

دور الإعلام المحلي في تحقيق التنمية الاقتصادية

دراسة وصفية لعينة من الإذاعات الجزائرية

The role of the local media in achieving economic development in Algeria-Descriptive study of a sample of local radio program networks

الدكتور: حميد بوشوشة *

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3-الجزائر- bouchouchahamide@gmail.com

تاريخ الاستلام 2021/07/19 تاريخ القبول 2021/07/26

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تبين أهمية الإعلام المحلي في تحقيق التنمية الاقتصادية ومساهمته في نشر المعلومة وشرح الأفكار والتصورات والمخططات التنموية المختلفة التي تعتمد عليها الدول والحكومات بهدف تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، والارتقاء بأداء الفرد وجعله أكثر انخراطا في العملية التنموية وقد ركزنا فيها بالخصوص على دور الإذاعة المحلية في الجزائر، وتوصلنا إلى جملة من النتائج أهمها أن هذا النوع من الإعلام يواجه حتى الآن مشاكل تنظيمية وقانونية انعكست على طريقة عمله وتسييره ومساهمته في دفع العمل التنموي، وأن نسبة البرامج الاقتصادية قليلة في الإذاعات المحلية ولا تساهم بفعالية في تحقيق التنمية الاقتصادية والنهوض بالعملية التنموية على المستوى المحلي، ما يستدعي مراجعة عاجلة للإطار التنظيمي لهذه الإذاعات وبعث نشاطها على أسس مهنية واحترافية جديدة تجعلها في مستوى المنافسة الحقيقية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام المحلي؛ التنمية الاقتصادية؛ نشر المعلومة؛ شرح وتفسير مخططات التنمية..

Abstract:

This research paper aims to demonstrate the importance of local media in achieving economic development and its contribution to spreading information and explaining the various ideas, perceptions and development plans adopted by countries and governments with the aim of improving economic and social conditions, improving the performance of the individual and making him more involved in the development process. We focused in particular on the role of local radio. In Algeria, we have reached a number of results, the most important of them is that this type of media has so far been facing organizational and legal problems that have been reflected in the way it operates and the percentage of economic programs is few in local radio stations and does not contribute effectively to achieving economic development and advancing the development process.

Keys Words: Local media; economic development; information; explaining and interpreting development plans

* المؤلف المراسل

مقدمة:

تحظى وسائل الإعلام بأهمية كبيرة في استراتيجيات وبرامج التنمية التي ترسمها الدول بالنظر إلى الدور الكبير الذي تستطيع أن تؤديه هذه الوسائل بفعل قدرتها على التأثير وإيصال المعلومة وشرحها وتفسيرها، إلى جانب الترويج والتسويق للمشاريع الاقتصادية والخطط التنموية خصوصا في ظل التطورات الهائلة التي تعرفها تكنولوجيات الاتصال وما وفرته من طرق تواصل وتفاعل مع المواطن. فالإعلام تتوقف عليه الكثير من عناصر النجاح أو الإخفاق، ويديره رجال السياسة ورجال الاقتصاد ضمن أي خطة تنموية سواء كانت محلية أو وطنية ويраهنون من خلاله على تحقيق أهدافهم، وإشراك المواطن بصورة أقرب وأكثر فاعلية، وهي مهمة لا نجد لها متشابهة في كل الدول بسبب علاقة أنظمة الحكم بوسائل الإعلام وفي الجزائر على غرار ما هو قائم في دول كثيرة من العالم حظي الإعلام بأهمية كبيرة في استراتيجيات التنمية.

وبرز ذلك أكثر مع بداية القرن الحالي من خلال إنشاء العديد من الصحف المكتوبة والالكترونية والقنوات الإذاعية المحلية والموضوعاتية كنوع من الإعلام الجوّاري القريب من المنطقة الجغرافية ومن هموم المواطن والمجتمع، وهي تجربة فتيحة نحاول هذه الدراسة التي عمدنا فيها إلى اختيار عينة من شبكات برامج الإذاعات المحلية الجزائرية لمعرفة مدى فاعلية هذا النوع من الإعلام، ومدى التوافق بين النص القانوني المنشئ له وواقع مساهمته في التنمية الاقتصادية كجزء من عملية التنمية الشاملة، بالإضافة إلى الصعوبات والعراقيل القانونية والمهنية التي لا تزال تحول دون أداء هذه المهمة بطريقة ناجحة.

1. التنمية الاقتصادية.. من الزراعة إلى الصناعة والتجارة.. والاهتمام بالفرد:

يكثر الاقتصاديون من استعمال عبارة التنمية، التي يقصدون بها في غالب الأحيان رفع مستوى الدخل القومي بزيادة متوسط إنتاج الفرد، ويعبر عنها في المعجم اللغوي بتكثير الشيء وزيادته، كما أن التعريف الشائع في البلدان النامية كان يربطها بانخفاض مستوى الدخل الفردي بالقياس إلى مستواه المحقق في البلدان المتقدمة، كما تعرف التنمية الاقتصادية بأنها العملية الهادفة إلى تعزيز نمو اقتصاد الدول، وذلك بتطبيق العديد من الخطط التطويرية، التي تجعلها أكثر تقدما وتطورا، مما يؤثر على المجتمع تأثيرا إيجابيا، عن طريق تنفيذ مجموعة من الاستراتيجيات الاقتصادية الناجحة¹، وتعرف أيضا بأنها سعي المجتمعات إلى زيادة قدرتها الاقتصادية للاستفادة من الثروات المتاحة في بيئاتها، وتحديدًا في المناطق التي تعاني غياب التنوع الاقتصادي المؤثر سلبًا على البيئة المحلية

عامة²، ومن تعريفاتها كذلك "أنها عملية تؤدي إلى زيادة الدخل القومي، وبالتالي زيادة دخل الفرد وتحقيق نمو كبير في القطاعات الاقتصادية المختلفة وصولاً إلى التقدم والازدهار³ وكلها تعريفات تعني في عمومها الانتقال من حالة اقتصادية معينة إلى حالة أحسن منه بهدف تحسين أوضاع الفرد والجماعة.

كما يميز المؤرخون بين ثلاث مراحل أساسية مر بها هذا المفهوم، وهي:

-مرحلة الفكر الرأسمالي: التي تعتبر فيها الحرية الفردية من أهم دعائم النموذج الرأسمالي، الذي يمنح الفرد حرية تكاد تكون مطلقة، على حساب الجماعة، وهذه الحرية تمتد إلى مختلف جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والدينية والثقافية والاجتماعية. وقد ارتبط ظهور مفهوم التنمية في الفكر الرأسمالي بما هو اقتصادي، حيث يتمتع الفرد بالحرية في نشاطاته الاقتصادية، ولا تتدخل الدولة فيها، إلا بشكل جزئي، والتنمية الاقتصادية بهذا المفهوم هي العملية التي يزداد فيها الدخل القومي الحقيقي لمجتمع معين خلال فترة زمنية معينة عادة عام على أن يكون معدل النمو الاقتصادي المتحقق أي معدل نمو الدخل أكبر من معدل نمو السكان وهذا يؤدي إلى زيادة في متوسط دخل الفرد⁴.

