وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955- سكيكدة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث (ل. م. د) في علم اجتماع التنمية

دور الإذاعة المحلية في تخطيط الإعلام التنموي

-الدراسة الميدانية بإذاعات الشرق الشمالي الجزائري-

إعداد الطالبة:

ضيف الله وفاء

تحت إشراف:

أ.د/ كنازة محمد فوزي

لجنة المناقشة

أ.د. طبال رشيد	أستاذ التعليم العالي	جامعة 20 أوت 1955سكيكدة	رئيسا
أ.د. كنازة محمد فوزي	أستاذ التعليم العالي	جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة	مشرفا ومقررا
أ.د. بومنجل فوزي	أستاذ التعليم العالي	جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة	عضوا مناقشا
د. العرباوي ليلى	أستاذ محاضر – أ –	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	عضوا مناقشا
د. هبهوب نجيبة	أستاذ محاضر –أ –	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	عضوا مناقشا
د. العلمي عبد الفتاح	أستاذ محاضر –أ–	جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله على فضله ومنه علينا بإتمام هذا البحث لقوله تعالى: "وقال ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي".

أتقدم بجزيل شكري وتقديري لأستاذي المشرف أ. د كنازة محمد فوزي الذي لن تفيه أي كلمات حقه، كما أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان للدكتور بومنجل فوزي على نصائحه وتوجيهاته، وأشكر كل من ساعدني في إثراء موضوع دراستنا وكل من كانت له بصمة فيه.

وأتقدم بشكري الخالص لإذاعات الشرق الجزائري الذين استقبلونا وساعدونا وكل من تعاون معي في إنجاز الجانب الميداني.

الباحثة: ضيف الله وفاء

إهداء

أقدم ثمرة جهدي إلى من كانا سندا وعونا لي في مسيرتي العلمية، إلى من علماني حب الكفاح والعمل من أجل دروب العلم، إلى والديا حفظهما الله.

إلى زوجي الذي كان الداعم المستمر لي في دراستي.

إلى ولداي "تيم الرحمن وتسنيم" أتمنى أن يكون لهما مستقبل مشرف.

إلى إخوتي وكل عائلتي الصغيرة والكبيرة.

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد.

الباحثة: ضيف الله وفاء

فهرس المحتويات	
مقدمة.....	أ
الفصل الأول: موضوع الدراسة	
تمهيد.....	**05**
1- إشكالية الدراسة.....	**06**
2- مبررات اختيار الموضوع.....	**09**
3- أهداف الموضوع.....	**09**
4- فروض الدراسة.....	**11**
5- تحديد مفاهيم الدراسة.....	**12**
6- الدراسات السابقة.....	**23**
خلاصة.....	**49**
الفصل الثاني: نظريات الإعلام التنموي ونماذجه	
تمهيد.....	**51**
1- نموذج التحديث "دانييل ليرنر"	**52**
2- نموذج ولبر شرام.....	**54**
3- نظرية انتشار المبتكرات.....	**57**
4- نموذج التبعية.....	**62**
5- النظرية البنيوية.....	**63**
خلاصة.....	**65**
الفصل الثالث: الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية	
تمهيد.....	**67**
أولا: الإذاعة في العالم	
1- نشأة الإذاعة وتطورها.....	**68**
2- وظائف ومميزات الإذاعة.....	**71**
3- أنواع الإذاعات.....	**77**
4- أنواع البرامج الإذاعية.....	**81**
ثانيا: الإذاعة المحلية الجزائرية	
1- تاريخ الإذاعة الجزائرية.....	**84**
2- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر.....	**87**

3- خصائص وأهداف الإذاعة المحلية.....	**90**
4- الإذاعات المحلية في الجزائر.....	**93**
خلاصة.....	**103**
الفصل الرابع: التنمية وجذورها الفكرية	
تمهيد.....	**105**
1- المفاهيم المرتبطة بالتنمية.....	**106**
2- مجالات التنمية.....	**110**
3- أهداف التنمية	**118**
4- الجذور الفكرية لنظريات التنمية.....	**120**
خلاصة.....	**131**
الفصل الخامس: التخطيط الإعلامي التنموي ودوره في المجتمع المحلي	
تمهيد.....	**133**
أولا: الإعلام التنموي	
1- خصائص الإعلام التنموي.....	**134**
2- وظائف الإعلام التنموي.....	**136**
3- متطلبات نجاح الإعلام التنموي.....	**138**
4- دور الإعلام التنموي في تنمية المجتمع.....	**140**
5- معوقات الإعلام التنموي.....	**146**
ثانيا: التخطيط الإعلامي والتنمية	
1- التخطيط.....	**148**
2- أهمية التخطيط الإعلامي في التنمية.....	**151**
3- أهداف ووظائف التخطيط الإعلامي.....	**154**
4- عناصر وأهمية التخطيط الإعلامي في المؤسسات الإعلامية.....	**155**
5- مثبطات التخطيط الإعلامي في الدول النامية.....	**161**
ثالثا: تنمية المجتمع المحلي	
1- مبادئ تنمية المجتمع المحلي.....	**164**
2- أهداف تنمية المجتمع المحلي.....	**165**
3- معوقات تنمية المجتمع المحلي.....	**167**
خلاصة.....	**171**

الفصل السادس: دور الإذاعة المحلية في تخطيط الإعلام التنموي	
تمهيد.....	**173**
أولا: الإذاعة المحلية والإعلام التنموي	
1- أهمية الإعلام المحلي في التنمية.....	**174**
2- أهمية الإذاعة المحلية على المستوى المحلي.....	**175**
3- الدور التنموي للإذاعة المحلية.....	**179**
ثانيا: التخطيط الإذاعي	
1- خصائص التخطيط الإذاعي.....	**183**
2- المؤسسات الإعلامية والتخطيط الإذاعي.....	**184**
3- التخطيط للإذاعة المحلية.....	**185**
خلاصة.....	**189**
الفصل السابع: الإجراءات المنهجية للدراسة	
تمهيد.....	**191**
1- مجالات الدراسة.....	**192**
2- منهج الدراسة.....	**196**
3- أدوات جمع البيانات.....	**197**
4- عينة الدراسة.....	**200**
5- أساليب تحليل البيانات.....	**201**
خلاصة.....	**202**
الفصل الثامن: تحليل البيانات وعرض النتائج	
تمهيد.....	**204**
1- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية.....	**205**
2- مناقشة نتائج الدراسة.....	**269**
3- النتائج العامة للدراسة.....	**279**
خلاصة.....	**281**
خاتمة.....	**284**
قائمة المراجع.....	**288**
الملاحق.....	**308**

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح الفرق بين النمو والتنمية	108
02	يوضح التنمية عند "هوستيلز"	125
03	يوضح الجنس	205
04	يوضح علاقة السن بالجنس	205
05	يوضح الحالة المدنية	207
06	يوضح الوظيفة	208
07	يوضح اسم الإذاعة	209
08	يوضح علاقة الخبرة بالوظيفة	211
09	يوضح اهتمام الإذاعة المحلية بانشغالات المجتمع المحلي	213
10	يوضح منح الإذاعة المحلية للمواطن الفرصة للمشاركة برأيه	214
11	يوضح مشاركة المجتمع المدني في التنمية	215
12	يوضح البرامج الأكثر استماعا من المواطن	216
13	يوضح ترتيب البرامج حسب قوة تأثيرها في المجتمع المحلي	218
14	يوضح المواضيع التي تركز عليها الإذاعة المحلية في التنمية المحلية	221
15	يوضح القيم والسلوكيات التي يغرسها التخطيط الإذاعي	223
16	يوضح اهتمام التخطيط الإذاعي بالتنمية الإقتصادية	225
17	يوضح مساهمة البرامج الإذاعية في الحركة الثقافية	227
18	يوضح المعلومات التي تبثها الإذاعة المحلية كافية للنهوض بالواقع السياسي	229
19	يوضح القيم التي تحاول الإذاعة المحلية غرسها في المجتمع المحلي	231
20	يوضح التخطيط الإذاعي مطبق في القضايا التنموية	233
21	يوضح الإذاعة المحلية أداة اتصال بين المواطن والمؤسسات السياسية	234
22	يوضح مرافقة الإذاعة المحلية للمستثمر	235

23	يوضح اتصال الإذاعة المحلية بأجهزة الحكم المحلي وتسيير سياسته	237
24	يوضح دور الإذاعة المحلية في استمرارية الخدمة العمومية للبث الإذاعي	239
25	يوضح العلاقة بين الإذاعة المحلية أداة اتصال ومنبر إعلامي للسلطات المحلية والمواطن	240
26	يوضح دفع الإذاعة المحلية المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج والتنمية	242
27	يوضح مساهمة التخطيط الإذاعي في الإعلان والترويج	244
28	يوضح الأهداف التنموية التي تسعى إليها الإذاعة المحلية	245
29	يوضح التنسيق بين الجهات الوصية ومسؤولي الإذاعة في إعداد الخطة التنموية	247
30	يوضح الركائز الأساسية في إعداد البرامج التنموية	248
31	يوضح متابعة البرامج الإذاعية للأنشطة التجارية والاقتصادية	250
32	يوضح العلاقة بين دور الإذاعة المحلية في التركيز على المناطق الصناعية وتغطيتها للأنشطة الاقتصادية	251
33	يوضح بث الإذاعة المحلية برامج حول القرارات الرسمية الخاصة بالتنمية المحلية	253
34	يوضح هناك آليات رقابية على المادة الإعلامية	254
35	يوضح مرافقة الإذاعة المحلية السلطات المحلية	255
36	يوضح مساهمة التخطيط الإذاعي في مرافقة المشاريع التنموية المحلية في الجزائر	256
37	يوضح الإفراط في إشراك فعاليات المجتمع المدني يعرقل التخطيط الإذاعي	257
38	يوضح أولوية الديمقراطية التشاركية في التخطيط الإذاعي التنموي	259
39	يوضح غياب المعالجة الموضوعية في نقل انشغالات المواطن يعيق التخطيط الإذاعي	261
40	يوضح عدم الاهتمام بالتخطيط الإذاعي يعيق تحديد أهداف المجتمع	262
41	يوضح غياب التكوين في التخطيط الإعلامي يؤثر على التخطيط الإذاعي الفعال	263

42	يوضح التنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية	264
43	يوضح اعتماد الإذاعة على خطط استراتيجية بعيدة المدى	265
44	يوضح تأثير الوسائل التكنولوجية والتقنية على التخطيط للبرامج الإذاعية	266

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح فرضيات الدراسة	11
02	يوضح الدراسات السابقة	24
03	يوضح نموذج شرام	55
04	يوضح منحنى "روجرز" لانتشار المبتكرات	60
05	يوضح الجنس	205
06	يوضح علاقة السن بالجنس	206
07	يوضح الحالة المدنية	207
08	يوضح الوظيفة	208
09	يوضح اسم الإذاعة	210
10	يوضح علاقة الخبرة بالوظيفة	211
11	يوضح اهتمام الإذاعة المحلية بانشغالات المجتمع المحلي	213
12	يوضح منح الإذاعة المحلية للمواطن الفرصة للمشاركة برأيه	214
13	يوضح مشاركة المجتمع المدني في التنمية	215
14	يوضح البرامج الأكثر استماعا من المواطن	216
15	يوضح ترتيب البرامج حسب قوة تأثيرها في المجتمع المحلي	219
16	يوضح المواضيع التي تركز عليها الإذاعة المحلية في التنمية المحلية	221
17	يوضح القيم والسلوكيات التي يغرسها التخطيط الإذاعي	223
18	يوضح اهتمام التخطيط الإذاعي بالتنمية الإقتصادية	225
19	يوضح مساهمة البرامج الإذاعية في الحركة الثقافية	227
20	يوضح المعلومات التي تبثها الإذاعة المحلية كافية للنهوض بالواقع السياسي	229
21	يوضح القيم التي تحاول الإذاعة المحلية غرسها في المجتمع المحلي	231
22	يوضح التخطيط الإذاعي مطبق في القضايا التنموية	233

23	يوضح الإذاعة المحلية أداة اتصال بين المواطن والمؤسسات السياسية	234
24	يوضح مرافقة الإذاعة المحلية للمستثمر	235
25	يوضح اتصال الإذاعة المحلية بأجهزة الحكم المحلي وتسيير سياسته	237
26	يوضح دور الإذاعة المحلية في استمرارية الخدمة العمومية للبث الإذاعي	239
27	يوضح العلاقة بين الإذاعة المحلية أداة اتصال ومنبر إعلامي للسلطات المحلية والمواطن	240
28	يوضح دفع الإذاعة المحلية المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج والتنمية	242
29	يوضح مساهمة التخطيط الإذاعي في الإعلان والترويج	244
30	يوضح الأهداف التنموية التي تسعى إليها الإذاعة المحلية	245
31	يوضح التنسيق بين الجهات الوصية ومسؤولي الإذاعة في إعداد الخطة التنموية	247
32	يوضح الركائز الأساسية في إعداد البرامج التنموية	248
33	يوضح متابعة البرامج الإذاعية للأنشطة التجارية والاقتصادية	250
34	يوضح العلاقة بين دور الإذاعة المحلية في التركيز على المناطق الصناعية وتغطيتها للأنشطة الاقتصادية	251
35	يوضح بث الإذاعة المحلية برامج حول القرارات الرسمية الخاصة بالتنمية المحلية	253
36	يوضح هناك آليات رقابية على المادة الإعلامية	254
37	يوضح مرافقة الإذاعة المحلية السلطات المحلية	255
38	يوضح مساهمة التخطيط الإذاعي في مرافقة المشاريع التنموية المحلية في الجزائر	256
39	يوضح الإفراط في إشراك فعاليات المجتمع المدني يعرقل التخطيط الإذاعي	257
40	يوضح أولوية الديمقراطية التشاركية في التخطيط الإذاعي التنموي	259
41	يوضح غياب المعالجة الموضوعية في نقل انشغالات المواطن يعيق التخطيط الإذاعي	261
42	يوضح عدم الاهتمام بالتخطيط الإذاعي يعيق تحديد أهداف المجتمع	262

43	يوضح غياب التكوين في التخطيط الإعلامي يؤثر على التخطيط الإذاعي الفعال	263
44	يوضح هناك تنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية	264
45	يوضح تعتمد الإذاعة على خطط استراتيجية بعيدة المدى	265
46	يوضح تأثير الوسائل التكنولوجية والتقنية على التخطيط للبرامج الإذاعية	266

مقدمـــــــــــــة

مقدمة

تزايد دور وسائل الإعلام في المجتمع، وتعددت أدوراها وتنوعت أساليب تأثيرها بفعل تطور تكنولوجيا الاتصال، وازدادت مكانتها في شتى مجالات الحياة، فهي تخاطب كافة شرائح المجتمع باختلافها، ومع التقدم الهائل لهذه الوسائل صارت جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد، ونتيجة لهذا التطور ظهر ما يعرف بالإعلام المحلي. فبالرغم من تطور وسائل الاتصال وانتشار المحطات الفضائية وظهور ما يعرف بالثورة التقنية والإعلامية، إلا أن وسائل الإعلام المحلية المتمثلة في الصحف والإذاعات المحلية لا يمكن الاستغناء عنها باعتبارها لسان المواطن وتعبر عن المجتمعات التي تنتمي إليها. كما يمثل الإعلام بكافة وسائله أداة أساسية للوصول إلى المجتمعات المحلية، وتبرز أهمية وسائل الإعلام خاصة في خدمة قضايا التنمية والتطوير والتغيير.

ويعتبر الإعلام التنموي فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي، وهو قادر على إحداث التحول الاجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث، يتم فيه وضع النشاطات المختلفة لوسائل الإعلام في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة، وهو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا. ويؤكد الخبراء في مجال التنمية أن الدول مهما توفرت على خطط واضحة ودقيقة في مجال التنمية لن تكون قادرة على تنفيذ تلك الخطط دون إعلام متوافق مع مضامين هذه الخطط. ويمثل التخطيط الإذاعي ضرورة مهمة لإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها الدول النامية، هذا التخطيط الذي يعمل على تنظيم الإنتاج واختيار البرامج وإعدادها بما يتناسب واحتياجات ورغبات الجمهور.

وتمثل الإذاعة المحلية أحد روافد الإعلام التنموي المحلي الذي يعبر عن مصالح المجتمع المحلي وتعكس أفكاره وتراثه، لذلك يبرز دور الإذاعة كوسيلة إعلامية جماهيرية في خدمة المجتمعات المحلية، خاصة من خلال تناولها للقضايا الاجتماعية وتتعدى حتى للقضايا الاقتصادية والثقافية والسياسية وما لهم من أبعاد، وإن من المهام الأساسية التي تقوم بها الإذاعة هي: القضاء على الأمية والجهل المتفشيين في المجتمع، نشر التعليم والثقافة، وتفعيل المشاركة في التنمية التي تعتبر من أهم العوامل والدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية، حيث أن العديد من المناطق لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية دون أن تولي اهتماما بأفرادها في مجتمعاتهم المحلية. و قد أدركت دول عديدة أن أفضل أساليب الاعلام لتحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير في خطط و برامج التنمية وهو الوصول إلى هذه الجماهير في بيئاتهم المحلية، وهكذا

أصبح هذا النمط من الاذاعات ضرورة ملحة للعديد من المناطق ومن المعروف أن الأفراد لا يمكن أن ينسلخوا عن بيئتهم المحلية، حيث يزداد الارتباط بالإعلام المحلي الداخلي بما يتفق مع خصوصية المكان والشعوب والثقافات، وذلك لأن الإذاعة المحلية هي أقرب وسيلة من الوسائل الأخرى من الأفراد في المجتمع، فهي تلقي صدى كبير وواسع مع مختلف الفئات لما تحمله من رسائل موجهة لكافة الشرائح في المجتمع، وما تقدمه من برامج مختلفة، وما تحمله هذه البرامج من رسائل تتضمن معاني وفوائد عظيمة، وعليه فالإذاعة المحلية تسعى لإظهار المشاكل الخاصة بالمنطقة وإسهامها في حلها.

وتعتبر الإذاعة المحرك الرئيسي للتنمية خاصة في المجتمعات النامية، فهي مطالبة بأداء أدوارها التنموية حالها حال أجهزة المجتمع الأخرى، خاصة وأن التنمية هدف أساسي لكل دولة، حيث تسعى بكل إمكاناتها وطاقاتها إلى رفع معدلاتها وإزالة مختلف العقبات التي تعترض تحقيقها.

ولعل نجاح بعض التجارب المحلية في الإعلام الإذاعي المحلي، أدت بالجزائر إلى الوقوف عند أهمية الإذاعة المحلية داخل منطقتها، وما تكتسبه من أدوار في الإسهام في عمليات التنمية، وهذا ما أدى إلى إجراء تعميم الإذاعات المحلية في كل أرجاء الوطن حيث أصبح لكل ولاية إذاعة خاصة بها تسهر على خدمة الأفراد المحليين وتحقيق رغباتهم وحل مشاكلهم.

