكلية بهدف زيادة قدرة المجتمع على البقاء والنمو.

وينظر التعريف إلى التنمية باعتبارها هدفا ووسيلة لزيادة قدرة المجتمع على النمو من خلال الإبقاء عليه، ويعني ذلك أن النمو هو الهدف الأساسي الذي يسعى إليه المجتمع لتحقيقه من خلال عمليات التنمية، ويعالج مفهوم التنمية بشقيه الاجتماعي والاقتصادي ويركز على إحداث التغيرات الوظيفية والهيكلية في بناء المجتمع (طلعت مصطفى السروجي: 2009، 15).

وبالرغم من تعدد مفاهيم التنمية واختلاف مداخلها، فإن المفهوم الجوهرية في هذا الشأن هو مفهوم الأمم المتحدة، باعتبار التنمية عمليات مخططة تستهدف تعبئة الإمكانيات المادية والبشرية الموجودة في المجتمع، ثم وضع الخطوط الملائمة وتنفيذها بهدف رفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي والحضاري لأهالي وأفراد المجتمع مع ضرورة مشاركتهم في هذه العمليات من بدايتها

إلى نهايتها.

وتعرف التنمية كذلك بأنها عملية إحداث مجموعة من التغيرات المخططة المستهدفة لإكساب المجتمع القدرة على الاكتساب الذاتي المستمر، بمعدل يضمن التحسن المتزايد في نوعية الحياة لكل أفراد، بمعنى زيادة قدرات المجتمع الذاتية على الاستجابة للحاجات الأساسية والحاجات المتجددة لأفراده، والتي تكفل زيادة درجات إشباع تلك الحاجات عن طريق الاستثمار الأفضل لموارد المجتمع المتاحة والكامنة ومشاركة الجهود الشعبية بجانب الحكومة لتحقيق هدف ذلك الاستثمار وحسن توزيع عائدته (طلعت مصطفى السروجي: 2009، 16).

كما تعني عمليات مخططة وموجهة تحدث تغييرا في المجتمع لتحسين ظروفه وظروف أفراد، من خلال مواجهة مشكلاته وإزالة العقبات وتحقيق الاستغلال الأمثل للإمكانيات والطاقات، لتحقيق التقدم والنمو (محمد شفيق، التنمية الاجتماعية: 1993، 19).

ويعرفها منير محمد حجاب بأنها تعني تغييرا أساسيا في كل أنماط الحياة السائدة، ويتبع هذا تغيير نوعي وكمي في صور العلاقات الاجتماعية في كافة مجالات النشاط البشري في المجتمع (محمد منير حجاب: 2000، 32).

إذا فالتنمية هي عملية اجتماعية، تستهدف تغييرا شاملا في المجتمع، بالانتقال بهذا المجتمع من الحياة التقليدية القديمة إلى الحياة الجديدة التي تنعم بها الدول المتقدمة، وتتم هذه العملية عن طريق التخطيط المنظم لإدارة الموارد، بما يكفل حسن الاستثمار لتحقيق زيادة في القوة الإنتاجية والاقتصادية للمجتمع، بحيث يستطيع أن يلحق بركب الدول العصرية التي تحدد منظمة الأمم المتحدة مقدار تقدمها على أساس دخل أفرادها السنوي، وما يتحقق لهؤلاء الأفراد من رفاهية وخدمات ميسرة علاوة على التقدم العلمي والتكنولوجي (يوسف مرزوق: 1980، 19).

### 1-2- التنمية والمصطلحات المشابهة:

يقع الكثير من الأكاديميين والباحثين في موضوع التنمية في مغالطات وأخطاء هذا المصطلح، حيث يخلطون بينه وبين مصطلحات مشابهة وأهم هذه المصطلحات: النمو، التغيير، التطور، التقدم والتحديث، فكان لا بد من الوقوف عند أهم الاختلافات والتشابهات بين هذه المصطلحات ومفهوم التنمية من أجل إعطاء مفهوم أوضح للتنمية، وهي كما يأتي:

#### التنمية والنمو:

إن اصطلاح النمو (growth) يشير إلى الزيادة الثابتة أو المستمرة التي تحدث في جانب واحد، ويحدث عن طريق التطور البطيء والتحول التدريجي، أما التنمية فهي تحقيق زيادة سريعة وتراكمية ودائمة خلال فترة معينة ( بدر كريم، 1996، 121)، فالنمو يحدث غالبا بالتطور البطيء والتحول التدريجي، أما التنمية فتحتاج إلى دفعة قوية لإخراج المجتمع من حالة الركود والتخلف إلى حالة التقدم والرقى.

#### التنمية والتغيير:

التغيير هو كل الاختلافات التي تطرأ على أي ظاهرة من الظواهر الاجتماعية خلال فترة زمنية معينة من الزمن مهما يكن اتجاه التغيير، أي أنه لا يؤدي بالضرورة إلى التقدم والارتقاء، فقد يتغير الشيء إلى السالب، بينما التنمية هي التقدم نحو الأفضل بوتيرة متقدمة.

#### التنمية والتطور:

التطور مفهوم يعتمد بالأساس على التصور الذي يفترض أن كل المجتمعات تمر من خلال مراحل محددة وثابتة في مسلك يندرج من أبسط الأشكال إلى أعقدها.



### التنمية والتقدم:

مصطلح يأتي كمرحلة أخيرة ونهائية بعد حدوث التنمية والتنمية الشاملة.

### التنمية والتحديث:

الأول يعني الإضافة إلى ما رأيناه سابقا في التعريفات الزيادة في القدرة الإنتاجية بشكل يرفع مستوى المعيشة ماديا وثقافيا وروحيا مصحوبا بقدرة ذاتية على حل مشاكل التنمية. (اسماعيل قيرة وعلي غربي: 2001، 115) والتحديث modernisation، يعني بها العملية التي يتغير بها الأفراد من طريقة الحياة التقليدية إلى أسلوب في الحياة أكثر تعقيدا وأكثر تقدما من الناحية التكنولوجية.

والتنمية هي نوع من التحديث الكلي الشامل، ومن التغيير الاجتماعي الذي يتضمن إدخال أفكار جديدة في النظام الاجتماعي، وذلك للوصول إلى مستوى أعلى ودخل أكبر، عن طريق استخدام وسائل الإنتاج الأكثر حداثة، وتنظيم اجتماعي أفضل مع عدالة أكثر في توزيع الفوائد والمزايا الاقتصادية والاجتماعية (أحمد بدر: 2010، 53).

يعرف ماركس التنمية على أنها عملية ثورية، أي أنها تتضمن تحولات شاملة من البناءات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والقانونية، وبالتالي فإن البلد الأكثر تقدما من الناحية الصناعية يمثل المستقبل الخاص للبلد الأقل تقدما (صلاح عثمانة: 1997، 20).

وأصبح مفهوم التنمية يشمل أيضا تنمية الإنسان نفسه باعتباره وسيلة التنمية وغايتها

ومبرها (نبيلة داود: د.س.ن، 102).

### 1-3-3-1- خصائصها، أسسها ومجالاتها:

#### 1-3-1- خصائصها:

تتميز التنمية بخصائص نذكر منها:

✓ التنمية هي عملية وليست حالة، وبالتالي فهي مستمرة ومتصاعدة، وهي عملية مجتمعية تساهم فيها كل الفئات.

✓ التنمية عملية واعية، محددة الأهداف والغايات، وهي عملية موجهة لتحقيق النمو الإداري.

✓ بناء قاعدة وإيجاد طاقة إنتاجية ذاتية لا تعتمد على الخارج.

✓ المشاركة الشعبية في جميع الجهود التي تبذل لتحسين مستوى المعيشة ونوعية الحياة، مع

الاعتماد بقدر الإمكان على مختلف المبادرات الذاتية. فنجاح تجربة أي دولة في تحقيق النمو

يرجع إلى اعتمادها على مواردها المحلية، والتي يبقى أئمنها الرأسمال البشري، فتجاهل هذا

الأخير والتركيز على بقية الموارد الأخرى سيخلق عبئا مستمرا على التنمية وتشوهها، نتيجة

وجود عنصر بشري يزداد عددا، ويقل كفاءة، وغير قادر على تقديم أي قيمة مضافة أو جهد

متزايد لخدمة التنمية (علي حافظ منصور، حسن احمد عبيد: 1992، 30).

✓ تتميز التنمية المحلية بالتكامل بين الريف والحضر، وبين البناء الاجتماعي ووظائف هذا

البناء، وبين الجوانب المادية والجوانب المعنوية.

✓ شمولية التنمية المحلية على جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، مع

ضرورة أن تشمل أيضا جميع قطاعات المجتمع، تحقيقا للعدالة ومبدأ تكافؤ الفرص، وإرضاء

لجميع المواطنين، فليس من المنطق أن تستفيد فئة من المجتمع بعائد برامج التنمية المحلية

بينما تحرم باقي القطاعات ( بكوش كريمة: ع 1، 32).

### 1-3-2- أسس التنمية:

التنمية سواء في الدول المتقدمة أو النامية، لا بد وأن تقوم على دعائم وأسس تكون ركيزة للتقدم والانطلاق، ولن يتسنى لدولة من الدول أن تنمو اجتماعيا أو اقتصاديا إلا إذا توفرت لها أسس التنمية ومقوماتها ومن بينها:

#### - إحساس الشعب بالحاجة إلى التنمية:

إن السلبية الناجمة عن الجهل والتخلف تعتبر عقدة في طريق التنمية، ومهما بلغت الجهود التي تبذلها الدولة، وعظمت المشروعات التي تقوم بها فإن التنمية لن تتحقق ما لم يحس الشعب بحاجته إلى تلك المشروعات، ويسهم فيها مساهمة إيجابية ويحافظ عليها ويصونها. فكم من مشروعات منيت بالفشل لا لسبب إلا لأن الحكومة قامت بإنشائها دون مشاركة الأهالي الذين يتخذون موقفا سلبيا من كل مشروع، حتى باتوا ينتظرون من الحكومة أن تقدم لهم كل ما يحتاجونه دون تضحية من جانبهم أو أداء لواجبهم ( شاكر ابراهيم: 1975، 131-132).

#### - توفر الموارد الطبيعية:

إن الدولة الغنية بمواردها الطبيعية من معادن وأراضي خصبة ومصادر مائية، أقدر على التنمية من تلك التي تفتقر لمثل هذه الموارد، وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية خير دليل على ذلك، فمواردها الطبيعية جذبت إليها المهاجرين الذين ما إن وطئت أقدامهم أرضها حتى راحوا ينقبون في باطن الأرض، ويخرجون الفحم والنحاس والبتروول والحديد، ولم يمض وقت طويل حتى أصبحت الولايات المتحدة الأمريكية أغنى دولة في العالم.

ويرى مونتسكيو في مؤلفه "روح القوانين": "أن اختلاف الأمم في القوانين والأخلاق والسياسة والاقتصاد والعلوم وكذا اختلافها في درجة الاستقلال والحرية يرجع إلى أثر العوامل الطبيعية"

– توفر المصادر البشرية المدربة:

يمثل السكان رأس المال البشري في أي مجتمع من المجتمعات، وهم دعامة من أهم دعائم الإنتاج فيه، ويتوقف على عددهم ونوعهم وحركتهم ومميزاتهم والأعمال التي يمارسونها والقدرات التي يتمتعون بها، وتحديد نوع التغيير الاجتماعي الذي يحدث في المجتمع. فالولايات المتحدة ما كانت لتستطيع التنمية لولا تدفق المهاجرين، فقد ظلت الموارد الطبيعية كامنة تحت الأرض دون استغلال حتى وصلتها الأيدي البشرية فأخرجتها وتضافرا معا لتحقيق التنمية.

– استخدام التكنولوجيا الحديثة:

كانت الثورة الصناعية التي عرفتها أوروبا في القرن التاسع عشر نقطة تحول في تاريخ البشرية، ولا يمكن للدول النامية أن تحقق ما تصبو إليه من تنمية إلا بثورة في ميدان الصناعة والزراعة والمواصلات، وما لم تسع الدول النامية إلى تطبيق التطور الحاصل في ميدان التكنولوجيا في تنميتها ستزداد الهوة بينها وبين العالم المتقدم اتساعا.

– الاستقلال السياسي والاقتصادي:

إن الدول المستقلة أقدر على تنمية نفسها من الدول التابعة لأية دولة أجنبية، سواء كانت التبعية سياسية أو اقتصادية. إن معظم دول العالم النامي كانت إلى عهد قريب تقع تحت نير الاستعمار، ولم تبدأ بالتنمية حتى تحررت.

ولا تقل التبعية الاقتصادية عن التبعية السياسية خطرا، حيث تقف حائلا دون تنمية تلك الدول كما أنها تحد من استقلالها، وعليها أن تدرك ان الاستعمار الجديد يتمثل في محاولة الدول المتقدمة

ربط اقتصاد هذه الدول بعجلتها سواء عن طريق المساعدات المشروطة أو رؤوس الأموال المستغلة.

### - تدعيم أجهزة التعليم والتدريب والإعلام:

إذا كانت الدول النامية لا تزال تعاني من نقص الإطارات المدربة اللازمة لتحقيق التنمية، فإن الأجانب لا يزالون يتولون المناصب الفنية الرئيسية في تلك الدول النامية، ولا شك أن مثل هذا الوضع يعيق التنمية، ولا يمكن التغلب على مثل هذه المشاكل الاجتماعية الخطيرة إلا بتدعيم أجهزة التعليم والتدريب والإعلام، بل يمكن لأجهزة الإعلام كالتلفزيون والإذاعة أن يقوموا بالعملية على نطاق واسع وخاصة بالنسبة للراشدين. كما يمكن استخدامها في القضاء على العادات والتقاليد المتوارثة البالية التي تعيق التقدم وتوقف عجلة التنمية (شاكرا ابراهيم: 1975، 136-137).

### 3-1-3- مجالات التنمية:

- **التنمية الاقتصادية:** هي الجانب المادي الذي تعمل الدولة على تنميته وهو الانتقال من حالة التخلف إلى التقدم (محمود ذيب غازي الزغبى: 2001، 23).

- **التنمية الاجتماعية:** تهتم بدراسة تغيير المجتمع من حيث بناؤه، فهي العملية التي تؤدي إلى تنمية الوعي (عبد الباسط محسن: 1980، 14).

- **التنمية الثقافية:** تعتمد على تزايد عدد العلماء والمنقذين والباحثين والمفكرين وعدد الطلبة في الجامعات، وبالتالي فهي أساس وركيزة في ظهور تنمية اقتصادية واجتماعية، وبالتالي كلما ارتفع المستوى العلمي وحجم الوعي ونسبة البحث العلمي في المجتمع كلما أدى إلى تزايد حظوظ نجاح التنمية الشاملة (سعد طه غلام: 2004، 25).

- **التنمية السياسية:** وهي من المفاهيم الحديثة التي بدأ الحديث والاهتمام بها حديثاً، وتتناول

موضوع التنشئة السياسية وغيرها من المفاهيم (علي عبد الجليل رعد: 2002، 73).

- **التنمية الشاملة:** تهدف إلى تحقيق التقدم الاقتصادي والذي له علاقة بالتنمية السياسية

والثقافية، وهي إمكانية الدولة في تحقيق نجاحات معتبرة في كل نوع منها سواء في الجانب

الاقتصادي الاجتماعي، الثقافي والسياسي (محمد منير حجاب(أ): 2000، 56).

وسنأتي على ذكر أهم مجالات التنمية المحلية جوهر دراستنا في العناصر المقبلة.

#### 1-4-1- التنمية المحلية:

##### 1-4-1-1 مفهومها، تطورها ودوافع الاهتمام بها:

##### 1-4-1-1-1 مفهومها:

تحظى عملية التنمية المحلية باهتمام خاص من قبل الدول المتقدمة والنامية على حد

سواء، نظرا لما يترتب عليها من نهوض المجتمعات المحلية، أو رفع لمستوى الدخل والمعيشة

للمواطنين المحليين، والحقيقة أن للسلطات المحلية دورا مهما في عملية التنمية، من خلال ما تقوم

به من أنشطة وتنفيذ لبرامج مختلفة على المستوى المحلي تعتبر مكملة لبرامج الحكومة ( سمير

محمد عبد الوهاب: 2008، 19).

وقد ظهر مفهوم التنمية المحلية في عشرينيات الستينيات، من خلال تنامي اهتمام الدول

بالتسيير على المستوى المحلي كبديل لنظام التسيير الموحد على المستوى المركزي، الذي كان

يسيطر على اقتصاديات دول العالم (Jean Yves Gouttbell, 2003, 91) وهذا إثر النقاشات

التي تعالت حول تهيئة وإعداد التراب، نتيجة التباينات المكانية الواضحة بين الجهات والمناطق،

وقد كان العالم الريفي الحقل الأول لتطبيق هذا المفهوم ( فؤاد بن غضبان: 2013، 29 )، لكن

أول ظهور لبوادر هذا المفهوم كان في مؤتمر أشردج Ashirdge، للتنمية الاجتماعية الذي عقد في أوت 1954، لمناقشة المشاكل الإدارية في المستعمرات الإنجليزية. وعرفت تنمية المجتمع في هذا المؤتمر على أنها حركة، الغرض منها هو تحسين الأحوال المعيشية للمجتمع في جملته على أساس المساهمة الإيجابية لهذا المجتمع، وبناء على مبادرة المجتمع كله كلما أمكن ذلك ( ناجي الشهاوي: 2015، 57).

وبعدها حاولت الأمم المتحدة وضع تعريفين لها، كان أولهما سنة 1955، والثاني سنة 1965، ويشير التعريف الأول إلى أن التنمية المحلية هي "العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديا، والمعتمدة بأكثر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلي واشتراكه في التنمية". وهو تعريف ناقص بالنظر إلى خصائص وركائز التنمية المحلية، حيث ركز على الجانبين الاقتصادي والاجتماعي فقط مع عدم وضوح المجتمع المقصود إن كان المجتمع بأسره أم المجتمع المحلي فقط.

بينما يشير التعريف الثاني إلى أن التنمية المحلية هي "العملية التي تستهدف الربط بين الجهود الأهلية وجهود السلطات المحلية الحكومية، لتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية، وتكامل هذه المجتمعات في حياة الأمم والشعوب وتمكينها من الإسهام الفعال في التقدم القومي" ( ناجي الشهاوي: 2015، 57)، وهو تعريف أكثر دقة من سابقه، حيث يركز على جميع أبعاد التنمية المحلية وأهم الفاعلين فيها.

وقد عرفت دوليا بأنها تدعيم الجهود الأهلية في المجتمع المحلي بالجهود الحكومية، وذلك لتحسين الحياة الاقتصادية والاجتماعية والحضارية لهذا المجتمع (رمزي أحمد عبد الحي: 2006، 52).

كما عرفها الدكتور فاروق زكي بأنها تلك العمليات التي توحد جهود الأهالي وجهود السلطات الحكومية لتحسين الأحوال الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية، وتحقيق تكامل هذه المجتمعات في إطار حياة الأمة ومساعدتها على المساهمة التامة في التقدم القومي. وتقوم هذه العمليات على عاملين أساسيين هما مساهمة الأهالي أنفسهم في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم والمساعدة الذاتية والمتبادلة بين عناصر المجتمع وجعلها أكثر فعالية (مصطفى الجندي: 1987، 49).

أما الأستاذ آرثر دونهام (Arthur Dunham) فيقول بأن التنمية المحلية ما هي إلا نشاط منظم، يهدف إلى تحسين الأحوال المعيشية في المجتمع، وتنمية قدراته على تحقيق التكامل الاجتماعي والتوجيه الذاتي لشؤونه، ويقوم أسلوب العمل على تعبئة وتنسيق النشاط التعاوني والمساعدات الذاتية للمواطنين، ويصحب ذلك مساعدات فنية من المؤسسات الحكومية والأهلية (مصطفى الجندي: 1987، 132).

كما تعرف على أنها عملية إثراء وتميز للنشاطات الاقتصادية والاجتماعية في منطقة معينة انطلاقاً من التعبئة والتنسيق بين مواردها وطاقاتها (Laure Jarsky Cabart , 1994 , 04) وهي كذلك حركة تهدف إلى تحسين الأحوال المعيشية للمجتمع في مجمله على أساس المشاركة الإيجابية لهذا المجتمع، وبناء على مبادرة المجتمع إن أمكن ذلك، فإن لم تظهر المبادرة تلقائياً تكون الاستعانة بالوسائل المنهجية لبعثها واستثارتها بطريقة تضمن لنا استجابة حماسية فعالة لهذه الحركة (رشاد احمد عبد اللطيف: 2002، 19)

ويقصد بها أيضاً مجموعة من السياسات والبرامج التي تتم وفق توجهات عامة لإحداث تغيير مقصود في المجتمعات المحلية، بهدف رفع المستوى المعيشي في تلك المجتمعات، وذلك بتحسين نظام توزيع الدخل (أحمد رشيد: 1986، 15-17)



كما تعرف أنها تلك المبادرات المختلفة التي يتم التحضير لها مسبقاً، وبمشاركة واسعة من المهتمين والمعنيين بتحسين شروط حياة الجماعة المحلية، على أن يقترن الهدف الاقتصادي للتنمية بالهدف الاجتماعي، ويبقى الهدف الأسمى لنهج التنمية المحلية ورؤيتها القائمة على المشاركة وتمكين الجماعات المحلية لا سيما الفقيرة منها والضعيفة والمهمشة (أحمد رشيد: 1986، 17).

وهي أيضا عملية التغيير التي تتم في إطار سياسة عامة محلية، تعبر عن احتياجات الوحدة المحلية، وذلك من خلال القيادات المحلية القادرة على استخدام واستغلال الموارد المحلية، وإقناع المواطنين المحليين بالمشاركة الشعبية، والاستفادة من الدعم المادي والمعنوي والحكومي، وصولاً إلى رفع المستوى المعيشي لكل أفراد الوحدة المحلية، ودمج جميع الوحدات المحلية (أحمد جميل الجويد: 2004، 41).

فالتمية المحلية بهذا المعنى هي تغيير في البنية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع المحلي، بواسطة جملة من السياسات العامة والبرامج الحكومية، تكون للأجهزة المركزية والمحلية للدولة دور فعال في مجال التصميم والإعداد والإشراف على تنفيذ سياسات التنمية المحلية، ويقصد بالسياسات العامة للتنمية المحلية مجموعة الأهداف الملائمة لتحقيق التنمية الفعالة. (إسماعيل قيرة، علي غربي: 2001، 112)

#### 1-4-1-2 تطور مفهوم التنمية المحلية

أطلق على عجلة تنمية المناطق الريفية والمحلية في عام 1949 مصطلح تنمية المجتمع، حيث أكدت سكرتارية اللجنة الاستشارية لتعليم الجماهير في إفريقيا ضرورة الأخذ بتنمية المجتمع، واعتبارها نقطة البداية في السياسات العامة، من جهة أخرى أوصى مؤتمر كامبردج في 1948

بضرورة تنمية المجتمع المحلي لتحسين أحواله وظروفه المعيشية ككل، اعتمادا على المشاركة الشعبية المحلية لأبناء المجتمع (عبد السلام عبد اللاوي: 2010، 54-55)، وفي عام 1954 أوصى مؤتمر أشردج Ashridge الذي عقد لمناقشة المشكلات الإدارية في المستعمرات البريطانية بضرورة تنمية المجتمع المحلي، كما ساهم في تحديد مدلول لها، وعلى مستوى المعيشة وتهيئة أسباب الرقي الاجتماعي المحلي، من خلال مشاركة المجتمع الإيجابية ومبادراته الذاتية، علاوة على الجهود الحكومية، وقد تزامن مع مفهوم تنمية المجتمع مفهوم المحلية الذي ركز على الجانب الاقتصادي وزيادة الإنتاج الزراعي دون الاهتمام بالجوانب الأخرى كالخدمات الاجتماعية التي تتمثل في التعليم، الصحة والإسكان (عبد السلام عبد اللاوي: 2010، 55)، حيث أنه ووفقا لما أشار إليه البنك الدولي في منتصف السبعينيات كان أكثر من 80 % من سكان الريف لا يحصلون على الخدمات الاجتماعية المناسبة، خاصة في هذه المجالات المذكورة مقارنة بالمدن، نتيجة هذا الوضع برز مفهوم التنمية الريفية التي تعني عملية متكاملة أو استراتيجية شاملة تستهدف تطوير الحياة الاقتصادية والاجتماعية لفقراء الريف، وذلك من خلال زيادة الإنتاج الزراعي وإنشاء صناعات ريفية توفر فرص عمل جيدة، وتحسين الخدمات الصحية والتعليمية والاتصالية والإسكان (محمد منير حجاب(أ): 2000، 32).

ولما كان مفهوم التنمية الريفية المتكاملة يركز فقط على المناطق الريفية دون ربطها بتنمية المناطق الحضرية، فقد برز مفهوم التنمية المحلية، حيث أصبحت التنمية هنا تتجه إلى الوحدات المحلية، سواء كانت ريفية أو حضرية، من هنا أصبحت التنمية المحلية تعرف أنها عملية التغيير التي تتم في إطار سياسة عامة محلية تعبر عن احتياجات الوحدة المحلية.

ومع تطور الديمقراطية المعاصرة وتفعيل دولة الجهات، أصبح لهذا المفهوم قيمته الحقيقية، حيث

إن بعض الدول أصبحت تتادي لعبارة المحلي Alocalisme، وتطالب المواطنين بالاهتمام المحلي سواء منها الأحزاب أو الجمعيات (نجاه الراضي: ع 2678 ، 1).

### 1-4-1-3- دوافع الاهتمام بالتنمية المحلية

حظيت التنمية المحلية في العقود الأخيرة باهتمام متزايد على كافة المستويات لأسباب عديدة ومترابطة يمكن تلخيصها فيما يأتي:

- أسباب فكرية وسياسية وثقافية مترابطة، تتمثل في زيادة الوعي العام لدى السكان في المجتمعات المعاصرة، حيث أدت الجهود التعليمية المختلفة ووسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الواسع، والانفتاح والتفاعل الفكري والثقافي إلى وعي الجماهير بحقوقها ومطالبها ضمن معايير العدالة والمساواة والتوازن (نائل عبد الحافظ العواملة: 2013، 152).

- أسباب عملية عديدة تتضمن جوانب اقتصادية وإدارية واجتماعية وبيئية أهمها ما يلي:

- ✓ الهجرة الداخلية من المحليات إلى التجمعات السكانية المركزية والكبرى، وما رافق ذلك من آثار سلبية، مثل ازدياد المدن والبطالة، وتفريغ الريف والقرى، وهجر الأرض المنتجة، والتراف الاستهلاكي الزائف، وتزايد الطلب على الخدمات العامة في المدن وغيرها من المشكلات (نائل عبد الحافظ العواملة: 2013، 155).

✓ الاستفادة من المصادر والثروات المحلية في مجالات عديدة مثل الزراعة والسياحة والمياه وغيرها من المصادر وتوجيهها لخدمة التنمية القومية الشاملة.

✓ تعزيز المشاركة الشعبية في التنمية وتفعيل دور السكان في كافة المناطق في الإسهام في الجهود التنموية تنفيذًا وتخطيطًا.

✓ التوجه نحو اللامركزية الإدارية، حيث تتطور كافة المناطق المحلية والمركزية بشكل متقارب نسبياً، ويسمح بتقديم الخدمات العامة بسرعة وكفاية وفعالية.

✓ تعزيز الاستقرار والوحدة والقوة والتعاون والانسجام العام على المستوى الوطني بشكل يساهم في تحقيق الأمن الداخلي ويعزز قدرات الدفاع الخارجي (فؤاد بن غضبان: 2013، 36-37).

#### 1-4-2- أهداف التنمية المحلية:

ترمي التنمية المحلية إلى تحقيق مجموعة مترابطة من الأغراض التي تساهم في تطوير المجتمعات المحلية في كافة مناطق الدولة. ويتسم الهدف العام للتنمية المحلية بالشمولية وتعدد الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والإدارية والبيئية وغيرها. ويمكن تلخيص أهم أهداف التنمية المحلية (نائل عبد الحافظ العوالم: 2009، 154-155) فيما يأتي:

#### - إشباع الحاجات الأساسية للأفراد:

إن إشباع الحاجات الأساسية للأفراد هو مطلب شعبي، كما هو واجب على الدولة لتحقيق استقرار أفرادها، وإزالة الفوارق الاجتماعية بين المواطنين داخل المجتمع المحلي، لتلبية احتياجاتهم الأساسية من علاج وسكن، لباس، مأكّل، تعليم والعمل. وتسعى التنمية في هذه الحالة إلى توفيرها أو التخفيف من حدتها، كانتشار الأوبئة، وانتشار الأمية والبطالة والفقر، وكلها تعد شرطاً أساسياً لتحسين حاجيات الأفراد الأساسية والحقيقية داخل المجتمع، مع توفر إمكانية التطلع لما هو أفضل.

#### - تحقيق الذات وتأكيد الشعور بالانتماء للإنسانية:

لقد انتشرت في وقتنا الراهن سلوكيات تسود مختلف المجتمعات ذات نمط مادي، وهذا بلا شك يؤدي إلى اختلاف طبيعة تقدير الذات وأشكال التعبير عنها من مجتمع محلي إلى آخر، وأضحى الرفاه الاقتصادي المادي الوجه المحبب لهذا الشعور باحترام الآخرين وهذا لطبيعة المادة السائدة

فأصبحت مؤشرا للمكانة الاجتماعية.

والحقيقة أن المكانة تأتي مما يضيفه الفرد لمجتمعه المحلي والوطني، لذا تحقيق الذات يكون بالعمل الذي يشعر بالاعتزاز والانتماء للمجتمع المحلي، والولاء للإنسانية، ويشعر الفرد أنه في كيان يحترم ويأخذ في الحسبان التعامل معه من جانب المسؤولين، وأن تحرص هذه القيم على حمايته والاعتراف بإنسانيته في مواجهة المجتمع.

### - تقليل التفاوت بين الأفراد:

تعيش معظم البلدان النامية في تمييز وتفاوت كبيرين بين أفراد مجتمعاتها، هذا التفاوت الذي أساسه نصيب الفرد من الدخل والثروة واستحواذ فئة قليلة عليها، وهذه المظاهر تمتد إلى المجتمعات المحلية الصغيرة، فتكونت فئة برجوازية محلية أمام هذه الشريحة الكبيرة من المجتمع، فينشأ التفاوت وتشعر أغلبية من المجتمع بعدم العدالة الاجتماعية مما يولد في المجتمع طبقات مختلفة، فيما تتزايد طلبات فئات الأغنياء في طلب السلع الكمالية، وهنا تلجأ الدولة إلى استيراد بعض المستلزمات الكمالية والتي تؤثر على ميزان المدفوعات، مما يقلل المشاركة الفعلية التي تدعم التنمية المحلية ونقص التماسك الاجتماعي.

إن تقليل التفاوت في توزيع الدخل والثروات يعد من الأهداف العامة التي يجب أن تسعى التنمية المحلية إلى تحقيقها بوسيلة أو بأخرى.

### - بناء الأساس المادي للتقدم:

إن بناء الأساس المادي مهم لأي تنمية تريد بلوغ التقدم الحقيقي، فمعظم الدول المستقلة تعتمد على بناء قاعدة أساسية واسعة للهيكلة الإنتاجي. فالتنمية المحلية تكون فعلية حينما تركز على خلفية بناء الأساس المادي للتقدم والانطلاقة الحقيقية لتوسيع القطاعات الاجتماعية

والاقتصادية.

إن بناء القاعدة الواسعة لهيكل إنتاجي ما هي إلا بداية الطريق للتنمية المحلية الهادفة، وبعدها تختار اتجاهها تبعا لإستراتيجية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، التي يأخذها المجتمع طبقا لأولوياته التنموية وحاجاته الاجتماعية.

### - زيادة الدخل المحلي:

إن زيادة الدخل المحلي أو الوطني جد مهم لأي تنمية ويعد عصب التنمية ومحركها الأساسي، لأن المداخل يتم على أساسها برمجة مشاريع وإقامة خطط تنموية، لذلك فإن الدخل المحلي مرتبط ارتباطا وثيقا بمدى توفر رؤوس الأموال والكفاءات، التي تساهم بدورها في تحقيق نسبة أعلى للزيادة في الدخل الحقيقي المحلي، وتسعى جهود الدول النامية لإيجاد توازن حقيقي بين معدل النمو الديموغرافي وزيادة الدخل المحلي.

### - الرفع من مستوى المعيشة:

إن الرفع من مستوى المعيشة هدف ومطلب كل تنمية، وتعمل التنمية المحلية على تحقيقه لكافة أفراد المجتمع المحلي، من خلال تنمية الموارد البشرية والمادية. فزيادة الدخل القومي والمحلي تصاحب التغيرات الحاصلة في هيكل الزيادة السكانية وتنظيمها، والتحكم في المواليد لتتلاءم والمعدل المناسب الذي يحققه رفع مستوى المعيشة، والمعادلة تقتضي كلما كان مستوى المعيشة منخفضا، كلما كان في المقابل معدل نصيب الفرد من الدخل القومي أو الدخل المحلي هو الآخر منخفضا، لذلك من الأهداف العامة للتنمية المحلية تحسين والرفع من مستوى المعيشة.

- إتاحة الحرية والقدرة على الاختيار:

إن التنمية المحلية تسعى لبلوغ التحرر من قهر ظروف البيئة والثقافة للإنسان، والتحرر من العادات والتقاليد والمعتقدات التي تقف عائقا في سبيل التنمية، والقدرة على تجاوز العوائق الفكرية والإنسانية لتحقيق حياة أفضل ويتحرر من ذهنيات ضيقة محلية.

كما يمكن إضافة الأهداف التالية:

▪ تطوير عناصر البيئة الأساسية كالنقل والمياه والكهرباء، حيث يعتبر النهوض بهذه القطاعات أساسا لعملية التنمية ولتطوير المجتمع وزيادة التعاون والمشاركة بين السكان في نقل المواطنين من حالة اللامبالاة إلى حالة المشاركة الفعالة (محمد عبد الخير عطا محروس: 2008، 10-11).

▪ رفع المستوى المعيشي عبر تنوع الأنشطة الاقتصادية والتجارية والاجتماعية وذلك بتقسيم وتنويع موارد وطاقات المجال الجغرافي مما يحدث تغييرا نوعيا في حياة المنطقة، يمكن رؤيته من خلال مستوى المعيشة وتطور البيئة الحياتية اليومية وتحسين مستوى الخدمات (عبد النور ناجي: 2010، 75).

▪ وضع الخطط المناسبة وفق أولويات محددة لتنمية المجتمع المحلي، والنهوض به اقتصاديا واجتماعيا.

▪ الارتقاء بمستوى الخدمات الموجودة في المجتمع المحلي.

▪ وضع حلول ناجعة للمشكلات.

▪ إدخال مجموعة من التحسينات الفيزيائية على البيئة المحلية، مثل الشوارع الممهدة، والمسكن والمياه الصالحة للشرب والمجاري وغيرها.

▪ الاهتمام بالأنشطة الوظيفية التي يمكن أن تشارك في عملية تنمية المجتمع مثل الصحة

والتعليم، والترفيه.

- العناية التي لا بد أن توجه إلى تكوين جماعات تناقش وتدرس عملية تنمية المجتمع، بل وتشارك فيها.
- القضاء على الفقر والجهل والتخلف، ويتم ذلك من خلال فتح مناصب شغل عن طريق المشاريع الاقتصادية المحلية، مما يخفض من معدلات البطالة ويرفع من القيمة الشرائية للأفراد، ومنه التقليل من ظاهرة الفقر، وتوسيع الهياكل التربوية، كبناء المدارس في مختلف البلديات والتجمعات السكانية خاصة الريفية منها، وفك العزلة عن هذه المناطق ودفعها نحو الانفتاح والتحضر تدريجيا (فؤاد بن غضبان: 2013، 37).
- زيادة قدرات وخبرات وكفاءات ومعارف الأفراد، عن طريق التدريب في المجتمع المحلي والبيئة التي تدور فيها عملية التنمية.
- سد احتياجات السكان من الخدمات والاحتياجات، وهو الدافع لعملية التنمية (رمزي أحمد عبد الحي: 2006، 51).

#### 1-4-3- عناصر وركائز التنمية المحلية:

#### 1-4-3-1- عناصر التنمية المحلية:

تتمثل عناصر التنمية المحلية في أربع (خيضر خنفري: 2010، 18) :

#### - برنامج مخطط:

يتركز حول الاحتياجات الكلية للمجتمع، ذلك أن التخطيط الكفاء هو الطريقة المثلى التي تضمن

استخدام جميع الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية، بطريقة علمية وعملية وإنسانية، لكي



تحقق الرقي والرفاهية للمجتمع.

### - المشاركة الجماهيرية:

من القواعد الأساسية للتنمية المحلية ضرورة المشاركة الشعبية، أي مشاركة أكبر عدد من سكان الهيئة المحلية تفكيراً وعملاً في وضع وتنفيذ المشاريع الرامية إلى النهوض بهم، وذلك عن طريق إثارة الوعي بمستوى أفضل من المعيشة عن طريق إقناعهم بالحاجات الجديدة، وتدريبهم على استعمال الوسائل الحديثة للإنتاج، وتعويدهم على أنماط جديدة من العادات الاقتصادية في الإنتاج والاستهلاك والادخار.

### - المساعدات الفنية:

وهي ما تقدمه الهيئات الحكومية، فعملية التنمية تحتاج إلى عنصرين هامين هما العنصر البشري والعنصر المادي، ويمتزج هذان العنصران امتزاجاً كبيراً في الحياة الاجتماعية ويتكون من ذلك عنصر المساعدات الفنية، أي المساعدة الفنية البشرية والمساعدة الفنية المادية وكلاهما يكمل الآخر.

### - التكامل بين الاختصاصات:

من القواعد الأساسية في التنمية المحلية أن يكون هناك تكامل بين المشاريع في الميادين المختلفة عن طريق برنامج متعدد الأغراض، وهذا نتيجة لتشابك العوامل المؤثرة في الظواهر الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية، فلا يمكن فصل الظواهر الاجتماعية مثلا عن الظواهر الاقتصادية، فهي تعتمد على بعضها البعض، وتتبادل التأثير والتأثر.

### 1-4-3-2- الركائز الأساسية للتنمية المحلية:

حظيت التنمية المحلية بعد الحرب العالمية الثانية، في المجتمعات المحلية باهتمام معظم الدول بما فيها الدول النامية، سعياً منها لتحقيق التنمية الشاملة سواء على المستوى المحلي أو الوطني، كما أن القاعدة الأساسية لنجاح التنمية المحلية يكون بالتركيز على:

#### - تشجيع وتعميق المشاركة الشعبية:

أي دعم الجهود المبذولة من قبل الأفراد والأهالي أنفسهم للنهوض بالتنمية وتحسين مستوى معيشتهم والرفي بنوعية حياتهم وتشمل:

- تشجيع المبادرات الشعبية، من خلال آليات المشاركة الشعبية المحلية للإسهام في التكاليف الاستثمارية للمشروعات.
- تشجيع منظمات المجتمع المدني كالجمعيات للقيام بالمهام وإدارة وصياغة مشروعات الخدمات العامة بالوحدات المحلية.
- تكثيف سياسة الاتصال مع المواطنين وإشراكهم في القرار المحلي.

#### - اللامركزية الإدارية والمالية:

يهدف تطبيق أسلوب اللامركزية المالية في إعطاء المحليات المرونة الكافية في توزيع استثماراتها المخصصة لكل منطقة على الأنشطة والمشروعات الاستثمارية اللازمة لخطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويكون تفعيل اللامركزية باتخاذ الإجراءات التالية:

- اتباع أسلوب لا مركزية القرار في ظل مركزية السياسات.
- العمل على تدعيم التمويل الذاتي لوحدات الإدارة المحلية.

### - تفعيل سياسات التنمية الحضرية والريفية:

تشير إلى أن سياسات التنمية الحضرية تشمل إقامة مدن ومجتمعات عمرانية جديدة بالمناطق الصحراوية وتنمية المدن الحضرية للارتقاء بها وتحسين مستوى معيشة الأفراد بها من خلال اتباع استراتيجية الاستثمار المركز، لتحقيق الاستفادة القصوى من الموارد المتاحة في الحيز المأهول حاليا كمرحلة أولى، ثم الخروج إلى الصحراء في المرحلة الثانية، وذلك من خلال تنويع مصادر الدخل في المناطق الريفية وكذا استغلال الطاقات البشرية خاصة المرأة الريفية وفئة الشباب، وإقامة مشروعات صغيرة تتوافق وإمكانيات المجتمع الريفي.

### - رفع كفاءة إدارة المجتمع المحلي:

من خلال تيسير الإجراءات الحكومية وتبسيطها (الحكومة الإلكترونية محليا)، وذلك بتشجيع مبادرات البلديات في تبني نماذج متميزة في العمل والإنجاز التنموي، وكذا بحث إمكانيات إصدار تقارير التنمية البشرية للوحدات المحلية في إطار منظومة تنموي شاملة.

### - دور الجهات الحكومية:

المتتمثلة خاصة في توفير مختلف الخدمات المشروعات المتعلقة بالتنمية المحلية وإعطاء الدعم الكافي وتشجيع المبادرات الفردية وتفعيل المشاركة وتشجيع الاستثمار (حسين عبد القادر: 2011، 63-64).

### 1-4-4-4-مجالات ومقومات التنمية المحلية:

### 1-4-4-1-مجالات التنمية المحلية:

لا يمكن حصر التنمية المحلية في ميدان واحد، فهي تتعداه إلى عدة ميادين نذكرها فيما

يأتي:

### التنمية المحلية الاقتصادية:

يقصد بها تحريك وتنشيط الاقتصاد الوطني من خلال زيادة القدرة الاقتصادية، مع ضرورة استخدام كافة الموارد بهدف تشجيع الاستثمار (فؤاد بن غضبان، 2013، 33).

وتتمثل التنمية الاقتصادية في تعزيز القدرات لمنطقة محلية من أجل تحسين مستقبلها الاقتصادي ومستوى المعيشة ككل في هذه المنطقة، فهي عبارة عن عملية يقوم خلالها الشركاء من القطاع الحكومي وقطاع الأعمال بالإضافة إلى القطاع غير الحكومي بالعمل بشكل جماعي من أجل توفير ظروف أفضل لتحقيق النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل (جوين سوينيرن وآخرون: 2004 ، 9)

وهي عملية يتم بموجبها تحقيق زيادة حقيقية في الناتج القومي لاقتصاد معين خلال فترة طويلة من الزمن (رمزي أحمد عبد الحي: 2006، 131).

وكذلك تعتمد التنمية المحلية على بناء هياكل القاعدة المحلية من الطرقات والمستشفيات... الخ، هذه الهياكل القاعدية بالإضافة إلى كونها تسمح بدمج طالبي العمل، فإنها تمهد الجو المناسب لأفراد المجتمع القاطنين بذلك الإقليم، وتستقطب أصحاب رؤوس الأموال المتواجدين في الأقاليم الأخرى من أجل الاستثمار في هذه المنطقة (أحمد غريبي: 2010، ع 4، 6).

### التنمية الاجتماعية:

يقصد بها الارتفاع في الجانب الاجتماعي من خلال تبني سياسات اجتماعية تساعد على تحسين المستويات المعيشية والحد من الفقر وخاصة في المجتمعات المحلية، من خلال توفير

فرص العمل والقيام بأنشطة لتنمية المجتمع، وهذا ما يؤدي إلى تخفيض معدلات البطالة والحد من انتشار الآفات الاجتماعية كالسرقة والجرائم.

كما تطمح التنمية الاجتماعية إلى تحسين نوعية الخدمات المقدمة على مستوى المجتمع في المناطق التي تعاني من الفقر من خلال القيام ببرامج تنموية مختلفة تشمل قطاع التعليم، الصحة، البيئة.... (فؤاد بن غضبان: 2013، 33)

هي عبارة عن عمليات تغيير اجتماعي تلحق بالبناء الاجتماعي ووظائفه بغرض إشباع الحاجات الاجتماعية للأفراد، وهكذا فهي ليست مجرد تقديم الخدمات وإنما تشتمل على جزئين أساسيين هما: تغيير الأوضاع الاجتماعية القديمة التي تعد مسيطرة لروح العصر، وإقامة بناء اجتماعي جديد، فتنبثق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة، يسمح للأفراد بتحقيق أكبر قدر ممكن من إشباع المطالب والحاجات، فهي تتطلب الاهتمام بمشاركة الأفراد أصحاب المصلحة في التفكير والإعداد والتنفيذ والمتابعة والتقييم. (أحمد مصطفى خاطر: 1999، 14)

#### -التنمية السياسية:

تتمثل التنمية السياسية في تنمية قدرات الجماهير على إدراك مشكلاتهم بوضوح، وتنمية قدراتهم على تعبئة كل الإمكانيات المتوفرة لمواجهة هذه التحديات والمشاكل بأسلوب عملي، فهي تؤدي إلى تعزيز روح الابتكار والانتماء والإنجاز مما يساعد على تحقيق الاستقرار داخل الدولة. (فؤاد بن غضبان: 2013، 34)

وتهدف إلى تحقيق استقرار النظام السياسي، وهذا بالأخذ بالمشاركة الشعبية الجماهيرية، والمتمثلة في حق المواطنين في اختيار من يمثلونهم لتولي السلطة كاختيار النخب الحاكمة أو اختيار أعضاء البرلمان والمجالس التشريعية أو المحلية، ومن خلال المشاركة السياسية يلعب

المواطن دورا كبيرا في دعم مسيرة التنمية السياسية، كما أنها عملية سياسية متعددة الغايات تستهدف فكرة المواطنة وتحقيق التكامل والاستقرار داخل المجتمع، وزيادة معدلات مشاركة الجماهير في الحياة السياسية، وتدعيم قدرة الحكومة المركزية على إعمال قوانينها وسياساتها على سائر إقليم الدولة، ويهدف إلى تحقيق المواطنة وبناء الدولة القومية، وترسيخ التكامل السياسي وتدعيم قدرة الحكومة المركزية على التغلغل داخل إقليم دولتها، وزيادة كفاءة الحكومة المركزية فيما يتصل بتوزيع المنافع على الأفراد وإضفاء الشرعية على السلطة السياسية من خلال استنادها إلى الدستور (أحمد وهبان: 2002، 140 - 141).

#### -التنمية البشرية:

تتطلب من فكرة مفادها أن الإنسان محور التنمية، تهدف إلى بناء نظام اجتماعي عادل أو إلى رفع القدرات البشرية عبر زيادة المشاركة الفاعلة والفعالة للمواطنين، وعبر تمكين الفئات المهمة وتوسع خيارات المواطنين وإمكاناتهم، والفرص المتاحة والفرص تتضمن الحرية بمعناها الواسع، واكتساب المعرفة وتمكين الإطار المؤسساتي.

#### -التنمية الإدارية:

إذا كانت التنمية تعرف على أنها تغيير اجتماعي وإداري للانتقال بالمجتمع من الحال الذي هو عليه إلى الحال الذي يجب أن يكون عليه، فالمقصود بالتنمية الإدارية هو الوظيفة التنفيذية المتعلقة بتدبير الاحتياجات والاختيار والتدريب والترقية، فهي عملية تغيير مخطط تستخدم فيه طرق علمية تمكن الجهاز الإداري من تحديث الأنماط التنظيمية والسلوكية واتباع الهياكل الإدارية الملائمة وتكييفها في ضوء المتغيرات البيئية، وتدعيمها بالمهارات البشرية الضرورية ( زكي عبد الرحمان: د.س.ن، 12).

التنمية الشاملة:

هي كلمة جامعة، لا يقصد بها مجرد خطة أو برامج أو مشروعات للنهوض بحياة الشعوب اقتصاديا واجتماعيا، وإنما يقصد بها كل عمل إنساني بناء في جميع القطاعات وفي مختلف المجالات على كافة المستويات، دون الاقتصار على جانب واحد. (رمزي أحمد عبد الحي: 2006، 133)

1-4-4-2- مقومات التنمية المحلية:

تتطلب التنمية المحلية الناجعة مجموعة من المقومات والشروط التي تلزم لتحقيق الأهداف التنموية وترجمة الطموحات إلى واقع ملموس، حيث إن التنمية المحلية ليست مجرد طموحات وشعارات بل هي مجموعة من الحاجات والمشكلات المتفاعلة التي تحتاج إلى حلول واقعية لا تتبع من فراغ بل لا بد من توافر بعض العوامل والمقومات الهامة التي تسهم في تفعيلها وإنجاز أهدافها من بينها:

- تبني القيادة الإدارية والسياسية في الدولة لسياسة ثابتة في مجال التنمية المحلية، وربطها بفعالية مع التنمية الوطنية الشاملة، إذ أن وجود مثل هذه السياسة العليا هو أمر حيوي حاسم في الدول النامية، وبدونه قد تبقى الجهود عند حدودها الدنيا (نائل عبد الحافظ. 2013، 153).

- وجود إرادة شعبية مخلصه تقوم على الإيمان بالأرض والعمل المنتج، من أجل تدعيم البنيان الذاتي القائم على استثمار الجهود والإمكانات المحلية بواسطة السكان المحليين، وتعاونهم مع السلطات المركزية في الدولة.

- توفر الإمكانيات والمدخلات المحلية وغيرها، والتي تلزم من أجل تنفيذ البرامج المحلية وتحقيق

أهدافها التنموية، وتشمل هذه الإمكانيات ما يلي:

- توفر مصادر التمويل الكافية من مختلف الجهات المحلية والمركزية وغيرها.
- توفر العناصر البشرية المؤهلة من السكان المحليين.
- توفر الإمكانيات التكنولوجية والأجهزة والمعدات المساعدة التي تلزم في المجالات التنموية المختلفة وخاصة الزراعة والصناعة والحرف وغيرها، وتوفر المواد الخام المحلية واستغلالها بالطريقة الملائمة.
- وجود الإطار التشريعي الملائم لتعزيز جهود التنمية.
- ربط المستويات التنموية المختلفة ببعضها البعض ضمن إطار نظامي موحد ومفتوح.
- الاتصال والإعلام التنموي في مجال الفرص والمحددات (فؤاد بن غضبان، 2013، 43-44).

## 2- واقع التنمية المحلية في الجزائر:

إن أهمية التنمية المحلية جعلها تحتل موقعا بارزا في استراتيجية وسياسة التنمية بالجزائر سواء في ظل نظام التخطيط الموجه (1967-1989) أو في إطار الإصلاحات والتحول نحو اقتصاد السوق الذي شرعت فيه منذ 1990، ويتجلى ذلك من خلال البرامج التي سطرته الدولة والمتمثلة في البرامج القطاعية غير الممركزة والموكل أمر تسييرها للولايات والبرامج البلدية للتنمية.

### 2-1- بؤادر سياسة التنمية المحلية في الجزائر:

بدأ الشعور بأهمية التنمية المحلية في الجزائر، والدور الذي تؤديه برامجها ومشروعاتها في التكفل بالحاجات المحلية الخاصة بكل إقليم ووحداته المحلية مبكرا، مع بداية تطبيق المخطط الثلاثي الأول (1967-1969)، حيث تم إلى جانبه إقرار 8 برامج خاصة من أجل استدراك



النقائص التي تضمنها، ووجهت هذه البرامج إلى 8 ولايات شمالية، ثم تطورت إلى 18 برنامجا بعد التقسيم الإداري لسنة 1984 الذي رفع عدد الولايات من 15 إلى 31.

ونما الشعور بضرورة التنمية المحلية وتزايد الاهتمام بها عند وضع المخطط الرباعي الأول (1970-1974)، حيث تنازلت الوزارات عن تسيير البرامج الخاصة لصالح الولايات، وفي ظل المخطط الرباعي الثاني (1974-1977) تعمق التوجه نحو العمل المحلي أكثر، فتم إقرار نوع جديد من البرامج الاستثمارية الأكثر محلية وذات طابع لا مركزي، تحت مسمى المخططات البلدية للتنمية (PCD)، إلى جانب البرامج القطاعية غير المركزة (PSD) التي أسهمت إلى حد كبير في تلبية الاحتياجات المحلية للسكان وتحقيق نوع من التوازن الجهوي واستقرار السكان والأنشطة (فؤاد بن غضبان: 2013، 248).

## 2-2-أسس سياسة التنمية المحلية في الجزائر:

رأت السلطات الجزائرية لتحقيق البرامج التنموية والأهداف المنشودة منها أن تقوم سياسة التنمية على الأسس الآتية:

### - تدخل الدولة:

أعطى الدور القيادي للدولة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية وطنيا ومحليا باعتبارها الممثلة للمجتمع والمعبرة عن إرادة المواطنين، وتعمل على تحقيق طموحاتهم في التقدم الاقتصادي والاجتماعي ويعود سبب اختيار هذا المبدأ لعدة أسباب منها:

➤ الدولة الأكثر قدرة على تحقيق أهداف التنمية لما تملكه من إمكانيات مادية وبشرية وتنظيمية ومالية.

➤ القوة السياسية الوحيدة القادرة على مواجهة الاحتكار المحلي والأجنبي.

- الدولة لديها المقدر والإحاطة الكاملة بمختلف العوامل والمتغيرات الإقليمية والعالمية التي تؤثر على الأهداف والبرامج.
- حماية الاقتصاد الوطني من المنافسة الأجنبية وتوجيهه نحو خدمة الأهداف الاستراتيجية للمجتمع.
- الدور التحفيزي الذي تقوم به الدولة لتوجيه النشاط الاقتصادي الوجهة الأكثر احتياجا في المجتمع، عن طريق تقديم الحوافز المتعددة.
- تمثل السلطة القانونية والتنفيذية المؤهلة والقادرة على إجراء التغييرات الاجتماعية الضرورية لدعم التنمية ( فؤاد بن غضبان، 2013، 49).

#### - المشاركة الشعبية:

لا تتحقق التنمية المحلية إلا بمشاركة الشعب الجزائري الفعالة والفعالية في إعداد وتنفيذ ومراقبة وتوجيه برامج التنمية المحلية وخططها، وقد تجسد ذلك في إقرار أساليب وأنظمة تسيير جماعية، بدأت بالتسيير الذاتي في القطاع الزراعي ونظام الثورة الزراعية والتسيير الاشتراكي للمؤسسات، وصدور المراسيم المنظمة للإدارة المحلية وتشكيلها عن طريق الانتخاب الكلي والمباشر، ومع صدور دستور 1989 تم إقرار التعددية الحزبية والسماح بإنشاء الجمعيات المدنية وفسح المجال أمامها للمساهمة في خدمة المجتمع ومراقبة تنفيذ المشاريع وتوفير أطر المشاركة عبر جمعيات الأحياء ومجالس المدينة.

#### - التخطيط:

يمثل التخطيط منهاجا عمليا وأداة فعالة وحيادية يمكن تطبيقه على المستوى الوطني والمحلي، مهما كانت طبيعة النظام الاقتصادي المعتمد أو المنهج السياسي المتبع، فهو عملية

تغيير اجتماعي وتوجيه استثمار طاقات المجتمع وموارده عن طريق مجموعة من القرارات الرشيدة التي يشارك في اتخاذها الخبراء وأفراد الشعب وقادتهم السياسيين، لذلك وقع اختيار الجزائر على هذه الأداة لبناء وتنفيذ البرامج التنموية وطنيا ومحليا من خلال تطبيق التخطيط المركزي في صورة برامج ممرضة PSC والتخطيط الإقليمي في شكل برامج قطاعية غير ممرضة PSD والمخططات البلدية للتنمية PCD.

### - اللامركزية:

من الركائز والأسس التي اعتمدت عليها عملية التنمية في الجزائر باعتبارها الأسلوب الناجع لتحقيق التنمية الشاملة والمتوازنة جهويا ومحليا، حيث نصت المادة الرابعة من المخطط الرابعي الثاني على أنه " يجب أن يسمح التخطيط الجغرافي في إطار تطبيق سياسة اللامركزية خصوصا عبر تطبيق المخططات البلدية بتحقيق سياسة التوازن الجهوي عن طريق البحث عن الاستعمال الكامل للطاقات البشرية وموارد البلاد"، (فؤاد بن غضبان، 2013، 50)، كما أوصى المؤتمر الخامس للحزب سنة 1983 بأن اللامركزية إطار تنظيمي، يمكن المواطنين على مستوى القاعدة الشعبية سواء كانت مؤسسات اقتصادية أو تعاونيات فلاحية أو مجالس محلية منتخبة أو هيئة حزبية أو منظمات جماهيرية بإبداء الرأي حول قضايا التسيير والتنظيم، وتقييم مسيرة العمل والإنتاج، والتعبير عن المشكلات القائمة وحلولها، والأهداف المرغوبة كأطراف معنية بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية ونتائجها. ونصت على ذلك برامج الحكومات المتعاقبة منذ 1990 إلى يومنا هذا.

### - التوازن الجهوي:

شكلت سياسة التوازن الجهوي محورا رئيسا في استراتيجية التنمية الاقتصادية والاجتماعية للجزائر وقناعة راسخة لدى السلطات المركزية بأن التقدم الاجتماعي لا يتحقق إلا من خلال نمو كافة أجزاء البناء الاجتماعي نمو متوازنا ومتزامنا عبر التوزيع المتوازن والعاقل للموارد والمرافق الاجتماعية والثقافية والأنشطة الإنتاجية والسكان عبر كامل لإقليم وجهات الدولة (فؤاد بن غضبان: 2013، 251).

### - الترقية الاجتماعية والثقافية للمواطنين:

نظرا لخطورة العنصر البشري ودوره الحاكم والحاسم في نجاح أو فشل جهود التنمية، أصبح يشكل محور اهتمام الدول والمنظمات الدولية، ومراكز البحوث والدراسات المتخصصة في التنمية البشرية، وإصدار تقارير دورية وسنوية تفصح عن مدى العناية بالعنصر البشري من خلال توسيع مجالات وفرص اختياراته وتدعيم قدراته والانتفاع بها. كل هذه الاعتبارات أعطت للجزائر أولوية قصوى لترقية الإنسان الجزائري وتحسين إطار معيشته وتأهيله، فقد أظهرت التجارب التنموية أن الاعتماد على الجهود والإمكانات الذاتية هي الركيزة الأساسية لنجاح وتحقيق التنمية، وتسمح لها بالاستمرارية، أما الاعتماد على المساعدات والإمكانات الأجنبية فيشكل تهديدا خطيرا ويقود حتما إلى التبعية، ويبرهن مستقبل الدولة ويجلب الأزمات. وقد عاشت الجزائر هذه الوضعية الصعبة وتحملت نتائجها بسبب لجوئها للقرض الأجنبي، مما عمق لديها أهمية الاعتماد على الإمكانات الوطنية بالدرجة الأولى، ثم الاستفادة من الموارد والإمكانات الدولية من خلال القرارات التي اتخذتها السلطات بشأن تسديد جميع ديونها وعدم اللجوء للاقتراض الأجنبي، والعمل على جلب الاستثمارات الأجنبية المنتجة، وإبرام اتفاقيات الشراكة التي تتكامل فيها الجهود والإمكانات الوطنية والأجنبية (فؤاد بن غضبان: 2013، 253).

### 2-3- برامج التنمية المحلية في الجزائر:

يتم تجسيد التنمية المحلية من خلال نوعين من البرامج التنموية، تتمثل في برامج التجهيز، والبرامج المرافقة والمدعمة للإصلاحات الاقتصادية:

#### - برامج التجهيز:

حسب ما قضت به المادة 5 من المرسوم رقم (380/81)، هناك نوعان من المخططات تقوم بها الجماعات المحلية في مجال التنمية، أحدهما بلدي يتم على مستوى البلدية PCD، والآخر قطاعي يتم على مستوى الولاية PSD.

#### أ- المخطط البلدي للتنمية:

وهو عبارة عن مخطط شامل للتنمية في البلدية، تقرره السلطات المختصة في إطار المخطط الوطني، وهو أكثر تجسيدا للمركزية على مستوى الجماعات المحلية، ومهمته توفير الحاجات الضرورية للمواطنين، ودعم القاعدة الاقتصادية. ومحتوى المخطط عادة يشمل التجهيزات الفلاحية والقاعدية وتجهيزات الإنجاز والتجهيزات التجارية. وتنص المادة (86) من القانون (08/90) على أنه على البلدية إعداد مخططاتها، والسهر على تنفيذها، وتسجيل المخطط البلدي للتنمية يكون باسم الوالي، بينما يتولى رئيس المجلس الشعبي البلدي السهر على تنفيذه (بوشامة مصطفى، حواس مولود: ع1، 2011، 18)

وتهدف المخططات البلدية للتنمية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، حيث تسعى لتكريس لامركزية التخطيط على المستوى المحلي وإشراك البلدية في اتخاذ القرار وذلك من خلال إعطاء حق للمجالس المحلية في اقتراح المشاريع.

كما تعمل على تطوير المبادرات المحلية والبحث عن حلول لمشاكل الجماعات المحلية دون اللجوء

إلى الوصاية ومحو الاختلالات الجهوية بين البلديات.

وتساهم المخططات البلدية في التقليل من الزحف الريفين خلال توفير الاستثمارات والمشاريع الاقتصادية في المناطق النائية، حيث كانت الهجرة الريفية نحو المدن في زيادة كبيرة منذ الاستقلال نتيجة لتدمير البنية التحتية للمناطق النائية وغياب المتطلبات الضرورية للحياة وذلك من خلال التنشيط الاقتصادي على المستوى المحلي.

وتعد المخططات البلدية للتنمية تجسيدا لمبدأ الجوارية في التسيير من خلال إشراك المواطنين في إدارة شؤونهم على المستوى المحلي والمشاركة في صنع القرار المحلي (إنترن عادل: ع 1، 2011، 11).

#### ب-المخطط القطاعي للتنمية:

وهو مخطط ذو طابع وطني، حيث تدخل ضمنه كل استثمارات الولاية والمؤسسات العمومية التي تكون وصية عليها، ويتم تسجيل هذا المخطط باسم الوالي، والذي يسهر على تنفيذه كذلك. ويكون تحضير المخطط القطاعي للتنمية بدراسة اقتراحات مشاريعه في المجلس الشعبي الولائي، والذي يصادق عليه بعد ذلك، ثم تكون دراسة الجوانب التقنية من طرف الهيئة التقنية بعد إرسال المخططات لها ( بوشامة مصطفى، حواس مولود: ع1، 2011، 18).

#### -البرامج المرافقة والمدعمة للإصلاحات الاقتصادية:

وهي برامج تستجيب لوضعيات معينة، فهي بذلك ترمي إلى التكفل بتلك الوضعيات لتجاوزها، ومن أهمها:

**أ-برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي:**

وهو برنامج بادر به رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة، يمتد على مدى أربع سنوات (2001-2004)، ويتمحور حول الأنشطة المخصصة لدعم المؤسسات والأنشطة الزراعية المنتجة وغيرها، وإلى تعزيز المرافق العمومية في ميدان النقل والري والمنشآت القاعدية وتحسين ظروف المعيشة والتنمية المحلية وتنمية الموارد البشرية ( بوشامة مصطفى، حواس مولود: ع1، 2011، 18)

**ب-برنامج صندوق الجنوب:**

وهو برنامج يهدف إلى التكفل بالعجز في ميدان التجهيزات الأساسية بالمناطق الجنوبية للوطن لتجاوز التخلف الذي تعانيه في هذا المجال مقارنة بالمناطق الشمالية من الوطن.

**ج-الصناديق الخاصة:**

تهدف هذه الصناديق إلى التكفل بالعجز في ميدان التجهيزات عبر ولايات الوطن المتخلفة مقارنة بالولايات الأخرى، في إطار محاربة الفوارق الجهوية، إضافة إلى صناديق أخرى نذكر منها: الصندوق الوطني للضبط والتنمية الفلاحية، وصندوق الكوارث الطبيعية... ( بوشامة مصطفى، حواس مولود: ع1، 2011، 19).

**2-4-معوقات أداء المخططات المحلية للتنمية:**

هناك مجموعة من الصعوبات التي تعترض أداء المخططات التنموية، والتنمية المحلية بصفة عامة، سواء على المستوى الداخلي للبلدية أو على المستوى الخارجي لها، ويمكن إجمال هذه المعوقات في النقاط الآتية:

### -الفساد كمعوق رئيسي لمسار المخططات المحلية:

إذ لا يمكن للمخططات البلدية التنموية، وللتنمية المحلية أن تأتي بنتائجها التنموية في ظل منظومة إدارية تتميز بانتشار الفساد والمصالح الضيقة لمجموعة من رجال الأموال والنفوذ، والتي تسعى دائما للتدخل في توجيه القرار المحلي على مستوى البلديات بهدف تحقيق مكاسبها الخاصة.

فالفساد لا يسمح في البداية بسير عملية التخطيط للمشاريع والبرامج التنموية بطريقة سليمة وعلمية باعتبار تدخل ذوي المصالح ومحاولتهم لتوجيه القرار لمصلحتهم، وكذا فإن إسناد المشاريع والبرامج وفق النظرة العشوائية والشخصية يساهم في هذا الإطار بتعميق الفساد وفشل المشاريع باعتبار غياب الكفاءة في إسناد البرامج والمشاريع التنموية.

وما يؤكد هذا الاتجاه أيضا الأخبار التي توردها الصحف اليومية عن مشاكل الفساد على

مستوى بلديات، وإيقاف مسيري البلديات بتهم الاختلاس والرشاوي وغيرها من صور الفساد، وهو ما يجعل من البلدية وسيلة لتحقيق أهداف شخصية بدل من أن تكون وسيلة لإنجاز وتنفيذ برامج تنموية تخدم المواطنين.