-مرحلة الفكر الاشتراكي: التي جاءت كرد فعل على التوجه الرأسمالي الغربي برؤى مثالية جديدة تعتبر أن التغيير الواقعي لا يتم إلا بالتنمية الاجتماعية الموجهة، اعتباراً بأن التغيير في الفكر الماركسي لا يتأتى إلا عن طريق الثورة، والانقلاب الجذري على المنظومة الاجتماعية القديمة، وتعويضه بتركيبة مجتمعية جديدة، تتأسس على الجماعة وليس على الفرد، في حين تأتي كلمة التنمية مرادف للتخطيط عن لينين، والتخطيط يعني تعبئة الموارد الطبيعية والمادية والبشرية في المجتمع بطريقة علمية وعملية من أجل تحقيق الأهداف التي يرسمها المجتمع⁵.

أما المرحلة الثالثة فهي ما يعبر عنه بالتوجه الجديد الذي أصبح فيه الإنسان أكثر وعياً بأهمية المجتمع المدني في تنمية الواقع الذي ينتظم فيه، وهو التوجه الذي يتناسب تبنيه مع الإعلام الجوّاري، فمع بداية الثمانينات أصبح هناك اهتمام بمفهوم التنمية التي تعكس أبعاداً بيئية وبشرية مما أدى إلى ظهور مفهوم "التنمية المستدامة" الذي تعني تلبية حاجات الجيل الحالي دون استنزاف حاجات الأجيال القادمة⁶ بمعنى إشباع حاجيات الأجيال الحاضرة دون التقليل من مقدرة الأجيال القادمة من إشباع حاجياتهم⁷.

2. أهداف التنمية الاقتصادية:

تهدف التنمية الاقتصادية إلى تحقيق جملة من الأهداف التي يرسمها الساسة والاقتصاديون في أي مجتمع تتمحور أساساً حول تحسين وتطوير جملة من المؤشرات تتعلق بالدخل القومي وتحسين الدخل الفردي وتعزيز النمو الاقتصادي بصفة عامة، فتحسين الدخل القومي يعتبر من

الأهداف الأساسية للتنمية الاقتصادية حيث تساهم هذه الأخيرة في تطوير مستوى معيشة الأفراد وتعزز التركيبة الهيكلية للتجارة والصناعة مما يساعد على علاج المشكلات الناتجة عن ضعف الاقتصاد المحلي، كما تعزز الاستثمارات المحلية والدولية للموارد وتوفر الوسائل المناسبة التي تدعم الإنتاج والخدمات العامة⁸. ولأنها عملية ديناميكية تتكون من سلسلة من التغيرات الهيكلية والوظيفية في المجتمع وتحدث نتيجة للتدخل في حجم ونوعية الموارد المتاحة للمجتمع⁹ فهي تهدف أيضا إلى توفير الدعم الكافي لرؤوس الأموال وتهتم بمتابعة الصادرات والواردات التجارية المعتمدة على تعزيز التجارة بين الدول النامية والدول الأخرى والمساهمة في إدارة الديون الخارجية من خلال متابعة المبالغ المدين على حكومات الدول النامية والحرص على إيجاد الطرق والوسائل المناسبة لسداد هذه الديون مما يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وزيادة النفقات الخاصة بالإنتاج.¹⁰

3. مؤشرات التنمية الاقتصادية:

تستخدم عدة مؤشرات لقياس مدى نجاح التنمية الاقتصادية في المجتمع ومن أهمها:

أ- الناتج القومي الإجمالي: يعد هذا المؤشر من أكثر المؤشرات استخداما لقياس التنمية الاقتصادية وهو يشير إلى قيمة السلع والخدمات المنتجة بالاعتماد على تأثير العوامل الاقتصادية المتنوعة في فترة زمنية معينة تشكل جزءا من الإنتاج العام للدولة¹¹.

ب- الناتج المحلي الإجمالي: وهو مؤشر يساعد على التعرف على طبيعة نجاح التنمية الاقتصادية في الدولة إذ يشير إلى قيمة السلع والخدمات المنتجة والمستخدم في التداول داخل السوق التجاري والتي تطبق عليها عمليات البيع والشراء المعتادة¹². مع الإشارة إلى إن هذين المؤشرين لهما طابع اقتصادي بحث، لأن هناك من يأخذ بمؤشرات أخرى مرتبطة بمستوى الدخل الفردي ومستويات الصحة والتعليم وظروف البيئة وغيرها من المفاهيم المرتبطة بمدلولات التنمية التي لا تتغير فقط من نظام سياسي لآخر بل تتحكم فيها عوامل جديدة أصبحت هي الأخرى تشكل مؤشرات قياس للتنمية .

4. الإعلام المحلي:

يواجه الباحثون في مجال الإعلام ارتباكا كبيرا في تحديد مفهوم الإعلام المحلي تحديدا دقيقا بسبب قربه كثيرا من مفاهيم أخرى مشابهة مثل الإقليمي، والجهوي والجواري، وقد اشتق مصطلح المحلي من الكلمة اللاتينية - - locus وهي تعني المكان في العديد من اللغات الأوروبية وتشير إلى مكان صغير منفصل عن كيانات كبيرة المدى أو تشير إلى الجزء وليس الكل وفي الانجليزية يشتمل المصطلح أيضا على عناصر من الجوار والقرية والمدينة والقطر¹³ وهو يتوافق إلى حد كبير مع تعريف علماء الاجتماع للمجتمع المحلي الذي يعني جماعة من الناس تقطن في بقعة جغرافية معينة وتزاول نشاطات اقتصادية وسياسية ذات مصلحة مشتركة ولها تنظيم اجتماعي وإداري يحدد طبيعة حكمها كما أن لها مصالح وأهداف متبادلة، ما يعني انه المكان الذي نمارس فيه وجودنا (السكن،