وانطلاقا من هذا سعت هذه الدراسة لمعرفة دور التخطيط للبرامج الإذاعية في تنمية المجتمع المحلي، حيث قسمت الدراسة إلى:

الفصل الأول: وقد خصص لموضوع الدراسة أين تم تحديد الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، فروض الدراسة، مفاهيم الدراسة، وأخيرا الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: والذي يناقش النظريات والنماذج التي عالجت الإعلام التنموي والتي تمثل الخلفية التي يعتمد عليها الباحث في دراسته.

الفصل الثالث: وقد تناولنا فيه الإذاعة المسموعة كوسيلة اتصال جماهيرية انطلاقا من تاريخ نشأتها، خصائصها، وظائفها، أنواع الإذاعات، وأنواع البرامج التي تقدمها الإذاعة. إضافة إلى التطرق إلى الإذاعة المحلية من خلال تاريخ الإذاعة الجزائرية، نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر، خصائص الإذاعة المحلية، الإذاعات المحلية الموجودة في الجزائر.

الفصل الرابع: حيث ناقشنا فيه موضوع التنمية وجذورها الفكرية وذلك من خلال عرض المفاهيم المرتبطة بالتنمية، مجالات التنمية، أهمية التنمية وأهدافها، وأخيرا الجذور الفكرية لنظريات التنمية.

الفصل الخامس: حاولنا فيه التعرف على التخطيط الإعلامي التنموي ودوره في المجتمع المحلي حيث تعرفنا على الإعلام التنموي من خلال التطرق إلى خصائصه، وظائفه، متطلبات نجاحه، ودوره في تنمية المجتمع المحلي. كما تطرقنا إلى التخطيط الإعلامي وذلك بمعرفة أهميته، أهدافه ووظائفه، عناصره، ومثبطات التخطيط الإعلامي في الدول النامية.

الفصل السادس: تطرقنا فيه إلى دور الإذاعة المحلية في تخطيط الإعلام التنموي من خلال عرض الإذاعة المحلية والإعلام التنموي، وذلك بالتطرق لأهمية الإعلام المحلي في التنمية، أهمية الإذاعة المحلية على المستوى المحلي، والدور التنموي للإذاعة المحلية. كما تطرقنا إلى التخطيط الإذاعي والتعرف على خصائصه، المؤسسات الإعلامية والتخطيط الإذاعي، والتخطيط للإذاعة المحلية.

الفصل السابع: عرضنا فيه الإجراءات المنهجية، حيث تم تحديد مجالات الدراسة، المنهج المتبع في الدراسة، الأدوات المستخدمة في جمع البيانات، ثم ضبط العينة.

الفصل الثامن: خصص هذا الفصل المناقشة الجانب النظري من خلال الممارسة التطبيقية، وذلك بإخضاع الفرضيات للتجربة على أرض الواقع، وفيه تم تحليل وتفسير البيانات من خلال المعالجة الإحصائية والتحليل الكمي، عرض وتحليل النتائج في ضوء الفرضيات، وفي ضوء الدراسات السابقة، وفي ضوء التراث النظري، إضافة إلى النتائج العامة للدراسة.

الفصل الأولى: موضوع الدراسة

تمهيد

1- إشكالية الدراسة

2- أسباب اختيار الموضوع

3- أهداف الموضوع

4- فروض الدراسة

5- تحديد مفاهيم الدراسة

6- الدراسات السابقة

خلاصة

تمهيد

شهد هذا القرن تطورات على مستوى الاتصالات ووسائل نشر المعلومات والأخبار، وذلك بفعل التقدم التكنولوجي في الإعلام والاتصال، وتعتبر الإذاعة من أكثر الوسائل الإعلامية التي تعمل على التغير التنموي في المجتمعات، من خلال تفعيل المشاركة في التنمية، وقد أصبحت الإذاعات المحلية ضرورة ملحة للعديد من المجتمعات حيث يزداد الارتباط بالإذاعة المحلية بما يتفق وخصوصيتم.

وعليه يتضمن هذا الفصل عرض الإشكالية العامة للدراسة، وما تفرع عنها من تساؤلات وفرضيات توضحها وتفسرها، إضافة إلى أسباب اختيار الموضوع، واستخلاص أهداف البحث، كذلك لم يغب على هذا الفصل التطرق لتحديد المفاهيم الأساسية المرتبطة بموضوع البحث، كما يتضمن هذا الفصل أيضا الدراسات السابقة التي تشترك مع موضوع الدراسة في أحد المتغيرات أو السمات العامة من خلال عرض موجز يتضمن إشكاليتها والنتائج المتوصل إليها.

1-إشكالية الدراسة

شهدت وسائل الاتصال والإعلام قفزات كبيرة الأمر الذي هيأ المناخ لظهور وسائل اتصال قادرة على أن تعبر عن روح العصر خاصة في ظل العولمة.[1] وتتزايد أهميتها في تناول قضايا المجتمع، وهذا ما يبرز مسؤولياتها تجاه التعبير عن مصالح الجماهير وتوصيل صوته، حيث تعتبر من وسائط وأدوات التعبير والتوجيه والضبط الاجتماعي، وتمثل قوة مستقلة في المجتمع، مما أدى هذا التوسع إلى حرية الإعلام والتأثير في تكوين الرأي العام وتحديد اتجاهاته، بحيث تلتزم التغطية الإعلامية بالتأكيد على صورة الحدث والتوضيح والتنظيم الدقيق للتفاصيل المعروضة لضمان مراعاة الدقة وعدم التحيز والابتعاد عن كل ما ينافي المجتمع والمحافظة على عاداته وتقاليده.[2]وتعمل وسائل الإعلام على توسيع آفاق الناس، من خلال دورها كرقيب، ويمكنها أن تشد الانتباه إلى قضايا محددة، وذلك برفع طموحات الناس، ويمكنها أن تساهم في صنع مناخا ملائما للتنمية، كما أن لها مهمات تعليمية ودور في صناعة القرارات، فقد تجاوز الإعلام الأساليب التقليدية المتمثلة في نقل المعلومة فقط، إلى المشاركة الفعالة في كافة خطط التنمية، وتتبعها من خلال مختلف الأنشطة والأشكال الإعلامية.[3]

ونظرا لأهمية الإعلام التنموي فقد أكد عالم الاتصال "ولبر شرام" في كتابه "الإعلام والتنمية" على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في إحداث التحول والتغير الاجتماعي وصناعة التطوير والتحديث بشكل فعال، كما أنها تعنى بقضايا التنمية ومخططاتها في خدمة المجتمع وأهدافه، أي أنه يمكن التحكم في أجهزة الإعلام وتوجيهها لتتفق وأهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع، لذلك فلا تنمية بدون إعلام ولا إعلام بدون تنمية.[4]

ومن هنا تأتي أهمية الإعلام التنموي الذي يحتاج إلى تخطيط فعال يعنى بتحديد الأهداف المستقبلية ويشتمل على رسم الخطط والتنسيق ووضع البرامج ومتابعة التنفيذ وتقويم الأداء، فالتخطيط الإعلامي يسمح للجماهير بالمشاركة الصحيحة لتحقيق أهداف تنموية تخدم المجتمع، فالمؤسسات الإعلامية تعمل على صيانة ثقافة

---

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن-عمان،2011، ص11.

[2] زهير عبد اللطيف عابد، الإعلام الجماهيري، ط2، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2015، ص 17.

[3] عيسى بوكرموش، استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية الاعلام والاتصال، الجزائر3، 2013، ص8.

[4] عزوز نش، حفيظة بوهالي، دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة، مجلة إسهامات للبحوث والدراسات، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة غرداية، 2016، ص63.

المجتمع ونقلها للأجيال.[1] وذلك من خلال البرامج المتنوعة التي تقدمها التي تساهم في نقل العادات والتقاليد والمحافظة عليها.

وتعتبر الإذاعة من أهم وسائل الإعلام، حيث تؤدي دورا حيويا في حياة الناس وتؤسس لعلاقة وطيدة بين الأشخاص، تفتح عالما من الاتصال الضمني بين المذيع والمستمع فهي تملك القدرة علي تحويل الفرد والمجتمع إلي حجرة واحدة تترد فيها الأصداء.[2]وتسعى الإذاعة إلى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع، كالتثقيف والتربية والترفيه والتوعية في جميع المجالات، وهو ما جعل الدول النامية على وجه الخصوص تهتم بهذا الجهاز، وقد أولت الجزائر أهمية كبيرة لهذا الجهاز الإعلامي الهام، نظرا لإدراكها الكبير لأهميته ودوره في المجال التنموي، حيث خصصت له ابتداء من الستينات –إلى جانب التلفزيون– موارد مادية وبشرية معتبرة، وعملت الحكومات المتعاقبة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا على تحسين أدائه، وتطوير أجهزته التقنية لإسماع صوته في كافة أرجاء الوطن، ومع مرور الوقت، وفي ظل التعددية السياسية والإعلامية قامت الجزائر وكغيرها من البلدان بإنشاء محطات لإذاعات محلية في مناطق مختلفة من الوطن.[3]

فالإذاعة بوصفها عملية اجتماعية لها مشاركة فعالة في تطور السياسة في المجتمع. فالوضعية الجديدة بعد أحداث أكتوبر 1988 تقر بوجود "الآخر" ووجود ثقافته المحلية التي تعمل في إطار هذا الكل المعقد، مما حتم على الوسائل السمعية خاصة التفتح على الواقع الثقافي الجزائري بكل أبعاده، وبذلك انتقلت من الصبغة الوطنية إلى الصبغة المحلية ومجابهة الراهن الجديد للمجتمع الجزائري بكل أبعاده وتعقيداته. فمثل هذا الانتقال يعتبر تطور ملموس سيؤثر دون شك على الفكر والممارسة.[4]

وهنا تقوم الإذاعة بدورها في هذا الصدد وخاصة الإذاعة المحلية، من خلال الحملات الإعلامية المقنعة، معتمدة على برامجها بالدرجة الأولى، وما تقدمه خلالها من معلومات ونماذج، وبما تتميز به من قدرة على مصاحبة الفرد ساعات طويلة من يومه، فتضيف معلومات جديدة، أو تقدم الردود على الاستفسارات، أو تقلب

---

[1] كنزاي محمد فوزي، الإذاعة الجزائرية من الوطنية إلى المحلية ودورها في المجتمع، أطروحة دكتوراه علوم تخصص علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012، ص103.

[2] آسيا إبراهيم أحمد عبده، دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية للراديو، أطروحة دكتوراه في الراديو والتلفزيون، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015.ص1.

[3] شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة، 2006، ص ص.

[4] كنزاي محمد فوزي، نفس المرجع، ص 8.

الموضوع على أوجهه المختلفة، ويتصل بهذه الموضوعات كذلك التوعية السياسية والقومية، حيث يرتبط المواطن بمشاكل مجتمعه حتى يزداد إحساسه بالانتماء إليه.[1] كما تساهم الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي من خلال برامجها ذات الطابع الاجتماعي والإرشادي التوعوي، التي تسعى إلى ترشيد الاتجاهات وتعديلها لما هو أفضل للمجتمع، والحرص على تقديم مختلف القيم الإيجابية ومعالجة السلبية منها، فمن خلال برامجها تشارك في معالجة القضايا ذات البعد الاجتماعي التي يعاني منها المجتمع المحلي بصفة خاصة والمجتمع ككل بصفة عامة.[2] حيث تسعى الإذاعة لتوصيل صوت الرأي العام ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة للمشاكل المجتمع المحلي من خلال الربط بين المواطن والمسؤول لتحقيق الأهداف المرجوة.

ويعتبر التخطيط الإذاعي أساس نجاح الإذاعة المحلية من خلال اختيار التوقيت المناسب لبث البرامج، والتنسيق وتبني استراتيجية واضحة ودقيقة لإعداد البرامج الإذاعية التي تعتبر من أبرز مقومات نجاح أية خطة برامجية إذاعية، كما أن التخطيط السليم والصادق للبرامج يأخذ على عاتقه تطوير البرامج المنتجة محليا، وتشجيع النصوص المحلية ونقدها وتقويمها، مما يساعد على تحقيق الأهداف العامة والتفصيلية لخطة البث الإذاعي المسموع.[3] وهذا يتطلب تكوين متخصص في عملية التخطيط ودراسة معمقة لعملية بث البرامج الإذاعية، وذلك للتخطيط الجيد للتنمية المحلية.

ومن خلال هذا السياق يمكن صياغة السؤال المحوري التالي:

كيف يساهم التخطيط للبرامج الإذاعية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري؟

أما الأسئلة الفرعية فتتمثل في:

- هل يعالج التخطيط الإذاعي القضايا التنموية؟
- هل يساهم التخطيط الإذاعي على التعريف بالمشاريع؟

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص24.

[2] الإذاعة والتنمية، على الموقع http://kanz-redha-blogspot.com، 2018/02/02، 10:15.

[3] الدليمي عبد الرزاق محمد، الإعلام وإشكاليات التخطيط والممارسة، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان – الأردن، 2010، ص159.

- ما هي الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعة المحلية في تحقيق برامج؟

2- مبررات اختيار الموضوع

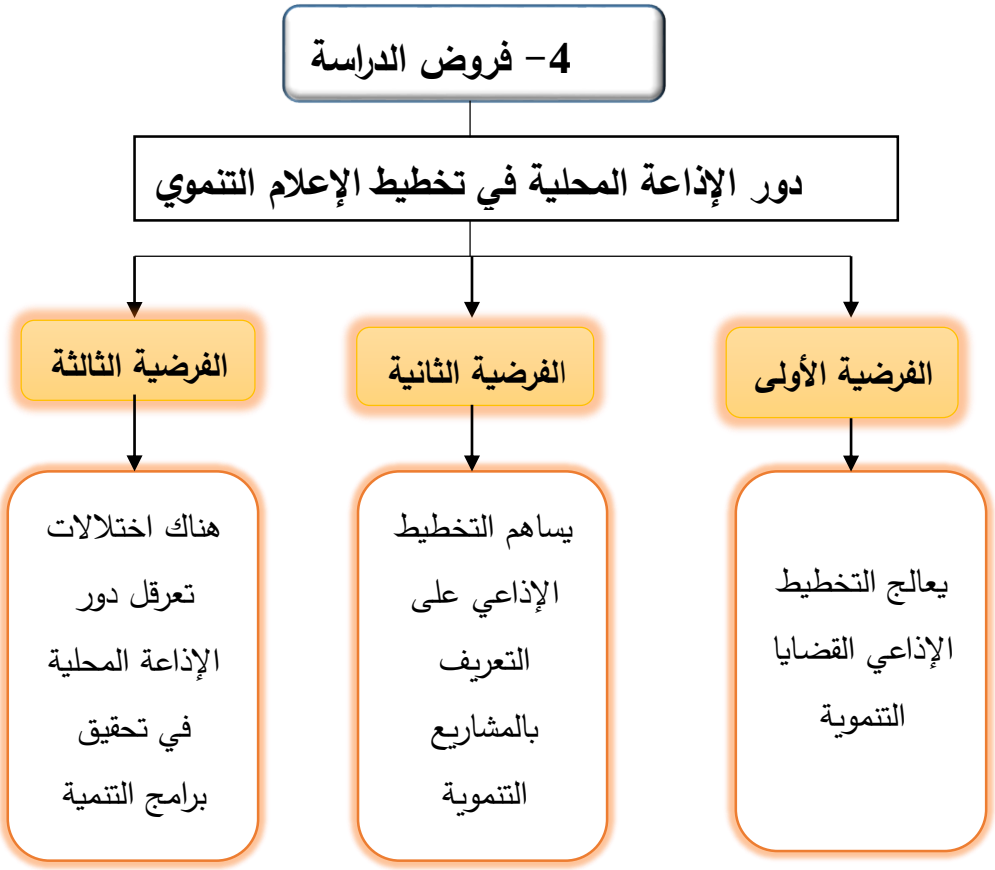
إن اختيار موضوع الدراسة هو أول الخطوات المنهجية لإعداد أي بحث علمي، ويحمل في طياته أسباب ودوافع عديدة تثير اهتمام الباحث وتدفعه لموضوع دون غيره واختيارنا لهذا الموضوع يرجع للأسباب التالية:

- بروز الاذاعة المحلية وتقربها الكبير من الجمهور.
- الأهمية العلمية والعملية لموضوع التخطيط الإذاعي، باعتباره من المواضيع التي تتطلب دراسة نظرية وميدانية ومحاولة توضيح جوانبه ومتغيراته.
- دراسة تأثير البرامج الإذاعية على المجتمع المحلي.
- دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع.
- تعتبر الإذاعة المحلية أكثر قربا للجمهور في إذاعة مختلف المواضيع، لذلك نريد معرفة أهميتها في المجتمع.
- الميل لهذا النوع من المواضيع ذات البعد الاجتماعي والاقتصادي.
- حاجة المجتمع لبرامج إذاعية تنموية.

3- أهداف الدراسة

- إن قيمة أي بحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ترتبط ارتباطا وثيقا بقيمة الأهداف والنتائج التي يرمي إلى تحقيقها، والوصول إليها، فعلى قدر علميتها وعمليتها، وخدمتها للفرد والمجتمع على حد سواء، تكون قيمة هذا البحث، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإنه يجب على الباحث قبل الشروع في بحثه أن يضع الأهداف التي تكون عونا له، وأساسا يرتكز عليه في توجيه بحثه في مختلف مراحله ومحطاته، فلا يمكن تصور بحث دون وجود أهداف مسبقة تحكمه.
- الكشف عن الدور الذي يمكن أن تؤديه الإذاعة كوسيلة إعلامية في التنمية المحلية من خلال معرفة تأثير المضامين التنموية التي تقدمها في برامجها.
- تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما الإذاعة المحلية في إبلاغ رسالتها التنموية على الخصوص، ومدى قدرتها على تعبئة الجماهير وتوعيتهم.

- معرفة مدى تأثير التخطيط للبرامج الإذاعية في تنمية المجتمع المحلي. حيث تعد الإذاعة المحلية أساس التنمية ومن أكثر وسائل الاتصال تأثيرا على المجتمع المحلي.
- إبراز الدور الفعلي الذي يمكن أن تقوم به إذاعات الشرق الجزائري في التنمية المحلية.
- مشاركة المواطن برأيه اتجاه الاذاعة من خلال المواضيع متنوعة.
- معرفة مدى اهتمام الجمهور بالتنمية المحلية من خلال معرفة مدى إقبالهم على البرامج التنموية.
- معرفة مدى مساهمة التخطيط الإذاعي في دفع عجلة التنمية.
- لفت انتباه المسؤولين عن الاتصال بصفة عامة، والتنمية بصفة خاصة بمحاولة تخصيص موارد مالية وتقنية وبشرية هائلة للإذاعة، لما لها من آثر كبير على التنمية بمختلف مجالاتها.