وهنا أيضا لا بد من إغفال دور المنتخبين المحليين والذين بدلا من أداء دورهم في تمثيل المواطنين أصبحوا يسعون لتجسيد مصالحهم الذاتية في أسرع وقت، والعمل على تحقيق أكبر المكاسب قبل انتهاء عهدهم الانتخابية، حيث يقع التغيير في أدوارهم في التمثيل السياسي إلى الانخراط في شبكات لتسيير مشاريع اقتصادية وبناء مقاولات اقتصادية على حساب وظيفتهم الأساسية.



### -عدم التجسيد الفعلي للامركزية التخطيط للتنمية:

من المتفق عليه أن من بين أهم أسس وعوامل تجسيد التنمية المحلية هو تجسيد اللامركزية في تخطيط التنمية المحلية من خلال إشراك الفواعل المحلية في رسم سياساتها التنموية، باعتبارها الأقرب لمشاكل وأولويات البلدية والمجتمع المحلي، فلامركزية التخطيط للتنمية تسعى لتمكين البلدية من جعلها منطلق التنمية الوطنية الشاملة.

غير أن الواقع يثبت عدم تجسيد ذلك في الجزائر خاصة من خلال المخططات البلدية للتنمية، فالنظام الحالي مركز، حيث أصبحت المجالس المحلية لا تملك أي سلطة على أموالها، ولا تملك إلا المساهمة في اقتراح المشاريع، والتي في الغالب يعاد النظر فيها على مستوى الوصاية. فمحتوى المخططات المحلية يتم التخطيط له وتحديده على المستوى المركزي، وبالتالي أصبحت التنمية المحلية أمام واقع التخطيط المركزي والتنفيذ اللامركزي، في حين يستلزم نجاح التنمية المحلية تطبيق معادلة التخطيط اللامركزي والتنفيذ اللامركزي.

### -محدودية الموارد البشرية والمالية لتجسيد المخططات التنموية:

يعكس الواقع المالي للبلدية في أغلب البلديات في الجزائر عجزا ماليا حادا في ميزانياتها، في حين تعاني البلديات الأخرى التي لا تعاني عجزا من عدم استغلال جميع إمكاناتها وطاقاتها كمصادر للتمويل، وخاصة فيما يخص كراء المحلات والضرائب والرسوم غير المفعلة، وذلك في إطار القانون والتنظيمات المعمول بها من جهة، ومن جهة أخرى غياب العقلانية في إنفاق الأموال في مشاريع تنموية هادفة لصالح المواطنين.

كما أن المخططات المحلية رغم تمويلها المركزي، إلا أنها تعرف في الغالب ضعفا في التمويل، كما أن الاعتمادات الممنوحة لها في الغالب أيضا تعرف تأخرا في الوصول مما يؤدي لإعادة تقييم المشروع والتأخر في إنجازه (إنزرن عادل: ع 1، 2011، 14).

وفيما يخص محدودية الموارد البشرية المحلية، فيتجلى ذلك في تصور دور المنتخب المحلي، حيث يتطلب المنتخب المحلي التوفر على مؤهلات تواكب تطورات العصر التي انعكست بشكل أو بآخر على الجماعات المحلية، لكن يبقى مشكل المستوى الثقافي للمنتخب قائما وغياب التكوين مشكلا مطروحا، وكذلك ضعف تنظيم الموظفين، خصوصا في مجال الأطر العليا المتخصصة، والتوزيع اللامتكافئ للموارد البشرية، وعدم الاستفادة من التكوين المستمر ( Seriak 1998, 29: (L)).

### -العجز في تحديد الأولويات الأساسية للتنمية المحلية-

إن نجاح أي مخطط تنموي متوقف على مدى تمكن القائم بالتخطيط من تحديد أولويات ومشاكل التنمية التي سيعالجها، فتحديد الأولويات له دور كبير في نجاح أي سياسة تنموية، فلا يمكن لأي حكومة أو إدارة مهما كانت إمكاناتها المادية والبشرية، ومواردها الاقتصادية من تلبية جميع المطالب التي تأتي من البيئة الخارجية، إنما يتطلب ذلك وضع سلم للأولويات، أي تقديم الأهم على المهم من المشاكل والقضايا وفقا لجدول الأولويات الذي يعد بهدف تلبية هذه المطالب، وحل المشكلات الواحدة بعد الأخرى حسب أهميتها أو درجة إلحاحها أو قوة الفئة التي تتأثر بها أو بنتائجها.

2-5- أفق تطوير أداء المخططات المحلية للتنمية:

يتوقف أداء نجاح المخططات المحلية وتحقيق التنمية المحلية على توفير مجموعة من الأسس، يمكن إجمالها فيما يأتي:

-إشراك الفواعل المحلية في بناء العملية التنموية، إذ يعتبر القاعدة الأساسية لنجاح المخططات التنموية، وتشمل مشاركة كل من البلدية والقطاع الخاص والمجتمع المدني والمواطنين في صنع السياسة التنموية على المستوى المحلي، فمشاركة هذه الأطراف تسمح للسلطات المحلية بالتعرف على أوجه القصور وعلى رغبات المواطنين لتوصيلها للمسؤولين المؤثرين في عملية صنع القرار بما يخدم مصالحهم. فتحقيق التنمية الوطنية لا بد أن يمر من القاعدة باعتبارها أقرب لمعرفة أولويات وحاجات التنمية.

-إنشاء بنك للمعلومات على المستوى المحلي، إذ يساهم في تحقيق العديد من المزايا للمخططين ومسؤولي الجماعات المحلية، حيث تسمح بترشيد عملية اتخاذ القرارات، وإنجاز المهام والأفعال بطريقة فعالة، وتساعد على تخطيط عمليات التنمية المحلية والإدارة اليومية للبرامج والمشروعات والتنبؤ بالأوضاع الطارئة (محمد محمد الهادي: 1983، 28).

-توفير الإمكانيات المادية والبشرية للبلدية، مما يسمح بتجسيد المشاريع المندرجة في إطار المخططات البلدية.

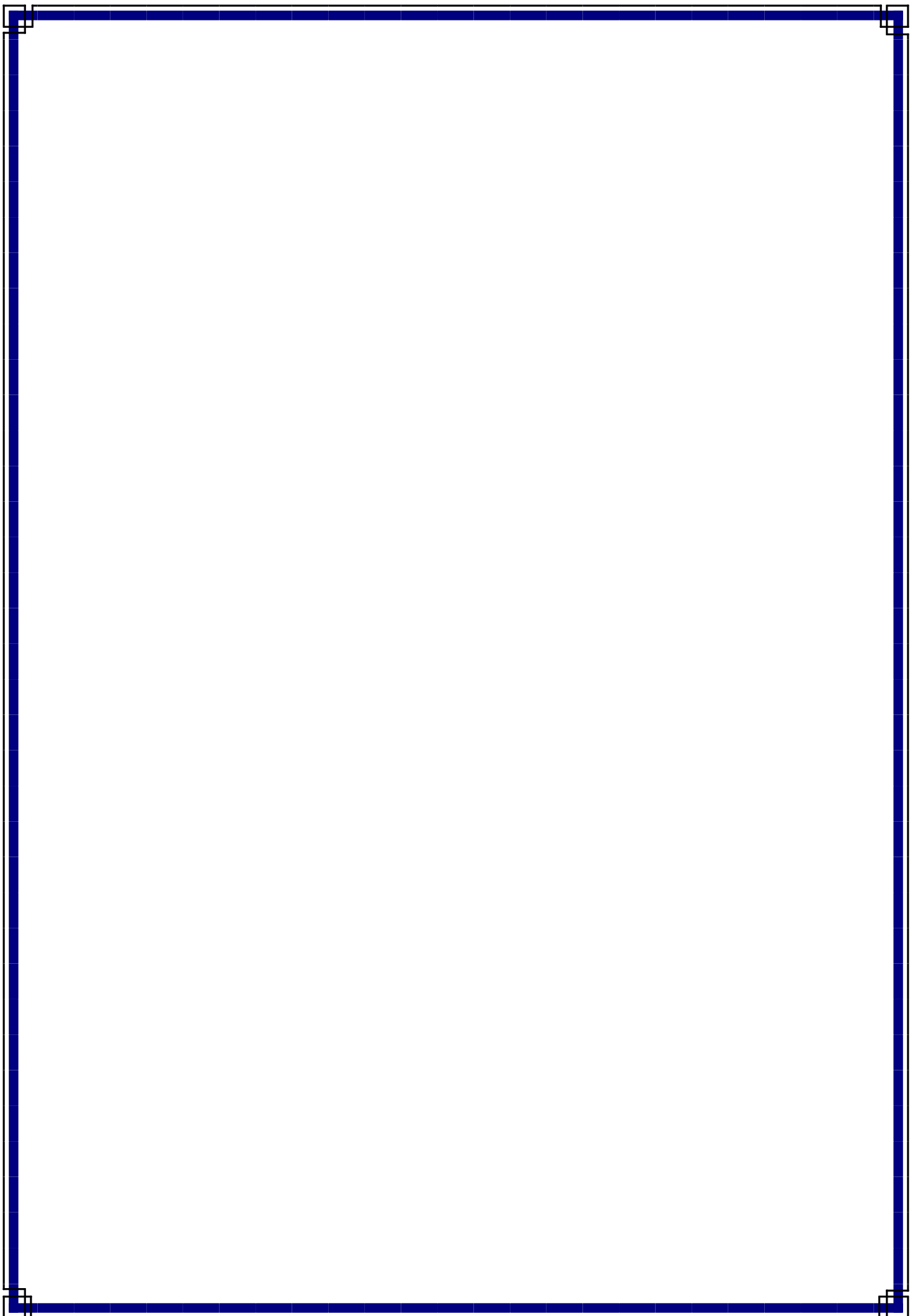
-توسيع مجال تدخل البلدية ضمن المخططات التنموية، حيث يقتصر دورها في الأساس على التصويت والمداولات واقتراح بعض المشاريع، والتي لا تقارن بالمشاريع المبرمجة من الدولة، فلا بد أن تصبح المجالس البلدية ضابطة للسياسات التنموية المحلية، حيث تتولى أيضا دراسة العمليات

المقترحة ضمن المخططات البلدية للتنمية بحيث تصبح البلدية شريكا للدولة في تجسيد البرامج التنموية.

-العقلانية في اتخاذ القرارات وتحديد أولويات المخططات التنموية، حيث تكون مبنية على أسس عقلانية من خلال تحديد الحاجات الأساسية والضرورية للمجتمع المحلي، وهذا لن يتأتى إلا بإشراك الفاعلين الحقيقيين المؤثرين على التنمية المحلية، وتوفير الظروف الاقتصادية والاجتماعية والإدارية اللازمة (إنزارن عادل: ع 1، 2011، 17)

ثالثاً:

# دور الإعلام المحلي في التنمية المحلية



ثالثا: دور الإعلام العمومي المحلي في التنمية المحلية

### 1- علاقة الإعلام المحلي بالتنمية المحلية:

يستحسن بادئ ذي بدء أن نوضح المقصود بدور الإعلام في التنمية، والذي يعني استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية من إذاعة مسموعة، وتلفزيون، وصحيفة وكتاب في تحويل مسار المجتمعات من حالة هي عليها إلى حالة أفضل وأحسن (بدر كريم، 1990، 124).

وتؤكد الدراسات النظرية وتقارير المحافل الدولية، أن ثمة ارتباط وثيق بين التنمية والعمليات الاتصالية والإعلامية، حيث بينت الملفات الإعلامية التي اشغلت عليها اليونسكو وأولتها اهتماما منذ السبعينيات، أن التنمية الاقتصادية ونتائجها تقترن بشكل كبير بالتطورات التي عرفها قطاع الإعلام ووسائله وتقنياته، والتي كانت لها مساهمة أساسية في إذاعة المعلومات ونشر طرائق السلوك، وظهور الأفكار والميول التي تكيف المواطن وتدفعه إلى اتخاذ سلوكيات مرتبطة باستراتيجيات التنمية (نذير عبد اللطيف، د.س.ن، ص 73).

وإذا كان الاهتمام بدور الإعلام في إحداث التنمية والعلاقة بينهما في البلدان المتقدمة يرجع إلى أواخر الستينيات، فإن البلدان النامية شرعت وبطريقة محتشمة تولي عنايتها واهتمامها لهذه العلاقة، حيث عملت على وضع خططها التنموية على المدى القريب والمتوسط والبعيد، وهذه الخطط رهينة بالمشاركة الإيجابية للإعلام، مما يتطلب إعداد سياسات إعلامية وطنية تحدد الأولويات وترسم الوسائل لبلوغ الأهداف المرجوة (محمد رشاد: ع 58، 1990، 144).

ويعد الإعلام عنصرا من العناصر الأساسية للتنمية وعملا يسمح بالمشاركة فيها باتخاذ قرارات سياسية واجتماعية حقيقية بخصوصها، لهذا لا بد أن تتماشى استراتيجيات التنمية مع الأولويات والاحتياجات الضرورية، وأن توفر فضاءات إعلامية تقوم بتحديد الاختبارات الكبرى وتساعد على تحقيق الوعي بها وجعلها قائمة على قناعات عقلية ومنطقية.

بل إن التنسيق والتكامل بين الإعلام والتنمية يعمل على استكمال المهمات الثقافية والتربوية المطروحة وعلى حث المؤسسات الاقتصادية والثقافية والتعليمية.

لقد كان للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي عرفتتها المجتمعات النامية، أثر بالغ في ظهور الإعلام وقيامه بوظائفه المهمة في تحقيق التغيير الذي تستهدفه التنمية المجتمعية، ويتجلى ذلك في عمله على نقل المواد الإعلامية التي يراد توصيلها إلى جماهير المجتمع النامي وإعلامه ببرامج وخطط التنمية، وتوعيتهم لحثهم على المشاركة الإيجابية فيها وقبول مظاهرها وما تخلفه من آثار على البنيات الفردية والمجتمعية (نذير عبد اللطيف، د.س.ن، 75-76).

ويتحقق الدور التنموي لوسائل الإعلام في تركيز الانتباه على قضايا التنمية ومشكلاتها، حيث يزداد اعتماد المجتمع العصري على وسائل الإعلام في تركيز الانتباه على موضوعات أو جوانب معينة دون غيرها في مجال التنمية، مما يجعل لهذه الموضوعات تأثيرا أكبر في آراء الناس في مجالات التنمية المختلفة، والمساهمة في خلق المناخ الملائم للتنمية عن طريق رفع التطلعات وبعث الطموحات لدى الأفراد نحو حياة ومستقبل أفضل، وتقديم مواد إعلامية تساعد الجماهير على تغيير واقعهم الاجتماعي والثقافي والفكري والاقتصادي إلى واقع أرقى (فارس جميل أبو خليل: 2011، 102).

## 2- أهمية الإعلام المحلي بالنسبة للتنمية المحلية:

تلعب وسائل الإعلام المحلية على التقرب أكثر من الشرائح الاجتماعية خاصة السكان الذين يسكنون الأرياف ومدتهم بما يحتاجون من معلومات، وتنمية محيطهم الاجتماعي من خلال برامج متنوعة (مصطفى بوتقنوش: 1984، 28).

ولا شك أن المؤسسة الإعلامية بما تتضمنه من مؤسسات عدة هي من أخطر المؤسسات الموجودة في الدولة، فهي تلعب دورا محوريا في الحياة العامة والحياة السياسية والثقافية



والاجتماعية، فالإعلام المحلي هو النافذة التي يطل منها المواطن على العالم الخارجي ويرى من خلاله مجتمعه، فالإعلام المحلي ببساطة هو ثقافة الشعب.

وتتضح أهمية الإعلام التنموي- الذي سنأتي إلى تعريفه لاحقا- في حياة الإنسان المعاصر، وتتحدد أهم ملامح هذا الإعلام، وهي ملامح أساسية فيه بإجماع العديد من الأكاديميين والباحثين والمتخصصين في علوم الإعلام، كالاتي:

- الإعلام التنموي تجاوز الأساليب التقليدية المتمثلة في نقل المعلومة فقط، إلى المشاركة الفعالة في كافة خطط التنمية، وتتبع سيرها من خلال مختلف الأنشطة والأشكال الإعلامية.
- يظهر دور الإعلام التنموي بجلاء أثناء تعرض الواقع إلى أزمات وحالات طوارئ مفاجئة، من خلال اعتماد الإعلام على استفزاز الواقع اليومي، وخلق جو من الألفة والتفاعل مع الضحايا والمتضررين .
- يساهم الإعلام التنموي في تلقين الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تقتضيها عملية التحديث والتطور، لاسيما الجرأة وانتقاد المسؤولين وعدم الخوف منهم .
- يشارك الإعلام التنموي في تنمية المجتمع المباشرة من خلال شتى الأنشطة والإسهامات، كمحو الأمية الهجائية، وتنظيم الدورات التكوينية، والتنقيف النسائي، والتربية، وغير ذلك.
- كلما كان الإعلام التنموي متطورا في أدائه ووسائله، كلما أثر ذلك أكثر في الواقع، فالدراسات تجمع على أن ثمة ارتباطا وثيقا بين النمو الاقتصادي ونمو وسائل الإعلام.

### 3- تطور النظرة لدور وسائل الإعلام في التنمية:

إذا كان الاهتمام بتنمية المجتمعات المتخلفة قد بدأ منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، فإن دور وسائل الإعلام لم يبدأ إلا متأخرا منذ أواخر الخمسينيات من القرن الماضي، وقد مرت النظرة لأهمية هذا الدور بمراحل متعددة: مرحلة الإهمال، مرحلة المبالغة ومرحلة التوازن.

#### أ- مرحلة الإهمال:

امتدت من الفترة بين الحرب العالمية الثانية حتى نهاية الخمسينيات، شهدت خلالها إهمالا لفعالية وسائل الإعلام في التنمية، فلم تطرح جوانب الاتصال المختلفة ضمن نماذج التغيير الاجتماعي حتى أواخر الخمسينيات، حيث كانت النظريات الاقتصادية تؤكد تراكم المال والنمو والاستثمارات والادخار كمدخل للتنمية، وتناولت النظريات السياسية عوامل السلطة والعلاقة بين الفئات الاجتماعية المختلفة والتنمية والقيادة في المجتمع، بينما ركزت النظريات النفسية حول حاجة الفرد إلى التغيير وتبني الاتجاهات والقيم الجديدة الملائمة للتنمية (محمد منير حجاب (أ): 2000، 75).

#### ب- مرحلة المبالغة:

انطلقت في أوائل الستينيات، وكانت تبالغ في الاهتمام بدور وسائل الإعلام في التنمية، وعدت التنمية القومية نموا سريعا في الإنتاجية الاقتصادية ودور وسائل الإعلام فيها هو تعبئة الموارد البشرية من خلال إحلال قيم واتجاهات وسلوكيات جديدة محل القيم والاتجاهات والسلوكيات القديمة بهدف زيادة الإنتاج. فقد بينت دراسة تقليدية لليونسكو عام 1961 العلاقة الارتباطية بين وسائل الاتصال والتنمية القومية وفقا لمؤشرات أربعة: متوسط الدخل، التعليم، السكن، المدن والتصنيع.

وفي عام 1964 نشر ويلبر شرام مؤلفه وسائل الاتصال والتنمية القومية الذي أعده بناء على طلب اليونسكو، حيث أكد فيه الحاجة الماسة للدول النامية إلى حشد جميع طاقاتها الإنسانية، وأنها لا تعرف إلا القليل عما يدور خارج القرية، فهي لا تعرف إلا قدرًا يسيرًا من العلوم والزراعة الحديثة وجهود التنمية الاقتصادية والمسؤوليات القومية، وأن الدول النامية تحتاج إلى المشاركة الإيجابية، والتعاون الواعي من سكان القرية والمدينة على حد سواء، لذلك يجب على هذه الدول أن تعمل على تشريع تدفق المعلومات وتوفير التعليم في المناطق التي لا يتوفر فيها من قبل، وتعليم القراءة والكتابة والمهارات الفنية الذي يمكن من خلاله إعداد وتحفيز الجمهور لجهود التنمية، كما يعد الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام السبيل الوحيد لتحقيق التنمية ( فاروق خالد الحسنات: 2011، 151-152).

### ج-مرحلة التوازن:

أسفرت هذه الدراسات وغيرها عن اعتقاد ثابت بقدرة وسائل الاتصال الجماهيرية على الإسهام بشكل فعال في التنمية، وبدأت مرحلة التوازن بين كل من دور وسائل الإعلام الجماهيرية ووسائل الاتصال التقليدية على أن لكل منهما قدرات خاصة وأن تحقيق التنمية يحتاج إلى مزايا كل منها.

فطبيعة ووظائف وسائل الاتصال الجماهيرية في كل المجتمعات النامية والمتقدمة ليست واحدة، فهناك اختلافات عديدة وضعت موضع الفحص والمراجعة بواسطة العديد من الباحثين أهمها:

- أن جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية في الدول النامية يعتبر محدودًا بالقياس مع المجتمعات المتقدمة.

- الاعتماد على وسائل الاتصال الالكترونية أكبر من الوسائل المطبوعة في البلدان المتقدمة لارتفاع نسبة الأمية، بينما في الدول المتقدمة تستخدم الوسائل المطبوعة بنسبة أكبر لارتفاع عدد المتعلمين.
- توجد مفارقات واضحة داخل المجتمع النامي الواحد بين معدلات الإقبال على استخدام وسائل الاتصال عند الريفيين من جانب والصفوة الحضرية من جهة أخرى.
- مضمون وسائل الاتصال في الدول النامية أقل جذبا وملاءمة لجمهور الريف نظرا لما يحويه من توجيه حضري قوي، إذ عادة ما يهتم بالأبناء القومية والعالمية وعادة ما تتركز هذه الوسائل في المدينة، ولا يحظى الجمهور بتخصيص نوعية الوسائل أو الوسائل المتخصصة كما هو الحال في الدول المتقدمة. (فاروق خالد الحسنات: 2011، 155)

وسنتطرق في العنصر اللاحق إلى محطات هذه المراحل بشيء من التفصيل.

#### 4-الإعلام المحلي ومجالات التنمية المحلية:

##### الإعلام المحلي والتنمية السياسية المحلية:

التنمية السياسية يمكن تلخيصها في رأي عام قوي، ثقافة سياسية حقيقية ومشاركة سياسية، والإعلام المحلي يقع على عاتقه الجزء الأكبر في تحقيق تلك الملامح، فالصحافة الحرة النزيفة هي ضمير الشعب وصوت الجمهور وقلبه النابض، فالصحافة الصادقة الموضوعية تكون قادرة على اكتساب ثقة الشعب، فتستطيع بما تعرضه من أحداث وأخبار تشكيل الوعي السياسي لدى المواطن البسيط.

كما تعتبر وسائل الإعلام المحلية وسيلة لتداول وجهات النظر المتعددة، وإسماع الأصوات

المختلفة مما يتيح الممارسة الفعلية للمواطنة مثل المشاركة والنقد والانتخاب، فالمواطن الواعي بإمكانه المساهمة على نحو أفضل وبنشاط أكبر في عمليات صنع القرار في مجتمعه، وبإمكان وسائل الإعلام المحلي أن تعزز قدرات المواطنين من خلال مواصلة تزويدهم بالمعلومات وتيسير تدفق المضامين التعليمية. (محمد بن عبد الله العجلان: 2015/02/15)

كما أن الإعلام المحلي له دور في نشر الوعي بين المواطنين عن ضرورة المشاركة السياسية وأثرها في ارتقاء الحياة السياسية، كما أننا يجب أن نتكلم عن الإذاعة التي تعتبر للكثير من المواطنين المصدر الوحيد للمعرفة، فالإذاعة تقع على عاتقها إلى جانب الصحافة مهمة تشكيل رأي عام قوي من خلال البرامج السياسية وتنمية الوعي السياسي لدى المواطن (محمد محمود السيد، ع 3555، 2013). وبإمكان الإذاعة ببرامجها المتنوعة إيجاد قاعدة عريضة وتطوير الشعور بالانتماء للوطن الواحد، فهي وسيلة للتعليم الجماعي وتعويد المواطنين على المعيشة البناءة على الرغم من اختلاف الآراء، وهي كذلك تدريب على المواطنة (صالح أبو اصبع: 1989، 326).

#### الإعلام المحلي والتأثير على صناعات القرار:

حيث تلعب وسائل الإعلام في الدول الديمقراطية باعتبار الإعلام حقا من حقوق الإنسان دورا هاما في التعبير عن رأيه بحرية، وفق السياق أو المنهج العام الذي يؤمن مصالح الدولة الوطنية والقومية واحترام الرأي والرأي الآخر، والسماح بطرح الآراء دون قيود، ويمكن لوسائل الإعلام المحلية القيام بدور هام في التأثير على صناعات القرار، من خلال ممارسة الرقابة المتواصلة على صناعات السياسة من قبل وسائل الإعلام واسعة الانتشار، أين يدرك المسؤولون أن كل ما

يفعلونه أو يقولونه تقريبا في مجالسهم الخاصة قد يظهر في وسائل الإعلام، وبالتالي يتجنبون اتخاذ القرارات التي لا يريدونها أن تنتشر (عبد النور ناجي: 2008-2009، 52).

كما يجبر الدولة والحكومات المحلية على الاهتمام بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي، مقل حقوق الإنسان، والتمييز العنصري والتطرف...، كما تمد المجتمع بالمعلومات بشأن الأحداث والبيئة السياسية، وتجعل متخذي القرار والحكومة يشعرون باهتمام الشعب بطريقة مباشرة. (منذر صالح جاسم الزبيدي: 2013، 175 )

### الإعلام المحلي والتنمية الاجتماعية:

التنمية الاجتماعية حسب ميجلي Midgley، هي مجموعة من العمليات التي تستهدف إحداث التغيير الاجتماعي المقصود عن طريق تحسين الظروف المعيشية للمواطنين وتوفير مزيد من برامج الرعاية من خلال الجهود البناءة بالاتساق مع نسق التنمية الاقتصادية في المجتمع. (أحمد مصطفى خاطر: 2003، 28)

والتنمية الاجتماعية قبل كل شيء هي تنمية بشرية وثقافية تستلزم إحداث تغييرات جوهرية في الفعل والسلوك والآراء والاتجاهات والمعتقدات والقيم وطرق التفكير (عواطف عبد الرحمن ب): (1985، 9).

وتهتم وسائل الإعلام المحلية بتحديد المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع، وتسليط الضوء عليها، ومحاولة وضع سياسات وحلول لمعالجتها، مثل انخفاض مستوى التعليم، وسوء الحالة الصحية، وقلة الخدمات الطبية، وارتفاع معدل النمو السكاني، إلى غيرها من المشكلات المترتبة عن التخلف الاجتماعي (Halloran James : 1977, 12-41).

وبالتالي فإن الإعلام المحلي من خلال وسائل الإعلام المحلية يسعى لتحقيق التنمية المحلية، من حيث التعرف للاحتياجات المحلية والعمل على تعريف الناس بها وتفسير الأمور المحلية للجمهور وتشجيع أفراد الجمهور على التعبير عن أنفسهم حول مستقبل مجتمعاتهم وتحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلي وكذا المحافظة على الثقافة المحلية وتطويرها والتعريف بالظروف العامة المحيطة (عاطف عدلي العبد: 2006، 125)

كما يعمل الإعلام على تحقيق وتمتين عملية التنشئة الاجتماعية، حيث يساهم في تحويل الأفراد من كائنات بيولوجية إلى كائنات اجتماعية عبر مراحل النمو المختلفة، فهو يركز على الأسرة، وزيادة الوعي الصحي للأم والطفل والرضاعة والصحة الإنجابية، كما يزود الأسر بالوسائل والأساليب العلمية والتربوية كتخليص الطفل مثلا من بعض الممارسات غير الصحية كمص الأصابع، ويساهم في تنمية لغة الطفل، وزيادة حصيلته اللغوية وتنمية شخصيته (صالح خليل الصقور: 2012، 154-157).

كما يتدخل لوضع علاج للمشاكل الاجتماعية كالبطالة والفقر والسكن وانخفاض دخل الفرد، والتي تنجم عادة نتيجة أزمات مالية عالمية أو محلية أو تخلف في الصناعة والزراعة والخدمات، أو ميل الناس للاستهلاك أكثر من الإنتاج، أو تفشي الفساد أو عجز الموازنة أو زيادة الاستيراد على التصدير، حيث يقوم بوضع توضيحات ومفاهيم من الضروري أن يعرفها الجمهور وأصحاب القرار عن مكافحة القلاقل الاجتماعية، وكذا شرح وبيان أسباب الفقر والبطالة من أجل وضع اقتراحات لحلها (محمد أبو سمرة: 2011، 123).

ويلاحظ اهتمام الإذاعات والقنوات التلفزيونية خاصة المحلية بالمجال التعليمي على مستوى التعليم المنهجي والتعليم غير المنهجي، حيث البرامج التي تهتم بتعليم الكبار وتحفيز المواطن على التعلم مدى الحياة. (منى الحديدي وسلوى إمام علي: 2006، 184)

ولعل أهم دور يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام وخاصة الإذاعة هو المساهمة في محو الأمية الهجائية، وخاصة محو الأمية الثقافية والمهنية والحفاظ على التراث والثقافة الشعبية، والمساهمة في نفس الوقت في تحديث العقليات، وكذلك الاهتمام بالفنون المحلية وأشكال الإبداع التي تعتبر من المكونات الذاتية الثقافية لكل مجتمع إنساني (سعد لبيب، 1985، 360). وقد ثبت أن الإذاعة وسيلة فعالة وناجحة كما أنها وسيلة اقتصادية من الطراز الأول، كما يمكنها تقديم برامج تعليمية للطالب وهو في منزله، وتقوم مقام المدرس الخصوصي. ولكي يتم الاستفادة من هذه الوسيلة لا بد من إيجاد نوع من التعاون والتنظيم بين السلطات المسؤولة عن التعليم والسلطات المسؤولة عن الخدمات الإذاعية (يوسف مرزوق: 1988، 32). كما أظهرت التجارب الإفريقية في استخدام الصحافة المحلية الإمكانات الهائلة للصحافة في مساندة حملات محو الأمية وفي الترويج للأفكار التنموية، ووفرت تلك الصحف مادة مقروءة ساعدت المواطنين على عدم فقدان المهارات التعليمية التي اكتسبوها (فارس جميل أبو خليل، 2011، 104).

كما يمكن لوسائل الإعلام أن تظهر العقبات الاجتماعية التي تقف حائلا أمام مخططات التنمية، وأهمها: الارتفاع الكبير في معدلات المواليد، التفسير الخاطئ لتعاليم الدين، انخفاض المستويات الصحية وارتفاع نسبة الأميين وتلوث البيئة... .

### الإعلام المحلي والتنمية الاقتصادية:

لا شك أن التنمية السياسية والتنمية الثقافية والاجتماعية تخلق تنمية اقتصادية، وتلعب وسائل الإعلام المحلية دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، إذ تعمل على إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها، كما لها دور كذلك في المناطق المعزولة والنائية، حيث تعمل على إرشاد وحث سكانها بغية تحسين وضعيتهم المعيشية (عيشوني عبد السلام: 2012، 122). كما تقوم بتعريف الجمهور بخطط التنمية وأهدافها محاولة بذلك تعبئته للمشاركة الفعالة، وتحفيزه على اتباع أنماط



سلوك إنتاجية واستهلاكية جديدة ومراعاة العوامل التي تساعد على زيادة الإنتاج والإنتاجية في المجال الزراعي والصناعي وحتى في مجال الخدمات.

ويجب التركيز على القطاع الريفي والقروي على الخصوص من خلال توعية مواطنيه بواقعهم وحملهم على تحسين أوضاعهم المعيشية بإرشادهم في المجال الزراعي، وتمكينهم من الاستفادة من الوسائل الحديثة للإنتاج، وتدريبهم على مهارات جديدة (صلاح أبو أصبع: 1989، 326).

وعلى الإعلام المحلي هنا أن يهتم بعرض المشاكل والحلول الخاصة بعوائق التنمية الاقتصادية في المجتمع المحلي، والمتمثلة في تدني مستوى الدخل، وضعف الإنتاج، وارتفاع الأسعار، وقضايا الإسكان والمرافق، وإدخال مياه الشرب النقية والصرف الصحي، ومشاكل الزراعة، وكل ما يهم الفلاح من معلومات وإرشادات عن البذور المنتقاة، والأسمدة الكيماوية المناسبة، ومشاكل الري والصرف، والثروات الحيوانية، ومكافحة الآفات...، حيث يتدخل الإعلام المحلي كفاعل أساسي لمعالجة سلوك الاستهلاك والتحفيز على الاستثمار الداخلي والإنتاج، والتوعية الزراعية باستخدام الآلات والتقنيات الحديثة المستخدمة في الزراعة، والاستخدام الأمثل للموارد، وتنسيق السياسات الاقتصادية تساعد على تحقيق نمو اقتصادي مرتفع، كما يعمل على وضع مخطط شامل ومتعدد الأبعاد يخاطب فيه الرأي العام (محمد أبو سمرة: 2011، 45) بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الفعالة في عملية التنمية والإصلاح الاقتصادي.

### الإعلام المحلي والتنمية الثقافية

حتى إذا توفرت عناصر التنمية الاقتصادية (رأس المال، الموارد الطبيعية..) التي تلعب دورا مهما في النمو الاقتصادي، إلا أنه ليس منها عنصر واحد يفوق في الأهمية عنصر القوى

البشرية، ويتوقف بناء الأمم على تنمية مواردها البشرية، ذلك أن مصدر التغيير لا يوجد في الأنظمة والقوانين، بقدر ما يوجد في الأفراد، فعليهم يتوقف تحويل المصادر الطبيعية إلى أشياء نافعة، يحسن استغلالها وتوجيهها إلى خير المجموع، ومن هنا يبرز دور التعليم في بناء وتنمية القوة البشرية المنتجة، ويبرز دوره في إزالة المعوقات الثقافية، لذلك كان من الأهمية بمكان أن تكون للتنمية الثقافية موقعها المتميز في خريطة التنمية الشاملة، فالثقافة تعبير عن الفكر الإنساني، وتنمية لهذا الفكر بمختلف الوسائل المتاحة في المجتمع (عبد الباسط محسن: 1980، 13).

والتنمية الثقافية تعني رفع المستوى الثقافي لدى المواطنين وتأسيس العادات والقيم الاجتماعية الصحيحة، ونبذ تلك القيم والعادات التي لا تتلاءم مع طبيعة المجتمع والتي من شأنها تشويه المجتمع وإخفاء ملامحه الأصلية، ونجد أن الإعلام المحلي يلعب هنا دورا خطيرا في ذلك النوع من التنمية، فالإذاعة والتلفزيون والصحافة عليها مسؤولية تثقيف الشعب ونشر الوعي بين المواطنين وتنقية العقول (محمد محمود السيد، ع 3555، 2013)، من خلال إثارة الاهتمام وتركيز الانتباه على عادات وممارسات وأساليب تكنولوجية جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وأنماط سلوكهم (عواطف عبد الرحمن (ب): 1985، 10).

### الإعلام المحلي وتنمية الصحة:

توصلت دراسة عثمان العربي عن استخدام الشباب في بلاده لوسائل الإعلام المحلي في مجال الوعي الصحي إلى أن أهم الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الشباب مصدرا للثقافة والمعلومات الصحية هم التلفزيون ثم الصحف ثم الانترنت، أما الدكتور عبد الرحمان محمد الشامي فقد أكد أهمية الإعلام المحلي في معالجة المشكلات الصحية التي تعاني منها البيئة (محمد بن عبد الله العجلان 2015/02/15).

الإعلام المحلي وتنمية التعليم:

أكد كثير من المهتمين بوسائل الإعلام أن للإذاعة إمكانيات هائلة وغير محدودة وأنها يمكن أن تعطي نتائج أحسن من التعليم التقليدي. ولعل ويلبر شرام كان من أشد المدافعين عن هذه الفكرة في الستينيات، حيث تستعمل لإثراء المعلومات التي يقدمها المدرس في إطار المؤسسة التعليمية من جهة ومن جهة أخرى تقديم دروس مكثفة حول موضوع واحد أو مواضيع عدة للتلاميذ (محمد بن عبد الله العجلان: فيفري 2015). وتستعمل مثل هذه التجارب خاصة في المناطق البعيدة التي يرفض أغلب المدرسين المتخصصين الإقامة فيها، أو حينما لا يتوفر لدى البلد النامي العدد الكافي من هذه الفئة.

كما تساهم الإذاعة في التعليم عن بعد خاصة في المناطق غير الأهلة بالسكان والتي لا يمكن فيها استحداث مدارس لتباعد المساكن (صالح أبو اصبع: 1989، 329).

كما أظهرت التجارب التي أجريت في إفريقيا حول استخدام الصحافة المحلية إمكانياتها الهائلة في مساندة حملات محو الأمية والترويج للأفكار التنموية، ووفرت تلك الصحف أيضا مادة مقروءة ساعدت المواطنين على عدم فقدان المهارات التعليمية التي اكتسبوها، إذ توفر الصحافة المحلية الفرصة والدافع للقراءة وتدعم الدروس التي تعلموها في الفصل الدراسي وتطور عاد القراءة، إضافة إلى أن الصحافة الريفية توفر معلومات تنموية بالإضافة إلى الأخبار وبهذا تساعد هذه الصحف على نجاح حملات تطوير الزراعة وتنظيم الأسرة والإرشاد الصحي.

وتشير بعض الحملات الرائدة الناجحة لمحو الأمية في بعض الدول إلى استعانتها بالصحافة في دعم المعرفة التي حصل عليها الأميون الذين محيت أميتهم (محمد منير حجاب (أ): 2000، 242).

وتؤدي وسائل الإعلام في إطار الخطة الموضوعية لها دورا مزدوجا في محو الأمية، فإلى جانب دورها الأساسي كوسيلة أو أداة وسيطة يمكن أن تستخدم في تقديم برامج محو الأمية خاصة بالنسبة للراديو والتلفزيون، حيث إنها تستخدم حاليا في خلق المناخ الاجتماعي الذي يمكن أن تزدهر فيه حملات محو الأمية، وفي خلق تقدم لقيمة التغيير الاجتماعي والاستعداد للمشاركة فيه، كما أنها تساعد على انتشار التعليم والحيلولة دون ارتداد من تعلموا القراءة والكتابة إلى الأمية. وعلى هذا الأساس يتركز الهدف الأساسي لوسائل الإعلام في مجال محو الأمية في تنشيط العمل الاجتماعي المؤسس على محو الأمية، وهو ما يمكن تحقيقه عن طريق الخطوات والوظائف الثلاث التالية لوسائل الإعلام:

- استئارة الحاجات والدوافع لدى المواطنين بالنسبة لبرامج محو الأمية وتوضيح أهميته ومزاياه وفوائده.
- الإسهام في العملية التعليمية كوسيلة تعليمية مستخدمة ضمن البرنامج.
- المساندة الإعلامية المستمرة لبرنامج محو الأمية، عن طريق مساعدة المتعلمين الجدد في القراءة والكتابة ولتأكيد وتطوير عادات جديدة والحفاظ على خبراتهم المكتسبة حديثا في القراءة والكتابة وتطويرها والتدريب على الطرق الجديدة التي تعلموها في المجالات المختلفة كالزراعة والصناعة والنشاطات الاجتماعية المختلفة.

### الإعلام المحلي والبيئة:

يعتبر الإعلام البيئي جزء من سياسة بيئية عامة وليس مجرد أداة للإعلان عن سياسة بيئية جاهزة، كما أنه يهدف إلى تنمية الوعي البيئي لدى قطاعات المجتمع المختلفة، حتى تشارك بفعالية في تطوير السياسات البيئية ومراقبتها ومراجعتها، ويهيئ الجمهور والمسؤولين لدعم تنفيذ السياسات والتدابير البيئية، ومن ضمن الاهتمامات الرئيسية للإعلام البيئي إحداث تغيير سلوكي في مواقف

الناس من البيئة والتعامل مع موارد الطبيعة كسلعة ذات ثمن وليس كهبة مجانية، والتي تعالج فيه وسائل الإعلام كل المشاكل المتعلقة بالبيئة كالتلوث الصناعي، تلوث البحر والشواطئ، ومشكلة النفايات الصلبة والكوارث والتصحر والصحة وتلوث الساحل بمياه الصرف غير المعالجة، وفضلات السفن، واستنزاف الثروات الغابية (عبد النور ناجي: 2008، 148)، وذلك من خلال العرض المبسط ومحاولة معالجة هذه المشاكل من خلال تفسيرها وتحليلها ومردّها إلى الأسباب الحقيقية التي تكمن وراءها.

كما يلعب الإعلام دورا هاما في هذا المجال أيضا، من خلال التوعية بمخاطر تلوث البيئة، حيث نجد أن الإعلام يتناول بعض المشاكل البيئية ويركز بوجه خاص على تفسير المقصود منها، مثل تلوث الهواء، تلوث المياه، وكذا تشجيع الأفراد على زيارة المتاحف والحدائق التي تشكل مصدرا عاما للمعلومات البيئية للناس بكافة فئاتهم، لأن من شأن هذه الزيارات أن تنمي عند الناس المواقف الإيجابية نحو البيئة، وتنفيذ البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تكشف الحقائق البيئية للمواطن وترشده إلى دوره ومسؤولياته تجاه مشكلات البيئة، وكذا تسخير الإعلام المحلي لنشر الوعي البيئي عبر مقالاتها والإذاعة عبر برامجها (احمد حسن القاني، حسن فارغة: 1999، 14-15)

#### 5- الإعلام التنموي:

#### 5-1- مفهومه، نشأته وخصائصه:

#### 5-1-1- مفهومه ونشأته:

تعددت تسميات الإعلام التنموي، فتارة يسمى (الصحافة المتخصصة في مواضيع التنمية)،

وتارة (الإعلام للتنمية) وتارة أخرى (الإعلام لمساندة التنمية).

وكيفما كانت التسمية فإنه يحمل معنى واحدا، تحدده نورا كبرال (Nora Queberal) بقولها: " إنه فن وعلم الاتصال الإنساني الذي يستهدف الإسراع في تحويل البلد من الفقر إلى حالة ديناميكية من النمو الذي يوفر إمكانية أعظم للمساواة الاقتصادية والاجتماعية وإنجاز أعظم للإمكانات البشرية" ( عاطف الرفوع: 2000، 67).

من خلال هذا التعريف نستنتج أن الإعلام التنموي يتضمن كل إعلام يستهدف تحقيق أهداف الخطة التنموية ويعمل على تسييرها.

أو هو وضع النشاطات المختلفة التي تطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة ( فاروق خالد الحسنات: 2011، 206).

أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصصلحة المجتمع العليا.

إذا فالإعلام التنموي هو استخدام وسائل الاتصال من إذاعة مسموعة، وإذاعة مرئية (تلفزيون) وصحيفة وكتاب في تحويل مسار المجتمعات، من حالة هي عليها إلى حالة أفضل وأحسن، وذلك عن طريق الدراسة الموضوعية والإحصائيات والمعرفة التسجيلية للواقع والتخطيط والمتابعة وما شابه ذلك من أصول العلم، إضافة إلى المهارة المهنية والذاتية التي تتطلبها فنون الممارسة في العمل الإعلامي ( محمد سيد محمد: 1979، 8).

وظهرت بوادر ما يعرف الآن بالإعلام التنموي في ملاحظات بلتران (Bultran) حول وسائل الإعلام في التنمية القومية، إذ لاحظ أن لوسائل الإعلام في تلك الحقبة المبكرة في تطور

بحوث الإعلام والتنمية عدة أوجه حيوية للإعلام ، الذي لم يقدم للبلدان النامية إلا خدمة سيئة على حد تعبيره، وتتمثل تلك الأوجه فيما يأتي:

- انتشار وسائل الإعلام أو مدى اتساعها حيث إن قطاعات كثيرة من سكان الريف لا تزال بعيدة عن تناول وسائل الإعلام.

- محتوى وسائل الإعلام: الفلاحون ليسوا سوقا رائجة لوسائل الإعلام التي تعتمد اعتمادا كبيرا على الإعلانات التجارية، لذا فإن وسائل الإعلام موجهة نحو جمهور المدينة الذي يكون سوقا رائجة لها (عاطف الرفوع: 2000، 67).

- قواعد وسائل الإعلام: مع التسليم أن وسائل الإعلام موجهة نحو المدينة بقوة فإنها تضع قواعد لرسائلها في أسلوب يخاطب جمهور المدينة. وهو ذو قيمة مباشرة في تحسين الزراعة بعيد كل البعد من إدراك أولئك الذين يمكن أن يستفيدوا من المعلومات أكبر.

وفي الستينيات لاحظ ألان تشالكي (A. Tchalcky ) وخوان ماركادو (K. Merckadow) أن الصحفيين العاديين غير مؤهلين للعمل تحت مظلة الإعلام التنموي، الذي يشتمل على تغطية الأخبار الاقتصادية والزراعية والصحية والتربوية المتعلقة بالتنمية. كما أن تغطياتهم تفتقر إلى التحليل الاقتصادي، الذي يساعد المخططين للتنمية والمستفيدين من المشاريع الإنمائية على كل المستويات، لأن تغطية أنباء التنمية وتحليلها وتسليط الضوء على ما أخفق أو نجح من جوانبها المختلفة يساعد في عملية التنمية .

وفي السبعينيات وجه فيت (Fitt) نقدا شديدا لوسائل الإعلام خاصة من جانب قصور مضمون الزراعة فيها، كما أوضح أنها مركزة نحو جمهور المدينة شأن ما أوضحه بلتران

(Bulran) وأنها في يد أناس لهم عطف قليل على المزارعين ومشاكلهم وحتى وسائل الإعلام التي تهتم بالزراعة تتجه نحو الاستجابة أكثر إلى المنتجات الزراعية الصناعية لا إلى الفلاح نفسه (عاطف الرفوع: 2000، 68).

وفي إطار الإعلام التنموي كذلك جرى الحديث عن الاستعمار الإعلامي لدول الغرب وما ينتج عنه من سيطرة إعلامية على وسائل الإعلام، وذلك بنشر برامج ومضامين إعلامية صادرة عن الغرب وهادفة للمستهلكين الغربيين، في الوقت الذي ليست للدول النامية حاجة لأغلب هذه البرامج وإنما هي بحاجة لتلك المتعلقة بأهداف التنمية في البلد والمنسجمة معها.

وفي ذلك ما يدل على لفت أنظار المسيطرين على وسائل الإعلام في الغرب إلى حاجات البلدان النامية الاتصالية في مجال التنمية كما أنها دعوة لتحكيم المضامين الإعلامية إلى احتياجات التنمية في تلك البلدان التي لا تملك قدرة مالية ولا تقنية لإنتاج البرامج محليا، وبالتالي فهي تجد في البرامج الغربية ميسرة في الشراء.

ومن هنا ومن لافتة الإعلام التنموي، توجهت الأنظار إلى القاعدة الجماهيرية لتبدي رأيها في الإعلام الموجه إليها. ومن هذا المنطلق انتهى الباحثون إلى أن استعمال الإعلام ذي الخطين يساعد على انسجام مضمون المادة الإعلامية مع الاحتياجات الاتصالية للجمهور، من خلال المشاركة والتعبير بوضوح عن مشاكله وآماله وطموحاته التي يخلقها هذا النمط من الاتصال. وفي هذا الصدد أكدت دراسات عديدة أن سير الإعلام من الأعلى إلى الأسفل غالبا ما يخفق. ففي دراسة لروجرز على ثلاث قرى في كولومبيا استنتج أن فشل الإعلام في قرى العينة كان نتيجة لخلو المادة الإعلامية مما يثير اهتمام أهل الريف، إضافة إلى ضعف الدخل الفردي وانتشار الأمية، وهذا ما يعكس إقحام الجمهور بالعملية الإعلامية (عاطف الرفوع: 2000، 69).



وقد دعا شرام في دراسته إلى إقرار مصطلح الإعلام التنموي، واعتماده كعلم يهتم بتوظيف الإعلام بوسائله المختلفة نحو العملية التنموية. ويرى الباحث أن مبررات هذا العلم هو ما تتطلبه العملية التنموية من توجيه محكم للإعلام ومضامينه، بحيث ترتبط ارتباطا وثيقا بالاحتياجات الاتصالية للعملية التنموية، وإلا فإن الإعلام وما تحمل وسائله من مضامين قد يصبح معيقا للتنمية.

وفي سياق نشأة هذا المصطلح ( الإعلام التنموي ) وبوادره العلمية المتمثلة بالدراسات والأبحاث على المستوى النظري، فهناك بوادر عملية وظفت هذا المصطلح العلمي، فقد كشفت بعض الدراسات التي تمت في المجالات التي شملها مصطلح الإعلام التنموي عن وجود صحافة متخصصة في هذا الضرب من الإعلام.

إضافة إلى وجود أجهزة تعمل على تأهيل وتدريب العاملين في حقل الإعلام التنموي، وفي هذا الاتجاه سارت معظم السياسات الإعلامية للبلدان النامية فانتشرت وسائل الإعلام المحملة بالتنمية للتبشير بها وخاصة إلى الريف. وبرزت في هذا الميدان وسائل الإعلام الجماهيرية ووسائل جماهيرية أخرى مثل اللوحات المطبوعة، برامج إذاعية حول موضوعات محلية يتنافس فيها الريفيون أنفسهم، وأفلام تعد عن التنمية لتعرضها عربات السينما المتنقلة أو غيرها من أجهزة العرض (عاطف الرفوع: 2000، 70).

### 5-1-2- خصائص الإعلام التنموي:

يتميز الإعلام التنموي بمجموعة من الخصائص والسمات يمكن إجمالها فيما يأتي:

- هو نشاط إعلامي هادف، يسعى بالدرجة الأولى إلى تحقيق أهداف وغايات اجتماعية مستوحاة

من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الجوهرية.

- هو إعلام مبرمج مخطط له، يرتبط بخطة التنمية ويدعم نجاح هذه الخطة.
- إعلام شامل متكامل، الهدف منه مخاطبة الرأي العام وإقناعه بضرورة التغيير الاجتماعي الذي تقتضيه التنمية.
- إعلام متعدد الأبعاد، حيث يشمل البعد الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي والترابي والمالي والإداري.
- أن يكون واقعيًا في الأسلوب والطرح، وأن يكون واضحًا، وأن يقول الحقيقة بصدق كما هي بلا تزويق ولا تجميل، وأن يستند على حجج وبراهين منطقية في إقناع الناس، عندئذ يحظى بالقبول والاستحسان من قبل الناس بقدر ما يلامس الواقع ويعبر عن هموم الناس ومشاكلهم وطموحاتهم الفعلية (فاروق الحسنات: 2011، 206).

#### 5-2- أهدافه ومهامه:

#### 5-2-1- أهداف الإعلام التنموي:

ينضوي تحت مظلة مصطلح الإعلام التنموي مجموعة من الأهداف، كما حددتها النشاطات العلمية التي تناولت تأثير وسائل الإعلام في التجارب التنموية (عاطف الرفوع: 2000، 72).

وقد تم تحديد أهداف الإعلام التنموي في المؤتمر الدولي لسياسات الاتصال للإسراع بتنمية الاجتماعات الذي عقد سنة 1975، وذلك على النحو التالي:

- تحديد حاجات الناس ومنحهم شرعية مصداقية سياسية للتعبير عن تلك الحاجات بتزويد

- المواطن بمنفذ للنظام الاتصالي ليخدم كمرجع فعال للحكومة فيما يتعلق بأهداف التنمية وخططها.
- تزويد جميع مستويات المجتمع بروابط اتصالية أفقية ورأسية، ويدخل ضمن ذلك تنمية أساليب الاتصال التقليدية لدى المجتمع.
- دعم الثقافة القديمة للمجتمعات المحلية عبر وسائل الإعلام الجماهيرية والمحلية، التي تعتمد على التشجيع الفني للاعتراف القومي بهذه الثقافة.
- العمل على رفع الوعي لدى الناس بمشاريع وفرص التنمية.
- العمل على تعزيز الاتجاهات والدوافع التي تساهم في التنمية.
- التزويد بالمعلومات المناسبة التي تحتاج إليها عملية التنمية في جميع مراحلها.
- تدعيم التنمية الاقتصادية من خلال إيجاد روابط اجتماعية.
- توفير الدعم لبعض المشاريع التنموية المحددة والخدمات الاجتماعية بما فيها الرعاية الصحية، التدريب الزراعي والمهني والمصلحة العامة، مشاريع تنظيم الأسرة (عاطف الرفوع: 2000، 73).

#### 5-2-2- مهامه:

- ترتبط مهمة الإعلام التنموي أساسا بمهام التنمية ومستلزماتها، لذلك فإن وضع وسائل الإعلام في خدمة التنمية يقتضي منها تحقيق المهام الآتية:
- توفير المعلومات للسكان عن التنمية وشروط نجاحها، وكيفية إنفاق المال العام، وشرح القوانين وتبسيط الإجراءات، وذلك من خلال تنشيط وتوسيع الحوار وإتاحة الفرص أمام الناس للتعبير عن آرائهم وأفكارهم بخصوص كل مشاريع الحكومة، وكذلك الاستماع لأقوالهم وآرائهم والأخذ بالجدادة منها.

- اختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية.
- تعليم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التحديث والتطوير لا سيما الجراءة وانتقاد الخطأ وانتقاد المسؤول الذي يخطئ، وعدم الخوف من المدير والوزير وأعضاء القيادة لأن كل هؤلاء يتعرضون للمساءلة، وتعتبر وسائل الإعلام أهم سلاح في مساءلة الخارجين عن القانون والنظام العام وذلك من خلال نشر أعمالهم وأفعالهم المخالفة للنظام العام (فاروق الحسناوات: 2011، 207).

### 5-3- نظريات الإعلام التنموي:

انبثقت مجموعة من النظريات التي قدمها باحثون عالجت دراساتهم علاقة الإعلام بالتنمية، وتدخل في إطار مصطلح الإعلام التنموي، ومن أبرزها:

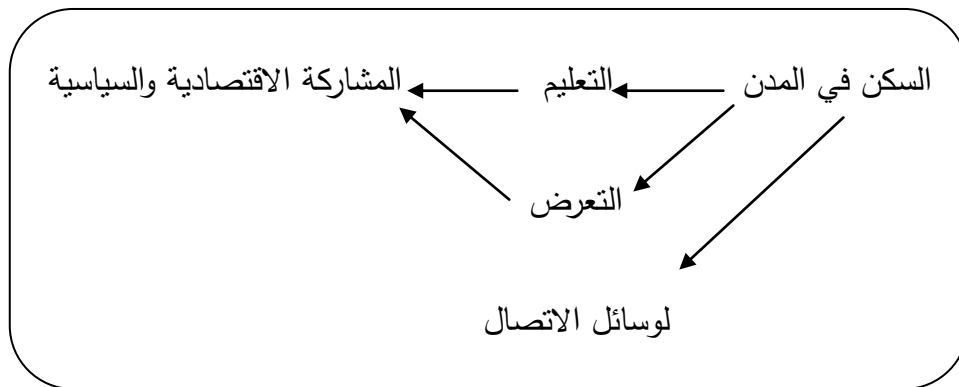
#### - نظرية التحضر عند دانيال ليرنر (Daniel Lerner) :

تعتبر نظرية ليرنر عن التحضر من أشهر النظريات الإعلامية في التنمية، وركزت على دور وسائل الاتصال في التحضر، وتتلخص هذه النظرية التي لا يمكن الحديث عن دور الإعلام في الدول النامية دون الإشارة إليها، تتلخص في أن لا نجاح لأهداف الدول النامية إلا إذا تصور المواطن في هذه الدول الهدف الذي يرنو إليه عند الانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع العصري، وعملية الانتقال هذه تتطلب وجود نظام اجتماعي قادر على التطور والتجديد باستمرار وبدون تمزق (يوسف مرزوق: 1980، 22). ويحدد ليرنر مفهومه عن التحضر بالحضارة الغربية التي يعتبرها الأساس والهدف الذي يتطلع له أبناء الشرق الأوسط شاؤوا أم أبوا، حيث يرى أن النسق الغربي في التحديث هو غربي من ناحية تاريخية فقط ولكنه عالمي اجتماعيا بغض النظر

عن العرق واللون والعقيدة (2 ; juin 2005 ; n° : 19 ; Abderrahmane Azzi). حيث قام دانيال ليرنر بأبحاث كثيرة عن عملية التحديث في منطقة الشرق الأوسط التي تضم فئتين عريضتين من الناس هما الفئة العصرية والفئة التقليدية، حيث تقوم الفئة العصرية التي تشكل سكان المناطق الحضرية الذين يتولون أداء المهام الفنية العليا بدور هام في الإسراع بالتغيير الاجتماعي لأقرانهم التقليديين في الريف (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد: 2007، 33).

وتعتبر الحالة النفسية التي أطلق عليها ليرنر التقمص الوجداني (Empathy) هي أساس نظريته التنموية، فالأشخاص المتقمصون هم أولئك الذين يملكون قدرة عالية للاستجابة لكل جديد في بيئة متغيرة، ويرتبط بقوة هذا الحراك (Mobility) الذي يعني القدرة العالية على التغيير (محمد ناجي الجوهر: 1986، 67)، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام وهو مضاعفة الحراك الذهني للأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة وبالتالي نشر اتجاهات محايدة للتغيير الاجتماعي.

ويمكننا تبسيط هذا الأنموذج بالشكل التالي:



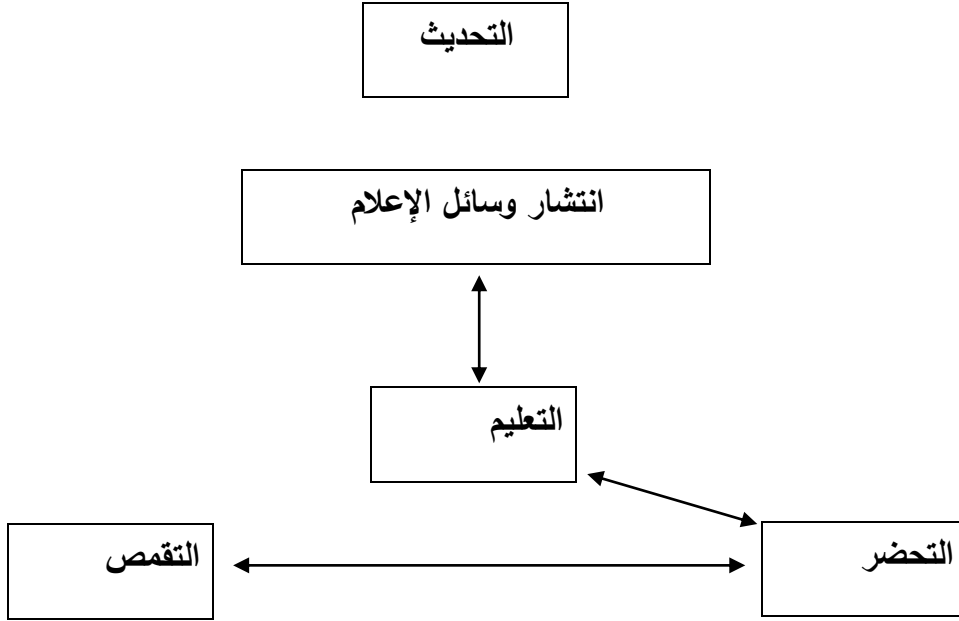
الشكل رقم (1) يبين التقمص الوجداني لدى ليرنر

المصدر: (محمد ناجي الجوهر: 1986، 68)

كما يرى ليرنر أن التقمص الوجداني مهارة لا غنى عنها من أجل الخروج من المجتمعات التقليدية، إذ إن هذه الصفة تجعل من الفرد قابلاً لأن يعرف أدواراً جديدة ويتعلم علاقات جديدة، وهذا ما يقوي لدى الفرد الشخصية المنفتحة. ويعتبر ليرنر أن المجتمعات التقليدية هي التي تتوفر على هذه الصفة، ولذلك فهي مجتمعات تفتقر إلى المشاركة إلا في نطاق القرابة، كما تحدد هذه الأخيرة سعة المجتمع. لذلك فإن هذه المجتمعات معزولة عن بعضها البعض، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام إضافة إلى فك العزلة عن هذه المجتمعات وتوسيعها تأكيداً على صفة الاستشعار بالآخرين أو التفتح الذي يعمل على التغيير الاجتماعي والوصول إلى المجتمع العصري الذي يتوفر على هذه الصفة (عاطف الرفوع: 2000، 75).

ويوضح ليرنر أن النظم الإعلامية والاجتماعية تسيران جنباً إلى جنب، ويقول إن وسائل الإعلام أكبر عامل فعال في التنمية، فعن طريقها يتعلم الناس المشاركة وذلك باختيار مواقف غريبة وجديدة عليهم، ويتدربون على الاعتماد على سلسلة من الآراء يكون لهم حرية الاختيار بينهما. كما أن وسائل الإعلام تصور مستويات متعددة لأنواع من المعيشة أكثر ثراءً، وتقدم الحلول من أجل الوصول إلى هذه المستويات (شاهيناز طلعت: 1980، 131).

ويبسط الشكل الآتي نموذج ليرنر للتحديث



الشكل رقم (2) يمثل نموذج ليرنر للتحديث

المصدر: (عاطف الرفوع: 2000، 76)

ويرى ليرنر أن هذه الحالة تعاود الظهور فعلا في سائر المجتمعات التي تمر بطور النمو

بغض النظر عن اللون والعرق والعقيدة.

وقد دفع الاتجاه النفسي الذي أوحى به ليرنر العديد من علماء الاتصال لفحص العلاقة

السببية بين انتشار وسائل الإعلام وإمكانية القراءة والتعليم والتحديث والتطور الاقتصادي، وقدموا

اقتراحاتهم حول ذلك أمثال عالم السياسة مككرون (McCrone) و (Charles Cnudde) في

عام 1967، نموذجا للتنمية السياسية الديمقراطية يتتبا بزيادة في التمدين تؤدي إلى زيادة في التعليم

الذي يؤدي بدوره إلى الزيادة في الإعلام وأخيرا زيادة في النمو السياسي والديمقراطي.

نقد نظرية ليرنر:

في عام 1968 استخدم شرام وراغلز معلومات كانا قد جمعها من 23 بلدا من البلدان الأقل نموا في الأعوام ( 1950، 1951، 1960، 1961) وذلك من أجل اختبار العلاقة بين التمدن والتعليم والنتائج القومي الإجمالي وتطور وسائل الإعلام، فوجد أن هذه العلاقة مرتبطة ببعضها البعض بطرق مختلفة في شتى أنحاء العالم النامي، ففي الشرق الأوسط (مثلا) وجد أن القراءة والكتابة هي مؤشر أقوى لنمو وسائل الإعلام من التمدن أو النتائج الإجمالي (عاطف الرفوع: 2000، 77).

ويمكن تلخيص الانتقادات التي قدمت لنظرية ليرنر في الآتي:

- سلم ليرنر بشكل قاطع بأن التخلف هو أحد مراحل التطور في الوقت الذي أغفل فيه العوامل التي أدت إلى السكن في المدن وكيف حدث ذلك؟ وهل يمكن أن يحدث ذلك بنفس الطريقة وبنفس السرعة؟ كما أنه لم يناقش نسبة التعليم في العواصم الكبرى التي أطلق عليها مدن الصفيح، وهل أدى تعرضهم لوسائل الإعلام إلى التعلم؟ وما مضمون ما تعلموه؟ ولم يقدم تعليلا لتلك التساؤلات (عاطف الرفوع: 2000، 78).
- لم يفرق ليرنر بين التحديث والتنمية واعتبرهما شيئا واحدا، فالتنمية عملية شاملة، بينما التحديث يمكن أن يكون المظهر المادي للتنمية.
- أغفل ليرنر الجانب التاريخي الذي أدى إلى التقدم في بعض المناطق من العالم والتخلف في الجانب الآخر، كما أغفل التبعية كإفراز من إفرازات السيطرة الاستعمارية.
- إن ليرنر بدعوته تحطيم البنى الاجتماعية التقليدية للبلدان النامية وبالتالي تقمص الأدوار والأنماط الاجتماعية الغربية فإنه يحطم أي محاولة نهوض حضارية ذاتية ما دفع العديد من



الباحثين في هذا المجال إلى وصفه بالعرقية (عاطف الرفوع: 2000، 78).

- اختزال التنمية في نظرة سيكولوجية وإغفاله للأبعاد التاريخية والسياسية والاجتماعية والثقافية فضلا عن تحيزه للنموذج الغربي وطرحه لنموذج وحيد قابل للتكرار في دول العالم الثالث (محمد سعد ابراهيم: 1998، 158).

### روجرز وانتشار المستحدثات (Diffusion of Innovation):

تم اعتناق انتشار المستحدثات في العالم الثالث كمنظور تنموي للإعلام انطلاقا من نموذج الانتشار، الذي يرى في الإعلام عاملا أساسيا لحدوث القفزة التنموية التي تستهدف انتشار التعليم وانخفاض نسبة الأمية، ونشر وسائل الإعلام والتجديد. واستحوذ هذا الأنموذج خلال العقدين السادس والسابع من القرن الماضي على اهتمامات الباحثين الإعلاميين بدرجة فائقة، حيث بلغ عدد الدراسات التي أجريت عام 1968 (2800) دراسة (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد: 2007، 38).

وأعيرت مسألة الأفكار المستحدثة أهمية خاصة، فالوسائل الجديدة لا تعني فقط أن المجتمع قد توصل إلى أساليب أكثر فعالية في معالجة مشاكله التقنية في الإنتاج، بل قد تؤدي إلى إحداث تغييرات جديدة في التنظيم الاجتماعي القائم تهدد السلطة التقليدية وطرائق التفكير المتعارف عليها، وقد قوبلت هذه المسألة بحماس شديد في أجزاء كثيرة من العالم وخاصة في مجال الزراعة، إذ اعتمدت هذه المسألة من أجل زيادة الإنتاج الزراعي وهو ما نجحت فيه الولايات المتحدة الأمريكية نجاحا باهرا (محمد ناجي الجوهر: 1986، 71).

