

دور الإعلام المحلي في تحقيق أبعاد ومتطلبات التنمية

الأستاذ: نبيل لحمر، جامعة الجزائر 3

الملخص:

نظراً للأهمية البالغة التي يحتلها الإعلام خاصة في وقتنا الحالي، تزايدت أهمية ودور وسائل الإعلام في شتى المجالات الحياتية، فأصبح عبر أجهزته المختلفة يتغلغل ضمن كل المستويات ليصل بذلك لكل الفئات المجتمعية، ونتيجة للتطور الهائل الحاصل على مستوى هذه الوسائل وتحقيقاً لمبدأ التدفق العادل والمتزن للمعلومة ظهر الإعلام المحلي وفرض نفسه بالرغم من المنافسة الشديدة في ظل ما يعرف بالثورة الإعلامية الجديدة، حيث يعتبر دعامة أساسية وركيزة مفيدة جداً في مجالات التنمية خاصة منها المحلية وذلك من خلال أدواته المتمثلة في الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون ، حيث برزت أهمية هذه الأخيرة من خلال تطويعها لخدمة قضايا التنمية ومحاولة معالجة القضايا الإنمائية...ويحاول هذا المقال الإجابة على الإشكالية التالية: فيما تكمن العلاقة بين الإعلام المحلي وأبعاد التنمية؟ وإلى أي مدى يستطيع هذا الإعلام من تحقيق متطلبات وأهداف التنمية؟

Abstract:

See the Importance of media in our modern times its importance increased is every aspect of life. At becomes through it different ways accessible to all social ranks. As a result of the great development of its different means, the local media has appeared as a crucial means that contribute greatly in the local development despite the hard competition of different means of media whether it is written or seen. At has really given a helping hand to authorities to participate seriously in the local development in all domains. This present essay tries to deal with the following question: how does media contribute to the local development, what relation does exist between the two? To what extent can media realize people's dream for development? And the objectives of development.

مقدمة:

إن القول أن متطلبات العصر الحديث خاصة في القرنين الماضي والحالي جعلت من التنمية قضية إنسانية ملحة أصبح أمراً واضحاً لا مناقشة فيه، ولعل مجرد الإشارة إلى الانفجار السكاني وإلى مشكلة الطاقة والغذاء وإلى مشكلة الفقر والبطالة وإلى الهوة السحيقة بين الدول الغنية والدول الفقيرة تكون دليلاً قاطعاً على أن التنمية مشكلة إنسانية معاصرة وحاجة لا بد منها ولا غنى عنها⁽¹⁾.

من هنا تأتي وسائل الإعلام المختلفة لتقوم بدوراً أساسياً في مجالات التنمية، حيث يمكن الاستفادة منها في المساهمة في نقل المجتمعات من حالة التخلف إلى التقدم، حيث أصبحت هذه الوسائل ضرورة حتمية يفرضها العصر والواقع المعاش، ولم تعد تعتبر من الكماليات، لا سيما بعد أن أصبح للإعلام في الوقت الراهن أدواراً ومهام أساسية في تطبيق الخطط التنموية الموسوعة من طرف مؤسسات أي دولة. حيث تشير العديد من الدراسات إلى أن هناك ارتباط عضوي بين قضيتين متلازمتين هما الإعلام والتنمية، أدى إلى ظهور الإعلام التنموي، والذي يعود الفضل الأول في استحداثه إلى العالم والباحث ويلبر شرام الذي وضع كتاب عنوانه "وسائل الإعلام والتنمية" حيث بحث في دور الإعلام التنموي وأهميته في إحداث التحول الاجتماعية والتغير والتطوير والتحديث⁽²⁾.

وبشكل عام الإعلام التنموي الفعال يعني وضع النشاطات المختلفة التي تطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة، أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع، وتوجيهها بالشكل المطلوب من أجل تحقيق والوصول إلى أهداف تتفق مع السياسات التنموية داخل الدولة الواحدة.

ومع ازداد الطلب على ضرورة إيجاد أنظمة إعلامية تحقق لامركزية في تدفق المعلومة، برز اتجاه داخل المجتمعات يهتم بهذا بمبدأ العدل في تدفق المعلومة بين الشمال والجنوب، ما جعل ببعض النظم الجديدة تبرز على الساحة الإعلامية ألا وهي أنظمة الإعلام المحلي كون هذا الأخير ركيزة أساسية في تنمية المجتمعات خاصة منها المحلية وذلك لارتباطه بالبيئة المحلية وبثقافة المنطقة التي يخاطبها، كذلك يمكن من التنسيق مع المؤسسات والهيئات المحلية وتحقيق الترابط بين الأجهزة التنفيذية والشعبية وبين الجمهور لدعم جهود التنمية، كما يمكن الإعلام المحلي من المشاركة الفعلية في خطط وبرامج التنمية، كما يتكامل مع الأجهزة المركزية حتى تتحقق التنمية بشكل قومي شامل.

انطلاقاً مما سبق أردنا أن التطرق إلى الأبعاد المعرفية والعلائقية بين الإعلام المحلي ممثلاً بوسائله (صحافة محلية، الإذاعات المحلية، التلفزيون المحلي) ومقومات التنمية، وذلك من خلال الإجابة على التساؤل التالي:

فيما تكمن العلاقة بين الإعلام المحلي وأبعاد التنمية؟ وإلى أي مدى يستطيع هذا الإعلام من تحقيق متطلبات وأهداف التنمية؟

1. الإعلام المحلي:

1.1 . تعريف الإعلام المحلي:

يطرح مفهوم الإعلام المحلي مجموعة من الإشكالات، منها إشكالية التحديد حيث في الكثير من الالتباسات، ويحيط به الكثير من الغموض، وخاصة في ظل المعطيات والمتغيرات الجديدة التي يشهدها العالم كالعولمة

وتحديد العولة الإعلامية وما ارتبط بها من ثورة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث غير هذا الوضع الجديد العديد من المفاهيم ضمن علوم الإعلام والاتصال.

وبالنسبة لمصطلح المحلي والمحلية، فهو من المصطلحات المختلف عليها، فكثيراً من تناول المصطلح تناولاً يختلف من معنى إلى آخر حسب الإطار الذي نضعه فيه، فعندما نقول أخبار محلية فنحن نعني الأخبار الخاصة الداخلية في مقابل الأخبار العالمية International أو الدولية Global، وقد تعني في نفس الوقت الأخبار المتعلقة بمجتمع محلي أو إقليم Région من أقاليم الدولة⁽³⁾.

ويمكن تعريف الإعلام المحلي على أنه: "ذلك الإعلام الموجه إلى مجتمع ضمن نطاق جغرافي محدود عبر وسائل الإعلام المختلفة المكتوبة منها والمسموعة والمرئية، وىعد الإعلام الجوّاري بصورة عامة مرآة عاكسة للمجتمع، وما ىواجهه من قضايا وإحداث ومشكلات، وهو أحياناً أداة ناجعة وشديدة التأثير في علاج هذه المشكلات وتنمية استعدادات الناس وقدرتهم لمواجهة قضاياهم الملحة وفتح آفاق أوسع أمامهم للإسهام في تطوّر المجتمع"⁽⁴⁾.

كما يمكن تعريفه على أنه: نوع من الإعلام محدود النطاق، يختص بإهتمام منطقة معينة تمثل مجتمعاً محلياً، ويمثل إنعكاساً واقعياً لثقافة ذلك المجتمع المحلي، مستهدفاً خدمة إحتياجات سكانه، ومحققاً لتفاعلهم ومشاركتهم⁽⁵⁾.

2.1. خصائص الإعلام المحلي:

للإعلام المحلي يمتاز بمجموعة من الخصائص تميزه عن الإعلام الوطني والدولي وتتمثل خصوصياته في الآتي:

أ. الإعلام المحلي محدود النطاق:

فوسائل الإعلام المحلية تبث رسائلها في مناطق صغيرة تمثل طبقات محلية أو كيانات صغرى مقارنة بالمناطق الكبيرة التي تستهدفها الوسائل الجماهيرية والإقليمية لتغطيتها، قد تمثل هذه التجمعات المحلية في مدينة صغيرة أو مجموعة مناطق تمثل فيما بينها مجتمعا محليا له خصوصياته، وقد يقتصر في بعض الأحيان على حي من الأحياء أو منطقة.

ب. الإعلام المحلي انعكاس واقعي لثقافة مجتمعه:

فهو انعكاس واقعي وحقيقي لبيئته التي ينبع منها، وهو موجه إلى مكان هذه البيئة بقيمهم وعاداتهم وتراثهم. فيعبر عن قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم التي تشكل مضمونه ومحتواه.

ج. الإعلام المحلي يستهدف خدمة احتياجات مجتمعه:

فهو أساسا موجه لخدمة احتياجات أو تلبية حاجات سكان المجتمع المحلي. مناقشا قضايا ومشكلاته مقترحا الحلول التي تناسبها.