شكل (01): يوضح فرضيات الدراسة

5-تحديد المفاهيم

5-1- تعريف الإذاعة

- "يعود مفهوم كلمة الإذاعة إلى لفظه راديوس (Radius) باللاتينية، و تعني نصف قطر الدائرة وهذه التسمية تناسب فعلا الإرسال الإذاعي حيث ترسل الموجات الصوتية عبر الإرسال في شكل دوائر لها مركز إرسال.[1]

- "يعتبر الراديو وسيلة اتصال جماهيرية سمعية إلكترونية."[2]

ويفيد هذا التعريف بأن الإذاعة تعتبر وسيلة من الوسائل الإلكترونية.

- تعد الإذاعة أوسع وسائل الاتصال الجماهيري انتشارا حاليا، فالإنسان يستمع إلى الراديو أو المذياع ويستفيد من برامجه المختلفة في أي مكان في العالم دون عائق أو حاجز: في البيت، في السيارة، في المكتب، في الطائرة، في البحر....الخ".[3]

يركز هذا التعريف على سرعة وصول صوت الإذاعة في كل مكان من العالم.

- "هي جهاز إرسال لتوصيل المعلومات إلى الجماهير وهي إما وسيلة للاتصالات المباشرة ما بين أقوام وفئات وشعوب أو وسيلة ترويج السلع التي يريدون نشرها وإذاعتها بأسلوب يتراءى مع قيمة هذه السلعة، وهي جهاز دار للثقافة الاجتماعية والدينية والأخلاقية ودار لتلاحم السلوكيات والمعتقدات وعادات الشعوب.[4]

يبين هذا التعريف بأن الإذاعة وسيلة تجمع بين الاتصال بين الأفراد وكذلك وسيلة للإعلان والترويج للسلع، كما تعمل على نقل الثقافات والعادات الخاصة بكل مجتمع.

---

[1] الهاشمي مجد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان- الأردن،2012، ص 127.

[2] العيفة جمال، مؤسسات الإعلام والاتصال الوظائف الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية،2010، ص 108.

[3] عليان ربحي مصطفى، عبد الدبس محمد، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، أبو ظبي- الإمارات، 2008، ص 180.

[4] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص79.

- "هي عبارة عن تنظيم مهيكل في شكل وظائف، وأدوار، تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي، والتثقيفي، والإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد، وجماعات، بأجهزة استقبال مناسبة".[1]

يبين هذا التعريف أن الإذاعة تبث برامجها للمستقبل المتمثل في الجمهور وفي وقت محدد.

- "هي عملية نقل الصوت من المرسل إلى المستقبل بعد تحويله إلى موجات كهرومغناطيسية، تنتقل عبر الأثير، لتستقبل من أجهزة الاستقبال (الراديو) التي تعيد تحويل الموجات الكهرومغناطيسية إلى موجات صوتية مرة ثانية، و يعمل المضخم في أجهزة الاستقبال على تضخيم الصوت، لكي يصل إلى أذن المستقبل".[2]

ركز هذا التعريف على الجانب التقني في الإذاعة لتوصيل صوتها للمواطن.

من خلال التعاريف السابقة نلاحظ أن هناك تعاريف تصف العمليات التقنية للإذاعة المتمثلة في الموجات الكهرومغناطيسية، وتعاريف ركزت على البرامج التي تبثها الإذاعة المسموعة ونوعيتها، وبعضها الآخر ترى أنها وسيلة لترويج السلع ودار لتلاقي المعتقدات والقيم والعادات.

وعليه يمكن تحديد تعريف إجرائي للإذاعة فهي تعتبر جهاز ومؤسسة تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات طابع متنوع، ووسيلة اتصال مباشرة بين الأفراد، ويتم استقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر، بأجهزة استقبال مناسبة.

5-2- تعريف الإذاعة المحلية

- قام "كريستيدو كريستد KEIRATEADO KEIRATEAD" "بلفت النظر إلى أن الإذاعة المحلية COMMUNITY RADIO يمكن أن تعرف بطريقة متعددة وذلك بالاعتماد على دورها في نظام الإعلام القومي فالإذاعة المحلية قد تعرف في ضوء البث المنخفض القدرة إلى مناطق سكانية متجانسة وربما تشير إلى مشاركة جمهور المجتمع المحلي بإنتاج البرامج أكثر من مشاركتهم في السياسة والتخطيط.[3]

يوضح هذا التعريف بأن الإذاعة المحلية تبث برامجها من خلال مشاركة الجمهور في عملية التخطيط.

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص67.

[2] راضي وسام فاضل، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الدولي المفاهيم–الوسائل–المقاصد، ط1، صفحات للدراسات والنشر، دار ومكتبة عدنان طبه–نشر–توزيع، دار ميزوبوتاميا للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد، 2013، 103.

[3] دلول كمال، دور الإذاعة المحلية في التنمية الاجتماعية، مذكرة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011، ص65.

- هي جهاز إعلامي يخدم المجتمع محليا، وتبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا، محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المسافة، بحيث تمتاز ببساطة الكلمة واستعمال اللهجات المحلية، التي تعتبر من العوامل المساهمة في نشر الثقافة المحلية، وإحياء التراث الثقافي، كما أنها تتناول القضايا التي تشغل المجتمع محليا وتوعيته بالأحداث المحيطة به وذلك من أجل اقتراح الحلول المناسبة لمشاكله المعيشية.[1] يوضح هذا التعريف بأن الإذاعة المحلية تعمل على نقل ثقافات وعادات وتقاليد كل مجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول لمشكلاته.
- الإذاعة المحلية تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحية: الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية، أي مجتمع له نفس خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة، وتحده حدود جغرافية تشمل رقعة الإرسال المحلي؛ فالإذاعة المحلية –كوسيلة اتصال جماهيري– مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم، تعكس فهمه وتراثه وأذواقه وأفكاره، بل وحتى لهجتهم المحلية، وتلبي احتياجاتهم الخاصة والمتميزة[2].

ركز هذا التعريف على أن الإذاعة المحلية مرتبطة ارتباطا وثيقا بالمجتمع الذي تنتمي إليه وتنقل كل احتياجاته.

- "هي جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، خاصا، محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، متناسقا من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، تبث برامجها تلبية الحاجات المختلفة للمواطن المحلي، وإن كانت وسيلة إعلام وتثقيف وترفيه فإن عليها التزاما خاصا يربطها بنوعية الحياة في المجتمع المحلي." [3]

يوضح هذا التعريف بأن الإذاعة المحلية تنقل أوضاع المجتمع المحلي كما هي عليه.

- "وهي جهاز إعلامي يخدم مجتمع محلي، بمعنى أن الإذاعة تبث برامجها مخاطبة مجتمع خاص محدود المساحة، متناسب من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة

---

[1] طيبي عمار، قادري الحاج، استخدام الإذاعات المحلية والوعي الرياضي، مجلة الإبداع الرياضي، (ع11)، جامعة المسيلة، 2013، ص ص 250–251.

[2] بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان–الجزائر، 2017، ص28.

[3] حدادي وليدة، دور الإذاعات المحلية في التوعية المرورية، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، (ع22)، 2017، ص343.

بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة".[1]

يبين هذا التعريف بأن الإذاعة المحلية تابعة لمجتمع محدد تنقل أخباره وتقدم له ما يحتاجه.

نلاحظ في هذه التعريفات إجماع على أن الإذاعة المحلية مرتبطة بالمجتمع المحلي الذي تسعى الإذاعة المحلية لمخاطبته والتأثير فيه، وتعمل على تلبية احتياجاته والاهتمام بمشاكله وقضاياه.

يمكن تعريف الإذاعة المحلية على أنها وسيلة اتصال جماهيري ترتبط أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم، وهي الإذاعة التي تخاطب مستقبلا معين له مصلحة، وله عاداته وتقاليده وتراثه الفكري الخاص وكذلك إحساسه بالانتماء لهذه الإذاعة التي تطلعه على الأنباء التي يهتم بها.

5-3- تعريف الإعلام

- الإعلام لغة هو "الاطلاع على الشيء والإخبار أو التبليغ، فيقال أعلمه بالخبر أي أطلعه عليه.
- واصطلاحا هو "إطلاع الجمهور بإيصال المعلومات إليه عن طريق وسائل متخصصة بذلك فينقل كل ما يتصل به من أخبار ومعلومات تهمه، وذلك بهدف توعية الناس وخدمتهم بأمور الحياة.[2]

من خلال هذا التعريف نرى بأن الإعلام وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات للجمهور.

- وهو "عملية يعطي معنى ودلالات للشيء وبحث عن معلومات واكتساب ونقل للمعارف من خلال إيصال رسالة معينة".[3]

يوضح هذا التعريف بأن الإعلام عملية لإيصال المعارف في شكل رسالة للمواطن.

- كما يعرف بأنه "نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي: مصدر المعلومات، الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية، وترجيح الأثر الإعلامي".[4]

يركز هذا التعريف على المكونات الأساسية للإعلام من مرسل ومستقبل ورسالة ورجع الصدى.

---

[1] محمد القاضي سليكة، دور الإذاعات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، مجلد(24)، عدد(1)، 2016، ص183.

[2] أبو معال عبد الفتاح، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم، ط1، دار الشروق، عمان، 2006، ص 15.

[3] Jean Glorieux, Béatrice Gauthier, lexique des science humaines personne et société, chronique social, France, 2009, p135.

[4] عيساني رحيمة الطيب، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، جدار للكتاب للنشر والتوزيع، جامعة باتنة-الجزائر،2008، ص19.

- هو" تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها، والتعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها.[1]

يرى هذا التعريف بأن الإعلام يعمل على نقل المعلومات من خلال جمعها وتحريرها ثم نشرها عبر وسائل الاتصال.

- ويعرف أيضا بأنه "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع والحقائق أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم".[2]

كما ركز هذا التعريف على أن الإعلام ينقل الأخبار للجمهور والتعبير عن رأيه بكل حرية.

- كما يعرفه إبراهيم إمام علي أنه " نشر الأخبار والحقائق والأفكار والآراء في وسائل الإعلام المختلفة".[3]

- وتطلق المدرسة الفرنسية كلمة إعلام لتعطي "المضمون ومعنى الطريقة التي ينتقل من خلالها هذا المضمون، أي أنها تتضمن عناصر متعلقة بالمعرفة والتقويم، وأخرى مرتبطة بالأجهزة والمعدات والتقنيات، وثالثة متصلة بطريقة النشر والمعالجة أي بمؤسسات البث كالإذاعة والتلفزة.[4]

ربطت هذه المدرسة مفهوم الإعلام بثلاثة عناصر تتمثل الأولى في المعارف والثانية في المعدات والثالثة في الوسيلة المناسبة للنشر.

تبين هذه التعاريف أن الإعلام يزود الجمهور بمختلف المعارف والمعلومات باستخدام وسائل الإعلام المختلفة، كما وصفت هذه التعاريف أن الإعلام يجمع المعلومات وينقلها ويحررها ثم ينشرها.

ويمكن أن نعرف الإعلام إجرائيا بأنه عملية نشر الأخبار والأفكار والآراء والمعلومات والحقائق باستخدام وسائل الإعلام، التي تنقل هذه الرسائل إلى الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية، وترجيح الأثر الإعلامي.

---

[1] علي عبد الفتاح علي، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان–الأردن،2014، ص36.

[2] عابد زهير عبد اللطيف، الإعلام الجماهيري، مرجع سابق، ص 101.

[3] أبو عرقوب إياد عمر، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني نظرة إعلامية..هندسية..مهنية، ط1، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان– الأردن، 2012، ص 19.

[4] العبد الله سنو مي، الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة، الدار الجامعية، د س، ص45.

5-4- تعريف التنمية

عرف مصطلح التنمية العديد من التعريفات و المفاهيم يذكر منها:

- يعرف "محمد سيد محمد" التنمية بأنها "زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات شاملة ومتكاملة مرتبطة بحركة المجتمع تأثيرا، مستخدمة الأساليب العملية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والإدارة.[1]

يرى "محمد سيد" في تعريفه بأن التنمية تكون من خلال الزيادة في الإنتاج وذلك باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة.

- التنمية هي "محصلة الجهود العلمية المستخدمة لتنظيم الأنشطة المشتركة الحكومية، والشعبية في مختلف المستويات لتعبئة الموارد الموجودة أو التي يمكن إيجادها لمواجهة الحاجات الضرورية وفقا لخطة مرسومة وفي ضوء السياسة العامة للمجتمع" .[2]

وقد ركز هذا التعريف على أن التنمية عبارة عن عملية لتنظيم النشاطات، التي يقوم بها المواطن والإدارة في المجتمع تبعا لخطة محددة.

- ويعرفها "عبدو الحمصي " بأنها "عملية حضارية شاملة لمختلف أوجه النشاط في المجتمع .إذ هي عملية مجتمعية متشابكة ومتكاملة في إطار نسيج بالغ التعقيد تتفاعل فيه عوامل اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية".[3]

- كما عرفت الأمم المتحدة التنمية بأنها "تلك العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديا والمعتمدة بأكبر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلي وإشراكه.[4]

يوضح تعريف "عبدو الحمصي" و"الأمم المتحدة" أن التنمية عملية متعددة الأبعاد، يشارك فيها مختلف العوامل، فهي مزيج كما يمكن أن تتعدى لجوانب أخرى.

---

[1] العبد عاطف عدلي، عاطف العبد نهى، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط5، دار الفكر العربي، 2007، ص9.

[2] صفرة إلهام، فندوشي ربيعة، الاتصال التنموي بالجزائر الأسس- الوظائف- الاستراتيجيات، قسم علوم الإعلام والاتصال، معهد الآداب واللغات، جامعة المدية، (د س)، ص3.

[3] الجاسم المحمود جمال، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد(20)، العدد(2)، جامعة دمشق، 2004، ص248.

[4] عزوز نش، حفيظة بوهالي، مرجع سابق، ص64.

- وترى "شاهيناز محمد طلعت" أن التنمية هي "نوعا خاصا من التغير الاجتماعي، حيث يتم من خلاله إدخال أفكار جديدة إلى المجتمع بهدف زيادة دخل الفرد، والارتفاع بمستوى المعيشة، ويعتقد "باي" أن سريان وسائل الاتصال يحدد اتجاه التنمية الاجتماعية وسرعتها وديناميكيتها.[1]

ويرى هذا التعريف أن التنمية هي عملية تغيير وتطوير، وتحسين مستوى المعيشة داخل المجتمع.

وعليه تعتبر التنمية عملية ارادية ومقصودة وليست حدثا عفويا، ينتج عنها زيادة في الدخل القومي الحقيقي لفترة طويلة من الزمن، وأن أساس نجاح التنمية يكمن في تظافر الجهود المبذولة من طرف عامة الشعب وتكامل النشاطات في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهي تستهدف المجتمع ممثلا في أفراده وهيئاته وتستهدف ازالة كل العقبات التي تحول دون استغلال الامكانيات الذاتية الكامنة داخل كيان معين. فالتنمية تشمل كافة نواحي الحياة فتطرأ عليها تغيرات جذرية شاملة وبالأساس تهدف الى اشباع الحاجات الاجتماعية لكافة أفراد المجتمع.

تقودنا هذه المفاهيم أن مفهوم التنمية متعدد الأبعاد، وهذه الأبعاد متداخلة وتؤثر في بعضها البعض، وأن مفهوم التنمية قد خرج من دائرته الضيقة والكلاسيكية ليشمل جوانب أكثر اتساعا وشمولية.

5-5- تعريف الإعلام التنموي

هناك تعاريف عديدة للإعلام التنموي منها:

- يعرف "أديب خضور" الإعلام التنموي بأنه :"المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية التي تعالج قضايا التنمية".[2]

يذهب تعريف "أديب خضور" بأن الإعلام التنموي يعمل على خدمة قضايا المجتمع ومحاولة تحقيق أهدافه العامة.

- كما يعرف الإعلام التنموي بأنه "فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يعمل على إحداث التحول الاجتماعي بهدف التطوير والتحديث، وهو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا.[3]

وقد ركز هذا التعريف على أن الإعلام التنموي وسيلة لترسيخ الوعي بالتنمية وفق خطط تنموية واضحة ودقيقة.

---

[1] فوزية حجاب الحربي، دور الإعلام..في دعم خطط التنمية المستدامة، 2016، ص10.

[2] الجاسم المحمود جمال، مرجع سابق، ص 251.

[3] عزوز نش، حفيظة بوهالي، مرجع سابق، ص 66.

- كما ويعرف بأنه "الجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة التي تهدف إلى خلق مواقف واتجاهات ايجابيه وصديقه للتنمية، وبذلك فإن الإعلام التنموي غير معني بصناعة التنمية ولكنه يهيئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل أن يستجيبوا للخطط والبرامج التنموية بشكل فعال".[1]

- والإعلام 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.[2]

كما يوضح هذين التعريفين بأن الإعلام التنموي يساهم في دفع عجلة التنمية من خلال وسائل الاتصال المختلفة، وذلك باتباع خطط تنموية فعالة.

وعليه فإن الإعلام التنموي هو الجهاز الأساسي لعملية التنمية، يهتم بقضايا المجتمع ومشاركته في كافة عمليات التنمية، فهو يعمل على توجيه وسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف التنمية، ومصلحة المجتمع.

5-6- تعريف التخطيط التنموي

- هو "التجسيد الدقيق لمضمون السياسة الاقتصادية والاجتماعية للدولة، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال تلك الخطط".[3]

يرى هذا التعريف بأن التخطيط التنموي يقوم على خطط دقيقة.

- هو منهج علمي يستخدم لبلورة الأولويات والأهداف التنموية للتجمعات السكانية، وتحديد البرامج والمشاريع القادرة على تحقيقها، خلال فترة زمنية معينة بما يتماشى مع تطلعات السكان، والأخذ بعين الاعتبار

---

[1] بالرايس هشام، الإعلام والتنمية، تونس، 2013، على الموقع: http://alfikhir.blogspot.com/2013/05/blog-post_10.htmlK، 2017/08/16، 20:40.

[2] لبصير فطيمة، الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية، مجلة العلوم الإنسانية، م(ب)، ع(47)، جوان 2017، ص53.

[3] ماجد حسني صبيح، التخطيط الاقتصادي للتنمية، الوحدة السادسة، ص316.

الموارد المتاحة والمعوقات المحتملة، حيث تتولى الهيئة المحلية في تجمع سكاني ما قيادة عملية التخطيط التنموي بمشاركة ممثلي المجتمع المحلي؛ وتكون هي الجهة المسؤولة عن تحضير وادارة تنفيذ ومتابعة وتقييم الخطة التنموية".[1]

يوضح هذا التعريف أن التخطيط التنموي عملية لتحديد الأهداف التنموية بالاعتماد على عناصر محددة. وعليه يمكن تعريف التخطيط التنموي بأنه منهج علمي يقوم على دراسة الأوضاع الحالية والإمكانيات المتاحة للمجتمع المحلي بأسلوب المشاركة المجتمعية وذلك لتحديد الأهداف التنموية ومن ثم تحديد البرامج والمشاريع القادرة على تحقيق هذه الأهداف بكفاءة وفعالية وخلال فترة زمنية معينة بما يتماشى مع تطلعات المجتمع، مع الأخذ بالاعتبار الفرص المتاحة والمعوقات المحتملة.