ويمكن اعتبار دراسة فراي (Frey) التي أجريت على فلاحين في غرب أيوا حول ما يتعلمه الفلاحون من طرق تقليدية للسيطرة على تآكل التربة، وبين الطرق المقترحة لذلك من أشهر

الدراسات التي أجريت في هذا الإطار، فقد خرجت الدراسة بنتيجة مفادها أن أربعة أخماس الفلاحين تبنوا إجراءات للسيطرة على تآكل التربة، ويذكر فراي أن 40 بالمائة من الفلاحين قد فسروا أسباب إبطائهم في تبني الإجراءات بأنهم لم يكونوا مستفيدين ماليا من جراء التغيير (عاطف الرفوع، 2000، 80).

وفي عام 1962 أصدر روجرز (Everett Rogers) كتابه نشر الأفكار المستحدثة (Diffusion of innovations)، واعتبر التحديث " العملية التي يتغير من خلالها الأفراد من أسلوب الحياة التقليدية إلى الحياة الأكثر تعقيدا، حيث التكنولوجيا المتقدمة والتغيير السريع في نمط الحياة". (Shaouki Mohammad Barghouti: 1971, 7). ولخص في كتابه ما يزيد على 500 بحث ومقالة أعدت خلال سبع سنوات من الدراسات التطبيقية عن تقديم ونشر الأفكار الجديدة داعما بذلك ظهور نظرية عامة عن انتشار الأفكار المستحدثة. وتجلت هذه النظرية في أن الأشخاص الذين يتعرضون إلى وسائل الإعلام يتشربون المعلومات المتدفقة من مصادرها الإعلامية، ويتضمن هذا النموذج أربع مراحل أساسية هي:

- التجديد: وهي كل فكرة يراها الفرد جديدة.

- تصل عبر قناة ما.

- في فترة زمنية معينة.

- بين نظام اجتماعي واحد.

وتمر مرحلة التبني للفكرة الجديدة بعدة مراحل بداية من الإدراك للفكرة، فمرحلة الاهتمام، ومن

ثم مرحلة التقييم، وأخيرا مرحلة التبني. وسنأتي على شرح هذه المراحل فيما يلي:

- الفكرة المستحدثة:

هي الفكرة التي يتصور صاحبها أنها شيء جديد لا شبيه له، ولا يهم كثيرا في مجال السلوك البشري سواء أكانت الفكرة حقيقة جديدة أم لا عندما تقاس بمدى الفترة الزمنية التي تنقضي من لحظة ظهورها أو استخدامها، فحداثتها بالنسبة له هي التي تنقضي من لحظة ظهورها، فحداثتها بالنسبة له هي التي تحدد طريقة تصرفه حيالها.

- انتقال الفكرة من شخص إلى آخر:

الانتشار هو العملية التي تذاق بواسطتها الفكرة الجديدة وتنطوي على خروج فكرة جديدة من مصدرها إلى الذين يستخدمونها أو يعتقدونها، أساس هذه العملية هو التفاعل الإنساني الذي من خلاله ينقل الشخص فكرة جديدة إلى شخص آخر (محمد ناجي الجوهر: 1986، 72).

- التنظيم الاجتماعي السائد:

تؤثر المعايير الاجتماعية بالتنظيم الاجتماعي للقائم على عملية انتشار الأفكار الجديدة والمعيار الاجتماعي هو النمط السلوكي الشائع بين أفراد تنظيم اجتماعي معين، وقد تكون هذه أنماط تقليدي تقلل من إمكان اعتناق الأفكار الجديدة أو قد تكون عصرية تشجع اتباع الأفكار.

- الفترة الزمنية للانتشار:

قد يسمع الشخص بالفكرة الجديدة، وقد يقر استخدامها بعد أن تكون قد جذبت انتباهه، ثم يحدد مدى فائدتها له، ثم يحاول تجربتها ثم اعتناقها أو تبنيها. والتبني يمر بخمس مراحل هي الإدراك، الاهتمام، التقييم، المحاولة ثم التبني. وتختلف المدة الزمنية اللازمة لتبني الفرد لهذه الفكرة أو تلك. وعلى هذا قسم روجرز الأفراد حسب سرعة تبنيهم للأفكار إلى خمس فئات على النحو الآتي:

- المبتدعون للأفكار: وهم من يتبنون الأفكار قبل غيرهم ويكونون 2.5% ويتسمون بروح المغامر، وقيمون علاقات خارج نطاق الجماعة التي ينتمون إليها، ولهم القدرة العالية على تحمل الخسارة وعلى فهم الأفكار الصعبة والقدرة على تطبيق الأساليب المعقدة.
  - المتبنون الأوائل: ويكونون 13.5%، يحظون باحترام أقرانهم، متفتحون على العالم الخارجي، ويتطلع الآخرون إليهم لطلب النصح والمعرفة، وينظر إليهم نظر احترام وتقدير باعتبارهم يمثلون الأفكار الجديدة.
  - الغالبية المتقدمة: ويكونون 34%، يتسمون بإطالة التفكير قبل اتخاذ قرر التبني.
  - الغالبية المتأخرة: ويكونون أيضا 34%، متشككون، ويتبنون الأفكار بناء على ضرورة اقتصادية وردا لضغوط اجتماعية متزايدة. لا يبنون الأفكار إلا بعد التحقق من أن غالبية كبيرة من أقرانهم قد فعلت ذلك.
  - المتكئون: ويكونون 16%، هم آخر من يتبنى الفكرة المستحدثة، ويستمدون نقاط الارتكاز في تفكيرهم من الماضي، وقراراتهم تصدر في صيغ مستمدة مما قام به الناس، وعندما يتبنون فكرة ما، تكون قد تركت مكانها عند المبتكرين لها وحلت محلها فكرة جديدة، وغالبا ما يعلنون شكهم في الأفكار المستحدثة، وأعمارهم تميل إلى الكبر ( محمد ناجي الجوهري: 1986، 77-78).
- وهناك تصورات حول الخصائص الشخصية التي تقتنن بالأفراد الذين يبدو أنهم يقعون ضمن كل فئة بشكل منتظم، (فالمبتكرون) مثلا ظهر أنهم نوع لديه استعداد لركوب المخاطر وتعلم أي أفكار جديدة، كما أن المتبني الأول على قدر أكبر من التعلم ولديه خبرات زراعية أكبر ومركز اجتماعي أعلى ومشاركة اجتماعية أكبر من غيرهم من الفلاحين.

وتعتبر دراسة روجرز المبكرة من أشهر الدراسات في هذا الصدد، إذ ركز على (دور وسائل الإعلام في نشر الأفكار والمستحدثات الجديدة (عاطف الرفوع: 2000، 81)، وانتهى روجرز، إلى أن معرفة القراءة والكتابة، والتعليم والمرتبة الاجتماعية والعمر والتفتح على ثقافات مختلفة، ترتبط بطرق التفكير والطموحات والتعاطف والقدرة على الابتكار، كما انتهى روجرز إلى أن التفتح على وسائل الإعلام هو المتغير المؤثر بالإضافة إلى التعليم، ويعتبر ذلك مؤشرا للتنمية، وذهب أيضا إلى أن ذلك يقوي حوافز الإنجاز ويقلل من الإيمان بالقدر، وأدى ذلك بدوره إلى رغبة أقوى من تجربة المنتجات والمناهج الجديدة ويشجع الطموحات.

وقد شهدت فترة السبعينيات بعض الدراسات التي ألفت بظلمها على طريقة الانتشار، ففي هذا الصدد أشار شولتز (Sholts) إلى أهمية المعارف العلمية ودورها في إبطاء عملية الانتشار، في حين رأى هيدبرو (Hedebro) أن دور رأس المال في إبطاء عملية الانتشار أكبر من دور تلك المعارف.

### نقد النظرية:

الملفت للنظر أن روجرز قد انتقد نظريته في مرحلة متأخرة، واعتبر أنها قد ساهمت في توسيع الفجوة الاقتصادية والاجتماعية بين سكان الأرياف وسكان المدن. فطريقة الحياة في الريف مختلفة (Omar Ismail El-Khtib, 1985, 102). كما اعتبر روجرز الأفكار المستحدثة فكرة تكنولوجية تناسب النموذج القائم على إدخال التكنولوجيا وعلى نموذج اتصالي يمتد من القمة إلى القاعدة (عاطف الرفوع، 2000، 82). وأشار إلى أن الأبحاث التي جرت في العالم النامي برهنت على دور انتشار الأفكار المستحدثة في توسيع الفجوة بين الاقتصادية والاجتماعية بين سكان الأرياف (محمد ناجي الجوهر: 1986، 80).

وأشار بعض الدارسين الإعلاميين في حقل التنمية أن أنموذج روجرز قد أهمل الظروف الخارجية في إعاقه قبول المستحدثات لدى الفلاحين، وأكد بعضهم على عدم كفايته من منطلق أن التكنولوجيا الجديدة لا تناسب وضع الفلاحين، ومن منطلق أيضا عدم الاهتمام بالموارد المحلية التي يستخدمها الفلاح التقليدي. كما لم يفرق بين الأفكار الضارة وغير الضارة، وتصور الاتصال كعملية رأسية تركز على المستقبل ودوافعه تجاه تبني أو رفض الأفكار ونتيجة لذلك تجاهل الباحثون رجوع الصدى ولم يحاول معرفة ما إذا كان رفض الفكرة راجع إلى عدم جدواها أم لقصور المعلومات المقدمة للجماهير (محمد منير حجاب(ب): 2003، 141).

كما وجه هيدبيرو انتقادا لهذه النظرية لاعتمادها على المفهوم الغربي للتنمية في العالم الثالث، ذلك أن التنمية لدى روجرز في مراحلها الأولى هي التحديث على مستوى النظام الاجتماعي، وكل ما تحتاج له دول العالم الثالث تقنيات جديدة، قيم جديدة، منتجات جديدة ونظام اجتماعي جديد، وبذلك لم يخرج من عرقية ليرنر (عاطف الرفوع، 2000 80)، إلا أن تجارب العالم النامي في التنمية تدل على أن ما تم لم يحقق إلا ما كان يراد به (محمد ناجي الجوهري: 1986، 81).

كما أهمل روجرز أيضا العلاقات الاقتصادية الدولية في القرن التاسع عشر، وما اقترفته من تبعية للغرب وبالتالي تفاقم الفجوة الاقتصادية بين البلدان النامية والبلدان الفقيرة.

#### شرام والتنمية القومية:

يعتبر كتاب شرام (Schramm) عن وسائل الإعلام ودورها والتنمية (mass media and national development) من أكثر الكتب شهرة في حقل الاتصال ودوره في التنمية القومية.

ويؤكد "شرام" حاجة الدول النامية إلى نظام إعلامي وطني قوي، ويعبر عن تفاؤله بدور وسائل الإعلام في التنمية الوطنية بقوله: "إن وسائل الإعلام وهي الأدوات الكبرى لتضخيم الأحداث وأفضل أمل للأمة في تعويض بعض تخلفها الإعلامي، والحفاظ بالقدر الذي يمكن للمعلومات أن تساعد به على الالتزام بالجدول الزمنية للتنمية الوطنية، ولهذا السبب فإن على الدول النامية أن تنظر بعناية إلى الفائدة التي تحققها من استخدام وسائل الإعلام" ( Wilbur Schramm : 1964, 254)

يستهل شرام كتابه بوصف عائلتين متخلفتين، الأولى من إفريقيا دعاها (إيفي) والثانية من آسيا ودعاها ( بوفاني) أبرزهما كأنموذج للأسرة المتخلفة في العالم الثالث، من خلال أوضاعهما التي تتصف بانتشار الأمراض، والأوبئة المعدية، وسوء التغذية، والأمية، والعمل بالزراعة بطرق آلية بدائية وضعف الإنتاجية، وسيطرة نظام اجتماعي تقليدي قبلي محكم، يحدد نوع العمل الذي تمارسه المرأة ويتسم بسيطرة الأب الذي غالبا ما تؤخذ أحكامه وتنفذ بشكل جدي. وقد كشف شرام موقف البنى الاجتماعية التي تعكس السلوك الإنساني لهاتين العائلتين، مما دفعه إلى اعتبار أن عملية التنمية عملية إنسانية، وهي تغيير الناس لأنفسهم وجوهرها اقتصادي يتحقق بالزيادة في الدخل الفردي عن طريق زيادة القوة الإنتاجية للمجتمع، والتي تعتبر الصناعة عمودها الفقري مع تطوير للزراعة من أجل تقليل نسبة العاملين فيها وبالتالي تشجيع العمل في الصناعة.

ويؤكد شرام على الجوانب الصحية في حياة المجتمع ودورها في تحريك التنمية القومية، كما يؤكد على المشاركة الاجتماعية والتعاون المجدي في سبيل تحقيق ذلك.

ويرى أن التغيير الاجتماعي أمر ضروري للانطلاق نحو العملية التنموية وذلك بإدراك الناس للحاجات التي لا تستطيع العادات القائمة أن تلبيها ولا السلوك الحالي إشباعها، ثم أن تخترع أو

تقتبس السلوك الذي يقربها من مواجهة هذه الحاجات. وهنا يكمن دور وسائل الإعلام التي تستخدم لجر أقدام الناس لذلك، فالإعلام الذي يتزايد تداوله هو الذي يضع بذرة التغيير، إذ يهيء المناخ للتنمية الوطنية، فهو يسير خبرة الخبراء، حيث تقوم الحاجة إليها ويقدم المنبر للمناقشة، وهو يرفع المستوى العام للتطلعات التي تدفع إلى عملية التحول العصري، إذ تدفع الفلاح لأن يكون مالكا للأرض، وتدفع ابنه لتعلم القراءة والكتابة، وليحصل على عمل في المدينة وتدفع زوجة الفلاح لأن توقف الولادة الخ (عاطف الرفوع: 2000، 84).

ويعمل الإعلام على ربط أجزاء الوطن، وفك العزلة عن المجتمعات وربطها بعضها ببعض، ويجعل الحوار فيما يتعلق بسياسة الدولة ميسورا على نطاق البلد كله، ويجعل الأهداف الوطنية والمنجزات الوطنية ماثلة أمام أعين العامة وأذهانها.

كما يرى شرام أن الإعلام إذا أحسن استخدامه يمكن أن يساعد على توثيق عرى البلاد بجماعاتها المتباعدة وثقافتها الفرعية المتباينة، وأفرادها وجماعاتها المنطوية على نفسها وتنميتها المنفصلة، وأن يجعل خطة التنمية وطنية حقيقية، فهكذا ينظر شرام لدور الإعلام في التنمية إلا أنه يشير إلى مجموعة من المعوقات التي تجعل من التغيير ليس بالعملية السهلة وهي على الشكل التالي:

أ- الرابط الثقافي: يرى شرام أن العادة والأسلوب المراد تغييره مرتبط بعبادات ومعتقدات أخرى، لذلك فإن التغيير الشامل الذي يحدثه في المجتمع بأسره في الناس ككل (محمد ناجي الجوهري: 1986، 84).

ب- العلاقات الاجتماعية: إن الأفراد الذين عليهم أن يتغيروا يعيشون في جماعات والقيم التي يتمسكون بها أمور مشتركة عند الجماعة لا يتعاونون بها ويدافعون عنها مجتمعين، فإن وقف فرد



في وجه القيم الجماعية يعني أحد الأمرين إما أن تتغير الجماعة نفسها أو أن يتركها لجماعة أخرى ( عاطف الرفوع: 2000، 85).

لذلك فإن التغيير الاجتماعي يكون بالغ السهولة، إذا لم يخرج عن القيم الجماعية، إلا أن مناقشة واتخاذ قرار جماعي بشأنه يعجل ويبسر حدوث التغيير.

### ج- المهارات العصرية:

تحتاج التنمية إلى مجموعة من المهارات المختلفة التي تعتبر ضرورية لأي تغيير اجتماعي يهدف نحو التحضر العصري، وتتمثل تلك المهارات في القراءة والكتابة وهي مهارة عامة، وهناك مهارات خاصة مثل إصلاح الراديو والآلات الزراعية، وتشغيل الآلات والعد ومسك الدفاتر والمساحة والطب والصيدلة ( عاطف الرفوع: 2000، 86).

ويقر شرام أن وسائل الاتصال جماهيري تستطيع أن تلعب دورا في تذليل العقبات والصعوبات التي تواجه التنمية، من خلال:

- قدرتها على التبليغ والإعلام وتكوين آراء الجماهير عن العالم غير المحلي.
- مساعدة أهل الدولة على فهم الغير وكيفية عيشهم، مما يجعلهم ينظرون إلى أنفسهم نظرة جديدة متفحصة.
- تركيز الاهتمام على مسائل معينة دون غيرها، ما يعني أن انتباه الجمهور يمكن أن يظل مركزا على التنمية والعادات والسلوكيات الجديدة.

- رفع التطلعات عاليا بشرط أن تشبع وأن يكون هناك قدر من التناسب بين ما يثار به الناس لاشتهائه وبين ما يمكنهم الحصول عليه.
- المساعدة غير المباشرة في تغيير الاتجاهات.
- تغذية القنوات العاملة فيما بين الأشخاص.
- وهب المكانة وزيادة نفوذ الفرد والجماعات.
- توسيع رقعة الحوار الخاص بالخطوة من خلال تغطية الأنباء والمشكلات المحلية.
- فرض أوضاع اجتماعية فهي تستطيع أن تنشئ في أذهان الناس قواعد للسلوك التنموي،
- المساعدة في تربية الذوق من خلال المساهمة في ذبوع المؤلفات الموسيقية والأغاني بحيث تجعلها محبوبة ومألوفة.
- لها أهمية في عملية اتخاذ القرارات التي تسير التنمية الاجتماعية والاقتصادية.
- المساهمة في جميع أنماط التعليم والتدريب، وجميع أشكال تعليم الكبار والتدريب على المهارات، خاصة في حالة عدم توافر معلمين ومدربين (محمد ناجي الجوهري: 1986، 85-88).

#### نقد نظرية شرام:

لا يختلف شرام عن غيره من علماء الاتصال الاجتماعي الغربيين، فقد سلك مسلكهم في اعتبار النمط الغربي هو الأنموذج الأمثل الذي يجب أن يتوجه نحوه أبناء العالم الثالث، وهو بذلك

يغفل كغيره من علماء الاتصال استحالة حدوث نفس الشروط والظروف التي أوصلت الغرب إلى تلك الحالة من التطور التكنولوجي والمادي.

كما يتفق شرام مع غيره من الباحثين الغربيين في هذا المضمار على ضرورة حدوث التغيير الاجتماعي الشامل وفقا لما يمليه أنموذج التحديث الذي أتى به ليرنر، لذا فإن شرام لا يدعو البلدان النامية إلى التطوير حسب الشكل السائد في العالم الغربي، دون النظر إلى ظروفها التاريخية التي مرت بها وخلقت منها الوجه الآخر للتقدم الاقتصادي الذي يعيشه الغرب.

ومن خلال النظريات الثلاث السابقة يتضح أنها تشترك في دعوتها لبلدان العالم الثالث إلى أن تصبح مثل الغرب، وفي ذلك تشويه لبنائها الاجتماعي والثقافي وقتلا لروح الإبداع والنهوض الذاتي، كما أن تلك النظريات قد أغفلت الظروف التاريخية التي مرت بها شعوب العالم الثالث ممثلة بالاستعمار وآثاره الاقتصادية والثقافية والاجتماعية. كما ركزت على الجانب المادي والتكنولوجي في تنمية بلدان العالم الثالث وهي بذلك تزيد من التبعية ومقدار الفجوة الاقتصادية بين العالم النامي والعالم الصناعي (عاطف الرفوع، 2000، 87).

### النظرية التنموية: الإعلام التنموي وفق النظام الإعلامي الجديد

نظرا لاختلاف ظروف العالم النامي، وخاصة الدول التي ظهرت للوجود في منتصف القرن العشرين، والتي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لا بد لهذه الدول من أنموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية، ويناسب هذا النموذج الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية، فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينيات من القرن الماضي (سعاد جبر سعيد: 2008، 90-91) في إطار جهود اليونسكو، حيث برزت الدعوة إلى إقامة نظام إعلامي دولي جديد باعتباره من اللوازم الأساسية لمواجهة الاختراق الثقافي ودمج سياسات

الاتصال في استراتيجية التنمية. وقد اتخذ هذا المفهوم مكانته عام 1976 في اجتماع لخبراء الاتصال لدول عدم الانحياز في تونس، وتوجت تلك الجهود بتقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال " تقرير ماكبرايد" الذي قدم لليونسكو في فيفري 1980 (فرنسيس بال: 1982، 23).

وتقوم النظرية على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة ماكبرايد حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، والذي أكد في تقريره أن "الاتصال يعتبر موردا رئيسيا من موارد التنمية، ووسيلة لضمان المشاركة السياسية الحقيقية وقاعدة معلومات مركزية لتحديد الاختيارات السياسية، وأداة لخلق الوعي بالأولويات القومية" (شون ماكبرايد وآخرون: 1981، 43).

إن المبادئ والأفكار التي تضمنتها هذه النظرية تعتبر مهمة ومفيدة لدول العالم النامي، لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية، كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات.

وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية، حسب الظروف السائدة، إلا أنها في الوقت نفسه تفرض التعاون وتدعو إلى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية.

وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي.

وتتلخص أفكارها فيما يأتي: (محمد منير حجاب(أ): 2000، 167)

- أن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.

- أن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.
- يجب ان تعطى وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.
- أن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا.
- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الإعلام لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.
- أن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.
- كما يحدد مصطفى المصمودي المهام الجديدة للإعلام التنموي في دول العالم الثالث على ضوء مفهوم النظام الإعلامي الجديد في النقاط الآتية (مصطفى المصمودي: ع 94، أكتوبر 1985، 128-138):
- ضرورة الارتباط بأهداف التنمية الشاملة وخططها، وضرورة التكامل بين السياسات الثقافية والسياسات الاتصالية.
- تدعيم الانتماء القومي والرغبة في المشاركة السياسية، وخلق الوعي لدى الجماهير بأهمية الاكتفاء الذاتي والاعتماد على النفس.
- بناء نموذج اتصالي يقوم على المشاركة ويحقق ديمقراطية الاتصال.
- تشجيع الحوار حول التنمية وتركيز الاهتمام على جهود منشطي التنمية وقادة الرأي، فمن خلال هؤلاء تستطيع وسائل الإعلام التأثير على مجرى الأحداث.

- تحرير المجتمع من التواكل والجمود، وتشجيع المطامح الشخصية، وحث المتساكتين على تحسين ظروف حياتهم بالعمل البناء.

- تشخيص وتسجيل التحولات الاقتصادية ورصد الاكتشافات الجديدة، وكشف الانعكاسات التي قد تكون عائقا في سبيل التنمية.

وفي إطار جهود المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، برزت الدعوة إلى إقامة نظام إعلامي عربي جديد، حيث أقر المؤتمر العام للمنظمة في ديسمبر 1985، تقرير اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، والذي تضمن تصورا للنظام الإعلامي العربي الجديد، حيث أكد التقرير أن التنمية بمفهومها الشامل مازالت بعيدة عن متناول وسائل الإعلام العربية، وأنها غالبا ما تهتم بالمنجزات اليومية وتعالجها من جانب دعائي جزئي، ولا تولي الاهتمام الكافي لتناول بنية التنمية وأهدافها وأولوياتها، ونادرا ما تشترك الجماهير في الحوار حولها، بل تلعب وسائل الإعلام أحيانا دورا سلبيا، عندما لا تهتم بمعالجة سلبيات الخطة وإخفاقاتها، وعندما لا تتخذ مواقف حازمة وجدية في مواجهة معوقات التنمية، وفي تنشيط المشاركة الشعبية في عملية التنمية (محمد سعد ابراهيم: 1998، 166-167).

وعلى إثر كل هذا وفي إطار مفهوم النظام الإعلامي العربي الجديد يمكن تحديد المهام الجديدة للإعلام التنموي في العالم العربي فيما يأتي (مصطفى المصمودي: ع 94، أكتوبر 1985، 283):

❖ السعي لإيجاد تفهم أحسن بين الحاكم والمحكوم وتوفير فرص الحوار والتعبير عن مختلف القضايا.

❖ الحرص على تعزيز حقوق الإنسان وصيانة الأمن العام والسيادة الوطنية.

- ❖ دفع المواطنين للمشاركة في الحياة العامة وإفهامهم مجموعة الاختيارات الوطنية.
- ❖ ترسيخ الإيمان بالتكامل الاجتماعي والروح الجماعية.
- ❖ الاهتمام بالبنية الهيكلية للتنمية ومناقشة أولوياتها وكشف معوقاتهما.
- ❖ الدعوة لإقامة نظام اقتصادي عربي جديد يأخذ في الاعتبار التكامل الاقتصادي العربي.
- ❖ حماية الهوية الثقافية والإسلامية والتصدي لمحاولات الاختراق والتخريب الثقافي التي تروج له وسائل الإعلام الغربية والصهيونية.
- ❖ استكمال التحرر الثقافي وإنهاء كافة أشكال التبعية الثقافية والفكرية.

#### نقد النظرية:

لم تسلم هذه النظرية أيضا من انتقادات المختصين رغم الأهداف التي سطرت من أجل تحقيقها، فالمتمأمل لواقع الإعلام التنموي سواء في العالم الثالث أو في العالم الغربي، يلاحظ عمق التناقض بين عناصر النظام الإعلامي الدولي الجديد وهذا الواقع، حيث لم تتجح هذه الدول في صياغة سياسات إعلامية تنموية ملائمة لظروفها ومن ثم أصبح الوضع الحالي لوسائل الإعلام من ناحية الشكل (البناء الطبقي لتدفق المعلومات) والمضمون (إعطاء صورة واحدة للتغيير) أمرا يتطلب مراجعة شاملة (مصطفى المصمودي: ع 94، أكتوبر 1985، 168).

ويؤكد فاروق أبو زيد التناقض بين حماس الحكومات العربية لإقامة هذا النظام الجديد ورغبتها في وضع حدود على وسائل الإعلام الدولية والمحلية بقوله: " إذا كانت الحكومات صادقة في تحمسها للنظام الإعلامي الجديد، فعليها أن تربط مطالبها الدولية بالنص على تطبيقاته المحلية

من خلال تعديل نظام تبادل الأنباء ليكون أكثر عدلا وتوازنا بين الحكام والمحكومين، ومن خلال معالجة احتكار السلطات السياسية لملكية وسائل الإعلام، وإلغاء القيود المفروضة على ملكية وسائل الإعلام وحرية إصدار الصحف" (فاروق أبو زيد: ع 128، أكتوبر 1989، 77-78).

ولصياغة سياسات إعلامية تنموية ملائمة يقول محمد سعد ابراهيم: " إن المدخل الصحيح، يتمثل في إعادة النظر في الأنظمة الإعلامية المختلطة التي لا تتيح حرية التعبير، ولا تحقق ديمقراطية الاتصال.... ففي ظل الاحتكار الحكومي لحق الإعلام، وغياب ديمقراطية الاتصال تصبح الأولوية لتدعيم الأوضاع القائمة، وتراجع التنمية الوطنية خاصة إذا اصطدم التغيير الاجتماعي والسياسي والثقافي بمصالح السلطات السياسية الحاكمة." ( محمد سعد ابراهيم: 1998، 168)

ومن خلال استعراض نظريات الإعلام التنموي في دول العالم الثالث يمكن أن نوجز الملاحظات التالية:

- لا يوجد نموذج واحد للاتصال والتنمية يصلح للتطبيق في كافة الدول النامية، ومن ثم تبدو أهمية صياغة نماذج بديلة تلائم واقع المجتمعات المختلفة دون إغفال ما توصلت إليه النظريات والنماذج السابقة من نتائج.
- أن أزمة الإعلام التنموي تكمن في الأساس في الممارسات الإعلامية، وطبيعة العلاقة بين السلطات السياسية ووسائل الإعلام، وما لم تعد صياغة هذه العلاقة على أسس عادلة ومتوازنة، سيظل الإعلام التنموي مجرد شعار للدفاع عن الأوضاع القائمة وتكريسها.



- دور وسائل الإعلام في عملية التنمية دور مساند أو مشارك، يتمثل في المساعدة على تهيئة مناخ موات للتنمية.
- أن نجاح الدور التنموي لوسائل الإعلام يتوقف على مدى تحديد ديمقراطية الاتصال، بمعنى تزايد التنوع والتعدد في المضمون، وتزايد المشاركة الشعبية في العملية الاتصالية، وتمثيل كافة التيارات والقوى الاجتماعية والسياسية في وسائل الإعلام كما وكيفا.
- أن الدور التنموي لوسائل الإعلام ينبغي أن يأخذ في الاعتبار تكامل الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لعملية التنمية (محمد سعد إبراهيم: 1998، ص 169).

#### 5-4- التخطيط للإعلام التنموي واختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة:

##### 5-4-1- التخطيط للإعلام التنموي:

من المهم جدا أن تضع الوسيلة الإعلامية في حساباتها قبل المجازفة بتقديم رسالة تنموية للمتلقى، أن عليها أن تضع خطة تكون مكملة لخطة التنمية. وأول سؤال يمكن أن يصادف رجل الإعلام هو كيف يعد خطته الإعلامية في خدمة التنمية هو: هل البيئة مدركة لواقعها المتخلف؟ لأن إدراك الوضع المتخلف هو أول الخطوات لاجتياز هذا الوضع، ثم يبدأ رجل الإعلام مهمته في:

- معرفة الواقع من خلال الحصول على كل الإحصاءات والميزانيات وكل ما يتعلق بالتنمية، ولا بد عليه أن يجتهد للحصول على أكبر قدر من المعلومات، وأن يعايش الناس ويتحسس مشاكلهم.
- تحديد الأهداف التي تسعى خطة الإعلام لتحقيقها، وهي بالضرورة مرتبطة بخطة التنمية، ولا بد أن يربط رؤيته للأهداف بالنظرة العلمية.

-اختيار أنسب الوسائل لتعبئة الجماهير وحشدها وراء التنمية وسنأتي إلى ذكر أهم الطرق لاختيار الوسيلة المناسبة في الجزء الموالي.

-المتابعة والتقييم للخطة الإعلامية وقياس أثرها حتى يمكن تعديلها وفق المسار الذي وضع لها (محمد سيد محمد: 1979، 238-241).

#### 5-4-2- الأسس العلمية لاختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة للإعلام التنموي:

تحتل وسائل الإعلام مكانة هامة بين عناصر عملية الإعلام التنموي، وعلى هذا فإن التعرف على الوسيلة الإعلامية ومعرفة إمكاناتها وخصائصها واستخداماتها يعد أحد الجوانب الإستراتيجية، التي تهم أي مسؤول عن الإعلام التنموي. فتحديد الوسيلة يفيد في معرفة التأثيرات التي سوف تحدثها في الجمهور واتجاهاته وسلوكاته، كما تفيد في معرفة التأثيرات الخاصة للوسائل على ما تنقله الرسائل، حيث تختلف طبيعة المعالجة للرسائل باختلاف الوسيلة المستخدمة.

وتختار وسيلة الإعلام في المجال التنموي في ضوء مجموعة من الاعتبارات هي:

#### ○ المناسبة للفكرة:

تكون الفكرة المضمون الأساسي للرسالة الإعلامية التي اختارها القائم بالاتصال التنموي للتعبير عن أهدافه، وتأخذ عدة أشكال، فقد تكون لفظية على شكل عبارات تقال، أو تقرأ، أو يعبر عنها في شكل أفعال أو أشياء تحمل المعاني التي نقصدها للآخرين. وقد تستخدم لغة الإشارات المتمثلة في حركات الجسم، والألوان للتعبير عن المشاركة الوجدانية للآخرين، وقد يستخدم أكثر من شكل للتعبير عن الفكرة أو المعنى.

○ المناسبة للأهداف المتوقعة:

تعتمد الأهداف على محتوى الرسالة الإعلامية، وتتأثر إلى حد كبير بحاجات الجمهور المستقبل لهذه الرسالة، ويساعد تحديد الأهداف على اختيار الوسيلة المناسبة من ناحية وعلى تحديد ما سوف تسهم به هذه الوسيلة من خلال تنظيم وترتيب تقديم محتوى الرسالة لتحقيق الهدف المحدد.

○ قدرة الوسيلة على إشباع احتياجات الجمهور:

يعد الجمهور عنصرا أساسيا للتخطيط لاختيار الوسائل، من خلال معرفة خصائصه الخاصة ( الحجم، السن، التوزيع الجغرافي، حالمستوى الثقافي والتعليمي.....) وكذلك خصائصه النفسية واتجاهاته وميوله وعاداته، إلى غيرها من العوامل التي تساعد الخبير الإعلامي على اختيار الوسيلة المناسبة لتحديد الأهداف الموضوعية في الوقت المحدد، وبالإمكانات المادية والبشرية المناسبة. ولا شك أن اختيار وسيلة إعلام غير مناسبة سيؤدي إلى فشل الرسالة الإعلامية.

○ مناسبة وسيلة الإعلام للقدرات الاتصالية للقائم بالاتصال:

فالإعلامي الذي يفتقد مهارات الاتصال الشخصي يكون من الأفضل له استخدام الوسائل المطبوعة أو المقروءة للاتصال بجمهوره، وبالعكس فالذي تتوفر فيه القدرات الإقناعية يفضل له استخدام القنوات الإذاعية والتلفزيونية.... وينبغي لمسؤول الإعلام التنموي أن تتوفر لديه المهارة في استخدام اللغة اللفظية سواء كانت منطوقة أو مكتوبة، وأن يكون ملما برسالته، عالما بكيفية تصميمها بطريقة تتناسب مع الوسيلة المستخدمة والجمهور المستقبل لها، وذلك ليتمكن من

استخدام الوسائل المناسبة استخداما فعالا.

○ الخصائص العامة للوسيلة: والمتمثلة في :

-التغطية الجغرافية: وتعني قدرة الوسيلة على الانتشار وتغطيتها لقطاعات واسعة وتلبيتها لاحتياجات الفئات المختلفة من الجمهور.

-سرعة الوسيلة: وتعني قدرة الوسيلة على توصيل الرسالة الإعلامية للجمهور في الوقت المطلوب. ومع أن السرعة مهمة في تبليغ الرسالة الإعلامية، قد يفضل القائم بالإعلام التنموي وسيلة بطيئة كالصحف والمجلات لتقديم موضوعات مدروسة تحتاج إلى تقصُّ وتفحص ومراجعة.

-المشاركة والتجاوب: وتعني التأثيرات المتبادلة بين مرسل الرسالة ومستقبلها، حيث توجه الرسالة الإعلامية توجيهها إنسانيا سليما، إذ تساعد المرسل على تغيير أو تعديل ظروف الأداء وفقا لهذه الاستجابات.

-العمر الافتراضي للوسيلة: تختلف الوسائل الإعلامية من حيث عمرها الافتراضي لبقاء الرسالة الإعلامية، ويختار القائم بالاتصال ما يوافق غرضه.

-تكرار العرض: يعني الاستخدام المتكرر لوسيلة ما في موضوع ما، وهي خاصية تنفرد بها الوسائل المطبوعة.

- التأثير المباشر: ويعني المفاضلة بين وسائل الإعلام من حيث القدرة على مخاطبة الجمهور العام أو الخاص وفقا للأهداف الخاصة للاتصال.

مكانة الوسيلة أي السمعة التي تتمتع بها الوسيلة ومصداقيتها.

-العادات السمعية والبصرية فكل وسيلة جمهور معين، ولكل جمهور عادات سمعية وبصرية وقرائية، وتتفاوت قدرة الوسيلة في التأثير على المستقبل وفقا لنوع الحواس المرتبطة بها.

-الخصائص الفنية والإنتاجية:

ويقصد بها طريقة إنتاج المادة الإعلامية ومدى ملاءمتها لنوع المادة الإعلامية وفئات الجمهور المستقبل لها (محمد منير حجاب: 2003، 168-174).

### 5-6- دور الإعلام التنموي في الجزائر

إن الظروف والمشاكل التي عاشتها الجزائر غداة الاستقلال من اقتصاد مخرب وإدارة محطمة وأممية طاغية وفوضى عارمة، زادها تأزما البطالة، كانت مطروحة أمام وسائل الإعلام الناشئة، حيث جاء دور الإعلام في هذا الوضع البائس لوضع إطار لهذه المشاكل، وفي نفس الوقت توعية الجماهير بأن نيل الاستقلال ليس معناه أن كل شيء سيكون بخير، بل توعيتهم بأن الجزائر أمام مرحلة جديدة أي بدايات جديدة، وعلى الجماهير أن تشمر على سواعدها من أجل البناء والتشييد.

والبدايات الأولى كانت تحت رعاية جريدة الشعب ترافقها جريدة المجاهد لتوجيه الشعب للبناء والتشييد من أجل حياة أفضل.

وفي سبتمبر 1963 صدر قرار تأميم الجرائد الفرنسية التي بقيت بعد الاستقلال وهي جريدة La Dépêche De Constantine و La Dépêche d'Alger و L'Echo d'Oran التي كانت تصدر باللغة الفرنسية في المدن الرئيسية في الجزائر.

ثم نشأت صحف أخرى على أنقاضها، وهي الجمهورية باللغة الفرنسية بوهران، والنصر بالفرنسية في قسنطينة، والجمهورية باللغة الفرنسية بالجزائر العاصمة أواخر 1963، هدفها الانطلاق في النضال من أجل التنمية الشاملة وإعادة بناء ما خربته الحرب، حيث انطلقت في توعية الرأي العام بضرورة التنمية الشاملة من جهة وتدعيم وإثراء الثروة الوطنية من جهة أخرى، من خلال تشجيع العمال على مبادرة التسيير الذاتي والمساهمة في التربية والتعليم ومحو الأمية.

وفي سنة 1966، دخلت الجزائر مرحلة البناء والانطلاق في التنمية الوطنية والتشييد، حيث وضعت التصميمات والتخطيطات لمشاريع قصيرة المدى وبعيدة المدى، وكمثال على ذلك ما قام به الإعلام الجزائري في بلورة الرأي العام في الداخل، وتتوير الرأي العام العالمي بحقوق البلدان المنتجة للبتروال في أن تتصرف في خيراتها وتبسط سيادتها على ثرواتها الطبيعية (الزبير سيف الإسلام: 1986، 53).

وقد خلق الإعلام الإنمائي الجزائري جوا ملائما يبني المواطن من خلاله سياسة أو مبدأ الاعتماد على النفس، حيث كان يسجل يوميا كل الأحداث التي تجري في الجزائر من استثمار للأموال التي تصب في خزينة الدولة في مشاريع التنمية الشاملة (الاقتصاد، الصناعة، الزراعة، التربية والتعليم والبناء الحضاري)، وخلق الرجل العربي الجديد في الجزائر، وتوجيه الرأي العام لتبني المشاريع الاقتصادية والإنمائية للخروج من حالة التخلف.

ورغم ما قام به الإعلام الإنمائي في ذلك الوقت إلا أنه كان يعاني مجموعة من النقائص والمتاعب التي واجهها الصحفيون في أداء الرسالة التي لم تدحض من عزمته في خدمة البناء والتشييد ودفع عجلة التنمية إلى الأمام (الزبير سيف الإسلام: 1986، 55-56).

الفصل الثالث:

# الإطار التطبيقي للدراصة

## تمهيد:

بعد الانتهاء من جمع البيانات، تأتي مرحلة تفرغها والتعليق عليها وتحليلها وتفسيرها، وهي مرحلة مهمة من مراحل البحث العلمي، يتوصل من خلالها الباحث إلى صياغة نتائج دراسته الميدانية.

ومن خلال هذا الفصل تحاول الباحثة تفرغ البيانات المتعلقة بالدراسة التحليلية والميدانية في جداول بسيطة والتعليق عليها وتحليل المعطيات وتفسيرها انطلاقاً من التحليل الكمي والكيفي باستنتاج الأرقام وجعلها أكثر وظيفية في ضوء الخلفية النظرية التي كونتها من خلال الدراسات السابقة والإطار النظري للدراسة.



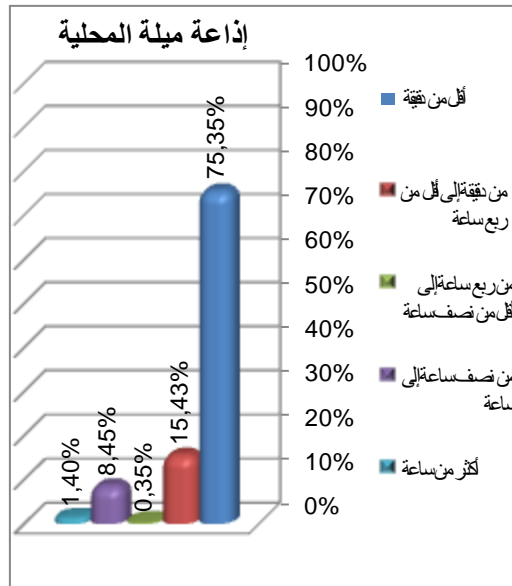
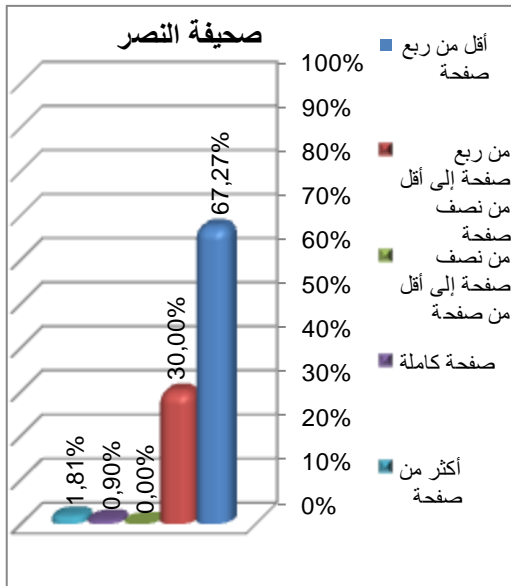
أولاً:

عرض وتحليل وتفسير  
بيانات الدراسة التحليلية

1. فئات الشكل : كيف قيل؟

الجدول رقم (03) يمثل فئة المساحة

إذاعة ميلا المحلية			صحيفة النصر		
%	ت	المساحة الزمنية	%	ت	المساحة
75.35	214	أقل من دقيقة	67.27	74	أقل من ربع صفحة
15.43	41	من دقيقة إلى أقل من ساعة	30	33	من ربع صفحة إلى أقل من نصف صفحة
0.35	1	من ربع ساعة إلى أقل من نصف ساعة	00	00	من نصف صفحة إلى أقل من صفحة
8.45	24	من نصف ساعة إلى ساعة	0.90	01	صفحة كاملة
1.40	4	أكثر من ساعة	1.81	02	أكثر من صفحة
%100	284	المجموع	%100	110	المجموع



الشكل رقم (03) يمثل فئة المساحة

يتضح من خلال الجدول رقم (03)، الذي يمثل فئة المساحة في صحيفة النصر والمساحة الزمنية في إذاعة ميله المحلية -محل الدراسة- أن مساحة أقل من ربع صفحة في صحيفة النصر قد حازت على حصة الأسد بنسبة 67.27% من مجمل الفئات، تليها فئة من ربع صفحة إلى أقل من نصف صفحة بنسبة 30%، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب فئة أكثر من صفحة بنسبة 1.81%، خصص لموضوع ذي بعد ثقافي وحضاري يحكي قصة مدينة بني حميدان في رحلة عبر الزمن من الإنسان القديم إلى أعرق العائلات بالمنطقة سنة 1962، وهو دليل على أن القضايا المطروحة بعمق قليلة مقارنة بالمساحة التي خصصتها الجريدة للمواضيع التنموية، فيما احتلت فئة صفحة كاملة المرتبة الرابعة بنسبة 0.9% بمعدل صفحة واحدة في عينة الدراسة الكلية، وهي نسبة أقل مما يقال عنها إنها غير كافية لعرض القضايا التنموية، تحدثت فيه الصحيفة في روبرتاج عن: مشاريع متأخرة وعيادات تقدم أدنى الخدمات بعلي منجلي. حيث تناولت بالشرح والتحليل وضعية المرافق المختلفة والمشاريع المتأخرة في مدينة تعتبر من كبرى المدن في ولاية قسنطينة.

بينما لم ترد فئة من نصف صفحة إلى أقل من صفحة في كل مفردات العينة وهو ما يعادل 00%.

وتدل هذه البيانات على أن الصحيفة لم تول اهتماما بقضايا التنمية على مساحات صفحاتها بالقدر الذي يلزم، خاصة وأنها جريدة تمثل جهة الشرق من جهة وعمومية تعمل كشريك للسلطة في معالجة قضايا التنمية المحلية وبالتالي التنمية الوطنية من جهة ثانية.

أما المساحة الزمنية الخاصة بالإذاعة المحلية لميلة فتشير بيانات الجدول نفسه إلى أن المساحة الزمنية الأكثر ظهورا في عينة الدراسة هي أقل من دقيقة بنسبة 75.35%، تليها من

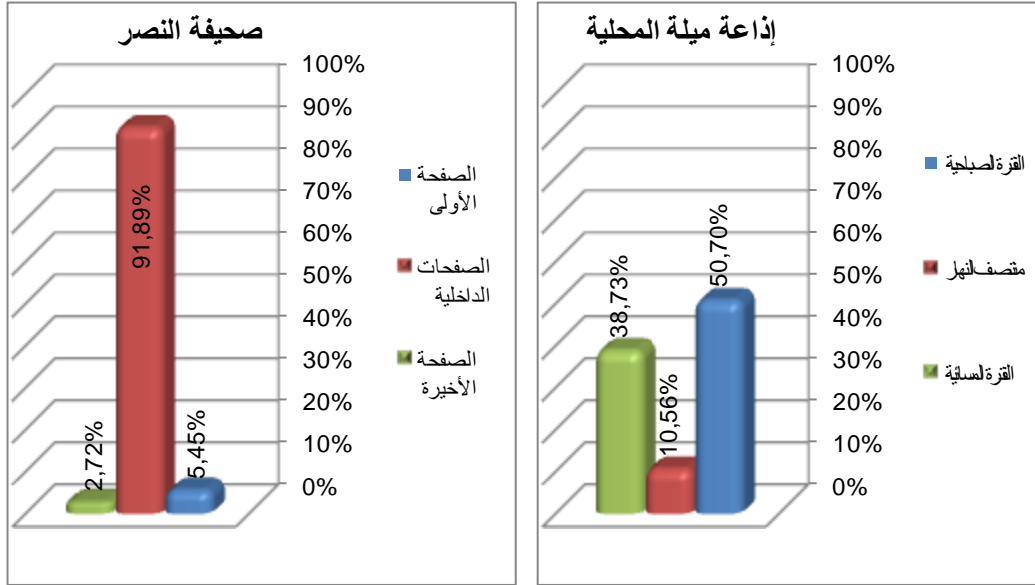
دقيقة إلى أقل من ربع ساعة بنسبة 15.43%، فئة من نصف ساعة إلى ساعة بنسبة 8.45%، لتأتي بعدها فئة أكثر من ساعة بنسبة 1.40%، في حين حازت فئة من ربع ساعة إلى أقل من نصف ساعة على المرتبة الأخيرة بنسبة 0.35%.

وتعود صدارة فئة أقل من دقيقة إلى طغيان الفقرات الإخبارية التي تتعلق بالتنمية المحلية في إذاعة ميلا المحلية والمتمثلة في نشرات وعروض الأخبار وشريط الأنباء.

ومن خلال معطيات الجدول وقراءته كليا يتضح أن كلا من صحيفة النصر وإذاعة ميلا المحلية لم توليا اهتماما بقضايا التنمية المحلية من حيث المساحة المخصصة لها، بالنظر إلى كونها من وسائل الإعلام العمومية التي تستغلها الدولة من أجل الوقوف جنبا إلى جنب مع مشاريع التنمية وتكون محفزا لها وتعمل كشريك لها من أجل تقدّم مختلف المجتمعات المحلية وتحقيق التنمية الوطنية الشاملة، خاصة وأنه من أسباب وجود هذا النوع من الإعلام (الإعلام المحلي العمومي) هو خدمة المجتمع المحلي وتطويره والوقوف إلى جانبه من أجل إحداث نقلة نوعية في كل المجالات.

الجدول رقم (04) يوضح فئة الموقع وفترة البث

إذاعة ميلا المحلية			صحيفة النصر		
%	ت	فترة البث	%	ت	الموقع
50.7	144	الفترة الصباحية	5.45	6	الصفحة الأولى
10.56	30	منتصف النهار	91.89	101	الصفحات الداخلية
38.73	110	الفترة المسائية	2.72	3	الصفحة الأخيرة
100%	284	المجموع	100%	110	المجموع



الشكل رقم (04) يوضح فئة الموقع وفترة البث

من خلال بيانات الجدول رقم (04) والشكل المرافق له، يتضح أن أكثر موقع لعرض قضايا التنمية المحلية في صحيفة الدراسة هو الصفحات الداخلية بنسبة (91.89%) في المرتبة الأولى، ثم الصفحة الأولى رغم أهميتها في المرتبة الثانية بنسبة (5.45%) فهي الواجهة التي تعبر عن شخصية الصحيفة وتبين سياستها وتوجهاتها، إلا أنها لم تقم إلا بصورة محتشمة بعرض عناوين الأخبار في الصفحة مثل ما ورد في الصفحة الأولى: مشاريع آبار وخزانات للمياه ببلدية اولاد ابراهم في البرج، لتأتي تفاصيل الخبر في صفحة محليات الداخلية، والعنوان والمقدمة في أحيان أخرى، ومن النماذج ما ورد أيضا في الصفحة الأولى حول: توزيع 511 سكنا ببلدية جيجل و 340 وحدة توزع بالطاهير نهاية السنة، ولم يتجاوز عدد مرات ظهورها في الصفحة الأخيرة 3 مرات بنسبة (2.72%)، ومن أمثلة ذلك الخبر المتعلق ب: الجمارك تنظم حملة لغرس 1500 شجيرة بغابة شطايبية.

ويلعب الموقع دورا هاما في جذب انتباه القراء إلى المادة المنشورة، وتعد الصفحتان الأولى والأخيرة من أهم الصفحات التي تجذب انتباه القارئ وتثير اهتمامه، تليهما صفحة الوسط ثم

الصفحات الداخلية، لكن يتضح مما سبق أن صحيفة النصر قد نشرت المواضيع ذات البعد التنموي بنسبة كبيرة في الصفحات الداخلية، ولم تظهر هذه المواضيع في الصفحتين الأولى والأخيرة رغم أهميتهما إلا بصورة متواضعة، وهذا يعكس قلة الاهتمام الممنوح لمثل هذه القضايا رغم ثبات أهمية الصفحتين لدى القراء مقارنة بالصفحات الداخلية.

فموقع النشر يعد مؤشرا مهما نعتمد عليه لمعرفة درجة اهتمام الصحف بالقضية المدروسة، حيث يشير خبراء الإخراج الصحفي إلى تفاوت أهمية الصفحات المختلفة في الجريدة تبعا لمدى سهولة انقراطية كل منها وعادات القراءة لدى القراء، وهنا يشار إلى أن الصفحة الأولى والأخيرة على الترتيب تحظيان بأهمية مقارنة بالصفحات الداخلية (عبد الفتاح عبد النبي: 1992، 76).

ولعل اهتمام الصحيفة بعرض قضايا التنمية في الصفحات الداخلية يعود إلى قدرتها على عرض هذه القضايا في مساحات أكبر وتحليل أعمق، فرغم الأهمية الكبرى التي تحوزها الصفحة الأولى في الصحيفة إلا أننا لا يمكن أن نغفل أهمية الصفحات الداخلية التي "تعد المتجر نفسه إذا كانت الصفحة الأولى هي واجهة المتجر" (طلعت عيسى: 2009، 5). فالصفحات الداخلية تمثل المساحة الأكبر المتاحة أمام الصحيفة لتلبية اهتمامات القراء المتنوعة، لكنه يعكس من جهة أخرى عدم إعطاء موضوع التنمية المحلية القدر الكافي من الاهتمام بالنظر إلى أهمية الصفحتين الأولى والأخيرة ولو بالإشارة إلى العناوين فقط إلا نادرا، لتأتي تفاصيل الخبر في الصفحات الداخلية، على الرغم من جهوية الصحيفة من جهة، وعموميتها من جهة أخرى، وإلى حجم التنمية المحلية وأهميتها من جانب آخر. وقد يعود إلى أن الصفحتين الأولى والأخيرة محدودة وغالبا ما يعرض فيها الأخبار الوطنية المهمة، إضافة إلى الإعلانات خصوصا ونحن نعلم أن المردود

العالي للإعلانات التي تحتل الصفحة الأولى خاصة الأذنين يكون أعلى سعرا من الصفحات الداخلية، أما الصفحة الأخيرة فغالبا ما ينشر فيها بعض الأخبار الخفيفة وأخبار الحوادث.

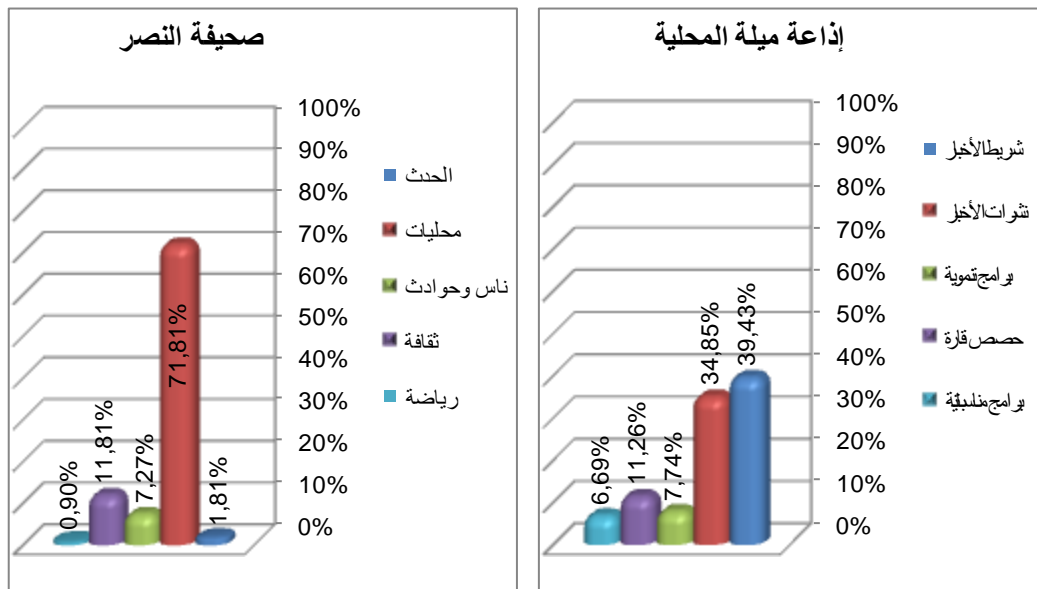
وفيما يخص الإذاعة المحلية لميلة فقد احتلت الفترة الصباحية الصدارة بعدد تكرارات بلغ 144 مرة بنسبة تعادل 50.7%، وهي الفترة التي تواكب حركة المرور والتوجه إلى العمل مع تقديم الخبر السريع والتوعية فيما احتلت الفترة المسائية المرتبة الثانية بـ 110 مرة وهو ما يعادل 38.73%، في حين احتلت فترة منتصف النهار المرتبة الأخيرة بنسبة 10.56%.

ومن خلال المعطيات السابقة يبدو أن كلا من صحيفة النصر والإذاعة المحلية لميلة لو توليا اهتماما بمواضيع التنمية من حيث الموقع وفترة البث، حيث تعد الصفحة الأولى في الصحيفة واجهة للأخبار والقضايا المهمة، لكن بالنظر إلى موقع المواضيع الخاصة بالتنمية المحلية نلاحظ أنها تربعت أغلبها في الصفحات الداخلية إلا ما ظهر من عناوين كانت بصورة محتشمة في الصفحة الأولى، وفي إذاعة ميلة تحتل الفترة الصباحية المرتبة الأولى نظرا لأهمية هذه الفترة، حيث تبدو أهمية أخبار الإذاعة في الصباح الباكر، عندما يكون المستمع لم يحصل بعد على صحيفته، فتدفعه الرغبة في معرفة ما يدور من أحداث، كما أن هذه الفترة يكون فيها الذهن صافيا ومستعدا لتلقي المعلومات والمعارف باستيعاب وفهم أكبر.

الجدول رقم (05) يمثل فئة الموقع في الأركان

إذاعة ميلا المحلية			صحيفة النصر		
%	ت	الموقع	%	ت	الموقع (الصفحات الداخلية)
39.43	112	شريط الأخبار	1.81	2	الحدث
34.85	99	نشرات الأخبار	71.81	79	محلّيات
7.74	22	برامج تنموية	7.27	8	ناس وحوادث
11.26	32	حصص قارة	11.81	13	ثقافة
6.69	19	برامج مناسباتية	0.90	1	رياضة
<b>%100</b>	<b>284</b>	<b>المجموع</b>	<b>%100</b>	<b>*101</b>	<b>المجموع</b>

الشكل رقم (05) يمثل فئة الموقع في الأركان



\* عدد المواضيع الواردة في الصفحات الداخلية فقط



يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن أكثر موقع لعرض قضايا التنمية المحلية في صحيفة النصر

هو ركن محليات بنسبة (71.81%)،

وهو ركن ينقل الأخبار المحلية في الولايات ومستجداتها في كل المجالات، وتقريبا أصبحت الصحف الوطنية كلها تستخدم هذا الركن على صفحاتها من أجل تغطية الأخبار المحلية وتهتم بالتنمية المحلية من خلاله، ويتعدى في العادة الصفحة الواحدة، وفي صحيفة النصر غالبا ما يشغل من ثلاث إلى أربع صفحات ( ص 6، ص 7، ص 8، ص 9)، يليه ركن الثقافة بنسبة (7.27%)، فيما احتل ركن ناس وحوادث المرتبة الرابعة بعدد تكرارات (8) وهو ما يعادل نسبة (7.27%)، يليه ركن الحدث بنسبة 1.81%، فيما احتل ركن الرياضة ذيل الترتيب بنسبة تعادل (0.9%).

ويمكن الإشارة هنا إلى أن صحيفة النصر رغم جهوية الصدور والتوزيع، إلا أنها وطنية من حيث المواضيع، حيث تركز في صفحاتها الأولى على الأخبار والقضايا الوطنية، بينما تخصص الصفحات الداخلية وخاصة صفحة المحليات للحديث عن كل ما يتعلق بالتنمية في مختلف ولايات الشرق الجزائري، وهو ما تفعله بقية الصحف الوطنية ناهيك عن مختلف الأخبار كالحوادث.

أما بالنسبة لإذاعة ميله المحلية فنلاحظ أن النسبة الأكبر قد كانت من نصيب شريط الأخبار الذي نال حصة الأسد بمجموع 112 تكرارا، وهو ما يعادل 39.43%، حيث تقدم الإذاعة يوميا شريطا للأنباء على رأس كل ساعة من بداية البث إلى نهايته تتخلله بين الفينة والأخرى نشرات مفصلة (شريط أنباء على رأس 9.00 سا، 11.00 سا، 15.00 سا، 16.00 سا، 17.00 سا، عروض إخبارية على الساعة الثامنة صباحا، العاشرة صباحا، الثانية بعد الزوال، ونشرتان رئيسيتان أولاهما في منتصف النهار والأخرى على الساعة السادسة مساء)، والتي احتلت المرتبة

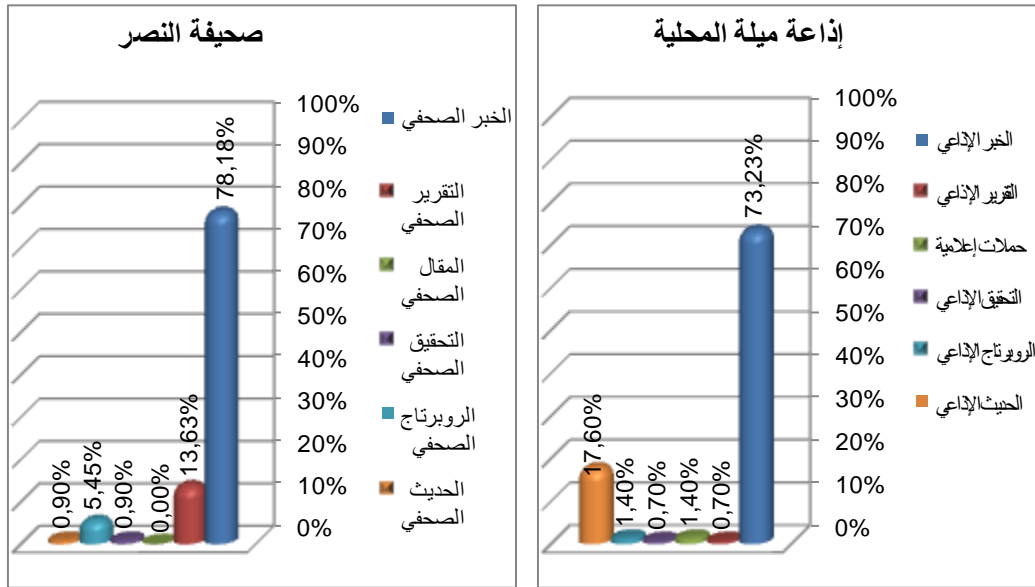
الثانية بنسبة 34.85%، وتعكس هذه الأخبار جوانب مختلفة للتنمية المحلية سواء ما تعلق بما قامت به السلطات المحلية من أجل النهوض بالتنمية بالولاية، أو نقل لانشغالات الأهالي بالمنطقة وردود المسؤولين عليها. فيما احتلت الحصص القارة المرتبة الثالثة بنسبة 11.26%، ثم البرامج التي تهتم بالتنمية المحلية على غرار برنامج عيون، مرافقة، خط أخضر، لتأتي بعدها البرامج المناسبة التي تزامنت والانتخابات التشريعية واقترب الشهر الفضيل بنسبة 6.69% على غرار برنامج على درب التشريعات، برامج ومرشحو.....إلخ

والملاحظ من خلال المعطيات أن اهتمام الإذاعة ببحث قضايا ومواضيع التنمية المحلية في شريط الأنباء ونشرات الأخبار لا يعد كافيا لإعطاء التنمية المحلية مكانتها، لأن نشرات الأخبار تقدم معلومات جامدة بحاجة إلى تحليل متعمق، وهذا التحليل لا يكون في نشرات الأخبار محدودة الوقت، بل من خلال برامج متخصصة تعطي تصورا كاملا لجوانب التنمية ومقتضياتها، وهذا لإحاطة الجمهور المحلي بكل ما يحتاجه من معلومات عن التنمية المحلية، من خلال استضافة متخصصين في المجال، لهم قدرة على التحليل والتفسير والتعمق في القضايا التنموية التي تهم الجمهور المحلي، من خلال تقديم كل ما يزيل علامات الاستفهام وكل اللبس والعوائق التي تقف حائلا دون تحقيق التنمية المحلية، وكذا كل الإجراءات التي من شأنها أن تساعد المواطن في المجتمع المحلي في المساهمة في إحداث التغيير الإيجابي في منطقته، وتكوين التوجهات والآراء الصائبة حول مختلف القضايا.

الجدول رقم (06) يوضح فئة القوالب الصحفية المستخدمة في عرض القضايا التنموية:

إذاعة ميلا المحلية			صحيفة النصر		
%	ت	الأنواع الصحفية	%	ت	الأنواع الصحفية
73.23	208	الخبر الإذاعي	78.18	86	الخبر الصحفي
0.70	02	التقرير الإذاعي	13.63	15	التقرير الصحفي
1.40	04	حملات إعلامية	00	00	المقال الصحفي
0.70	02	التحقيق الإذاعي	0.90	06	التحقيق الصحفي
1.40	04	الروبرتاج الإذاعي	5.45	01	الروبرتاج الصحفي
17.60	50	الحديث الإذاعي	0.90	01	الحديث الصحفي
<b>%100</b>	<b>284</b>	<b>المجموع</b>	<b>%100</b>	<b>110</b>	<b>المجموع</b>

الشكل رقم (06) يوضح فئة القوالب الصحفية المستخدمة في عرض القضايا التنموية



من خلال الجدول رقم (06) تظهر البيانات أن أكثر القوالب الصحفية المستخدمة في عرض

قضايا التنمية المحلية في صحيفة النصر هو قالب الخبر الصحفي بنسبة (78.18%) حيث

احتل صدارة القوالب الصحفية، ولعل السبب في كثرة استخدام الخبر يعود إلى أنه عصب الصحافة الحديثة، وهو ما يولد أشكال الرأي، وأنه المادة الأولى للأشكال التحريرية في الصحف الإخبارية، وهو الإجابة على الأسئلة الستة المعروفة ( من، متى، لماذا، كيف، أين وماذا ) (عبد اللطيف حمزة: 1965، 91)، سماته أن يكون قد حدث فعلا وأن يكون حقيقيا وجديدا، وصفاته الصحة، الدقة، الحالية، القابلية للنشر، الإثارة والروعة والطرافة ( محمود فهمي: 1964، 61) ومن النماذج الواردة في عينة الدراسة :

- مركب الحديد ببلارة يدخل مرحلة التجارب،

- الإفراج عن 120 إعانة للبناء الريفي

- في عملية تضامنية ستشمل تهيئة منابع: شق طريق لآبأعالي اولاد عسكر عن طريق

التطوع

- الإعلان عن القائمة النهائية لحصة 11384 سكنا بالخرروب.