العمل، الترفيه) وهو يضم الأبعاد الثلاثة، الجغرافية والاجتماعية والوجدانية التي تحدد الانتماء إليه¹⁴. أما بمفهوم رجال الإشهار وهو جانب اقتصادي مهم في العملية الإعلامية هو مجاورة الأمكنة المجزأة والمنظمة حول أقطاب الممارسة الاستهلاكية أكثر من ممارسة السلطة الاجتماعية والسياسية فهو مركز لتجمع الزبائن وملتقى لتبادل السلع والخدمات المختلفة¹⁵. كما يقترب أكثر مفهوم الإعلام المحلي بمفهوم الإعلام الجوّاري بل أن الكثير من الباحثين لا يميزون بين المفهومين بسبب التداخل في تحديد معالم هذه المحلية، فمفهوم الإعلام الجوّاري هو مفهوم حديث الاستعمال لكنه قديم الوجود لأن الصحافة في حقيقة الأمر نشأت جوارية قبل ظهور الطباعة والتكنولوجيات الحديثة، تم اللجوء إليه لتجاوز مصطلح الصحافة المحلية المرتبط في غالب الأحيان بالبعدين المكاني والجغرافي من جهة، وبالإعلام الجماهيري التقليدي من جهة ثانية، إلى مفهوم أشمل يجمع بين الفضاء الجغرافي لتوزيع الصحافة والفضاء الاجتماعي العلائقي (نسيج من العلاقات الاجتماعية) لجمهورها أي بين جمهور منطقة معينة وجمهور تجمعه مصالح معينة بغض النظر عن مكان تواجده، والصحافة الجوّارية أو صحافة القرب هي تلك الصحافة المكتوبة أو الالكترونية أو المرئية أو المسموعة التي تختص كليا بالعمل على تلبية الحاجات والمتطلبات الإعلامية لجمهورها مهما كانت طبيعة الروابط التي تجمع بين أعضائه وبالتالي فهي تتلاءم أكثر مع عمل الإذاعات المحلية التي أنشأتها الجزائر رغم عدم وضوح ذلك في النصوص، وكذلك مع المفهوم الجديد للتنمية الذي لم يعد يقتصر على حاجات واشباكات تقررها أو تفرضها السياسة أو الايدولوجيا.

5. وظائف الإعلام المحلي:

غيرت الثورة التكنولوجية الهائلة التي عرفتها وسائل الإعلام والاتصال الكثير من المسلمات والانطباعات وحتى النظريات التي ظلت لعقود ترصد تأثيرات وسائل الإعلام ووظائفها في المجتمع، ولم يعد ينظر للإعلام كمضامين ورسائل وعمليات وتقنيات على غرار ما كان يرسمه لازويل ولازارسفيلد وميرتون وحتى ولبر شرام هذا الأخير حاول الخروج عن الطريقة التقليدية في حديثه عن علاقة وسائل الإعلام بالتنمية من خلال تأكيده على ثلاث وظائف أساسية للإعلام كان يرى أنها ترمي إلى التعجيل بالتنمية وهي تتمثل في وظيفة الاكتشاف حيث يكتشف سكان البلد النامي بفضل وسائل الإعلام في مجال التنمية الاقتصادية أنماطا وسلوكا اقتصاديا غير مألوف وطرقا تنموية جديدة تدفعهم إلى تغيير سلوكهم أو على الأقل إلى الاحتكاك بالطرق الجديدة للتنمية، أما الوظيفة الثانية فهي وظيفة سياسية يبلغ من خلالها الناس برغبة السلطة في التغيير وفي التنمية وتشرح هذه الرغبة حتى يقتنع الناس بها، أما الثالثة فهي وظيفة تربية إذ يقدم الإعلام للجمهور نماذج للتنمية لاقتداء بها، ويخلق لديه تعطشا لمزيد من المعرفة للتغلب على الجهل والرقى نحو ما هو أفضل¹⁶. وهي وظائف تؤديها وسائل الإعلام لكن بأهداف وأبعاد جديدة في ظل النظرة الجديدة للإعلام ومن

يقفون وراء صناعته في الوقت الراهن سعيا لتحطيم قيود مركزية العملية الإعلامية، ودعمها لإيديولوجية التدويل تماشيا مع الاقتصاد الجديد العابر للحدود الوطنية¹⁷ في ظل نظام اقتصادي جديد يقوم على حرية التجارة، وعولمة رؤوس الأموال والاستثمارات، ومحددات اقتصادية وتكنولوجية مغايرة تغيرت معها أيضا وظائف الإعلام التي أصبحت تعمل كذلك على خلق وبناء قاعدة معلومات واحدة متاحة للجميع بدون مقابل، وإذابة الثقافات الوطنية والقومية وتقليص الحدود الفاصلة بين مكوناتها لتشكل مصدرا واحدا ولغة مركزية واحدة، وبنية ثقافية مشتركة بالإضافة إلى تنمية مولدات التماثل بين الجماعات والمجتمعات والمؤسسات في شكل شبكات لا متناهية.¹⁸

6. تجليات الإعلام التنموي:

يظهر دور الإعلام التنموي من خلال المساهمة في تلقين الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تقتضيها عملية التحديث والتطور، لاسيما الجرأة، وانتقاد المسؤولين وعدم الخوف منهم، والمشاركة الفعالة في المشاريع والمخططات التي ترسمها الهيئات التنفيذية كما يشارك الإعلام التنموي في تنمية المجتمع من خلال شتى الأنشطة والإسهامات، كمحو الأمية، وتنظيم الأيام التعليمية والدورات التكوينية والتثقيف النسائي، والتوجيه والتربية، وغير ذلك. ولأن الإعلام ضرورة اجتماعية واقتصادية وسياسية لكونه يتفاعل مع البيئة الاجتماعية، فعملية الاتصال تتم بمجموعة من الوسائل الإعلامية المتداخلة فيما بينها التي تقدم مواد إعلامية متنوعة تهدف إلى ترسيخ القيم السائدة وتثبيتها بين الأفراد وشتى المؤسسات¹⁹. بالإضافة إلى أن الإعلام التنموي يتجلى أثناء تعرض الواقع إلى أزمات وحالات طوارئ مفاجئة، من خلال اعتماد الإعلام على استفزاز الواقع اليومي وخلق جو من الألفة والتفاعل مع الضحايا والمتضررين وكلما 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.