5-7- تعريف التخطيط الإذاعي:

- "هو التخطيط الأمثل للموارد والطاقات المتاحة للإذاعة من أجل تحقيق أهداف محددة في إطار زمني معين". [2]

يبين هذا التعريف أن التخطيط الإذاعي يعتمد بالدرجة الأولى على الوسائل المتاحة في الإذاعة.

- هو تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها، والتعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها.[3]

ويرى هذا التعريف بأن التخطيط الإذاعي يمر بعدة مراحل في نقل الأخبار للجمهور.

---

[1] أحمد الرمحي، إدماج مفهوم ونهج التخطيط التنموي الاستراتيجي في التعليم الجامعي، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، دس، ص3.

[2] طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2010، ص 153.

[3] سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، الأردن – عمان، 2008، ص19.

أوضحت هذه التعاريف أن التخطيط الإذاعي يحتاج إلى موارد مالية وبشرية محددة، كما يعتمد على الخبرة الكافية والتأكد من صحة المعلومات قبل القيام بنشرها وهذا يتطلب مجهود كبير من الصحفيين.

وعليه يمكن تعريف التخطيط الإذاعي بأنه عملية وضع خطة تستند إلى قدر كاف من الحقائق والمعلومات والبيانات ضمانا لسلامة التنفيذ، من خلال التوظيف الأمثل للإمكانات البشرية والمادية الموجودة، والتي يمكن وجودها بالإذاعة أثناء الفترة الزمنية للخطة؛ من أجل تحقيق أهداف معينة سبق الاتفاق عليها.

5-8- تعريف تنمية المجتمع المحلي

- يتمثل المجتمع المحلي في "مجتمع محدد العدد، فوق أرض محدودة المساحة، يؤدي معظم أفراده نشاطا اقتصاديا رئيسيا محددا، وهكذا ينسب المجتمع إلى الحرفة أو النشاط الذي يمارسه معظم أفراده كحرفة رئيسية أو كنشاط".[1]

يرى هذا التعريف بأن تنمية المجتمع المحلي تقوم على مجتمع محدد، له نفس الخصائص ويعتمد على نشاط معين.

- ويحدده " سعد الدين ابراهيم " بأنه " انبثاق ونمو كل الإمكانيات والطاقات الكامنة في كيان معين بشكل كامل وشامل ومتوازن سواء كان هذا الكيان هو فرد أو جماعة أو مجتمع ".

- ويحدد عناصره في أن التنمية عملية داخلية ذاتية بمعنى أن كل بذورها ومقوماتها الأصلية، موجودة في داخل الكيان نفسه، وأن أي عوامل أو قوى خارج هذا الكيان لا تعدو أن تكون عوامل ثانوية مساعدة، أن التنمية عملية ديناميكية مستمرة أي أنها ليست حالة ثابتة أو جامدة، أن التنمية ليست ذات طريق أو اتجاه واحد محدد مسبقا، وإنما تتحدد طرقها واتجاهاتها باختلاف الكيانات وباختلاف تنوع الإمكانيات الكامنة في داخل كل كيان.[2]

ويشترك هذان التعريفان في أن تنمية المجتمع المحلي عملية تعتمد على الموارد المتاحة داخل المجتمع.

---

[1] لطيف لبنى، دور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر – بسكرة، 2012، ص 98.

[2] عبد الله فكري حسن خطاب، الجمعيات الأهلية ودورها في تنمية المجتمع المحلي، الإنسانيات، ع (55)، 2020، ص 365.

– وهناك من يرى أن "المجتمع المحلي يشير إلى بناء اجتماعي معين ذي علاقات خاصة تتميز بالتشابه في التكوين، وبالقوة في نسيج العلاقات التي يغلب عليها طابع المواجهة والصيغة الشخصية، ويتميز كذلك بسيادة التقاليد والقيم المحلية في السلوك وبدرجة عالية من الضغط الاجتماعي، وأن المجتمع المحلي يشير بصفة عامة إلى المجتمع الريفي.[1]

– كما يعرف بأنه "عملية تنظيم جهود أفراد المجتمع، وجماعاته وتوجيهها للعمل المشترك مع الهيئات الحكومية بأساليب ديمقراطية لحل مشاكل المجتمع ورفع مستوى أبنائه، اجتماعيا واقتصاديا وثقافيا ومقابلة احتياجاتهم بالانتفاع الكامل بكافة الموارد الطبيعية والبشرية والفنية والمالية المتاحة.[2]

وفي هذين التعريفين فإن تنمية المجتمع المحلي ترتبط ارتباطا وثيقا بعادات وقيم المجتمع المحلي، وذلك من خلال توجيه أفراده للعمل المشترك مع الحكومة.

– ويعرفه "رشاد عبد اللطيف" أنه "كل الجهود المبذولة من أجل إحداث التقدم وتحقيق النمو للمواطن والمجتمع".

– وهو "عملية تفاعلية تعاونية تبدأ من المجتمع وتنتهي لصالح المجتمع".

– وهو "العمليات التي تتضافر فيها جهود الأهالي مع جهود السلطات الحكومية لتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية وللعمل عل تكامل هذه المجتمعات في حياة الأمة وتمكنها من الإسهام إسهاما كاملا في التقدم القومي".[3]

– أما "محمد الأشرم" فيعرفه " هو عبارة عن مجموعة من الأفراد يعيشون في بقعة جغرافية محددة وثابتة إلى حد كبير تجمعهم مصالح اجتماعية واقتصادية مشتركة، ويتعاونوا مع بعضهم في مختلف نواحي النشاط في ظل مجموعة من النظم والعادات والتقاليد والروابط وتخلق فيهم شعور الانتماء إلى مجتمعهم".

---

[1] الشهاوي ناجي، الإعلام وتنمية المجتمع المحلي، دار العلم والإيمان للنشر، ط1، دسوق، القاهرة، 2015.

[2] نشمي بن حسين العنزي، مؤشرات تخطيطية لتفعيل دور لجان التنمية الاجتماعية في تحقيق تنمية المجتمعات المحلية، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية – جامعة الفيوم، ع(18)، د س، ص 459.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 100.

– كما عرف "نيلسون" تنمية المجتمع المحلي "أنه ذلك النطاق المكاني المحدود الذي يتكون من مجموعة من العناصر والعمليات والمحاور والأبعاد التي تساهم في تقدمه عن طريق حل مشكلاته الذاتية". [1]

وتجمع هذه التعاريف بأن تنمية المجتمع المحلي عملية يجتمع فيها أفراد المجتمع المحلي مع السلطات لتحسين ظروف المجتمع وحل مشاكله.

وعليه يمكن تعريف تنمية المجتمع المحلي بأنه العمليات والجهود التي يبذلها أفراد المجتمع لتحسين ظروفه اجتماعيا واقتصاديا وثقافيا... لإحداث التطور والتقدم ومواجهة المشكلات من خلال استغلال الموارد المادية والبشرية المتاحة.

6-الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة مرحلة أساسية من مراحل البحث السوسيولوجي، وخطوة مهمة يقوم بها الباحث في دراسته، حيث تساعده في إعطاء خلفية نظرية عن الموضوع، كما يستفاد منها في الإجراءات المنهجية والميدانية للموضوع محل الدراسة.

ولقد رصدنا بعض الدراسات العربية والمحلية التي تخدم البحث، والتي تتمثل في الشكل التوضيحي التالي:

[1] بالخير محمد، التنمية المحلية وانعكاساتها الاجتماعية، رسالة ماجيستير في علم اجتماع تنظيم وعمل، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر، 2005، ص 11.

شكل (02): يوضح الدراسات السابقة

- **الدراسة الأولى: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي.**

(أطروحة دكتوراه لـ "شعباني مالك" دراسة ميدانية بجامعتي قسنطينة وبسكرة، 2006)

- **أهداف الدراسة**

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما الإذاعة المحلية في إبلاغ رسالتها الصحية على الخصوص، ومدى قدرتها على تعبئة الجماهير وتوعيتهم بمخاطر الأمراض، وتغيير بعض سلوكاتهم السلبية. وكذلك معرفة حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالقضايا الصحية، وتحديد نوع المشكلات والقضايا التي تطرحها وتتناولها بالنقاش من خلال حصصها وبرامجها الصحية المختلفة. ولفت انتباه المسؤولين عن الاتصال بصفة عامة، والتنمية بصفة خاصة بمحاولة تخصيص موارد مالية وتقنية وبشرية هائلة للإذاعة، لما لها من آثر كبير على التنمية بمختلف مجالاتها، الصحية منها على وجه الخصوص.

- **الإشكالية**

إن مشكلات التنمية الاجتماعية في البلاد النامية، أصبحت تتمثل في هبوط مستوى الوعي الصحي، وانخفاض مستوى النظافة، وانتشار الأمراض، وضعف الضبط الاجتماعي الأولى، واضطراب أنماط الاستهلاك، وغيرها من مظاهر الإهمال، ومن مشكلات تحتاج في علاجها إلى قدر ملائم، ودرجة عالية من الوعي الجماهيري بطبيعة المشكلات وانعكاساتها السلبية، وإمكانية وطرق علاجها ومواجهتها، وهنا لابد أن تقوم وسائل الإعلام ومنها الإذاعة بدورها في هذا الصدد، من خلال الحملات الإعلامية المقنعة، معتمدة على برامجها بالدرجة الأولى، وما تقدمه خلالها من معلومات ونماذج. وحتى يتم معرفة دور أي من إذاعة سيرتا بقسنطينة والزيبان ببسكرة في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين فقد اعتمدت هذه الدراسة على إجراء مقارنة بينهما لذلك فإن التساؤل المطروح هو:

- ما دور إذاعتا سيرتا(F.M) والزيبان المحليتين في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين؟
- وأي منهما له الدور الأكبر في ذلك؟

وتتمثل فرضيات الدراسة في مايلي:

- تولي الإذاعة المحلية سيرتا (F.M)والزيبان أهمية معتبرة للمواضيع الصحية.
- تقدم الإذاعة المحلية سيرتا (F.M)والزيبان برامج صحية شاملة لمختلف الأمراض تتضمن نصائح وإرشادات وقائية وعلاجية لمستمعيها.
- تساهم الإذاعة المحلية سيرتا (F.M)والزيبان في تكوين ثقافة صحية لدى مستمعيها.

- تؤدي الإذاعة المحلية سيرتا (F.M) والزيبان دورا هاما في التأثير على سلوك مستمعيها لتشكيل الوعي الصحي.

- **مجالات الدراسة**

- المجال الزمني: تم جمع البيانات المتعلقة بالدراسة أول شهر فيفري2006، حيث كانت البداية عبارة عن زيارات استطلاعية بناء على تصريح من إدارة القسم موجها إلى المسؤول عن الإذاعة في كل من قسنطينة وبسكرة، حيث جمعت منها كل البيانات المتعلقة بتاريخ إنشاء الإذاعة، وأهم البرامج المقدمة في هذه السنة، مع التركيز بالدرجة الأولى على البرامج الصحية، وأهم الفئات التي استهدفتها هذه الأخيرة. كما تم جمع البيانات المتعلقة بعدد الطلبة الذين ستجرى معهم الدراسة في 2006/02/11، ثم توزيع الاستمارات البحثية وذلك بتاريخ 01 مارس 2006وبعدها القيام بجمع الاستمارات والملاحظات المسجلة وقد استغرقت مدة التوزيع والجمع حوالي ثلاثة أسابيع، وقبل ذلكم قام الباحث بإجراء استمارة تجريبية شملت عدد محدود من المبحوثين وذلك بتاريخ .20/02/2006
- المجال المكاني: جامعة منتوري – قسنطينة، وجامعة محمد خيضر – بسكرة.

- **أدوات الدراسة**

من الأدوات التي تم استخدامها في هذه الدراسة هي المقابلة المفتوحة (غير المقننة) قصد جمع البيانات الأولية، حيث تم التعريف بالإذاعة المحلية، والبرامج الصحية في الصحية في الإذاعة، والتساؤل عن مدى مساهمة الإذاعة في نشر الوعي الصحي لدى المستمعين وخاصة الطلبة. إضافة إلى اعتماد الباحث على الاستمارة التي ضمت خمسة محاور احتوت 37 سؤال موجه للمبحوثين، وتضمنت أسئلة مغلقة، مفتوحة، وأسئلة تصنيفية مفتوحة .

- **منهج الدراسة**

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، وقد اتجهت إلى تبني منهج المسح بالعينة ذلك أن المسح بالعينة يسمح بتحقيق غايات الدراسة بأقل وقت وجهد ومال ممكن، إضافة إلى بعض تقنيات المنهج الإحصائي، وذلك من خلال تبويب البيانات المجمعة من الميدان في جداول بيانية، وكذلك المنهج المقارن.

- **نتائج الدراسة**

لقد تم التوصل في هذه الدراسة إلى أن نسبة الاستماع للإذاعة المحلية الزيبان ببسكرة تفوق نظيرتها المسجلة في سيرتا قسنطينة، وأن أكبر نسبة استماع للإذاعتين تتم في المنزل. كما أن نسبة كبيرة من المبحوثين بقسنطينة يناقشون البرامج الإذاعية مع أفراد عائلاتهم، بينما في بسكرة فتتم مناقشتها مع

الزملاء. كما أن نسبة رضا المبحوثين عن البرامج المقدمة في إذاعة سيرتا أكبر من نظيرتها بالزيبان بينما وقت بث البرامج الصحية على الخصوص المقدمة بالإذاعتين مناسب، ويغلب عليها الطابع الوقائي، لكن الحجم الساعي المخصص لهذه الحصص غير كاف، ومستوى أداء الطاقم الإذاعي متوسط. إضافة إلى أن نسبة الاستماع للبرامج الصحية بإذاعة الزيبان أكبر منها بإذاعة سيرتا، وقد أرجعوا سبب ذلك إلى اتساع مجال الاستفادة، كما أن اللغة المستخدمة لطرح المواضيع الصحية عامية ومفهومة. كما توصلت الدراسة أن أفضل الحصص الصحية المقدمة بإذاعة سيرتا هي المرشد النفسي، بينما في الزيبان هي من قضايا الأسرة، وأفضل الأيام التي يستمع فيها المبحوث لهذه البرامج أو الحصص بإذاعة سيرتا هو الثلاثاء، بينما بإذاعة الزيبان الخميس والجمعة. وأن أفضل المواضيع الصحية التي نالت إعجاب المبحوث بإذاعة سيرتا(F.M) هو إرشادات طبية ونفسية، بينما أفضل المواضيع الصحية التي نالت إعجاب المبحوث بإذاعة الزيبان هي الأمراض الباطنية والنفسية، ومواضيع حول الأمراض المزمنة والمعدية، وسبل الوقاية والعلاج منها. كذلك أكبر نسبة من المبحوثين بالإذاعتين سيرتا والزيبان يرون بأنه يجب أن تهتم الإذاعتين بالصحة الغذائية، مع التركيز على صحة المرأة على وجه الخصوص. وأن نسبة الاستجابة والاستفادة من النصائح الطبية التي تقدمها البرامج الصحية بإذاعة الزيبان أكبر منها بإذاعة سيرتا. وأن جل أفراد العينة بالإذاعتين يرون بأن وجود برامج صحية في أية إذاعة محلية ضروري. وأعلى نسبة من أفراد العينة بالإذاعتين تقترح لتحسين مستوى الحصص الإذاعية الصحية زيادة عدد الحصص وكذا الحجم الساعي المخصص لها، مع فتح خطوط هاتفية جديدة وتحسين مستوى أداء المذيعين.[1]

تشترك هذه الدراسة مع الدراسة موضوع البحث، في أن الإذاعة المحلية تسعى كغيرها من وسائل الإعلام الأخرى إلى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع كالتثقيف والتربية والترفيه والتوعية في جميع المجالات، فقد ركزت دراسة شعباني على المجال الصحي، باعتبار أن الصحة جزء لا يتجزأ من التنمية الاجتماعية الشاملة، وعنصرا فعالا لا يمكن إغفاله عند التخطيط لبلوغها.

[1] شعباني مالك، مرجع سابق.

- **الدراسة الثانية: الإذاعة المحلية والتنمية في عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال: حالة خمسة أجهزة راديو إكوادورية.**

(مذكرة لـ ""Aryanne besner quintal، جامعة québec à montréal، 2011)

يهتم هذا العمل البحثي، بتأثيرات إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بما في ذلك الإنترنت والهاتف المحمول، في خمس محطات إذاعية المجتمعات الإكوادورية، على التطوير التنظيمي للإذاعة المحلية في التنمية البشرية للمجتمعات المحلية. حيث قام الباحث بجمع البيانات الكمية من الإجابات التي قدمها الموظفون والمتطوعون في المحطات الخمس المدروسة، ومن ناحية أخرى حصل على بيانات نوعية بعد المقابلات شبه أجريت مع مديري المحطات الخمس ومديري جمعيتين التنسيق اللاسلكي، وكل هذه المقاربات تهدف إلى الإجابة على السؤال المحوري: كيف يسعى "مزيج التكنولوجيا" أو تكامل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في خمس محطات إذاعية المجتمعات الإكوادورية، هل تشارك في التنمية "الداخلية"، وكذلك فيما يتعلق بالتنمية البشرية لا سيما فيما يتعلق بجودة المعلومات ومشاركة المواطنين وتطوير التنمية؟ بالنسبة لهذا السؤال، افترض الباحث ما يلي:

"المزيج التكنولوجي" القائم على تكامل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وبشكل أكثر دقة الإنترنت والهاتف المحمول في خمس محطات إذاعية مجتمعية، يمكن أن يعزز الاستيلاء التدريجي للتكنولوجيات من قبل

العاملين والمتطوعين في المحطات الإذاعية، وكذلك من قبل المجتمعات المحلية لهذه المحطات، لأن الأخيرة تسمح لهم بالوصول إليها، وبهذا فهي تعمل "كوسطاء مجتمعيين". في الواقع اتخذنا فرضية أن خلق مزيج بين الإذاعة المحلية والمجتمع وتكنولوجيا الإعلام والاتصال من شأنه أن يزيد من جودة وحسن توقيت البرامج اليومية. لتنويع برامجهم وزيادة مشاركة مستمعيها، كما نعتقد في المجتمعات المحلية أيضا أن إدخال التكنولوجيا الاتصال من شأنه أن يعزز إنشاء المشاريع التنموية مع احترام قيم المجتمع.