يليه التقرير الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة (13.63%)، حيث تفرض طبيعة القضايا

المعالجة تقديم مزيد من التفاصيل الجانبية بجانب الحدث. ومن النماذج التي صدرت في الصحيفة

عينة الدراسة:

- 3700 مليار لإعادة تهيئة الطرق بعنابة

- الوالي يكشف: توزيع أزيد من 4600 سكن بمختلف الصيغ قبل نهاية السنة الجارية

بأم البواقي

- إنقاذ الموسم الفلاحي بالطارف: ترخيص وزاري استثنائي للسقي من سد الشافية.

بينما يحتل الريبورتاج المرتبة الثالثة بنسبة (5.45%) من خلال ما ورد في عينة الدراسة:

-تعد المصدر الوحيد لسكان القرية: عين الشفاء بقالمة قبلة جهوية لمرضى الكلى الباحثين عن

### العلاج الطبيعي

-بعد أن درست في قسم محو الأمية: الحاجة سكينه مواجي كتبت نسخة من المصحف باليد

وهي في الـ 72 من العمر

-حجر ستواف بقالمة: معلم تاريخي وسياحي يحاكي قمم الأوراس

ثم التحقيق الذي يجيب على السؤال الأساسي لماذا، ويحاول الشرح والتعليق، ويغوص في

حيثيات القضية، ويوضح أسبابها ويلقي الضوء عليها، بحثا عن الحلول، وبالتالي يعتبر مهما جدا

لنقل وتحليل وتفسير القضايا التنموية المحلية وإعطائها المكانة اللائقة بها، لكنه احتل المرتبة

الرابعة بنسبة تعادل (0.90%)، وقد ورد في التحقيق الوحيد الذي يتحدث عن:

-مشاريع متأخرة وعيادات تقدم أدنى الخدمات بعلي منجلي

والغرض من هذا التحقيق هو إمطة اللثام عن بعض المعوقات التي تقف في طريق

التنمية في مدينة على منجلي التي تعد من أكبر بلديات قسنطينة، من خلال التركيز على المشاكل

والبحت عن الحلول. وعلى الرغم من أهميته إلا أن الصحيفة محل الدراسة لم توله الاهتمام

المستحق رغم قدرته على التحليل والتفسير والتعمق في القضايا التنموية المحلية.

ويتقاسم معه الحديث الصحفي نفس المرتبة بنفس النسبة في الحديث الوحيد الوارد بعنوان:

الدكتور علاوة عمارة للنصر: بني حميدان متحف مفتوح لم يكتشف، وأعد دراسة ستغير نظرتنا عن قسنطينة، حيث استضاف الصحفي على صفحات الجريدة الدكتور الباحث في التاريخ المحلي علاوة عمارة لنفض الغبار عن صفحات تاريخ مناطق أثرية بمنطقة قسنطينة، حيث كشف عن بحوث جديدة يعكف على إعدادها ستساهم في ذلك لأن التاريخ الوطني يأتي أساسا من التاريخ المحلي. فيما لم ينل المقال الصحفي حظه من اهتمامات الصحيفة، حيث لم يظهر في عينة الدراسة.

والمتمعن لدور الصحيفة وأهدافها من خلال ما ورد في الجدول أعلاه يلاحظ أن اهتمامها لم يرق إلى الدور الذي يجب أن تضطلع به الصحافة في التنمية، حسب هيمنانت شاو، وهو أن "تفحص بشكل دقيق، وأن تقيم وتفسر مدى مناسبة وملاءمة الجهود المتعلقة بالخطط التنموية والمشاريع والسياسات والمشاكل والقضايا المختلفة، ويجب عليها أن توضح الفروقات المتحصلة بين الخطط النظرية والإنجازات الفعلية التي تحققت على أرض الواقع، وأن تقوم بمقارنات حول الدرجة التي يتم فيها تحقيق التنمية في البلدان والمناطق الأخرى، كما يجب عليها أن توفر معلومات وتقدم معطيات تتعلق بالعملية التنموية، وأن تناقش آثار وانعكاسات الخطط والمشاريع والسياسات والمشاكل والقضايا على الناس" (جمال عزت أبو علي: 2012، 31-32) وهذه السمات التي يجب أن تضطلع بها الصحافة في التنمية تحتاج إلى أنواع وقوالب صحفية كالتحقيق والحديث وأنواع الرأي والتي تقدم تحليلات توضح الرؤى للقارئ حول الشأن التنموي المحلي.

وفيما يخص إذاعة ميلا المحلية تظهر بيانات نفس الجدول أن القوالب الفنية الأكثر استخداما في عرض القضايا التنموية هو الخبر بتكرار بلغ 208، وهو ما يعادل نسبة

(73.23%)، وهذا من خلال نشرات الأخبار التي تبث على رأس كل ساعة، وتتعرض لقضايا

التنمية المحلية بالمنطقة، كالخبر المتعلق ب:

- مشاريع لتجديد شبكة الطرقات بشلغوم العيد
- تأكيد والي ميلة الاستعانة بالميزانية الإضافية لتزويد 40 مشته بالغاز الطبيعي بعدد من بلديات الولاية
- تخصيص مليار سنتيم لإنشاء شبكة الصرف الصحي في إطار البرنامج التكميلي للتنمية.....

يليه الحديث الإذاعي في المرتبة الثانية بمعدل (17.60%) بعدد تكرارات بلغ 50 مرة تنوعت بين الحديث المباشر الذي يقدمه شخص واحد بشكل مباشر حول أي مجال أو قضية، بنسبة (10,56%)، ومن الحصص التي اعتمدت على هذا النوع إرشادات فلاحية، الماء الحياة، أوراق ميلافية، طنين ورنين..... ، حيث يعتمد منشط الحصة على نفسه في بث المعلومات، وتتميز هذه البرامج ذات الحوار المباشر في حد ذاتها بالتفاعلية من جهة، حيث تفتح باب النقاش من خلال استقبال مكالمات هاتفية سواء من المختصين أو من المستمعين مثل حصة طنين ورنين، ومن جهة أخرى قد تكون حصة يقدمها مختص كحصة إرشادات فلاحية، ثم يأتي الحوار الإذاعي بنسبة (7.04%)، حيث تقتضي بعض القضايا التي تكون موضع جدل واختلاف في وجهات النظر بين الأفراد والجماعات، حيث تعتمد الحصة على عنصر الحوار في معالجة القضايا التنموية باستضافة شخص أو مجموعة أشخاص لهم علاقة بالقضية محل النقاش والاستفادة بما لديه من معلومات وآراء وخبرات حولها، ومثل هذه البرامج ينشط الحياة الاجتماعية ويشحذ الفكر ويكشف عن الأبعاد الحقيقية للمشاكل المطروحة على الساحة، ويساعد على ممارسة وتعميق

مفهوم الديمقراطية ويفتح الطريق للوصول إلى الرأي الصحيح ويضع أصحاب القرارات أمام مسؤولياتهم، بل ويضع المواطنين أمام مسؤولياتهم تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين. (عبد المجيد شكري: 1987، 146)

ومن أمثله برامج (الوقاية خير من العلاج، على درب التشريعات، خط أخضر، مرافقة، لقاء الأثير...، ويليه كل من الحملات الإعلامية والروبرتاج الإذاعي في المرتبة الثالثة بنسبة (1.4%)، فيما يحتل ذيل الترتيب كل من التحقيق الإذاعي والتقرير الإذاعي بنسبة (0.7%)، ويتمثل التحقيق الإذاعي في التحقيق الذي بث في حصة زوايا ميلة وهي حصة تنقل مباشرة في كل مرة واقع التنمية المحلية في بلديات الولاية، ينتقل فيها فريق العمل بالإذاعة قبل بث الحصة مباشرة لرصد انشغالات المواطنين والمشاكل التنموية التي تتخبط بها البلدية وقرأها ومداشرها، من خلال تسجيلات صوتية تقدم لرئيس البلدية في البرنامج ليرد عليها مباشرة، وهو نوع من الرقابة التي يمارسها على الحكومة، وهذا يدل أن الإذاعة من خلال مثل هذه البرامج يمكن أن تؤدي رسالتها تجاه الأفراد المحليين، بنقل هموم المواطن ولعب دور الوسيط بين أفراد المجتمع المحلي وصانعي القرار المحلي. والتقرير الإذاعي من خلال نقل صورة صوتية للحدث تتميز بالحالية ومن أمثله النقل المباشر للتعريف بالموروث الثقافي لمدينة التلاغمة، حيث نقل الصحفي صورة حية عن التظاهرة التي حضرتها فرق الخيالة التي قامت باستعراضات فلكلورية ورقصات محلية لاقت استحسان جمهور غفير. وهو تقرير وصفي، يقدم فيه الصحفي وصفا لواقعة أو حدث يتسم بالحيوية يعرف بين الإذاعيين باسم Rost (محمد معوض: 1994، 52).

وكما هو واضح من البيانات السابقة، أن غالبية المواضيع والقضايا التنموية قدمت في قالب الخبر في كلا الوسيلتين، في حين أغفلت الأشكال الأخرى (التحقيق والتقرير والحديث...) التي

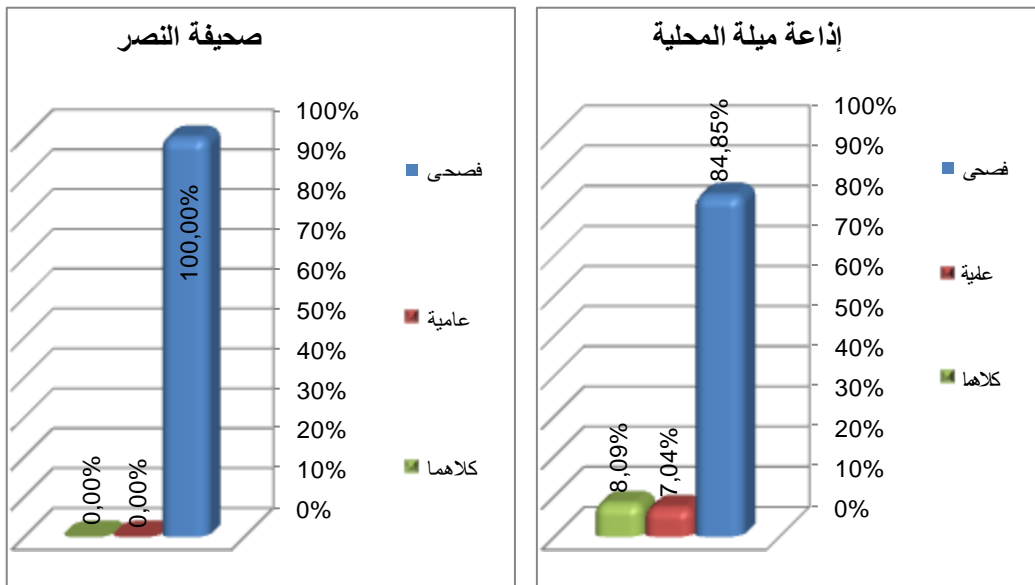


تعتبر هامة للشرح والتوجيه والتفسير وتكون أكثر إقناعاً من الأشكال الخبرية بما يعطي لها مساحة كبيرة نسبياً مقارنة بما يتاح لها بواسطة الخبر، وهو الأمر الذي يكشف مدى ضعف المعالجة الإعلامية المستخدمة في تحرير وتغطية الموضوعات المتعلقة بالتنمية المحلية من قبل صحيفة النصر وإذاعة ميلا المحلية.

الجدول رقم (07) يمثل فئة مستويات اللغة المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية اللغة المستخدمة
%	ت	%	ت	
84.85	241	100	110	فصحى
7.04	20	00	00	عامية
8.09	23	00	00	كلاهما
<b>%100</b>	<b>284</b>	<b>%100</b>	<b>110</b>	<b>المجموع</b>

الشكل رقم (07) يمثل فئة مستويات اللغة المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية



من خلال معطيات الجدول رقم (07) نلاحظ أن مستويات اللغة المستخدمة في جريدة النصر كانت كلها لغة فصحي بنسبة 100% ، حيث اعتمد محررو المادة الإعلامية على اللغة الإعلامية البحتة لعرض القضايا التنموية، في حين مزجت إذاعة ميللة المحلية بين العامية والفصحى، إذ تظهر بيانات نفس الجدول أن اللغة الأكثر استخداما في عرض القضايا التنموية كانت الفصحى بنسبة 84.85% نظرا لتغلب عدد الفقرات الإخبارية على بقية البرامج وهو القالب الذي يستدعي استخدامها دون غيرها، إضافة إلى بعض البرامج الإلقائية الأخرى التي يتكلم فيها المذيع وحده دون الاستعانة بالضيوف أو اتصالات المستمعين (أوراق ميلافية، الإسلام والحياة، حديث الصباح ، عيون، توقيعات، وأخرى تعود لطبيعة البرنامج في حد ذاته كبرامج (خط أخضر، مواهب ومبدعون،.. ظنين ورنين...))، فيما تمازجت كل من الفصحى والعامية في برامج أخرى بمعدل 8.09%، ويعود المزج بين الفصحى والعامية لتشمل الرسالة الإعلامية كل شرائح المجتمع المتعلم والأمي، وتخللت البرامج التفاعلية التي تستدعي نزول الصحفي إلى الشارع، أو استضافة ضيف لإثراء النقاش حول القضية المطروحة بأسلوب الحوار، أو اتصالات المستمعين، ومن أمثلة ذلك برامج: (ما هب ودل، تشريعات، توازن، فضاء الشباب، فاعل خير، مرافقة، صناعة الغد، لقاء الأثير... يليها استخدام اللهجة المحلية العامية بنسبة 7.04% محتلة ذيل الترتيب من أجل أن تتناسب والواقع المحلي وتعبر عن البيئة التي وجدت من أجلها الرسالة الإعلامية، ومن بين البرامج التي اعتمدت العربية العامية في عرض رسائلها تلك البرامج التي تناقش القضايا المرتبطة بالبيئة المحلية ومشكلاتها (إرشادات فلاحية، في التأيي السلامة، واش قالوا، مازال الخير في بلادي، صدى الشارع...))، حيث تخاطب جمهورها المحلي باللغة التي يفهمها ويستخدمها في حياته اليومية من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستمعين غير المتجانسين من حيث السن والجنس، والمستوى الثقافي، ومن أجل خلق جو من التفاعل والتوصل معهم. كما يقول دوب "إن الأهالي لا

يثقون إلا في اللهجة المحلية الصميمة" (ولبور شرام، ترجمة محمد فتحي: 1970، 74). وقد أثبتت الدراسات والأبحاث ما فعلته الإذاعات في مجال التنمية خاصة الريفية من خلال استخدام اللغة المناسبة للجمهور، حيث خاطبت الفئة الأمية والفلاحين الذين لا يملكون القدرة على فهم اللغة الفصحى، فكانت سببا في تحديث المجتمعات القروية والريفية.

وفي مقارنة لنتائج الجدول بالنسبة لعينتي الدراسة نلاحظ أن صحيفة النصر قد اعتمدت على اللغة الفصحى في نشر مواضيع التنمية المحلية، وهي اللغة المناسبة لمختلف القوالب الصحفية التي صيغت بها تلك المواضيع، بينما مزجت إذاعة ميلة المحلية بين الفصحى والعامية، حيث استخدمت الفصحى في بعض البرامج التي تتطلب ذلك، والعامية في برامج أخرى لتكون قريبة من المستمع في المجتمع المحلي، ومزجت بين اللغتين في مواضع أخرى وهو من سمات الإذاعة في مخاطبة جمهورها غير المتجانس، والذي يجمع بين الأمي والمتعلم والمتخصص، رغم أن الإذاعة استعانت في انطلاقتها بلغة الصحافة المكتوبة في نشراتها الإخبارية، حيث كانت تقرأ ما كتبه الصحف، لكن سرعان ما فرضت لغتها الخاصة المتميزة بتلقائية اللفظ (بن هاشم عيسى: 2010، 147).

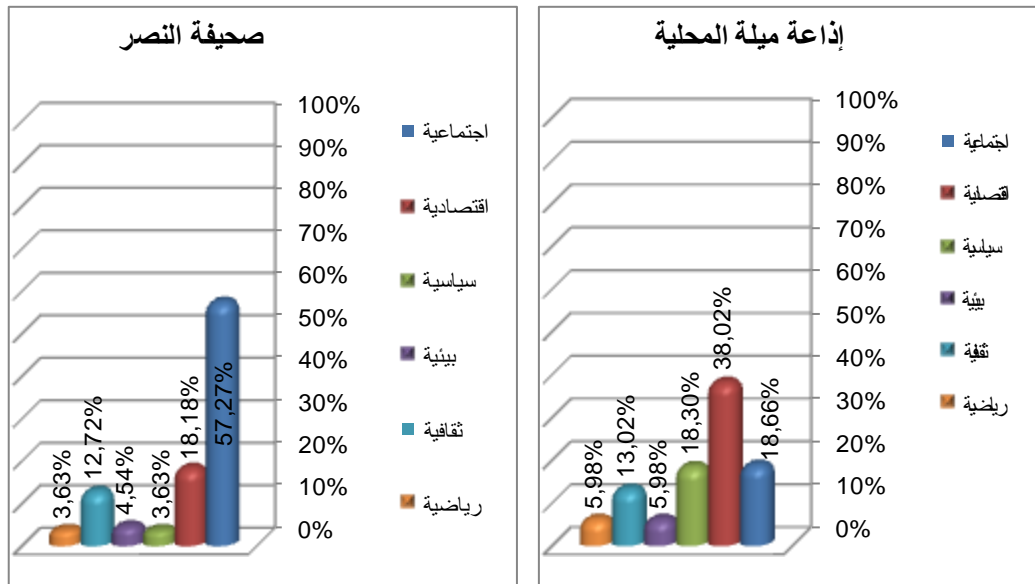
لهذا يمكن القول إن اختلاف الوسيّلتين من حيث الخصائص والجمهور كان له أثره من حيث استخدام مستويات مختلفة للغة تخاطب الجمهور حسب سماته.

1. فئات الموضوع

الجدول رقم (08) يوضح مجالات قضايا التنمية المحلية في عينة الدراسة

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية قضايا التنمية
%	ت	%	ت	
18.66	53	57.27	63	اجتماعية
38.02	108	18.18	20	اقتصادية
18.30	52	3.63	04	سياسية
5.98	17	4.54	05	بيئية
13.02	37	12.72	14	ثقافية
5.98	17	3.63	04	رياضية
<b>%100</b>	<b>284</b>	<b>%100</b>	<b>110</b>	<b>المجموع</b>

الشكل رقم (08) يوضح مجالات قضايا التنمية المحلية في عينة الدراسة



في قراءة لمعطيات الجدول أعلاه يتضح أن المواضيع الأكثر تداولاً في صحيفة النصر

عينة الدراسة هي القضايا الاجتماعية بنسبة 57.27%، وكانت أكثرها يتعلق بملف السكن الذي

شغل بال الجميع وخاصة في المجتمعات المحلية، حيث احتل بمختلف صيغه سواء تعلق بإنجازات الدولة أو انشغالات المواطنين المرتبة الأولى في اهتمامات القضايا الاجتماعية في الصحيفة محل الدراسة، ومن النماذج الواردة فيها:

- توزيع مفاتيح 340 سكن اجتماعي بالطاهير
- تسليم مفاتيح 511 سكنا اجتماعيا ببلدية جيجل
- صندوق السكن قدرها بأزيد من 150° مليار سنتيم: مستفيدون من برنامجي السكن الريفي والترميم يشكون تأخر الإعانات المالية
- توطين مشاريع سكنية في 21 ألف هكتار أراضي غير مستغلة بأم البواقي
- 12 ألف سكن عدل جاري إنجازها بالولاية: الشروع في ترحيل نحو 200 عائلة بعناية.

حيث تناولت هذه العناوين استفادة المواطنين المحليين في مختلف الولايات الشرقية التي تغطيها صحيفة النصر، من سكنات بمختلف الصيغ، وهذا يدخل في إطار سياسة الدولة التي ترمي إلى تحسين الظروف المعيشية للمواطن، من خلال ضمان السكن الملائم له وخاصة في المناطق الريفية من أجل تثبيت السكان في أراضيهم، وهو ما يؤدي إلى استقرارهم ومساهمتهم الإيجابية في التنمية المحلية.

كما شغل ملف الصحة اهتمام الصحيفة كذلك من خلال الحديث عن استفادة القطاع من عدة مشاريع، خاصة وأن الجزائر رسمت محاور كبرى للسياسة الصحية، تمثلت في انتشار المؤسسات الصحية الجوارية بمعية المؤسسات الاستشفائية من أجل تحسين التكفل الصحي بالأفراد خاصة في المناطق النائية، لأن المجتمع الصحيح القوي هو الذي يتكون من أشخاص أصحاء يعملون على

ضد كل ما يشكل خطراً على الصحة العامة، كما تعكس الصحيفة احتياجات وأولويات وتطلعات المواطنين في توفير المرافق الصحية.

ومن أمثلة ذلك ما ورد في مختلف مفردات العينة كالحديث عن:

- مستشفى بوشقوف يتحول إلى قطب لجراحة العظام
  - الأشغال بلغت نسبة 80%: إمهال مقاولات 6 أشهر لاستلام مستشفى تكوت بباتنة
  - فتح وحدة الأدوية السائلة بصيدال أوت المقبل
  - علي منجلي: مدينة علي عتبة نصف مليون نسمة دون مرافق صحية
- وأخذ ملف التربية والتعليم كذلك نسبة لا يستهان بها من اهتمامات صفحات الصحيفة - عينة الدراسة-، من خلال الوقوف على واقع القطاع من حيث الهياكل، والمعوقات التي تقف في وجه التعليم الجيد وتوفير الظروف الجيدة للمتمدرسين من أجل تحقيق تنمية محلية رائدها الجيل المتعلم. خاصة وأن التعليم من شأنه أن يدعم الاقتصاد والتنمية والنهوض بمشاريع وهياكل قطاع التعليم خاصة في المناطق النائية هو من بين الأولويات التي تساعد الدولة بصفة عامة والمجتمعات المحلية بصفة خاصة في النهوض والتقدم، من خلال توفير جميع الظروف التي ترفع قدرة التلاميذ على الخلق والإبداع والعمل على تنمية المنطقة. وذلك من خلال الأمثلة التالية:
- 128 مؤسسة تربوية بحاجة إلى ترميمات
  - فيما سنخضع 41 مدرسة أخرى للترميم: إنشاء مؤسسة عمومية بلدية لصيانة الابتدائيات

ولم يستثن ملف التضامن من اهتمامات صحيفة النصر، خاصة مع تزامن فترة الدراسة وقرب شهر رمضان، حيث خصصت الصحيفة مساحة للتطرق لقضايا التضامن من خلال الحديث عن الإعانات المخصصة لفئة المعوزين، ونلمس هذا من خلال العناوين التالية الواردة في الصحيفة:

- فيما انطلقت قافلة مساعدات للعائلات الفقيرة غرب الطارف: 4 آلاف شخص كانوا يحصلون على مساعدات موجهة للمعوزين دون وجه حق
- توزيع القفة سيكون في شكل طرود: 16 مليار سنتيم لتمويل قفة رمضان
- خصص لها أزيد من 10 ملايين سنتيم: 21 ألف عائلة معوزة معنية بقفة رمضان هذه السنة بجيجل.

فيما احتلت القضايا الاقتصادية المرتبة الثانية بنسبة 18.18%، من خلال التطرق إلى القضايا التي تهم المجتمع المحلي بما فيه المجتمع الريفي كالزراعة، الصناعة، التهيئة الحضرية، فك العزلة وشق الطرق وكذا ربط السكان بالغاز الطبيعي والمياه وقنوات الصرف الصحي، والإتارة العمومية الريفية والحضرية والسياحة. وهي كلها انشغالات تتبع من واقع المجتمع المحلي واحتياجاته اليومية والتي تمثل عائقا في طريق التنمية المحلية، وعندما تتجزأ مثل هذه المشاريع ستتحول إلى تحسين في ظروف المعيشة وبذلك يستفيد المجتمع المحلي من جهود السلطات ويكون لديه استعداد أكبر للمساهمة في هذه الجهود.

ومن الأمثلة الصادرة بصحيفة النصر -عينة الدراسة- على التوالي:

- حسب أرقام عرضتها مديرية الزراعة: ارتفاع مساحة الأراضي المزروعة بالحبوب

- يستفيد منها فلاحو الشمرة وبولهيئات: استحداث محطات للسقي على مساحة 22 ألف هكتار.

وهي مواضيع تهتم بالفلاحة خاصة وأن مختلف المناطق التي تغطيها الصحيفة هي مناطق فلاحية في أغلبها، يمارس سكانها الزراعة، التي تعتبر إحدى الدعائم الأساسية لبعث التنمية الاقتصادية المحلية والوطنية. حيث تسعى الدولة ومن خلال إدارتها اللامركزية على رفع الكفاءة الإنتاجية للقطاع الفلاحي بما يتناسب ومتطلبات المرحلة الحالية التي تتميز بظروف اقتصادية هشة، ودفع الطاقات الكامنة والمتاحة في هذا القطاع لتحقيق الاكتفاء الذاتي وتغطية الاحتياجات الغذائية والاستهلاكية، ولم لا التفكير في توفير فائض للتصدير الذي سينعكس أثره بالطبع على زيادة الإنتاج والدخل الفردي وبالتالي تحسين ظروف المعيشة لأفراد المجتمع المحلي.

- شراكة جزائرية فرنسية لتصنيع دواء لهشاشة العظام بقسنطينة

- 10 ملايين للتحسين الحضري بالقنطرة في بسكرة

- انطلاق مشاريع لفك العزلة بثلاث قرى ببلدية بن باديس

- تزويد 150 سكن بسيدي عبد العزيز بالغاز الطبيعي

- مشاريع آبار وخزانات للمياه ببلدية اولاد براهيم بالبرج

- والي المسيلة يطالب مقاولات بالتطوع لإنجاز مشاريع في مناطق نائية

- مواطنون ببريكا يوفرون الإنارة العمومية من مالهم الخاص

- سينجز بلدية برج الطهر: مشروع لأول قرية سياحية جبلية بجيجل.



من خلال مختلف العناوين السابقة يتضح اهتمام الصحيفة بالقضايا ذات البعد الاقتصادي، سواء ما تعلق بالفلاحة، أو مختلف المرافق التي لها علاقة مباشرة بالمواطن في المجتمع المحلي، سواء ما أنجز من طرف السلطات المحلية الوصية، أو ما تعلق بانشغالات المواطن، حيث نقلت الصحيفة احتياجات المواطنين للمرافق والخدمات الضرورية التي تضمن لهم العيش اللائق في مختلف المناطق، كطلبات الاستفادة من الغاز الطبيعي والمياه الصالحة للشرب وفك العزلة عن المناطق النائية بشق الطرق وفتح المسالك. كما كان للمجتمع المحلي من خلال أفراد مساهمة في التنمية المحلية من خلال الخبر الوارد حول توفير الإنارة العمومية من مالهم الخاص، وهو ما يجسد التعريف السابق للتنمية المحلية، فهي ليست مجرد مشاريع تقوم بها السلطات المحلية من أجل ترقية وتحسين ظروف المجتمع المحلي فحسب، بل هي مساهمة أفراد هذا المجتمع في الرقي بالتنمية في منطقتهم، ليس فقط برفع الانشغالات إلى الجهات الوصية من خلال وسائل الإعلام، بل قيامهم بالمساهمة في هذه التنمية كل حسب طاقاته وقدراته.

كما بينت بيانات الجدول أن القضايا الثقافية لها حضور كذلك، حيث احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 12.72%، حيث أصبحت هذه القضايا مجالاً فعالاً لتطوير حركية الثقافة في أبعادها المختلفة، من خلال تزويد القراء بأهم المستجدات الفكرية والفنية والأدبية من جهة، والحفاظ على الموروث الثقافي للمنطقة من جهة أخرى.

من النماذج حول ذلك:

- فتح ثمانية مساجد خلال شهر رمضان بقسنطينة
- شعراء وكتاب يكرمون عبد الله بوخالفة في النظاهرة الأولى للإبداع الطلابي بقسنطينة

- شقت خلالها طرقات وفضت خصومات قديمة: الزردة للم شمل سكان عين الطابية بتمالوس
- انطلاق برنامج المكتبات والتنمية المستدامة وفق جدول أعمال الأمم المتحدة 2030 من

#### تبسة

وكلها قضايا تهتم بالجانب الثقافي للمنطقة، من خلال تشييد المساجد التي تعد صرحا ثقافيا يعكس مدى ارتباط المنطقة بدينها الذي يعبر عن ثقافتها الإسلامية، أو الحديث عن مبدعي المنطقة ومثقفها، ناهيك عن العادات والتقاليد التي تعكس حضارة المنطقة ومعتقداتها، أو الفعاليات الثقافية في مختلف الولايات.

ثم تأتي القضايا البيئية بنسبة 4.54%، وتضمنت أخبارا متعلقة بتنظيف الأحياء ومن أمثلتها:

- مست أحياء تابعة لمندوبية المنظر الجميل: حملة لتنظيف شوارع ومساحات خضراء.
- للعمل بأحياء بلدية: 32 مؤسسة مصغرة تستفيد من مشاريع نظافة.

ورغم أن موضوع البيئة تصدّر أجندة الاهتمامات الدولية والإقليمية والوطنية وحتى المحلية، نظرا للمشكلات البيئية الخطيرة التي انعكست آثارها السلبية على كل من الإنسان والحيوان والنبات، والتي ازدادت مع تزايد التقدم الصناعي والتكنولوجي، إلا أن هذه القضية لم تتل حظها من اهتمامات صحيفة النصر. فالمشكلات البيئية من أكثر المشكلات التي تؤرق الحكومات على اختلاف مستوياتها الاقتصادية وطبيعتها الجغرافية، فلا نتصور وجود دولة في العالم بعيدة عن واحدة أو أكثر من المخاطر البيئية وقضاياها سواء: التغيرات المناخية أو انقراض الكائنات البحرية والبرية وغيرها من المشكلات التي تتسم بالانتساع والتعقيد الشديدين، علاوة على ارتباط حجم بعضها بأنماط سلوك الأفراد، كما هو الحال بالنسبة لمشكلة التلوث وارتباطها بترشيد استهلاك

الطاقة.. كل هذه الأمور أدت إلى ضرورة إيجاد حلول وبدائل سريعة لهذه المشكلات من أجل حلها.

في حين احتلت كل من القضايا الرياضية والسياسية ذيل الترتيب بنسبة 3.63%. ومن الأمثلة على التوالي:

- انتهاء إنجاز المسبح نصف الأولمبي بعلي منجلي شهر سبتمبر.
- فيما ستؤجر مرافق رياضية للخواص: مسابح متنقلة لشباب المناطق المعزولة.
- جمال عبد السلام من الطارف: الانتخابات التشريعية فرصة لإحداث التغيير الهادئ.
- رئيس حزب الحرية والعدالة وسيلة لمعاقبة الانتهازيين.

والملاحظ من خلال النسب الأخيرة أن صحيفة النصر لم تول اهتماما كبيرا بالقضايا السياسية إلا من خلال بعض التغطيات التي رافقت الحملة الانتخابية لتشريعات 2017، أما القضايا التي تتعلق بالرياضة فكانت لبعض المشاريع التي مست القطاع حيث ركزت الصحيفة في صفحاتها على نقل المباريات المحلية والوطنية.

أما بإذاعة ميلة المحلية فنلاحظ احتلال القضايا ذات الطابع الاقتصادي صدارة الاهتمام بنسبة 38.02% من ضمن مجموع القضايا الأساسية، على عكس صحيفة النصر، وذلك بالنزول إلى الميدان ومتابعة المشاريع الاقتصادية التي استفادت منها المنطقة تارة ونقل انشغالات واهتمامات المواطنين كالحديث عن مشاريع التنمية الخاصة بالماء الشروب، كالخبر الوارد حول إنهاء السلطات المحلية لمشكل الماء الشروب، وعرض دراسة لتزويد 11 بلدية بالماء الشروب. وبعض الأخبار المتعلقة بمشروع لإصلاح تضررات الأحوال الجوية، والتكفل بديون مستحقات الأشغال

العمومية، استغلال منتج الثوم بالتلاغمة وإجراءات سقيها. إضافة إلى مجهودات السلطات المحلية في القضاء على بعض الظواهر المشينة كالعمل على محاربة تهريب النحاس، وكذا الحديث عن أهم المشاريع الاقتصادية المخصصة للولاية كالحديث عن الاستعانة بالميزانية الإضافية بتخصيص ملايين لإنجاز طريق قاع الكاف بمينار زرزة.

إضافة إلى بعض الحصص كحصة إرشادات فلاحية، وهي الحصة اليومية الصباحية التي دأب مقدمها على الاتصال مع الفلاحين من أجل تقديم بعض العادات والمهارات الجديدة لتحسين الإنتاج الفلاحي، سواء ما تعلق بالزراعة أو تربية الحيوانات، وتغيير بعض السلوكيات التي قد تعيق عملية الإنتاج، وبالتالي التأثير على اقتصاد المنطقة التي يطغى عليها الطابع الفلاحي. ففي مجال التنمية الزراعية يقوم الإعلام بتوعية الفلاحين وأصحاب الأراضي باستخدام الآلات والتقنيات الحديثة المستخدمة في الزراعة وفي المواد الكيماوية، والاعتماد على الزراعة التصديرية.

وبرنامج عيون، وهو برنامج ميداني ينتقل فيه المراسل كل مرة إلى بلدية من بلديات الولاية، لتسليط الضوء على مختلف المشكلات الحيوية التي يعاني منها المجتمع المحلي، وإيصالها للمسؤولين المعنيين بالتنمية المحلية من أجل الرد عليها وإيجاد الحلول المناسبة. وتتعدد اهتمامات البرنامج وتختلف باختلاف اهتمامات الجمهور المحلي واحتياجاته في بيئته المحلية، حيث تناول في إحدى مواضيعها الحديث عن تبذير المياه في بلدية من بلديات الولاية.

حصة الماء والحياة وهي حصة لترشيد استهلاك الماء، إضافة إلى نقل انشغالات السكان فيما يخص التزويد ببعض المرافق الضرورية، كفك العزلة والربط بالكهرباء والغاز الطبيعي....

لتأتي بعدها القضايا الاجتماعية بنسبة 18.66%، وتتعلق بكل من الصحة، التي تحتل موقعا هاما في استراتيجية التنمية في الدول المتقدمة، نظرا لما تحدثه من تأثيرات على مختلف المجالات،

حيث دأبت الإذاعة على معرفة كل ما يخص الصحة والوقاية من خلال إذاعتها لمواضيع التنقيف والتوعية الصحية التي تسهم في تبني أفراد المجتمع المحلي نمط حياة وممارسات صحية سليمة للحد من انتشار الأمراض وتغيير السلوكيات غير الصحية التي تعرض الفرد والمجتمع إلى أمراض خطيرة فتحرم أفرادها من عطاء هذه الفئات المصابة، وتكون عبئا ماديا على الدولة، حيث تتفق على معالجة الأمراض ومكافحة الأوبئة أموالا طائلة، ناهيك عن تغطية المشاريع والأخبار التي تتعلق بالصحة ومن أمثلة ذلك: الخبر المتعلق ببرمجة 100 مريض للقافلة الطبية، حصة الوقاية خير من العلاج، وعيادة الأثير.

كما احتل قطاع التربية قسطا من اهتمامات الإذاعة المحلية، مثل ما جاء في حصة نجاحات، وهي حصة تهتم بالشؤون التربوية وتغوص في يومياتها من خلال آراء الأساتذة والمختصين، وتحاول الأخذ بيد التلميذ إلى بر الأمان، وتناولت اهتمام التلاميذ ببعض المواد المقررة على حساب أخرى، بدعوى أنها أساسية وذات معامل كبير رغم أن كل المواد حسب ضيوف الحصة من اساتذة ومعلمين لها نفس الأهمية، لذلك أجمع الحاضرون على تحفيز التلاميذ من أجل الاهتمام بكل المواد.

وكذا برنامج مرافقة، الذي عالج موضوع الهروب من المدرسة في آخر العام الدراسي، وهي الظاهرة التي تتكرر كل سنة ولم يتم معالجتها بعد، خاصة وأنها تستفحل عاما بعد عام، وتمس خاصة التلاميذ المعيدين والثانويات التي تتسم بضعف التسيير، حيث تناولت مقدمة الحصة الموضوع بالتحليل والتفسير من خلال استضافة مختصين لإثراء النقاش، وتبيان الأسباب التي تؤدي إلى استفحال هذه الظاهرة ومن ثم اقتراح بعض الحلول الكفيلة بالقضاء على الظاهرة أو على الأقل التخفيف من حدتها.

ولم تستثن كذلك الحديث عن التضامن والتكافل من خلال حصة فاعل خير، وهي حصة تبت على أمواج الإذاعة تدعو فيه المحسنين للمساهمة في إجراء عمليات جراحية أو شراء دواء للمرضى المعوزين والشريحة المحرومة والفقيرة بالمنطقة، والتكفل بفئة المسنين والتأمين الاجتماعي من خلال اللقاء مع مدير الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية.

ناهيك عن بعض السلوكيات التي تغزو كل يوم وطننا وتؤثر على عاداتنا وتقاليدينا، على غرار ما جاء في برنامج فضاء الشباب الذي تحدث عن ظاهرة تقليد قصات الشعر الغربية من قبل الشباب الجزائري، أسبابه والعوامل التي أدت إلى انتشاره، ودور الأسرة والمجتمع في الحد من الظاهرة، بحضور أخصائي اجتماعي، الذي أرجع السبب إلى غياب دور الأسرة وهيبة الأب وإلى التحولات التي أثرت على الأسرة، وضعف الوازع الديني وعدم الثبات على القيم الدينية، مستعينا بأدلة من الواقع المحلي المعيش، وقدم في الأخير بعض الحلول الكفيلة بالحد من الظاهرة.

ثم القضايا ذات الطابع السياسي بنسبة تقدر بـ 18.3%، تركزت في الحصص والبرامج المناسبة التي رافقت تشريعات 2017 حيث عرفت هذه الفترة إدخالا مكثفا للعديد من البرامج الخاصة بطبيعة الحدث السياسي، كبرنامج تشريعات، برامج ومترشحون، الذي يستضيف في كل مرة مرشحا محليا لتشريعات 2017، لتوضيح برنامج حزبه وما تنتظره الولاية من مشاريع تنمية تسعى الأحزاب المختلفة بالولاية لتحقيقها ضمن حملاتها الانتخابية، وبرنامج صناعة الغد الشباب والانتخابات، على درب التشريعات، وكلها برامج مناسبة تزامنت والحملة الانتخابية.

وبعض الحصص القارة التي تحدثت عن القضايا السياسية مثل توقيعات، التي تتناول قضايا الساعة بالرأي والتحليل، حيث تحدثت عن الطالب والوعي الوطني، ودور الطلبة الجزائريين أثناء الثورة المضفرة، وتحفيز الطلبة الشباب على الانخراط في القضايا الوطنية والشأن المحلي وان يكونوا

مثل طلبة الثورة والحرية. وحصة مازال الخير في بلادي التي تناولت طموحات الشباب من الموعد الانتخابي، الإسلام والحياة الذي تحدث عن الوحدة الوطنية، حصة ما هب ودل وهي إطلالة إذاعية وانفتاح على رأي المواطن، حيث تعالج الحصة مواضيع تهم المواطن المحلي بطريقة مرحة، وتناولت الحديث عن أخلاقيات الحملة الانتخابية، وما تركه المرشحون من انطباعات لدى الرأي العام المحلي خاصة قضية الملصقات التي غزت الشوارع والجدران ووسائل النقل دون الأخذ بعين الاعتبار أخلاقيات الحملة الانتخابية.

فالقضايا الثقافية بنسبة تعادل 13.02%، من خلال تغطية لبعض الفعاليات الثقافية بالولاية كتظاهرة قراء في كتاب، المهرجان الولائي للتعريف بالموروث الثقافي لمنطقة التلاغمة، وتنشيط ندوة أدبية لأدباء المنطقة على غرار لخضر بن زهرة والطاهر بوصبع، وورشنة للفنون التشكيلية، إضافة إلى بعض الحصص التي تعنى بالإبداع وتشجيعه واكتشاف المواهب كحصة مواهب ومبدعون، التي اكتشفت إحدى المواهب المحلية الأدبية في مجال الشعر، حيث قدم تجربته ومحاولاته الأدبية، وسبيله في الوصول إلى الكتابة.

طنين ورنين، وهو برنامج أسبوعي يعنى باللغة العربية ومناقشة الأخطاء الواردة فيها من خلال العودة إلى لغة الضاد، إضافة إلى العودة إلى التراث وإلى ما تركه الأجداد من أمثال وحكم تعبر عن تراث المنطقة، وبعض المصطلحات المحلية وشرحها.

أوراق ميلافية، التي تحدثت عن تاريخ المنطقة التاريخية والحضارية، ونقل حي ومباشر للمهرجان المقام بمناسبة شهر التراث بالتلاغمة للتعريف بالموروث الثقافي للمنطقة

حصّة واش قالوا: وهي حصّة تعنى بالأمثال والحكم والتراث اللامادي الذي تركه الأجداد بالمنطقة، تقدم فيها الأمثال والحكم ويفتح المجال للجمهور لشرح هذه الأمثال، إضافة إلى عرض بعض الألغاز وترك المجال للجمهور لحلها.

في حين تقاسمت كل من القضايا البيئية، والرياضية المرتبة الأخيرة بنسبة 5.98%. فالبيئية تناولت حملات التنظيف وسقي المساحات الخضراء، والتلوث والنفايات من خلال برامج خاصة بالمجال البيئي كحصّة توازن، وهي نافذة إذاعية على أهم قضايا البيئة بالتحليل والنقاش من أجل سلامة المحيط وسلامته، تحت شعار: توازن سلامة البيئة من سلامة المواطن. وقد عالجت الحصّة موضوع النفايات ببلدية شلغوم العيد، والذي أصبحت ديكورا مشينا يسيء إلى المنطقة، أين غابت النظافة وانتشرت النقاط السوداء بانتشار المفرغات العشوائية، واستضافت منشطة الحصّة أطرافا فاعلين للتحليل والنقاش من أجل تشخيص الداء والبحث عن حلول تتخلص فيها المدينة من هذا المشكل الذي أصبح يهدد صحة الأفراد وجمال المدينة من جهة أخرى، حيث استضافت مديرة البيئة بالولاية، نائب رئيس بلدية شلغوم العيد، مدير مركز الردم التقني بميلة، وفتحت المجال للمواطنين للمشاركة بأرائهم وانشغالاتهم في الحصّة، كما أبدى والي الولاية من خلال تسجيل للإذاعة امتعاضه من الوضعية البيئية التي آلت إليها مدينة شلغوم العيد ووعده بإيجاد حلول من أجل الحفاظ على البيئة، وقد أرجع المشاركون في الحصّة مسؤولية هذه الوضعية إلى المواطن بالدرجة الأولى، لعدم التزامه بأمكان الرمي وبأوقاته، وعمال النظافة من جهة أخرى والذين لا يقومون بعملهم على أكمل وجه، إضافة إلى مشكل سوء التسيير من طرف الجهات الوصية، وخرجت الحصّة بمجموعة من الحلول من أجل تحسين رفع النفايات وتحديد مواقع رميها كالإسراع بإنجاز مركز الردم التقني بالمدينة لأن الوضع أصبح لا يطاق في ظل انتشار المفرغات العمومية



العشوائية وعملية الحرق التي تطالها وتسبب أضرارا صحية على المواطن بالدرجة الأولى، والعمل بالتنسيق مع كل الأطراف الفاعلة من مواطنين، مجتمع مدني والسلطات الوصية.

وكذا الأخبار المتعلقة بالبيئة والحفاظ عليها من خلال مشاركة المواطنين في الحفاظ عليها من خلال خلق المساحات الخضراء وسقيها، الحفاظ على سد بني هارون من التلوث، خاصة وأنه يعد ثاني أكبر سد بإفريقيا ويزود أكثر من ست ولايات بالماء الشروب مياه السقي. والتعرض كذلك إلى مشكل الأوساخ الذي طال بلديات الولاية على غرار بلدية وادي النجاء، وحملات التنظيف التي تقوم بها السلطات المحلية بالتنسيق مع المواطنين من أجل بيئة محلية نظيفة.

أما القضايا الرياضية فتمثلت في تغطية الملاعب البلدية في عدة بلديات بالعشب الاصطناعي، إضافة إلى ما قدم في حصة لقاء الإذاعة، الذي استضاف مدير الشباب والرياضة، والذي تكلم فيه عن أهم المشاريع التنموية التي استفاد منها القطاع في الرياضة على غرار تغطية الملاعب بالعشب الاصطناعي، وفتح عدة مسابح بعدة بلديات، وأخرى في طور الإنجاز، إضافة إلى المركبات الجوية والقاعات الرياضية.

وقد تميزت صحيفة النصر بنشر الأخبار والموضوعات التنموية ذات الطابع الاجتماعي التي تهتم المجتمع المحلي، فيما اهتمت الإذاعة المحلية لميلة بالأخبار والقضايا ذات الطابع الاقتصادي.

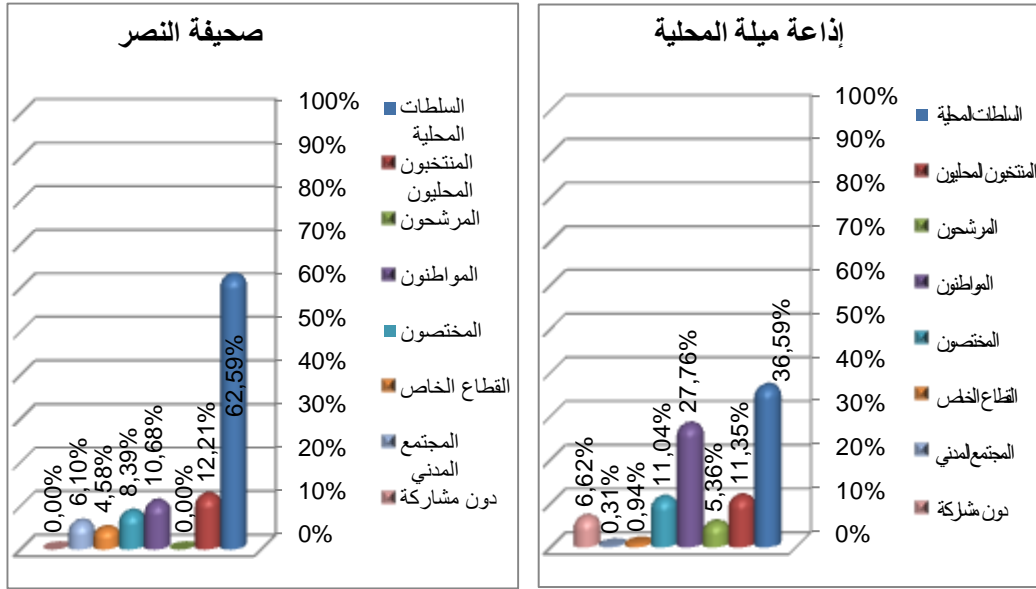
وأيا كانت نوعية المواضيع فإن المهم ليس في ترتيبها وإنما في الاهتمام بها كعملية متكاملة تحقيقا للتنمية الشاملة.

الجدول رقم (09) يوضح فئة الفاعلين المشاركين في قضايا التنمية المحلية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية الفاعل
%	ت	%	ت	
36.59	116	62.59	82	السلطات المحلية
11.35	36	12.21	16	المنتخبون المحليون
5.36	17	00	00	المرشحون
27.76	88	10.68	14	المواطنون
11.04	35	8.39	11	المختصون
0.94	03	4.58	06	القطاع الخاص
0.31	01	6.10	08	المجتمع المدني
6.62	21	00	00	دون مشاركة
<b>%100</b>	<b>* 317</b>	<b>%100</b>	<b>* 131</b>	<b>المجموع</b>

\* عدد التكرارات وليس عدد مفردات الدراسة

الشكل رقم (09) يوضح فئة الفاعلين المشاركين في قضايا التنمية المحلية



يتضح من خلال الجدول رقم (09) أن أكثر المشاركين في عرض القضايا التنموية في صحيفة النصر هم السلطات المحلية سواء تعلق بالمسؤول الأول على رأس الولاية (الوالي) أو رئيس الدائرة أو مديرا تابعا للهيئة التنفيذية بالولاية بنسبة بلغت 62.55% وهي نسبة تعكس مدى حرص السلطات المحلية على إشراك الإعلام المحلي العمومي في نقل كل ما يتعلق بإنجازات الدولة فيما يخص التنمية المحلية، وهي وظيفة اقترنت ولمدة طويلة بنقل ما تقوم به السلطات سواء المحلية أو المركزية، فهو لا يرى إلا بعين السلطة ولا ينطق إلا بلسانها، فيقوم بمتابعة البرامج التنموية والتعريف بها وتقديمها للمواطنين كما تريد السلطات المحلية، في الوقت الذي يستلزم أن يكون أداة للمراقبة، وكانت نوعية المشاركة، تتمثل في نقل النشاطات التي تقوم بها السلطات المحلية من الإنجازات في ما يخص التنمية المحلية والمشاريع القطاعية والبلدية التي حظيت بها المنطقة. وتعد الشراكة بين وسائل الإعلام المحلية والسلطات المحلية نقطة الانطلاق الأساسية لتأمين التغطية الإعلامية للنشاطات والتحركات التي تقوم بها تلك السلطات، والترويج للقضايا التي تعمل عليها وفي توعية الجمهور حولها، وأن تتخرط وسائل الإعلام في حملات التوعية للمشاريع

التنموية، وتتباها كإحدى قضاياها الأساسية، فتسهم في تحشيد الرأي العام المحلي وتعبئته ليكون قادرا على الاستجابة لتحديات التغيير (عبد الرزاق محمد الدليمي: 2012، 221).

واحتل المنتخبون المحليون المرتبة الثانية بنسبة 12.21%، حيث يعتبرون أكثر دراية بالحاجيات المحلية والأقدر على إشباعها، بحكم أنهم ممثلون عن المجتمع المحلي، وينتمون إلى نفس المنطقة، ويعيشون نفس الانشغالات والاهتمامات، وبالتالي فهم على الأغلب الأعم بكيفية تحقيق التنمية المحلية من الحكومة المركزية.

ثم يأتي المواطنون في المرتبة الثالثة بنسبة 10.68% بصفتهم شركاء في التنمية، فعدم الجهود المبذولة من طرف الأفراد والأهالي أنفسهم من الركائز الأساسية للنهوض بالتنمية المحلية، حيث يساهم أفراد المجتمع المحلي في إبداء الملاحظات والإفصاح عن وجهات نظرهم عبر وسائل الإعلام من أجل إيصال أصواتهم إلى المسؤولين المحليين، من أجل ضمان نجاح المشاريع التنموية خاصة عند مرحلة التنفيذ التي تعرف تعثرا، كما أن وعيهم وإدراكهم بأهمية التنمية المحلية والمشاركة في إعدادها ومتابعتها يضمن تحقيق التكامل التنموي المحلي ويعزز الاستفادة من كل المشاريع والبرامج، لأن مشاركة المواطنين على المستوى المحلي يعني انطلاق التنمية المحلية من القاعدة إلى القمة، ومتى تولد لدى السكان المحليين الشعور بأهمية آرائهم وتأثيرها على القضايا الاجتماعية كانوا أكثر مسؤولية والتزاما وانضباطا، ومن ثم يحسون بالمسؤولية ويحرصون على الحفاظ على مجتمعهم، ويسهمون في تنميته.

في حين احتل المختصون المرتبة الرابعة بمعدل 8.39%، حيث يساعد بخبرته في حل أي مشكلة قد تعيق مسيرة العملية التنموية، وتعمل وسائل الإعلام على الاعتماد على المختصين أصحاب المهارات من أجل نقل ما تجود به قرائهم من معارف تزيل الغموض عن بعض القضايا

التنموية التي تغطيها هذه الوسائل، حيث تستعين بالمختصين كأساتذة الجامعات، ورجال الفكر والثقافة لتزويد الجمهور المحلي بالمعلومات والمعارف التي تخدم التنمية المحلية وتنهض بها.

أما المجتمع المدني فاحتل المرتبة الرابعة بنسبة 06.10%، ويعتبر هو الآخر بمختلف أطيافه ومؤسساته امتدادا تشاركيا في التنمية المحلية ولسان حال المجتمع المحلي، وأصبح دوره حلقة هامة وضرورية لتقدم وتطور الشعوب من جميع النواحي، إذ يعتبر أساسيا في تكريس الديمقراطية من خلال المشاركة والرقابة، ودفع وتيرة التنمية من خلال العمل الميداني، وتقديم الخدمات للمواطنين، ثم يليه القطاع الخاص بنسبة 4.58%، فلا يمكن أن يستمر اعتماد التنمية المحلية على التدخل الصرف للحكومة ومساندتها، حيث يستطيع القطاع الخاص أن يكون المحرك الأساسي للتنمية المحلية، طبعاً بمساندة ودعم من السلطات المحلية من خلال المشاريع الاستثمارية التي يقودها القطاع الخاص، فيوفر فرص عمل للمواطنين المحليين، ويساهم في رفع مستوى وكفاءة الخدمات والمرافق العامة بهدف تحسين ظروف الحياة. في حين لم يحظ المرشحون بأي نسبة نظراً لأن أعداد العينة تناولت تنشيط حملات انتخابية من طرف رؤساء الأحزاب بشكل يطغى عليه صفة الوطنية أكثر.

كما تشير بيانات نفس الجدول أن أكبر نسبة للمشاركين في عرض القضايا التنموية بإذاعة ميلة المحلية كانت من نصيب السلطات المحلية كذلك بنسبة تقدر بـ: 36.59%، عن طريق الاستجابات التي يخصصها المسؤولون خاصة في النشرات الإخبارية، أو نزول هؤلاء المسؤولين ضيوفاً في حلقات النقاش المدارة حول التنمية المحلية، يليها المواطنون بنسبة 27.76%، باعتبار القضايا التي تتناولها الإذاعة لها علاقة مباشرة بالمجتمع المحلي الذي يحاول نقل اهتماماته وانشغالاته لصانعي القرار وواضعي الخطط التنموية، ويكون ذلك إما عن طريق الهاتف من خلال

جعل الجمهور المستمع يشارك على المباشر من المكان الذي يستمع فيه إلى برامجه المفضلة، ليبدلي بدلوه في القضية التنموية محل النقاش، أو من خلال نزول المذيع إلى الميدان واستجواب المجتمع المحلي في القضية المثارة بصفته مشاركا فعليا في نجاح التنمية المحلية. هذه البرامج التفاعلية لعبت دورا في تحقيق المشاركة وممارسة المستمعين لحقهم الكامل في الإفضاء بكل ما لديهم وبانشغالاتهم وتطلعاتهم.

ثم يأتي المنتخبون في ثالث مرتبة بـ: 11.35%، لعرض بعض المشاريع التي تدخل في إطار المخططات البلدية للتنمية، ثم المختصون بنسبة تقدر بـ: 11.04%، في القضايا المتخصصة، التي تحتاج نوعا من التحليل والتفسير، فيكون المختص في ذلك المجال الأقدر على رفع اللبس عن بعض الإبهامات التي تلف القضية التنموية، والمفسر لها وواضع الحلول الكفيلة بها. فيما لا تحتاج بعض البرامج أي مشاركة من الجمهور إذ حازت على نسبة 6.26%، ثم يأتي المرشحون بنسبة 5.36%، حيث تزامنت العينة مع الحملة الانتخابية لتشريعات 2017، أين عرض بعض المرشحين المحليين مشاريعهم وبرامجهم الانتخابية، يليهم القطاع الخاص بنسبة 0.94%، ليحتل المجتمع المدني ذيل الترتيب بنسبة 0.31%.

ومن خلال مقارنة بسيطة لنتائج الجدول يتضح أن أكثر المشاركين الفاعلين في عرض قضايا التنمية المحلية في كلا الوسيلتين هم السلطات المحلية، وهذا شيء طبيعي بالنظر إلى ملكيتهما (صحيفة النصر وإذاعة ميلة المحلية)، فهما عموميتان تابعتان للدولة هذا من جهة وقد وجد الإعلام المحلي من أجل خدمة الحكومات وتطبيق برامجها من خلال إبراز نشاطات السلطات المحلية أو المركزية. ومن جهة أخرى يرجع إلى طبيعة المشاريع التنموية، حيث تأخذ الدولة وجماعاتها المحلية على عاتقها حمل هذه المشاريع وتنفيذها، لأنها الجهة الممولة والراعية الأولى

لها، وتعتبر الإعلام المحلي شريكا لها في عملية التنمية من خلال عرض هذه المشاريع ونقلها عبر وسائله إلى المجتمع المحلي. كما أن الإعلام المحلي لا بد أن يكون على اتصال وثيق بأجهزة الحكم المحلي مع الحرص على ألا يكون بوقا لها، بل وسيلة توفيق بين مطالب جماهير المواطنين وبين الإدارة المحلية، فعن طريقه تصل إلى المواطنين خطط وتعليمات وقرارات وإرشادات الإدارة المحلية، وعن طريقه أيضا يسمع المسؤولون نبض المواطنين، أفكارهم، آراءهم، مطالبهم وشكاويهم وعلى المسؤولين الرد عليها دائما. (عبد المجيد شكري: 2007، 162) وهو ما لم يكن موجودا في كلا الوسيّلتين.

كما تظهر النتائج ضعف مشاركة مؤسسات المجتمع المدني في التنمية والمواضيع التنموية، وهو خطأ يؤثر سلبا على التنمية التي تستدعي تجمع جهود كل الجهات الفاعلة وخاصة المواطنين الذين تستهدفهم مشاريع التنمية من خلال ممثليهم من المجتمع المدني، وهو دليل على عدم تطور الدور الذي يجب أن تقوم به مؤسسات المجتمع المدني وضعف دورها وتأثيرها في المشهد الاجتماعي.

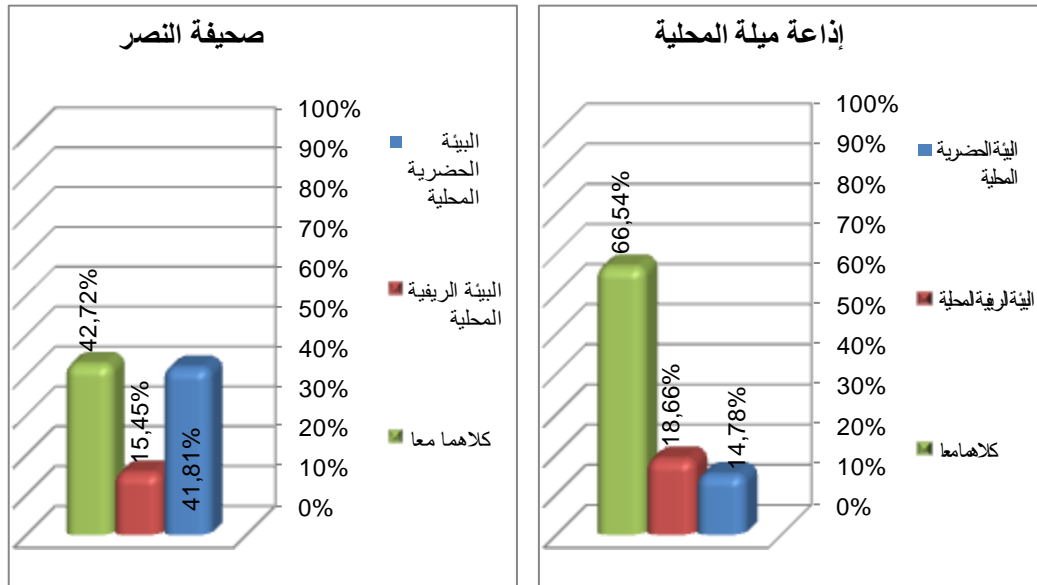
ورغم اختلاف النسب في غلبة فئة على أخرى في المشاركة في عرض قضايا التنمية، إلا أنه لا بد من الإشارة إلى أن كل طرف في المجتمع المحلي له واجباته وتأثيره الإيجابي فيما يخص التنمية المحلية، ومشاركته تعد مصدرا لاستمرار المشاريع التنموية والنهوض بالمنطقة، لأن التبادل المستمر للرسائل الإعلامية الخاصة بالتنمية بين كل أطراف العملية التنموية عبر وسائل الإعلام المحلية، وقيام كل طرف في المجتمع المحلي بدوره المنوط به، سيؤثر بالضرورة على السيرورة الإيجابية للتنمية في المجتمعات المحلية. فإحساس كل طرف بمسؤولياته من شأنه أن يدفع عجلة التنمية المحلية إلى الأمام بفضل عطائه وإنجازه، وتوحيد الجهود الحكومية ممثلة في السلطات

المحلية والمجالس المنتخبة مع جهود المواطنين في المجتمع المحلي، ومؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص أمر في غاية الأهمية للنهوض بالتنمية المحلية.

الجدول رقم (10) يوضح فئة البيئة المستهدفة من القضايا التنموية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		البيئة
%	ت	%	ت	
14.78	42	41.81	46	البيئة الحضرية المحلية
18.66	53	15.45	17	البيئة الريفية المحلية
66.54	189	42.72	47	كلاهما معا
<b>%100</b>	<b>284</b>	<b>%100</b>	<b>110</b>	<b>المجموع</b>

الشكل رقم (10) يوضح فئة البيئة المستهدفة من القضايا التنموية



من خلال الجدول رقم (10) يتبين أن البيئة المستهدفة الأكثر ظهوراً في عينة الدراسة بصحيفة

النصر هي التي تجمع البيئتين معا الحضرية والريفية بنسبة 42.72%، تليها مباشرة وبنسبة



مقاربة البيئة المحلية الحضرية بنسبة 41.81%، فيما لم تتل البيئة المحلية الريفية إلا نسبة 15.45%.

أما في إذاعة ميلا المحلية فتوضح معطيات الجدول نفسه أن الحظ الأكبر كان من نصيب كلا البيئتين بنسبة 66.54%، تليها البيئة الريفية بنسبة 18.66%، فيما كانت المرتبة الأخيرة للبيئة المحلية الحضرية بنسبة 14.78%.

وتستهدف مواضيع التنمية المحلية البيئة الحضرية والبيئة الريفية معا على حد سواء بالدرجة الأولى، وهو ما يمكن إرجاعه إلى انتماء الجزائر لمصاف الدول السائرة في طريق النمو، وهي دول تحتاج مجتمعاتها إلى تنمية شاملة تمس مناطقها الحضرية والريفية بنفس الطريقة، فحتى المدن والتجمعات السكنية الكبرى مازالت تحتاج إلى تنمية على كل المستويات، خاصة ونحن نلاحظ أن المدن الجزائرية تعاني من التريف وضعف البنى التحتية، وتعاني الولايات من بعض الممارسات غير الحضارية أقلها الرمي العشوائي للنفايات وضعف شبكة الطرقات، وضعف شبكات النقل العمومي، ونقص التهئية وغيرها، وهو ما يفسره ترتيب الفئات الحضرية في المرتبة الثانية قبل الفئات الريفية، التي تستهدفها مشاريع التنمية في الدول المتقدمة بصفة مكثفة بالنسبة لجريدة النصر التي تغطي الجهة الشرقية، أما بإذاعة ميلا فقد سبقت البيئة الريفية ولعل ذلك يعود إلى طبيعة المنطقة الريفية. والملاحظ في كثير من الدراسات أن وسائل الاتصال الجماهيري كثيرا ما تركز على المجتمعات الحضرية، وتنسى أنه ما لم يتم التعديل القيمي الاجتماعي في المجتمعات الريفية، فإن أي جهد لإحداث أي تعديل في سلم القيم الاجتماعية في المجتمعات الحضرية سيكون ضائعا أو ذا أثر محدود، فليس هناك انفصام بين المجتمع الريفي والمجتمع الحضري، فكلاهما

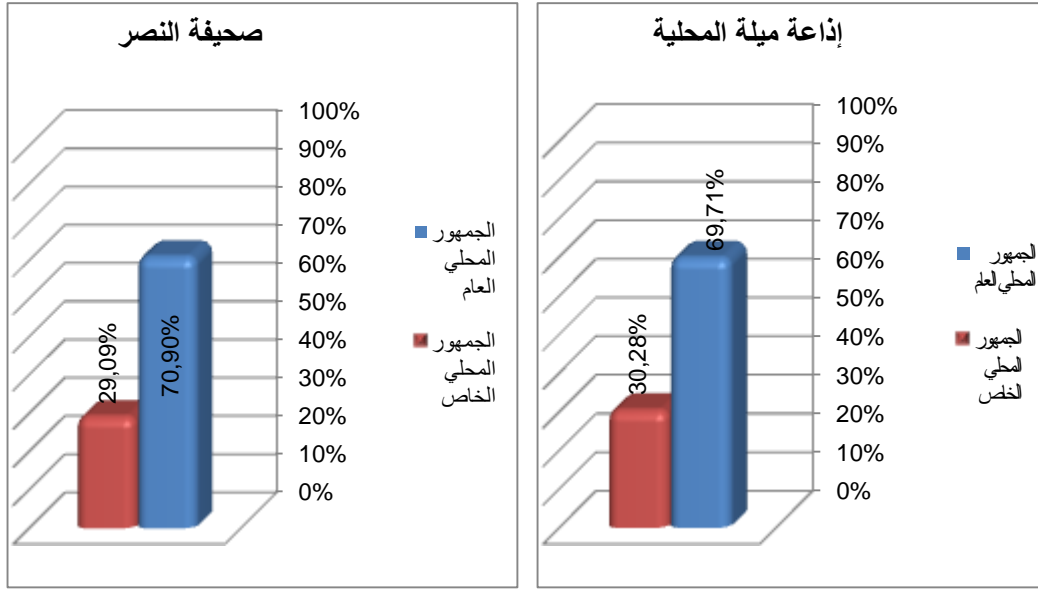
يؤثر على الآخر نتيجة الصلات اليومية والعلاقات الإنسانية. وهو ما لم يكن حاضرا في الوسيطين الإعلاميتين محل الدراسة (إبراهيم عبد الله المسلمي: 1993، 53).