د. الإعلام المحلي يحقق التفاعل والمشاركة:

فتفاعل الجمهور ومشاركته في وسائل الإعلام المحلية تجعل الإعلام المحلي يقترب من المفهوم الإنساني للاتصال الذي يعني تفاعلا ومشاركة⁽⁶⁾.

3.2. الإعلام المحلي في مرآة السوسيولوجيا الوظيفية:

يرى "هارولد لاسوال" أن عملية الاتصال ترمي إلى تحقيق ثلاث وظائف رئيسية:

- أ. مراقبة المحيط: من خلال الكشف عن كل ما يمكن أن يهدد أو يخل بنظام القيم لمجموعة ما، أو العناصر التي تشكلها.
- ب. ربط مجموعة الأجزاء المشكلة لمجتمع ما لإنتاج إستجابة تجاه المحيط.
- ج. نقل التراث الاجتماعي.

وقد أضاف السوسيولوجيان، بول ف. لازرسفيلد Paul F. Lazarsfeld (1901-1976) وروبرت ك. ميرتون Robert K. Merton (المولود في عام 1910)، إلى هذه الوظائف الثلاثة وظيفة رابعة، تتمثل في الترفيه، وقاما بإدماج عناصر أخرى في النموذج التأويلي، مسلطين الضوء في نفس الوقت على إمكانية حدوث إختلالات في هذا النموذج، وبروز وظائف ظاهرة وأخرى ضمنية..... وإذا كانت الوظائف الظاهرة هي تلك التي يعيها ويسعى إلى تحقيقها القائمون على الشأن الجماعي، فإن الوظائف الضمنية هي عرضية أو عارضة وليست ضمن ما تم التخطيط له. وضمن لعبة الوظائف والاختلالات هذه.

فإن مقارنة النظام الاجتماعي تعتمد على ثنائية التوازن واللاتوازن، والثبات وعدم الثبات. وكما يشير السوسيولوجي نوربير إلياس (Norbert Elias)، فإن " فكرة الوظيفة مبنية على حكم قيمي تحفيه القراءات المقدمة للفكرة واستخداماتها. فالحكم القيمي يظهر في الإيحاء، بطريقة غير إرادية، بأن الوظيفة تعني أنشطة جزء من النظام ونعتها بأنها <جيدة> بالنسبة للكل، لأنها تساهم في الحفاظ على النظام الاجتماعي الموجود..... والمؤكد، أن بعض اليقين الديني، ذي الصبغة الاجتماعية، يتداخل هنا مع التحليل العلمي ⁽⁷⁾.

أ. وظائف الإعلام المحلي للمجتمع:

يلاحظ المتابع للدراسات الإعلامية أنه لا يوجد إتفاق أساسي حول وظائف الإعلام في المجتمع وكثيرا ما يتم الخلط بين الوظائف والتأثيرات، فبينما تهتم الوظائف بالدور العام التي تؤديه وسائل الإعلام، نجد أن التأثيرات هي نتائج وتحديد لهذه الأدوار العامة، وسوف نعرض فيما يلي لآراء بعض الباحثين بشأن وظائف وسائل الإعلام في المجتمع ⁽⁸⁾:

• مفهوم ميرتون ولازرسفيلد للوظائف المجتمعية:

في الواقع هناك العديد من المحاولات لتصنيف الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام أو نسق الاتصال في المجتمع ومن ذلك ما أسهمت به المدرسة الوظيفية وبخاصة أعمال ميرتون ولازرسفيلد ودراستها حول الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، فقد طرحا سؤالاً يدور حول الأشياء الوظيفية وغير الوظيفية التي تنهض بها وسائل الإعلام في المجتمع وتوصلا إلى أن هناك ثلاث وظائف هي:

- الوظيفة الأولى: منح المكانة والوضع الاجتماعي أو الهيبة للأفراد والسياسات وبرز ذلك حين ينال الأفراد الانتباه من جانب وسائل الإعلام الجماهيرية كالمترشحين السياسيين وحملاتهم مثلاً.
 - الوظيفة الثانية: وضع المعايير الاجتماعية موضع التنفيذ عن طريق عرض المستويات الخلقية إذ تستطيع بذلك وسائل الإعلام أن تحث الأفراد على الفعل المنظم.
 - الوظيفة الثالثة: تتمثل في التخدير فوسائل الاتصال الجماهيري قادرة على أن تبقى جماهير متعددة متماشية مع أحداث العالم، كما يمكن أن تمدهم بالآراء ولكنها تؤدي كذلك إلى تكريس وقت أقل لفعل أي شيء يتعلق بتلك الأحداث أي أنها تشيع اللامبالاة والجمود⁽⁹⁾.
- مفهوم لازويل للوظائف المجتمعية: حدد ثلاث وظائف لوسائل إفتراض وجودها في جميع المجتمعات:

1) مراقبة البيئة: وذلك من خلال تجميع المعلومات وتوزيعها سواءاً أكان داخل المجتمع أم خارجه، حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المغيرة.

(2) ترابط أجزاء المجتمع في الإستجابة للبيئة: إيجاد الترابط بين أجزاء المجتمع أو ردود أفعال المجتمع تجاه البيئة المحيطة، يؤدي إلى تطور الرأي العام،.....ويرى لازويل أن خير من يقوم بهذه الوظيفة، المحررون، والصحفيون، والمتحدثون في وسائل الإعلام.

• نقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال: كان الآباء والأمهات هم الذين ينقلون التراث الثقافي الاجتماعي عبر الأجيال، وأصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور أكبر في هذا المجال. مفهوم "ولبرشرام" للوظائف المجتمعية: قدم ولبرشرام ثلاث وظائف عام يرى أنها ضرورية للاتصال الجماهيري، وخاصة في مجال التنمية الشاملة:

- (1) وظيفة المراقب: وذلك لاستكشاف الآفاق، وإعداد التقارير عن الأخطار والفرص التي تواجه المجتمع.
- (2) الوظيفة السياسية: وتتم من خلال المعلومات التي تتيح إتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة، والقرارات القيادية وإصدار التشريعات.
- (3) التنشئة: وذلك من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد المهارات والمعتقدات التي يقدرها المجتمع.

ب. وظائف الإعلام المحلي للفرد:

بعدما إستعرضنا الوظائف الأساسية التي تؤديها وسائل الإعلام للمجتمع أو الجماعة، ثمة وظائف أخرى تؤديها أو تليها وسائل الإعلام للفرد، وهي على النحو التالي:

➤ مراقبة البيئة أو إلتماس المعلومات: فنحن بحاجة إلى معلومات كثيرة عن البيئة المحيطة لنستطيع توجيه سلوكنا في الاتجاه المناسب في العديد من

الأمر السياسي والاقتصادية والاجتماعية والعاطفية أيضا. فنحن خلال ما نتعرض إليه في وسائل الإعلام يتكون لدينا مخزون من البناء المعلوماتي الذي نستعين به عند مواجهة مواقف مشابهة⁽¹⁰⁾.

➤ تطوير مفاهيمنا عن الذات: فنحن نكتشف الواقع من خلال وسائل الإعلام، ونطور النظر إلى أنفسنا وحياتنا مثلما نقرأ ونسمع ونشاهد حياة الناس في المواقف المختلفة سواء كانت حقيقية أو خيالية، ونحن نضع أنفسنا في مواقع هؤلاء الناس⁽¹¹⁾.

- 1) تسهيل التفاعل الاجتماعي: إن المعارف التي ونستقيها من وسائل الإعلام كثيرا ما تشكل قاعدة أو وسيلة للتفاهم من غيرنا من الناس، وهذه المعلومات ستصبح اهتماما مشتركا لعدد كبير من الناس الذين تعرضوا لها أو حصلوا عليها، ويبرز ذلك أكثر ما يبرز في المعلومات السياسية التي تبثها وسائل الإعلام حول الأحداث المهمة في العالم كأحداث الحادي عشر من سبتمبر في الولايات المتحدة الأمريكية، أو عناصر كثيرة في الدراما أو الأغاني والموسيقى والإعلانات...إلخ.
- 2) بديل للتفاعل الاجتماعي: يستخدم بعض الناس وسائل الإعلام كبديل للتفاعل الاجتماعي، فهي تقدم صداقة بديلة أو تفاعل بديل، وهي في هذا الدور تقوم بدور إيجابي يعين الناس على تحمل أعباء العزلة وتعبئة أوقات الفراغ بما هو نافع أو مسلٍ.

لكنها في الوقت نفسه، تفتح أفاقاً كبيرة لتشجيع العزلة بين الناس لأنها تفرض على الأفراد -في كثير من الأحيان- الإنعزال كي يتسنى لهم متابعتها ومتابعة برامجها⁽¹²⁾.