وتبين نتائج هذا البحث أنه حدثت تغييرات كبيرة منذ إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المحطات الإذاعية في المجتمعات، وخاصة داخل الإذاعات نفسها من خلال تحسين المستوى الإذاعي، إمكانية الوصول إلى المعلومات المحلية والوطنية والدولية، جودة وتنوع هذه المعلومات، تنوع موسيقي، مجموعة متنوعة من مواضيع البرامج، تحويل طرق مشاركة مستمعي المحطات التي تتواصل اليوم مع الإذاعة عن طريق "الرسائل النصية" أو رسائل البريد الإلكتروني، تحسين شبكات الاتصال بين المنظمات المجتمعية والموارد المحتملة المتزايدة، اقتصاديات المحطات الإذاعية ، ولا سيما بفضل تسويق الإلكتروني.

كما يوضح الموظفون أنه قد حدثت تغييرات قليلة في مختلف قطاعات التنمية، حيث تعمل الإذاعات المحلية منذ ذلك الحين على إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ومع ذلك فإن مديري المحطات أكدوا أن إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في محطتهم ساهم دون أدنى شك في التنمية البشرية للمجتمعات.

أشار المستجيبون المتمثلون في 36 موظف الذين شملهم المسح في دراسة 5 محطات إذاعية مجتمعية، أنهم يستخدمون الانترنت بعدة طرق، وذلك بتبادل رسائل البريد الإلكتروني، يرى 9 أشخاص على أنهم يستعملونه للأخبار المباشرة مثل البحث عن المجال السياسي أو الاقتصادي أو حتى في مسائل القانون أو الصحة أو الثقافة أو الرياضة، ويستخدمه من 2 إلى 6 أشخاص بإجراء عمليات شراء بينما 3 أشخاص لديهم مدونة شخصية أو الرجوع إليها بانتظام. تختلف استخدامات الإنترنت إلى حد كبير للاستخدام المنزلي. من بين 36 مبحوث، 32 منهم يستخدمون الإنترنت في العمل لتبادل رسائل البريد الإلكتروني، ويرى 26 منهم أنه يساهم في التواصل بشكل رئيسي مع المؤسسات الأخرى، مثل محطات أخرى من الإذاعة أو المراكز المجتمعية عبر الويب.

ومن بين 36 موظف شملهم الاستطلاع، يرى 27 شخص أنهم يستخدمون الأخبار على الإنترنت والمعلومات البحثية للتحضير للبث الإذاعي ويرى 21 منهم أن الاستخدامات الأخرى هي البحث عن الموسيقى عبر الإنترنت، التواصل مع المستمعين 16 مستجيب، والبحث عن إجابات لأسئلة المستمعين 14 مستجيب، والبحث عن جهات اتصال لتنفيذ المقابلات 13 مشاركا، وأخيرا 4 من أصل 36 شخص يستخدمون الإنترنت المشاركة في بناء موقع الإذاعة.

فيما يتعلق بالهواتف المحمولة، نجد 31 موظف لديهم الهاتف الشخصي، يستخدمونه لإجراء مكالمات، و28 مستجيبا يستخدمون هواتفهم الشخصية لإجراء الاتصالات المتعلقة بالعمل، ويرسل 26 من المستجيبين الرسائل النصية بشكل منتظم، وأخيرا أقل من 9 مشاركين يستخدمون هواتفهم لأغراض أخرى.

ويختلف استخدام الهواتف المحمولة من قبل الموظفون، منهم 26 يستخدمون هواتفهم للاتصال بجهات الاتصال وإجراء المقابلات، ثم تأتي المكالمات الشخصية 22 مستجيب، ثم ما بين 14 و18 يستخدمون هواتفهم لتنسيق عملهم مع منتجي البرامج أو الصحفيين أو لنقل التقارير الحية من أحداث مختلفة، وأخيرا الاستخدامات "التقنية" الأكثر للهاتف، مثل استشارة الإنترنت أو تسجيل المقابلات تبقى هامشية وتخص فقط 2 إلى 4 أشخاص.

وعليه توضح نتائج هذا البحث أن تكامل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في محطات الإذاعة المحلية التي تمت دراستها كان لها تأثير كبير على جودة وتنوع الانبعاثات الإذاعية التي تنتجها في الواقع، وكذلك مستوى

تنوع برامجهم، أخيرا لاحظ المجيبين أن هناك زيادة في مشاركة المستمعين منذ إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإذاعة، ويمكن أن يعزى هذا إلى الزيادة في عدد طرق دخول الاتصال بالمحطات.

باختصار يمكن القول أن الوصول إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد تسبب في تحسين في جميع قطاعات النشاط داخل المحطات في جميع أجهزة الإذاعة المحلية، فهي تعمل على تطوير الإذاعات خاصة من حيث الجودة وتنوع المعلومات، وتنوع البرامج ومشاركة الرأي العام.[1]

تبحث هذه الدراسة عن جودة المعلومات التي تبثها الإذاعة ومشاركة المواطنين في تطوير التنمية وهو ما تتشارك فيه مع دراستنا، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإذاعات في المجتمعات، تعمل على تحسين المستوى الإذاعي، وإمكانية الوصول إلى المعلومات المحلية والوطنية والدولية، إضافة إلى جودة وتنوع هذه المعلومات.

- **الدراسة الثالثة: الإذاعة الجزائرية من الوطنية إلى المحلية ودورها في المجتمع.**

(أطروحة دكتوراه لـ "كنزاي محمد فوزي"، دراسة ميدانية بولاية قسنطينة،2012)

- **أهداف الدراسة**

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور وسائل الإعلام وفعاليتها خاصة الإذاعة المسموعة الوطنية والمحلية، وكذا التعرف على الساحة الإعلامية والاتصالية في الجزائر، إضافة إلى تحديد دور الإذاعة المحلية في عمليات تغير البنى الاجتماعية في الجزائر، كما حاولت هذه الدراسة رصد أهم الوسائل الإعلامية الفاعلة والفعالة في المجتمع الجزائري، واكتشاف مختلف الطرق التي تؤثر بها الإذاعة على سلوكات الأفراد.

- **الإشكالية**

باعتبار الإذاعة المسموعة جزء من المجتمع، ومن أهم وسائل الاتصال الجماهيري، فلها مساهمة فعالة في تطور السياسة، وانتقال الإذاعة من الصبغة الوطنية إلى المحلية هو بحث عن ميكانيزمات إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية. وعليه فإن هذه الدراسة تطرح التساؤل هل تعدد الإذاعات المحلية يعني إنتاج المحلية، والتعبير عنها أم أنه في الحقيقة مساءلة لكل ما كان ثابتا ومتفقا عليه سواء الثقافي والسياسي منه والاجتماعي؟

- **فرضيات الدراسة**

  - للإذاعة المحلية دور في معالجة المشكلات الاجتماعية، السياسية والاقتصادية.

[1] Aryanne besner quintal, les radio communautaires et le développement à l'ère des technologies de l'information et de la communication: le cas de cinq radio équatoriennes, université du québec à montréal, 2011.

- تسعى الإذاعات المحلية إلى تكريس التنوع الثقافي.
- تزيد الإذاعات المحلية في عملية الاندماج الاجتماعي داخل المجتمع المحلي.

- **مجالات الدراسة**

– المجال الزمني: المرحلة الأولى كانت دراسة استطلاعية بكل بلديات قسنطينة دامت 4 أشهر من فيفري إلى ماي 2010، والمرحلة الثانية والتي تم فيها توزيع الاستمارات من 20 جوان إلى 10 أوت 2010، ثم المرحلة الثالثة وتتمثل في جمع الاستمارات من 20 أوت إلى 20 سبتمبر2010، وأخيرا مرحلة تفريغ البيانات وتحليلها من 20 سبتمبر إلى 27 مارس 2011.

– المجال المكاني: جميع بلديات قسنطينة المتمثلة في 12 بلدية.

– المجال البشري: وقد ضمت الدراسة عينة تتكون من 120 عائلة، بحيث يمثل كل عائلة فردين ذكر وأنثى من سن 18 سنة فما فوق.

- **منهج الدراسة**

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التاريخي فيما يتعلق بتاريخ الإذاعة، والمنهج الوصفي كون الدراسة تهدف لوصف وتفسير موضوع الإذاعة المسموعة في الجزائر، من خلال جمع البيانات، تصنيفها، تبويبها، وتحليلها إحصائيا لاستخلاص النتائج.

- **أدوات الدراسة**

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الملاحظة من خلال رصد ردود الأفعال للمستمعين عند استجوابهم والاطلاع على مختلف الظروف المحيطة بالمبحوثين. كما اعتمدت على الاستبيان حيث شملت الاستمارة على أربعة محاور، واحتوت على 60 سؤال مغلق ونصف مغلق، وسؤال مفتوح لإدلاء المبحوثين بما يرونه مناسبا في يخص موضع الدراسة.

- **نتائج الدراسة**

خلصت الدراسة إلى أن العلاقة بين متغير تتبع المشكلات ومتغير الجنس، أن الذكور هم الأكثر تبعا للمشكلات والتي بلغت نسبتها 87.74%، والفئة الأكثر اهتماما بقضايا الساعة هم الفئة بين (38–47) سنة، كما توصلت الدراسة إلى أن فئة الموظفين هم الأكثر اهتماما بالمشكلات بنسبة 47.06%، كما أدلت البيانات أن نسبة 47.50% تعتقد أن للإذاعة في التحكم في معالجة المشكلات بمختلف أنواعها، كذلك هناك نسبة كبيرة من العينة أكدت أن الإذاعة المحلية هي دليل على التنوع الثقافي في المجتمع ووجود

ديناميكية وتوازن في الحقل الثقافي بنسبة 35.44%، وقد أرجعت عينة البحث السبب الرئيسي في غياب الإذاعات المحلية عن الحقل الإعلامي قبل سنة 1991 هو احتكار وسائل الإعلام من طرف الدولة بالدرجة الأولى بنسبة 28.65%، كما أكدت الإجابات أن العامل الاقتصادي هو الذي يحرك المجتمع نحو النمو بالدرجة الأولى، فيما منحت عينة الدراسة الإذاعة المحلية وظيفة تقديم إعلام جواري بالدرجة الأولى بنسبة 28.67%، وخلصت الدراسة إلى أن الإذاعة المحلية تعد ضرورية للمجتمع بنسبة 42.90%.

كما أدلت النتائج تباين سبب الاستماع للإذاعة المحلية حسب طبيعة المجتمع المبحوث، حيث نسبة 30.79% تؤكد أن سبب الاستماع هو الخصوصية المحلية والثقافية التي تتمتع بها الإذاعة المحلية، كما أشارت البيانات أن هناك خمسة أبعاد ثقافية فيما يخص البرامج الثقافية التي تقدمها الإذاعة هي الثقافة الدينية، الاجتماعية، التاريخية، الأدبية، والسياسية، وأوضحت الشواهد أن نسبة 53.33% أكدت أن من أولويات الإذاعة المحلية التركيز على البعد الثقافي بشقيه المحلي والوطني معا للحفاظ على التوازنات الكبرى للمجتمع خاصة في الجانب الثقافي.

كما توصلت الدراسة أن للإذاعة المحلية دور في إرساء قواعد تواصلية مع المجتمع بنسبة 48.65%، كما أكدت البيانات أن نسبة 77.08% تقر أن الإذاعة تساهم في هيكلة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، وأدلت الإجابات أن انتشار الإذاعات المحلية دليل على أن مؤسسات الدولة تولي أهمية خاصة للثقافة المحلية ولعمليات الاندماج الاجتماعي، وأجمع الباحثون بنسبة 92.08% أنه كان من الضروري إعادة النظر في هيكلة الحقل الإعلامي في الجزائر.[1]

وتتوافق هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في إبراز دور الإذاعة في المجتمع، حيث ركزت هذه الدراسة على دور وفعالية الإذاعة الوطنية والمحلية في المجتمع الجزائري، أما في دراستنا فتطرقنا إلى إبراز دور الإذاعة المحلية والتخطيط للبرامج الإذاعية في عملية التنمية داخل المجتمع المحلي.

[1] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق.

- الدراسة الرابعة: دور إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي.

(أطروحة دكتوراه لـ لبنى لطيف دراسة تحليلية وميدانية 2012)

- **أهداف الدراسة**

هذه الدراسة تهدف لمحاولة الكشف عن أدوار الإذاعة، باعتبارها أداة من أدوات التنمية والتي تتجسد في الدور الأصيل والدور المساعد والدور الثانوي. كما حاولت هذه الباحثة التعرف على خصائص جمهور إذاعة بسكرة المحلية.

- **الإشكالية**

تسعى هذه الدراسة لتحليل مضمون عينة من برامج إذاعة بسكرة للكشف الأدوار التي تقوم بها من خلال برامجها في تنمية المجتمع المحلي. كما تتضمن دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المستمع للإذاعة للتعرف على عاداته واقتراحاته وآرائه في برامج هذه الإذاعة.

- **أسئلة الدراسة**

- 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 إذاعية؟

- **مجالات الدراسة**

- المجال الجغرافي: ويتمثل في ولاية بسكرة.
- المجال البشري: ويشمل كل سكان ولاية بسكرة الذين يستمعون للإذاعة المحلية المنتمين للفئة العمرية]20-70[.
- المجال الزمني: تنحصر هذه الدراسة في الفترة الزمنية من شهر ماي 2011 إلى أكتوبر 2011.

- **منهج الدراسة**

تصنف هذه الدراسة ضمن قائمة البحوث الوصفية التي تقدم معلومات وحقائق عن واقع الظاهرة الحالي بالتشخيص والتحليل.

- **عينة الدراسة**

اعتمدت هذه الدراسة الميدانية على أسلوب المسح بالعينة نظرا لكبر المجتمع الكلي، حيث تم اختيار 300 مفردة موزعة على 5 بلديات ثم اختيار مفردات العينة بشكل مقصود، كما اعتمدت الباحثة على طريقة الحصة والتي تنطلق من الاختيار العشوائي للمناطق الجغرافية ثم تحديد حصص الأفراد الذين يحظون بخصائص معينة داخل المنطقة المختارة.

- **أدوات الدراسة**

استعانت الباحثة في المرحلة الاستطلاعية بالملاحظة غير المباشرة وذلك بملاحظة الوثائق والجرائد الرسمية والمدونات، وملاحظة بسيطة من خلال الملاحظة العادية غير الموجهة والتي تحدث تلقائيا. كما استخدمت المقابلة والتي تمثلت في المقابلة الحرة غير المتقنة والتي تهدف لجمع المعلومات حول وفهمها واستيعابها، حيث قامت الباحثة بمقابلة الطاقم الإداري للإذاعة. إضافة إلى الاستبانة التي تحتوي ثلاثة محاور الأول حول أنماط وعادات المستمعين لبرامج إذاعة بسكرة، والثاني حول تفضيلات المبحوثين بخصوص البرامج الإذاعية المقدمة في إذاعة بسكرة، والثالث حول آراء المبحوثين واقتراحاتهم فيما يخص الخدمة الإذاعية في هذه الإذاعة.

- **نتائج الدراسة**

توصلت هذه الدراسة إلى أن نسبة الاستماع لإذاعة بسكرة قليلة على اعتبار أن المستمعين لا يتعرضون لبرامجها يوميا ولا يستغرقون وقتا كبيرا، كما أنهم لا يشاركون في مواضيع برامجها باستثناء فئة قليلة، حيث يميل معظم الجمهور للاستماع إلى الأخبار المحلية ويفضلون البرامج الحوارية المفتوحة والحرة وتقديمها باللغة الدارجة، كذلك يرون أن برامج إذاعة بسكرة تقدم لهم ما يحتاجونه ولكن بنسبة قليلة، إضافة إلى أنهم يرون بأنها لا تقدم لهم حلول لمشاكلهم وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى قصور التخطيط الإذاعي، وعموما فإن خدمة إذاعة بسكرة تبقى ناقصة وتحتاج إلى تطوير وتحسين وخاصة توفيرها لبرامج تدريبية على المهارات اللازمة في حياتهم اليومية.[1]

حيث تشترك الدراستان في أن الإذاعة المحلية لها دور من خلال برامجها المتنوعة في تنمية المجتمع المحلي، إلا أن هناك تقصير في عملية التخطيط الإذاعي وذلك لنقص البرامج التدريبية.

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق.

-الدراسة الخامسة: استخدام الإذاعات المحلية كأداة للتنمية.

(مقال لـ "Ngugi PK" مجلة الاتصال الجماهيري والصحافة، جامعة Jkuat، كينيا، 2015)

تهدف هذه الدراسة لتحديد دور الإذاعات المحلية في تغيير حياة الناس العاديين في كينيا والعالم. وخاصة الأميون والفقراء الذين يعيشون في الريف وغيرهم من الفئات المهمشة.

وقدرت الدراسة الاستقصائية الديمغرافية والصحية الكينية لعام 2003 أن 60% من الرجال و71% من النساء وصلوا لمستوى التعليم الإبتدائي.

وأكد الباحث في دراسته أنه تم اختيار الإذاعة لأنها كتقنية هي الأنسب لوسائل الإعلام المحلية حيث لا يتطلب مرافق بث واسعة، ولا كوادر ومعدات كبيرة، ولا تتطلب الإذاعة المحلية أيضا معرفة القراءة والكتابة للاستهلاك.

كما توصلت الدراسة إلى أن 99% من المنازل الأمريكية لديها إذاعة واحدة على الأقل، أما نسبة الذين يقرءون في الصحف اليومية تقدر بـ 55%، ونسبة الذين لديهم أجهزة كمبيوتر خاصة هي 51%، ثم نجد 68% نسبة الذين يشتركون في تلفزيون الكابل.

ولا تزال الإذاعة المحلية شكلا من أشكال وسائل الإعلام المحلية التي يمكن الوصول إليها بسهولة ودون تكلفة، حيث تعمل الإذاعة المحلية على توصيل صوت الشعب والمجتمع المحلي.

وينبغي أن تعزز التنمية وأن تحدث تغييرا إيجابيا في الظروف المعيشية للمجتمع المحلي وبيئته من خلال نشر المعلومات وتعزيز الحوار المجتمعي من خلال المناقشات الإذاعية والجوار عبر المكالمات الهاتفية والرسائل النصية القصيرة وكذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

وترى هذه الدراسة أن الإذاعة المحلية تلعب أدوارا مهمة في تحسين سبل العيش خاصة للأشخاص الذين ليس لديهم طريقة للوصول إلى وسائل الإعلام الرئيسية.

وتتشابه دراستنا مع هذه الدراسة في البحث عن دور الإذاعة المحلية في التنمية، حيث تعتبر الإذاعة المحلية من أهم وسائل الإعلام المحلية التي تساعد المواطن على حل مشاكله وتوصيل صوته للسلطات العليا، وتحاول تطوير المجتمع المحلي وتغييره في كل المجالات بما يتناسب واحتياجاته، وعليه فإن الإذاعة المحلية تعمل على تحقيق التنمية من خلال نشر الأخبار وتعزيز الحوار من خلال البث الإذاعي للبرامج الحوارية.