لذلك لا بد من التكامل بين الريف والمدينة من حيث المشاريع التنموية وكذا من حيث اهتمام الإعلام بهما، بمعنى أنه لا يمكن إجراء تنمية ريفية دون تنمية حضرية والعكس صحيح، وهذا التكامل يمكن أن يقلل من نسبة النزوح الريفي للسكان، أين تضطرب الظروف إلى الهجرة إلى المدينة، من جهة، ولم لا التفكير في النزوح الحضري نحو الريف، وذلك بإضفاء بعض الجاذبية على الريف، وجعله مكانا أكثر قابلية للعيش لدى الحضريين من جهة أخرى. حيث تشير بعض الدراسات إلى أن سياسات التنمية الحضرية تشمل إقامة مدن ومجتمعات عمرانية جديدة بالمناطق الصحراوية، وتنمية المدن الحضرية للارتقاء بها وتحسين مستوى معيشة الأفراد بها من خلال اتباع استراتيجية الاستثمار المركز لتحقيق الاستفادة القصوى من الموارد المتاحة في الحيز المأهول حاليا كمرحلة أولى ثم الخروج إلى الصحراء في المرحلة الثانية، وذلك من خلال تنويع مصادر الدخل في المناطق الريفية وكذا استغلال الطاقات البشرية خاصة المرأة الريفية وفئة الشباب وإقامة مشروعات صغيرة تتوافق وإمكانيات المجتمع الريفي.

الجدول رقم (11) يبين فئة الجمهور المستهدف

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الجمهور المستهدف
%	ت	%	ت	
69.71	198	70.90	78	الجمهور المحلي العام
30.28	86	29.09	32	الجمهور المحلي الخاص
<b>%100</b>	<b>284</b>	<b>%100</b>	<b>110</b>	<b>المجموع</b>

الشكل رقم (11) يبين فئة الجمهور المستهدف



تلعب وسائل الإعلام المحلية دورا فعالا وحيويا في عملية تزويد أفراد الجمهور بالمعلومات المتعلقة بقضايا التنمية المحلية الهامة، ويمثل الجمهور أهمية مركزية في صياغة الرسالة الإعلامية لأنه مصدر نجاح وفعالية هذه الرسالة، والهدف من تحديد الجمهور هو الوصول إلى شرائح المجتمع التي لها علاقة بأهداف الرسالة الإعلامية.

ويتضح من خلال الجدول رقم (11) أن الجمهور الأكثر بروزا في الرسائل الإعلامية ذات البعد التنموي في صحيفة النصر عينة الدراسة هو الجمهور المحلي العام بنسبة 70.9%، ثم يأتي الجمهور المحلي الخاص بنسبة 29.09%.

ونفس الشيء بالنسبة لإذاعة ميلا المحلية فإن الجمهور العام هو الجمهور الأكثر استهدافا في عينة الدراسة بنسبة 69.71%، ليأتي بعده الجمهور المحلي الخاص بنسبة 30.28%.

ويأتي اهتمام الوصيلتين بالجمهور المحلي العام نظرا لكون القضايا المطروحة والواردة في عينة الدراسة تهم الشأن العام المحلي، لكن هذا الاهتمام المبالغ فيه بالجمهور المحلي العام دون الخاص

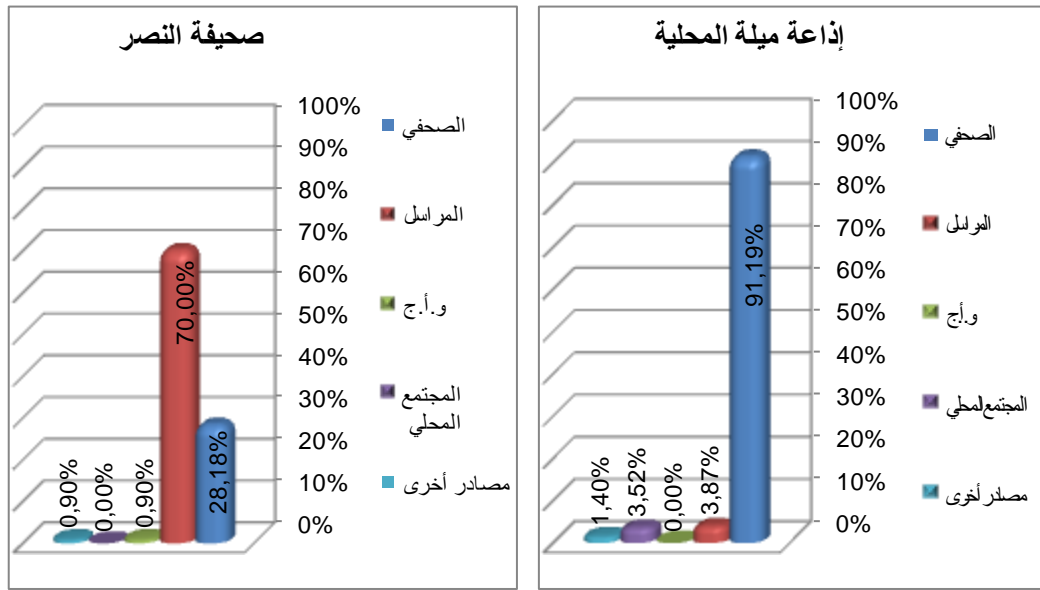
يشير إلى غياب التخطيط المسبق من قبل إدارة الوسيطتين للجمهور المحدد والمستهدف، إذ لم يعد الإعلام في الوقت الراهن وخاصة في المجال التنموي يوجه إلى كل الشرائح دون تحديد سمات معينة وجمهور بعينه، حيث أصبح في وقتنا الراهن وفي عدة دول توجيه البرامج التنموية إلى شرائح اجتماعية معينة بغية إحداث تأثير في معارفها ومن ثم في اتجاهاتها وسلوكياتها قدر الإمكان (ناجي الشهاوي: 2015، 145).

فيجب تحديد الجمهور ومعرفة خصائصه والاستفادة من المعلومات في صياغة الرسالة الإعلامية التنموية وفقا لأهداف القائم بالاتصال في الإعلام التنموي وتحديد أساليب وأوقات تقديمها لضمان تحقيق الأهداف المرجوة، وتحقيق التنمية المحلية التي يصبو إليها كل طرف في المجتمع المحلي بغض النظر عن جنسه وسنه ومستواه التعليمي، وحتى وظيفته في هذا المجتمع، فقبل أن يشرع الصحفي في إعداد برنامجه أو كتابة مقاله لا بد أن يسأل سؤالا مهما من هو الجمهور المستهدف من خلال هذه الرسالة الإعلامية.

الجدول رقم (12) يبين مصدر المعلومات حول القضايا التنموية

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية	المصدر
%	ت	%	ت		
91.19	259	28.18	31		الصحفي
3.87	11	70	77		المراسل
00	00	0.90	01		و.أ.ج
3.52	10	00	00		المجتمع المحلي
1.40	04	0.90	01		مصادر أخرى
<b>%100</b>	<b>284</b>	<b>%100</b>	<b>110</b>		<b>المجموع</b>

الشكل رقم (12) يبين مصدر المعلومات حول القضايا التنموية



يبين الجدول رقم (12) أن أكثر المصادر استخداماً في الوصول إلى القضايا التنموية في المجتمع المحلي بالنسبة لصحيفة النصر هو المراسل بنسبة (70%)، حيث يعبر المراسل عن انشغالات واهتمامات أبناء منطقته بصفته فرداً منهم يحس بهم ويعيش ظروفهم، فيلجأ إلى كشف مواطن الفساد وأخطاء التنمية المحلية ومعيقاتها، كما يسهم في كشف النقائص الموجودة على مستوى المناطق النائية والعميقة التي قد لا يسمع بها المسؤولون والسلطات المحلية. ثم يأتي في المرتبة الثانية الصحفي بنسبة (28.18%)، فيما احتلت وكالة الأنباء الجزائرية ومصادر أخرى المرتبة الثالثة بنسبة (0.90%)، ليتنزل المجتمع المحلي الترتيب بنسبة 00% حيث ينوب عنه المراسل في نقل الانشغالات لكونه وسيطاً بين المواطنين والسلطات المحلية.

وبإذاعة ميلا المحلية تصدر الصحفي الترتيب في الحصول على الأخبار المتعلقة بالتنمية المحلية بنسبة (91.19%)، حيث تقع مسؤولية جمع المادة الإعلامية المتعلقة بالتنمية المحلية على الصحفي بصفته عضواً في المجتمع المحلي، مهمته جمع المعلومات التي تعود بالفائدة على الصالح العام وتخدم مصالح المجتمع المحلي، يليه في المرتبة الثانية المراسل بنسبة 3.87%،

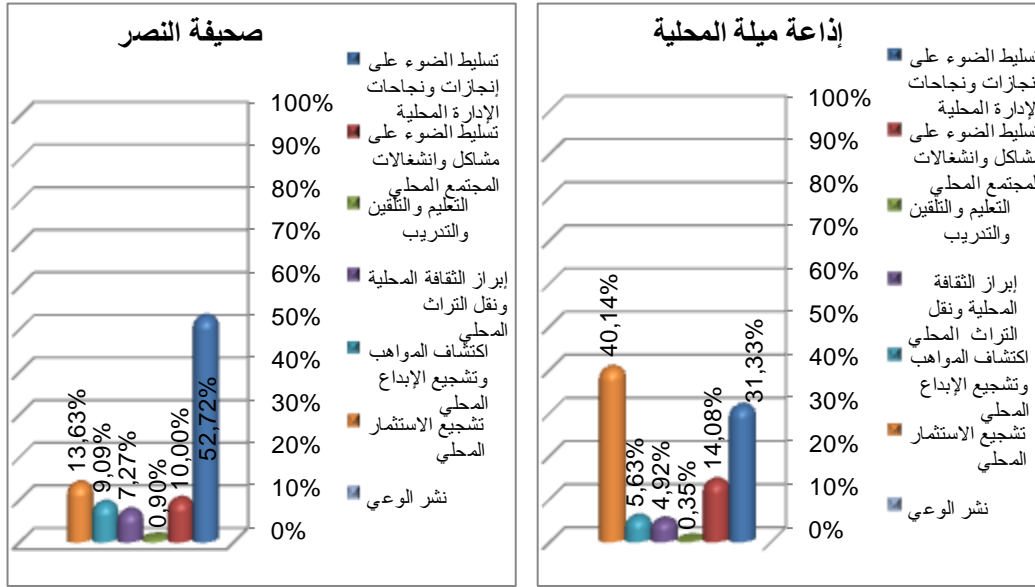
وبنسبة قريبة يحتل المجتمع المحلي المرتبة الثالثة بنسبة (3.52%)، تليه مصادر أخرى بنسبة (1.40%)، فيما لم تظهر وكالة الأنباء الجزائرية كمصدر من مصادر الحصول على المعلومات الخاصة بالتنمية المحلية.

ويعود الاختلاف والتباين بين الوسيلتين محل الدراسة في استخدام المصادر للحصول على المعلومات، حيث تصدر المراسلون الترتيب في صحيفة النصر بينما كان النصيب الأكبر للصحفي في إذاعة ميله، وقد يعود هذا التباين إلى حدود وانتشار وحجم تغطية كل وسيلة، إذاعة ميله تغطي حدود ولاية ميله، لذلك فهي ليست بحاجة إلى مراسلين في كل منطقة لتغطية أخبارها، فتعمل على إرسال مبعوثيها من صحفيين للحصول على المعلومات، حيث يعتبر الصحفي هو عصب العمل في الإذاعة المحلية والمصدر الذاتي والمسؤول الأول عن جمع الأخبار وتغطيتها، إن لم نقل عمودها الفقري، حيث تقع عليه مهمة جمع المعلومات والأخبار المحلية، في حين تغطي النصر مساحة أوسع تتسع لولايات الشرق وبعض ولايات الوسط، لذلك تجدها بحاجة إلى مراسلين ينقلون انشغالات المواطنين اليومية المتعلقة بقضايا التنمية المحلية، خاصة أن المراسلين الصحفيين كما عرفهم أحد الدارسين (هم أناس يعرفون كيف ينقبون للحصول على المعلومات أيا كان مصدرها ومهما كانت خفية أو غامضة (عبد الرحمن فنشوبة: 2014، ع 16 ، 3)، ويستطيع المراسل الوصول إلى مناطق عميقة ربما يطلع عليها المسؤولون المحليون لأول مرة من خلال وسائل الإعلام، ومن خلالها يستطيع معرفة الانشغالات والمشاكل والنقائص فينبون المخططات التنموية على أساسها.

الجدول رقم (13) يمثل فئة الهدف من عرض قضايا التنمية المحلية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية	
%	ت	%	ت	الهدف	
31.33	89	52.72	58	تسليط الضوء على إنجازات ونجاحات الإدارة المحلية	
14.08	40	10	11	تسليط الضوء على مشاكل وانشغالات المجتمع المحلي	
0.35	01	0.9	01	التعليم والتلقين والتدريب	
4.92	14	7.27	08	إبراز الثقافة المحلية ونقل التراث المحلي	
5.63	16	9.09	10	اكتشاف المواهب وتشجيع الإبداع المحلي	
00	00	6.36	07	تشجيع الاستثمار المحلي	
17.95	51	3.63	04	السياسي	نشر الوعي
10.91	31	2.72	03	الاجتماعي	
9.85	28	1.81	02	الاقتصادي	
2.11	06	00	00	الثقافي	
2.81	08	5.45	06	البيئي	
40.14	114	13.63	15	المجموع	
<b>%100</b>	<b>284</b>	<b>%100</b>	<b>110</b>	<b>المجموع</b>	

الشكل رقم (13) يمثل فئة الهدف من عرض قضايا التنمية المحلية



من خلال معطيات الجدول أعلاه يتضح أن أكثر الأهداف المنشودة من المواضيع المنشورة في صحيفة النصر هو تسليط الضوء على النجاحات والإنجازات، بنسبة 52.72%، حيث سلطت الضوء على المشاريع التنموية الخاصة بمختلف المناطق المغطاة، وهو الدور المنوط بأجهزة الإعلام العمومية في مساعدة الدولة على أداء مهامها وبلوغ أهدافها في دعم المسيرة التنموية، إذ رافقت الصحيفة من خلال مراسليها وصحفييها السلطات المحلية بصفتها شريكا في عملية التنمية، وعملت على إبراز دورها وأهم البرامج والمشاريع المتعلقة بالمرافق والخدمات والرعاية الصحية. وظهر ذلك في التغطيات الخاصة بـ :

- توطين مشاريع سكنية في 21 ألف هكتار أراضي غير مستغلة بأم البواقي.
- توزيع 34 سكنا اجتماعيا بالطاهير في جيجل.
- برنامج لتهيئة الأحياء وتعبيد الطرقات ببلديات قالمة.



والملاحظ من خلال عينة الدراسة أن الصحيفة لم تستثن أيضا ما يقوم به المجتمع المحلي من إنجازات ذاتية لترقية منطقتهم وتمييزها على غرار ما فعله مواطنو بريكة بباتنة في توفير الإنارة العمومية من مالهم الخاص. ثم نشر الوعي بنسبة 13.63%، احتل فيه الوعي البيئي الصدارة بنسبة 5.45%، ومن أمثلة ما ورد في الصحيفة:

خرجات رياضية واستكشافية لكنوز الطبيعة بخنشلة من تنظيم مجموعة الرياضة للجميع.

دراسات لاستغلال ثلاث غابات بباتنة كمناطق للاستجمام.

ثم الوعي السياسي بنسبة 3.63%، ومن النماذج الظاهرة في عينة الدراسة: المشاركة القوية في الانتخابات ستمنح الشرعية للبرلمان والحكومة القادمتين، وهي دعوة صريحة للمواطنين للمشاركة في الانتخابات، حيث تقوم الصحافة المحلية بتشجيع المواطنين على الإدلاء بأصواتهم في الانتخابات، ذلك أن مشكلة التصويت في الدول النامية تكمن في أن نسبة غير قليلة من الجماهير تمتنع عن التصويت، إما لعدم كفاية المعلومات عن هذه العملية أو لقلّة الثقة في نظام الانتخابات أو لسبب عدم شعور تلك الجماهير بأن التصويت واجب سياسي من واجبات المواطنين (إبراهيم عبد الله المسلمي: 1993، 46)، حيث تعمل وسائل الإعلام على تعزيز الوعي السياسي من خلال المعلومات والأفكار والتوجهات السياسية، وهو ما يحدث تنمية سياسية تساعد على العمل على تغيير سلوك الأفراد الواعين للسير على النهج الصحيح، والابتعاد عن كل ما لا يتفق مع مصالح المجتمع وأهدافه.

ويليه الوعي الاجتماعي بنسبة تقدر بـ 2.72%، مثل ما ورد حول انطلاق قافلة مساعدات

للعائلات الفقيرة بالطارف، أين صفت قائمة المستفيدين من 4 آلاف شخص كانوا يحصلون على

مساعدات موجهة للمعوزين دون وجه حق. ليأتي الوعي الاقتصادي في مؤخرة الترتيب بنسبة 1.81%، في حين لم ينل الوعي الثقافي أي نسبة تذكر.

أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب هدف تسليط الضوء على مشاكل وانشغالات المجتمع المحلي بنسبة 10%، حيث هدفت الصحيفة كذلك إلى نقل اهتمامات المجتمع المحلي ونقل انشغالاته للسلطات المحلية وحتى المركزية من أجل التكفل بها، خاصة بالمناطق العميقة من الوطن، والتي تستطيع الصحيفة الوصول إليها لنقل انشغالات ومشاكل السكان هناك، والنقائص التي تعيق عملية التنمية المحلية بها، فتبنى من خلالها الخطط التنموية للنهوض بالتنمية المحلية من خلال فك العزلة وبرامج السكن الريفي وتوصيل الغاز الطبيعي إلى القرى والمدن المحرومة والمهمشة، والتي لا تزال تعاني قساوة الطبيعة. وفي هذا السياق يوضح أغاروالا أن مهمة الصحفي تتضمن القيام بعملية فحص وتثبيت وتقييم لمدى ملاءمة المشاريع التنموية للاحتياجات الوطنية والمحلية، وكذلك كشف حجم التباين بين خطط التنمية من الناحية النظرية وتطبيقها العملي على أرض الواقع، ودرجة الاختلاف بين الأثر الإيجابي الذي كان من المفترض أن تجلبه للناس وفق أطروحات المسؤولين الحكوميين والأثر الفعلي الذي جلبته عند تنفيذها (جمال عزت أبو علي: 2012، 31).

فمهمة الصحفي ليست وصف هموم وانشغالات المواطنين في المجتمع المحلي، بل لا بد عليه أن يبحث في أسبابها وعواملها الخفية، لا ليواسي الناس ويرثي حالهم، بل ليكون طرفاً مهماً في حل مشاكلهم، بالبحث عن مكامن الخلل في كل المجالات

ومن أمثلة ما ورد حول تسليط الضوء على مشاكل وانشغالات المجتمع المحلي:

- مستفيدون من برنامجي السكن الريفي والترميم يشكون تأخر الإعانات المالية.

- ندرة مياه السقي تقلق الفلاحين، مشاريع متأخرة وعيادات تقدم أدنى الخدمات بعلي منجلي.
- أكثر من ألف كلم من المسالك البلدية تتطلب برنامجا استراتيجيا بتبسة.
- يتبعه هدف اكتشاف المواهب وتشجيع الإبداع المحلي بنسبة 9.09%، حيث تهدف الصحيفة إلى تقديم المواهب المحلية التي تزخر بها المناطق التي تغطيها الصحيفة ومن النماذج الواردة في الصحيفة:
- الحاجة سكيينة مواجي كتبت نسخة من المصحف باليد وهي في الـ 72 من العمر بعد أن درست في قسم محو الأمية.
- ورشة الرسم حول أماكن الذاكرة لولاية جيجل حضرها 27 فنانا تشكيليا عرضوا إبداعاتهم في أماكن عمومية للجمهور.
- شعراء وكتاب يكرمون عبد الله بوخالفة في التظاهرة الأولى للإبداع الطلابي.
- وبعد إبراز الثقافة المحلية ونقل التراث المحلي بنسبة 7.27%، والتي تعبر عن الهوية المحلية والآثار التي تعود إلى حقبة بعيدة، وتعتبر عن تاريخ المنطقة، حيث تطرقت في مجملها إلى التراث الثقافي والأثري والتاريخي الذي تزخر به ولايات الشرق الجزائري، وهذا لتوعية المجتمع المحلي بما تزخر به منطقتهم من آثار ومعالم سياحية لا تزال تئن تحت وطأة النسيان والإهمال، أملا في نفض الغبار عليها وإحيائها وتطويرها. ومن أمثلة ذلك:
- فرقة مختصة لتنفيذ التوصيات المتعلقة بموقع فرضوة الأثري بميلة.
- المدينة الأثرية تيديس تتحول إلى قبلة للسياح.

- الدكتور علاوة عمارة للنصر: بني حميدان متحف مفتوح لم يكتشف، وأعد دراسة ستغير نظرتنا عن قسنطينة.

ولتشجيع الاستثمار نصيب أيضا من اهتمامات الصحيفة وأهدافها، حيث حاز على نسبة 6.36%، هدفت من خلاله الصحيفة إلى تشجيع الأفراد في المجتمع المحلي على النهوض بمجتمعاتهم، من خلال المساهمة في المشاريع الاستثمارية، ودعوة السلطات المحلية لذلك ومن أمثلته:

- سلطات الطارف وجهت دعوة للاستثمار في مجال نباتات الزينة والورود.

- دعوة رجال الأعمال لدعم النوادي الرياضية من خلال توزيع قرابة ملياري سنتيم من الاعتمادات بخنشلة.

- مسابح متنقلة لشباب المناطق المعزولة وتأجير مرافق رياضية للخواص.

ليأتي هدف التعليم والتلقين والتدريب في ذيل الترتيب بنسبة 0.9%. ومن النماذج: ورشات لتلقين طلبة جامعة منتوري في طرق البحث عن عمل من تنشيط موظفين من الوكالة الولائية للتشغيل.

وفيما يخص إذاعة ميّلة المحلية نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن أكثر الأهداف المنشودة كانت من نصيب هدف نشر الوعي بأنواعه المختلفة بنسبة 40.14%، احتل فيه الوعي السياسي النسبة الأكبر بنسبة 17.95%، خاصة وأن فترة الدراسة تزامنت والحملة الانتخابية لتشريعات 2017، أين سعت برامج الإذاعة إلى نشر الوعي السياسي لدى المجتمع المحلي ودعوته لممارسة حقوقه الانتخابية واختيار الأشخاص المناسبين لتمثيله في الغرفة الدنيا، كما

فتحت المجال من خلال حصصها المكثفة والخاصة والمبرمجة بالمناسبة لممثلي مختلف الأحزاب، كحصة مترشحون وبرامج، وهي حصة تستضيف مرشحا من المرشحين لتشريعات 2017، لتبيان أهم النقاط التي يسعى الحزب لتحقيقها بهدف جذب اهتمام الناخبين، ويمكن للراديو أن يوجه المستمعين في نطاق إقليمه بالتوجه إلى صناديق الإنتخاب أو الاستفتاءات للإدلاء بأصواتهم، كما تشمل البحث عن المعلومات الخاصة بسير الحملة الإنتخابية ونتائجها الأولية والدعاية لطرف أو لآخر لما فيه الصالح العام، بهدف تنمية الإدراك السياسي للمجتمع المحلي من خلال الفقرات الإخبارية التي تُطّلع الأفراد على كل ما يدور حولهم من أحداث، وتنقل تفاصيل الحملة الانتخابية، وهو ما يولد لدى الجمهور المحلي خلفية ذات بعد سياسي، يستطيع من خلالها ممارسة حقوقه وواجباته السياسية وهو على وعي بما يقدمه. ويمكن تكوين الرأي العام المحلي الواعي والناضج وصقله عن طريق هذه الوسيلة، مع ضرورة مشاركة المواطنين بأرائهم في المشاكل والشؤون العامة، مما يفتح الباب أمام تقديم خدمة ديمقراطية حقيقية في المجال المحلي. (إبراهيم عبد الله المسلمي: 1993، 59). يليه الوعي الاجتماعي بنسبة 10.91% أين ركزت الإذاعة من خلال برامجها، مستهدفة مختلف شرائح المجتمع، فمن خلال حصة **مرافقة** حاولت الإذاعة معالجة إحدى الظواهر الاجتماعية التربوية الخاصة بهروب التلاميذ من الدراسة في آخر العام الدراسي، حيث استفحلت الظاهرة في السنوات الأخيرة ما دعا إلى ضرورة الغوص في هذه المشكلة، ومحاولة نشر الوعي لدى فئة المتدربين لتدارك الوضع قبل فوات الأوان. إضافة إلى الخوض في موضوع آخر لا يقل أهمية وهو الصحة من خلال برنامج **الوقاية خير من العلاج**، من خلال النصائح التي بثتها للوقاية من حساسية الأنف المفرطة، حيث تسعى إلى دفع المخاطر قبل وقوعها، وبرنامج **عيادة الأثير** الذي تناولت فيه بالشرح والتفسير أهمية النشاط البدني عند الكبار من خلال استضافة طبيب مختص دعا الكبار مهما اختلف جنسهم إلى ممارسة الرياضة، لأن الخمول هو من مسببات

الأولى للجلطات الدماغية والسكتات القلبية المؤدية إلى الوفاة، وإلى كثير من الأمراض كمرض السكري، البدانة، الأورام السرطانية، هشاشة العظام، النسيان....، "حيث تساعد هذه البرامج على القضاء على الأمراض المتوطنة وأمراض سوء التغذية التي تضعف حيوية الأفراد فتزداد صحتهم ومن ثم مقدرتهم على العمل فيرتفع معدل الكفاية الإنتاجية ويزداد إنتاج المجتمع." (إبراهيم عبد الله المسلمي: 1993، 51) ناهيك عن الغوص في بعض السلوكيات المشينة في الشهر الفضيل، من خلال برنامج **خط أخضر** بالحديث عن الأمراض الاجتماعية التي أصيب بها المجتمع الجزائري في شهر رمضان كسوء التعامل، الإفراط في متابعة المسلسلات بدل القيام بالعبادات، والإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، والهروب من العمل وبعض السلوكيات في المسجد. ثم الوعي الاقتصادي بنسبة 9.85%، وهذا بالتطرق إلى بعض الإرشادات الفلاحية التي تزرع الوعي في أوساط الفلاحين في حصة إرشادات فلاحية، الذي يقدم إرشادات تحذر الفلاحين من بعض السلوكيات العفوية التي يمارسونها يوميا، وبعض الأمراض الضارة التي تصيب النباتات والحيوانات وترشدهم إلى السبل المثلى، من أجل الحفاظ على منتوجاتهم سواء الحيوانية أو النباتية وكيفية الوقاية من الأمراض والقضاء عليها، على غرار ما ورد في عينة الدراسة من خلال الحديث عن عوامل النظافة قبل حلب الأبقار، وكيفية القضاء على حشرة حفارة الطماطم. ناهيك عن برنامج **الماء الحية** الذي يسعى إلى ترشيد استهلاك المياه من خلال النصائح التي يقدمها مقدم البرنامج، والدعوة إلى نهج الأساليب السليمة والعلمية للحفاظ على هذه الثروة الزائلة. وكل هذه القضايا التي بثتها الإذاعة المحلية من خلال برامجها من شأنها أن ترفع من مستوى معيشة الأفراد في المجتمع المحلي. ويأتي بعد الوعي الاقتصادي هدف نشر الوعي البيئي بـ 2.81%، وهي مهمة الإعلام المحلي لكونه انعكاسا حقيقيا للبيئة المحلية التي ينطلق منها، فهو يعبر عن واقع هذه البيئة، ويهدف إلى خدمة أفراد المجتمع المحلي ومناقشة قضاياهم المتعلقة بالبيئة، وإكساب الأفراد الخبرات

الكافية بعناصرها ومكوناتها وإشكالياتها والتدريب على حلها ومنع حدوثها، وتجنب الوقوع في الكوارث وما يترتب عليها من أزمات اجتماعية، أو اقتصادية، أو سياسية في بعض الأحيان.

وتحتوي الشبكة البرمجية لإذاعة ميله على برنامج إعلامي بيئي أسبوعي يحمل اسم

"توازن"، يهدف إلى إعلام وتوعية الجماهير بأهمية الحفاظ على البيئة، وتحسيسهم بمخاطر

التلوث والنفايات، ويعنى بالبيئة المحلية. كما تبث الإذاعة عبر فقراتها الإخبارية ما يتعلق بالبيئة

والمحيط في الولاية على غرار الأخبار المتعلقة برصد والي الولاية مليار سنتيم للتكفل بالمساحات

الخضراء للمحافظة على محيط سليم، وانشغالات سكان وادي النجاء بقلة النظافة بشوارع المدينة

والدعوة إلى تنظيفها من أكوام القمامة، وهذا من أجل إحداث إصلاح بيئي والارتقاء بالمستوى

البيئي وتعميق أهداف التوعية البيئية من أجل زرعها في سلوك عامة الناس، وتعميق شعور

المواطن بواجباته ومسؤولياته تجاه البيئة، خاصة مع ما يهدد البيئة من أخطار بشرية وصناعية

وتأثيرات التلوث البيئي والتغيرات المناخية على الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية.

وأخيرا الوعي الثقافي بنسبة 2.11% وهو يتداخل بشكل كبير مع هدف نقل التراث والثقافة

المحلية، من خلال الدعوة إلى الحفاظ على الهوية المحلية من خلال برنامج فضاء الشباب.

وفي المرتبة الثانية تربع هدف تسليط الضوء على النجاحات والإنجازات بنسبة 31.33%، من

خلال تسليط الضوء على أهم النشاطات التي تقوم بها السلطات المحلية في مجال التنمية المحلية

كإنجاز الطرق بمختلف بلديات الولاية وتجديد شبكات الطرقات، وتغطية الملاعب بالعشب

الاصطناعي، وربط المشاتي بالصرف الصحي كمشتة اولاد عليوة بالرواشد بمبلغ 2 مليار سنتيم.

والجدير بالذكر أن دور الإذاعة المحلية لا يقتصر على مجرد نقل الأخبار، بل يتعداه إلى أبعد

من ذلك من خلال طرح مشاكل وانشغالات المجتمع المحلي بنوع من التحليل والتفصيل والنقاش

واضحة حلولاً تارة وناقلة الانشغالات ووجهات النظر للجهات الوصية تارة أخرى من أجل معرفة مكامن المشكل والبحث عن الحلول الكفيلة به، حيث حاز تسليط الضوء على انشغالات ومشاكل المجتمع المحلي على نسبة 14.08%، كانتشغالات مواطني مشتة اولاد عاشور بالعياضي برباس حول تأخر السكن الريفي، ومطالبة سكان القرارم قوقة بالتهيئة الحضرية، حيث استطاعت الإذاعة أن تلعب دور الوسيط بين الجمهور المحلي والسلطات المحلية من خلال نقل انشغالاتهم وشكاويهم، فأصبحت منبرا ينقل آراءهم ونبضا لأصواتهم إلى السلطات المعنية للرد عليها أو حلها، وبدا ذلك من خلال رد والي الولاية على الانشغالات على المباشر، وإعطاء تعليمات للهيئة التنفيذية للتكفل بهذه الانشغالات كل في مجال تخصصه، فيشعر الأفراد أنهم مسؤولون ومشاركون في العملية التنموية.

يليه اكتشاف المواهب وتشجيع الإبداع المحلي بـ 5.63%، إذ سعت الإذاعة من خلال برامجها إلى تشجيع المواهب المحلية في الشعر والأدب، من خلال برنامج مواهب ومبدعون الذي استضاف موهبة في الشعر والتعريف بها للمجتمع المحلي، وحصّة أقلام على الطريق، وهي حصّة تقدمها الأدبية والروائية ابنة المنطقة زكية علال تحت شعار رحلة الألف ميل تبدأ بخطوة وطريق الإبداع طويل وشاق، وهو برنامج يعنى بإبداعات الشباب في ميادين الأدب وفنونه، حيث حلقت طائرة الإبداع مع فيصل حميد من بلدية الشيفارة، وهو كاتب القصة القصيرة، وحاولت معرفة سبب هروب الكتاب إلى الرواية، في جو أدبي تخللته آراء ونقد وإرشاد لأدباء المنطقة من أجل التحليق السليم في فضاء الأدب. إضافة إلى أخبار تتعلق بتنشيط ندوة أدبية من طرف ابني المنطقة لخضر بن زهرة والطاهر بوصبع. ويليه هدف إبراز الثقافة المحلية ونقل التراث المحلي بنسبة 4.92%، والذي ظهر من خلال النقل المباشر والحي للمهرجان الولائي للتراث، وهي تظاهرة للتعريف بالموروث الثقافي المميز للمنطقة، حضرتها فرق الفروسية، الفنطازية والخيالة، بالإضافة



إلى خبر يتعلق بمعرض للصناعات التقليدية الخاصة بالمنطقة. فمن المسائل الهامة عند دراسة الإعلام المحلي بالنسبة للدول النامية هي أهمية دراسة ومناقشة علاقة عمليات التنمية في المجتمعات التقليدية والفولكلور الذي يسود هذه المجتمعات، وأهمية توظيف كل ما لدى البيئة المحلية من تراث شعبي في خدمة وسائل الإعلام سواء في ما تقدمه من أشكال أو ما تحتويه من مضمون. (يوسف مرزوق: 1988، 49). ليأتي في الأخير التعليم والتلقين والتدريب بنسبة 0.35%، من خلال حصة إرشادات فلاحية التي عرفت الفلاحين بطرق الوقاية من حشرة حفارة الطماطم وطريقة التعامل مع الشتلات. ولم يحظ هدف تشجيع الاستثمار بأي نسبة.

والملاحظ من خلال التحليل أن كلا من الصحيفة والإذاعة لم يوليا اهتماما بالتعليم، على عكس ما أظهرته بعض الدراسات حول استخدام الصحافة المحلية إمكاناتها الهائلة في مساندة حملات محو الأمية وفي الترويج للأفكار التنموية... ففي كوبا خصصت الصحف اليومية المحلية صفحة كاملة كل يوم للقراء الجدد الذين محيت أميتهم، تحتوي على أهم الأنباء مختصرة ومطبوعة ببسط عريض، وفي مصر كانت هناك محاولة للجريدة التعاون بالاشتراك مع المجلس الأعلى للإعلام وبنك التسليف الزراعي ووزارة التعليم تضمنت المحاولة نشر لوحة مثبتة في وسط العدد الأسبوعي تتضمن كل لوحة عددا من الكلمات موضحة بالرسم وإلى جانبها الحرف الأول من الكلمة ثم يترك فراغ ليكتب فيه الدارس كلا من الكلمة والحرف (محمد منير حجاب: 2000، 242) وبالنسبة للإذاعة رغم أن دفتر أعباء ومهام الإذاعات الجهوية في الجزائر ينص على ضرورة أن تحدد إجراءات التعاون بين الإذاعة الجهوية والوزارتين المكلفتين بالتربية الوطنية والتكوين المهني والهيئات التابعة لهما، إلا أننا لا نلق لها أثرا في الإذاعة المحلية لميلة، حيث تقدم الإذاعات المحلية في الدول المتقدمة برامج تعليمية موازية مع المقررات الدراسية سواء تعلق الأمر

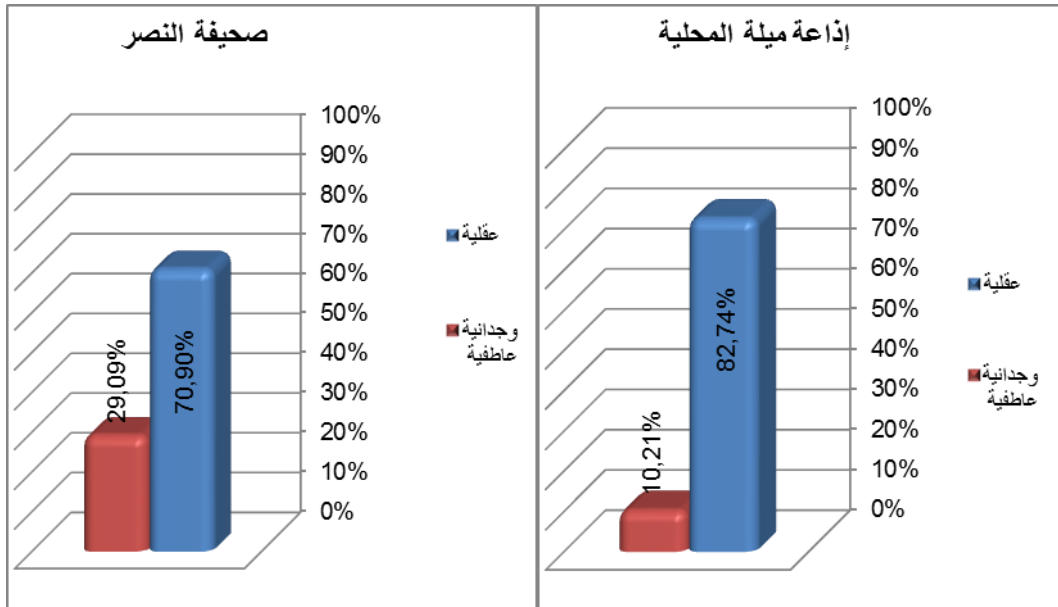
بالتعليم النظامي أو بأقسام محو الأمية، وذلك من خلال الاهتمام بشرح المناهج الدراسية لطلبة المراحل المختلفة من أجل تحسين الخدمات التعليمية والقضاء على الدروس الخصوصية، حيث تراعي الإذاعة خصوصيات الأميين الذهنية والعلمية، وتهتم البرامج بتعليم الكبار وتحفيز المواطنين على التعلم من أجل تضيق حجم الأمية والقضاء على الجهل بتيسير المعرفة ونشر العلم على مستوى الجماهير.

فالإذاعة وسيلة اتصال جماهيرية لا ينحصر تأثيرها في شرائح اجتماعية محددة أو مناطق جغرافية معينة، لذا فهي تمثل أداة مفيدة يمكن استخدامها في عملية التعليم المستمر مدى الحياة، وتتطلب العملية المستمرة للتعليم التي تستغرق حياة الفرد أسلوبا جديدا لمعالجة مشكلة التعليم. (اسعاف حمد: 1996، 315) كما أن التعليم عن طريق الإذاعة لا يخدم فقط المعلم والمتعلم، وإنما هو رمز للتقدم، وعملية من عمليات التنمية الاجتماعية، ووسيلة لمعالجة بعض المشكلات التعليمية، ومستقبل الإذاعة والتلفزيون التعليمي، ووسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى سيكون كبيرا، على حد قول أحد العلماء "إن التعليم في البيت سيحل في المستقبل محل التعليم في المدرسة، وأن عملية تكوين العقول، وإعدادها لمواجهة الحياة ستعود مرة أخرى، ولكن على مستوى أرفع بكثير إلى المنزل، بحيث يمكن الاستغناء عن التعليم الرسمي التي تقدمه المدارس (عبد العزيز شرف: 1989، 76).

الجدول رقم (14) يمثل الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة الإعلامية التنموية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية الأساليب الإقناعية
%	ت	%	ت	
82.74	235	70.90	78	عقلية
10.21	29	29.09	32	وجدانية عاطفية
%100	284	%100	110	المجموع

الشكل رقم (14) يمثل الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة الإعلامية التنموية



في استقراء لنتائج الجدول رقم (14) يتضح أن الأساليب الإقناعية الأكثر بروزاً في عينة الدراسة بالنسبة لجريدة النصر هي الأساليب الإقناعية العقلية بنسبة 70.90%، حيث احتلت المرتبة الأولى من خلال استخدام أساليب تنوعت بين تقديم الأدلة والشواهد، كالاستشهاد بالأرقام والاحصاءات والمعلومات والأحداث الواقعية التي تزيد من مصداقية المادة الإعلامية المكتوبة، في حين لم تتل الأساليب الإقناعية الوجدانية والعاطفية إلا بنسبة 29.09%.

ونفس الشيء يسجل بالنسبة لإذاعة ميلا المحلية حيث تصدرت الأساليب الإقناعية العقلية صدارة الترتيب بنسبة 82.74%، في حين احتلت الأساليب الإقناعية الوجدانية والعاطفية نسبة 10.21%.

وهي نسب نوعها إلى نوعية المواضيع والقضايا التنموية التي تتطلب نوعا من الحجج العقلية فالأسلوب الإقناعي العقلي يكون الأنسب، لأنه لا يعدو أن يكون مجرد تقديم معلومات وبيانات واقعية وشروحات وتوضيحات، وهذه المعلومات تخاطب العقل ، فحينما يكون الهدف هو الإخبار عن محتوى معين للجمهور، فإن المحتوى ينقل بشكل مباشر اعتمادا على العقل دون العواطف، من خلال تقديم أدلة واضحة والاستشهاد بالوقائع، وتدعيم الرسالة الإعلامية بالأرقام والحقائق، حيث استخدمت صحيفة النصر الأدلة والشواهد لإقناع القارئ بما تسعى إليه الدولة من خلال برامج التنمية المحلية لإضفاء نوع من المصداقية على هذه القضايا من خلال تقديم الاستشهاد بالأرقام والإحصائيات مثل ما ورد في معظم المواضيع التي تناولتها الصحيفة والخاصة بالتنمية المحلية، وإسناد بعض الوقائع إلى مصادرها مثل ما ورد في الإذاعة المحلية لميلا في معظم التصريحات والتدخلات التي قدمها المسؤولون المحليون بشأن التنمية المحلية، كما تم الاستدلال بالتشريعات والقوانين مثل ما ورد في الحصر التي قدمتها الإذاعة والخاصة بالتشريعات والتي قدمت من خلالها بعض المواد التي تنص على حق الانتخاب والترشح.

أما الأسلوب العاطفي فاستخدم نادرا بصحيفة النصر، أما بإذاعة ميلا المحلية فاستخدم خاصة في الحصر والبرامج الخاصة بتشريعات 2017، خصوصا تلك التي استضافت ممثلي الأحزاب الذين استخدموا مختلف الطرق الإقناعية لجلب اهتمام الناخبين بالولاية ودفعهم إلى مراكز الاقتراع للإدلاء بأصواتهم.

والملاحظ أنه رغم اختلاف الوسيّلتين في التأثير على الأفراد، إلا أن أغلب الأساليب الإقناعية التي استعملتها كل منهما هي الأساليب العقلية لأن طبيعة الموضوع المعالج تتطلب هذا النوع من الأساليب من أجل لإقناع الجمهور بالسياسات والخطط التي تنتهجها الدولة من أجل تنمية ونهضة مجتمعاتها المحلية ومن ثم التنمية القومية الشاملة.

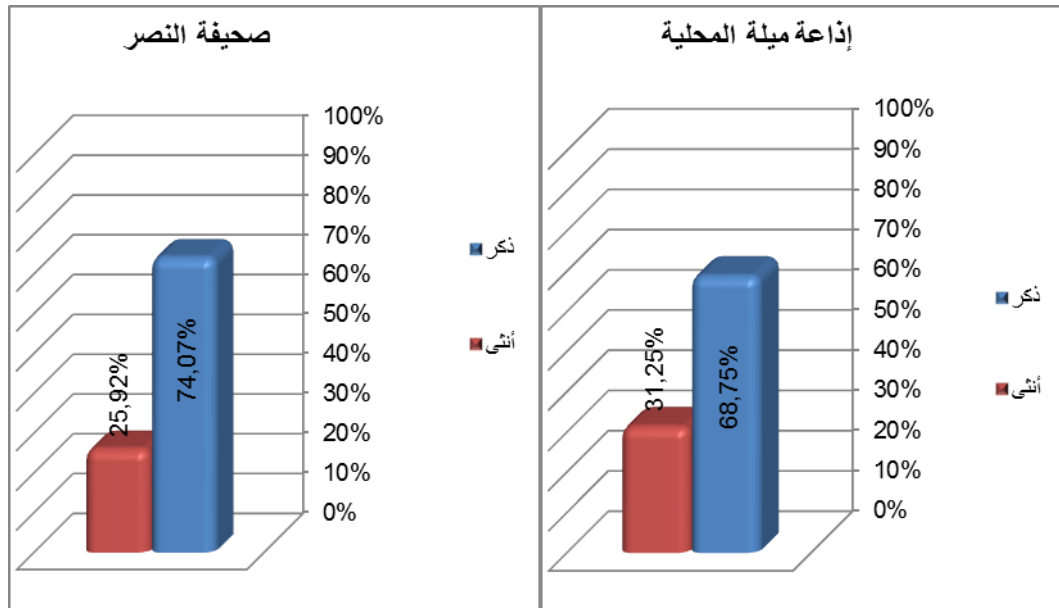
ثانياً:

عرض وتحليل وتفسير  
بيانات الدراسة الميدانية

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم (15) يوضح فئة جنس القائم بالاتصال في كلا الوسيلتين

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة	الجنس
%	ك	%	ك		
68.75	11	74.07	20	الوسيلة	ذكر
31.25	5	25.92	7		أنثى
%100	16	%100	27		المجموع



الشكل رقم (15) يمثل فئة الجنس لدى القائم بالاتصال في الوسيلتين الإعلاميتين محل الدراسة

يتضح من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح فئة جنس القائم بالاتصال في الوسيلتين محل

الدراسة أن فئة الذكور قد غلبت في كلا الوسيلتين، حيث مثلت 74.07% في صحيفة النصر مقابل

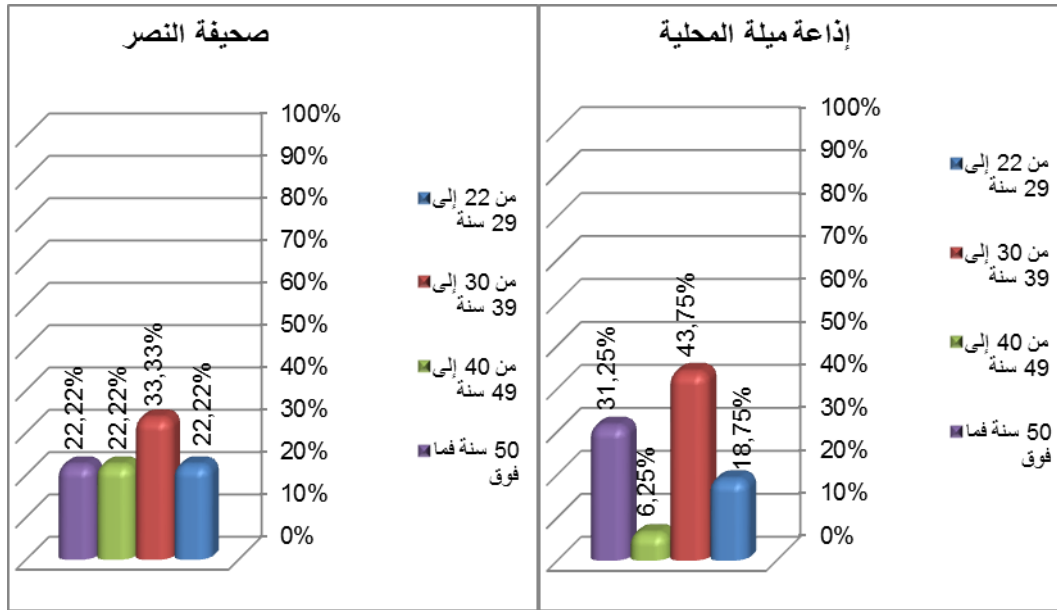
25.92% بالنسبة للإناث، و68.75% بالنسبة للذكور في إذاعة ميلا المحلية مقابل 31.25% بالنسبة للإناث.

ولعل غلبة العنصر الذكوري على الإناث من حيث القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين يعود إلى كون الإعلام هو مهنة المتاعب، وهو ما يجعلها تتلاءم أكثر مع خصائص الذكور. فالمرأة في الغالب تميل إلى الوظائف الأقل خطورة خاصة مع ما يتلقاه الإعلامي من مصاعب وأخطار كالمتابعات القضائية، والسجن والتهديد.....

الجدول رقم (16) يبين فئة السن

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة السن
%	ك	%	ك	
18.75	3	22.22	6	من 22 إلى 29 سنة
43.75	7	33.33	9	من 30 إلى 39 سنة
6.25	1	22.22	6	من 40 إلى 49 سنة
31.25	5	22.22	6	50 سنة فما فوق
%100	16	%100	27	المجموع





الشكل رقم (16) يمثل سن القائم بالاتصال في الوسيلتين الإعلاميتين محل الدراسة

يبين الجدول رقم (16) أن فئة السن الغالبة في صحيفة النصر كانت من نصيب الفئة العمرية من (30 إلى 39 سنة) بنسبة 33.33%، تليها كل من الفئات العمرية المتبقية من (22 إلى 29 سنة) ومن (40 إلى 49 سنة) ومن 50 سنة فما فوق بنسبة 22.22% .

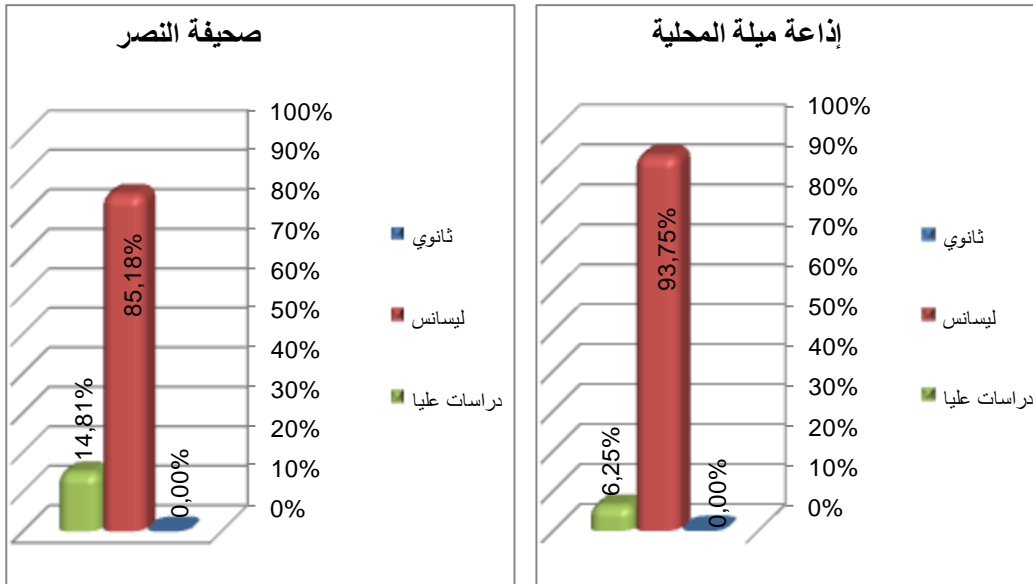
أما بإذاعة ميلا المحلية فعادت المرتبة الأولى كذلك إلى الفئة العمرية من (30 إلى 39 سنة) بنسبة 43.75%، وهي فترة العطاء والقوة لدى الشباب، تليها فئة من 50 سنة فما فوق بنسبة 31.25%، لتأتي بعدها الفئة العمرية من (22 إلى 29 سنة) بنسبة 18.75%، وبنسبة 6.25% احتلت الفئة العمرية من (40 إلى 49 سنة) المركز الأخير.

ولعل التفاوت بين النسب في أعمار القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين يعود إلى أن صحيفة النصر لها باع طويل في ميدان الصحافة، ولذلك صحفوها تتفاوت أعمارهم بين الكبر والصغر، لأن بعض الصحفيين العاملين بها مخضرمون عايشوا فترات الاستقلال وعهد التعددية، بينما نلاحظ أن الفئات الغالبة في إذاعة ميلا تعود للعنصر الشاب وربما يعود إلى أن ميلاد إذاعة ميلا ليس بالبعيد،

والقائمون بالاتصال بها لا يزالون في مقتبل العمر، كما أن المؤسسات الإعلامية الآن تسعى إلى تشييب طاقمها البشري لأن مهنة الإعلام تتطلب نوعا من الحركية والنشاط والسرعة في مسايرة الأحداث، لكن هذا لا يمنع من الاستعانة بذوي الخبرات من الإعلاميين خاصة مع ما تتطلبه القضايا التتموية من تحليل وتفسير، حيث تعتمد على الصحفيين من ذوي الخبرة والتجربة.

الجدول رقم (17) يبين فئة المستوى التعليمي

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة المستوى التعليمي
%	ك	%	ك	
00	00	00	00	ثانوي
93.75	15	85.18	23	ليسانس
6.25	1	14.81	4	دراسات عليا
%100	16	%100	27	المجموع



الشكل رقم (17) يمثل فئة المستوى التعليمي لدى القائم بالاتصال في الوصيلتين الإعلاميتين محل الدراسة

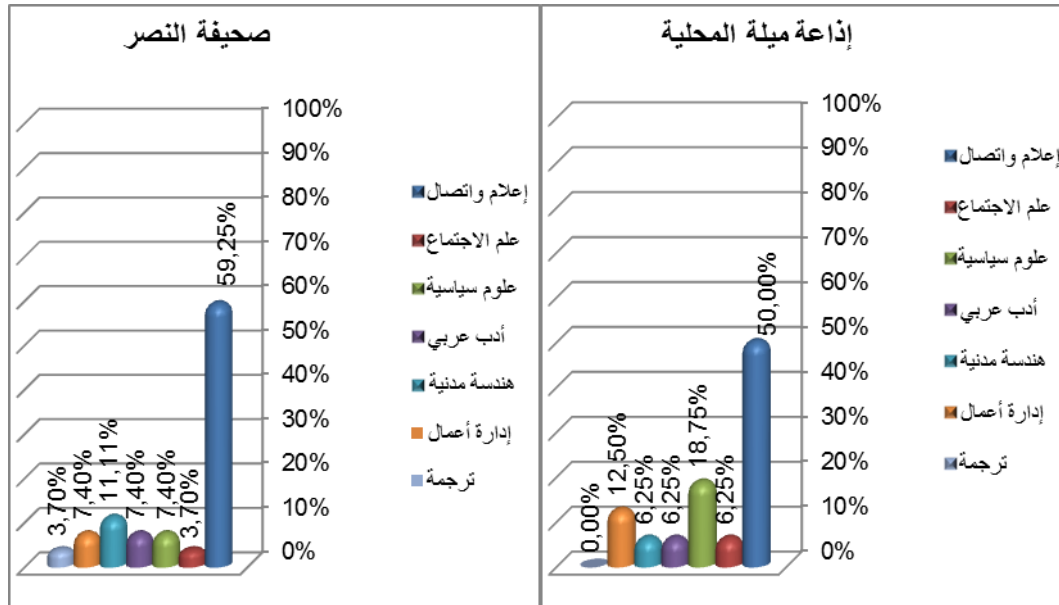
من خلال الجدول أعلاه يتضح أن المستوى التعليمي الغالب بالنسبة للقائم بالاتصال في صحيفة النصر يعود لفئة الليسانس بمعدل 23 تكرارا وهو ما يعادل 85.18%، ثم يأتي بعده القائمون بالاتصال الذين أكملوا دراساتهم العليا بنسبة 14.81%. أما مستوى الثانوي فلم يظهر في مفردات مجتمع البحث.

ونفس الشيء نسجله بإذاعة ميلة المحلية، حيث تصدر ذوو مستوى الليسانس الصدارة بنسبة 93.75%، ليأتي بعدهم الذين واصلوا دراساتهم العليا بنسبة 6.25%، فيما لم يسجل كذلك حضور لذوي المستوى الثانوي.

ومن خلال النتائج يتضح أن كلا الوسيلتين توظفان أصحاب الشهادات والكفاءات من أجل تقديم خدمة إعلامية أفضل، وهذا يرجع إلى كون المؤسسات الإعلامية تهتم أكثر بالمؤهلات الدراسية الجامعية، لأنه كلما زادت درجة ومستوى التعليم والتكوين لدى القائم بالاتصال كلما كانت ثمار جهده منعكسة على إنتاجه الإعلامي من خلال ما يمتلكه من معلومات نظرية وحتى ميدانية من خلال التكوين الأكاديمي الذي تلقاه في مؤسسات التعليم العالي.

الجدول رقم (18) يبين فئة تخصص القائم بالاتصال

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة التخصص
%	ك	%	ك	
50	8	59.25	16	إعلام واتصال
6.25	1	3.70	1	علم الاجتماع
18.75	3	7.40	02	علوم سياسية
6.25	1	7.40	2	أدب عربي
6.25	1	11.11	3	هندسة مدنية
12.5	2	7.40	2	إدارة أعمال
00	00	3.70	1	ترجمة
%100	16	%100	27	المجموع



الشكل رقم (18) يمثل فئة تخصص القائم بالاتصال في الوسيلتين الإعلاميتين محل الدراسة

تشير معطيات الجدول رقم (18) أن تخصص القائم بالاتصال الأكثر بروزاً في صحيفة النصر هو الإعلام والاتصال بنسبة 59.25%، لتأتي بعده تخصص الهندسة المدنية بنسبة 11.11%، يليه تخصص العلوم السياسية والعلاقات الدولية والأدب العربي وإدارة الأعمال في نفس المرتبة بنسبة 7.4%، وفي الأخير ذوو تخصص علم الاجتماع والترجمة بنسبة 3.7%.

وبإذاعة ميلة كانت المرتبة الأولى من نصيب تخصص الإعلام والاتصال كذلك بنسبة 50%، ثم يليه تخصص العلوم السياسية بنسبة 18.75%، واحتل المرتبة الثالثة تخصص إدارة الأعمال بنسبة 12.5%، فيما عادت المرتبة الأخيرة لتخصص علم الاجتماع والأدب العربي والهندسة المدنية بنسبة 6.25%.

والملاحظ من خلال مقارنة نتائج الجدول في كلا الوسيلتين أنهما اعتمدتا على أصحاب التخصص أكثر من غيرهم في عملية توظيف القائمين بالاتصال.

ولعل توظيف المؤسستين الإعلاميتين لأصحاب التخصص (الإعلام والاتصال) أكثر من غيرهم هو حيازتهم على تكوين أكاديمي في الإعلام والاتصال، وتمكن أغلبهم من تقنيات التحرير الإعلامي، وهو ما يزيل عن المؤسستين عناء التدريب والتكوين لطاقمهما الإعلامي من الصفر، حيث يحوز خريجو أقسام الإعلام والاتصال على أرضية معرفية، يستطيعون من خلالها التعامل مع مختلف المواد الإعلامية، لكن هذا لا يعني ألا تقوم المؤسستان الإعلاميتان بالتكوين لمستخدميهما من أجل صقل موهبتهم ومسايرة التطورات الحاصلة خاصة مع التهديد الذي أصبحت تشهده وسائل الإعلام التقليدية في وجود الإعلام البديل.

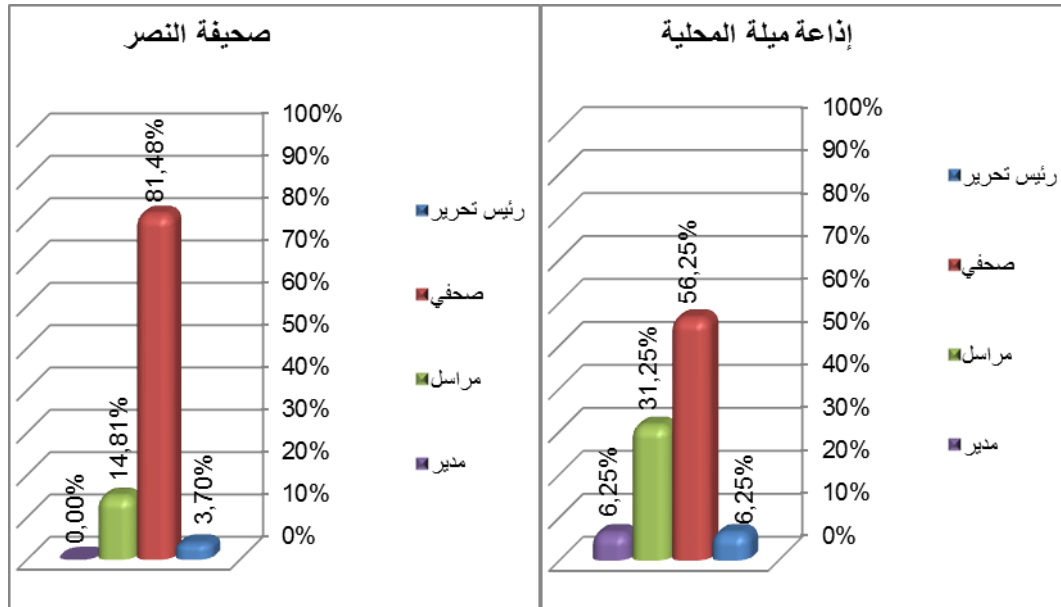
والشيء الملاحظ كذلك هو توظيف تخصصات أخرى كالعلوم السياسية والعلاقات الدولية وهو تخصص يقترب كثيراً إلى تخصص الإعلام والاتصال خاصة ونحن نعلم أن السياسة والسلطة

والإعلام في علاقة جدلية منذ الأزل. ناهيك عن اعتمادهما على تخصصات أخرى بعيدة كل البعد عن ميدان الصحافة والإعلام على غرار تخصص الهندسة المدنية، لكنها أثبتت جدارتها وحققت نجاحا كبيرا في كثير من الأحيان في تغطية القضايا التنموية، لأن الموهبة والرغبة في مزاوله العمل الإعلامي لهما أثرهما الفعال خاصة إذا غذتهما التجربة العملية.

لكن دراسة جادة لواقع الصحافة العربية بشكل عام، تؤكد ضرورة التأهيل العلمي المتخصص للعمل في الصحافة، ذلك أن تكس دور الصحافة العربية بغير المؤهلين لهذا العمل كان من بين أسباب الأداء الرديء لمعظم الصحف العربية، وافتقاد هذه الصحف لثقة الجماهير، فأصبح التخصص ضرورة لزيادة القدرة على التعامل مع المعلومات والقضايا المختلفة، (سليمان صالح: 2004، 229) خاصة وأن الإعلام أصبح علما له فلسفته ونظرياته، وهي تتطور كل يوم لتفتح آفاقا جديدة في عمليات إنتاج المضمون الإعلامي، وعمليات إقناع الجماهير، لذلك فإن الصحفي الذي لم يتعلم ولم يواصل التعلم حتى آخر يوم في حياته، يجد نفسه عبئا على مهنة الإعلام، وعلى الوسيلة التي يعمل بها.

الجدول رقم (19) يبين فئة صفة القائم بالاتصال

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة	
%	ك	%	ك	الصفة	
6.25	1	3.70	1	رئيس تحرير	
56.25	9	51.85	14	صحفي بمقر الجريدة	
		29.62	8	رئيس مكتب بالولايات	
		81.48	22	المجموع	
31.25	5	14.81	4	مراسل	
6.25	1	00	00	مدير	
%100	16	%100	27	المجموع	



الشكل رقم (19) يمثل فئة صفة القائم بالاتصال في الوسيلتين الإعلاميتين محل الدراسة

في قراءة للجدول رقم (19) والمتعلق بصفة القائم بالاتصال، يتبين أن فئة الصحفيين في

صحيفة النصر قد تصدرت الترتيب بنسبة 81.48 %، سواء تعلق الأمر بالصحفيين في الجريدة

بمختلف أقسامها والذين يمثلون نسبة 51.85% من مجموع الصحفيين، أو الصحفيين الموزعين على المكاتب بالولايات، والذين يمثلون نسبة 29.62%، يليه المراسل بنسبة 14.81، ليتذيل الترتيب رئيس التحرير بنسبة 3.7%.

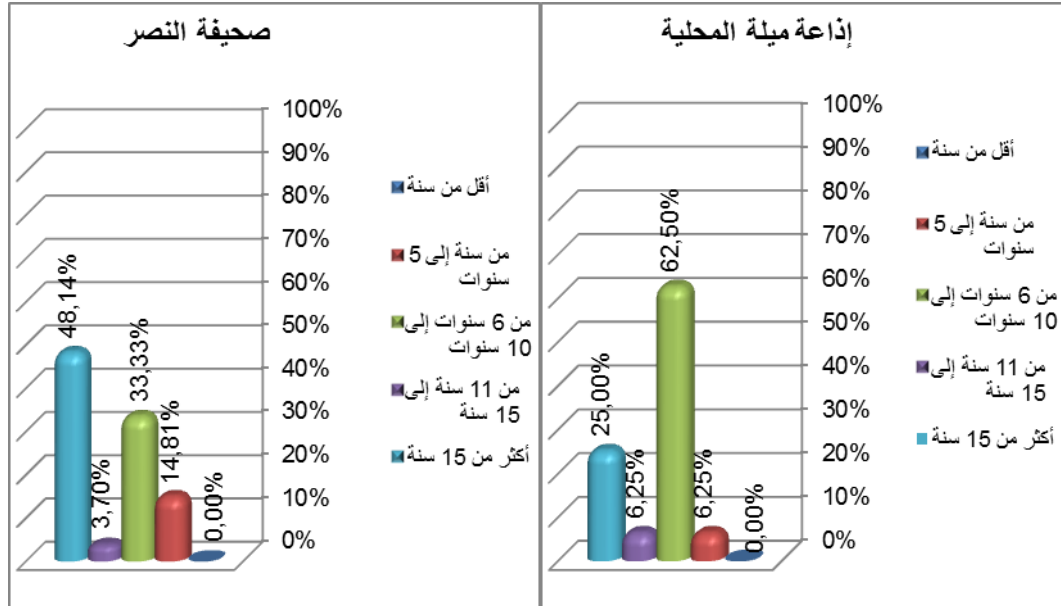
أما بإذاعة ميله فيطغى على القائمين بالاتصال صفة الصحفي بنسبة 56.25%، يليها المراسلون بنسبة 31.25%، ثم مدير المحطة الإذاعية بنسبة 6.25% الذي ينشط مجموعة من البرامج الإذاعية خاصة السياسية منها، وبنفس المرتبة ونفس النسبة صفة رئيس التحرير.