(1) التحرر العاطفي: من الوظائف الواضحة لوسائل الإعلام على مستوى الأفراد تحقيق الإسترخاء Relaxation، والتنفيس Diversion و المتعة Enjoyment الإستثارة Arousal والتخلص من الملل والعزلة.

(2) المساعدة في الهروب من التوتر والإغتراب: من الوظائف الغير منظورة لوسائل الإعلام، والتي يصعب تمييزها عن وظيفة التنفيس أو الإسترخاء، وظيفة الهروب Escape. ويعتقد الكثير من الناس أن المجتمع المتمدين الذي يسوده التنافس والتكنولوجيا، يخلق توترات كثيرة ومشاعر الإغتراب لدى العديد من الأفراد. وللتخلص من هذا الإغتراب تقدم وسائل الإعلام أساليب عديدة للهروب، فهي ببساطة تجعلنا نتناسى همومنا ومشكلاتنا من خلال الانخراط أو الإندماج في مراقبة ومتابعة حياة الآخرين سواء في الأعمال الدرامية أو الاجتماعية أو الترفيهية... إلخ

(3) خلق طقوس يومية تمنحنا الإحساس بالنظام والأمن: هناك رأي قوي مفاده أن الناس يحتاجون إلى تنظيم حياتهم اليومية بوضوح، وتؤدي وسائل الإعلام وظيفة التنظيم أو جدولة الحياة اليومية لبعض الأفراد، فهي تخلق عادات يحرص الفرد على المحافظة عليها. ويتيح استخدام وسائل الإعلام كطقوس في الحياة اليومية منح بعض الناس الشعور بالأمن⁽¹³⁾.

يجمع أغلب الباحثي في مجال الإعلام والاتصال أن المستقبل الإعلامي في العصر الحديث، إنما يتصل بالإعلام الإقليمي أو المحلي أو حتى الجوّاري لما يتصف به من قرب من الجمهور وإهتماماته أثر من إتصاله بإعلام العاصمة الكبرى، في عصر اللامركزية السياسية والاقتصادية والإعلامية بالتالي.

إن الدور الذي تنهض به وسائل الاتصال المحلية آخذ في النمو سواء في الدول النامية أو في الدول المتقدمة. وكثيرا ما تقدم وسائل الإعلام الجماهيرية على مساعدة وسائل الإعلام المحلية، إذ تستعين بما أوتيت من تكنولوجيا حديثة في تزويد المجتمعات المحلية الصغيرة أو النائية بمرافق جديدة كمحطات الإذاعة التي تمولها هيئة مركزية وتقوم عليها إدارة محلية.

غير أن المجتمعات المحلية والأفراد يبادرون أيضا إلى إيجاد وسائلهم الخاصة بهم والتي تشمل مجموعة ومنوعة كبيرة من وسائل الإعلام يذكر منها صحف الحائط والصحف المحلية والنشرات المستنسخة والصور والملصقات والإذاعات المحلية ومكبرات الصوت الجواله والكتيبات والشرائح والأشرطة المسجلة والمعارض والأسواق المحلية والإستعراضات والمهرجانات ومسارح العرائس المتحركة وقوافل الثقافة المتجولة ومسرح الشارع وقائمة لا نهاية لها من الأساليب والوسائل المتشابهة. وكثيرا ما تستخدم لأغراض اجتماعية مثل تشجيع مشروعات التنمية المحلية الخاصة بالصحة العامة، أو الأنشطة الدينية والسياسية، وكذلك كل ما يتصل بالمبادرات التي تستلزم مشاركة السكان المحليين⁽¹⁴⁾.

4.2. ديمقراطية الاتصال والإعلام المحلي:

تعد الحقوق الفردية في مجال الاتصال من الأمور الأساسية في هذه القضية ومن الملاحظ أن الحقوق الفردية تنطوي على:

- الحق في المعرفة: أي حق الفرد في أن تعطى له المعلومات وأن يسعى إليها بالطريقة التي يختارها....ويتنهدك هذا الحق إذا حجبت عنه المعلومات عن عمد أو روجت معلومات مزيفة أو مشوهة.
- الحق في التعبير عن نفسه، أي في أن يعطي الآخرين الحقيقة كما يراها عن ظروف حياته وطموحاته وحاجاته وشكاواه، ويتنهدك هذا الحق إذا أسكت

صوته بالترويع أو العقاب أو إذا حرم من حقه في الإنتفاع بقنوات الاتصال.

الحق في المناقشة، لأن الاتصال ينبغي أن يكون عملية غير محدودة للإستجابة والتفكير والنقاش، ويؤمن هذا الحق اتفاقا حقيقيا بشأن العمل الجماعي ويمكن الفرد من التأثير على القرارات التي يتخذها أولئك الذين بيدهم السلطة⁽¹⁵⁾.

وفي الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي أقرته الأمم المتحدة في 10 ديسمبر 1948 تحدد المواد التالية هذه الحقوق:

■ المادة 12.

■ لا يجوز تعريضُ أحدٍ لتدخلٍ تعسُفي في حياته الخاصة أو في شؤون أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، ولا لحملات تمسُّ شرفه وسمعته. ولكلِّ شخص حقٌّ في أن يحميه القانونُ من مثل ذلك التدخل أو تلك الحملات.

■ المادة 19.

■ لكلِّ شخص حقُّ التمتع بحريّة الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحقُّ حرّيته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقّيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود.

■ المادة 20.

■ (1) لكلِّ شخص حقٌّ في حرّيّة الاشتراك في الاجتماعات والجمعيات السلمية.

■ (2) لا يجوز إرغامُ أحدٍ على الانتماء إلى جمعية ما.

• ركائز مبدأ ديمقراطية الاتصال:

ثمت إتفاق بين عدد من الخبراء الإعلاميين والباحثين في مجال الإعلام على أن تنوع وتعدد وسائل الإعلام الإقليمية والمحلية داخل الوطن إنما يساعد على تحقيق الحق في الاتصال كما أنه يدعم مفهوم ديمقراطية الاتصال.

ويقوم الإعلامي "سعد لبيب أن" الحاجة إلى الاتصال هي من الحاجات الإنسانية التي نشأ منذ نشوء المجتمعات البشرية، حاجة البشر لكي يتصل بغيره من الأفراد، يتبادل معهم المعلومات والأفكار ويعبر عما في نفسه، ويتلقى من الآخرين ما لا يعرف، وقد كان الإنسان يعتمد في هذا على الاتصال المباشر مع الآخرين فرادى أو جماعات، والآن أصبح أمام الإنسان العديد من هذه الوسائل. على أن تغير هذه الوسائل وتعددتها لا يعني تغيراً في طبيعة هذه الظاهرة الاجتماعية، بل المفروض أن تطور (وسائل) الاتصال والتبليغ ونقل المعلومات، يؤدي إلى تنمية هذه الظاهرة، وبالتالي تنمية المجتمعات البشرية ذاتها⁽¹⁶⁾.

ومن هنا نشأ الحديث عن الحق في الاتصال الذي يستند في ما يستند إليه إلى المادة التاسعة عشر (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والذي ينص على أن " لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود⁽¹⁷⁾."

كما نشأ الحديث عن ما أصبح يسمى ديمقراطية الاتصال وهو المبدأ الذي يدعو إلى ضرورة توفير الوسائل المناسبة لكل فرد وكل مجتمع إنساني، للإنتفاع بوسائل الإعلام والمشاركة في نشاطها. وديمقراطية الاتصال هي أحد أوجه الديمقراطية السياسية⁽¹⁸⁾.

إن الدعوة إلى تحقيق ديمقراطية الاتصال دعوة ذات دلالات كثيرة مغزاها أعمق بكثير مما يعتقد العامة، ومن الواضح أنها تشمل توافر وسائل أكثر عددا وتنوعا لمزيد من الناس، إلا أن تحقيق الديمقراطية لا يمكن حصره في

جوانب كمية. إنه يعني إنتفاع عامة الجمهور بوسائل الإعلام الحالية على نطاق أوسع⁽¹⁹⁾.

ويمكن حصر مبدأ ديمقراطية الاتصال من خلال ثلاثة ركائز أساسية هي:

- الإنتفاع:
- ففي ظل غياب ديمقراطية الاتصال تبقى وسائل الإعلام حكرا على النخبة الحاكمة وغير معبرة على كافة القوى السياسية والاجتماعية الأمر الذي يؤدي إلى تزايد فجوة ثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام وضعف فعالية وسائل الإعلام⁽²⁰⁾.
- الحق في الاتصال:
- ويعتبر الحق في الاتصال امتداد للتقدم المستمر نحو الحرية والديمقراطية. ففي كل عصر كافح الانسان لكي يتحرر من القوى المسيطرة-سياسية واقتصادية واجتماعية ودينية-التي حاولت أن تحد من الاتصال. ولم تستطع الشعوب والأمم أن تحقق حرية التعبير والصحافة والإعلام إلا بفضل الجهود الصادقة والدائبة. واليوم ما زال الكفاح مستمرا لتوسيع نطاق حقوق الإنسان...إن المطالبة بتدفق المعلومات في اتجاهين وبتبادل حر، والانتفاع بالإعلام والمشاركة فيه-تضفي بعدا نويا جديدا على التجربة التي حققتها الأجيال السابقة جيلا بعد جيل⁽²¹⁾.