7. كيفية توظيف وسائل الإعلام المحلي في التنمية:

توظف وسائل الإعلام بأشكال مختلفة في عملية التنمية، ويختلف هذا التوظيف من نظام سياسي لآخر، لأن الأمر يتوقف في غالب الأحيان على طبيعة العلاقة القائمة بين نظام الحكم والصحافة، فكلما كانت هذه العلاقة تعاونية كانت أكثر فاعلية، والمقصود هنا بتوظيف وسائل الإعلام لا يعني أن وسائل الإعلام لا تتمتع بالحرية وهي بيد سلطة معينة، بل نعني بها قدرة القائمين على العملية التنموية على فهم الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام، وكيف يجب أن تساعد هذه الوسائل في إنجاح أي مشروع تنموي، ولأن المقصود في دراستنا هذه الإعلام المحلي ومنه الإذاعة المحلية على وجه الخصوص، فإن هذه الأخيرة لها خصائص وميزات لا تتوفر في وسائل الإعلام الأخرى، حيث تعد الإذاعة من أوسع وسائل الإعلام انتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها هو

جمهور عام بجميع مستوياته ن وهي تستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية والقيود السياسية والعقبات الجغرافية التي تمنع وسائل أخرى من الوصول إلى مجتمعاتها بما في ذلك الحواجز المصطنعة كسوء العلاقات السياسية بين الدول وقلة المواصلات²⁰، كما تمتاز الكلمة المذاعة بإمكانية تسجيلها وإعادة بثها، مما يكسبها في كل مرة قوة إضافية، فضلا عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة وسرعة تجميع الجماهير حول رأي معين وخاصة في أوقات الأزمات²¹. إلى جانب أنها غير مكلفة ويمكنها أن تشبع حاجات جمهورها وميولاته واتجاهاته المختلفة أيا كان المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي أو التعليمي²².

وعلى غرار كل ذلك فإنها في مجال التنمية تلعب دورا فعلا في نقل الأخبار والمعلومات والأفكار والآراء والبرامج التنموية المختلفة، ولها دور مؤثر لدى الجهات التنفيذية والجهات الشعبية في مجالات الإرشاد الصحي والبيئي والزراعي والتسويق وغيرها من المهام. وتمكن الأفراد من اتخاذ القرار وتكشف عن مختلف خبايا المجتمع، وقد أشارت في هذا الصدد الكثير من الدراسات العربية والأجنبية أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من معلومات الفرد وخاصة أن كان التعرض يزيد عن 6 ساعات يوميا²³ وبينت دراسة أخرى في 5 دول افريقية أن الإذاعة هي المصدر الرئيسي للأنباء²⁴ وهو ما يبرز أهمية الإذاعة في العملية التنموية بصورة عامة والتنمية الاقتصادية بصفة خاصة حيث تساهم الإذاعة في تغير السلوك الاجتماعي للمجتمع وتنمية الثقافة التنموية من خلال الحصص والبرامج الإرشادية التي تبثها إلى جانب الإشهار والترويج للسلع والمنتجات الاقتصادية، وبناء ثقافة استهلاكية لدى الفرد. فكيف يوظف هذا النوع من الإعلام في التنمية الاقتصادية؟

قد لا نجد صورة نمطية لهذا التوظيف عند الباحثين في علاقة الإعلام بالتنمية لأن التعامل مع الإعلام كما سبقت الإشارة يختلف من نظام سياسي لآخر ومن مجتمع لآخر، ويتوقف أيضا على درجة فهم القائمين على العملية التنموية لأهمية ودور الإعلام ومدى ما يخصصونه له من هوامش في مخططاتهم، إلا أنه استنادا إلى وظائف الإعلام بصورة عامة وتأثيراته المختلفة على الفرد والمجتمع، وأهمية الأدوار التي يقوم بها والوسائل التي يستخدمها في إيصال المعلومة وترويجها يمكن أن يكون توظيفه بالكيفيات التالية:

* الانخراط الفعلي في تطوير الواقع والمساهمة في التنمية المحلية باعتباره محفزا وموجها وطرفا أساسيا في صناعة هذه التنمية، بمعنى أن يتجاوز مرحلة الدعاية والخطابات الإيديولوجية والإعلام النمطي إلى مرحلة الإنتاجية التي تفترض في هذا النوع من الإعلام أن يكون مساهما فعلا في ظروف ومحيط العملية التنموية الناجحة .

* أن يعرف ما يحدث من خلال استيقاء المعلومات والآراء والمواقف ومساعدة الفرد على تكوين تصور للعالم الخارجي الذي يحي فيه، ودفعه للتفاعل فيه وفي هذا الصدد يرى وليام شران أن حوالي 70

بالمائة من الصور التي يبنها الإنسان مستمدة من وسائل الإعلام²⁵، بالإضافة إلى النزول إلى أرض الواقع وتوعية العامة، أي الشعور بهوموم الناس، قبل الكتابة عنها، وعدم الاقتصار على وصف تلك الهوموم فحسب، وإنما البحث في أسبابها وعواملها الخفية و الانخراط كطرف مهم في حل مشاكل الناس، والإجابة عن أسئلتهم .

*الحضور المستمر في مختلف الأنشطة المقررة التي تقوم بها مصالح السلطة المحلية وهيئات المجتمع المدني، بل وعلى الإعلام أن يكون طرفا مهما في تلك الأنشطة، ليس لتغطية الحدث فحسب، وإنما لمساءلة الجهات المعنية، وتقديم الملاحظات الجادة، كما يتوجب على الإعلاميين المحليين الانفتاح على مكونات الدولة وهيئات المجتمع المدني، بأسلوب جاد، يركز على التعاون والتفاعل والإصغاء والنقد البناء وبناء علاقات قوية مع مصادر المعلومة التي من الضروري أن تكون جادة وذات مصداقية.

*استثمار الإمكانيات الرقمية المجانية المتاحة وذلك من خلال إنشاء مواقع تواصل وبناء شبكات معلوماتية بطريقة تساهم في نشر المعلومة وتبليغها في وقتها وبشكل صحيح وكسر الحواجز البيروقراطية التي لا تزال تحول دون نشوء علاقة تعاونية متينة بين المواطن و المسؤول وتشوش الثقة بين الصحفي والجمهور المتلقي.

*التحفيز على المشاركة في عمليات التنمية بكافة أبعادها والوصول إلى الناس في بيئاتهم المحلية من أجل إقناعهم بالانخراط في البرنامج والتعبير عن آرائهم وانشغالاتهم من أجل خلق الشعور بالانتماء.

*مواكبة التحولات ويقصد بها تأهيل الأشكال الإعلامية المحلية لتواكب التحولات الجديدة، التي أحدثتها الثورة الرقمية في وسائل نقل المعلومة والتواصل والإعلان وتبادل الخبرات والانفتاح على التجارب الوطنية والدولية، ويتوجب على مختلف المؤسسات العمومية والخصوصية، من مصالح الدولة، ومكونات المجتمع المدني، ومؤسسات التعليم، وبنوك، وشركات... أن تخوض هذه التجربة.