والملاحظ أن صفة الصحفي قد طغت على القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين، وهذا أمر طبيعي، لأن طبيعة العمل الإعلامي تحتاج إلى كم هائل من الصحفيين لتغطية كل ما يتعلق بالمحيط الذي وجدت فيه ولأجله، فالصحيفة تعتمد على صحفييها في مقر الصحيفة أو عبر مكاتبها المنتشرة عبر كامل الإقليم، والذين وظفتهم كصحفيين لديها يرأسون مكاتبها المنتشرة عبر كامل التراب الوطني، والإذاعة ونظرا لمحليتها فهي فلا تحتاج إلى مراسلين كثر بل تعتمد على مصادرها الذاتية من أجل الوصول إلى المعلومات من المصادر المختلفة التي تقع في الجهة التي يعملون بها، فهم الذين يغذون الإذاعة بكافة المواضيع والأخبار المحلية التنموية.



الجدول رقم (20) يبين فئة الخبرة المهنية

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الخبرة المهنية
%	ك	%	ك	
00	00	00	00	أقل من سنة
6.25	1	14.81	4	من سنة إلى 5 سنوات
62.5	10	33.33	9	من 6 سنوات إلى 10 سنوات
6.25	1	3.7	01	من 11 سنة إلى 15 سنة
25	4	48.14	13	أكثر من 15 سنة
%100	16	%100	27	المجموع



الشكل رقم (20) يمثل أقدمية العمل لدى القائم بالاتصال في الوسيلتين الإعلاميتين محل الدراسة

يظهر الجدول أعلاه المتعلق بفئة أقدمية القائم بالاتصال في العمل الصحفي وخبرته المهنية،

أن فئة أكثر من 15 سنة كانت في طليعة الترتيب بنسبة 48.14%، وهذا دليل على عراقة الصحافة

واعتمادها على ذوي الخبرة المهنية، تليها الفئة ما بين 6 إلى 10 سنوات بنسبة 33.33%، تليها ، ثم من سنة إلى 5 سنوات بنسبة 14.81%، ثم فئة من 11 إلى 15 سنة بنسبة 3.7%، في حين لم تسجل فئة ( أقل من سنة ) أي نسبة تذكر وهذا يدل على أن الصحيفة لم توظف مؤخرًا صحفيين جدد.

أما بإذاعة ميلة المحلية فتعود المرتبة الأولى للفئة ما بين (6 و 10 سنوات) بنسبة 62.5%، ثم فئة أكثر من 15 سنة بنسبة 25%، تليها فئتا (من سنة إلى 5 سنوات) و ( من 11 سنة إلى 15 سنة) بنسبة 6.25%، فيما لم تتل فئة أقل من ستة أي نسبة تذكر.

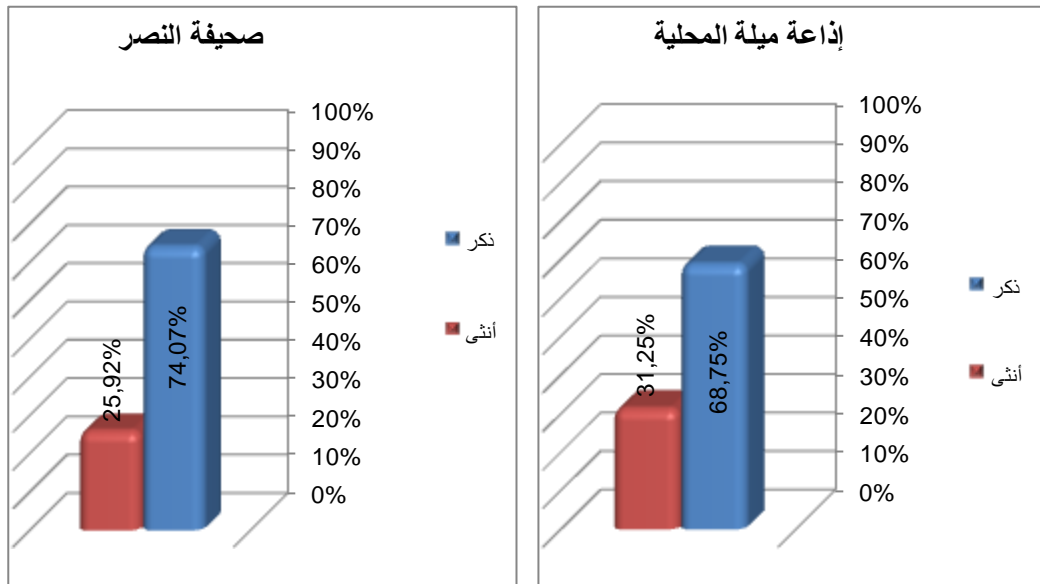
وبمقارنة بسيطة بين نتائج صحيفة النصر وإذاعة ميلة المحلية من خلال بيانات الجدول السابق ذكره، نلاحظ أن أكثر القائمين بالاتصال بالصحيفة تزيد مدة عملهم بها عن الـ 15 عاما، وهو دليل على عراقة هذه الصحيفة، وعلى إيمانها بالدور الذي يمكن أن يحققه هؤلاء من خلال خبرتهم في معالجة القضايا التي تهم المواطن خاصة في المجتمع المحلي. فالخبرة المهنية والأقدمية في العمل الصحفي لهما تأثير كبير سواء على نوعية المادة الإعلامية المقدمة، أو نوعية المواضيع التتموية المحلية التي تمس كل فئات وشرائح المجتمع المحلي وتساهم في النهوض به وتحسين ظروفه، ليكون طرفا فاعلا وفعالا في التنمية المحلية. أما بإذاعة ميلة المحلية فالنسبة الغالبة كانت من نصيب الفئة التي تتراوح بين ( 6 و 10 سنوات)، وهذا راجع ربما إلى أن الإذاعة لا تزال فتية النشأة، إذ لم تفتح أبوابها إلا سنة 2009.

في حين لم تشر بيانات الجدول في كلتا الوصيلتين إلى فئة أقل من سنة وهو ما يعني أن الصحيفة والإذاعة محل الدراسة لم تقوما بتوظيف حديث للقائمين بالاتصال، وهذا ربما يعود إلى الحالة

الاقتصادية الخانقة التي تعيشها البلاد والتي انعكست على المؤسسات العمومية وتوظيف الموارد البشرية بها.

الجدول رقم (21) يبين طريقة الالتحاق بالعمل

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة طريقة الالتحاق بالعمل
%	ك	%	ك	
56.25	9	55.55	15	المؤهل الجامعي
31.25	5	29.62	8	التجربة في الميدان
12.5	2	14.81	4	علاقات شخصية
%100	16	%100	27	المجموع



الشكل رقم (21) يمثل طريقة الالتحاق بالعمل لدى القائم بالاتصال في الوسيلتين الإعلاميتين محل الدراسة

تشير بيانات الجدول والشكل رقم (21) المتعلق بكيفية الالتحاق بالعمل الإعلامي، أن المؤهل الجامعي هو سبيل أغلبية القائمين بالاتصال في الالتحاق بمنصب العمل بصحيفة النصر بنسبة 55.55%، فيما أرجع 29.62% من المستجوبين طريقة الالتحاق إلى التجربة في الميدان، فيما أرجعها 14.81% من المستجوبين إلى طرق أخرى تمثلت في العلاقات الشخصية.

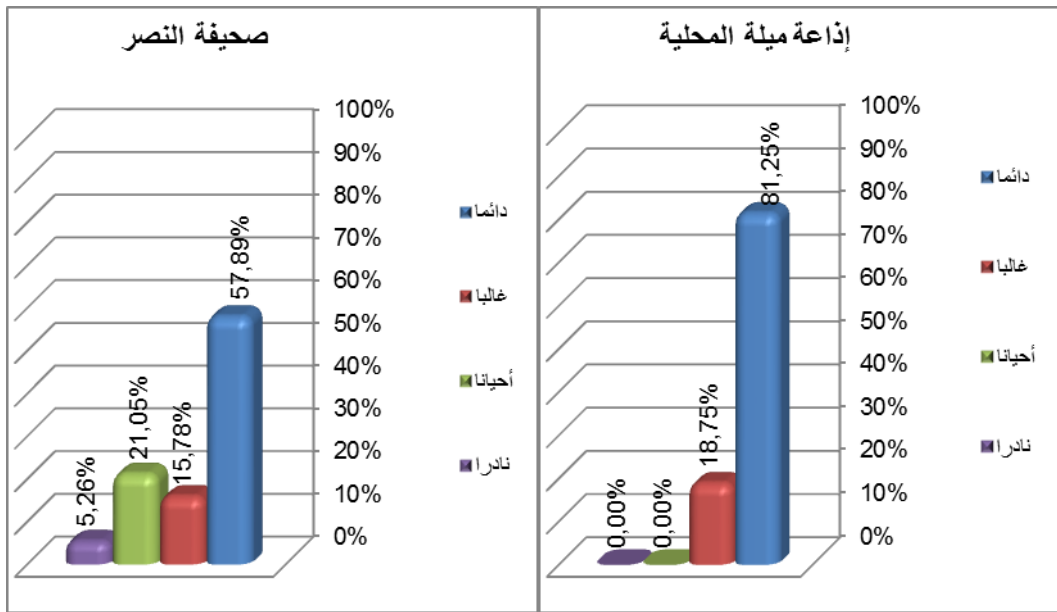
وبإذاعة ميلة أرجع ما يمثل 56.25% من القائمين بالاتصال طريقة الالتحاق إلى المؤهل الجامعي، فيما رده 31.25% إلى التجربة في الميدان، بينما أرجعه 12.5% إلى العلاقات الشخصية.

وبمقارنة النتائج يتضح أن القائمين بالاتصال في الوسيلتين عينة الدراسة التحقوا بمناصب عملهم بها انطلاقاً من المؤهل الجامعي الذي يحوزون عليه، وهو من بين المعايير التي تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية في اختيار موظفيها، لأن ذلك سينعكس على أداء القائم بالاتصال خاصة إذا كان في التخصص.

المحور الثاني: اهتمام القائم بالاتصال بالتنمية المحلية

الجدول رقم (22) يوضح مدى اهتمام القائم بالاتصال بالقضايا التنموية المحلية

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة	الاهتمام بالقضايا التنموية
%	ك	%	ك		
81.25	13	57.89	15		دائما
18.75	03	15.78	04		غالبا
00	00	21.05	07		أحيانا
00	00	5.26	01		نادرا
%100	16	%100	27		المجموع



الشكل رقم (22) يمثل مدى اهتمام القائم بالاتصال في الوسيطتين الإعلاميتين محل الدراسة بالقضايا التنموية

يبين الجدول أعلاه الذي يوضح الاهتمام بالقضايا التنموية في كلا الوسيطتين محل الدراسة، أن أغلب القائمين بالاتصال في صحيفة النصر يهتمون دائما بهذه القضايا التي تتبع من مجتمعهم

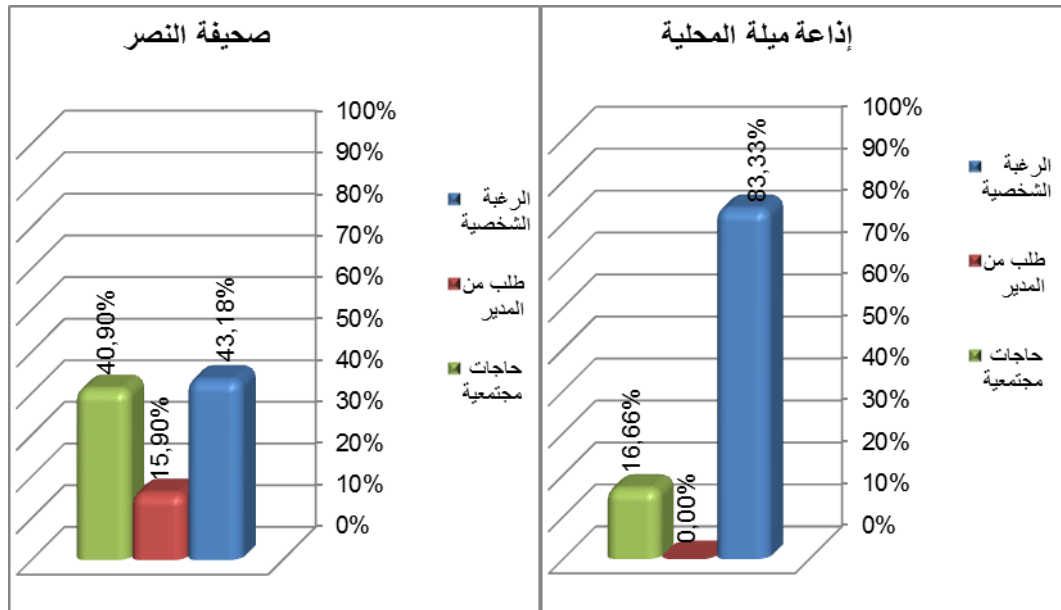
ويساعد التطرق إليها في حل العديد من المشاكل ويسهم في النهوض بالتنمية المحلية بمجتمعهم المحلي، وذلك بنسبة 57.89%، أما 21.05% منهم فأدلو أنهم أحيانا ما يهتمون بالقضايا التنموية، فيما أعرب 15.78% أنهم غالبا ما يرتبط اهتمامهم بها، أما 5.26% فعبروا أنهم نادرا ما يهتمون بالقضايا التنموية.

أما بإذاعة ميلا المحلية، فعبرت الأغلبية الساحقة من القائمين بالاتصال بها بنسبة 81.25% أنهم دائما يهتمون بالقضايا التنموية التي تتبع من مجتمعهم المحلي وتساعد في تطوره وتقدمه، فيما عبر 18.75% أنهم غالبا ما يهتمون بها، فمن أسباب وجود هذه الإذاعة المحلية نقل انشغالات المواطن وكشف مكامن النقص، والعمل إلى جانب المؤسسات المحلية من أجل تحسين معيشة المواطن في المجتمع المحلي.

وفي ضوء النتائج المبينة أعلاه يتضح أن أغلب القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين يهتمون بالقضايا التنموية دائما وهو شيء طبيعي في أن تتكفل وسائل الإعلام المحلية بالقضايا التنموية في المجتمعات المحلية وأن تعمل على حث العاملين بها على التطرق إلى القضايا التنموية التي من شأنها رفع اللثام عن أهم المعوقات التي تقف في طريق إنجاز المشاريع التنموية من خلال الرقابة عليها، وترفع انشغالات المواطنين للسلطات المحلية من أجل التكفل بها.

الجدول رقم (23) يبين مصدر الاهتمام

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة مصدر الاهتمام
%	ك	%	ك	
83.33	15	43.18	19	الرغبة الشخصية
00	00	15.90	07	طلب من المدير
16.66	3	40.90	18	حاجات مجتمعية
%100	*18	%100	*44	المجموع



الشكل رقم (23) يمثل مصدر اهتمام القائم بالاتصال في الوسيطتين الإعلاميتين محل الدراسة بالقضايا التنموية

في استقراء لبيانات الجدول رقم (23) يتضح أن مصدر اهتمام القائمين بالاتصال بالقضايا التنموية

في صحيفة النصر يعود في الغالب إلى الرغبة الشخصية في معالجة القضايا التنموية

\* عدد الإجابات وليس مفردات مجتمع البحث

بنسبة 43.18%، في حين أرجعه 40.9% إلى حاجات مجتمعية، بينما رده ما نسبته 15.9% إلى طلب من مدير المؤسسة الإعلامية.

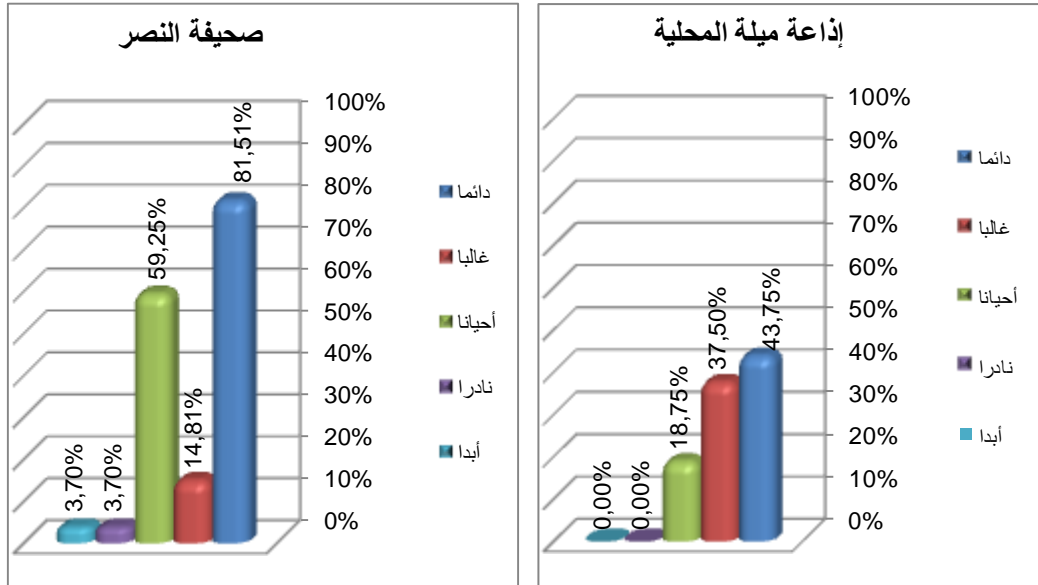
وبإذاعة ميلة يعود اهتمام القائم بالاتصال بمعالجة القضايا التنموية بصفة أكبر إلى الرغبة الشخصية كذلك، حيث حازت على المرتبة الأولى بنسبة 83.33%، تليها حاجات المجتمع المحلي التي تفرض على القائم بالاتصال الاهتمام بها ونقلها عبر وسائل الإعلام للتكفل بها من طرف السلطات المحلية أو المركزية، وذلك بنسبة 16.66%، في حين لم يرد الاهتمام بها إلى طلب من المدير.

والملاحظ أن الرغبة الشخصية للقائم بالاتصال في معالجة القضايا التنموية المحلية في كلا الوسيلتين قد حاز على الصدارة، لأن الرغبة لما يغذيها الحاجات المجتمعية ستساعد على العطاء وتقديم الأفضل، فالقائم بالاتصال لا بد أن يكون متحمسا للعمل من أجل تنمية منطقتهم، فيكتسب المهارة، لأن طبيعة الاهتمامات الشخصية إذا تناسبت مع التخصصات والمؤهلات تؤثر على تحسين وضعية التنمية المحلية خاصة إذا لاقى الدعم من السلطات المحلية.



الجدول رقم (24) يبين مدى اقتراح القائم بالاتصال المواضيع الخاصة بالتنمية المحلية:

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة اقتراح المواضيع
%	ك	%	ك	
43.75	07	18.51	05	دائما
37.5	06	14.81	04	غالبا
18.75	03	59.25	16	أحيانا
00	00	3.70	01	نادرا
00	00	3.70	01	أبدا
%100	16	%100	27	المجموع



الشكل رقم (24) يمثل مدى اقتراح القائم بالاتصال مواضيع التنمية المحلية

تشير بيانات الجدول الشكل رقم (24) أن أغلب القائمين بالاتصال في صحيفة النصر

يقترحون أحيانا مواضيع تخص التنمية المحلية، وهو ما يمثل 59.25% من مجمل المستجوبين عينة

الدراسة، في حين عبر 18.51% منهم دائماً يقترحون مثل هذه المواضيع، أما 14.81% منهم فلا يقترحونها إلا غالباً، فيما عبر 3.7% أنهم نادراً ما يقترحون وبنفس النسبة عبر آخرون بأنهم لا يقومون أبداً باقتراح المواضيع التنموية في صحيفة النصر.

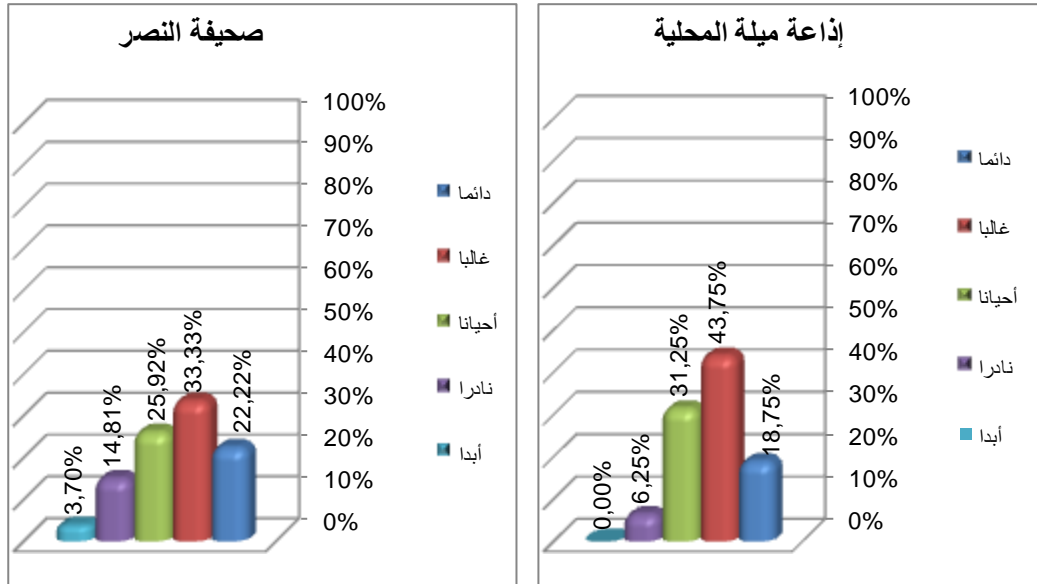
وبإذاعة ميلة المحلية عبر معظم القائمين بالاتصال أنهم دائماً يقترحون المواضيع والقضايا التي تهم مجتمعهم المحلي، بنسبة 43.75%، فيما أشار 37.5% منهم أنهم غالباً ما يقومون باقتراح القضايا التنموية، لكن 18.75% من القائمين بالاتصال فأقروا أنهم لا يقومون باقتراح القضايا التنموية إلا أحياناً.

وبمقارنة النتائج في الجدول بين الوسيلتين محل الدراسة نلاحظ أن أغلب القائمين بالاتصال بصحيفة النصر أحياناً ما يقترحون القضايا التنموية على مسؤولي الصحيفة بنسبة 59.25%، بينما يقترح أغلب القائمين بالاتصال بإذاعة ميلة المحلية مثل هذه المواضيع دائماً بنسبة 43.75%.

الجدول رقم (25) يبين الحضور لمختلف الأنشطة المقررة التي تقوم بها السلطات المحلية

وهيئات المجتمع المدني والخاصة بالتنمية المحلية:

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الحضور
%	ك	%	ك	
18.75	03	22.22	06	دائما
43.75	7	33.33	09	غالبا
31.25	5	25.92	07	أحيانا
6.25	1	14.81	04	نادرا
00	00	3.70	1	أبدا
%100	16	%100	27	المجموع



الشكل رقم (25) يمثل حضور القائم بالاتصال في الأنشطة التي يقوم بها الفاعلون في التنمية المحلية

يتضح من خلال الجدول والشكل رقم (25) المتعلقين بحضور القائمين بالاتصال في كلتا الوسيلتين لمختلف الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها السلطات المحلية وهيئات المجتمع المدني والمتعلقة بالتنمية المحلية، أن أغلبية القائمين بالاتصال في صحيفة النصر يحضرون في غالب الأحيان لمثل هذه الأنشطة بنسبة 33.33%، وفي المرتبة الثانية احتل القائمون بالاتصال الذين يحضرون للأنشطة المتعلقة بالتنمية المحلية أحيانا بنسبة 25.92%، يليهم من يحضرها دائما بنسبة 22.22%، أما 14.81% منهم فيحضرون نادرا، بينما أدلى 3.7% أنهم لا يحضرون إطلاقا لهذه الفعاليات.

أما بإذاعة ميله المحلية فغالبا ما يحضر أغلب القائمين بالاتصال بها مختلف الفعاليات التي يقوم بها الفاعلون في التنمية المحلية بنسبة 43.75%، يليهم من يحضرها أحيانا بنسبة 31.25%، ثم من يحضرها دائما بنسبة 18.75%، ليتذيل الترتيب الذين يحضرونها نادرا بنسبة 6.25%، بينما لم تبيّن النتائج أي نسبة تذكر لمن لا يحضرها إطلاقا.

ومن خلال معطيات الجدول يتبين أن أغلب القائمين بالاتصال في كل من صحيفة النصر وإذاعة ميله المحلية يحضرون أحيانا لمختلف الفعاليات التي تقوم بها السلطات المحلية وهيئات المجتمع المدني في المجتمع المحلي بنسبة 33.33% و 43.75% تباعا، بل ويكونون طرفا مهما في تلك الأنشطة لمساعدة الجهات الوصية على التنمية المحلية، وتقديم الملاحظات والنقد البناء وكذا نقل انشغالات المواطنين بصفتهم الوسيط بينهم وبين السلطات الوصية، والسلطة الرقابية التي يعول عليها لكشف العيوب ومكامن النقص التي تطل التنمية المحلية. وهذا طبعا لا يكون بغرض تصفية الحسابات مع السلطات المحلية، أو لتؤدي دور الناقد الفاضح والهدام، والمعارضة من أجل المعارضة بل من بهدف المشاركة في تشخيص الداء وإيجاد الحلول رفقة السلطات الوصية وهيئات المجتمع

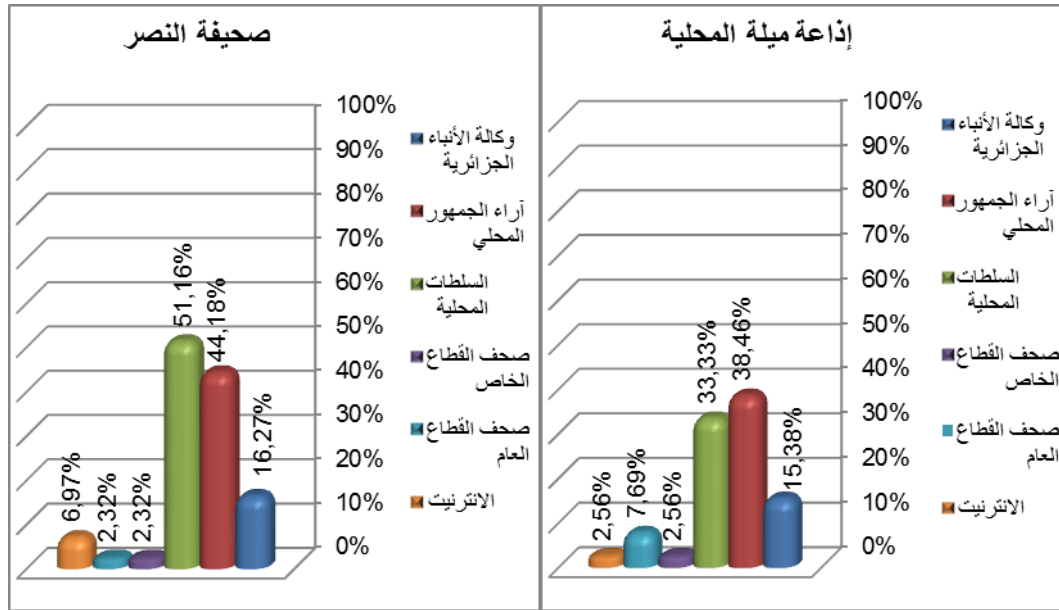
المدني من أجل النهوض بالتنمية المحلية. ففي غالب الأحيان تعلم السلطات المحلية والهيئات الفاعلة في المجتمع المحلي وسائل الإعلام المحلية المختلفة لترافقها في مختلف الأنشطة كمعاينة المشاريع التنموية، أو الوقوف على بعض الإنجازات، أو الاجتماعات والدورات العادية والاستثنائية للمجالس المنتخبة من أجل طرح الأسئلة الهادفة والجادة وتغطية الأحداث بشكل موضوعي ودقيق، تكون في الغالب سببا في اهتمام السلطات الوصية ببعض المشكلات التنموية فتسعى إلى حلها.

### المحور الثالث: كيفية معالجة القضايا التنموية من طرف القائم بالاتصال

الجدول رقم (26) يبين المصادر التي يعتمد عليها القائم بالاتصال للحصول على المعلومات

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة المصادر
%	ك	%	ك	
15.38	6	16.27	7	وكالة الأنباء الجزائرية
38.46	15	44.18	19	آراء الجمهور المحلي
33.33	13	51.16	22	السلطات المحلية
2.56	1	2.32	1	صحف القطاع الخاص
7.69	3	2.32	1	صحف القطاع العام
2.56	1	6.97	3	الانترنت
%100	*39	%100	*43	المجموع

\* عدد الإجابات وليس مفردات مجتمع الدراسة



الشكل رقم (26) يمثل مصادر المعلومات لدى القائم بالاتصال في الوسيلتين الإعلاميتين محل

#### الدراسة

من خلال معطيات الجدول رقم (26) والشكل المرافق له يلاحظ أن القائم بالاتصال في صحيفة النصر يعتمد على مصادر مختلفة للوصول إلى المعلومة، لكن تتفاوت نسبة ذلك بين صحفي وآخر، حيث يعتمد 51.16% منهم على السلطات المحلية، في حين يعتمد 44.18% منهم على آراء الجمهور المحلي، فيما يعتمد 16.27% منهم على وكالة الأنباء الجزائرية، التي تعتبر مصدرا مهما للمعلومات، وعادة ما تتكفل بجمع المعلومات وتوزيعها على مختلف وسائل الإعلام الجماهيرية، وتستفيد من هذه المعلومات كل الصحف باشتراكها في الوكالة حتى تضمن الحد الأدنى من الأخبار والمعلومات (الطاهر بن خرف الله: 1990، ع 4، 82)، و6.97% على الانترنت، أما 2.32% فيعتمدون على الصحف سواء العمومية أو الخاصة، فالصحفي لا بد أن يحرص على قراءة الصحف الصادرة في مجتمعه، والاستماع قدر الإمكان إلى النشرات الإخبارية سواء في الراديو أو التلفزيون.

أما القائمون بالاتصال بإذاعة ميلا المحلية وحسب ما أدلوا به فإن المصدر الرئيسي الذي يعتمدونه هو آراء الجمهور المحلي بنسبة 38.46%، أما المركز الثاني فيعود للسلطات المحلية بنسبة 33.33%، فيما أعرب 15.38% منهم على اعتمادهم على وكالة الأنباء الجزائرية، في حين يعتمد 7.69% على صحف القطاع العام، ويأتي في المرتبة الأخيرة كل من صحف القطاع الخاص والانترنت بنسبة 2.56%.

وبمقارنة نتائج الجدول يتضح أن القائمين بالاتصال بصحيفة النصر يعتمدون أكثر على السلطات المحلية في استقاء المعلومات، ويكون عن طريق مرافقتها لمعاينة المشاريع التنموية المختلفة، أو من خلال التصريحات التي يدلون بها حول هذه المشاريع، والبرامج التنموية وآفاقها ونسب التقدم في الأشغال، وتاريخ استلامها، وهذا يوضح العلاقة الجيدة التي تربط المؤسسات الرسمية المحلية بالإعلام العمومي المكتوب، وهذا الأمر يساعد لا محالة القائم بالاتصال على أداء واجبه وممارسة حقوقه من جهة، لكنه من جهة أخرى سيعرض الرسالة الإعلامية لأن تحيد عن طريقها، حيث تصبح الوسيلة الإعلامية في الكثير من الأحيان بوقا من أبواق السلطة والمؤسسات المحلية، تنتقل نشاطاتها وتتطق بلسانها بدل القيام بدور الرقيب على أعمالها.

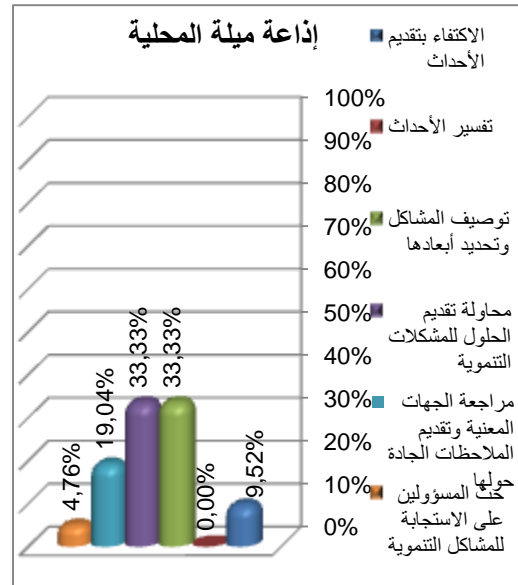
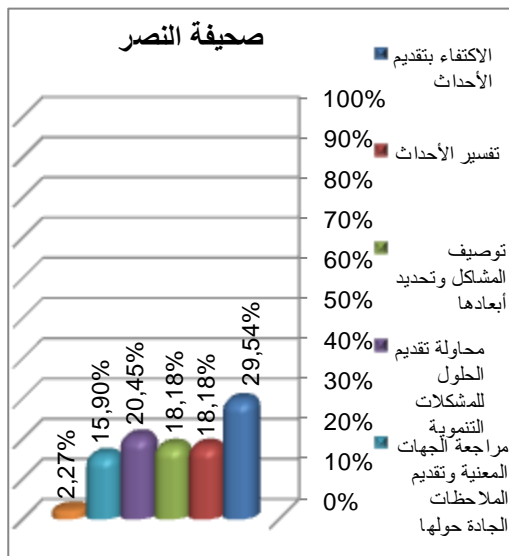
بينما يعتمد زملاؤهم بإذاعة ميلا المحلية أكثر على الجمهور المحلي، باعتبار الإعلام المحلي إعلاما ملتحما بالشارع الاجتماعي، من خلال معايشة قضاياهم ومشكلاتهم، فهو ينبع منه ويوجه له، حيث تحرص الإذاعة المحلية على متابعة الشأن المحلي التنموي من خلال النزول إلى الميدان والالتقاء بالمواطن لتترجم همومه اليومية، وتنتقل انشغالاته وحتى مشاركته كطرف فعال في التنمية المحلية.

لكن في كلتا الحالتين، لا يجب أن يكون القائم بالاتصال أداة يستعملها المواطن لنقل انشغالاته حتى ولو كانت خاطئة، كما أنه لا يمكن أن يكون وسيلة للدفاع عن السلطات المحلية ومحاولة تلميع صورتها، بل مهمته الوحيدة نقل الأخبار ورصد آراء ومواقف كل طرف في القضية والعمل كشريك حقيقي في التنمية من خلال متابعة المشاريع والوقوف على مواطن الخلل لإصلاحه بالتعاون طبعاً مع كل الفاعلين في المجتمع المحلي. وعلى القائم بالاتصال أن يعتمد على المصادر الموثوقة والاطلاع على كل ما يصدر في وسائل الإعلام الخرى لأنها يمكن أن تكون منبعاً مهماً ومنطقاً لمواضيع وقضايا تخص المجتمع المحلي وتتعلق بتنميته، كالانطلاق من خبر بسيط مثلاً في وسائل الإعلام لإنجاز تحقيق أو روبرتاج يكمن أن يكون سبباً في نهوض المجتمع المحلي وإمارة اللثام عن المشكلات التي يعاني منها.



الجدول رقم ( 27 ) يبين الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في معالجة القضايا التنموية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة	الدور
%	ك	%	ك		
9.52	2	29.54	13		الاكتفاء بتقديم الأحداث
00	00	18.18	08		تفسير الأحداث
33.33	7	18.18	08		توصيف المشاكل وتحديد أبعادها
33.33	7	20.45	09		محاولة تقديم الحلول للمشكلات التنموية
19.04	4	15.90	07		مراجعة الجهات المعنية وتقديم الملاحظات الجادة حولها
4.76	1	2.27	1		حث المسؤولين على الاستجابة للمشاكل التنموية
%100	*21	%100	*44		المجموع



الشكل رقم (27) يمثل الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في التنمية المحلية

\* عدد الإجابات وليس مفردات مجتمع الدراسة

تشير معطيات الجدول رقم (27) الذي يمثل الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في معالجة القضايا التنموية في صحيفة النصر قد تمثل بصفة رئيسة في الاكتفاء بتقديم الأحداث، حيث أشار إلى ذلك 25% من إجمالي المستجوبين، في حين عادت المرتبة الثانية لمحاولة تقديم الحلول للمشكلات التنموية بنسبة 20.45%، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب كل من تفسير الأحداث وتوصيف المشاكل وتحديد أبعادها بنسبة 18.18% لكل منهما، فيما عادت المرتبة الرابعة لمراجعة الجهات المعنية وتقديم الملاحظات الجادة حولها بنسبة 15.9%، أما المرتبة الأخيرة فعادت لحث المسؤولين للاستجابة للمشاكل التنموية بنسبة 2.27%

وبإذاعة ميلة المحلية استحوذ كل من توصيف المشاكل وتحديد أبعادها ومحاولة تقديم الحلول للمشكلات التنموية بنسبة 33.33% على الصدارة، يليها مراجعة الجهات المعنية وتقديم الملاحظات الجادة حولها بنسبة 19.04%، ثم الاكتفاء بتقديم الأحداث بنسبة 9.52%، فيما عادت المرتبة الأخيرة لحث المسؤولين للاستجابة للمشاكل التنموية بنسبة 4.76% أما تفسير الأحداث فلم يحصل على أي نسبة تذكر.

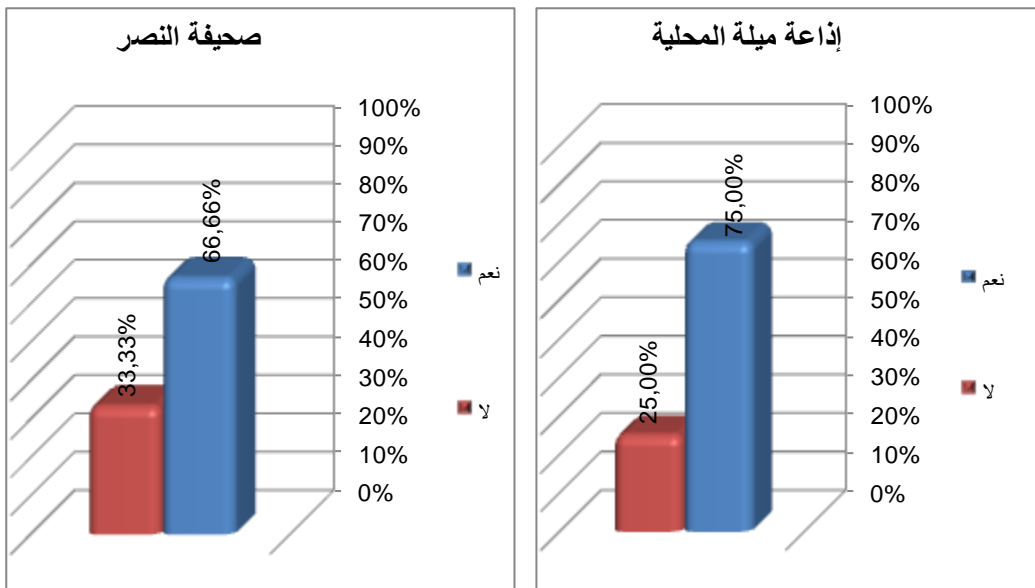
وبمقارنة النتائج في كلا الوسيلتين، يلاحظ أن دور القائم بالاتصال في صحيفة النصر الأكثر بروزا في عينة الدراسة هو الاكتفاء بتقديم الأحداث، وهو ما تعكسه الدراسة التحليلية في استخدام قالب الخبر الصحفي في معظم المادة الإعلامية محل التحليل، حيث يكتفي القائم بالاتصال بذكر الأحداث دون التعليق عليها أو تحليلها وتفسيرها، بينما يتمثل دور القائم بالاتصال في إذاعة ميلة المحلية الأكثر بروزا في توصيف المشاكل وتحديد أبعادها ومحاولة تقديم الحلول للمشكلات التنموية، حيث يعمل القائم بالاتصال من خلال الحصص والبرامج المختلفة تحليل وتفسير مختلف المشاكل التي

تتخط فيها التنمية المحلية بحضور المختصين والفاعلين في المجتمع المحلي من أجل تشخيص المشكلة والبحث عن الحلول الملائمة لها.

الجدول رقم ( 28 ) يبين إن كان القائم بالاتصال قام بطرح قضايا تنموية كانت سببا في مشروع

ناجح

إذاعة ميله المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة طرح القضايا
%	ك	%	ك	
75	12	66.66	18	نعم
25	04	33.33	09	لا
%100	16	%100	27	المجموع



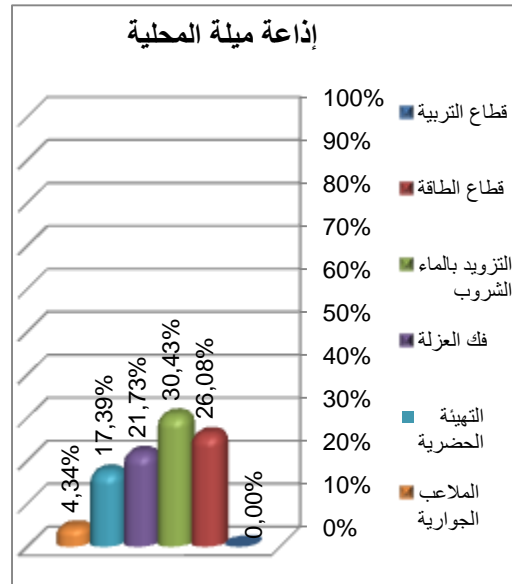
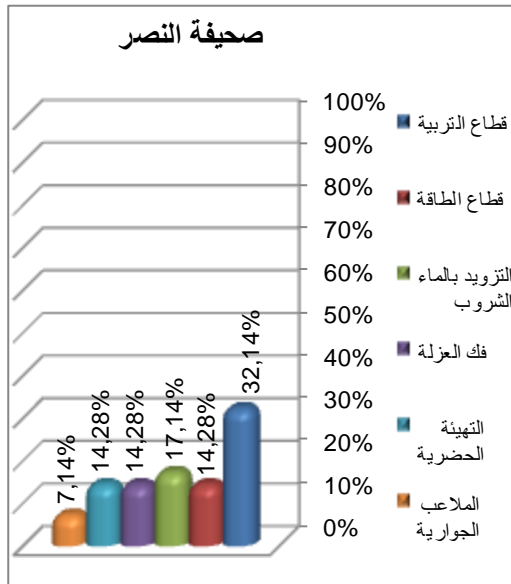
الشكل رقم (28) يمثل إن كان القائم بالاتصال قام بطرح قضايا تنموية كانت سببا في مشروع ناجح

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن أغلب القائمين بالاتصال في صحيفة النصر يقومون بطرح قضايا تنموية وكانت في معظمها سببا في مشروع ناجح وذلك بنسبة 66.66%، حيث تسهم الكتابات الصحفية في إعلام المسؤولين بالمشاريع المتعثرة ومطالب المواطنين التنموية، وعادة ما تكون المواضيع حلقة الوصل بين المواطن والمسؤول المباشر على القطاع، ما يسهم في بعث مشاريع تنموية أو إعادة بعث الأشغال في المشاريع المتوقفة والمتعثرة. بينما لم تكن القضايا التنموية التي طرحها ما نسبته 33.33% من إجمالي عينة الدراسة ذات فعالية.

ونفس الشيء تشير إليه بيانات نفس الجدول بإذاعة ميله المحلية، حيث اتضح أن 75%، من مجموع مفردات الدراسة الذين يقومون بطرح القضايا التنموية كانت في معظمها ذات فعالية وأدت في كثير من الأحيان إلى حل كثير من المشاكل التي يتخبط فيها المجتمع المحلي، لكن 25% أدلوا بأن معالجتهم للقضايا التنموية لم تسفر عن قيام مشاريع ناجحة.

الجدول رقم (29) يبين نوعية القضايا التي طرحها القائم بالاتصال

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة / نوعية المواضيع
%	ك	%	ك	
00	00	32.14	09	قطاع التربية
26.08	6	14.28	04	قطاع الطاقة
30.43	7	17.14	05	التزويد بالماء الشروب
21.73	5	14.28	04	فك العزلة
17.39	4	14.28	04	التهيئة الحضرية
4.34	1	7.14	02	الملاعب الجوارية
%100	23	%100	28	المجموع



الشكل رقم (29) يمثل نوعية المواضيع التي تطرق لها القائم بالاتصال في كلا الوسيلتين.

تشير معطيات الجدول رقم (29) أن قطاع التربية قد تصدر الترتيب في المواضيع التي تطرق لها القائم بالاتصال وكانت سببا في مشاريع تنموية ناجحة بنسبة 32.14%، من خلال توفير النقل المدرسي وإصلاح حال بعض المؤسسات التربوية، يليها التزويد بالماء الشروب بنسبة 17.85%، إذ تدخلت السلطات المحلية فور التطرق لانشغالات السكان في هذا المجال لتزويدهم بهذه المادة الحيوية، خاصة بعد تشييد سد بني هارون الذي يغطي احتياجات ست ولايات شرقية بالماء الشروب وماء السقي.

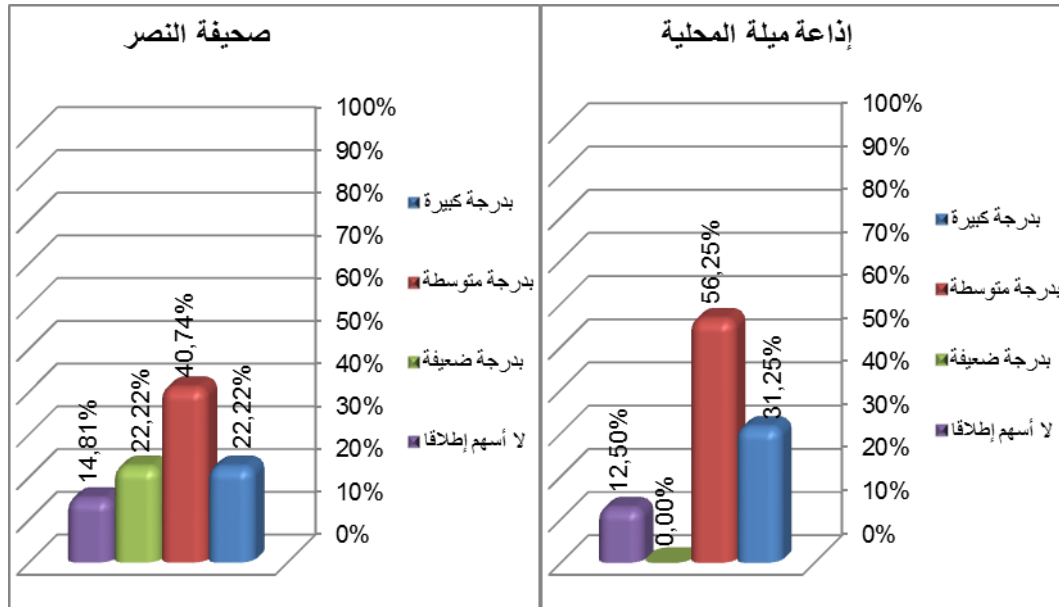
وتقاسم كل من قطاع الطاقة (الكهرباء والغاز) والتهيئة الحضرية وفك العزلة المرتبة الثالثة بنسبة 14.28%، حيث ساهمت المواضيع التي أثارها القائمون بالاتصال في حل كثير من المشاكل وتسجيل عديد المشاريع، ومن بينها مشاريع فك الطرقات عن مشاتي عانت لعدة سنوات من العزلة التامة، وربط مناطق نائية بالكهرباء الريفية فعرفت النور لأول مرة، كما تتواصل الجهود لربط معظم المناطق بشبكة الغاز الطبيعي لم تكن مبرمجة على الإطلاق في المشاريع التنموية المركزية أو اللامركزية. في حين تذيّل الترتيب الملاعب الجوارية بنسبة 7.14%، إذ ساهمت المواضيع التي تطرق لها الصحفيون في قيام السلطات المعنية بتكسية بعض الملاعب وفتح أخرى بالمناطق النائية.

أما بإذاعة ميّلة المحلية فتشير معطيات نفس الجدول أن القضايا الأكثر إنجازا هي تلك التي تتعلق بالتزويد بالماء الصالح للشرب بنسبة 30.43% على عكس صحيفة النصر أين احتلت المركز الأخير، يليها قطاع الطاقة بنسبة 26.08%، ثم فك العزلة بنسبة 21.73%، ثم التهيئة الحضرية بنسبة 17.39%، وفي آخر الترتيب الملاعب الجوارية بنسبة 4.34%، بينما لم يحظ قطاع التربية بأي نسبة تذكر.

المحور الرابع: أولويات الإعلام التنموي المحلي:

الجدول رقم (30) يبين مدى مساهمة القائم بالاتصال في رسم السياسات التحريرية في الوسيلتين محل الدراسة:

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة وصول المعلومات
%	ك	%	ك	
31.25	5	22.22	06	بدرجة كبيرة
56.25	09	40.74	11	بدرجة متوسطة
00	00	22.22	06	بدرجة ضعيفة
12.5	02	14.81	4	لا أسهم إطلاقا
%100	16	%100	27	المجموع



الشكل رقم (30) يمثل مدى مساهمة القائم بالاتصال في رسم السياسات التحريرية في الوسيلتين محل الدراسة

يتضح من خلال الجدول رقم (30) أن أغلب القائمين بالاتصال في صحيفة النصر يساهمون في السياسات التحريرية بدرجة متوسطة بنسبة 40.74%، في حين يساهم 22.22% منهم بدرجة كبيرة، وبنفس النسبة عبر آخرون أنهم يساهمون بدرجة متوسطة في رسم السياسات التحريرية، بينما أدلى 14.81% أنهم لا يساهمون إطلاقاً في رسم السياسات التحريرية في الصحيفة التي يعملون بها.

وبإذاعة ميلة المحلية عبر أغلب القائمين بالاتصال كذلك أنهم يساهمون بدرجة متوسطة في رسم السياسة التحريرية للإذاعة المحلية بنسبة 56.25%، يليهم الذين يساهمون بدرجة كبيرة بنسبة 31.25%، فيما عبر 12.5% أنهم لا يساهمون إطلاقاً في رسم السياسة التحريرية في الإذاعة المحلية التي يعملون بها.

والملاحظ أن أغلب القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين يقومون برسم السياسة التحريرية للوسيلة التي يعملون بها بدرجة متوسطة، حيث بينت النتائج ذلك بنسب متفاوتة بين الوسيلتين تقدر تبعاً بـ 40.74% و 56.25%.

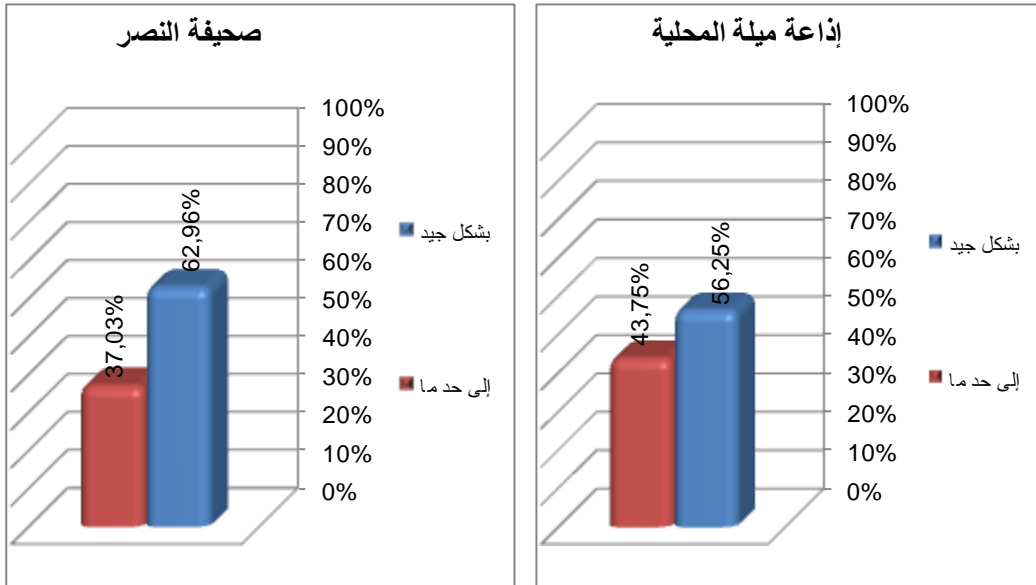
فمن حق الصحفيين المشاركة في صنع السياسة الإعلامية في الوسيلة التي يعملون فيها، وهو حق يؤدي إلى تحقيق الديمقراطية الداخلية في المؤسسة الإعلامية، لأنه من المؤكد أن الصحفيين لا يكونون مقتنعين بهذه السياسة إذا لم يستطيعوا المشاركة في صنعها. وقد نص إعلان المبادئ الدولية للأخلاقيات المهنية في مجال الصحافة الذي أصدرته المنظمات الدولية والإقليمية للصحفيين المهنيين عام 1973 على أن الدور الاجتماعي للصحفيين يتطلب من المهنة أن تحافظ على أعلى معايير النزاهة، والتي تشمل حق الصحفي في المشاركة في صنع القرار في الوسيلة التي يعمل بها. (سليمان صالح: 2004، 275). لذلك فالقائم بالاتصال إذا أعطي له الحق في رسم السياسة التحريرية للوسيلة



التي يعمل بها، وفتح له المجال للإدلاء برأيه وصنع القرار بها سينعكس ذلك حتماً على اهتمام المؤسسة الإعلامية أكثر بالقضايا التنموية.

الجدول رقم (31) يوضح مدى شعور القائم بالاتصال بوصول السياسات بشكل جيد

إذاعة ميله المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة	مدى وصول السياسات
%	ك	%	ك		
56.25	9	62.96	17	بشكل جيد	
43.75	7	37.03	10		
%100	16	%100	27	المجموع	



الشكل رقم (31) يمثل مدى شعور القائم بالاتصال بوصول السياسات بشكل جيد

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح أن السياسات الإعلامية تصل إلى القائمين بالاتصال بصحيفة النصر بشكل جيد بنسبة 67.96%، في حين تصل إلى ما مجموعه 10 قائمين بالاتصال أي بنسبة 27.03% إلى حد ما.

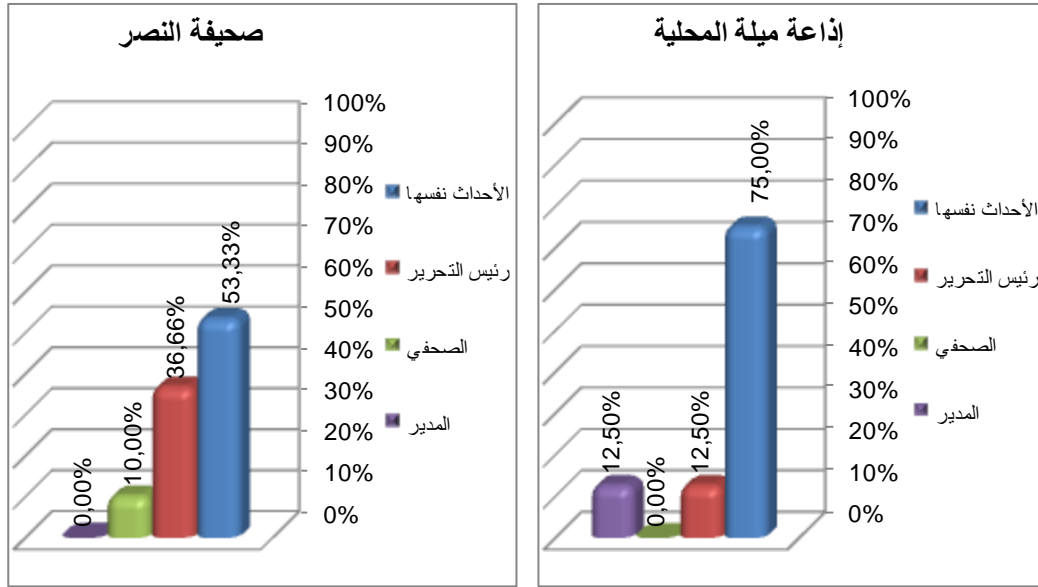
أما القائمون بالاتصال بإذاعة ميلا المحلية فتصلهم السياسات الإعلامية بشكل جيد لما يمثل 56.25%، بينما عبر 43.75% منهم أن هذه السياسات تصلهم إلى حد ما.

والملاحظ أن أغلب القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين تصلهم السياسة الإعلامية للوسيلة التي يعملون بها بصفة جيدة، وهذا يعني أن السياسة الإعلامية للوسيلتين واضحة المعالم بالنسبة للقائمين بالاتصال، وبالتالي يلتزمون بها ويقومون بالمهام الموكلة إليهم من طرف رؤسائهم في العمل على أكمل وجه، وهذا ما ينعكس على مضمون المادة الإعلامية المقدمة في وسيلتي الإعلام المحليتين العموميتين.

الجدول رقم (32) يبين من يرتب أولويات المواضيع بالوسيلتين محل الدراسة:

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة من يرتب المواضيع
%	ك	%	ك	
75	12	53.33	16	الأحداث نفسها
12.5	2	36.66	11	رئيس التحرير
00	00	10	03	الصحفي
12.5	2	00	00	المدير
%100	* 16	%100	* 30	المجموع

\* عدد الإجابات وليس مفردات مجتمع البحث



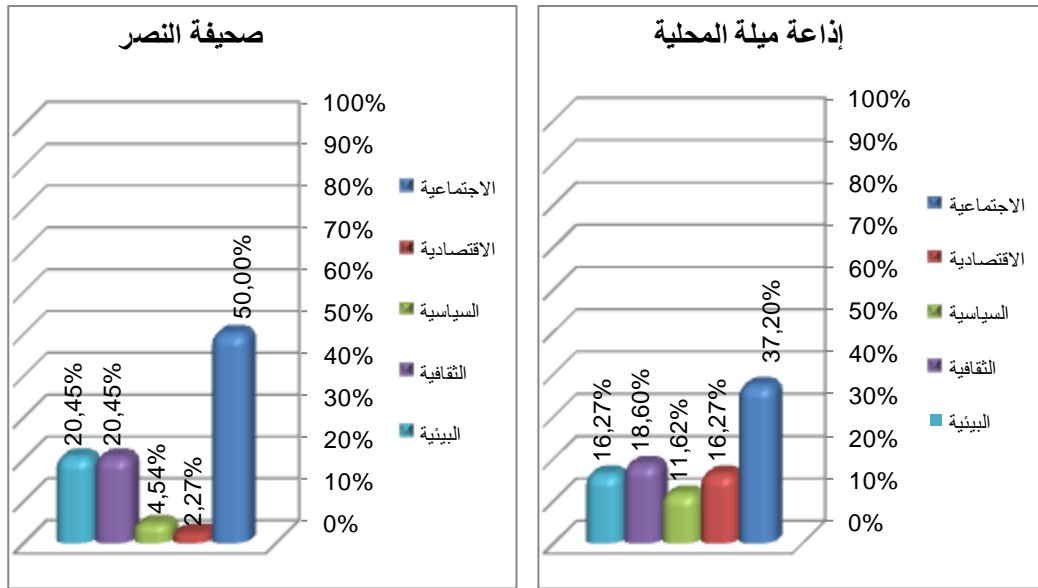
الشكل رقم ( 32 ) يبين من يرتب أولويات المواضيع بالوسيلتين محل الدراسة

في قراءة لمعطيات الجدول رقم (32) يتضح أن الأحداث نفسها هي التي ترتب أولويات المواضيع في صحيفة النصر بصفة أكبر وذلك بنسبة 53.33%، يليها رئيس التحرير بنسبة 36.66%، فيما يحتل الصحفي المرتبة الأخيرة بنسبة 10%.

ونفس الشيء نلاحظه بإذاعة ميلا المحلية، حيث اعتلت الترتيب الأحداث نفسها في ترتيب أولويات المواضيع بنسبة 75%، حيث تفرض نفسها في ترتيب أولويات المواضيع التي تنشر وتبث، يليها كل من رئيس التحرير والمدير بنفس النسبة 12.5%، بينما لم يرد أي دور للصحفي في ترتيب أولويات المواضيع التنموية، ولعل ذلك يرجع إلى العوامل التنظيمية بالمؤسسة الإعلامية التي تضع الصحفي تحت سلطة رئيس التحرير أو المدير.

الجدول رقم ( 33 ) يبين القضايا التنموية التي يهتم القائم بالاتصال بطرحها

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة / نوع القضايا
%	ك	%	ك	
37.20	16	50	22	الاجتماعية
16.27	07	2.27	10	الاقتصادية
11.62	5	4.54	02	السياسية
18.60	8	20.45	09	الثقافية
16.27	07	20.45	09	البيئية
%100	*43	%100	*44	المجموع



الشكل رقم ( 33 ) يبين القضايا التنموية التي يهتم القائم بالاتصال بطرحها

\* عدد الإجابات وليس مفردات مجتمع البحث

تبين معطيات الجدول رقم (33) أن القضايا التي تحوز على اهتمام معظم القائمين بالاتصال في صحيفة النصر هي القضايا الاجتماعية، حيث تصدرت مركز القمة بنسبة بلغ مقدارها 50%، وتقاومت بعدها كل من القضايا البيئية والثقافية اهتمامات القائم بالاتصال بنسبة 20.45%، ثم السياسية بنسبة 4,54%، بينما تذيلت القضايا الاقتصادية الترتيب بنسبة 2.27%.

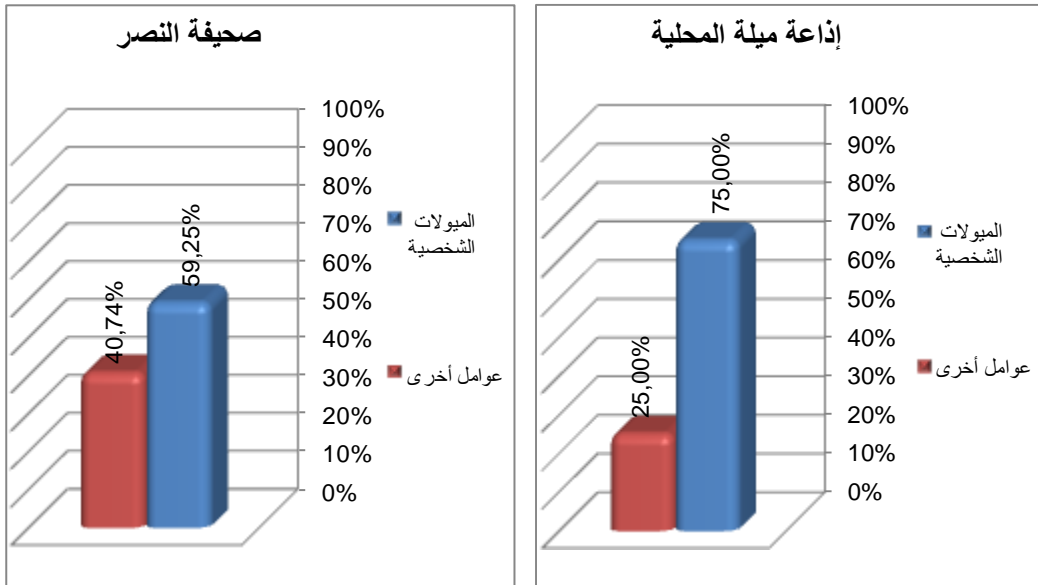
وبإذاعة ميلة المحلية حازت القضايا التنموية الاجتماعية كذلك على صدارة الاهتمام لدى القائمين بالاتصال بنسبة 37.2%، تليها القضايا ذات الطابع الثقافي بنسبة 18.6%، ثم كل من القضايا الاقتصادية والبيئية المركز الثالث بنسبة 16.27%، لتأتي القضايا السياسية في المركز الأخير بنسبة 11.62%.

ومنه يتضح أن هناك تطابقاً في اهتمام القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين بالقضايا الاجتماعية، حيث تحوز على اهتمامهم بنسب متفاوتة، قدرت بصحيفة النصر بـ 50%، وبإذاعة ميلة بنسبة 37.2%، وهو ما لا يتطابق مع الدراسة التحليلية بالنسبة لإذاعة ميلة المحلية، حيث احتلت القضايا الاقتصادية سلم الترتيب.

ولعل اهتمام القائم بالاتصال بالقضايا ذات البعد الاجتماعي أكثر يعود إلى أنه عضو في المجتمع المحلي يحس بمشاكله ويعايش انشغالاته، ويحاول في كل مرة أن يصل إلى حل مختلف المشاكل الاجتماعية التي تعيق عملية التنمية المحلية وتؤثر على باقي أبعاد التنمية وبالتالي تعيق التنمية الشاملة.