وكخلاصة يمكن تعريف الحق في الاتصال على أنه "الحق الطبيعي للفرد في أن (يتجمع) مع الآخرين وأن يعبر عن نفسه وأن (يعرف) بصرف النظر عن المصدر الذي تأتي منه هذه المعرفة".

1) المشاركة:

تعد المشاركة عامة مفهوما إجتماعيا وديمقراطيا ففكرة مساهم المواطنين العاديين في تحقيق الصالح العام تتناغم مع مفهوم الديمقراطية، مما يتيح للفرد أن يلعب دورا بارزا في الحياة السياسية والإجتماعية لمجتمعه، أما من ناحية إتصالية فهي تحقق ديمقراطية الإتصال ونعني بها أن يصبح الفرد شريكا إيجابيا في عملية الإتصال وليس مجرد هدف له وأن يتنوع مضمون الإتصال بما يتيح فرص الإختيار ويجعل الفرد قادرا على تكوين آراءه وإتخاذ قراراته، أما على مستوى التخطيط فتشمل المشاركة على حق الجمهور في الإسهام في صياغة سياسات مؤسسات الإتصال، وتشمل تحديد الأهداف وعناصر الإدارة والبرامج المستقبلية، وأيضا حق الجمهور في مؤسسات الإتصال وفي عمليات الإنتاج والإدارة والتخطيط، وربما تتضمن المشاركة أكثر من تمثيل وإستشارة الجمهور في صنع القرار، إلى جانب تصحيح إتجاه الإتصال الرأسي للجمع بينه وبين الإتصال الأفقي، وتشجيع الجمهور على إبداء وجهات نظر نقدية ثقافية أو إجتماعية أو إقتصادية⁽²²⁾.

ثانيا) التنمية والإعلام التنموي:

I. التنمية.

حددت الجمعية العامة للأمم المتحدة في العام 1972، يوما عالميا للإعلام الإنمائي، يراد منه لفت انتباه الرأي العام العالمي لمشاكل التنمية والحاجة إلى تعزيز التعاون الدولي من أجل حلها، وقررت الجمعية العامة أن يتوافق تاريخ هذا اليوم العالمي من حيث المبدأ مع يوم الأمم المتحدة في 24 تشرين الأول/أكتوبر، وهو التاريخ الذي اعتمدت فيه، في عام 1970، الاستراتيجية الإنمائية الدولية الثانية لعقد الأمم المتحدة الإنمائي. ورأت الجمعية العامة أن من شأن تحسين نشر المعلومات وتعبئة الرأي العام، ولا

سيما بين الشباب، أن يؤدي إلى مزيد من الوعي بمشاكل التنمية، وبالتالي، تعزيز الجهود في مجال التعاون الدولي من أجل التنمية⁽²³⁾.

1. التنمية: المفهوم والدلالات

لقد مر الفكر التنموي بتحويلات كبيرة انتقلت في أفكار التنمية من المفهوم الكلاسيكي، الذي ركز على النمو الاقتصادي إلى مفهوم التنمية البشرية المستدامة، الذي ركز على الوجه الإنسانية للتنمية وهموم الناس وحقوقهم وواجباتهم الاقتصادية والاجتماعية، فقد اقتصر الفكر التنموي التقليدي على معالجة المشكلات التي انبثقت عن خصائص وواقع حياة الدول دون أن تتعامل مع الإنسان كمستهلك ومنتج أو فيما يتعلق باحتياجات غالبية الناس⁽²⁴⁾.

تعني التنمية إصطلاحاً زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات شاملة ومتكاملة مرتبطة بحركة المجتمع تأثيراً وتأثراً مستخدمة الأساليب العلمية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والإدارة⁽²⁵⁾.

لقد جاء في تعريف هيئة الأمم المتحدة في العام 1955 أن التنمية هي العملية المرسومة لتقدم المجتمع جميعه اقتصاديا واجتماعيا، اعتمادا على اشتراك المجتمع المحلي ومبادئه. ثم عرفت في عام 1956 تعريفاً آخر باعتبارها العمليات التي يمكن بها توحيد جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية ولمساعدتها في الاندماج غي حياة الأمة والمساهمة في تقدمها بأقصى قدر مستطاع⁽²⁶⁾.

وقد برز مفهوم التنمية Development بصورة أساسية منذ الحرب العالمية الثانية، حيث لم يستعمل هذا المفهوم في عصر الاقتصادي البريطاني البارز آدم سميث²⁷ في الربع الأخير من القرن الثامن عشر وحتى الحرب العالمية الثانية إلا على سبيل الاستثناء، فالمصطلحان اللذان إستخدما للدلالة على

حدوث التطور المشار إليه في المجتمع: التقدم المادي Material Progress، أو التقدم الاقتصادي Economic Progress.

كما برز مفهوم التنمية بداية في علم الاقتصاد حيث استخدم للدلالة على عملية إحداث مجموعة من التغيرات الجذرية في مجتمع معين، بهدف إكساب ذلك المجتمع القدرة على التطور الذاتي المستمر بمعدل يضمن التحسن المتزايد في نوعية الحياة لكل أفراد⁽²⁷⁾.

ويعتبر الباحث عاطف عدلي العبد والباحثة نهى العبد أن أدق التعاريف للتنمية تعريف الدكتور محمد الجوهري بأنها مجموع ظواهر التغير الثقافي الديناميكي الواعي والموجه (وهو لب عملية التنمية)، وخاصة تعبئة وتنشيط العناصر الثقافية التي كانت ثابتة أو جامدة -نسبيا- فيما مضى وهي العناصر الروحية والفكرية والمادية وتخفيف وطأة أساليب السلوك التقليدية وإعادة صياغتها أو التخلص من بعضها نهائيا إذا لزم الأمر، حيث يمكن التمييز بين ثلاث مستويات للتعبئة داخل العملية التنموية⁽²⁸⁾.

- المستوى الأول وهو المستوى التكنولوجي، ويتمثل في تغير أساليب الإنتاج، والنقل، والاتصال، والتوزيع، وذلك بهدف الوصول إلى علاقة أكثر ملاءمة بين التكلفة والعائد.
- المستوى الثاني وهو المستوى الاقتصادي، ويتمثل في التوصل إلى طرق أكثر إنتاجية وأكثر كفاءة في مجالات التنظيم، والتخطيط، وتوزيع العائد.
- المستوى الثالث والأخير وهو المستوى الاجتماعي، ويشعب بدوره إلى النقاط الفرعية الثلاث التالية:

✓ تحريك النظام الاجتماعية وتعبئته بصفة عامة.

✓ الحراك الأفقي أو الجغرافي (أي المكاني).

✓ الحراك الرأسي.

وتعد التنمية عملية ديناميكية، شاملة، ومعقدة وعميقة وواعية ومقصودة ومدروسة تتم بالإنسان ومن أجل الإنسان، وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة في المجتمع. وفي مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية، وهذا ما يؤكد أنها عملية مرتبطة بالظروف الخاصة والإمكانات والموارد المادية والبشرية، ومن ثم لا يمكن استيرادها أو استعادتها جاهزة، بل هي مشروع يجب العمل على إيجاده.

إن التنمية ليست عملية اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو تربية منفردة بل هي مزيج من هذا كله، وربما تعددها إلى جوانب أخرى غيرها. وهي عملية إنسانية هادفة، وواعية، ودائمة التغيير⁽²⁹⁾.

فالتنمية عملية مركبة ومتداخلة، يصعب الفصل بين مكوناتها المتفاعلة التي تساهم مجتمعة وبنسب متفاوتة في تحقيق وإنجاح البرامج المسطرة في عملية التنمية⁽³⁰⁾.

وإذا كانت العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإدارية تمثل بصفة عامة عناصر تقويم المجتمعات ومقياس تطورها الحضاري، فقد أصبح من الضروري لأي مجتمع ينشد الانتقال من مرحلة التخلف إلى مرحلة التقدم أن يتعرف بدقة على أوضاعه الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإدارية لتحديد ما يجب تغييره من هذه الأوضاع لكي يجتاز مرحلة التخلف التي تجثم على صدره، وتزيد مشاكله يوما بعد يوم⁽³¹⁾.

وقد اتسم مفهوم التنمية بالمرونة و التمحور عبر جميع مراحل الفكر الإنساني، وازداد تخصصاً بعد الحرب العالمية الثانية وبالذات خمسينات القرن الماضي، بعد تزايد الاهتمام بقضايا التخلف و التنمية نتيجة لتعاظم حركات التحرر في البلاد المستعمرة، وانتشار جمعيات المناهضة للعبودية في بقاع العالم،

وتركز الاهتمام في كيفية مواجهة المشاكل الأساسية : الفقر - التخلف -
التبعية⁽³²⁾.