8. الإعلام المحلي في الجزائر (دراسة حالة):

لم يستقر مصطلح التنمية في الصحافة الجزائرية على معنى معين وواضح وظل دائما مرتبطا بمفاهيم سياسية واقتصادية طبعت مراحل التطور الاقتصادي والاجتماعي في الجزائر، فبعد التخلص من الاستعمار بدأت عملية التخلص من التبعية للاستعمار وتطوير الإعلام وتوجيهه نحو خدمة أهداف التنمية، ومرت سياسة تطوير الإعلام بمراحل مختلفة تميزت في الفترة الممتدة من 1962 إلى 1965 بتحرير مختلف وسائل الإعلام من السيطرة الفرنسية بتأميم الصحف الاستعمارية والعمل على تأسيس صحافة وطنية كجريدة الجمهورية والنصر ونقل مقر وكالة الأنباء الجزائرية من تونس إلى الجزائر مع منحها امتياز احتكار توزيع الأخبار على كامل التراب الوطني بالإضافة إلى

استعادة السيطرة على محطات الإذاعة والتلفزيون اللتين كانت اتفاقيات إيفيان تنص على بقائهما تحت السيطرة الفرنسية. وكل ذلك من خلال إصدار مراسيم ونصوص تلغي سريان النصوص الفرنسية وفي هذا الصدد يقول الرئيس الراحل بومدين "أنه من غير المعقول أن تواصل الثورة مسيرتها بقوانين غير ثورية وأن يتم تشييد الاشتراكية على أساس قوانين معدة أساسا لحماية الاقتصاد الرأسمالي" وعبر عنه بوضوح الأمر رقم 535-68 المؤرخ في 09 سبتمبر 1968، والذي جاء فيه "أنه يجب على الصحفي أن يقوم بوظيفته في نطاق عمل نضالي²⁶ وكرسه الخطاب الرسمي الذي حمل الصحفي مسؤولية الدفاع عن الثورة والالتزام بخطها، حيث جاء في خطاب ألقاه الرئيس الراحل هواري بومدين يوم 19 جوان 1970 قال أن دور الصحافة الوطنية يطرح مشكل وظيفة الصحفي ودوره، وحتى يؤدي مهمته، يجب على الصحفي أن يدافع على فكرة، يجب على الصحفي أن يحسم هل هو مع أو ضد الثورة في الجزائر الثورية؟ إنه لا يستطيع أن يكون إلا ثوريا وملتزما، لأنه الناطق الرسمي والمدافع عن صوت الثورة، بمعنى أن الصحفي والعمل الصحفي لم يكن ليخرج في هذه الفترة عن إيديولوجية الحزب، ولا عن إطار الفلسفة الاشتراكية التي تقوم على الملكية الجماعية لوسائل الإنتاج وفي ظلها تعتبر وسائل النشر والإعلام وسيلة إنتاج في شكل مؤسسات تؤدي خدمة للسلطة أو النظام السياسي الذي يسير ويدر المجتمع الاشتراكي.²⁷

كما تميزت هذه المرحلة الأولى أيضا بتوجيه النظام اهتمامه أكثر للتلفزيون والإذاعة خاصة هذه الأخيرة بسبب ارتفاع نسبة الأمية وضعف شبكة المواصلات وضعف القدرة الشرائية للمواطن وغيرها من الأسباب.

ولم يظهر الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام (دائما في إطار المفاهيم التي سبقت لها الإشارة) إلا في المرحلة الممتدة من 1976 إلى 1988، حيث أشار ميثاق 1976 إلى الدور الاستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية، ونشر ثقافة كفيلة بالاستجابة للحاجيات الجماعية مع رفع المستوى الفكري لدى الفرد ودعا إلى ضرورة استحداث قوانين وتشريعات تحدد تحديدا دقيقا حدود الصحافة²⁸، وقد عرفت بداية الثمانينات مناقشة أول مشروع لملف السياسة الإعلامية وعلى ضوء ذلك تم تحديد مفهوم الجزائر للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث يقوم على أساس الملكية العامة لوسائل الإعلام وأن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني وأداة من أدواتها في أداء مهام التوجيه والرقابة والتنشيط (بومدين في أحد خطابه كان أكثر وضوحا في تحديد مفهوم الإعلام ودور الإعلام حيث صرح قائلا "أن الصحفي مناضل وهو بذلك إما مع الثورة أو ضدها) كما لم تهمل النقاشات حول الإعلام الاهتمام بالتكوين في وسائل الإعلام وتوفير الكوادر الإعلامية اللازمة لمواكبة خطط التنمية وإشباع حاجات الجماهير إلى إعلام موضوع وجيد بالمفهوم المرتبط أيضا بما سبقت الإشارة إليه. وكان مفهوم التنمية في وسائل الإعلام سواء أخذناها

بمفهوم المحلي أو الجهوي أو الوطني يندرج أكثر تحت مفاهيم النضال والمصلحة العامة والدفاع عن مبادئ الثورة، ولا يخرج عن الأهداف التي تحددها سياسة الدولة ففي دراسة أعدها الدكتور محمد شطاح حول التنمية في الصحافة الجزائرية تدرج قطاع الفلاحة كأهم قطاع كان يستأثر اهتمامات الصحافة، وأنه بالإضافة إلى الخبر كشكل من الأشكال الصحفية المسيطرة في اهتمام الصحافة كان البريد الصحفي يستقطب أهمية كبيرة²⁹. أما في فترة التسعينات وما بعدها ومع إقرار التعددية الإعلامية، وبروز عناصر اتصال وتواصل جديدة ومتطورة حيث طلقت الكثير من وسائل الإعلام بعض المفاهيم المرتبطة بالأيديولوجيا والسياسة دون أن يعني ذلك أنها قدمت أو أنها تقدم مفاهيم جديدة وواضحة أو متفق عليها، ففي مجال الإعلام الإذاعي تحصي الجزائر إلى حد الآن 55 إذاعة ما بين محلية وموضوعاتية ومتخصصة ودولية، حيث أصبحت كل ولاية تملك إذاعتها المحلية التي تهتم بالدرجة الأولى بانشغالات سكانها وهو مكسب من شأنه أن يتدعم بقنوات خاصة في المستقبل تجسيدا لما جاء به قانون الإعلام وقانون السمع البصري استجابة للحاجة الملحة لهذا النوع من الإعلام الذي له خصوصيته وله جمهوره وقوته ونفوذه وهو يتجه أكثر إلى المعلومة الجوارية التي تشكل رهان قوته، ومنها أخذنا عينة لشبكات برمجية من ست إذاعات هي: إذاعة قسنطينة، إذاعة ميلة، إذاعة أم الوافي، إذاعة خنشلة، إذاعة سوق أهراس، إذاعة سطيف، تم اختيارهم بطريقة عشوائية لدراسة مدى الاهتمام التي توليه الإذاعات المحلية في الجزائر للشأن الاقتصادي بصورة عامة والتنمية الاقتصادية بصفة خاصة، بالإضافة إلى دراسة النصوص المنشئة لهذه الإذاعات وما تتضمنه من أهداف وغايات تنموية مرسومة لهذه الإذاعات.