-الدراسة السادسة: دور الإذاعات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت. (مقال لـ "محمد القاضي سليكة" بمجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية،2015)

- **أهداف الدراسة**

هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور المحطات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت، ومدى ملاءمتها لاحتياجاتهن والإشباعات المتحققة من ذلك، والتعرف على طبيعة البرامج الإذاعية الموجهة لربات البيوت وجوانب القصور في هذه البرامج.

- **الإشكالية**

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على دور المحطات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت، ومدى ملاءمتها لإشبا ع حاجاتهن التثقيفية من حيث طبيعة البرامج بشكل عام والبرامج الموجهة لربات البيوت بشكل خاص وتوقيتها والإذاعات الأكثر استماعا بالنسبة لهن، والوقوف على نقاط القوة وجوانب القصور في هذه البرامج من أجل أخذ ذلك بعين الاعتبار في تخطيط البرامج بشكل عام وتخطيط البرامج المتخصصة الموجهة لربات البيوت واستغلال الإذاعة لتكون مصدرا مهما لتثقيف ربات البيوت.

- **أسئلة الدراسة**

– ما مدى دور الإذاعات المحلية في تنمية ورفع مستوى الثقافة والوعي لدى ربات البيوت؟

– هل تسهم البرامج الإذاعية في المحطات الإذاعية المحلية في محافظة الخليل في رفع المستوى الثقافي لدى ربات البيوت؟

– هل تقدم الإذاعات المحلية في محافظة الخليل من خلال برامجها القضايا والموضوعات التي تهم ربات البيوت؟

– ما هي الدوافع وراء متابعة ربات البيوت للمحطات الإذاعية المحلية؟

– ما هي الإشباعات التثقيفية والتوعوية المتحققة من استما ع ربات البيوت للبرامج على المحطات الإذاعية المحلية؟ وهل هناك قصور في هذه البرامج؟

– ما طبيعة البرامج التي تستمع إليها ربات البيوت؟

– ماهي البرامج والقضايا التي ترغب ربات البيوت في الاستماع إليها وغير مطروحة ضمن الدورات البرامجية للمحطات الإذاعية المحلية؟

– أي المحطات المحلية أكثر استماعا من قبل ربات البيوت؟ ولماذا؟

– ما اتجاهات ربات البيوت نحو البرامج التي تبث عبر المحطات الإذاعية المحلية؟

– هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى($a<0.05$) في دور البرامج على المحطات الإذاعية المحلية في رفع مستوى الثقافة والوعي لدى ربات البيوت، وما تحققه هذه البرامج من إشباع ربات البيوت في المجالات التثقيفية المختلفة، وكذلك الوقوف على جوانب القصور ومواطن الضعف في هذه البرامج تعزى للمتغيرات التالية (الفئة العمرية، المستوى التعليمي، مكان السكن، الحالة الاجتماعية)؟

- **مجالات الدراسة**

– المجال البشري: ربات البيوت في محافظة الخليل.

– المجال المادي: برامج المحطات الإذاعية في محافظة الخليل.

– المجال الموضوعي: تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت من خلال الاستماع للبرامج على المحطات المحلية.

- **منهج الدراسة**

استخدمت الباحثة منهج المسح لقياس دور البرامج على المحطات الإذاعية المحلية في تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت، وذلك لملائمة هذا المنهج لمثل هذا النوع من الدراسات باعتباره جهد علمي منظم للحصول على البيانات والمعلومات وأوصاف الظاهرة محل الدراسة.

- **أدوات الدراسة**

استخدمت الباحثة صحيفة الاستقصاء، حيث قسمت الاستبانة إلى ثلاثة أقسام، الأول يحتوي على البيانات الديمغرافية، والثاني يحتوي على أسئلة لقياس دور البرامج على المحطات المحلية في محافظة الخليل في رفع مستوى الوعي والثقافة لدى ربات البيوت والإشباعات المتحققة لديهن، أما الثالث فيحتوي على أسئلة لقياس اتجاهات ربات البيوت نحو البرامج الإذاعية على المحطات المحلية.

- **نتائج الدراسة**

– أظهرت نتائج الدراسة أن هناك نسبة متابعة جيدة من قبل ربات البيوت للبرامج على المحطات الإذاعية المحلية، حيث وجد أن 42% من ربات البيوت يتابعن الإذاعات المحلية الفلسطينية، وأن 31% منهن يتابعن أحيانا المحطات المحلية. من خلال هذه النسب نرى أن نسبة متابعة ربات البيوت للبرامج الإذاعية على المحطات المحلية ما بين نعم وأحيانا تشكل ما نسبته 73%.

– إن الدافع الرئيسي وراء استماع ربات البيوت للبرامج على المحطات الإذاعية المحلية هو متابعة الأحداث المحلية، حيث أن 22% من ربات البيوت يتابعن الإذاعات المحلية لهذا الغرض.

– إن الفترة الصباحية تعتبر الفترة الذهبية من حيث استماع ربات البيوت للإذاعات المحلية، حيث أن 59% من ربات البيوت يستمعن للإذاعات المحلية في هذه الفترة، وهذا قد يعني أن ربات البيوت تستمع للبرامج الإذاعية خلال انشغالهن بإنجاز الأعمال المنزلية.

– إن ربات البيوت تحصل على تثقيف في كافة الجوانب ولكن بنسب مختلفة قد تكون ضعيفة في كثير من الجوانب الحياتية، حيث نجد أن الشؤون السياسية والشؤون المحلية تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 14% وهذا مرتبط بكون النساء فضل القوالب الإخبارية، أما بالنسبة للجوانب الحياتية الأخرى مثل الصحة والجمال والتدابير المنزلية والفتاوى الدينية والقضايا العلمية فإن نسبة الثقافة التي تحصل عليها ربات البيوت في هذه الجوانب متدنية بسبب النقص في هذه البرامج من وجهة نظر المبحوثات.

– تدني نسبة اهتمام ربات البيوت بالمضامين السياسية والاجتماعية، حيث احتلت المضامين الإخبارية وذلك يعزي إلى دوافع استماع ربات البيوت من أجل الاطلاع على الشؤون المحلية.

– كما أظهرت النتائج أن برامج راديو الحرية هي الأكثر متابعة بنسبة 36%، كونها تذيع برامج تخص الشؤون المحلية، وكذلك نوعية المضامين التي تفضلها ربات البيوت والفترة التي تستمع فيها.

كذلك أدلت النتائج أن هناك نقص في البرامج الأسرية والصحية والدينية من وجهة نظر ربات البيوت.

كما تشير النتائج إلى أن مدى دور البرامج على المحطات الإذاعية المحلية في رفع مستوى الثقافة والوعي لدى ربات البيوت، وما تحققه هذه البرامج من إشباع لدى ربات البيوت في المجالات التثقيفية المختلفة كان متوسطا وذلك بمتوسط حسابي قدره 3.46 وانحراف معياري 0.52.

– وأخيرا ادلت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور البرامج على المحطات الإذاعية المحلية في رفع مستوى الثقافة والوعي لدى ربات البيوت.[1]

تركز هذه الدراسة على دور المحطات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي، حيث ترى أن هناك نسبة مشاهدة من طرف ربات البيوت، مما يدل على أن البرامج الإذاعية لها دور في رفع مستوى الثقافة والوعي لدى ربات البيوت، وهو ما تتشارك فيه مع دراستنا الحالية من خلال الدور الذي تقوم به الإذاعات المحلية من خلال البرامج الثقافية التي تقدمها في تنمية المجتمع المحلي.

- **الدراسة السابعة: إسهامات الإذاعة المحلية في تحقيق التنمية إذاعة الأغواط نموذجا**

(مقال لعلال عبد القادر، جامعة الأغواط، الجزائر، 2018)

- **أهداف الدراسة**

من منطلق أن الإذاعات عبر كافة الوطن أصبحت بمثابة منابر نافذة وروافد قوية تساعد على التعريف بالبرامج التنموية ومسايرة تجسيدها ميدانيا، يتجلى هدف هذه الدراسة في الكشف عن مساهمة الإعلام الجواري من خلال إذاعة الجزائر من الأغواط كنموذج في تحقيق التنمية المحلية، من خلال البرامج التي تبثها وأدائها لدورها كحلقة وصل بين المواطن والمسؤول برفع الانشغالات والتعريف بالبرامج.

- **الإشكالية**

سعت هذه الدراسة لمناقشة إشكالية ما هي إسهامات الإذاعة المحلية من خلال إذاعة الجزائر من الأغواط في تحقيق التنمية المحلية؟

- **أدوات الدراسة**

اعتمد الباحث على المقابلة كأداة بحث في هذه الدراسة لنقل تجارب الصحفيين المعنيين على البرامج المهتمة بمجالات التنمية على مستوى الولاية ومعايشتهم لمدى تأثير الأداء الإذاعي المحلي على التنمية.

- **نتائج الدراسة**

من خلال المعطيات التي استقاها الباحث من معدي البرامج الإذاعية بإذاعة الأغواط، أن للتنمية المحلية أهمية قصوى لإدارة الإذاعة، فهي فضاء خصب لطرح انشغالات المواطن واحتياجاته ويتلقى ردود

[1] محمد القاضي سليكة، مرجع سابق.

المسؤولين المباشرين لكل قطاع، مما أكسبها ثقة المواطنين، كما ساهمت الإذاعة بشكل كبير في إيجاد أجواء ملائمة تخدم التنمية المحلية وتوفر التواصل مع المسؤول والمساهمة في خلق ظروف السلم الاجتماعي.

واستطاعت هذه البرامج تجسيد الإعلام الجواري التفاعلي وأتاحت الفرصة للمواطن للتعبير عن انشغالاته واحتياجاته ومتابعة الإنجازات التنموية وإبراز انعكاساتها على المستفيدين في المجتمع المحلي.[1]

توضح هذه الدراسة مساهمة إذاعة الأغواط كنموذج في تحقيق التنمية المحلية، من خلال البرامج التي تبثها وأدائها لدورها كحلقة وصل بين المواطن والمسؤول برفع الانشغالات والتعريف بالبرامج، حيث تعمل الإذاعة المحلية على حل مشاكل وانشغالات المواطن، ومتابعة المشاريع التنموية داخل المجتمع المحلي. وهذا ما تهدف دراستنا للوصول إليه.

- **الدراسة الثامنة: دور إذاعة الوادي الجديد في تنمية المجتمع المحلي (في إطار رؤية مصر 2030)**، (مقال لفاطمة الزهراء صالح أحمد حجازي، أستاذة مساعدة بقسم الإعلام بكلية الأداب، جامعة سوهاج، 2019)

- **أهداف الدراسة**

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وقياس الدور الذي تقوم به إذاعة الوادي الجديد المحلية في عملية التنمية داخل المحافظة، وفقا لرؤية مصر 2030 حول بناء مجتمع عادل يتميز بالمساواة في الحقوق والفرص الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، وبأعلى درجة من الاندماج المجتمعي، حيث تتسم المحافظة باتساع المساحة، وتعدد الواحات، والأنشطة الاقتصادية، مما يجعل عمل الإذاعة مطلبا مهما لأهل الوادي، لربط المواطنين بمجتمعهم، وكذا قياس مدى تلبيتها للاحتياجات المعرفية للمستمعين، كما تسعى الدراسة لمعرفة العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الإذاعة.

- **الإشكالية**

تسعى هذه الدراسة لرصد واقع تجربة الإذاعة المحلية في الوادي الجديد من خلال محورين رئيسيين، الأول يتمثل في رصد تقييم مواطني المحافظة للأداء الإعلامي للإذاعة في ضوء كونها وسيلة إعلامية تستهدف إكسابهم المعرفة بكل ما يجري في أنحاء المحافظة، وفتح آفاق مختلفة أمام سكان الإقليم

1

والمستثمرين للتفاعل مع المعطيات المتاحة بها. والثاني يتمثل في رصد التحديات التي قد تعيق القائم بالاتصال من أداء رسالته.

- **فروض الدراسة**

– توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استماع عينة الدراسة لإذاعة الوادي الجديد ونوعية القضايا المقدمة بها.

– توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استماع عينة الدراسة لإذاعة الوادي الجديد وسمات برامجها.

– توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سمات إذاعة الوادي الجديد ودورها في تنمية المحافظة.

– توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استماع عينة الدراسة لإذاعة الوادي الجديد والأشكال الإذاعية التي تقدمها.

- **مجالات الدراسة**

– المجال المكاني: تم تطبيق الدراسة الميدانية على سكان محافظة الوادي الجديد، حيث شملت العينة العشوائية سكان الواحات "الخارجة، والداخلة، وباريس، والفرافرة"، كما تم تطبيق دراسة القائم بالاتصال بطريقة المسح الشامل على العاملين بالإذاعة.

– المجال الزماني: تم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة من 2018/11/1 وحتى 2018/11/30، كما تم إجراء دراسة القائم بالاتصال في الإذاعة في الفترة من 2019/01/01 حتى 2019/01/31

- **منهج الدراسة**

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، من حيث تصف واقع التفاعل الجماهيري مع الإذاعة المحلية في الوادي الجديد، ووصف واقع الممارسة الإعلامية، ومعرفة الأهداف، والمقومات، والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال في القيام بأدائه الاتصالي.

- **أدوات الدراسة**

– استخدمت الباحثة أداه الملاحظة في رصد اهتمام جمهور الوادي الجديد بالإذاعة ومتابعتهم لما يرد بها من أنباء.

– كما تم تصميم صحيفة استقصاء لقياس الدور الذي تقوم به إذاعة الوادي الجديد في إيجاد حالة اتصالية لدى جمهور المحافظة.

– ومقابلة مع القائم بالاتصال في إذاعة الوادي الجديد لرصد أهداف الإذاعة والإشكاليات التي قد تعوق تقديم رسالتها.

- **نتائج الدراسة**

– أكد القائمون بالاتصال أن اهتمامهم الأول ينصب على المواطن وكيفية الوصول للمستمعين وملامسة احتياجاتهم اليومية وعرض مشكلاتهم وتوصيلها للمسئولين في المحافظة والعمل على حلها.

– كما تهتم الخريطة الإذاعية لراديو الوادي الجديد بالفترات المفتوحة، حيث توجد خلال اليوم عدد أربع فترات مفتوحة للتواصل مع الجمهور بشكل مباشر.

– ويرى القائمون بالاتصال في إذاعة الوادى الجديد أن التحديات المادية، والهندسية، وقلة الكوادر البشرية من أهم التحديات التي تواجه الإذاعة، وتؤثر على مستوى الخدمة في كثير من الأحيان.

– أظهر المستمعون اهتماما ملحوظا بمتابعة الإذاعة المحلية، فكانت الإذاعة بمثابة همزة الوصل بين المواطنين والمسئولين التنفيذين للمحافظة، كما أنها المصدر الذي يمدهم بالمعلومات والأخبار الخاصة بالمحافظة.

– يهتم المواطنون بمتابعة المواضيع الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والتعليمية.

– كما يهتم المستمعون بمعرفة أخبار مجتمعهم ومتابعة الأنشطة، وتتبع المشكلات.

– كذلك يقوم راديو الوادي بدور كبير في دعم خطط التنمية بالمحافظة، حيث تهتم البرامج بعرض الخطط التنموية للمحافظة والنتائج المرجوة منها.

– وتتسم معظم برامج الإذاعة خاصة الفترات المفتوحة بالموضوعية في مناقشة ما يطرح من موضوعات، مما أسهم في توطيد علاقتها بالمستمعين.

– البرامج ذات طابع إقليمي تعكس أنواع الفنون والآداب المحلية التي تميز المحافظة.[1]

تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة في أن كلاهما يبحث عن دور الإذاعة المحلية في عملية التنمية، حيث ترى هذه الدراسة أن الإذاعة المحلية تعمل على السهر على احتياجات المواطن اليومية وعرض مشكلاته

[1] صالح أحمد حجازي فاطمة الزهراء، دور إذاعة الوادي الجديد في تنمية المجتمع المحلي (في إطار رؤية مصر 2030)، أستاذة مساعدة بقسم الإعلام بكلية الأداب، جامعة سوهاج، 2019.

وتوصيلها للمسؤولين، وهو ما توصلنا إليه في دراستنا، فالبرامج الإذاعية تقوم بربط المواطن مع المسؤول ومحاولة إيجاد الحلول اللازمة، إضافة إلى السهر على التخطيط الجيد للبرامج الإذاعية لمواكبة أهم الأحداث والمشاريع التنموية داخل المجتمع المحلي.

- الدراسة التاسعة: إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية.

(مقال لعبد القادر بغداد باي، مجلة الباحث للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 2020)

- **أهداف الدراسة**

تهدف هذه الدراسة لمعرفة دور المحور الاجتماعي في البرامج الإذاعية بمؤسسة إذاعة غليزان وأهميته من خلال وصف وعلاج المشكلات والقضايا الاجتماعية التي تمس الأفراد والجماعات في المجتمع المحلي، بأدوات إعلامية ورسائل ومضامين هادفة وبحضور خبراء ومتخصصين في المجال العلوم الإنسانية والاجتماعية ومشاركة الجماهير كأداة تنشيط وتفعيل للتواصل الاجتماعي الإيجابي حيث يعتبر المعد والمقدم للبرامج الإذاعية الاجتماعية بمثابة المحرك الأساسي لمثل هكذا فضاءات أثيرية من خلال ضبط والالتزام بمراحل وعناصر الإنتاج لهذا النوع من البرامج، وتأثيراتها المباشرة على الجمهور.

- **الإشكالية**

تحاول هذه الدراسة البحث عن ايلاء إذاعة غليزان المحلية الأهمية للبرامج الإذاعية ذات الطابع الاجتماعي مع محاولة إبراز أساليب إعداد وتقديم مثل هذا النوع من البرامج والوقوف على طبيعة المواضيع المطروحة في شكل فني نزولا عند طلبات ورغبات المستمعين وكذا ميولاتهم واهتماماتهم، من خلال التساؤل التالي: كيف يتم إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعة المحلية لولاية غليزان؟

- **أسئلة الدراسة**

- ما حجم اهتمامات الإذاعة المحلية بالبرامج الاجتماعية؟
- فيما تتمثل طريقة بث البرامج الاجتماعية في الإذاعة المحلية؟
- ماهي الموضوعات التي تطرحها البرامج الاجتماعية في الإذاعة المحلية؟

- **حدود الدراسة**

– المجال المكاني: قام الباحث بجمع البيانات المتعلقة بموضوع دراسته على مستوى إذاعة غليزان المحلية والناشطة في ولاية غليزان.

– المجال الزماني: امتد المجال الزماني لهذه الدراسة الميدانية فقد خلال ستني 2018و2019.

- **منهج الدراسة**

اعتمد الباحث على منهج وحيد وهو المنهج الوصفي التفسيري التحليلي، وقد استخدمه الباحث لغرض الوصف والتفسير، رجوعا إلى ما سيفصح عنه المبحوثين من إجابات أثناء مقابلاتهم وكذا ما سيعاينه الباحث في الميدان خلال مشاركته المبحوث في إعداد عمله، معتمدا في ذلك على تحليله الذاتي في التحليل.