فهي قضية إرادة ومسألة إدارة تتوجه بموجبها جهود المجتمع وفقاً لأقصى ما
تسمح به إمكاناته إلى تحقيق الآتي⁽³³⁾:

- ✓ تعميق أسس المشاركة السياسية في اتخاذ القرار على جميع المستويات.
- ✓ تهيئة البيئة الثقافية التي تسمح بأقصى إمكانات العطاء والإبداع وتحقيق الذات.
- ✓ توفير ضمانات الأمن الشامل على مستوى الفرد والمجتمع الوطني.
- ✓ تصفية بناء التبعية وإبطال مفعول آلياتها.
- ✓ تكوين قاعدة لإطلاق طاقات إنتاجية ذاتية ودائمة.
- ✓ تأكيد ضرورة الترابط بين الجهد والمكافأة.
- ✓ توفير الاحتياجات الأساسية ومتطلبات الوجود الحيوي.
- ✓ تهيئة المجتمع لأداء رسالته الحضارية.

2. خصائص التنمية:

يمكن استنتاج أهم خصائص التنمية، وهي كالآتي⁽³⁴⁾:

- التنمية عملية وليست حالة، وبالتالي فإنها مستمرة ومتصاعدة تعبيراً عن احتياجات المجتمع وتزايدها.
- التنمية عملية مجتمعة يجب أن تساهم فيها كل الفئات والقطاعات والجماعات في المجتمع.
- التنمية عملية واعية إذن هي ليست عملية عشوائية بل محددة الغايات والأهداف.

- التنمية عملية موجهة بموجب إدارة للتنمية تعني الغايات المجتمعة وتلتزم بتحقيقها.
- إيجاد تحولات هيكلية تمثل إحدى السمات التي تميز عملية التنمية الشاملة عن النمو الاقتصادي.
- هذه التحولات بالضرورة هي تحولات في الإطار السياسي والاجتماعي والاقتصادي.
- بناء قاعدة وإيجاد طاقة إنتاجية ذاتية لا تعتمد على الخارج أي أن تكون مرتكزات البناء محلية.
- تحقيق تزايد منتظم، أي عبر فترات زمنية طويلة.
- زيادة في متوسط إنتاجية الفرد، أي-بتعبير إقتصادي آخر-تزايد متوسط الدخل الحقيقي للفرد.
- تزايد قدرات المجتمع السياسية والاقتصادية ويجب أن يكون التزايد تصاعديا وهو الوسيلة لبلوغ غاياته.
- الإطار الاجتماعي - السياسي: يتضمن آلية التغيير وضمانات استمراره ويتمثل ذلك في نظام الحوافز القائم على أساس الربط بين الجهد والمكافأة.

II. الإعلام التنموي:

تحتل نشاطات الإعلام مكانة هامة في اقتصاد أي دولة ممن دول العالم، ويتجلى ذلك من خلال الاستثمارات المخصصة لهذا المجال من جهة وفرص العمل المتاحة للعمال من جهة أخرى، حيث أضحت هذا القطاع أي المجال الإعلامي يحتل مراتب متقدمة في اقتصاديات الدول خاصة المتقدمة منها، كذلك يتفق الجمع أن بدون هذه الأجهزة الإعلامية لا يمكن ولم يكن

بالإمكان التطور على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، إذ تعتبر من بين الأدوات الأساسية ومن الدعائم الهامة في مجالات التنمية ككل، حتى ولو أنها ساعدت في اتساع الهوة تشكل أكثر تعقيدا بين الشمال والجنوب.

1) مفهوم الإعلام التنموي وخصائصه:

يعرف الدكتور أديب خضور الإعلام التنموي بأنه "المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية التي تعالج قضايا التنمية" ويعد الدكتور وجيه الشيخ الإعلام التنموي فرعاً أساسياً ومهماً من فروع النشاط الإعلامي. ويعني من حيث الأساس، وضع النشاطات المختلفة التي تضطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة.

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 ومصلحة المجتمع العليا⁽³⁵⁾.

ويعتبر الإعلام التنموي من أهم أنواع الإعلام ويغطي باقي أنواع الإعلام، لا بل يستعين بها وتجري تلك الأنواع من الإعلام جرياً متناسقا مع الإعلام التنموي نظراً لأن أنواع التنمية أيضاً مترابطة مثل التنمية السياسية والتنمية الإدارية والتنمية الاقتصادية عموماً.

ومن هنا ندرك معنى أو مفهوم الإعلام التنموي⁽³⁶⁾:

ذلك أن الإعلام التنموي هو نوع من أنواع الإعلام عموماً وكلمة إعلام لها علاقة عريضة بنقل الأخبار من أجل إحداث تغيير ما ولاسيما في الرأي العام، ولذا نجد أن كلمة إعلام لها علاقة عريضة بنقل الأخبار والأنباء وأنباء الحوادث والعوارض والأزمات والمشاكل وحلها ومن التعاريف التي أطلقت على الإعلام نجد:

- عملية نشر المعلومات والأخبار عبر وسائل الاتصال.
- تزويد الجمهور بالأخبار الحقيقية لتكوين رأي عام صحيح.
- فن استقصاء المعلومات والأخبار والبيانات ونشرها.
- تزويد الناس بالمعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة.
- التعبير عن ميول واتجاهات الجماهير.

ومن خلال ما تقدم يمكن القول على الإعلام التنموي أنه فرع من فروع الإعلام تسعى من خلالها الدولة ممثلة في مؤسساتها أو جهة أخرى إلى تقديم معلومات وأخبار وأنباء للناس حول قضايا تنموية تهم حياتهم بمختلف الوسائل الإعلامية على حسب الهدف المراد بلوغه، وذلك في مختلف المجالات سواء كانت الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو السياسية.... إلخ. وذلك بهدف تغيير أو تعديل سلوكياتهم أو اتجاهاتهم التي يعتقد أنها خاطئة أو تدعيم أخرى يعتقد أنها تنموية.

خصائص الإعلام التنموي⁽³⁷⁾:

أولاً: يتميز الإعلام التنموي بكونه إعلام هادف يهتم بتحقيق الأهداف الأساسية للمجتمع ويقوم بدور رئيسي في التنمية من خلال كونه حلقة وصل بين احتياجات الجمهور وبين مؤسسات الدولة والمجتمع وما تقوم به، وكذلك يعزز مشاركة الجمهور في التعبير عن احتياجاتهم وآرائهم بخصوص الأوضاع الحالية والقضايا المطروحة.

ثانياً: مصمم بداية ليكون جزء من خطة التنمية وعامل جوهري لإحداث تغيير تنموي في المجتمع.

ثالثاً: متكامل وشامل، يرتبط بنواح اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية وتربوية، كما يعمل على إقناع الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي من أجل التنمية ودورهم في خطة التغيير تلك.

رابعاً: هو إعلام مرتبط بالواقع في معالجته لقضايا المجتمع غير مبالغ أو مزيف أو بعيد عما يهم الناس، فأحد وظائفه الأساسية هي اكتساب ثقة الأفراد في المجتمع في دقة المعلومات والتعبير الصادق الواقعي عن همومهم واحتياجاتهم. خامساً: هو إعلام متطور ومعاصر، فبدون شك أن الإعلام الإنمائي كأحد محاور التنمية الجوهرية هو إعلام معاصر لكل التطورات التي تطرأ على الوسائل الإعلامية وتقنياتها الحديثة ويبحث دائماً عن أحدث وأسرع السبل للوصول إلى الجمهور بطرق متنوعة.

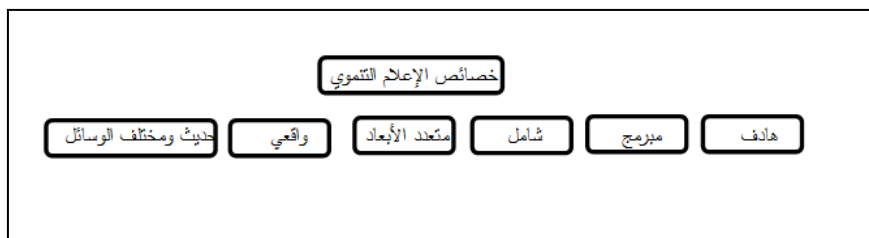
سادساً: الإعلام الإنمائي إعلام مفتوح على العالم يدعم ثقافة الحوار والاستفادة من التجارب العملية لدول أخرى ونقلها وتوفير قنوات التواصل بين جمهوره المحلي والدولي، وبلا شك إعلام يطور قدرته على الوصول لجمهور عالمي وليس محلي فقط.