أولا: فيما يتعلق بالإطار القانوني والتنظيمي:

لم تنشأ الإذاعات المحلية في الجزائر بأي مرسوم أو قانون خاص بها، بل أن جميعها كان ينشأ بتعليمات من الإدارة المركزية للإذاعة الوطنية، وحتى اليوم لا تزال هذه الإذاعات تخضع مباشرة للمديرية العامة في تسييرها وميزانياتها وحتى في إعداد شبكاتها البرمجية التي لا تخرج عن الإطار العام ودفاتر الشروط التي رسمها المرسوم رقم 91-103 المؤرخ في 20 أفريل 1991³⁰ الذي يحدد التزامات عامة وخاصة للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، بالإضافة إلى الالتزامات الخاصة بالإشهار والبرامج والعلاقات مع المنظمات الوطنية والأجنبية، كما أن أهداف الإذاعة المحلية جاءت هي الأخرى محددة في المادة 6 من المرسوم رقم 91-102 المؤرخ في 20 أفريل 1991³¹ المتعلق بأهداف ووظائف الإذاعة المركزية التي تنطبق كذلك على الإذاعات المحلية باعتبارها فروعاً تابعة للإذاعة المركزية، وجاءت كلها في إطار حديث عام عن إعلام وبث ونقل الأخبار والبرامج المتعلقة بالحياة المحلية، أما المادة 7 من نفس المرسوم فقد حددت وظائف هذه الإذاعات في إنتاج برامج ذات طابع سياسي واقتصادي وثقافي واجتماعي ورياضي وضمن التعبير التعددي والمساواة في المعالجة

واحترام كرامة الإنسان، وأداء المهمة الثقافية والتربوية المسندة لها بموجب مهمتها كخدمة عمومية. ولم يخرج النص المحدد لدفاتر شروط الخاص بالمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، الصادر في 08 فيفري 2003 الذي حدد مقاييس البث والإنتاج التي تطبق على الإذاعات المحلية وانتشال بعض الولايات الجنوبية الشاسعة كأدرار وتندوف من التأثير الإعلامي للبلدان المجاورة عن نفس الإطار العام الذي رسمته الدولة للعمل الإذاعي المحلي في إطار فلسفة ونظرة قائمة على مركزية القرار، لا يبرز فيها مجال محدد بذاته في نشاط هذه الإذاعات، وهي مشكلة يرفعها باستمرار مدراء ومسؤولو هذه الإذاعات الذين لا يتمتعون بأي استقلالية في اتخاذ القرار، وكل مبادراتهم تبقى مرهونة بالموافقة المركزية.

وليس غياب النصوص المنشئة لهذه القنوات الإذاعية هو المشكلة الوحيدة المطروحة في مجال الإعلام المسموع، بل أيضا غياب النصوص القانونية العامة والتي يفترض أن تكون هي المنطلق والأرضية للذهاب بعيدا في هذا المجال، فلم يدرج قطاع السمع البصري في قوانين الإعلام الجزائرية بشكل صريح وواضح حتى اليوم، حيث تحدث قانون الإعلام 1990 عن السماح بتحرير الموجات الإذاعية وإطلاق المشاريع الخاصة، لكن ذلك لم يترجم في أرض الواقع إلا بتحرير إنشاء إذاعات محلية تابعة للإذاعة المركزية ظلت هي الأخرى مكبلة بقوانين ومراسيم حبيسة نظرة سياسية ضيقة لمفهوم العمل الإذاعي ومفهوم الخدمة العمومية وأعطى قانون الإعلام لسنة 2012 الضوء الأخضر لفتح المجال السمع البصري ونص على إنشاء قانون خاص بذلك، تم سنه في سنة 2014³²، لكن حتى الآن لم تفعل هذه القوانين بطريقة تسمح بتحرير هذا القطاع. لأسباب يربطها البعض بعدم توفر الظروف السياسية والاقتصادية المناسبة، ويربطها آخرون بعدم وجود إرادة حقيقية لتحرير هذا القطاع وجعله يؤدي مهمته على الإعلامية ويساهم في تنمية المجتمع بشكل فعال على غرار ما يحدث في كل العالم، بالإضافة إلى أن هذه القوانين في حد ذاتها تتسم بالغموض وعدم وضوح النصوص الأمر الذي جعلها حبيسة الاجتهادات والتحليلات التي لا تزال تشكل عقبات حقيقية أمام الارتقاء بالعمل السمع البصري وبعمل الصحيفة والتلفزيون والإذاعة.

ثانيا: فيما يتعلق بالشبكات البرمجية للإذاعات المحلية:

تحتكم الشبكات البرمجية للإذاعات المحلية في الجزائر كما سبقت الإشارة إلى الإطار العام المنظم للالتزامات الخاصة بالإشهار والبرامج والعلاقات مع المنظمات الوطنية والأجنبية، لا تختلف كثيرا الشبكات البرمجية التي تعدها الإذاعات المحلية في الجزائر سواء منها العادية أو الاستثنائية، فقد بينت الدراسة من خلال نسب توزيع البرامج أن معظم الإذاعات تخصص ما بين 50 إلى 70 بالمائة في شبكاتها للبرامج الاجتماعية والتربوية والترفيهية، والنسبة الباقية توزع على برامج رياضية وتاريخية

وثقافية ودينية، لا تتجاوز فيها نسبة البرامج الاقتصادية أكثر من 3 إلى 4 بالمائة، إلى جانب الأخبار والنشرات المحلية التي تتضمن أخبارا ومعلومات اقتصادية على غرار الأخبار الأخرى .

وهو ما يعني أن المواضيع الاقتصادية لا تشكل جزءا كبيرا من اهتمامات هذه الإذاعات التي تخضع كما سبقت الإشارة إلى توجيهات وتعليمات يومية من طرف الإدارة المركزية، وهو عائق رئيسي أمام المبادرات التي يقوم بها مسؤولو هذه الإذاعات التي أصبحت تبث في معظمها 11 ساعة يوميا، خصوصا عندما يتعلق الأمر بطبيعة المكان التي تتواجد به الإذاعة، حيث أن الكثير من المناطق لا تزال تعاني مشاكل تنموية كثيرة وتحتاج إلى اهتمام إعلامي اكبر للنهوض بها في غياب إعلام مستقل منافس وقادر على استيعاب الانشغالات والمشاكل التي تعرفها التنمية المحلية في مناطق كثيرة من الوطن وسد الفراغات التي يتركها الإعلام العمومي الموجه الذي لا يصل بالضرورة إلى كل الفاعلين في العملية التنموية ويطغى على عمله الطابع الرسمي أكثر من أي شيء آخر .