الجدول رقم (34) يبين سبب الاهتمام بالقضايا التنموية

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة أسباب الاهتمام
%	ك	%	ك	
75	12	59.25	16	الميولات الشخصية
25	4	40.74	11	عوامل أخرى
%100	16	%100	27	المجموع



الشكل رقم (34) يبين سبب الاهتمام بالقضايا التنموية

حسب ما تشير إليه معطيات الجدول رقم (34) فإن سبب اهتمام القائم بالاتصال في صحيفة

النصر بالقضايا التنموية يعود في الأغلب إلى ميولاته الشخصية، حيث تصدرت الترتيب بنسبة

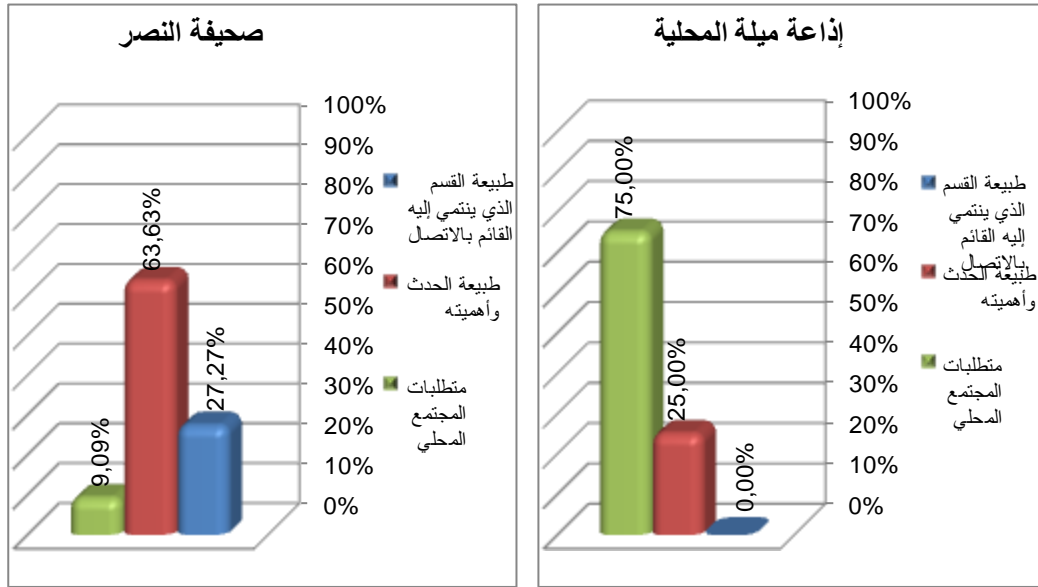
59.25%، في حين أرجعه 40.74% إلى عوامل أخرى.

ونفس الشيء نلاحظه بالنسبة للقائمين بالاتصال بإذاعة ميلة المحلية، كما تشير إليه معطيات نفس الجدول، حيث تقول البيانات أن سبب الاهتمام يعود إلى الميولات الشخصية كذلك بنسبة 75%، فيما رده 25% إلى عوامل أخرى.

وعلى ضوء البيانات السابقة، يتبين أن الميل الشخصي للقائم بالاتصال في كلا الوسيلتين هر سر الاهتمام بالقضايا التنموية في المجتمع المحلي، حيث يندفع إلى تفضيل البحث في أغوار قضية دون أخرى، تكون له الرغبة في معالجتها، فيحدث ذلك متعة ونوعا من الرضا على ما يقدمه هذا القائم بالاتصال للمجتمع المحلي من خدمات تخص التنمية المحلية.

الجدول رقم (35) يبين العوامل الأخرى لأسباب الاهتمام بالقضايا التنموية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة عوامل أخرى لأسباب الاهتمام
%	ك	%	ك	
00	00	27.27	03	طبيعة القسم الذي ينتمي إليه القائم بالاتصال
25	1	63.63	7	طبيعة الحدث وأهميته
75	3	9.09	1	متطلبات المجتمع المحلي
%100	4	%100	11	المجموع



الشكل رقم (35) يبين العوامل الأخرى لأسباب الاهتمام بالقضايا التنموية

في قراءة لبيانات الجدول رقم (35) نلاحظ أن هناك أسبابا أخرى لاهتمام القائم بالاتصال في صحيفة النصر بالقضايا التنموية، حيث حازت طبيعة الحدث وأهميته على أولى أسباب الاهتمام بنسبة تقدر بـ 63.63%، يليه طبيعة القسم الذي ينتمي إليه القائم بالاتصال، لأن التخصص في العمل الصحفي يلعب دورا هاما في تحديد الأولويات فالعمل كمراسل يختلف عن الكتابة في قسم بعينه كالتخصص في القسم الثقافي أو المحلي أو المجتمع....، فيما عادت المرتبة الثالثة والأخيرة لمتطلبات المجتمع المحلي بنسبة 9.09%، حيث تحدد أولويات الاهتمامات.

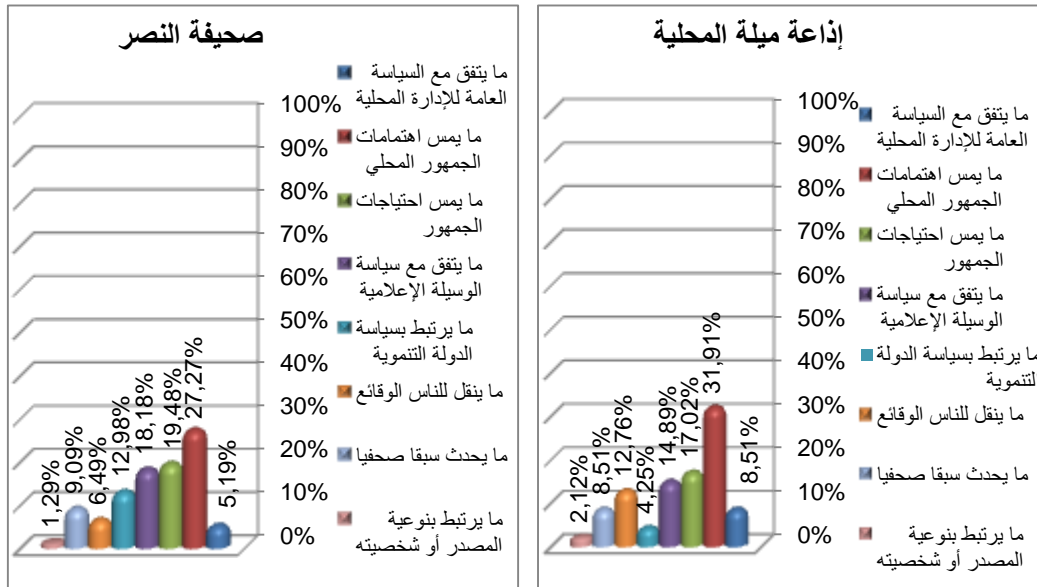
وبإذاعة ميلا المحلية تعود أسباب اهتمام القائم بالاتصال بالقضايا التنموية بالدرجة الأولى إلى متطلبات المجتمع المحلي بنسبة 75%، ثم إلى طبيعة الحدث وأهميته بنسبة 25%، فيما لم يرجع المستجوبون عوامل الاهتمام إلى طبيعة القسم الذي ينتمي إليه القائم بالاتصال.



ومنه يبدو أن اهتمام القائم بالاتصال بصحيفة النصر يعود إلى أسباب أخرى، اعتلت طبيعة الحدث وأهميته الصدارة فيها، بينما تعود حسب أغلب القائمين بالاتصال بإذاعة ميلة إلى متطلبات المجتمع المحلي.

الجدول رقم (36) يبين المواضيع التي تجد طريقها للثبث أو النشر

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة	ترتيب المواضيع
%	ك	%	ك		
8.51	04	5.19	04	ما يتفق مع السياسة العامة للإدارة المحلية	
31.91	15	27.27	21	ما يمس اهتمامات الجمهور المحلي	
17.02	08	19.48	15	ما يمس احتياجات الجمهور	
14.89	07	18.18	14	ما يتفق مع سياسة الوسيلة الإعلامية	
4.25	02	12.98	10	ما يرتبط بسياسة الدولة التنموية	
12.76	06	6.49	05	ما ينقل للناس الوقائع	
8.51	04	9.09	07	ما يحدث سبقا صحفيا	
2.12	01	1.29	01	ما يرتبط بنوعية المصدر أو شخصيته	
%100	47	%100	77	المجموع	



الشكل رقم (36) يبين المواضيع التي تجد طريقها للثبث أو النشر

يتضح من خلال الجدول رقم (36) أن أكثر المواضيع التي تجد طريقها للنشر من وجهة نظر القائمين بالاتصال في صحيفة النصر والتي احتلت الصدارة، هي تلك التي تمس اهتمامات الجمهور المحلي بنسبة 27.27%، تليها ما يمس احتياجات الجمهور بنسبة 19.48%، حيث يرى القائمون بالاتصال أن اهتمامات واحتياجات الجمهور تكون من بين الأولويات التي يهتمون بها ويسعون لإبرازها من خلال كتاباتهم وتعرضهم لقضايا التنمية، فيما احتلت القضايا التي تتفق مع السياسة الإعلامية المرتبة الثالثة بنسبة 18.18%، وفي المرتبة الرابعة ما يرتبط بسياسة الدولة التنموية بنسبة 12.98%، في حين يرى 9.09% منهم أن المواضيع التي تحدث سبقا صحفيا هي التي تجد طريقها للنشر، ثم ما ينقل للناس الوقائع بنسبة 6.49%، يليها المواضيع والقضايا التي تتفق مع السياسة العامة للإدارة المحلية بنسبة 5.19%، لتتذيل القضايا التي ترتبط بنوعية المصدر وشخصيته الترتيب بنسبة 1.29%.

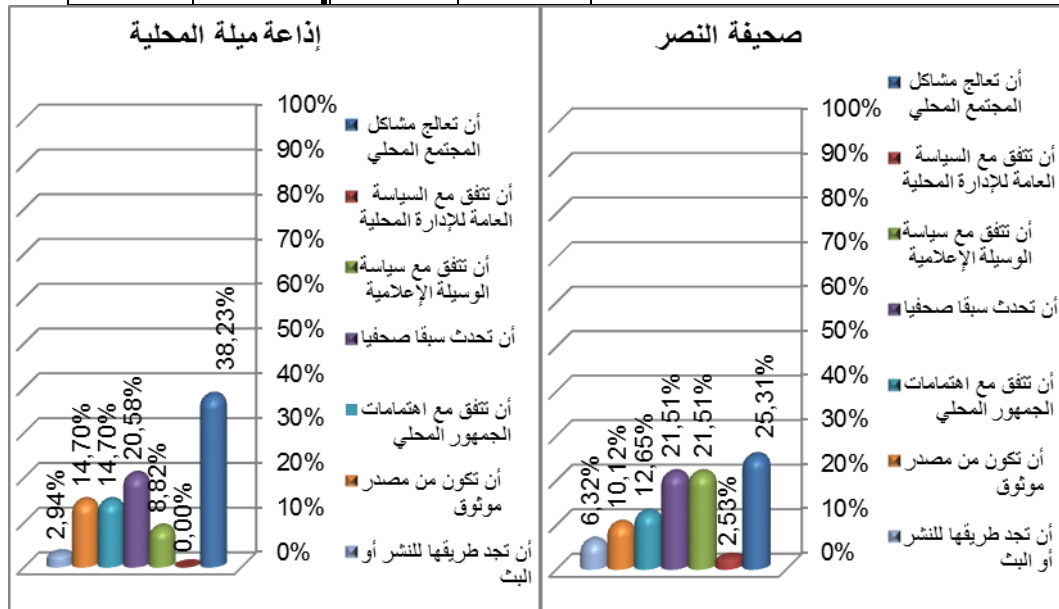
كما احتلت المواضيع التي تمس اهتمامات الجمهور المحلي المرتبة الأولى في نظر القائمين بالاتصال بإذاعة ميلا المحلية بنسبة 31.91%، تليها المواضيع التي تمس احتياجات الجمهور بنسبة 17.02%، وفي المرتبة الثالثة المواضيع التي تتفق وسياسة الوسيلة الإعلامية بنسبة 14.89%، تليها المواضيع التي تنقل للناس الوقائع بنسبة 12.76%، وتتقاسم المرتبة الخامسة كل من المواضيع التي يتفق مع السياسة العامة للإدارة المحلية وما يحدث سبقا صحفيا بنسبة 8.51%، تتبعها ما يتفق والسياسة الإعلامية في الإذاعة بنسبة 2.4%، لتأتي بعدها ما يتصل بالمصدر وشخصيته.

ومن خلال الجدول يتضح أن أكثر المواضيع التي تجد طريقها للبحث أو النشر في الوسيلتين محل الدراسة هي ما يمس اهتمامات الجمهور، بنسب متفاوتة بلغت حسب القائمين بالاتصال في صحيفة النصر 27.27%، وإذاعة ميلا قدرت بـ 31.91%.

وهو إن دل على شيء فإنما يدل على المكانة التي يحتلها الجمهور المحلي في اهتمامات الصحافة والإذاعة، حيث تسعى كل منهما إلى النزول إلى الشارع من خلال القائمين بالاتصال بها لجس نبض الشارع من خلال عرض شكاويه وانشغالاته واقتراحاته، ونقلها إلى الجهات الوصية من أجل حلها.

الجدول رقم (37) يبين أكثر الجوانب التي يفضل القائم بالاتصال مراعاتها عند انتقاء المواضيع التنموية:

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة
%	ك	%	ك	الجوانب المفضلة
38.23	13	25.31	20	أن تعالج مشاكل المجتمع المحلي
00	00	2.53	02	أن تتفق مع السياسة العامة للإدارة المحلية
8.82	03	21.51	17	أن تتفق مع سياسة الوسيلة الإعلامية
20.58	7	21.51	17	أن تحدث سبقا صحفيا
14.70	5	12.65	10	أن تتفق مع اهتمامات الجمهور المحلي
14.70	05	10.12	08	أن تكون من مصدر موثوق
2.94	1	6.32	05	أن تجد طريقها للنشر أو البث
%100	*34	%100	*79	المجموع



الشكل رقم (37) يبين أكثر الجوانب التي يفضل القائم بالاتصال مراعاتها عند انتقاء المواضيع التنموية

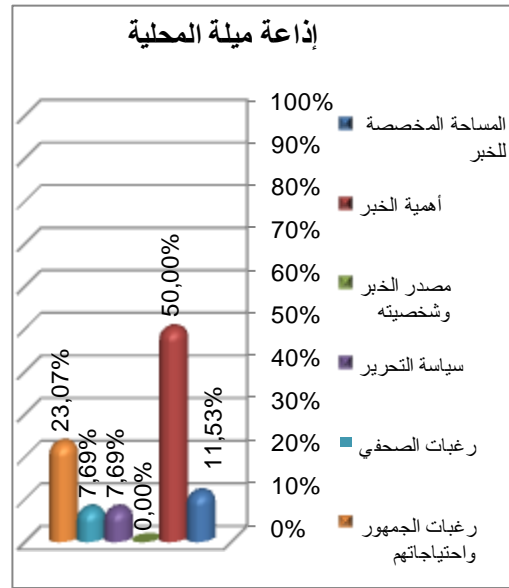
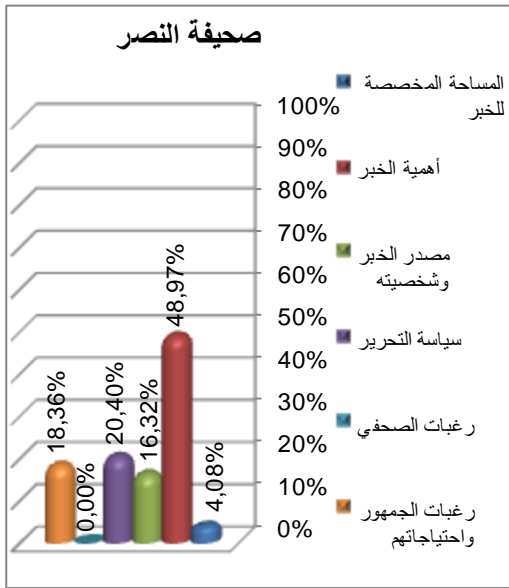
\* عدد الإجابات وليس مفردات مجتمع البحث

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن أكثر الجوانب التي يفضل القائم بالاتصال مراعاتها عند انتقاء المواضيع التنموية لدى القائمين بالاتصال بصحيفة النصر، هو أن تعالج مشاكل المجتمع المحلي، وذلك بنسبة 25.31%، يليها المواضيع التي تتفق مع سياسة الوسيلة الإعلامية، وأن تحدث سبقا صحفيا في المرتبة الثانية بنسبة 21.51%، ثم أن تتفق مع اهتمامات الجمهور المحلي بنسبة 12.65%، وبعدها أن تكون من مصدر موثوق بنسبة 10.12%، ثم أن تجد طريقها للنشر بنسبة 6.32%، لتأتي المواضيع التي تتفق مع السياسة العامة للإدارة المحلية بنسبة 2.53%.

أما أكثر الجوانب التي يفضل القائم بالاتصال مراعاتها عند انتقاء المواضيع التنموية لدى القائمين بالاتصال بإذاعة ميلا المحلية فتعود كذلك إلى تلك التي تعالج مشاكل المجتمع المحلي بنسبة 38.23% في المرتبة الأولى، تليها المواضيع التنموية التي تحدث سبقا صحفيا بنسبة 20.58%، وتقاسمت المرتبة الثالثة كل من المواضيع التي تتفق مع اهتمامات الجمهور المحلي والتي تكون من مصدر موثوق بنسبة 14.7%، ثم تلك التي تتفق وسياسة الوسيلة الإعلامية، لتأتي المواضيع التي تجدد طريقها ببث في آخر الترتيب بنسبة 2.94%، ولم تحظ المواضيع التي تتفق والسياسة العامة للإدارة المحلية على أي نسبة تذكر.

الجدول رقم ( 38 ) يبين المعايير التي تتحكم في موقع نشر وبث مواضيع التنمية المحلية

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		المعايير الوسيلة
%	ك	%	ك	
11.53	3	4.08	2	المساحة المخصصة للخبر
50	13	48.97	24	أهمية الخبر
00	00	16.32	8	مصدر الخبر وشخصيته
7.69	2	20.40	10	سياسة التحرير
7.69	2	00	00	رغبات الصحفي
23.07	06	18.36	09	رغبات الجمهور واحتياجاتهم
%100	26*	%100	*49	المجموع



الشكل رقم ( 38 ) يبين المعايير التي تتحكم في موقع نشر وبث مواضيع التنمية المحلية

\* عدد الإجابات وليس مفردات مجتمع البحث

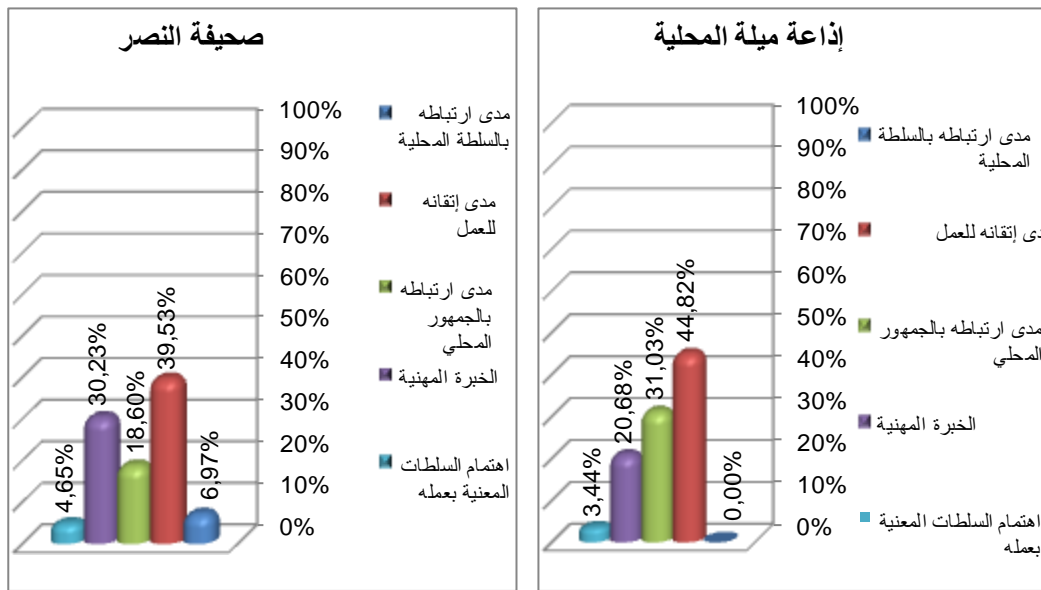
تشير بيانات الجدول أعلاه أن أكثر المعايير التي تتحكم في موقع نشر مواضيع التنمية المحلية لدى القائمين بالاتصال بصحيفة النصر هي أهمية الخبر بنسبة 48.97%، ثم سياسة التحرير بنسبة 20.4%، تليها في المرتبة الثالثة رغبات الجمهور واحتياجاتهم بنسبة 18.39%، ثم مصدر الخبر وشخصيته بنسبة 16.32%، في حين تذييل الترتيب معيار المساحة المخصصة للخبر بنسبة 4.08%.

كما يعتبر القائمون بالاتصال في إذاعة ميلة أهمية الخبر أهم معيار يتحكم في بث المواضيع التنموية بنسبة 50%، تليها في المرتبة الثانية رغبات الجمهور واحتياجاتهم بنسبة 23.07%، ثم المساحة الزمنية المخصصة للخبر بنسبة 11.53%، ونسبة متوازنة يحتل كل من سياسة التحرير ورغبات الصحفي المرتبة الأخيرة بنسبة 7.69%، فيما لم يلق معيار مصدر الخبر وشخصيته أي إجابة تذكر.

المحور الخامس: الصعوبات التي يواجهها القائم بالاتصال في تحقيق التنمية المحلية

الجدول رقم ( 39 ) يبين أسباب نجاح الصحفي في أداء دوره التنموي

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة	أسباب النجاح
%	ك	%	ك		
00	00	6.97	04	مدى ارتباطه بالسلطة المحلية	
44.82	13	39.53	22	مدى إتقانه للعمل	
31.03	09	18.60	12	مدى ارتباطه بالجمهور المحلي	
20.68	6	30.23	14	الخبرة المهنية	
3.44	1	4.65	3	اهتمام السلطات المعنية بعمله	
%100	29*	%100	*52	المجموع	



الشكل رقم ( 39 ) يبين أسباب نجاح الصحفي في أداء دوره التنموي

\* عدد الإجابات وليس مفردات مجتمع البحث

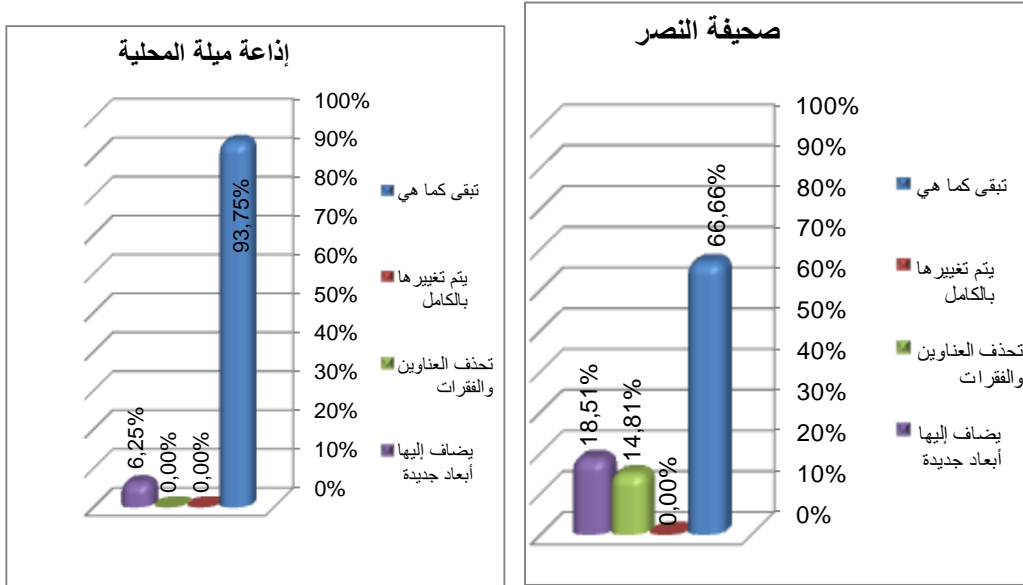


يرى 39.53% من مجموع المستجوبين من القائمين بالاتصال بصحيفة النصر أن أسباب نجاح الصحفي في أداء دوره التنموي يعود بالدرجة الأولى إلى مدى إتقانه لعمله بنسبة 39.53%، ثم إلى الخبرة المهنية بنسبة 30.23%، يليها مدى ارتباط القائم بالاتصال بالجمهور المحلي بنسبة 18.6%، ثم مدى ارتباطه بالسلطة المحلية بنسبة 6.97%، وفي الأخير اهتمام السلطات المعنية بعمله.

ونفس الشيء نلاحظه بالنسبة للقائمين بالاتصال بإذاعة ميله المحلية، حيث يرجع 44.82% من المستجوبين أسباب نجاح الصحفي في أداء دوره التنموي بنسبة 44.82%، ثم مدى ارتباطه بالجمهور المحلي بنسبة 32.03%، فالخبرة المهنية بنسبة 20.68% في حين احتل ذيل الترتيب اهتمام السلطات المعنية بعمله بنسبة 3.44%، فيما لم يرجعها أي واحد منهم إلى مدى ارتباطه بالسلطة المحلية.

الجدول رقم (40) يبين إن كان يطرأ على المادة الإعلامية تغيرات

إذاعة ميله المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة التغيرات
%	ك	%	ك	
93.75	15	66.66	18	تبقى كما هي
00	00	00	00	يتم تغييرها بالكامل
00	00	14.81	04	تحذف العناوين والفقرات
6.25	1	18.51	05	يضاف إليها أبعاد جديدة
%100	16	%100	27	المجموع

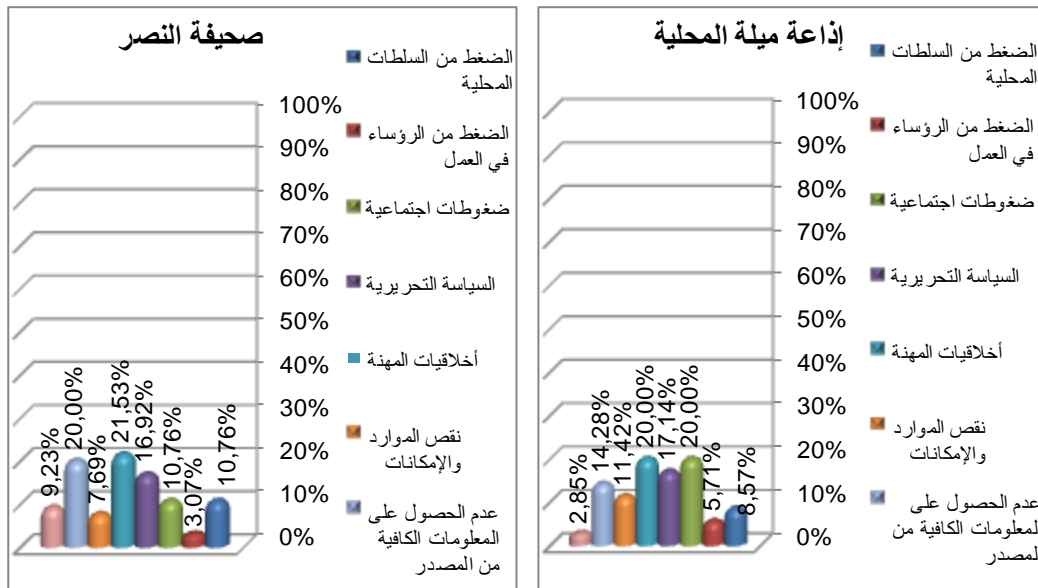


الشكل رقم ( 40 ) يبين إن كان يطرأ على المادة الإعلامية تغيرات

يشير 66.66% من المستجوبين بصحيفة النصر إلى أن المادة الإعلامية تبقى كما هي ولا يطرأ عليها أي تغيير، بينما أقر 18.51% منهم أنها تضاف إليها أبعاد جديدة، بينما عادت المرحلة الأخيرة إلى أن هذه المواضيع تُحذف العناوين والفقرات بنسبة 14.81%  
 وبإذاعة ميله المحلية يلاحظ أن المادة السمعية الموثقة تبقى كما هي بنسبة 93.75%، ويضاف إليها أبعاد جديدة بنسبة 6.25%

الجدول رقم (41) يبين الضغوط التي تؤثر على القائم بالاتصال

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة	الضغوطات
%	ك	%	ك		
8.57	03	10.76	07		الضغط من السلطات المحلية
5.71	02	3.07	02		الضغط من الرؤساء في العمل
20	07	10.76	07		ضغوطات اجتماعية
17.14	06	16.92	11		السياسة التحريرية
20	07	21.53	14		أخلاقيات المهنة
11.42	04	7.69	05		نقص الموارد والإمكانات
14.28	05	20	13		عدم الحصول على المعلومات الكافية من المصدر
2.85	01	9.23	06		عدم اهتمام المجتمع المحلي
%100	35	%100	65		المجموع



الشكل رقم (41) يبين الضغوط التي تؤثر على القائم بالاتصال

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أكثر الضغوط التي تؤثر على القائمين بالاتصال في صحيفة النصر هي أخلاقيات المهنة بسبة 21.53%، حيث يقف القائم بالاتصال مقابل القيم الاجتماعية التي كلف بحمايتها، فهو مكلف بمراقبة عمل السلطات المحلية لكنه ملزم في الوقت ذاته

بالحفاظ على الاسم الطيب للمسؤول المحلي، والهدف النهائي لأخلاقيات المهنة هو التزام القائم بالاتصال بالحقيقة والمهنية، ففي بعض الأحيان يضطر القائم بالاتصال أن يحجب بعض الحقائق التي يعتبرها الجمهور من حقه، وعدم الكشف عن مصادر معلوماته خلافا لما اتفق مع هذه المصادر ويعتبر هذا يعتبر خرقا لأخلاقيات المهنة، ثم السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 16.92%، حيث لا تسمح السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية العمومية في الغالب بنقد المؤسسات الرسمية ومنها المحلية، مما يؤثر على الأداء المهني للقائم بالاتصال، تليها عدم الحصول على المعلومات الكافية من المصدر بنسبة 20%، رغم أن الحصول على المعلومات من السلطات المحلية والمركزية للقائم بالاتصال الذي ينتمي للمؤسسات الإعلامية العمومية ليس بالصعب خاصة إذا كانت هذه المعلومات مشحونة بعبارات المدح والثناء على الإنجازات التي تقوم بها الدولة فيما يخص التنمية المحلية، وهذا لا يمنع من تهرب بعض المسؤولين من استقبال القائمين بالاتصال والرد على أسئلتهم وتزويدهم بالمعلومات الضرورية حول التنمية المحلية. وفي المرتبة الرابعة حاز كل من الضغط من السلطات المحلية والضغطات الاجتماعية على نسبة 10.76%، يليها عدم اهتمام المجتمع المحلي بنسبة 9.23%، حيث يؤدي ذلك إلى فشل القائم بالاتصال في إيصال الرسالة التنموية إذا كان المجتمع المحلي لا يبالي بما يجري في منطقتهم. ثم نقص الموارد والإمكانات بنسبة 7.69%، حيث يؤثر ذلك على مردوده كالحاجة مثلا إلى وسائل النقل التي تنقله إلى المناطق النائية والبعيدة. بينما احتل الضغط من الرؤساء في العمل ذيل الترتيب بنسبة 3.07%، حيث يؤدي الضغط من الرؤساء في العمل عن طريق بعض القرارات الإدارية إلى التأثير على المحتوى التحريري بشكل غير مباشر.

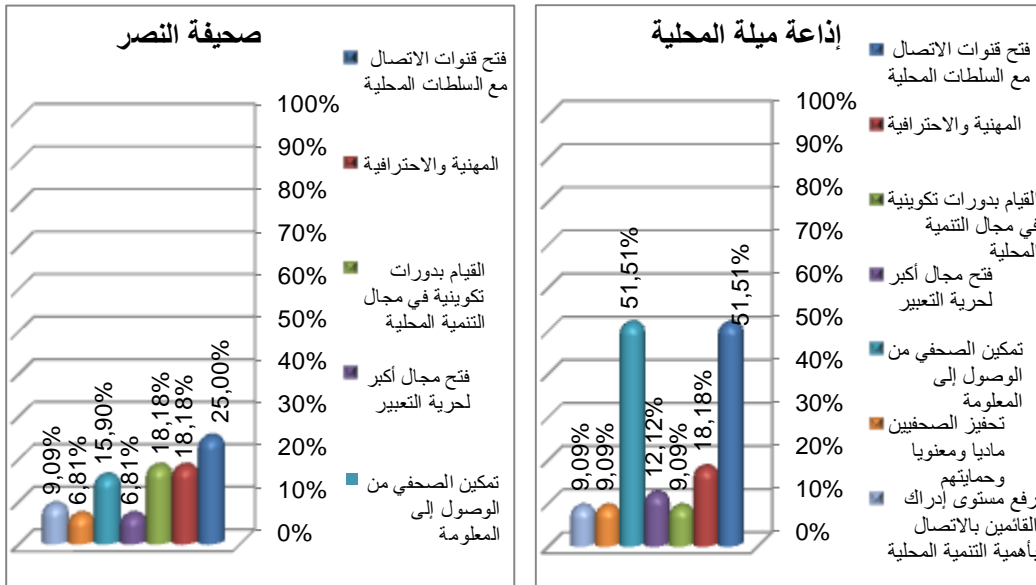
أما بإذاعة ميلا المحلية فقد احتلت الضغطات الاجتماعية وأخلاقيات المهنة طليعة الضغوط التي تؤثر على عمل القائمين بالاتصال بها بنسبة 20%، فالقائم بالاتصال لا بد أن يلتزم بمراعاة القيم الاجتماعية في طرح القضايا التنموية المحلية فهو جزء من نظام اجتماعي ينطوي على قيم

ومبادئ يسعى للحفاظ عليها، ويؤدي الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية القائم بالاتصال إلى إغفال بعض الحقائق والمعلومات من أجل دعم قيم المجتمع المحلي. تليها السياسة التحريرية للإذاعة بنسبة 17.14%، ثم تأتي بعدها عدم الحصول على المعلومات الكافية من المصدر بنسبة 14.28%، واحتل المرتبة الرابعة نقص الموارد والإمكانات بنسبة 11.42%، تليها الضغط من السلطات المحلية بنسبة 8.57%، ثم الضغط من الرؤساء في العمل بنسبة 5.71%، لتتذيّل الترتيب عدم اهتمام المجتمع المحلي بنسبة 2.85%.

والملاحظ من خلال النتائج أن القائمين بالاتصال بصحيفة النصر يعتبرون أخلاقيات المهنة من أهم الضغوط التي تؤثر على عملهم إذ تمنعهم في بعض الأحيان من أداء عملهم بحرية، أما بإذاعة ميلة فتقاسمت كل من أخلاقيات المهنة والضغوط الاجتماعية المرتبة الأولى ضمن الضغوطات التي تؤثر على القائمين بالاتصال بها.

الجدول رقم ( 42 ) يبين التصورات التي يقترحها القائم بالاتصال لتجاوز الصعوبات وتطوير الأداء المهني له في مجال التنمية

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		التصورات
%	ك	%	ك	
51.51	7	25	11	فتح قنوات الاتصال مع السلطات المحلية
18.18	6	18.18	08	المهنية والاحترافية
09.09	3	18.18	8	القيام بدورات تكوينية في مجال التنمية المحلية
12.12	04	6.81	3	فتح مجال أكبر لحرية التعبير
51.51	7	15.90	7	تمكين الصحفي من الوصول إلى المعلومة
9.09	3	6.81	3	تحفيز الصحفيين ماديا ومعنويا وحمايتهم
9.09	3	09.09	4	رفع مستوى إدراك القائمين بالاتصال بأهمية التنمية المحلية
%100	*33	%100	*44	المجموع



الشكل رقم ( 42 ) يبين التصورات التي يقترحها القائم بالاتصال لتجاوز الصعوبات وتطوير الأداء المهني له في مجال التنمية

\* عدد الإجابات وليس مفردات مجتمع البحث

في قراءة لبيانات الجدول رقم (42) يتضح أن أكثر التصورات التي يقترحها القائم بالاتصال تعود لفتح قنوات الاتصال مع السلطات المحلية بنسبة 25%، من خلال تفعيل دور خلايا الإعلام وتكوين المسؤولين والمدراء التنفيذيين في مجال التواصل مع المواطنين والصحفيين، لنقل الانشغالات التنموية والكشف عن أهم المشاريع والنقائص، والاهتمام بالقائم بالإعلام وتسهيل مهمته، فضلا عن ضرورة تشكيل حلقة مبنية على الثقة والصدق في نقل المعلومة وتجنب المغالطات والوعود المعسولة، وكذا الإلمام ببرنامج الولاية التنموي ومتابعة التطورات الحاصلة في هذا المجال، وتقصي النقائص الموجودة في التنفيذ، بما يخدم الصالح العام. هذا في ظل غياب مكاتب اتصال في الإدارات المختلفة ما عدا خلايا الإعلام بالولايات.

يليه كل من القيام بدورات تكوينية في مجال التنمية المحلية ودور الإعلام فيها لتمكين الصحفي من العمل بمهنية أكبر رغم أن النصر توفر لطاقمها التكوين المناسب والمستمر، فالتكوين يؤدي إلى رفع الكفاءة وصل القدرات. واحتلت الاحترافية والمهنية في المركز الثاني بنسبة 18.18% من خلال التزام القائم بالاتصال بأخلاقيات المهنة في معالجة المواضيع، وأن يكون أولا شاهد عيان صادق على الوضع بما أنه يعيش فيه، وأن ينتقي المصادر المعنية والصادقة، وأن يتحرى عدم الانزلاق في متاهات بعض الأشخاص الذين غالبا ما يجرون الصحفي في خدمة مصالحهم الشخصية وليس ما يخدم المصلحة العامة للمواطن، وأن لا يستغل لتصفية الحسابات الشخصية بين الفاعلين في حقل التنمية المحلية من منتخبين ومسؤولين، وأن يبتعد كل الابتعاد عن التلاعب والانخراط في تحالفات وغيرها، وكذلك السعي لإيصال المعلومة صحيحة وبكامل تفاصيلها للقارئ، خاصة أن البعض يلجأ إلى مصادر غير موثوقة ولا يكلفون أنفسهم عناء التواجد في الميدان ويكتفون بالجلوس في المكاتب وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات ليست مؤكدة، لكنها تصل إلى القارئ على أساس أنها من مصدر رسمي وجد موثوق، في حين عادت المرتبة الثالثة لتمكين

الصحفي من الوصول إلى المعلومة بنسبة 15.9%، فالانفتاح وتسهيل الحصول على المعلومة من طرف السلطات العمومية والذي يبقى من أولويات العمل الصحفي، حيث لا يزال يسجل عراقيل بسبب ذهنيات بعض المسؤولين وتخوفاتهم غير المبررة، رغم الحق في المعلومة المنصوص عليها قانونيا. ثم رفع مستوى إدراك القائمين بالاتصال بأهمية التنمية المحلية بنسبة 9.09%، أما المركز الأخير فكان من نصيب كل من فتح مجال أكبر لحرية التعبير وتحفيز الصحفيين ماديا وحمايتهم بنسبة 6.81%.

أما القائمون بالاتصال بإذاعة ميلة المحلية، فتصدت تصوراتهم المقترحة لتجاوز الصعوبات وتطوير أدائهم المهني، كل من فتح قنوات الاتصال مع السلطات المحلية عبر خلايا الاتصال في البلديات والدوائر بدل التركيز على تقارير المكلفين بالإعلام على مستوى مختلف الهيئات، وتمكين الصحفي من الوصول إلى المعلومة بنسبة 51.51%، فتعاون المسؤولين المحليين مع الصحفي وحسن استقباله من قبلهم يساعده ويمكنه من المعلومات ونقل المشاكل اليومية للمواطنين، وإعطاء الأولوية للتنمية المحلية في مختلف وسائل الإعلام وعدم اعتبارها مواضيع ثانوية أو تكميلية فقط. تليها المهنية والاحترافية بنسبة 18.18%، ثم فتح مجال أكبر لحرية التعبير بنسبة 12.12%، ما يسمح بانقناد المشاريع الفاشلة، أو التي لا تتلاءم وخصوصية المجتمع المحلي، وتشخيص السلبات والأخطاء التي قد تتجم عن بعضها.

أما المرتبة الرابعة والأخيرة فتقاسمها كل من القيام بدورات تكوينية في مجال التنمية المحلية لكي يتحملوا عبء هذه المهمة وتطويرها ويلبون حاجة المؤسسات الإعلامية إلى مواكبة التطور، وتحفيز الصحفيين ماديا ومعنويا وحمايتهم قانونيا رفع مستوى إدراك القائمين بالاتصال بأهمية التنمية المحلية بنسبة 9.09%.



ومن خلال معطيات الجدول يلاحظ تطابقا بين الوسيلتين محل الدراسة في التصورات التي يقترحها القائم بالاتصال لتجاوز الصعوبات وتطوير الأداء المهني له في مجال التنمية، حيث حاز الاقتراح الخاص بفتح قنوات الاتصال مع السلطات المحلية على صدارة التصورات التي يقدمها القائمون بالاتصال في كلا الوسيلتين مع اقتران ذلك بتمكينهم من الوصول إلى المعلومات بالنسبة للقائمين بالاتصال بإذاعة ميلة المحلية. بينما تفاوتت التصورات الأخرى من حيث الترتيب لدى الباحثين.

ثالثا:  
نتائج الدراسة وآفاقها

نتائج الدراسة وآفاقها:

بعد تحليل بيانات الجداول في الدراستين التحليلية والميدانية، تأتي مرحلة جد مهمة تتوج ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، وستقوم الباحثة في هذه المرحلة بعرض نتائج الدراسة بتقسيمها إلى عدة أجزاء، أولها يتعلق بنتائج الدراسة التحليلية، ثم نتائج الدراسة الميدانية، عرض نتائج الدراسة الحالية في ضوء الدراسات السابقة، ومن ثم الإجابة على مختلف التساؤلات التي تمحورت حولها الدراسة وختاماً بآفاقها.

أولاً: عرض نتائج الدراسة التحليلية:

1- النتائج المتعلقة بتساؤلات الشكل

- التساؤل المتعلق بحجم عرض الإعلام المحلي - عينة الدراسة - لقضايا التنمية من حيث المساحة والزمن:

أثبتت نتائج الدراسة أن صحيفة النصر لم تول اهتماماً بقضايا التنمية بالقدر الذي يلزم من حيث المساحة، مقارنة بوزن الصحيفة التي تمثل جهة الشرق من جهة وعموميتها من جهة أخرى، حيث تصدرت مساحة أقل من ربع صفحة مجمل الفئات بنسبة 67.27%. وهو رقم لا يعكس ما يمكن أن تقوم به الصحافة العمومية المحلية لتحقيق التنمية المحلية بصفقتها شريكا يعول عليه في النهوض بها، بينما احتلت فئة صفحة كاملة وأكثر من صفحة ذيل الترتيب، وهو دليل على أن القضايا التنموية المطروحة بعمق قليلة مقارنة بالمساحة التي خصصتها الصحيفة للمواضيع التنموية.

أما المساحة الزمنية في إذاعة ميلة المحلية، فتعود الصدارة لفئة أقل من دقيقة بنسبة 75.35%، تليها من دقيقة إلى ربع ساعة بنسبة 15.43%، بينما احتلت الفئات الأخرى ذيل الترتيب، ولعل صدارة فئة أقل من دقيقة يعود إلى طغيان الفقرات الإخبارية التي تتعلق بالتنمية المحلية على العينة موضع التحليل.

ومن خلال المعطيات السابقة، يمكن أن نقول إن صحيفة النصر وإذاعة ميلة المحلية لم توليا اهتماما كافيا بقضايا التنمية المحلية من حيث المساحة المخصصة لها، بالنظر إلى وزنها كوسيلتين عموميتين تستغلها الدولة من أجل الوقوف جنبا إلى جنب مع مشاريع التنمية المحلية.

#### - التساؤل المتعلق بالموقع الذي تحتله مواضيع التنمية المحلية في عيني الدراسة:

لم تحتل التنمية المحلية الأهمية التي تستحقها من حيث الموقع في الصحافة المكتوبة، حيث لا تزال تنتشر في الصفحات الداخلية، حيث حاز هذا الموقع على حصة الأسد بنسبة 91.89%، ولم تظهر مواضيع التنمية المحلية في الصفحتين الأولى والأخيرة إلا نادرا، وهو ما يعكس قلة الاهتمام الممنوح لمثل هذه القضايا.

أما بإذاعة ميلة المحلية فقد احتلت الفترة الصباحية بنسبة 50.7% الطليعة، تليها الفترة المسائية بنسبة 38.73%.

#### - التساؤل المتعلق بالقوالب الصحفية التي استخدمتها الوسيلتان الإعلاميتان محل الدراسة:

أظهرت النتائج اعتماد كل من الوسيلتين على الخبر مقارنة مع الفنون الصحفية الأخرى، حيث يحتل ما يزيد عن نصف ما نشر من موضوعات تنموية بصحيفة النصر بنسبة 78.18%، وبالإذاعة المحلية أيضا اعتلى الخبر الإذاعي سلم الترتيب بنسبة 73.23%. تليه الأنواع

الإخبارية في صحيفة النصر، في حين تتخفف نسبة أنواع الرأي والتحليل إن لم نقل إنها شبه منعدمة، وهو ما يعكس تغليب الجانب الإعلامي والإخباري على الجانب التفسيري والتحليلي، وانخفاضها يشير إلى انخفاض اهتمام الإعلام المحلي بالتنمية المحلية، لأن الاعتماد على القوالب الصحفية والإذاعية التحليلية من بين أهم المؤشرات الدالة على الاهتمام الإعلامي بالتنمية المحلية.

#### - التساؤل الرابع الخاص بمستويات اللغة المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية

أثبتت نتائج الدراسة التحليلية أن اللغة المستخدمة لعرض القضايا التنموية في صحيفة النصر هي اللغة الفصحى الإعلامية البحتة، أي بنسبة 100%، بينما مزجت إذاعة ميلا المحلية بين الفصحى والعامية، لكن النسبة الأكبر كانت من نصيب اللغة الفصحى بنسبة 84.85%، وهي نسبة نوعها إلى تغلب الفقرات الإخبارية على باقي البرامج الإذاعية الأخرى، إضافة إلى بعض البرامج التي تستدعي استخدام اللغة العربية الفصحى خاصة ما تعلق منها بالبرامج الخاصة بتصحيح ما جادت به اللغة العربية من معاني ومفاهيم.

#### 2- النتائج الخاصة بتساؤلات المضمون:

#### - التساؤل الخاص بقضايا التنمية المحلية التي تناولها الإعلام المحلي - عينة الدراسة:-

تشير النتائج إلى أن أكثر المواضيع تناولها في صحيفة النصر هي القضايا الاجتماعية بنسبة 57.27%، المتعلقة بقضايا السكن، الصحة، التربية والتعليم وملف التضامن. فيما كانت القضايا ذات الطابع الاقتصادي هي القضايا الغالبة في برامج إذاعة ميلا المحلية بنسبة 38.02% والمتعلقة أساسا بالقطاع الفلاحي من جهة وبأهم الخدمات المتعلقة بالغاز الطبيعي والماء الشروب والصرف الصحي.... من جهة أخرى.

ورغم تنوع مواضيع التنمية المحلية بين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، وهو الأمر الذي يحبذ مخطو التنمية حيث يسعون إلى تحقيق التنمية الشاملة، إلا أن هذه القضايا لم تؤخذ بنفس درجة الاهتمام حيث ركزت الوسيلتان على قضايا تنمية دون أخرى، وهو عكس ما يراه المختصون في ضرورة إحداث نوع من التوازن في الاهتمام بالقضايا التنمية بحيث يشمل جوانب الحياة ومجالاتها كلها.

#### - التساؤل المتعلق بالفاعلين في مختلف القضايا التنموية

تشير نتائج هذا التساؤل إلى أن أكثر الفاعلين مشاركة في التنمية المحلية في العينة المدروسة هم السلطات المحلية سواء تعلق بوالي الولاية أو بأحد ممثليه من الهيئة التنفيذية بنسبة 62.59% بالنسبة لصحيفة النصر، و36.59% بالنسبة لإذاعة ميلة المحلية، وبعد ذلك لانتماء الوسيلتين للجهة الحكومية من جهة، وطبيعة المشاريع التنموية التي تكون تحت سلطة الوالي من جهة ثانية.

كما تظهر النتائج ضعف مشاركة المجتمع المدني والقطاع الخاص في العملية التنموية، وهو ما يؤثر على مسار التنمية المحلية التي تتطلب مساهمة الأهالي وكل الفاعلين من أجل الرقي بالمجتمع المحلي، فالتنمية المحلية ليست مسؤولية السلطات المحلية والحكومة فقط بل تمتد إلى منظمات المجتمع المدني والقطاع الخاص والأهالي والتي أصبحت جزء لا يتجزأ من العملية التنموية ككل.

- التساؤل المتعلق بالبيئة التي يستهدفها الإعلام المحلي بعرضه للقضايا التنموية

تستهدف مواضيع التنمية المحلية في الإعلام المحلي العمومي المكتوب والمسموع -عينة الدراسة- كلا من البيئة الريفية والحضرية بنسبة 42.72% و66.54% تباعا، ولا تقتصر على البيئة الحضرية، وهذا يعود إلى أن البيئتين تحتاجان لتنمية شاملة، سواء تعلق الأمر بالحضر أو بالريف، خاصة مع ما شهدته المدينة من نزوح ريفي ومن مظاهر التريف وضعف البنى التحتية، لذلك كان لزاما على الدولة أن تنهج هذا النهج الجديد الذي يساوي بين المدينة والريف في مختلف المشاريع التنموية، عكس ما وصلت إليه بعض الدراسات في أن وسائل الإعلام تركز أكثر على المجتمعات الحضرية دون الريفية، لأنه لا يمكن إجراء تنمية حضرية دون تنمية ريفية والعكس صحيح، وهو ما من شأنه أن يقلل من نسبة النزوح نحو المدن.

- التساؤل المتعلق بالجمهور المستهدف من عملية التنمية المحلية

يعد الجمهور المحلي العام الأكثر بروزا واستهدافا في الرسائل الإعلامية الخاصة بالقضايا التنموية في صحيفة النصر بنسبة 70.9% وبنسبة 69.71% في إذاعة ميله المحلية نظرا لكون القضايا المعالجة بالوسيلتين محل الدراسة تهم الشأن العام المحلي، لكن هذا الاهتمام المبالغ فيه بالجمهور العام يشير إلى غياب التخطيط من قبل الوسيلتين، فالإعلام في الوقت الراهن يراهن على نجاح خطط التنمية المحلية بتوجيه رسائله إلى شرائح اجتماعية معينة ومحددة بغرض إحداث تأثير فعال في الاتجاهات والسلوكيات التي تساعد في وضع مسار التنمية المحلية في الاتجاه الصحيح.

- التساؤل المتضمن المصادر التي يعتمدها الإعلام المحلي في نشر وبث القضايا التنموية  
تعتمد صحيفة النصر على المراسلين المحليين في جمع الأخبار والقضايا ذات الطابع التنموي  
بنسبة 70%، بينما تعتمد الإذاعة على صحفييها بنسبة 91.19%، ويعود الاختلاف بين  
الوسيلتين في استخدام المصادر للحصول على المعلومات المتعلقة بالتنمية المحلية إلى حدود  
وانتشار وحجم تغطية كل وسيلة، حيث تغطي صحيفة النصر جهة الشرق الجزائري، وهو ما يدفعها  
إلى الاعتماد على مراسليها المنتشرين عبر الشرق الجزائري لاستقاء المعلومات، بينما لا تغطي  
إذاعة ميلة المحلية إلا ولاية ميلة، وهو ما يجعلها تعتمد على مصادرها الذاتية للحصول على  
المعلومات فيما يتعلق بالتنمية المحلية.

في حين أغفلت كل من الوسيلتين بقية المصادر الأخرى المتمثلة في وكالة الأنباء الجزائرية  
والمجتمع المحلي رغم أهميتها كمصادر للمعلومات، فالصحفي يقاس حسب المقولة الشائعة في  
عالم الإعلام بعدد مصادره وبعلاقاته مع هذه المصادر.

- التساؤل الخاص بالهدف من الموضوعات التنموية الواردة في عينة الدراسة

تظهر النتائج أن أكثر الأهداف المنشودة من القضايا التنموية في عينة الدراسة هو تسليط  
الضوء على النجاحات والإنجازات في صحيفة النصر بنسبة 52.72%، ونشر الوعي بأنواعه  
المختلفة بنسبة تعادل 40.14% بإذاعة ميلة المحلية، فيما لم تول كلا الوسيلتين اهتماما بالتعليم،  
على عكس ما أظهرته بعض الدراسات حول دور وسائل الإعلام في تزويد المواطنين بالمعلومات،  
فالتعليم عبر وسائل الإعلام وسيلة هامة لتنمية المهارات المساهمة في وضع حد لكل القيم السلبية  
التي تحول دون التنمية، فهو يدعم الاقتصاد والتنمية والنهوض بالقطاعات والهياكل الخاصة



بالتعليم خاصة في المناطق النائية وتوفير جميع الظروف التي من شأنها رفع قدرات التلاميذ على الخلق والإبداع والعمل على تنمية مناطقهم.

- التساؤل المتعلق بالأساليب الإقناعية المستخدمة في تقديم القضايا التنموية

استخدمت وسائل الإعلام العمومية المحلية المتمثلة في صحيفة النصر وإذاعة ميله المحلية عينة الدراسة الأساليب الإقناعية العقلية بنسبة 70.9% بالنسبة لصحيفة النصر و 82.74% بالنسبة لإذاعة ميله المحلية وهذا راجع إلى نوعية المواضيع التنموية التي تتطلب نوعا من الحجج العقلية بإقناع القارئ عبر الإحصائيات والأرقام التي تزودها بها الجهات المعنية بالمشاريع والقضايا التنموية، وتقديم المعلومات والبيانات الواقعية، ولم تستخدم الأساليب العاطفية الوجدانية إلا بصفة محتشمة في كلا الوسيلتين.

ثانياً: عرض نتائج الدراسة الميدانية:

### المحور الأول: البيانات الشخصية

#### - فئة الجنس في كلا الوسيلتين

تظهر النتائج أن فئة الذكور قد غلبت في كلا الوسيلتين، حيث مثلت 74.07% في صحيفة النصر مقابل 25.92% بالنسبة للإناث، و68.75% بالنسبة للذكور في إذاعة ميله المحلية مقابل 31.25% بالنسبة للإناث.

ولعل غلبة العنصر الذكوري على الإناث من حيث القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين يعود إلى كون الإعلام هو مهنة المتاعب، وهو ما يجعلها تتلاءم أكثر مع خصائص الذكور. فالمرأة في الغالب تميل إلى الوظائف الأقل خطورة خاصة مع ما يتلقاه الإعلامي من مصاعب وأخطار كالمتابعات القضائية، والسجن والتهديد....إلخ.

#### - السن:

تشير النتائج إلى أن فئة السن الغالبة في كلا الوسيلتين كانت من نصيب الفئة العمرية من (30 إلى 39 سنة) بنسبة 33.33% بالنسبة لصحيفة النصر، وإذاعة ميله المحلية بنسبة 43.75%، وهي فترة العطاء والقوة لدى الشباب، كما أن المؤسسات الإعلامية الآن تسعى إلى تشييب طاقمها البشري لأن مهنة الإعلام تتطلب نوعاً من الحركية والنشاط والسرعة في مسابرة الأحداث، لكن هذا لا يمنع من الاستعانة بذوي الخبرات من الإعلاميين خاصة مع ما تتطلبه القضايا التتموية من تحليل وتفسير، حيث تعتمد على الصحفيين من ذوي الخبرة والتجربة.

- المستوى التعليمي

تظهر النتائج أن المستوى التعليمي الغالب بالنسبة للقائم بالاتصال في كل من صحيفة النصر وإذاعة ميله المحلية يعود لفئة الليسانس بنسبة 85.18%، و 93.75% تبعاً، وهو ما يدل على أن الوصيلتين توظفان أصحاب الشهادات والكفاءات من أجل تقديم خدمة إعلامية أفضل، وهذا يرجع إلى كون المؤسسات الإعلامية تهتم أكثر بالمؤهلات الدراسية الجامعية.

- تخصص القائم بالاتصال

تخصص القائم بالاتصال الأكثر بروزاً في صحيفة النصر هو الإعلام والاتصال بنسبة 59.25%، وإذاعة ميله بنسبة 50%، ويعود ذلك إلى تمكن أغلبهم من تقنيات التحرير الإعلامي وأبجديات الصحافة والإعلام الإذاعي، يستطيعون من خلالها التعامل مع مختلف المواد الإعلامية، لأن اعتماد المؤسسات الإعلامية على تخصصات غير الإعلام والصحافة يمكن أن يؤدي إلى الأداء الرديء لها حيث أصبح التخصص ضرورة لزيادة القدرة على التعامل مع المعلومات والقضايا المختلفة، خاصة وأن الإعلام أصبح علماً له فلسفته ونظرياته، وهي تتطور كل يوم لتفتح آفاقاً جديدة في عمليات إنتاج المضمون الإعلامي.

- صفة القائم بالاتصال

غلبت فئة الصحفيين على القائمين بالاتصال في كل من صحيفة النصر بنسبة 81.48%، سواء تعلق الأمر بالصحفيين في الجريدة بمختلف أقسامها والذين يمثلون نسبة 51.85% من مجموع الصحفيين، أو الصحفيين الموزعين على المكاتب بالولايات، والذين يمثلون نسبة 29.62%، وإذاعة ميله كذلك بنسبة 56.25%، وهو أمر طبيعي، لأن طبيعة العمل الإعلامي

تحتاج إلى كم هائل من الصحفيين لتغطية كل ما يتعلق بالمحيط الذي وجدت فيه ولأجله، فالصحيفة تعتمد على صحفييها في مقر الصحيفة أو عبر مكاتبها المنتشرة عبر كامل الإقليم، والذين وظفتهم كصحفيين لديها يرأسون مكاتبها المنتشرة عبر كامل التراب الوطني، والإذاعة ونظرا لمحليتها فهي فلا تحتاج إلى مراسلين كثر بل تعتمد على مصادرها الذاتية من أجل الوصول إلى المعلومات.

#### - الخبرة المهنية

تظهر النتائج أن فئة أكثر من 15 سنة كانت في طليعة الترتيب بالنسبة لفئة الخبرة المهنية بنسبة 48.14%، في صحيفة النصر، وهذا دليل على عراققة الصحيفة واعتمادها على ذوي الخبرة المهنية، أما بإذاعة ميلة المحلية فتعود المرتبة الأولى للفئة ما بين (6 و 10 سنوات) بنسبة 62.5%، وهذا راجع ربما إلى أن الإذاعة لا تزال فتية النشأة، إذ لم تفتح أبوابها إلا سنة 2009. في حين لم تشر بيانات الجدول في كلتا الوصيلتين إلى فئة أقل من سنة وهو ما يعني أن الصحيفة والإذاعة محل الدراسة لم تقوما بتوظيف حديث للقائمين بالاتصال، وهذا ربما يعود إلى الحالة الاقتصادية الخانقة التي تعيشها البلاد والتي انعكست على المؤسسات العمومية وتوظيف الموارد البشرية بها.

#### - طريقة الالتحاق بالعمل:

أسفرت النتائج عن أن المؤهل الجامعي هو سبيل أغلبية القائمين بالاتصال في الالتحاق بمنصب العمل بصحيفة النصر بنسبة 55.55%، وبإذاعة ميلة بنسبة 56.25%.

المحور الثاني: اهتمام القائم بالاتصال بالتنمية المحلية

- الاهتمام بالقضايا التنموية المحلية

في ضوء النتائج المبينة يتضح أن أغلب القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين يهتمون بالقضايا التنموية دائما، وهو شيء طبيعي في أن تتكفل وسائل الإعلام المحلية بالقضايا التنموية في المجتمعات المحلية، وأن تعمل على حث العاملين بها على التطرق إلى القضايا التنموية التي من شأنها رفع اللثام عن أهم المعوقات التي تقف في طريق إنجاز المشاريع التنموية، من خلال الرقابة عليها، وترفع انشغالات المواطنين للسلطات المحلية من أجل التكفل بها.

- مصدر الاهتمام

توضح نتائج الدراسة الميدانية أن مصدر اهتمام القائمين بالاتصال بالقضايا التنموية في كلا الوسيلتين يعود في الغالب إلى الرغبة الشخصية في معالجة القضايا التنموية بنسبة 43.18% في صحيفة النصر، وبنسبة 83.33%، بإذاعة ميله المحلية، لأن الرغبة لما يغذيها الحاجات المجتمعية ستساعد على العطاء وتقديم الأفضل، فالقائم بالاتصال لا بد أن يكون متحمسا للعمل من أجل تنمية منطقتة، فيكتسب المهارة.

- اقتراح المواضيع الخاصة بالتنمية المحلية

بينت النتائج أن أغلب القائمين بالاتصال بصحيفة النصر أحيانا ما يقترحون القضايا التنموية على مسؤولي الصحيفة بنسبة 59.25%، بينما يقترح أغلب القائمين بالاتصال بإذاعة ميله المحلية مثل هذه المواضيع دائما بنسبة 43.75%.

- الحضور لمختلف أنشطة الفاعلين في التنمية المحلية

تبين أن أغلب القائمين بالاتصال في كل من صحيفة النصر وإذاعة ميلا المحلية يحضرون أحيانا لمختلف الفعاليات التي تقوم بها السلطات المحلية وهيئات المجتمع المدني في المجتمع المحلي بنسبة 33.33% و 43.75% تباعا، بل ويكونون طرفا مهما في تلك الأنشطة لمساعدة الجهات الوصية على التنمية المحلية، وتقديم الملاحظات والنقد البناء وكذا نقل انشغالات المواطنين بصفتهم الوسيط بينهم وبين السلطات الوصية، والسلطة الرقابية التي يعول عليها لكشف العيوب ومكامن النقص التي تظال التنمية المحلية.

المحور الثالث: كيفية معالجة القضايا التنموية من طرف القائم بالاتصال

- المصادر التي يعتمدها القائم بالاتصال للحصول على المعلومات

تظهر النتائج أن القائم بالاتصال في صحيفة النصر يعتمد على السلطات المحلية للحصول على المعلومات بنسبة 51.16% ، ويكون عن طريق مرافقتها لمعاينة المشاريع التنموية المختلفة، أو من خلال التصريحات التي يدلون بها حول هذه المشاريع، والبرامج التنموية وآفاقها ونسب التقدم في الأشغال، وتاريخ استلامها. أما زملاؤهم بإذاعة ميلا المحلية فنهم يعتمدون على آراء الجمهور المحلي كمصدر رئيس بنسبة 38.46%، باعتبار الإعلام الإذاعي المحلي إعلاما ملتحما بالشارع الاجتماعي، من خلال معايشة قضايا ومشكلاته، فهو ينبع منه ويوجه له، حيث تحرص الإذاعة المحلية على متابعة الشأن المحلي التنموي من خلال النزول إلى الميدان والالتقاء بالمواطن لترجم همومه اليومية، وتنقل انشغالاته وحتى مشاركته كطرف فعال في التنمية المحلية.

- الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في معالجة القضايا التنموية

تبين نتائج الدراسة الميدانية إلى أن الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في معالجة القضايا التنموية في صحيفة النصر قد تمثل بصفة رئيسة في الاكتفاء بتقديم الأحداث، حيث أشار إلى ذلك 25% من إجمالي المستجوبين، وهو ما تعكسه الدراسة التحليلية في استخدام قالب الخبر الصحفي في معظم المادة الإعلامية محل التحليل، حيث يكفي القائم بالاتصال بذكر الأحداث دون التعليق عليها أو تحليلها وتفسيره. وبإذاعة ميلة المحلية استحوذ كل من توصيف المشاكل وتحديد أبعادها ومحاولة تقديم الحلول للمشكلات التنموية بنسبة 33.33% على الصدارة، حيث يعمل القائم بالاتصال من خلال الحصص والبرامج المختلفة تحليل وتفسير مختلف المشاكل التي تتخبط فيها التنمية المحلية بحضور المختصين والفاعلين في المجتمع المحلي من أجل تشخيص المشكلة والبحث عن الحلول الملائمة لها.

- قيام القائم بالاتصال بطرح قضايا تنموية كانت سببا في مشروع ناجح

يتضح من خلال النتائج أن أغلب القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين يقومون بطرح قضايا تنموية، وكانت في معظمها سببا في مشروع ناجح، وذلك بنسبة 66.66% في صحيفة النصر، و75% بإذاعة ميلة المحلية، حيث يسهم تطرقهم إلى هذه القضايا في إعلام المسؤولين بالمشاريع المتعثرة، ومطالب المواطنين التنموية، وعادة ما تكون المواضيع حلقة الوصل بين المواطن والمسؤول المباشر على القطاع، ما يسهم في بعث مشاريع تنموية أو إعادة بعث الأشغال في المشاريع المتوقفة و المتعثرة.

- نوعية القضايا التي طرحها القائم بالاتصال

تشير النتائج إلى أن القضايا التي تمس كل المرافق العامة والخدمات والمتمثلة في تمديد شبكات الصرف الصحي، والملاعب الجوارية، قد تصدرت الترتيب في المواضيع التي تطرق لها القائم بالاتصال وكانت في صحيفة النصر بنسبة 32.14%، أما بإذاعة ميله المحلية فإن القضايا الأكثر إنجازا هي تلك التي تتعلق بالتزويد بالماء الصالح للشرب بنسبة 30.43% على عكس صحيفة النصر أين احتلت المركز الأخير.

المحور الرابع: أولويات الإعلام التنموي المحلي:

- مدى مساهمة القائم بالاتصال في رسم السياسات التحريرية في الوسيطتين محل الدراسة:

في ضوء النتائج تبين أن أغلب القائمين بالاتصال في كلا الوسيطتين يقومون برسم السياسة التحريرية للوسيلة التي يعملون بها بدرجة متوسطة، حيث بينت النتائج ذلك بنسب متفاوتة بين الوسيطتين تقدر تباعا بـ 40.74% و 56.25%.