ويمكن تلخيص خصائص الإعلام التنموي فيما يلي⁽³⁸⁾:

- هو نشاط إعلامي هادف يسعى بالدرجة الأولى إلى تحقيق أهداف وغايات اجتماعية مستوحاة من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الجوهرية.
- وهو إعلام مبرمج مخطط يرتبط بخطة التنمية ويدعم نجاح هذه الخطة.
- إعلام شامل متكامل الهدف منه مخاطبة الرأي العام وإقناعه بضرورة التغيير الاجتماعية الذي تقتضيه التنمية.
- إعلام متعدد الأبعاد بحيث يشمل البعد الاقتصادي والاجتماعية والسياسي والتربوي والمالي والإداري.
- يجب أن يكون الإعلام التنموي واقعي في الأسلوب والطرح وأن يكون واضحاً، وأن يقول الحقيقة بصدق كما هي بلا تزويق ولا تجميل، وأن يستند على حجج وبراهين منطقية في إقناع الناس،

عندئذ يحظى الناس بالقبول والاستحسان من قبل الناس بقدر ما يلامس الواقع ويعبر عن هموم الناس ومشاكلهم وطموحاتهم الفعلية.

ويمكن توضيحها في النموذج التالي⁽³⁹⁾:



2) ركائز الإعلام التنموي في التغيير الاجتماعي:

يقوم دور الإعلام التنموي في التغيير الاجتماعي على أربع ركائز أساسية هي⁽⁴⁰⁾:

أ. الاعتراف المتزايد بالدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع بغض النظر على طبيعته، ومن هنا يأتي التعليم بالدور الهام الذي تؤديه وسائل الإعلام في مختلف المجتمعات سواء المجتمعات التقليدية أو النامية، أو المجتمعات الانتقالية، أو المجتمعات الحديثة أو المتقدمة على الرغم من الفروق الرئيسية لدور الإعلام طبقاً لطبيعة المجتمع واحتياجاته الإعلامية.

ب. اختلاف الاحتياجات الإعلامية للدول المتقدمة والمجتمعات المتحضرة، ذلك أن الدول النامية تواجه العديد من المشكلات التي يقوم الإعلام بدور كبير في مواجهتها والإسهام في التغلب عليها ومقاومتها-

بالتكامل مع السياسات والأساليب الوطنية الأخرى - كما أن التنمية الوطنية هي في مضمونها الحقيقي عملية حضارية لا تكتمل إلا بازدياد درجة الوعي الوطني وتوافر الرغبة الحقيقية في التغيير الاجتماعي لدى المواطنين ويقوم الإعلام بدور الوسيلة الرئيسية في تحقيق تطوير وتقدم المجتمع اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً عن طريق ما ينقله إلى أفراد المجتمع من أفكار وقيم ومفاهيم تسهم في رفع مستواهم الفكري والثقافي.

ج. عدم وجود حدود لحدوى وسائل في التنمية الوطنية حيث تفرض طبيعة التنمية الاقتصادية والاجتماعية مهمات متعددة تستطيع وسائل الإعلام الاضطلاع بالكثير منها، ومن هنا فإن العبرة ليست بازدياد انتشار الوسائل الإعلامية وتواجدها بأعداد كبيرة فقط ذلك ان زيادة أجهزة الراديو والتلفزيون والصحف لا تحدث بالضرورة زيادة مقابلة في درجة التغير الاجتماعي ولكنها تستطيع أن تؤدي البعض الآخر.

(3) وظائف الإعلام التنموي:

يتزايد دور الإعلام التنموي في أي مجتمع من أجل تحقيق أهداف استراتيجية موجهة لقضايا التنمية، من خلال مجموعة من الوظائف⁽⁴¹⁾.

■ الأخبار: حيث يقوم بنقل الأخبار بمختلف أنواعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية سواء كانت محلية أم عالمية، وقد ساعد التطور التقني لهذه الوسائل وانتشار الفضائيات على جعل العالم قرية كونية فأصبح الإنسان أكثر اتصالاً بالعالم الخارجي فضلاً عن اتصاله بمجتمعه.

■ الإعلام والتعليم: حيث تقوم وسائل الإعلام نوعاً من المعلومات المنهجية لتدعيم عملية التعليم الرسمي أو معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم غير الرسمي.

- **ترابط المجتمع:** حيث تعمل وسائل الإعلام على ترابط المجتمع والحفاظ على كيانه ومعتقداته وعاداته وتقاليده وتوحيد أهدافه وربط الأفراد بعضهم ببعض وربطهم بحكومتهم، فوسائل الإعلام في المجتمع كالجهاز العصبي في الجسم كلاهما يعمل على تماسك الأعضاء وتنسيق حركاتها.
- **الرقابة:** حيث تلعب وسائل دوراً مسانداً للحكومة في الرقابة والإشراف على البيئة التي يتم فيها الاتصال، وذلك لكشف ما يهدد قيم المجتمع ويؤثر فيها، كما تلعب دوراً رئيسياً في الدفاع مصالح الناس، وهي وظيفة ملحة في العالم الثالث حيث تحتاج هذه الدول إلى تعبئة جهودها الوطنية من الكفاءة، والفشل في إدارة المشاريع وتنفيذها، وهذه وظيفة أساسية لتقدم المجتمعات.
- **تكوين الآراء والاتجاهات:** حيث تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في تكوين الرأي العام، وقد يتصل بهذه الوظيفة ترتيب أولويات ووضع الأجندة حيث تعد تكتيكاً خاصاً يستخدم لتكوين الآراء، وترتيب الموضوعات لدى الجمهور حسب أولوياتها وحسب التركيز التي تلقاه من قبل وسائل الإعلام.
- **الترفيه:** حيث تعمل وسائل الاتصال على تحقيق بعض الإشباعات النفسية والاجتماعية لإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع، من هنا لجأت إلى التنوع في برامجها من حيث الشكل والمضمون - ويمهل العديد من دارسي الإعلام أهمية الدور الترفيهي في العملية التنموية برغم أهميته، بالإضافة إلى أن الترفيه يعمل على الحفاظ على جمهور الوسيلة الإعلامية بدلاً من تسربه إلى الوسائل المنافسة.

- الإعلان والترويج: وهي من الوظائف الرئيسية للاتصال لخدمة المنتج والمستهلك والوسيلة التي يتم فيها الإعلان بما ينشط الحركة الاقتصادية والتجارية والوطنية والعالمية.

4) وضعية الإعلام التنموي في الدول النامية والمنطقة العربية

إن المفكرين في الدول النامية ورجال التنمية خاصة لم يهتموا بالإعلام ولم يدركوا دوره في التنمية وصرفوا اهتماماتهم إلى الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للتنمية ومتطلباتها ومقوماها واحتياجاتها متجاهلين أهمية الإعلام في التنمية ودوره، مفترضين إمكانية نجاح التنمية بلا إعلام، ولم يروا دوراً للإعلام إلا في قضايا ثانوية وغير السلوك اليومي وقواعد المرور والطب الوقائي والإرشاد الزراعي، وتجاهلوا العلاقة الوثيقة بين الجماهير والتنمية من خلال تجاهلهم لدور الجمهور حيث المجال الفعال للإعلام ولأهمية تفاعل الناس مع التنمية وإهمال حق الناس في التعبير عن التنمية وتواصلهم مع قيادات عملياتها وعدم اهتمامهم بمعرفة رجع الصدى الذي يمكن أن تقدم وسائل الإعلام خلاصته لهم.

ويضاف إلى ذلك عدم اهتمام خطط التنمية في البلدان النامية بتدريب إعلاميين في شؤون الإعلام التنموي وتركت وسائل الإعلام تحتهد وتتحول إلى أبواب بالمنجزات التي قد تكون وهمية في أحيان كثيرة والتي توهمت وسائل الإعلام بأنها التنمية بعينها، الأمر الذي جعل وسائل الإعلام تهمل تأكيد مفاهيم ثقافية وقيمية وتربوية جديدة ترافق خطط التنمية⁽⁴²⁾.

ويذكر تقرير التنمية الإنسانية لعام 2002 الإنجازات الحكومية العربية على الشكل التالي: إنشاء مؤسسات اقتصادية مشتركة مهمة، مثل الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، وصندوق النقد العربي، والمؤسسة العربية لضمان الاستثمار؛ وكذلك زيادة الاهتمام بالمشاريع العربية المشتركة، وعلى رأسها الشبكة العربية الكهربائية؛ وتحقيق إنجازات هامة في مجالات

حرية انتقال المواطنين ومزاولة الأنشطة المهنية والتجارية وتنسيق وتوحيد التشريعات.