كما بينت الدراسة أن الشبكات البرمجية للإذاعات المحلية تتضمن كلها برامج ذات طابع اقتصادي تختلف في تسمياتها (المجالس المنتخبة، عيون الإعلام، المجلس، المجالس المنتخبة، الفلاحة والريف، الاقتصاد والناس، فوروم الإذاعة، اضاءات، عالم الفلاحة، انجازات، بين الإدارة والمواطن، المجلة الاقتصادية، أضواء، مهن وحرف، الرأي رأيك، مهن تحت المجهر، عين على الجمعيات، ألن فنقوم- بالأمازيغية - بمعنى عيون على التنمية عبر بلديات الولاية... وغيرها) لكنها تلتقي في أهدافها وفي خطوطها العريضة إلى جانب ضيوفها ومنشطيتها، حيث تبين البطاقات الفنية لهذه البرامج أنها تستضيف ممثلي الولايات وأعضاء المجالس الولائية وحتى برلمانيين، ومستثمرين، وأصحاب مهن، ومسؤولين في قطاعات الفلاحة والصناعة والتجارة، والخدمات ومواطنين وشباب وحتى إعلاميين لاستعراض أبرز الأحداث الاقتصادية أن هذه الإذاعات تستقطب الكثير من الفاعلين في العملية التنموية، حتى وان كان ذلك لا يخرج عن إطار سياسي معين ينظر إلى التنمية بمنظور آخر ولا يتوافق بالضرورة مع متطلبات المجتمع، وفي بعض الأحيان يرسخ ما هو حزبي وسياسي أكثر ما هو تنموي حقيقة وقد يبتعد بها عن أهدافها خصوصا عندما يكون الأمر يتعلق التمكين لبرنامج سياسي أو حزبي لا يحظى بالمصداقية اللازمة .

كما تختلف هذه البرامج في فتراتها الزمنية ما بين نصف ساعة إلى ساعتين وهي بالمقارنة مع ساعات البث المخصصة تتراوح بين 6 إلى 10 بالمئة، وهي نسبة لا تبدو مقبولة خصوصا إذا عرفنا أن وسائل الإعلام لها تأثير كبير في تشكيل الرأي والمواقف وكلما كان التعرض لهذه الوسائل أكثر كلما ترسخت الرسالة الإعلامية في ذهن الجمهور، وبالتالي فإن ما تخصصه هذه الإذاعات من برامج لمواضيع التنمية الاقتصادية يبدو ضئيلا جدا بالمقارنة مع برامج أخرى ذات طابع اجتماعي وترفيهي التي تخصص لها حسب ما بينته الدراسة ما بين 45 إلى 65 بالمائة من نسبة البرامج المدرجة في

الشبكة. وذلك دون الحديث عن نسبة المشاركة والتفاعل مع هذه البرامج التي تتحاشى الإذاعات حسابها، ويربطها بعض المسؤولين بعدد المشاركات الهاتفية أو الانطباعات التي تسجلها هذه البرامج في مواقعها الالكترونية وهي مؤشرات غير كافية للحكم على فشل أو نجاح هذه الإذاعات في بلوغ رسالتها.

من جهة أخرى بينت الدراسة أن أغلبية هذه البرامج الاقتصادية يغلب عليها الطابع الإخباري أي أنها تستضيف مسؤولين من أجل تزويد الناس بمعلومات وأخبار عن واقع معين، وهو لون صحفي لا يؤدي بالضرورة إلى إقناع الناس بأي مخطط أو إستراتيجية خصوصا عندما تكون تلك الأخبار متعلقة بأرقام وأمور تقنية يصعب فهمها، إلى جانب أن المعلومة عمرها قصير في ذاكرة المتلقي على خلاف البرامج التحليلية والتفسيرية وهي تأتي بنسبة أقل في هذه الشبكات، خصوصا تلك التحليلات النقدية التي تنتقد الواقع وتحاول أن تقدم تصورات وحلول مغايرة. الأمر الذي يبقي هذه الإذاعة بعيدة عن لعب دورها كوسيلة إعلامية قريبة من المواطن تنقل همومه وتساهم في تحسين أوضاعه الاقتصادية والمعيشية كجزء من الأدوار التي أصبح الإعلام المحلي يلعبها في الوقت الراهن، حيث لا يقتصر دوره على نقل معلومة أو تحسين جانب دون آخر بل يتوجب عليه الإلمام بجملة من المعطيات والمكونات الأساسية للمجتمع والاهتمام بالتنمية البشرية وترقية المواطنة وحقوق الإنسان والصحة والبيئة وغيرها من المكونات التي يتوجب على الإعلام الاهتمام بها كعوامل تنمية بما يتناسب والتوجه الجديد الذي أصبح فيه الإنسان أكثر وعيا بأهمية المجتمع المدني في تنمية الواقع الذي ينتظم فيه. في مواجهة ما يفرض عليه من تحديات من قبل ما يعرف بالإعلام الجديد وما تسرقه منصات التواصل الاجتماعي من مساحات يوميا كانت حكرا فقط على وسائل الإعلام الجماهيري.

9. تحليل النتائج:

* بينت الدراسة أن وسائل الإعلام المحلية عموما تلعب دورا محوريا في عملية تحقيق التنمية باعتبارها وسيلة هامة لتبليغ المعلومة، وشرح وتفسير البرامج والأفكار والتصورات، إلى جانب أنها تفتح قنوات تواصل بين المسؤولين المحليين والمستثمرين وكل الفاعلين في العملية التنموية. * أن الإذاعات بصفة عامة، والمحلية منها بصفة خاصة لها خصوصيات الارتباط الجغرافي والقرب من المواطن الذي قد لا يجد الفرصة في الإذاعة الوطنية للتعبير عن انشغالاته ومشاكله بصورة مباشرة، بالإضافة إلى أنها تخاطبه في غالب الأحيان بلغة أو لهجة يفهمها ويفهم من خلالها الرسالة بطريقة سهلة ومفيدة.

* أن الإذاعات المحلية في الجزائر تفتقر للإطار القانوني والتنظيمي الذي يمكنها من المبادرة والعمل بعيدا عن توجيهات وتعليمات الإدارة المركزية التي تحتكم هي الأخرى إلى سياسة عامة لا تتماشى بالضرورة مع الأهداف المنتظرة من هذه الإذاعات في الوقت الراهن.