- **أدوات الدراسة**

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على أداتي الملاحظة بالمشاركة والمقابلة للفاعلين بالبرامج الاجتماعية في إذاعة غليزان المحلية لطرحها وتقديمها لبرامج اجتماعية في نشاطها الإعلامي.

حيث اعتمد الباحث الملاحظة بالمشاركة وذلك من خلال المعايشة حيث أن الباحث يخضع نفسه إلى الظروف مختلفة لمجتمع البحث، كما اعتمد أيضا على المقابلة النصف موجهة، باعتبار الباحث نفسه يملك خلفية واسعة عن إعداد البرامج الإذاعية كونه ممارسا في الميدان، حيث سيتم إجراء مجموعة من المقابلات مع معدي برامج اجتماعي على مستوى إذاعة غليزان الجهوية، للإجابة عن مجموعة من الأسئلة المفتوحة والنصف موجهة حول إعداد وتقديم برنامج إذاعي اجتماعي يعكس في مضمونه واقع المجتمع المحلي ويعبر عن حقائقه.

- **نتائج الدراسة**

توصلت هذه الدراسة أن للإذاعة المحلية من غليزان إستراتيجية مضبوطة في تخصيص مساحة كافية بالنسبة للبرامج الإذاعية ذات الطابع الاجتماعي رغم هذا يشير المبحوثين إلى المزيد والتكثيف من هذا النوع من البرامج.

كما استنتج الباحث أن إسناد البرامج الإذاعية الاجتماعية بإذاعة غليزان مرهون بالتخصص والرغبة وميول القائم بالاتصال وبناءا على اقتراحاته لضبط الشبكات البرامجية الموسمية.

إضافة إلى التوصلنا إلى اعتماد البرامج الاجتماعية على البث المباشر والتفاعلية ومشاركة الجمهور والتوقيت المناسب لهذه البرامج في الفترة الصباحية في إذاعة غليزان.

كذلك للإذاعة المحلية مكانتها في تمرير الرسالة الاجتماعية أمام زخم وسائل الاتصال البديلة وهذا يتوقف على دور القائم بالاتصال من خلال الطرح المميز والانطلاق من الواقع وإعطاء الحلول الناجعة.

كما يعتبر العنوان جوهر البرنامج الإذاعي والبرامج الاجتماعية حسب أراء المبحوثين كمفهوم هي التي تسلط الضوء على المشاكل والقضايا الاجتماعية على المستوى المحلي.

ويفضل معدي ومقدمي البرامج الإذاعية الاجتماعية اللغة العامية واللغة البسيطة الأنسب فيما تغاضى الأغلبية عن الإجابة عن المصادر المستخدمة.

وقد توصل الباحث أن إعداد برنامج اجتماعي يخضع إلى أسس وقواعد من أجل رسائل إعلامية هادفة حتى ينال رضا واهتمام الجماهير ويحقق القائم بالاتصال فيه الهدف المرجو.

كذلك ضرورة مراعاة منشط البرنامج الإذاعي الاجتماعي خصائص المجتمع المحلي في إعداده وتقديمه.

ومواجهة صعوبات في إعداد وتقديم برنامج اجتماعي خاصة المتمثلة في غياب الضيوف وعزوف أو عدم حضور عينات أو حالات من المجتمع.

ورغم تنوع البرامج الاجتماعية بإذاعة غليزان التي تمس جميع الفئات والشرائح إلا أنها تتطلب المزيد والدقة في البرمجة والتوزيع.

ويرى الباحث أنه يتعين على صاحب البرنامج الإذاعي الاجتماعي اختيار المواضيع من صلب المجتمع وأن لا تتعارض والوسط الاجتماعي للجماهير وحسن انتقاء الضيوف من أهل التخصص ومن لهم القدرة على الإقناع. وتتمثل ضوابط اختيار المواضيع في الأخلاق المهنية والالتزام الخط الافتتاحي لمؤسسة الإذاعة مع احترام النظام الداخلي.

كما يرى أن هناك تباين في من يقترح المواضيع المطروحة بين الحوار وطلبات المستمعين واقتراح معد ومقدم البرنامج حيث تتناسب وحاجيات المواطن المحلي وعدم تلقي عراقيل من الإدارة في ذلك.[1]

[1] بغداد باي علد القادر، إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية، مجلة الباحث للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 2020.

يتضح من هذه الدراسة أن الإذاعة المحلية لها دور في تنمية المجتمع وخاصة من خلال المواضيع الاجتماعية التي تبثها، وهذا من خلال الطرح المميز للبرامج، والانطلاق من الواقع وإعطاء الحلول المناسبة للمشاكل التي تواجه المواطن.

- **الدراسة العاشرة: دور الإذاعة المحلية في الاتصال التنموي في مالي.**

(أطروحة دكتوراه لـ "Adama KODJO" ، جامعة GRENOBLE ALPES، 2021)

تتمثل إشكالية هذه الدراسة في معرفة دور الإذاعة المحلية في الاتصال التنموي في مالي، حيث تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في المجتمع، ولا سيما الإذاعة المحلية في التغيير الاجتماعي وهو جوهر عملنا، واهتمامنا بالموضوع ينبع من الانتشار المتسارع للمحطات الإذاعية في مالي، بعد تحرير وسائل الإعلام الذي بدأ في عام 1992 من قبل القوى السياسية لصالح دمقرطة حكم البلاد، وبالتالي جعل الناس يعتقدون أنه يمكن أن تؤدي أجهزة الاتصال إلى التغيير الاجتماعي رغم ذلك.

لقد أوضحت فرضيات هذه الدراسة أن تحرير موجات الإذاعة المحلية وحده لا يمكن أن يؤدي إلى تغيير اجتماعي، لأنه لا يأخذ في الاعتبار واقع مقدمي وسائل الإعلام، الذين في الغالب، يفتقرون للتمكن من المعرفة النظرية الأساسية ودوافع الراتب. كما لا تأخذ قضايا الطاقة المحلية في الاعتبار أيضا، كذلك طريقة تطوير جداول البرامج والامتثال غير المنتظم لها لا تشجع على التحول الديمقراطي ونشرها بهدف التأثير على الممارسات الاجتماعية الناتجة لتغيير السلوك.

وأكدت هذه الفرضيات أوجه القصور في تنظيم الموظفين في البث الإذاعي وفي الرسوم المتحركة الإذاعية، ويرجع ذلك أساسا إلى عدم استعداد الممثلين الإذاعيين، والإطار القانوني غير المواتي وسلبية الهيئات ذاتية التنظيم مما يؤثر على عمل الإذاعة المحلية للتغيير الاجتماعي.

وقد أتاحت الدراسة الميدانية ملاحظة الاختلاف في وجهات النظر بين المجتمعات التي شملها الاستطلاع ورؤساء المنظمات غير الحكومية وخدمات الدولة والميسرين فيما يتعلق بتأثير البث الإذاعي، حيث يتضح التناقض المعني من خلال الآراء المتقاربة لرؤساء المنظمات غير الحكومية ورؤساء دوائر الدولة والمسيرين، وجميعهم يدركون عموما تأثير الممارسات الاجتماعية المجتمعية من خلال البث الإذاعي. هؤلاء تتعارض الآراء المتقاربة مع وجهات نظر السكان التي تبلغ 45٪ الناس، أي 135 مستجيبا، يرون هناك شك في تأثير وفعالية البرامج الإذاعية حول الممارسات الاجتماعية للمجتمعات.

كما أوضحت نتائج استطلاعات الرأي، تقارب آراء مسؤولي المنظمات غير الحكومية والمسؤولين لخدمات الدولة والمسيرين الذين يدركون تأثير الممارسات يتم استجواب المجتمعات من خلال البث الإذاعي من وجهة نظر الناس، فمن بين 300 مواطن شملهم الاستطلاع من أفراد العينة، 55٪ من الأشخاص الذين شملهم الاستطلاع، أي 165٪ من المواطنين، يؤكدون أن البرامج الإذاعية تؤثر على طريقة عملهم، و 45٪ من الناس، أي 135 مستجيبا، يرون تأثير الراديو في طريقهم عملهم، باعتراف رؤساء المنظمات غير الحكومية والخدمات تعترف الدول بتأثير الممارسات الاجتماعية للمجتمعات من خلال الرسائل اللاسلكية ، لكنها تدعو إلى تحسين الخدمات الإذاعية على عدة مستويات. وتهتم مقترحات التحسين في الأساس وصول السكان إلى البث الإذاعي، فإن طريقة التحقق من المعلومات من قبل المسيرين وقدرتهم على التحليل والكتابة. بالإضافة إلى هذه المقترحات، وهناك طلبات لتحسين معرفة الموضوعات التي يغطيها مقدمو الإذاعة، التعبير اللغوي والصوت الإذاعي. ويؤكد الشك الذي نشأ على هذا النحو ما أعربنا عنه في فرضيتنا الأولى، تؤكد أن "تحرير موجات الراديو وحده لا يفعل ذلك يمكن أن يؤدي إلى التغيير الاجتماعي، لأنه لا يأخذ في الاعتبار الواقع القائمين بالإعلام، الذين يفتقرون في غالبيتهم إلى إتقان المعرفة النظرية الأساسية ودوافع الراتب.

من التحسينات في البث الإذاعي الذي قام به مسؤولو المنظمات غير الحكومية من خدمات الدولة، في هذه الدراسة يعكس التناقض القائم بين انتشار حصص من الإذاعات وفعالية الإذاعة تهدف إلى التغيير الاجتماعي، وأكدت على صعوبات الرسوم المتحركة الراديوفونية، وخاصة عدم استعداد الجهات الفاعلة في وسائل الإعلام والبيئة السياسية والقانونية غير المواتية، مما يشكل عقبة أمام القبول الفعال للرسائل، حتى للتغيير .

ومن توصيات هذه الدراسة تشكيل مجموعة من العناصر التي يمكن وضع البث الإذاعي لزيادة التأثير على الممارسات الاجتماعية السكان. يضاف إلى هذه مشاركة المجتمعات في جميع عملية إنشاء وتنظيم المحطات الإذاعية ومشاركتها للإنتاج.[1]

تركز هذه الدراسة على دور وفعالية البرامج الإذاعية في التغيير الاجتماعي، حيث ترى أن هناك شك في تأثير وفعالية البرامج الإذاعية حول الممارسات الاجتماعية للمجتمعات.

[1] Adama kodjo, Le rôle de la radio rurale dans la communication pour le développement au Mali, these de doctorat, science de l'information et de la communication, École Doctorale Langues, Littératures et Sciences Humaines, université grenbole alpes, 2021.

- **التعليق على الدراسات السابقة:**
- اهتمت معظم الدراسات بتتبع الإذاعة والبحث فى أدوارة التنموية.
- نذرة الدراسات التي اهتمت بالتخطيط الإعلامي التنموي.
- تعد هذه الدراسة استكمالا للدراسات السابقة، من حيث التأكيد على دور الإذاعة المحلية في التنمية وخاصة دور التخطيط الإذاعي في التنمية المحلية.
- وقد استفدنا في هذه الدراسة من الإطلاع على الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري للدراسة، وفي تحديد منهج الدراسة وتصميم وبناء الاستمارة، وكذلك معرفة الطرق الإحصائية الأكثر ملاءمة للحصول على أفضل النتائج، فالدراسات التي تم استعراضها لها علاقة مباشرة بمضوع الدراسة من خلال دور الإذاعة في التنمية، وتنفرد هذه الدراسة في كونها تركز على التخطيط الإذاعي ودوره في تنمية المجتمع المحلي وكذا التعرف على الصعوبات التي تحول دون ممارسة.

خلاصة

حاولنا في هذا الفصل تقديم موضوع الدراسة من خلال طرح الإشكالية التي تمحورت حول الإذاعية المحلية ودورها في تنمية المجتمع المحلي والتخطيط للبرامج الإذاعية، باعتبار أن الإذاعة المحلية أساس التنمية ومن أكثر وسائل الاتصال تأثيرا على المجتمع المحلي. كما أن التخطيط الإذاعي الجيد يتيح الفرصة أمام الفرد للمشاركة الفعالة في رسم خطط التنمية، وكذا التعرف على معاني متغيرات الدراسة.

إضافة إلى عرض الدراسات السابقة للتعرف الرصيد المعرفي للدراسات المشابهة للدراسة الحالية، والاعتماد عليها كمرجعية أولية يمكن الاستناد إليها للتوصل إلى نتائج أكثر دقة ومصداقية.

الفصل الثاني: نظريات الإعلام التنموي ونماذجه

تمهيد

1- نموذج التحديث "دانيال ليرنر"

2- نموذج "ولبر شرام"

3- نظرية انتشار المبتكرات

4- نموذج التبعية

5- النظرية البنيوية

خلاصة

تمهيد

تعتبر الإذاعة المحلية أحد الوسائل الأساسية التي وظفها صناع القرار في المجتمعات المحلية لتحقيق التنمية على المستوى المحلي، وذلك بوضع سياسات وخطط وبرامج وتوفير مناخ اجتماعي وثقافي لاحتضان هذا النموذج.

فقد اهتم الكثير من الباحثين بالعلاقة بين الإعلام والتنمية من خلال البحث والدراسة، للتوصل إلى وضع تصورات محددة للدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في التنمية، لذلك فإن استخدام الإذاعة المحلية في مجال التنمية يتطلب مراجعة الأدبيات والنظريات المتاحة في مجال الإعلام التنموي والتي تطرقت لدور وسائل الإعلام في التنمية في المجتمعات المتقدمة والمتخلفة، بالرغم من اختلاف طبيعة كل مجتمع واحتياجاته الإعلامية، والتنظيم الاجتماعي العصري الخاضع لمعايير حديثة متوافقا مع التقدم التكنولوجي.

وسنتطرق في هذا الفصل إلى أهم نظريات الإعلام التنموي والمتمثلة في نموذج التحديث لـ "دانيل ليرنر"، كذلك نموذج "ولبر شرام"، إضافة إلى نظرية انتشار المبتكرات، نموذج التبعية، وأخيرا النظرية البنيوية.

1- نموذج التحديث "دانيل ليرنر (Daniel Lerner) "

يركز "ليرنر" على أربعة مفاهيم أساسية تتمثل في التقمص الوجداني، والمدنية، والاتصال الجماهيري، والتعليم.[1] حيث ينطلق "ليرنر" حول العلاقة بين التحضر ووسائل الإعلام من مقدرة الإنسان على التقمص الوجداني، هذه المقدرة التي يعتبرها إحدى الخصائص الأساسية اللازمة للانتقال من مجتمع تقليدي إلى مجتمع حديث.[2] ويشير التقمص الوجداني حسب "ليرنر" إلى عمليات التغيير والتحديث عند الإنسان والتي تتمثل في الحركة الاجتماعية والنفسية، ويرى بأنه آلية داخلية تمكن الأشخاص من العمل بكفاءة في عالم متغير، ويقول عن التقمص الوجداني أنه "يمثل مقدرة الإنسان ليرى نفسه في مواقف الآخرين".[3] وهنا يأتي دور وسائل الإعلام وهو مضاعفة الحراك الذهني للأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة وبالتالي نشر اتجاهات محابية للتغيير الاجتماعي. ويقول "ليرنر" إن وسائل الإعلام أكبر عامل فعال في التنمية، فعن طريقها يتعلم الناس المشاركة وذلك باختيار جديدة عليهم، ويتدربون على الاعتماد على سلسلة من الآراء يكون لهم حرية الاختيار بينها. كما أن وسائل الإعلام تقدم الحلول من أجل الوصول إلى هذه المستويات.[4]

كما ينطلق هذا النموذج من انتشار الصناعة الذي يؤدي إلى انتشار التحضر، والتحضر يؤدي إلى انتشار التعليم، وهذا الأخير يؤثر في مستوى المشاركة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، مما يؤدي إلى حتمية واحدة وهي تطوير الشخصية الحديثة وبمصطلح "دانيال" الاستبصار الوجداني مما يؤهل الفرد ويجعله على استعداد للمشاركة في الحركة الاجتماعية ويصبح أكثر تطلعا لاختيار التجارب الجديدة.[5]

ويري "ليرنر" أنه توجد علاقة ارتباطية بين التمدن ومعرفة القراءة والكتابة من جهة، وبين التعليم والتعرض لوسائل الإعلام من جهة أخرى، ويعتبر أن التمدن هو الخطوة الأولى في هذا الاتجاه.

---

[1] سليمان الموسى عصام، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط8، إثراء للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2014، ص267.

[2] نش عزوز، بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص67.

[3] عدلي العبد عاطف، عاطف العبد نهى، مرجع سابق، ص 34.

[4] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص54.

[5] بلخير محمد، التنمية المحلية وانعكاساتها الاجتماعية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع التنظيم والعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2005، ص25.

والتمدن هو حالة ذهنية واستعداد للتغير والتبدل والتكيف وتقبل المعلومات الجديدة الصادرة عن المراكز الحضرية ولا يمكن للتمدن أن يحدث إلا بقبول المعلومات والأفكار الجديدة.

[1] ويعمل التعليم كعامل هام في الانتقال إلى مجتمع مشارك، وعندما يتأهب الأفراد ليقوموا بأعباء خبراتهم الجديدة في التحديث والتعليم الذي تنقله إليهم وسائل الإعلام سوف ترفع درجات المشاركة في جميع قطاعات النظام الاجتماعي.[2]

وأصل نظرية "ليرنر" كانت عبارة عن خلاصة أبحاث تحليلية أجريت في 73 دولة ومنطقة في الشرق الأوسط وأهم نتائجه:

1. أن الناس الأكثر اتصالا بالعالم الخارجي هم أكثر استعدادا لقبول التغيرات الاجتماعية.
2. الاتصالات ومعرفة تجارب الآخرين تساعد على تسهيل التغيرات الاجتماعية.
3. يوجد توافق بين انتشار التعليم وتطور وسائل الإعلام والاتصال والنمو الاقتصادي والحضري.
4. كلما زاد معدل الدخل القومي للفرد ونمت المدن وزاد التصنيع زادت معه مطالعة الصحف وكثرت وتنوعت وسائل الإعلام.

ويعتبر "ليرنر" أن التمدن يزيد الحاجة للإعلام وهو قاعدة الانطلاق لتطوير وسائل الإعلام.[3]

و قد وجه نقد شديد لنموذج "ليرنر"، فقد رأى الباحثين أن النموذج شكل من السيطرة الغربية التي تعزز من شأن الطبقة الرأسمالية التي تعنى بالتنمية الاقتصادية بدل التنمية الشاملة، و لا تعمل على تحقيق المساواة و العدالة الاجتماعية بين المواطنين.[4] ولم يفرق "ليرنر" بين التحديث والتنمية واعتبرهما شيئا واحدا، فالتنمية عملية شاملة، بينما التحديث يمكن أن يكون المظهر المادي للتنمية. كما أغفل" ليرنر" الجانب التاريخي

---

[1] واقع الإعلام التنموي في العالم العربي، على الموقع: http://site.iugaza.edu.ps/awafi/files/2011/09، 2018/02/10، 09:51.