ولكن تلك المشاريع أو الإنجازات لم تلحظ الإعلام بصورة مفصلة ودقيقة، فالموقف الرسمي العربي من الإعلام يتراوح بين رقابة قصوى وبين حرية نسبية وإن أول غذاء للإعلام، وخصوصاً بعلاقته مع التنمية، هو المعلومة المفيدة التفصيلية والدقيقة حول مواضيع تنموية بعينها . ولكن هذه المعلومة تحكمها السرية، ولكل دولة عربية رقابتها على إعلامها، وهي رقابة تتفاوت بين الرقابة الكاملة على وسائل الإعلام المختلفة وبين رقابة غير مباشرة عبر " توجيهات " حكومية للإعلام.

لكن لكل دولة أيضاً مواضيع سرية يمكن إيجازها ضمن تسعة أنواع : المعلومات المتعلقة بالأمن القومي، والمعلومات الخاصة بالمصالح العليا للدولة، وتلك التي تتعلق بملوك ورؤساء الدول الأجنبية، والاتفاقيات والمعاهدات، والجلسات المغلقة للبرلمان، وأنباء التحقيقات والمحاکمات، والمعلومات المتعلقة بالحياة الخاصة للمواطنين، والاقتصاد الوطني والبنوك، وتلك التي تمس المنظومة القيمية والأخلاقية السائدة إن هذه اللائحة من " الأسرار " الواجب حفظها تتلاعب الحكومات بمضامينها، بحيث يمكنها أن تضم إلى رقابتها السافرة، رقابة أخرى مبطنّة. إن ربط أشكال الرقابة هذه بغياب استراتيجية تنموية عربية، يؤدي إلى فهم الإهمال الحكومي للإعلام في الأنشطة التنموية للحكومة⁽⁴³⁾.

كما أن وضعية الإعلام التنموي الجزائري لا تختلف كثيراً عن وضعية باقي المؤسسات الأخرى، فهي تعكس في حقيقة الأمر الحالة العامة للمجتمع المحلي، كما أنه لا يختلف كثيراً عن وضعية الإعلام التنموي العربي، بحيث يمكن قياس وضعية هذا الإعلام على الإعلام المحلي، لقد أجمع الكثير من الباحثين العرب على أننا نفتقد إلى إعلام تنموي عربي حقيقي، ومنظومة إعلامية عاملة في هذا المجال تمثل قوى اجتماعية واقتصادية وسياسية حقيقية

وفعالة ولها حضور قوي في المجتمع وتمتلك سياسات تنموية واضحة ومحددة، بالإضافة إلى قصور النظرة الرسمية تجاه الإعلام التنموي وتحويله إلى مجرد أداة تعكس الرسمي والآني والجزئي، وغالبا الحكومي.

وإذا أردنا تحديد أهم سلبيات هذا الإعلام في الجزائر يمكن أن تكن كالآتي (44).

- إنه أقرب إلى مفهوم الإعلام الاقتصادي منه إلى المفهوم العام والشامل للتنمية.
- يعاني من بطئ مزمن بحيث يتطور كما ونوعا بإيقاع بطيء يجعله عاجزاً عن مواكبة الحياة التنموية في المحيطين الإقليمي والدولي، وهذا بسبب افتقاده إلى زمام المبادرة لأنه لا ينشط وفق قوانينه الداخلية، فثمة من يحدد خطواته بعيدا عن متطلبات التنمية.
- يبحث في قضايا جزئية وآنية، ويهمل الأمور المركزية، والقضايا الأساسية والجوهرية في مجال التنمية، كما أنه ضعيف الصلة بالواقع لاعتبارات سياسية واقتصادية، ويقدم لنا الأحداث معزولة عن سياقها الاجتماعية والسياسي والثقافي والاقتصادي، كما يقدم نصوصا سلطوية بعيدة عن جوهر التفاعل والحوار.

(5) وسائل الإعلام المحلية كمدخل لتحقيق مفهوم التنمية

أ. الصحافة المحلية:

في واقعنا العربي المعاصر نطلق تسميات الصحافة المحلية والصحافة الإقليمية والصحافة الجهوية على مسمى واحد هو الصحف التي تصدر في إقليم جغرافي داخل وطن من الأوطان، ومن بين التعريفات التي قدمت لمفهوم الصحافة الإقليمية والتي يرى الباحث أنها أدق وأكثر تحديدا هو تعريف الصحافة الإقليمية بأنها الدوريات العامة التي تصدر في أقاليم الجمهورية فيما

عدا العاصمة السياسية وتكون موجهة لمواطني الإقليم الذي تصدر فيه معبرة عن مشاكل جماهير هذا الإقليم وأخبارها وآرائها وآمالها⁽⁴⁵⁾.

ويحاول تعريف آخر التفرقة بين الصحف الإقليمية والقومية، فالصحف الإقليمية هي الصحف التي تصدر في إقليم من الأقاليم (ولاية أو محافظة أو مدينة) وتعنى هذه الصحف بالدرجة الأولى بنشر أخبار الإقليم الذي تصدر فيه والأخبار التي تهتم الناس المقيمين فيه، هذا بخلاف الصحف القومية أو العامة التي توزع في كل أنحاء الدولة ولا تركز على إقليم معين. وتعد صحيفة الإقليم هي الصحيفة الأولى في التوزيع في الإقليم الذي تصدر فيه وتعتبر عنه⁽⁴⁶⁾.

وتأتي أهمية الصحافة المكتوبة المحلية في المرتبة الأخيرة من الأهمية بعد التلفزيون والإذاعة، نسبة لأمية الجمهور المستهدف وتشتته العمراني، وضعف قنوات التوزيع، ما يجد من استغلالها كوسيلة اتصال جماهيري فاعلة. فالصحافة تصدر في المدن الكبرى، وتستقي أخبارها ومعلوماتها من وكالات الأنباء التي أيضاً تتمركز في المدن الكبيرة فلا تهتم بقضايا إنسان الريف وأخباره وقلما تهتم بالتنمية الريفية، إلا في دود ضيقة تتزامن مع زيارات رسمية لبعض المسؤولين⁽⁴⁷⁾.

ب. الإذاعة المحلية:

يعني بالإذاعة المحلية هي أحد أشكال الاتصال الأكثر التصاقاً بالمجتمعات الصغيرة المتميزة تبدأ منها وتنتهي إليها. وربما أمكن التمييز بين الإذاعة المحلية والإقليمية من خلال بعض التعريفات كما يلي:

- إن الإذاعات المحلية تخدم مجتمعا محددًا متناسقاً من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية قد يكون هذا المجتمع مدينة واحدة أو مجموعة قرى أو مدناً صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية مميزة.. وتختلف الإذاعة المحلية المرتبطة بالمجتمع الخاص عن الإذاعة المحلية المرتبطة

بالإقليم المحدد جغرافياً وإدارياً ويضم في داخله مجتمعات محلية متنوعة المعالم والثقافات⁽⁴⁸⁾.

- إن الإذاعات المحلية جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة..وهي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه، وتعطيه تقدم له الخدمات المختلفة فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي⁽⁴⁹⁾.
- وتعتبر الإذاعة هي الوسيلة الأولى المعتمدة في إرسال الرسائل الإعلامية المتعلقة بالتنمية وتلقيها من قبل الجمهور الريفي خصوصا، وقد لعب المذياع دوراً هائلاً إذا لا يخضع كغيره من وسائل الاتصال الجماهيري إلى قنوات توزيع كالصحافة المكتوبة، أو الكهرباء في التلفزيون، وتلجأ المنظمات المهتمة بالإعلام التنموي مثل اليونسكو إلى إنتاج برامج إذاعية لا تتعدى الدقيقتين وتبني نوادي الاستماع⁽⁵⁰⁾.

ج. التلفزيون المحلي:

إن مصطلحات مثل Community Tv أو Local Tv و Reginal Tv في التراث العلمي حول التلفزيون المحلي، قد استخدمت غالباً دون تمييز، وفي أغلب الأحيان يعبر عن الاختلاف عن طريق الاحتكام إلى معيار المنطقة، فالإقليمي Regional يشير إلى نطاق أو مجال محتمل يكون أكبر من المحلي Local وإن كان ذلك قد يصبح مربكا حينما يستخدم في السياق الأوروبي، فما يعتبر إقليمياً في بلجيكا يصبح محلياً في فرنسا. إن مدخلا أكثر بنائية يمكن أن يصنف بعض من الفوضى المحيطة بالمفاهيم التي نحن بصدها، فالتلفزيون المحلي يختلف عن محطات التلفزيون الكبيرة التقليدية في إمداده على نحو نموذجي بالبرامج الإقليمية وقوائم برامجه المحدودة (غالباً ساعات قليلة في الأسبوع) وفي نطاقه المحدودة ودوره التفاعلي محاولاً حث الجماهير على المشاركة⁽⁵¹⁾.