* أن الشبكات البرمجية لهذه الإذاعات تتم وفق توجيهات مركزية وتخضع لموافقتها مما يجعلها بعيدة عن طموحات مسؤوليها قد تكون لهم رؤية مخالفة للعمل الإذاعي المحلي بحكم احتكاكهم اليومي بالمواطن وقربهم من انشغالاته ومشاكله.

* أن البرامج الاقتصادية لا تشكل إلا نسبة لا تتجاوز 4 بالمائة من مجموع الشبكة البرمجية، وهي نسبة ضئيلة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أهمية المواضيع الاقتصادية وأهمية التنمية الاقتصادية في الجزائر التي تعاني وضعاً اقتصادياً صعباً وغير مستقر يفترض أن يحظى بأهمية أكبر في وسائل الإعلام.

* أن البرامج الاقتصادية المقدمة في الإذاعات المحلية تختلف في التسميات لكنها تلتقي كثيراً في نوعية الضيوف الذين يحضرون هذه البرامج (معظمهم من المسؤولين المحليين في جميع القطاعات يقدمون معلومات تقنية ويغلب عليها الطابع الرسمي والسياسي) مما يجعل تأثيراتها محدودة في دفع المواطن للاندماج فيها.

* أن هذه الإذاعات في حاجة ماسة إلى إعادة نظر في الأطر التنظيمية والقانونية بما يسمح لها بالمبادرة ويحررها من التبعية المطلقة للإدارة المركزية، بما يجعلها أكثر قرباً من الشأن المحلي وهموم ومشاكل المواطن الذي يجد فيها متنفساً وإطاراً للتعبير والنقاش بعيداً عن أشكال الرقابة المختلفة .

* أن التطورات الحاصلة في مجالات الإعلام والاتصال، والمنافسة القوية التي تفرضها وسائل التواصل الجديدة، تستوجب التخلص من النظرة النمطية والتقليدية لدور وسائل الإعلام في المجتمع والانتقال الفعلي إلى مرحلة تحرير هذا القطاع وجعله أكثر انفتاحاً على المحيط الاقتصادي والاجتماعي.

خاتمة:

مما سبق يمكن القول أن الإعلام المحلي يلعب دوراً كبيراً في تحقيق التنمية الاقتصادية، ويساهم بطريقة فعالة في إيصال المعلومة وشرحها وتفسيرها وهو يشكل همزة وصل حقيقية بين القائمين على استراتيجيات ومخططات التنمية وكل الفاعلين فيها من المواطنين والشركاء الآخرين، وفي الجزائر مثلما هو الحال في دول أخرى لا تزال في طور النمو لا يزال هذا النوع من الإعلام رغم أهميته الآنية والمستقبلية يواجه الكثير من العراقيل التنظيمية والقانونية التي تحول دون بلوغه الأهداف المرجوة منه وجعله أكثر قرباً من الفعل التنموي، وأكثر مساهمة في النهوض بالاقتصاد الوطني، وأن مركزية القرار في الإذاعات المحلية وانحسار المبادرة فيها بالإضافة إلى غياب الموارد الذاتية والتسيير الفوقي كلها عوامل لا تزال تعيق عمل الإعلام المحلي وتعرقل تطوره وتوجهه نحو مهنية واحترافية أكثر، ما يستدعي مراجعة عاجلة للقوانين المسيرة للإعلام المحلي وجعله أكثر انفتاحاً على المجتمع والواقع الاقتصادي حتى يساهم فعلاً في إنجاح عملية التنمية.

الهوامش وقائمة المراجع:

- ¹ "Economic Development" U.S. Department of Housing and Urban Development, Retrieved 2-1-2017. Edited .
- ² op.cit
- ³ Meir, G & Baldwin, Economic Development; 4th, Edition, Willy and Sons, Inc, USA, 1962.
- ⁴ إيهاب شوقي، التنمية الاقتصادية، مقال منشور، موقع شبكة Arab news network بتاريخ
<http://www.anntv.tv/new/showsubject.aspx?id=103598> 2015/03/16
- ⁵ إيهاب شوقي، مرجع سبق ذكره.
- ⁶ الزين منصور، تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية، ط1، الأردن، دار الراية للنشر والتوزيع، 2012، ص-ص: 83-84.
- ⁷ Bojo, Lenda, Environment and Development, economic approach, Kluwer Academic Publishers, USA, 1992, 14.
- ⁸ مجد فرارجة، مفهوم التنمية الاقتصادية، مقال منشور، موقع "موضوع" 2017/09/7 تاريخ الزيارة
<https://mawdoo3.com> 2019/05/20
- ⁹ "Economic Development" Cambridge Dictionary, Retrieved 2-1-2017. Edited. 2017
2019/05/20، 2017/09/7
- ⁹ مدحت محمد أبو النصر، إدارة وتنمية الموارد البشرية (الاتجاهات المعاصرة)، مجموعة النيل العربية القاهرة، مصر، 2007، 189.
- ¹⁰ مجد فرارجة، مرجع سبق ذكره.
- ¹¹ Development Economics, 2017, 2-1-2017
- ¹² Development Economics, 2017, 2-1-2017
- ¹³ طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002، 69.
- ¹⁴ نصر الدين العياضي، إشكالية المحلي في علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، المجلة الجزائرية للاتصال، 15، 1997، 12.
- ¹⁵ نصر الدين العياضي، إشكالية المحلي في علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، المجلة الجزائرية للاتصال، 15، 1997، 12.
- ¹⁶ زهير احداون، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2007، 85.

- ¹⁷ حميد جاعد محسن الدليمي، علم اجتماع الإعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، 129.
- ¹⁸ نفس المرجع، 129.
- ¹⁹ محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار العجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998، 41.
- ²⁰ فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، مصر، دار الفجر، 136-137.
- ²¹ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، 246-247.
- ²² عبد الحميد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية آفاق المستقبل وتحديات القرن الجديد، مصر، العربي للنشر، 1990، 88.
- ²³ عاطف عدلي العبد، دور الإذاعة في تغيير النظرة التقليدية للمرأة في القرية، رسالة ماجستير، 1979، 205.
- ²⁴ شهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية المحلية، مصر، 1980، 25.
- ²⁵ عاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، 205.
- ²⁶ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية والبصرية في الجزائر، دار الخلدونية، ط1، 2008، 18.
- ²⁷ المرجع نفسه، 18.
- ²⁸ الميثاق الوطني، 1976.
- ²⁹ محمد شطاح، التنمية في الصحافة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، الجزائر، 2004، 102.
- ³⁰ الجريدة الرسمية، العدد 19 1991/04/24.
- ³¹ الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 19، 1991/04/24.
- ³² قانون الإعلام 2012، قانون عضوي رقم 05-12 مؤرخ في 12 يناير 2012، المواد 58 إلى 63.