فمن حق الصحفيين المشاركة في صنع السياسة الإعلامية في الوسيلة التي يعملون فيها، وهو حق يؤدي إلى تحقيق الديمقراطية الداخلية في المؤسسة الإعلامية، لذلك فالقائم بالاتصال إذا أعطي له الحق في رسم السياسة التحريرية للوسيلة التي يعمل بها، وفتح له المجال للإدلاء برأيه وصنع القرار بها سينعكس ذلك حتما على أدائه ومعالجته الفعالة لقضايا التنمية بصفته عضوا في المجتمع، يستوعب مشاكل الناس وحاجياتهم لأن التنمية هي مسؤولية الجميع، سلطات، مواطنون، مؤسسات المجتمع المدني.....



- مدى وصول السياسات الإعلامية للقائمين بالاتصال

أسفرت النتائج عن أن السياسات الإعلامية تصل إلى القائمين بالاتصال بصحيفة النصر بشكل جيد بنسبة 67.96%، في حين تصل إلى ما مجموعه 10 قائمين بالاتصال أي بنسبة 27.03% إلى حد ما.

أما القائمون بالاتصال بإذاعة ميله المحلية فتصلهم السياسات الإعلامية بشكل جيد لما يمثل 56.25%، بينما عبر 43.75% منهم أن هذه السياسات تصلهم إلى حد ما. والملاحظ أن أغلب القائمين بالاتصال في كلا الوسيلتين تصلهم السياسة الإعلامية للوسيلة التي يعملون بها بصفة جيدة، وهو ما يساعدهم على الأداء الجيد.

- مدى شعور القائم بالاتصال بوصول السياسات بشكل جيد

أظهرت النتائج أن السياسات الإعلامية تصل إلى القائمين بالاتصال بصحيفة النصر بشكل جيد بنسبة 67.96%، و 56.25% بإذاعة ميله المحلية، وهي تعبر عن الجو الاتصالي التفاعلي الذي يسود الوسيلتين المحليتين ويميز التنظيم الهيكلي بهما.

- من يرتب أولويات المواضيع بالوسيلتين محل الدراسة:

أظهرت النتائج أن الأحداث نفسها هي التي ترتب أولويات المواضيع في صحيفة النصر بصفة أكبر وذلك بنسبة 53.33%، وإذاعة ميله المحلية، بنسبة 75%، حيث تفرض هذه القضايا نفسها، ويتداولها الرأي العام فتصبح محل اهتمام فيحاول القائم بالاتصال اقتناص الخبر بما يحمله من معايير كالجدة والغرابة وعدم تناوله من طرف وسائل إعلام أخرى.

- القضايا التنموية التي يهتم القائم بالاتصال بطرحها

إن القضايا التي تحوز على اهتمام معظم القائمين بالاتصال في صحيفة النصر هي القضايا الاجتماعية، حيث تصدرت مركز القمة بنسبة بلغ مقدارها 50%، وبإذاعة ميله المحلية كذلك بنسبة 37.2%، حيث يكون القائم بالاتصال عضوا في المجتمع المحلي يحس بإحساسه ويكثر لما يمس من قضايا اجتماعية، فيعايش انشغالاته، ويسعى إلى تحسين المستوى الاجتماعي له.

- سبب الاهتمام بالقضايا التنموية

حسب ما أسفرت عليه النتائج يعود سبب اهتمام القائم بالاتصال بالقضايا التنموية في صحيفة النصر في الأغلب إلى ميولاته الشخصية، حيث تصدرت الترتيب بنسبة 59.25%، ونفس الشيء بإذاعة ميله المحلية بنسبة 75%. ذلك أن ميل الفرد واهتمامه بقضية من القضايا دون غيرها تكون نتائجه أفضل.

- العوامل الأخرى لأسباب الاهتمام

تشير النتائج إلى أن الأسباب الأخرى لاهتمام القائم بالاتصال في صحيفة النصر بالقضايا التنموية، يعود إلى طبيعة الحدث وأهميته بنسبة تقدر بـ 63.63%، بصحيفة النصر، فيما عادت أغلب الأسباب بإذاعة ميله المحلية إلى متطلبات المجتمع المحلي بنسبة 75%.

- أكثر المواضيع التي تجد طريقها للبحث أو النشر

أسفرت النتائج عن أن أكثر المواضيع التي تجد طريقها للبحث أو النشر في الوسيطتين محل الدراسة هي ما يمس اهتمامات الجمهور، بنسب متفاوتة بلغت حسب القائمين بالاتصال في صحيفة النصر 27.27%، وبإذاعة ميله قدرت بـ 31.91%.

وهو إن دل على شيء فإنما يدل على المكانة التي يحتلها الجمهور المحلي في اهتمامات الصحيفه والإذاعة، حيث تسعى كل منهما إلى النزول إلى الشارع من خلال القائمين بالاتصال بها لجس نبض الشارع من خلال عرض شكاويه وانشغالاته واقتراحاته، ونقلها إلى الجهات الوصية من أجل حلها.

أكثر الجوانب التي يفضل القائم بالاتصال مراعاتها عند انتقاء المواضيع التنموية:

إن أكثر الجوانب التي يفضل القائم بالاتصال مراعاتها عند انتقاء المواضيع التنموية لدى القائمين بالاتصال هو أن تعالج مشاكل المجتمع المحلي بنسبة 25.31% بصحيفة النصر، وبنسبة 38.23% بإذاعة ميلا المحلية.

- المعايير التي تتحكم في موقع نشر وبث مواضيع التنمية المحلية

تعد أهمية الخبر من أكثر المعايير التي تتحكم في موقع نشر مواضيع التنمية المحلية لدى القائمين بالاتصال بصحيفة النصر بنسبة 48.97%، وبنسبة 50% بإذاعة ميلا المحلية.

المحور الخامس: الصعوبات التي يواجهها القائم بالاتصال في تحقيق التنمية المحلية

- أسباب نجاح الصحفي في أداء دوره التنموي

تعود أسباب نجاح القائم بالاتصال في أداء دوره التنموي بصحيفة النصر بالدرجة الأولى إلى مدى إتقانه لعمله بنسبة 39.53%، وإذاعة ميلا المحلية بنسبة 44.82%.

-التغيرات التي تطرأ على المادة الإعلامية حول التنمية المحلية

أوضحت النتائج أن 66.66% من المستجوبين بصحيفة النصر إلى أن المادة الإعلامية تبقى كما هي ولا يطرأ عليها أي تغيير، كما أن المادة السمعية المبنوثة تبقى كما هي بنسبة 93.75% لدى القائم بالاتصال بإذاعة ميلا المحلية.

- الضغوطات التي يواجهها القائم بالاتصال في أداء دوره التنموي

بينت النتائج أن القائمين بالاتصال بصحيفة النصر يعتبرون أخلاقيات المهنة من أهم الضغوط التي تؤثر على عملهم إذ تمنعهم في بعض الأحيان من أداء عملهم بحرية، أما بإذاعة ميلا فتقاسمت كل من أخلاقيات المهنة والضغوط الاجتماعية المرتبة الأولى ضمن الضغوطات التي تؤثر على القائم بالاتصال بها،

التصورات التي يقترحها القائم بالاتصال لتجاوز الصعوبات وتطوير الأداء المهني له في مجال التنمية

تبين النتائج أن أكثر التصورات التي يقترحها القائم بالاتصال بصحيفة النصر تعود لفتح قنوات الاتصال مع السلطات المحلية بنسبة 25%، من خلال تفعيل دور خلايا الإعلام وتكوين المسؤولين والمدراء التنفيذيين في مجال التواصل مع المواطنين والصحفيين، لنقل الانشغالات التنموية والكشف عن أهم المشاريع والنقائص، والاهتمام بالقائم بالإعلام وتسهيل مهمته، فضلا عن ضرورة تشكيل حلقة مبنية على الثقة والصدق في نقل المعلومة وتجنب المغالطات والوعود المعسولة، وكذا الإلمام ببرنامج الولاية التنموي ومتابعة التطورات الحاصلة في هذا المجال، وتقصي

النقائص الموجودة في التنفيذ، بما يخدم الصالح العام. هذا في ظل غياب مكاتب اتصال في الإدارات المختلفة ما عدا خلايا الإعلام بالولايات.

أما القائمون بالاتصال بإذاعة ميلا المحلية فتصدت تصوراتهم المقترحة لتجاوز الصعوبات وتطوير أدائهم المهني كل من فتح قنوات الاتصال مع السلطات المحلية وتمكين الصحفي من الوصول إلى المعلومة بنسبة 51.51%، فتعاون المسؤولين المحليين مع الصحفي وحسن استقباله من قبلهم يساعده ويمكنه من المعلومات ونقل المشاكل اليومية للمواطنين، وإعطاء الأولوية للتنمية المحلية في مختلف وسائل الإعلام وعدم اعتبارها مواضيع ثانوية أو تكميلية فقط.

**ثالثا: نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:**

**- من حيث المساحة:**

أثبتت نتائج الدراسة الحالية أن الصحيفة محل الدراسة لم تول اهتماما بقضايا التنمية بالقدر الكافي من حيث المساحة، وهو الشيء ذاته الذي توصلت إليه دراسة محمد زين عبد الرحمن حول: "دور الإعلام الإقليمي في تنمية المجتمع المحلي" في عدم اهتمام الصحف الإقليمية بالصعيد بموضوعات وقضايا التنمية من حيث المساحة، وهو ما أسفرت عنه الدراسة المتعلقة بدور الصحافة المصرية في تنمية المجتمع المحلي لصاحبها محمود أحمد عبد الغني، حيث أظهرت أن المساحة التي خصصتها صحف الدراسة لموضوعات وقضايا التنمية لا تتناسب مع أهمية التنمية بالنسبة للمجتمع المحلي.

أما بالنسبة للإذاعة فقد أثبتت الدراسة التحليلية أن إذاعة ميلا المحلية لم تول اهتماما كافيا بقضايا التنمية المحلية من حيث المساحة الزمنية المخصصة لها على غرار ما توصلت إليه

الدراسة المتعلقة بدور الإعلام الإقليمي في تنمية المجتمع المحلي لمحمد زين عبد الرحمن رستم، والتي أثبتت أن نسبة البرامج التي تتعرض لقضايا التنمية من حيث المدة الزمنية المقدمة بطول فترات الإرسال مقارنة بالبرامج العامة.

- من حيث الموقع:

توصلت الدراسة الحالية إلى أن قضايا التنمية المحلية لم تحتل المكانة التي تستحقها من حيث الموقع في الصحيفة محل الدراسة وكذا الإذاعة، حيث احتلت معظمها الصفحات الداخلية، وهي النتيجة التي توصلت إليها دراسة الباحث عبد الرحمن قنشوبة الموسومة ب: التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مضايمين الصحافة الجزائرية، في أن مواضيع التنمية التي تناولتها الجريدتان محل الدراسة جاءت في الصفحات الداخلية مع ندرتها في الصفحتين الأولى والأخيرة. وهي نفس النتيجة التي أسفرت عنها الدراسة المتعلقة بدور الصحافة المصرية في التنمية المحلية المذكورة آنفا. في عدم اهتمام الصحف محل الدراسة بإبراز أخبار التنمية في صفحاتها الأولى.

- من حيث اللغة:

أسفرت نتائج الدراسة التحليلية الحالية أن اللغة المستخدمة لعرض قضايا التنمية في الصحيفة هي اللغة العربية الفصحى بينما مزجت إذاعة ميله بين الفصحى والعامية في حين أظهرت نتائج الدراسة الموسومة بدور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي، للبنى لطيف في اعتمادها على اللغة العربية البسيطة والمفهومة لدى مختلف فئات المجتمع المحلي سواء في جانبها الفصحى والدارجة.

- من حيث القوالب الفنية:

أظهرت نتائج الدراسة الحالية اعتماد الوصيلتين محل الدراسة على الخبر أكثر من القوالب الأخرى، وهو ما يعكس تغليب الجانب الإخباري والإعلامي على الجانب التحليلي والتفسيري، وهي النتيجة التي توصلت إليها دراسة عبد الرحمن قنشوبة المذكورة آنفاً، التي أثبتت تركيز الجريدتين محل الدراسة على الخبر.

فيما أثبتت دراسة لبنى لطيف المذكورة سابقاً اعتماد الإذاعة على قوالب فنية متعددة، لا سيما قالب الحوار الإذاعي، أما دراسة محمد زين رستم، فاعتبرت المقال من أهم أشكال التحرير الصحفي التي استخدمت في تناول موضوعات التنمية في الصحف المدروسة.

- من حيث الموضوع:

بينت الدراسة الحالية أن أكثر القضايا تناولاً في صحيفة النصر هي القضايا الاجتماعية، والقضايا ذات الطابع الاقتصادي بإذاعة ميلة المحلية، وهو ما أشارت إليه دراسة الباحث عبد الرحمن قنشوبة في اهتمام الجريدتين محل الدراسة بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية على حد سواء في أجندتهما الإعلامية.

أما دراسة الباحث محمد زين عبد الرحمن رستم فأكدت على أن ترتيب اهتمامات إذاعة شمال الصعيد للقضايا التنموية المختلفة كان من نصيب التنمية الثقافية ثم الاجتماعية بالنسبة للإذاعة، أما الصحف فاهتمت بالقضايا السياسية أكثر.

في حين أسفرت نتائج دراسة الباحث محمود احمد عبد الغني عن أن الموضوعات الاقتصادية قد تصدرت الترتيب تليها الموضوعات الاجتماعية ثم السياسية.

- من حيث المصدر:

توصلت نتائج الدراسة الحالية أن صحيفة النصر على المراسلين المحليين في جمع الأخبار والقضايا التنموية، بينما تعتمد الإذاعة على صحفيها، بينما أثبتت دراسة الباحث عبد الرحمن قنشوبة أن أغلب مصادر المادة الإعلامية التي تتناول التنمية الاقتصادية والاجتماعية داخلية أي اعتمادها على مصادرها الذاتية المتمثلة في صحفيها ومراسليها المنتشرين عبر ولايات الوطن. كما أثبتت دراسة الباحث محمود أحمد عبد الغني أن الصحف محل الدراسة أثبتت إهمالا في نسبة أخبار التنمية إلى مصادرها.



رابعاً: آفاق الدراسة:

رغم الدراسات الكثيرة التي تناولت ثنائية الإعلام والتنمية، الإعلام بمختلف وسائله وعناصره، والتنمية بمختلف أبعادها ومجالاتها، إلا أن هذا الموضوع لا يزال يحتاج إلى التعمق أكثر، فمفهوم التنمية وعلاقته بوسائل الإعلام لا يزال يشكل محور الاهتمام في أجندة الدول السائرة في طريق النمو، والتي تسعى جاهدة من أجل تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة.

ولأن كل دراسة وكل عمل إنساني يتصف بعدم الكمال والقصور في بعض الجوانب، فإنها تتطلب مواصلة البحث والتعمق، انطلاقاً من النتائج المتوصل إليها من البحوث والدراسات السابقة، بالبحث في زوايا أخرى لهذه الدراسات. فمثل هذه الدراسة المتعلقة "بدور وسائل الإعلام المحلية العمومية في التنمية المحلية"، يمكن أن تفتح الباب لإجراء دراسات مماثلة انطلاقاً من النتائج المتوصل إليها، أو الانطلاق من زوايا أخرى للموضوع، بالاعتماد على ثنائية الإعلام والتنمية، خاصة مع التطورات الحاصلة في وسائل الاتصال والإعلام، وظهور مفاهيم جديدة كصحافة المواطن ودورها في التنمية، مع التسليم طبعاً باختلاف الظروف التي تعمل فيها وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية. وكذا البحث في أسباب قصور الإعلام -العمومي خاصة- في تحقيق أهداف التنمية المرجوة، رغم ما يشكله من أهمية في مرافقة مشاريع التنمية بصفته شريكاً أساسياً فيها، بالإضافة إلى التطرق إلى دور الاتصال الشخصي في التنمية المحلية، وإجراء دراسات مسحية واستطلاعية لجمهور وسائل الإعلام المختلفة حول البرامج التنموية المقدمة لهم، ودراسات أخرى متخصصة حول إنتاج وإعداد المادة الإعلامية المتعلقة بالتنمية في وسائل الإعلام العمومية والخاصة.

وكما لا يخفى على أحد أن الإعلام التنموي في البلدان المتقدمة قد تجاوز الأساليب التقليدية المتمثلة في نقل المعلومة، إلى المشاركة الفعالة في رسم خطط التنمية ومراقبة سيرها، فإنه من الواجب إجراء دراسات تتعلق بهذا الموضوع، من خلال معرفة الأساليب الجديدة التي تستخدمها الدول النامية في التخطيط الإعلامي وعلاقته بالتنمية.

كما يمكن التطرق أيضا إلى دور القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في معالجة القضايا التنموية، خاصة بعد الانتشار الواسع لها في الآونة الأخيرة، إضافة إلى مواضيع أخرى.

خاتمة

# خاتمة

## خاتمة

ما يمكن أن يقال في نهاية هذه الدراسة إن الإعلام المحلي العمومي أصبح ضرورة ملحة من ضروريات التنمية، حيث تشفع له خصائصه وسماته ليقودها، بل وليكون أساسها.

وتعتبر تجربة الجزائر -كواحدة من الدول السائرة في طريق النمو- في توظيف وسائل الإعلام المحلية العمومية في التنمية المحلية حديثة العهد، رغم استغلال الوطنية منها بعد الاستقلال في مرحلة البناء والتشييد، إذ لا يمكننا الحديث عن الإعلام المحلي خاصة المكتوب والمسموع، إلا بعد إقرار التعددية الإعلامية.

ويمكن القول عن هذه التجربة إنها لم ترق إلى المستوى المطلوب وإلى الدور المنوط، إذ لا تزال وسائل الإعلام العمومية المحلية خاصة المكتوبة منها، لا تخدم أغراض التنمية المحلية، إذ يقتصر دورها على القيام بالوظيفة الإخبارية أكثر من التفسير والتحليل والتعمق في القضايا التنموية، والمشاكل التي تعيق التنمية المحلية من أجل البحث عن الحلول المناسبة- رغم ما حققته بعض الإذاعات المحلية- كما أنها ترافق السلطات المحلية في خرجاتها لتكون لسان حالها، والمنبر الذي تستغله لتببيض صورتها ونقل نشاطاتها، فلا يعدو دورها إلا أن يكون مجرد ناقل للمعلومات، في حين يغيب النقد والرقابة والمساءلة والمحاسبة وإبراز قصص النجاح التنموية.

ولعل هذا القصور في دور وسائل الإعلام المحلية الجزائرية، يعود إلى عدم إعطائها المكانة اللائقة، وعدم فسح المجال للقائمين بالاتصال بها للتعبير الحر، وعدم إشراكها في وضع خطط التنمية واعتبارها مجرد ناقل للمعلومات فقط، إضافة إلى عدم إعطائها مكانها المناسب وسط هذا الزخم الشديد في وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة.

# خاتمة

---

لذلك بات لزاما على الدولة أن تفكر أكثر في ما يمكن أن تفعله وسائل الإعلام المحلية في التنمية، لأن الإعلام الوطني متقل بمسؤوليات أوسع قد لا تصل حدود المجتمع المحلي، وأن تشرك أيضا هذه الوسائل في خطط التنمية المحلية، وتهتم بتطوير وتنمية الصحف والإذاعات المحلية، وفتح المجال أمام القطاع السمعي البصري المحلي، والاستفادة من إمكانياته.

لكن هذا لا يعني أن الإعلام المحلي هو العصا السحرية التي تصنع المعجزات، وإنما فعاليته ودوره يرتبطان بفعالية ودور كل أطراف المجتمع المحلي، ويتعاضد هذا الدور وهذه الفعالية إذا تحقق التكامل والتنسيق بين كل هؤلاء الفاعلين في وجود خطة مدروسة وهدف واحد.

فلكي تنجح عملية التنمية المحلية وتحقق التغيير الإيجابي المنشود في كافة المجالات وعلى جميع الأصعدة ، لا بد أن تركز على خطة مدروسة يتم فيها إشراك جميع أطراف المجتمع المحلي، واستغلال جميع الطاقات المادية والبشرية، لإزالة العقبات التي تحول دون قيام تنمية محلية بآتم معنى الكلمة، ويكون الإعلام على رأسها بوسائله المختلفة التقليدية منها والحديثة، والوطنية والمحلية.

# قائمة المراجع

### 1. قائمة المراجع باللغة العربية:

أولاً: القرآن الكريم:

1- سورة الأحقاف، الآية 15

ثانياً: الكتب باللغة العربية:

2. أ، لرامي، ب، فالي: البحث في الاتصال دراسة منهجية، ترجمة فضيل دليو وآخرون، مخبر

علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 2004.

3. إبراهيم العسل: التنمية في الإسلام مفاهيم مناهج وتطبيقات، المؤسسة الجامعية للدراسات

والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، ط1، 1996.

4. إبراهيم إمام، الاعلام والاتصال بالجماهير، ط1، دار الانجلومصرية، 1969.

5. إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994.

6. إبراهيم عبد الرحمن زكي، قضايا التخلف والتنمية، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية،

1986.

7. إبراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام الإقليمي: دراسة نظرية وميدانية، ط2، دار الفكر العربي،

القاهرة، 2004.

8. إبراهيم عبد الله المسلمي، الراديو والتلفزيون الإقليمي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة،

1993.

## قائمة المراجع

9. إبراهيم عبد الله المسلمي، الصحافة الإقليمية: نشأتها وتطورها، مطبعة بسم الله ، القاهرة، 2011.
10. إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
11. أبو القاسم سعد الله، التاريخ الثقافي للجزائر، دار المغرب الإسلامي، بيروت- لبنان، 1998.
12. أحمد بدر، الميديا الجماهيرية والانترنت: بين السياسة والتكنولوجيا، الدار المصرية السعودية، القاهرة، 2010.
13. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
14. احمد حسن القاني، حسن فارغة، التربية البيئية من الحاضر والمستقبل، عالم الكتب، القاهرة، 1999.
15. أحمد رشيد، التنمية المحلية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1986.
16. أحمد مصطفى خاطر، التنمية الاجتماعية: المفاهيم الأساسية- نماذج ممارسة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2003.
17. أحمد مصطفى خاطر، تنمية المجتمعات المحلية نموذج المشاركة في إطار ثقافة المجتمع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999.



## قائمة المراجع

18. أحمد وهبان، **التخلف السياسي وغايات التنمية السياسية**، ط1، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2002.
19. إسماعيل قيرة، **علي غربي، سوسيولوجية التنمية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
20. بدر كريم، **بحوث اجتماعية**، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1996.
21. تيسير أبو عرجة، **دراسات في الصحافة والإعلام**، ط1، دار مجدلاوي، عمان، 2000.
22. جار الله أبو القاسم الزمخشري، **أساس البلاغة**، دار الفكر العربي، بيروت، .
23. جمال العيفة، **مؤسسات الإعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل والأدوار**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
24. حسين شفيق، **الصحافة المتخصصة**، ط1، دار الفكر، الأردن، 2009.
25. حسين صادق عبد الله، **السلوك السياسي ومرتكزات التنمية في الإسلام**، ط1، دار الهدى، الجزائر، 1992.
26. حمدي حسن، **الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991.
27. خليل صابات، **وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها**، ط6، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة 1990.
28. راسم محمد جمال، **مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر 1994.

## قائمة المراجع

29. رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، جدار الكتاب العالمي، عمان، 2008.
30. رشاد احمد عبد اللطيف، أساليب التخطيط للتنمية، ط1، المكتبة الجامعية، القاهرة، 2002.
31. رمزي أحمد عبد الحي، التعليم العالي والتنمية: وجهة نظر نقدية مع دراسات مقارنة، ط1، دار وفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2006.
32. الزبير سيف الإسلام، الإعلام والتنمية في الوطن العربي، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1986.
33. سامي محسن خاتنتة وأحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم النفس الإعلامي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2010.
34. سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط1، عالم الكتب الحديث، إريد، جدارا للكتاب العالمي، عمان، ، 2008.
35. سعد طه غلام، التنمية والدولة، ط1، دار طيبة، القاهرة، 2004.
36. سعيد عبد الرسول محمد، الصناعات الصغيرة كمدخل لتنمية المجتمع المحلي، المكتب العلمي للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 1998.
37. سلامي سعيداني، 1000 سؤال في الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر، 2013.

## قائمة المراجع

38. سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004.
39. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
40. سمير محمد عبد الوهاب، الحكم المحلي والتنمية المحلية: التنمية الريفية والمحلية وسيلة لتحقيق التنمية الشاملة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2008.
41. سناء الجبور، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار أسامة، عمان، 2010.
42. سولم دراجي، ذاكرة الصحافة الجزائرية (1962-2004)، ترجمة سليمان بورنان، دار الشهاب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
43. شاكرا ابراهيم، الإعلام ووسائله ودوره في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، مؤسسة آدم للنشر والتوزيع، مالطا، 1975.
44. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1980.
45. شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغدا "تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981.
46. صالح أبو أصبع، دراسات في الإعلام والتنمية العربية، مؤسسة البيان، دبي، 1989.

## قائمة المراجع

47. صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، 2012
48. صالح خليل الصقور، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، ط 1، دار أسامة، عمان، 2012.
49. صلاح الدين عبد الحميد محمد، قياس دور وسائل الإعلام في التنمية (الصحيفة)، ط 1 مؤسسة ماسنييد للطباعة، المدينة المنورة ، 1986.
50. صلاح عثمانة، التنمية الشاملة: مفاهيم ونماذج، ط 1، مؤسسة دار العلماء، الأردن ، 1997.
51. طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، ط 1، دار أسامة، عمان، 2010.
52. طارق سيد أحمد: الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2004.
53. طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي في عصر المعلومات ، ط 1، دار النهضة العربية، لبنان، 2010
54. طلعت عيسى، مذكرات في الإخراج الصحفي، الجامعة الإسلامية غزة، قسم الصحافة والإعلام، 2009.
55. طلعت مصطفى السروجي، التنمية الاجتماعية من الحداثة إلى العولمة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2009.

## قائمة المراجع

56. عاطف الرفوع، الإعلام والتنمية الوطنية في الأردن، ط 1، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 2000.
57. عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط 5، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
58. عاطف عدلي العبد، الإعلام والمجتمع الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006 .
59. عاطف علي: المنهج المقارن مع دراسات تطبيقية، ط1، مجد للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2006.
60. عبد الباسط محسن، التنمية الاجتماعية، المطبعة العالمية، مصر، 1980.
61. عبد الرحمن عزي، فضاء الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
62. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام والتنمية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
63. عبد العزيز شرف، مدخل لوسائل الإعلام والاتصال: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، المسرح، الأقمار الصناعية، ط1، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989.
64. عبد الفتاح عبد النبي، الإعلام وجرائم البيئة الريفية: دراسة في الإعلام البيئي، العربي للنشر، القاهرة، 1992.

## قائمة المراجع

65. عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965.
66. عبد الله الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري: سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997.
67. عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، المركز الجامعي للتصوير والطباعة الإلكترونية، مصر، 2002.
68. عبد المجيد شكري، الإعلام المحلي رؤية مستقبلية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 2013.
69. عبد المجيد شكري، الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر: أسسه، نظرياته ووسائله، ودوره في الدول النامية والمتقدمة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
70. عبد النور ناجي، الدور التنموي للمجالس المحلية في إطار الحوكمة، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2010.
71. عبد النور ناجي، تحليل السياسة العامة البيئية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2008-2009.
72. عطا الله الرمحين وآخرون، مناهج البحث الإعلامي وطرق الإبداع الصحفي، منشورت جامعة دمشق، سوريا، 2004.

## قائمة المراجع

---

73. علي أبو طاحون، **مناهج وإجراءات البحث الاجتماعية**، المكتبة الجامعية الحديثة، الاسكندرية، 1998.
74. علي حافظ منصور، **حسن احمد عبيد، التنمية الاقتصادية**، ط1، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1992.
75. علي عبد الجليل رعد، **التنمية السياسية، مدخل للتغيير**، ط1، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2002.
76. علي غربي، **أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية**، منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009.
77. عمار بوحوش، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995.
78. عمر الخطيب، **الإعلام التنموي**، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض، 1983.
79. عواطف عبد الرحمان، **قضايا إعلامية معاصرة في الوطن العربي**، دار الفكر العربي، مصر، 1997.
80. عواطف عبد الرحمن، **إشكاليات الإعلام التنموي في الوطن العربي**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
81. عواطف عبد الرحمن، **الصحافة العربية في الجزائر**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.

## قائمة المراجع

82. عواطف عبد الرحمن، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984.
83. غريب محمد السيد أحمد، تصميم و تنفيذ البحوث الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1986.
84. فارس جميل أبو خليل، وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
85. فاروق خالد الحسنات، الإعلام والتنمية المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011.
86. فاروق يوسف أحمد، وسائل جمع البيانات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1985 .
87. فرنسيس بال، وسائل الإعلام والدول النامية، ترجمة حسين العودات، سلسلة دراسات إعلامية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1982.
88. فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، دار أقطاب الفكر، الجزائر، 2007.
89. فضيل دليو، تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة: 1893-2013، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2014.
90. فؤاد بن غضبان، التنمية المحلية: ممارسات وفاعلون، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2013.



## قائمة المراجع

91. فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
92. لحسن عبد الله باشور وآخرون، البحث العلمي: مفاهيم، أساليب وتطبيقات، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن 2010.
93. ماجي الحلواني: مدخل على الإذاعات الموجهة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1982.
94. ماجي الحلواني، عاطف عدلي العبد: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
95. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1978.
96. محمد أبو سمرة، الإعلام التنموي، دار الرؤية، عمان، 2011 .
97. محمد سعد ابراهيم، الصحافة والتنمية السياسية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
98. محمد سعد ابراهيم، الصحافة والتنمية السياسية، دار الكتب العلمية، القاهرة، 1998.
99. محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، دار المعارف، القاهرة، 1979.
100. محمد شفيق، التنمية الاجتماعية: دراسات في قضايا التنمية ومشكلات المجتمع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1993.

## قائمة المراجع

101. محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997.
102. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
103. محمد عبد الخبير عطا محروس، تجربة الإدارة والتنمية المحلية في محافظة قنا: عملية الإصلاح المجتمعي المنهجي، جامعة أسيوط، مصر، 2008.
104. محمد علي الصابوني، مختصر تفسير ابن كثير، ط1، دار القرآن الكريم، لبنان، 1981.
105. محمد علي هندي عمارة، مدخل إلى وسائل الإعلام وقضايا المجتمع، دار العلوم، القاهرة، 2009،
106. محمد محمد الهادي، بنوك المعلومات المحلية ودورها في التنمية الاجتماعية في الوطن العربي، دار المريخ، الرياض، 1983.
107. محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994،
108. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
109. محمد ناجي الجوهر، دور العلاقات العامة في التنمية، دراسة ميدانية على استخدام العلاقات العامة في بعض مجالات التنمية في العراق، ط1، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1986.

## قائمة المراجع

---

110. محمود ذيب غازي الزغبى، البعد الاقتصادي للتنمية السياسية، ط1، جدار للكتاب العالمي، الأردن، 2001.
111. محمود علم الدين، إدارة الصحف واقتصادياتها، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، الاسكندرية، 2003.
112. محمود فهمي، الفن الصحفي في العالم، سلسلة دراسات صحفية، دار المعارف، القاهرة، 1964.
113. مصطفى الجندي، الإدارة المحلية واستراتيجياتها، ط 1، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1987.
114. مصطفى بوتفوشة، العائلة الجزائرية التطور والخصائص الحديثة، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر ، 1984.
115. منذر صالح جاسم الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط1، دار حامد، عمان، 2013.
116. منى الحديدي وسلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.
117. ناجي الشهاوي، الإعلام وتنمية المجتمع المحلي، ط 1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2015.

## قائمة المراجع

118. نائل عبد الحافظ العواملة، إدارة التنمية: الأسس، النظريات، التطبيقات العملية، ط 1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
119. نذير عبد اللطيف، الاتصال والإعلام بين الوظائف الاتصالية والسياسات الإعلامية: قضايا وإشكاليات، منشورات أمنية للإبداع والتواصل الفني والأدبي، د.ت.
120. نصر حسني، مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل والوسائل، مكتبة الفلاح، الكويت، 2001.
121. نوال محمد عمر، الإذاعات الإقليمية: دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
122. ولبور شرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية ( دور الإعلام في البلدان النامية ) ترجمة محمد فتحي، المكتبة العربية، القاهرة، 1970.
123. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
124. يوسف مرزوق، الإذاعة الإقليمية وتحقيق أهداف التنمية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1988
- ثالثا: المعاجم والقواميس باللغة العربية:
125. ابن منظور، لسان العرب، ط6، مجلد11، دار الفكر، لبنان، 1997
126. شهاب الدين أبو عصر، القاموس الوافي، دار الفكر، بيروت، 2003

## قائمة المراجع

127. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1989.
128. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة، الاسكندرية، 2006
129. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
130. نبيلة داود، الموسوعة السياسية المعاصرة: مدارس ومصطلحات، منظمات وهيئات قضايا القرن العشرين، مكتبة غريب، القاهرة، 1991.
- رابعا: المجالات باللغة العربية:
131. أحمد شرمطي، الإذاعات الجهوية في الجزائر: كسب رهان الجوارية، ع 2، مجلة الشاشة الصغيرة، 2010.
132. أحمد غريبي، أبعاد التنمية المحلية وتحدياتها في الجزائر"، مجلة البحوث و الدراسات العلمية، العدد 4، أكتوبر 2010
133. الطاهر بن خرف الله، واقع الصحافة الإقليمية في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد4، جامعة الجزائر، خريف 1990.
134. العربي ونوغي، النصر رائدة الصحافة: قريبا نصف قرن من الوفاء للقراء، قسنطينة، سبتمبر 2003.

## قائمة المراجع

135. إنزارن عادل، التخطيط المحلي كآلية لتجسيد واللامركزية وتحقيق التنمية المحلية في الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة البليدة، منشورات مخبر تسيير الجماعات المحلية ودورها في تحقيق التنمية، العدد 1، جانفي 2011
136. بدر كريم، الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، المركز العربي للدراسات الإعلامية، ع 58، مارس 1990، القاهرة.
137. بكوش كريمة، دور المجتمع المدني في إرساء ثقافة المواطنة لتفعيل جهود التنمية المحلية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، مخبر تسيير الجماعات المحلية ودورها في تحقيق التنمية، العدد 1
138. بوشامة مصطفى، حواس مولود، الجماعات المحلية وإشكالية التنمية في الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة البليدة، منشورات مخبر تسيير الجماعات المحلية ودورها في تحقيق التنمية، العدد 1، جانفي 2011
139. جوين سوينبرن، سريا حوجا، فرجس ميرفا، دليل وضع وتنفيذ استراتيجيات تنمية الاقتصاد المحلي وخطط العمل بها (التنمية الاقتصادية المحلية) دراسة مشتركة صادرة عن البنك الدولي، سبتمبر 2004.
140. سعد لبيب، الإذاعة المحلية ودورها في التنمية الثقافية للمجتمع المحلي، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية بتونس، 1985.
141. صيفي زهير، برنامج دعم النمو الاقتصادي ودوره في التنمية المحلية في الجزائر، مجلة البحوث الجغرافية، ع 20، جامعة الكوفة، العراق 2014 .

## قائمة المراجع

142. عبد الرحمن قنشوية، دور مراسلي الصحف اليومية في قضايا التنمية المحلية في الجزائر، مجلة دراسات وأبحاث، ع 16 ، جامعة الجلفة، 2014.
143. فاروق أبو زيد، التحديات الإعلامية العربية: مقارنة بين عقدي الخمسينيات والثمانينيات، المستقبل العربي، العدد 128، بيروت، مركز الوحدة العربية، أكتوبر 1989
144. فرح الشناوي، دور الإعلام في تنمية المجتمع المحلي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 71، 1993.
145. فضيل دليو، الصحافة الجوارية: من جغرافيا المسافات إلى جغرافيا العلاقات، مجلة الباحث الجزائري، العدد 10 سبتمبر 2010.
146. محمد رشاد، الإعلام والتنمية في المجال الزراعي التعاوني، مجلة الدراسات الإعلامية، ع 58 جانفي مارس 1990، القاهرة، المركز العربي للدراسات الإعلامية
147. محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية: النشأة والمسار، د.ت، د.س ن. دن،
148. مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، العدد 94 أكتوبر 1985، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب
149. نجاه الراضي، مقارنة إشكالية التنمية المحلية والانتخابات الجماعية، الحوار المثمن، العدد 2678 الوادي، الجزائر.
150. نصر الدين لعياضي، إشكالية المحلي في علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 15، الجزائر، 1997.

### خامسا: الرسائل الجامعية:

151. أحمد عمر عبد الرسول، دور الإذاعة الولائية في تنمية الوعي السياسي بالمجتمع المحلي، رسالة ماجستير في الإذاعة والتلفزيون، جامعة أم درمان للدراسات العليا، السودان، 2006.
152. اسعاف حمد، وسائل الاتصال الجماهيري ودورها في عملية التنمية الاجتماعية، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة دمشق، 1996.
153. جمال عزت أبو علي، دور الصحف الإماراتية اليومية الناطقة باللغة الإنجليزية في تنمية المجتمع المحلي، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الوسط، كانون الثاني 2012.
154. جميل الجويد، مسار تنمية الإدارة المحلية ومعوقاتها في الجمهورية اليمنية، دراسة تحليلية عن وضعية الإدارة المحلية في الجمهورية اليمنية، 1999-2000، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2004 .
155. حسين عبد القادر، الحكم الراشد في الجزائر وإشكالية التنمية المحلية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، تخصص الدراسات الأوروبية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2011-2012
156. خيضر خنفري، تمويل التنمية المحلية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2010.
157. شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، 2006، جامعة قسنطينة.



## قائمة المراجع

158. صالح بن بوزة، الجهوية والوطنية- المركزية في جريدة النصر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1982
159. عبد الرحمن قنشوبة، التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مضامين الصحافة الجزائرية ، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، 2015
160. عبد السلام عبد اللوي، دور المجتمع المدني في تحقيق التنمية المحلية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة،الجزائر، 2010-2011
161. عبلة محمد رويس، تجربة الإذاعات المجتمعية الأردنية في تنمية المجتمع المحلي، رسالة ماجستير جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا،الأردن، 2010.
162. عيسى بن هاشم، الإعلام الجوّاري السّمي ودوره في تنمية الثقافة الفنية والاجتماعية والاقتصادية المحلية، رسالة دكتوراه في الثقافة الشعبية، جامعة تلمسان، 2010.
163. عيشوني عبد السلام، الاستراتيجية الاتصالية للإذاعة الجهوية في تنمية المجتمع المحلي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012-2013.
164. فلاح سلامة حسن الصفدي، استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، رسالة ماجستير في الصحافة، 2015، الجامعة الإسلامية غزة.
165. فؤاد بداني، سيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران، 2015-2016.

## قائمة المراجع

166. كريمة لمعوش، الإعلام المحلي في ولايتي بجاية وتيزي وزو واقعه وآفاقه، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2010-2011
167. لبنى لطيف، دور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، سبتمبر 2012 جامعة محمد خيضر بسكرة
168. محمد زين عبد الرحمن رستم، دور الإعلام الإقليمي في تنمية المجتمع المحلي، دراسة ميدانية على إذاعة شمال الصعيد والصحف المحلية التي تصدر بالأقاليم، جامعة القاهرة، 1994.
169. محمود أحمد عبد الغني، دور الصحافة المصرية في تنمية المجتمع المحلي، دراسة ميدانية وتحليلية للصحف اليومية المصرية، جامعة القاهرة، 1990
170. ناجح مخلوف، الإعلام المحلي المسموع ودوره في مواجهة العنف الأسري في الوسط الحضري، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة سطيف، 2014-2015،
171. ناصر محمود عبد الفتاح أمين، دور الإذاعة والصحافة المحلية في التنشئة السياسية للمراهقين، رسالة دكتوراه في الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس، مصر، 2002.
172. نبيلة جعفري: الإعلام الجهوي وتحقيق إشباع الجمهور، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2009-2010.

### سادسا: القوانين

173. القانون رقم 79، المؤرخ في 8 رمضان 1410، الموافق لـ 4 مارس 1990 المتعلق بالإعلام.

174. قانون عضوي رقم 05-12 في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير 2012 المتعلق

بالإعلام.

.. المراجع باللغات الأجنبية:

### a- Les ouvrages :

- 1- Alain Beione\_ **Christine Dello et les autres. Dictionnaire des Sciences Economiques.** Paris: Armond Colin. 1995
- 2- Hachette Louise : **le livre de poche** ; librairie général de la langue française, et française, 1993
- 3- Halloran James, **mass media effects, a sociological approach the audience,** unit 7 the open university Milton, coyness, gb, 1977.
- 4- Jean Yves Gouttbell , **Stratégie du développement territorial,** ed Economica, Paris, 2003
- 5- Laure Jarsky Cabart , **le développement économique local,** Presse universitaire de France, Paris , 1994 .
- 6- Seriak (L) : **Décentralisation et administration des collectivités locales ,** E.N.A.G, Algérie,1998.
- 7- Wilbur Schramm , **Mass Media and national development** (Standford University Press, 1964

### b- Les Articles:

- 8- Abderrahmane Azzi : **developmental communication typology,** Revue Algérienne de communication ; n° : 19 ; juin 2005
- 9- Brahim Brahimi , **le droit de l'information à l'épreuve du parti unique et de l'état d'urgence,** Edition S.A.E.C Liberté, 2002 .
- 10- Henri Gayraud, **La radiodiffusion en Algérie,** cahier de l'histoire de la radiodiffusion , n 26 , Paris, juillet- septembre, 1990.

## قائمة المراجع

- 11- Luminita Miron, *PhD Student : Le rôle des médias dans le développement communautaire* ; revue style of communication ; vol 3 : n 1 ; 2011.
- 12- Omar Ismail El-Khatib, **World Patterns of Communication Development**, J.Coll. Arts, King Saud Univ , vol 12(1), 1985
- 13- Shaouki Mohammad Barghouti, **The role of mass media and personal channels in agriculture development in Jordan**, thesis for the degree of doctor of philosophy, june 1971 .

### III. المواقع الإلكترونية

- 1- محمد بن عبد الله العجلان، الإعلام المحلي وقضايا التنمية، الإعلام المحلي والتنمية المحلية تاريخ الاطلاع 2015/02/15، أنظر [www.massira.jo/content](http://www.massira.jo/content)
- 2- محمد محمود السيد، دور الإعلام المحلي في التنمية المحلية، الحوار المتمدن، ع 3555، 2013، تاريخ الإطلاع 2016/06/25، أنظر <http://www.alhiwar.org>

3-Alaine Giberges , **La presse dans l'Est algérien** . voir :

[alger-roi.fr/Alger/cdha/pdf/19\\_presse\\_est\\_algerien\\_48.pdf](http://alger-roi.fr/Alger/cdha/pdf/19_presse_est_algerien_48.pdf) date de vue 17 septembre 2017

### IV. المقابلات:

- 1- مقابلة مع السيد عمار عقيب مدير إذاعة ميله الجهوية يوم 5 أفريل 2016 على الساعة 15:00 بمقر الإذاعة.
- 2- مقابلة مع السيد سليم بوفنداسة، رئيس تحرير صحيفة النصر، يوم 7 سبتمبر 2017 على الساعة 11.00 صباحا بمقر الجريدة.

# قائمة الملاحق

# استمارة تحليل المضمون

## 1. فئات الشكل : كيف قيل؟

## 1- فئة المساحة والمساحة الزمنية

إذاعة ميلا المحلية			صحيفة النصر		
%	ت	المساحة الزمنية	%	ت	المساحة
		أقل من دقيقة			أقل من ربع صفحة
		من دقيقة إلى أقل من ربع ساعة			من ربع صفحة إلى أقل من نصف صفحة
		من ربع ساعة إلى أقل من نصف ساعة			من نصف صفحة إلى أقل من صفحة
		من نصف ساعة إلى ساعة			صفحة كاملة
		أكثر من ساعة			أكثر من صفحة
		المجموع			المجموع

## 2- فئة الموقع وفترة البث

إذاعة ميلا المحلية			صحيفة النصر		
%	ت	فترة البث	%	ت	الموقع
					الصفحة الأولى
					الصفحات الداخلية
					الصفحة الأخيرة
					المجموع

## 3- فئة الموقع في الأركان

إذاعة ميلة المحلية			صحيفة النصر		
%	ت	الموقع	%	ت	الموقع (الصفحات الداخلية)
					الحدث
					محلّيات
					ناس وحوادث
					ثقافة
					رياضة
					المجموع

## 4- فئة القوالب الصحفية المستخدمة في عرض القضايا التنموية:

إذاعة ميلة المحلية			صحيفة النصر		
%	ت	الأنواع الصحفية	%	ت	الأنواع الصحفية
					الخبر الصحفي
					التقرير الصحفي
					المقال الصحفي
					التحقيق الصحفي
					الروبرتاج الصحفي
					الحديث الصحفي
					المجموع



## 5- فئة مستويات اللغة المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية اللغة المستخدمة
%	ت	%	ت	
				فصحى
				عامية
				كلاهما
				المجموع

## فئات الموضوع

## 1- فئة مجالات وقضايا التنمية المحلية في عينة الدراسة

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية قضايا التنمية
%	ت	%	ت	
				اجتماعية
				اقتصادية
				سياسية
				بيئية
				ثقافية
				رياضية
				المجموع

2- فئة الفاعلين المشاركين في قضايا التنمية المحلية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية الفاعل
%	ت	%	ت	
				السلطات المحلية
				المنتخبون المحليون
				المرشحون
				المواطنون
				المختصون
				القطاع الخاص
				المجتمع المدني
				دون مشاركة
				المجموع

3- فئة البيئة المستهدفة من القضايا التنموية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية البيئة
%	ت	%	ت	
				البيئة الحضرية المحلية
				البيئة الريفية المحلية
				كلاهما معا
				المجموع

## 4- فئة الجمهور المستهدف

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية الجمهور المستهدف
%	ت	%	ت	
				الجمهور المحلي العام
				الجمهور المحلي الخاص
				المجموع

## 5- فئة مصدر المعلومات حول القضايا التنموية

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية المصدر
%	ت	%	ت	
				الصحفي
				المراسل
				و.أ.ج
				المجتمع المحلي
				مصادر أخرى
				المجموع

6- فئة الهدف من عرض قضايا التنمية المحلية

إذاعة ميلا المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية	
%	ت	%	ت	الهدف	
				تسليط الضوء على إنجازات ونجاحات الإدارة المحلية	
				تسليط الضوء على مشاكل وانشغالات المجتمع المحلي	
				التعليم والتلقين والتدريب	
				إبراز الثقافة المحلية ونقل التراث المحلي	
				اكتشاف المواهب وتشجيع الإبداع المحلي	
				تشجيع الاستثمار المحلي	
				السياسي	نشر الوعي
				الاجتماعي	
				الاقتصادي	
				الثقافي	
				البيئي	
				المجموع	
				المجموع	

## 7- فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسالة الإعلامية التثموية

إذاعة ميلة المحلية		صحيفة النصر		الوسيلة الإعلامية الأساليب الإقناعية
%	ت	%	ت	
				عقلية
				وجدانية عاطفية
				المجموع

# استمارة الدراسة الميدانية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة صالح بونيدر قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري  
قسم: الاتصال والعلاقات العامة

استمارة بحث حول:

# دور وسائل الإعلام العمومية المحلية في التنمية المحلية

دراسة تحليلية وميدانية مقارنة

إشراف الأستاذ الدكتور  
فضيل دليو

إعداد الطالبة:  
لبصير فطيمة

تندرج هذه الدراسة ضمن بحث علمي أكاديمي عنوانه مذكور أعلاه، مقدم كجزء من متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال.

ولهذا الغرض الرجاء التكرم بالإجابة على الأسئلة المرفقة علماً أن المعلومات التي ستدلون بها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.  
شكراً لتعاونكم

ملاحظة: ضع علامة ( X ) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2017-2018



**المحور الأول: البيانات الشخصية:**

الجنس: ذكر  أنثى

السن: سنة

المستوى التعليمي: ثانوي  ليسانس  دراسات عليا

التخصص: .....

الصفة: رئيس تحرير  صحفي  مراسل

أخرى  تذكر .....

**الخبرة المهنية:**

أقل من سنة  من سنة إلى 5 سنوات  من 6 سنوات إلى 10 سنوات

من 11 سنة إلى 15 سنة  أكثر من 15 سنة

**التحقت بعملك كصحفي عن طريق :**

المؤهل الجامعي في التخصص  تجربتك في الميدان

أخرى  تذكر .....

**المحور الأول: اهتمام القائم بالاتصال بالتنمية المحلية:**

1- هل تهتم بالقضايا التنموية في مجتمعك المحلي؟

دائما  غالبا  أحيانا  نادرا

2- هل اهتمامك تابع من:

رغبتك الشخصية في معالجة القضايا التنموية

طلب من مدير المؤسسة التي تعمل بها

حاجات مجتمعية محلية

3- هل تقوم باقتراح المواضيع حول التنمية المحلية؟

دائما  غالبا  أحيانا  نادرا  أبدا

4- هل تحضر -كإعلامي - في مختلف الأنشطة المقررة التي تقوم بها السلطات المحلية وهيئات المجتمع المدني والخاصة بالتنمية المحلية؟

دائما  غالبا  أحيانا  نادرا  أبدا

### المحور الثالث: كيفية معالجة القائم بالاتصال للقضايا التنموية

5- ما هي المصادر التي تعتمد عليها في عرض القضايا التنموية؟

وكالات الأنباء

آراء الجمهور المحلي

السلطات المحلية

صحف القطاع الخاص

صحف القطاع العام

الانترنت

6- ما هو الدور الذي يمكن أن تلعبه في معالجة القضايا التنموية؟

الاكتفاء بتقديم الأحداث

تفسير الأحداث

توصيف المشاكل وتحديد أبعادها

محاولة تقديم الحلول وطرح البدائل

مراجعة الجهات المعنية وتقديم الملاحظات الجادة حولها

أخرى  أذكرها .....

7- هل سبق وقت بطرح ومعالجة قضايا تنموية وكانت سببا في بعث مشروع تنموي ؟

نعم  لا

في حالة الإجابة بنعم أذكر بعضا من هذه القضايا؟

.....  
.....  
.....  
.....

### المحور الثاني : أولويات الإعلام التنموي المحلي

8- إلى أي مدى تساهم في رسم السياسات التحريرية في الوسيلة الإعلامية التي تنتمي إليها؟

بدرجة كبيرة  بدرجة متوسطة  بدرجة ضعيفة  لا أسهم إطلاقا

9- إلى أي مدى تشعر أن هذه السياسات تصلك بشكل جيد؟

تصلني بشكل جيد  إلى حد ما

10- من يرتب أولويات المواضيع التنموية بوسيلتك الإعلامية

الأحداث نفسها  رئيس التحرير  رئيس القسم  الصحفي

أخرى  تذكر .....

11- ما هي القضايا التنموية التي تهتم بطرحها أكثر؟

الاجتماعية  الاقتصادية  السياسية  الثقافية  البيئية

12- هل هذا الاهتمام يخضع:

لميولاتك وطبيعة اهتماماتك الشخصية

تخضع لعوامل أخرى

13- إذا كان اهتمامك يخضع لعوامل أخرى أذكرها؟

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

14- في رأيك ما هي أكثر المواضيع التي تجد طريقها للبحث أو النشر

ما يتفق مع السياسة العامة للإدارة المحلية

ما يتفق مع سياسة الوسيلة الإعلامية

ما يمس اهتمامات الجمهور المحلي

ما يمس احتياجات الجمهور المحلي

ما يرتبط بسياسة الدولة التنموية

ما ينقل للناس الوقائع

ما يحدث سبقا صحفيا

ما يرتبط بنوعية المصدر أو شخصيته

15- ما هي أكثر الجوانب التي تفضل مراعاتها عند انتقاء المواضيع التنموية؟

أن تعالج مشاكل المجتمع المحلي

أن تتفق مع السياسة العامة للإدارة المحلية

- أن تتفق مع سياسة الوسيلة الإعلامية
- أن تحدث سبقا صحفيا
- أن تتفق مع اهتمامات الجمهور المحلي
- أن تكون من مصدر موثوق
- أن تجد طريقها للنشر أو البث

16- ما هي المعايير التي تتحكم في موقع ومساحة بث أو نشر مواضيع التنمية المحلية في الإعلام المحلي في الوسيلة التي تعمل بها؟

- المساحة المخصصة للخبر
- أهمية الخبر
- مصدر الخبر وشخصيته
- سياسة التحرير
- رغبات الصحفي
- رغبات الجمهور واحتياجاته

المحور الثالث: الصعوبات التي يواجهها القائم بالاتصال في تحقيق التنمية المحلية

17- نجاح الصحفي في أداء الدور التنموي يرتبط بـ

- مدى ارتباطه بالسلطة المحلية
- مدى إتقانه للعمل
- مدى ارتباطه بالجمهور المحلي
- الخبرة المهنية

اهتمام السلطات المعنية بعمله

18- بعد تسليم مادتك الإعلامية التنموية هل:

- تبقى كما هي

- يتم تغييرها بالكامل

- تحذف العناوين وال فقرات

- يضاف إليها أبعاد جديدة

- أخرى  تذكر .....

19- فيما يلي بعض الضغوط التي قد تؤثر في عملك الإعلامي في التنمية، ما هي أكثر الضغوط

التي تواجه عملك كقائم بالاتصال؟

الضغط من السلطات المحلية

الضغط من الرؤساء في العمل

ضغوطات اجتماعية

السياسة التحريرية

أخلاقيات المهنة

نقص الموارد والإمكانات

عدم الحصول على المعلومات الكافية من المصدر

عدم اهتمام المجتمع المحلي

20- ما هي التصورات التي تقترحها لتجاوز الصعوبات وتطوير الأداء المهني للقائمين بالاتصال في مجال التنمية؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

شكرا لتعاونكم

# ملخصات الدراسة



## ملخص الدراسة باللغة العربية:

تناولت هذه الدراسة العلاقة الثنائية التي تجمع وسائل الإعلام العمومية المحلية والتنمية المحلية، حيث جاءت لتكشف عن الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام العمومي المحلي بشقيه المكتوب والمسموع (الصحيفة والإذاعة المحليتين)، من خلال دراستين: أولاهما تحليلية لعينة من صحيفة النصر الجهوية وإذاعة ميله المحلية، وأخرى ميدانية شملت القائمين بالاتصال في الواسيلتين المذكورتين، وانطلقت فيها الباحثة من طرح تساؤل رئيس تمثل في: ما هو دور وسائل الإعلام المحلية المكتوبة والسمعية في التنمية المحلية ( من خلال المضمون والقائم بالاتصال)؟ وما هي أوجه التشابه والاختلاف بينهما؟

ويندرج هذا العمل ضمن الدراسات الوصفية، استخدم فيها المنهجان الوصفي التحليلي والمقارن باستخدام أداة تحليل المضمون كأداة رئيسة للدراسة التحليلية، واستمارة الاستبيان كأداة للدراسة الميدانية. استعانت الباحثة في الدراسة التحليلية بالعينة العشوائية المنتظمة التي يندرج تحتها أسلوب الدورة الصناعية، وتكونت من 12 عددا من صحيفة النصر و7 أيام من بث إذاعة ميله، طيلة الفترة الممتدة من 1 مارس إلى غاية 31 ماي 2017، أما الدراسة الميدانية فاعتمدت على المسح الشامل لمجتمع الدراسة المتمثل في القائمين بالاتصال في كلا الواسيلتين الإعلاميتين المحليتين. وفيما يأتي أهم النتائج التي أسفرت عنها عملية تحليل المعطيات:

## أ- الدراسة التحليلية

- ظهرت أغلب مواضيع التنمية المحلية في صحيفة النصر في الصفحات الداخلية. كما كان ظهور هذه القضايا أكثر في الفترة الصباحية بالنسبة للإذاعة المحلية لميله.

- استخدمت صحيفة النصر اللغة العربية الفصحى في عرض قضايا التنمية المحلية، بينما مزجت الإذاعة المحلية لميلة بين اللغة الفصحى والعامية وهو من سمات لغة التخاطب الحديثة في عالم الإعلام السمعي.
- اعتلت القضايا الاجتماعية سلم الترتيب بصحيفة النصر، بينما كان للقضايا الاقتصادية الصدارة في إذاعة ميلة المحلية.
- أكثر الفاعلين مشاركة في التنمية المحلية في كلتا الوسيلتين هم السلطات المحلية.
- يعد الجمهور المحلي العام الأكثر بروزا واستهدافا في الرسائل الإعلامية الخاصة بالقضايا التنموية في صحيفة النصر وإذاعة ميلة المحلية على السواء، نظرا لكون القضايا المعالجة بالوسيلتين محل الدراسة تهم الشأن العام المحلي.
- تعتمد صحيفة النصر على المراسلين المحليين في جمع الأخبار والقضايا ذات الطابع التنموي، بينما تعتمد الإذاعة على صحفييها وهذا راجع إلى حدود وانتشار وحجم تغطية كل وسيلة.
- استخدمت صحيفة النصر وإذاعة ميلة الأساليب الإقناعية العقلية، عبر الإحصائيات والأرقام التي تزودها بها الجهات المعنية بالمشاريع والقضايا التنموية، ولم تستخدم الأساليب العاطفية الوجدانية إلا بصفة محتشمة في كلا الوسيلتين.

#### ب- الدراسة الميدانية:

- تبدو مظاهر اهتمام القائمين بالاتصال في كلتا الوسيلتين بقضايا التنمية المحلية من خلال التطرق إلى أهم المعوقات التي تقف في طريق إنجاز المشاريع التنموية من خلال الرقابة عليها، ورفع انشغالات المواطنين للسلطات المحلية من أجل التكفل بها، واقتراح بعض القضايا التي تشغل الرأي

العام المحلي، والحضور لمختلف الأنشطة التي تقوم بها السلطات المحلية وهيئات المجتمع المدني من أجل الوقوف على واقع المشاريع التنموية بالمنطقة، ومساعدة الجهات المعنية.

- يعالج القائم بالاتصال القضايا التنموية المحلية بالاكنتفاء بتقديم الأحداث بصحيفة النصر، وتوصيف المشاكل وتحديد أبعادها ومحاولة تقديم الحلول للمشكلات التنموية بإذاعة ميلا المحلية.

- تعتبر القضايا الاجتماعية من أولى الأولويات التي يهتم القائم بالاتصال بإبرازها في مادته الإعلامية المحلية.

- يعاني القائم بالاتصال من بعض الضغوطات التي تعيق عمله في معالجة قضايا التنمية المحلية، وتتمثل أهمها في أخلاقيات المهنة في صحيفة النصر، وفي الضغوطات الاجتماعية وأخلاقيات المهنة لنظرائهم في إذاعة ميلا المحلية.

### **Résumé :**

Cette étude s'articule autour de la relation bilatérale entre les médias publics locaux et le développement local , découvrant le rôle joué par les médias publics locaux écrits et audios (la presse ,la radio public) à l'aide de deux études : la première porte sur l'analyse d'un échantillon relevé du journal régional En nasr et la radio locale de Mila .Alors que la deuxième fait l'objet d'une étude empirique qui englobe les chargés de communication dans les médias ci-mentionnés.

L'étude s'interroge sur le rôle des médias publics locaux écrits et audios dans le développement local (via le contenu et le chargé de la communication) et quels sont leurs points de ressemblance et de divergence (l'échantillon de l'étude) ?

Cet travail fait parti des études descriptives, assistée par la méthode analytico-descriptive, dont elle fait principalement appel à l'analyse de contenu et au questionnaire au niveau de la partie empirique de l'étude, ainsi qu'à la méthode comparative pour examiner les similitudes et les différences entre les deux médias étudiés en l'occurrence de leur rôle dans le développement local.

L'étude s'appui également sur un échantillon aléatoire régulier composé de 12 numéros du journal En nasr et 7 jours d'émission de la radio de Mila au cours de la période entre le 1<sup>er</sup> mars jusqu'au 31 mars 2017, pour la partie empirique de l'étude a adopté l'enquête exhaustive de la population des chargés de communication qui évoluent dans les deux médias locaux

L'analyse des données nous a mené à dégager les résultats suivants :

### **A- L'étude analytique :**

- Les sujets du développement local présentés par En nasr ont été relégué aux pages internes du journal, alors que leur apparition au niveau de la radio Mila est confiné au matin .
- L'arabe standard était la langue de prédilection du journal En nasr pour présenter le développement local , cependant la radio de Mila a fusionné entre l'usage de l'arabe standard et dialectal, ce qui particularise les formes d'expressions modernes dans le monde radiophonique.

- Les sujets sociaux ont taillé la part du lion au niveau du journal En nasr , alors que les sujets économiques ont été dominant pour parler du développent local à la radio locale de Mila.
- Les participants les plus actifs au développement local au niveau des deux médias sont les pouvoirs publics.
- Le public local est le plus ciblé par les messages médiatiques du développement local par le journal En nasr et la radio local de Mila étant donné que ce sujet relève de l'intérêt général.
- Le journal En nasr dépend des correspondants locaux pour couvrir les sujets du développement , de son côté la radio repose sur l'apport de ses journalistes .compte tenu de la pénétration et la diffusion de chaque médial.
- Les médias locaux à l'instar du journal En nasr et la radio de Mila ont opté pour les arguments logiques , considérant la nature des sujets du développement qui exige l'usage des arguments logiques en vue de convaincre les lecteurs par chiffres et par statistiques fournis par les autorités concernés des projets et les questions du développement ,ces données ont été relevés de la réalité ,les arguments affectifs sont rares dans les medias.

### **B- L'étude empirique**

- L'intérêt porté par les chargés de communication aux sujets du développement local présentés par les deux medias liés aux questions qui ont le pouvoir de dévoiler les obstacles les plus importants , qui entravent la réalisation des projet du développement par le biais du contrôle , transmettre les préoccupations des citoyens au autorités locales , pour les prendre en charge , suggérer quelques sujets qui intéressent l'opinion publique locale , assister aux différentes activités organisé par les autorités locales et les instances de la sociétés civile, afin de constater l'état des projets du développement dans la région , et responsabiliser les parties prenantes.
- Le chargé de communication traite les sujets du développements local en se contentant uniquement de la présenter les événements au journal En nasr , décrire les problèmes,

## الملخصات باللغات الأجنبية

---

déterminer leurs démentions , et essayer de leur trouver des solutions aux problèmes du via à l'intermédiaire de la radio local de Mila.

- Les sujets sociaux figurent parmi les priorités du chargé de communication, à travers en les contenus médiatique.
- Le chargé de communication rencontre un certain nombre de pressions, ce qui l'empêche de traiter des sujet liés au développement local, les difficultés les plus urgentes sont : de l'éthique selon les chargés de communication du journal En nasr et de la pression sociale et de l'éthique pour ceux de la radio locale de Mila.

### **Abstract :**

This study highlights the bilateral relationship between local public media and local development, it attempts to find out the role of local public media (the press, public radio), through two studies: the first one is analytical which rely on a sample selected from the regional newspaper En nasr and the Mila 's local radio. the second part of the study is empirical and includes the communication agents of the media mentioned above. This study tackles the role of local public media written and audio in local development (through the content and the agents in charge of communication) and asks about their similarities and divergences (the sample of the study).

This work belongs to the descriptive studies, that use analytical and descriptive methods, the content analysis and the questionnaire were used in the empirical part of the study.

A regular random sample of 12 issues of the newspaper Nasr and 7 days of radio broadcast of Mila during the period between March 1<sup>st</sup> to March 31<sup>st</sup> in 2017 was selected, for the empirical part of the study an exhaustive survey of the population of communication agents was adopted, which comprehend the two local media.

Here are the most important results of the data analysis process :

### **A- The analytical study:**

- The subjects of local development presented by En nasr have been presented in the internal pages of the newspaper, while their appearance in Mila's local radio is only in the morning programs.
- Standard Arabic was the language used En nasr newspaper to present local development, however Mila's radio mixed between standard and dialectal Arabic, which characterizes the forms of modern radio world.
- The social topics have taken the lion's share in En nasr newspaper, while the economic topics were dominant when talking about local development on Mila's local radio.
- The most active participants in local development in both media are the public authorities.
- The local audience is the most targeted by the media messages on local development by the En nasr newspaper and the Mila's local radio , since this topic is related to common interests.

- En nasr depends totally on local correspondents to cover development's topics, however the radio rely on its journalists. According to the ubiquity of each media.

- Local media, such as En nasr newspaper and Mila's radio, have chosen logical arguments instead of affective ones, through numbers and statistics extracted from reality offered by authorities responsible of development issues. But the emotional arguments were rarely used.

### **B- The empirical study**

Communication agents interest in local development topics presented by both media are relevant to issues that have the power to uncover the most important obstacles, which hamper the realization of development projects through control, communicating citizens' concerns to the local authorities, take them in charge, suggest some topics that interest local public opinion, attend the various activities organized by the local authorities and civil society organizations, in order to ascertain the status of the projects of the development in the region, and empowering stakeholders.

- The communication agents deals with local development issues simply by presenting the events in En nasr, describing the problems, determining their dimensions, and solving them through Mila's local radio.
- Social topics are among the priorities of the communication agents, they are highlighted in media contents that concern development.
- The communications agents faces some pressures, which prevents them from dealing easily with issues in relationship with local development, the most important ones are: ethics according to the communication agents of En nasr newspaper and social pressure and ethics in the case of Mila's local radio.