ويأتي التلفزيون في المرتبة الثانية من حيث أهمية التلقي والتأثير، فسحر الصورة وتأثيرها على الجماهير الريفية بالغ الأثر، ولكن ينبغي الأخذ في الاعتبار محدودية هذه لوسيلة في الاتصال الجماهيري المتعلق بالإعلام التنموي، وقد تبين من خلال التجربة في بعض المجتمعات النامية، أن محاسنه تتكافأ مع مساوئه وربما تكون دونها وذلك لأسباب أهمها ضرورة تقييم احتياجات الجمهور المستهدف التي يعبر عنها أو يضمها في دواخله عندما تقدم برامج التعليم بوساطة التلفزيون، ثم ضرورة تكوين منشطين أكفاء يتابعون حصص البث وأخيرا توفر الوسائل المساندة. وتقع معظم الدول النامية في أخطاء تصميم الرسالة التعليمية عبر التلفزيون، إذ لا يكترون إلى تبين الاحتياجات ويخلطون بينها وبين الأهداف، أو يتجاهلون التقاليد والأعراف السائدة في المنطقة المستهدفة⁽⁵²⁾.

خاتمة:

إن الصلة بين التنمية بمظاهرها المتعددة ووسائل الإعلام، تؤدي بالضرورة إلى زيادة وتيرة التدفق الإعلامي من خلال تفاعل الجمهور مع مضمون الرسالة الإعلامية كما أن زيادة المعلومات يرفع من مستوى التنمية على اختلاف أنواعه.

ومن الطبيعي أن يكون للإعلام المحلي دور في قضية التنمية بمختلف أشكالها بمرافقتها لها من جهة، وقيامه بالعمل التحسيس والتأثير على الرأي العام من جهة أخرى، إلا أن ذلك مرهون بقدرته على مجابهة التحديات المهنية والتكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

كما أن مساهمة المنظومة الإعلامية ممثلة في وسائل الإعلام المحلية في تكريس الوعي التنموي بمجالاته المختلفة على المستوى الإقليمي والمحلي ضرورة حتمية للتمكن من التوفيق بين مطامح تحسين نوعية الحياة للمواطن، والسير في المشاريع التنموية بطريقة فعالة وناجعة، فالإعلام المحلي يفسح للفرد في المجتمع خاصة المحلي المساحة الكاملة للتواصل مع غيره من الأفراد، ومع القياديين. وتحقيق المشاريع والبرامج التنموية مرهون بالتكامل والتنسيق بين وسائل الإعلام على اختلافها من جهة والهيئات والمؤسسات الحكومية والخاصة من جهة أخرى.

من هنا يمكن القول إن الإعلام المحلي يستطيع أن يحقق فاعليته القصوى كوسيلة تنموية وفق تخطيط إعلامي مسبق يأخذ في الاعتبار العوامل التي تساعد على ذلك، ومنها ما يمتلكه المتصل من خبرة ودرايته بالبيئة التي يتم في الاتصال وقدرته على تحديد الهدف تحديداً دقيقاً وفهمه للجمهور ومعرفته لخصائصه واهتماماته وانتقائه للعوامل المؤثرة في سلوكه الاتصال، وبالتالي التمكن من إعداد الرسالة المناسبة التي تكون سواء عنصراً مساعداً أو ركيزة

أساسية في تطبيق السياسات التنموية وذلك على حسب كل وسيلة من وسائل الإعلام المحلي.

❖ هوامش البحث:

- (1) المحامي خليل البنا، الإعلام الاجتماعي ركيزة أساسية في البناء والتنمية، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2013، ص33.
- (2) فاروق خالد حسنات، الإعلام والتنمية المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ص206.
- (3) عبد المجيد شكري، الإعلام المحلي رؤية مستقبلية، العربي للنشر والتوزيع القاهرة- مصر، 2003، ص22.
- (4) ناجح خلوف، الاعلام المحلي المسموع ودوره في مواجهة العنف الاسري في الوسط الحضري- اذاعة المسمى لة النموذجا، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع غير منشورة، جامعة محمد لين دباغين- سطيف، 2015، ص8.
- (5) طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 82.
- (6) طارق سيد أحمد: مرجع سبق ذكره، ص ص82-83.
- (7) أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ط3، بيروت - لبنان، المنظمة العربية للترجمة، ترجمة نصر الدين العياضي، الصادق رابح، 2005، 52-53.
- (8) حسن عماد مكايوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2007، ص74.
- (9) جمال مجاهد، شدوان شيبه، طارق الخليفة، مدخل الى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2013، ص69.
- (10) حسن عماد مكايوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص81.
- (11) حسن عماد مكايوي، مرجع سبق ذكره، ص82.
- (12) عزام أبو الحمام، الإعلام والمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص114.
- (13) عزام أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص114.

- (14) شون ماكبرايد، أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغداً، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981، ص 130.
- (15) شون ماكبرايد، مرجع سبق ذكره، ص 247.
- (16) رامي عطا صديق، الصحافة الاقليمية ... الماضي .. الحاضر .. المستقبل، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2015، ص 119.
- (17) الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي أقرته الأمم المتحدة في 10 ديسمبر 1948، المادة التاسعة عشر (19).
- (18) رامي عطا صديق، مرجع سبق ذكره، ص 119.
- (19) شون ماكبرايد، مرجع سبق ذكره، ص 366.
- (20) محمد سعد إبراهيم، الإعلام التنموي والتعددية الحزبية، الجزء الأول، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص 113.
- (21) شون ماكبرايد، مرجع سبق ذكره، ص 364.
- (22) طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، مرجع سبق ذكره، ص 106.
- (23) مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، الإعلام الإنمائي على أجندة العالم للتنمية المستدامة، القاهرة 2016، إصدارات المركز منشور برخصة المشاع الإبداعي المنسوب للمصدر -لغير الأغراض الربحية، الإصدار 3.0 غير المُوَطَّنة ص 05.
- (24) هناء عبد الرحمن الصعوب، العلاقة بين التخطيط الإعلامي والسياسات التنموية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010، ص 52.
- (25) عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام والتنمية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2013، ص 44.
- (26) عبد الرزاق محمد الديلمي، مرجع سبق ذكره، ص 44.
- (27) فاروق خالد حسنات، الإعلام والتنمية المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ص 130.

- (28) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 2007، ص12.
- (29) علي فلاح الضلاعين وآخرون، الإعلام التنموي والبيئي، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، ص103.
- (30) عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام والتنمية، مرجع سبق ذكره، ص24.
- (31) علي عوجة، الإعلام وقضايا التنمية، مطابع آمون، القاهرة-مصر، 2004، ص43.
- (32) سعد الدين عبد الجبار، شتاتحة عمر، التنمية المحلية المستدامة: محصلة تنمية لكترونولوجيا التنمية في الفكر الاقتصادي، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، متوفر على الرابط:
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/313/2/1/21601>
- (33) الدكتور جمال الجاسم المحمود، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية -المجلد 20- العدد الثاني، جامعة دمشق-سوريا، 2004، ص248.
- (34) عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام والتنمية، مرجع سبق ذكره، ص26.
- (35) علي فلاح الضلاعين وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص117.
- (36) محمد أو سمرة، الإعلام التنموي، دار الياض للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2012، ص17.
- (37) مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، الإعلام الإنمائي على أجندة العالم للتنمية المستدامة، القاهرة 2016، إصدارات المركز منشور برخصة المشاع الإبداعي المنسوب للمصدر -لغير الأغراض الربحية، الإصدار 3.0 غير المؤتنة ص08.
- (38) فاروق خالد حسنة، الإعلام والتنمية المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص206.
- (39) عبد الرزاق الديلمي، الإعلام المتخصص، دار اليازوري، عمان-الأردن، 2015، ص261.

- (40) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 60.
- (41) الحربي فوزية حجاب، دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة، الأردن، المؤتمر الدولي للإعلام وقضايا التنمية المستدامة، 21-23 مارس 2016، ص 15.
- (42) فاروق خالد حسنة، الإعلام والتنمية المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 194.
- (43) منشورات الأمم المتحدة، دور الإعلام في إثارة الاهتمام بقضايا التنمية، 17 جوان 1999، ص 15.
- (44) محمد طواليبة، العلاقة بين تنمية وسائل الإعلام والإعلام التنموي، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، العدد الثامن، جامعة حسية بن بوعلي، 2017، ص 15.
- (45) طارق سيد أحمد الخليلي، الإعلام المحلي في عصر المعلومات، دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 2010، ص 76.
- (46) طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، مرجع سبق ذكره، ص 76.
- (47) عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام والتنمية، مرجع سبق ذكره، ص 197.
- (48) طارق سيد أحمد الخليلي، الإعلام المحلي في عصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 77.
- (49) طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، مرجع سبق ذكره، ص 79.
- (50) فاروق خالد حسنة، الإعلام والتنمية المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 192.
- (51) طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، مرجع سبق ذكره، ص 81.
- (52) عبد الرزاق محمد الديلمي، الإعلام والتنمية، مرجع سبق ذكره، ص 197.