[2] عدلي العبد عاطف، عاطف العبد نهى، مرجع سابق، ص 35.

[3] نش عزوز، بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص67.

[4] سليمان الموسى عصام، مرجع سابق، ص267.

الذي أدى إلى التقدم في بعض المناطق من العالم والتخلف في الجانب الآخر، كما أغفل التبعية كإفراز من إفرازات السيطرة الاستعمارية.[1]

2- نموذج "ولبر شرام"

قدم "شرام" نموذج للاتصال في أواخر الأربعينات من القرن العشرين يصور فيه المصدر أو أصحاب الفكرة التي قد تكون واضحة بصورة كافية بحيث تعتبر صالحة للتوصيل إلى المستقبل أو لا تكون، والعنصر الثاني هو التعبير عن هذه الفكرة وصياغتها في رموز لتكوين الرسالة أو الإشارة، والعنصر الثالث هو المستقبل الذي يفك رموز الرسالة.[2]

وقد حاول "ولبر شرام" أن يطور إطارا نظريا يصف فيه عملية الاتصال ويحللها، ويستهدف في تحليل فكرته أن أساس الاتصال هو خلق نوع من الاتحاد بين المرسل والمستقبل حول رسالة معينة.[3] كما اهتم "شرام" بكيفية معالجة التشويش باستخدام عناصر التشويق المناسبة وتنويعها، ورفع دافعية المتلقي لمواصلة الاهتمام بالرسائل التي يوجهها إليه المرسل. كما يؤكد على استخدام التكرار في عرض الرسائل بطرائق متنوعة، لزيادة فرص الفهم لدى المتلقي، والتقليل من عوامل التشويش على فرص إيصال الرسالة، ومستوى التفاعل بين الطرفين.[4] فهو يؤكد على مجال الخبرة الذي اعتبره ضروريا ليقرر ما إذا كانت الرسالة ستصل للهدف بالطريقة التي قصدها المرسل، ففي حالة عدم وجود خبرة مشتركة فاحتمال أن تفسر الرسالة بطريقة خاطئة، لذلك يرى "شرام" أنه يجب أن تكون تغذية راجعة تخبرنا بالكيفية التي فهم بها المستقبل الرسالة.[5] كما أضاف نظرية قيادة الرأي وانتقال المعلومات على مرحلتين، ويقول أن الاتصال يقوم أساسا على عناصر ثلاثة: المصدر، الرسالة، المستقبل.[6]

---

[1] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص54.

[2] السيد عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدلي، الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية-القاهرة، 2003، ص87.

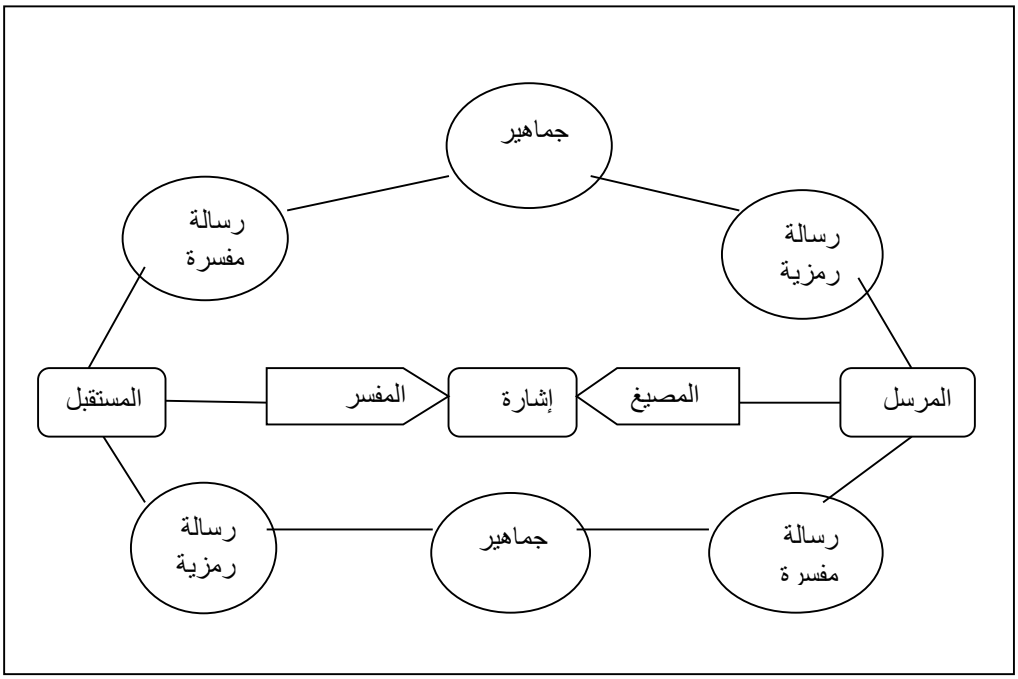
[3] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص26.

[4] حارث عبود، نرجس حمدي، الاتصال التربوي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2009، ص50.

[5] ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الدبس، مرجع سابق، ص65.

[6] عبد الناصف يوسف شومان، ماهر عبد الوهاب الملاح، وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية-القاهرة، 2004، ص179.

ويتمثل نموذج "شرام" الذي يوضح أن الرسالة تحتاج إلى أجهزة عرض، أو وسائل اتصال جماهيرية كالصحف والإذاعة والتلفزيون وغيرها، لكي تنتشر بسرعة في أماكن عديدة، كما يلي:[1]



شكل(03): نموذج شرام

ويؤكد "شرام " في كتابه "وسائل الإعلام ودورها في التنمية الوطنية" حاجة الدول النامية إلى نظام إعلامي وطني قوي، ويعبر عن تفاؤله بدور وسائل الإعلام في التنمية الوطنية بقوله" :إن وسائل الإعلام هي الأدوات الكبرى لتضخيم الأحداث وأفضل أمل للأمة في تعويض بعض تخلفها الإعلامي، والحفاظ بالقدر الذي يمكن للمعلومات أن تساعد به على الالتزام بالجداول الزمنية للتنمية الوطنية، ولهذا السبب فإن على الدول النامية أن تنظر بعناية إلى الفائدة التي تحققها من استخدام وسائل الإعلام".[2] كما أشار "شرام" إلى الدور الوظيفي التنموي لوسائل الإعلام من خلال توفير المعلومات المتاحة في البلد النامي ونوعيتها وتوسيع الآفاق، لذا فإن الإعلام لديه القدرة على التركيز على مشاكل التنمية وأهدافها والنهوض بالآمال الوطنية

[1] عبد العزيز شرف، نماذج الاتصال في الفنون، والإعلام، والتعليم، وإدارة الأعمال، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 84.

[2] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص55.

والشخصية، ويعتبر وسائل الإعلام هي "وكلاء للتغيير الاجتماعي"، التغيير الذي يؤدي إلى الانتقال إلى عادات وممارسات جديدة.[1]

حيث يدعو "شرام" إلى إجراء أبحاث إعلامية في الدول النامية من أجل زيادة المعلومات والدراسات المختلفة عنها ولمعرفة الإمكانيات الإعلامية المتوافرة فيها وهي تهدف إلى:

- توضيح الرؤيا في كل ما يتصل بعملية الاتصال وفعاليتها.
- لا تستطيع البلدان النامية إنفاق أموال على حملات غير ناضجة لعدم وجود معلومات وأبحاث.
- جمهور وسائل الإعلام في الدول النامية متنوع الفئات والأحوال ويصعب التنبؤ بردود أفعاله.
- وسائل الإعلام الحديثة تحتاج إلى البقاء وعلى صلة بجماهيرها والجماهير في الدول النامية تتحول بسرعة .[2]

كما أشار "شرام" إلى العلاقة القوية بين وسائل الاتصال وعمليات التنمية المختلفة، ويرى أنه مثلما يشكل الاقتصاد رأس الرمح في عمليات التنمية فإن الاتصال يشكل الدور الفاعل في الإسراع بعمليات التنمية وركز على ضرورة تنمية وسائل الاتصال لتؤدي واجباتها في مضمار عمليات التنمية، والتي لخصها في الوظائف التالية:[3]

- الرقيب.
- التعليم.
- توسيع الآفاق الفكرية.
- معرفة أسلوب حياة الآخرين.

---

[1] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، الإعلام ورهان التنمية، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص6.

[2] واقع الإعلام التنموي في العالم العربي، مرجع سابق.

[3] عدلي العبد عاطف، عاطف العبد نهى، مرجع سابق، ص 37.

- تنمية التعاطف بالتقريب بين الناس.
- التعرف والاطلاع على مختلف الأشياء في البلد.
- تقديم قيادة الإدارة الحكومية لشعبها لبث أفكارها ومعتقداتها وخطوات عملها.
- بعث الطموح والتطلع إلى حياة أفضل وإيجاد مناخ فكري يحفز الناس على التغيير والتطور.[1]

ربط نموذج "شرام" بين الإعلام والعلاقات العامة وبين التنمية بهدف تعبئة الجماهير على تنفيذ الأساليب الجديدة من خلال الربط الثقافي الاجتماعي للقيم والمعتقدات مع عملية تغير المهارات وضرورة سيرها مع التنمية، وهذا لا يتحقق إلا من خلال الإعلام وأدواته التي تلعب دورا حيويا في تذليل العقبات التي تواجه التنمية. واعتبر "شرام" الإعلام وظيفة متجددة وأساسية ملازمة للنمو الاقتصادي.[2]

ويمكن تلخيص الانتقادات التي وجهت لنظرية "شرام" أنه لا يختلف عن غيره من علماء الاتصال الاجتماعي الغربيين، فقد سلك مسلكهم في اعتبار النمط الغربي هو النموذج 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 ركز على الجانب المادي والتكنولوجي في تنمية بلدان العالم الثالث وهو بذلك يزيد من التبعية ومقدار الفجوة الاقتصادية بين العالم النامي والعالم الصناعي.[3] كما أغفل الأبعاد الثقافية والتاريخية للدول.

3-نظرية انتشار المبتكرات

ترى هذه النظرية أن الاتصال لا ينتقل على مرحلتين، ولكنه يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال.[4] وتحاول هذه النظرية تقديم تفسير سوسيولوجي لكيفية انتشار الأفكار والمنتجات الجديدة وكيفية

---

[1] نش عزوز، بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص 68.

[2] سيد عبد الرحمن محمد نجلاء، أبو النور عبد الرسول محمود، أشرف عبد الحميد زهران، الإعلام التنموي ودوره في خدمة المجتمع المصري وتنمينه (الواقع والمأمول)، journal of environmental stadies and researches ، 10 (1)، 2020، ص 53.

[3] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص56.

[4] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص 58.

تبنيها من طرف الأفراد والمجتمعات، ويذهب صاحبها "روجرز" إلى أن عمليتي الانتشار (الاجتماعي) والتبني (الفردي) مرتبطتان لارتباط الفرد بالجماعة، كما يشير إلى أهمية الاتصال في التغير الاجتماعي.[1] وتفترض هذه النظرية أن وسائل الاتصال أكثر فاعلية في التعريف بالمبتكرات مقابل فاعلية قادة الرأي خصوصا والاتصال الشخصي عموما في تشكيل المواقف حول هذه المبتكرات.[2]

وطبقا لهذه النظرية فإن عملية التحضر تتم من خلال انتشار الأفكار المستحدثة في المجتمع التقليدي، حيث يؤكد "روجرز" أن الاتصال ضروري لعملية التغيير الاجتماعي والتي تمر بثلاثة مراحل وهي: الاختراع والذي يتمثل في خلق أفكار جديدة أو تطويرها، أما الانتشار فهو العملية التي تنتقل بواسطتها هذه الأفكار خلال نسق اجتماعي معين، وتشير النتيجة إلى التغيير الذي يحدث داخل النسق بعد تبني بعض التجديدات أو رفضها.[3]

ويعرض لنا "روجرز" و"شوميكر" قائمة من التعميمات النظرية عن قادة الرأي تتمثل في مايلي:

- يتعرض قادة الرأي أكثر من أتباعهم لوسائل الإعلام.
- قادة الرأي أكثر ابتكارية من أتباعهم، وفي تبنيهم الأفكار الجديدة.
- لدى قادة الرأي اتصال أكثر من أتباعهم مع الجهات المسؤولة عن برامج التغير.
- قادة الرأي لديهم مراكز اجتماعية متميزة نتيجة لوضعهم العلمي أو الاقتصادي أو الاجتماعي.
- قادة الرأي أكثر انفتاحا على المتغيرات العالمية.
- قادة الرأي أكثر مشاركة في القضايا الاجتماعية.[4]

وقد تم اعتناق هذا المنظور التنموي للإعلام في أقطار العالم النامي، من منطلقات نظرية انتشار المبتكرات التي ترى في الإعلام عامل أساسي لحدوث القفزة التنموية، فاستعمال الإعلام بشكل مدروس يساعد في

---

[1] دليو فضيل، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTIC/NICT) المفهوم- الاستعمالات – الآفاق، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2010، ص63.

[2] عبد الرحمان مشاقبة بسام ، نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011، ص 177.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 81.

[4] عبد اللطيف عابد زهير، مرجع سابق، ص ص 159- 160.

الإسراع في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية بحيث تضيق الفجوة القائمة بين الدول النامية والدول المتقدمة.[1] وتركز هذه النظرية على دراسة الرسائل الإعلامية التنموية التي تهدف لتغيير أنماط حياة الأفراد لأن وسائل الاتصال الجماهيري لها تأثير مباشر عليهم، وتستطيع التأثير في مواقفهم ومعارفهم واتجاهاتهم وسلوكاتهم، فالأفكار المستحدثة تمثل عنصر جوهري في الاتصال التنموي كونها تستهدف تطوير عقلية المجتمع نحو برامج التنمية المستدامة بشرط أن تتفق الفكرة الحديثة مع القيم والعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع، والتغيير يتحقق من خلال إدخال أفكار جديدة على المجتمع لتحسينه وتمكينه من استخدام وسائل متقدمة.[2]

وقسم "روجرز" الأفراد حسب سرعة تبنيهم للأفكار والمبتكرات إلى خمس فئات على النحو التالي:

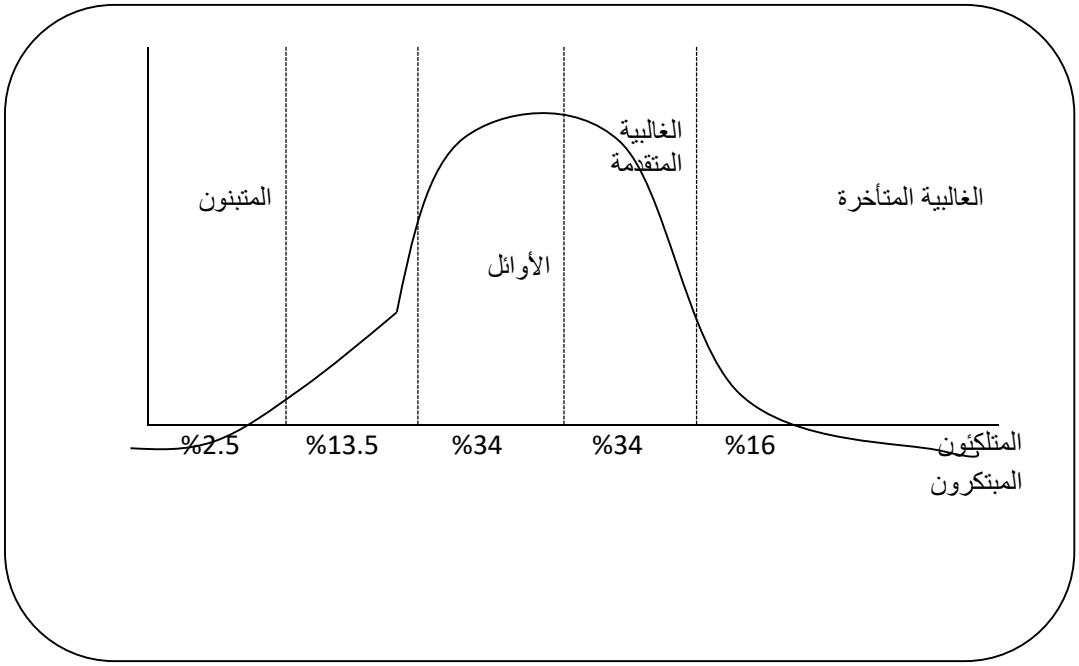
- المبتكرون(المغامرون): مستعدون لخوض المصاعب، ويملكون مراكز مرموقة، وأثرياء، ويتمتعون بالقيادة الفكرية، ولهم صلة بالمصادر العلمية، ويمثلون 2.5%.[3]
- المتبنون الأوائل: وهم الرياديون، والمندمجون اجتماعيا، والمعروفون بحسن استعمالهم للمبتكرات، ويمثلون 13.5%.
- الغالبية المتقدمة: هم متفاعلون اجتماعيا وتبرز أهميتهم في مرحلة التبني، ويمثلون 34%.[4]

[1] سليمان الموسى عصام، مرجع سابق، ص198.

[2] القسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص10.

[3] عدلي العبد عاطف، عاطف العبد نهى، مرجع سابق، ص ص39-40.

[4] دليو فضيل، مرجع سابق، ص64.



شكل (04): منحنى "روجرز" لانتشار المبتكرات[1]

– الغالبية المتأخرة(مشككون): وتتبنى الاستحداث بعد الفرد العادي، لأن هذه الأغلبية نزاعة إلى الشك، وتنتظر قرار جماعاتها الأولية ونفوذها لتساير بقية أفراد المجتمع، وتمثل 34%.

– البطيئون (المتلكئون): وهم أكثر الأفراد تقليدا، ويحافظون على الأوضاع القائمة، كما أنهم مهمشون، ويمثلون 16%. [2]

وترى هذه النظرية أنه لقبول وانتشار الأفكار المستحدثة لابد من الميزة النسبية والتي تتمثل في الدرجة التي يدرك عندها الفرد الفكرة المستحدثة من القديمة، كذلك الملاءمة وتوافق الفكرة مع القيم السائدة عند الذين يتبنونها، إضافة إلى درجة التعقيد أو درجة الصعوبة النسبية للفكرة على الفهم والاستخدام، وهناك بعض الأفكار المستحدثة يمكن تقسيمها وتجربتها مجزأة تكون أسرع في التبني، وإمكانية تداولها وسهولة نشرها. ويرى "روجرز" الأفكار المستحدثة "عملية عقلية يمر من خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها وتمر عملية تبني الأفكار المستحدثة بمرحلة الوعي بالفكرة وفيها يعلم الفرد بالفكرة الجديدة لأول مرة ويمكن أن يكون هذا الوعي عفوي أو مقصود، كذلك مرحلة الاهتمام

[1] نفس المرجع، ص64.

[2] نفس المرجع، ص64.

وفيها يتزايد اهتمام الفرد بالحصول على معلومات وتفصيلات عن الفكرة، كما نجد مرحلة التقييم وفيها يزن الفرد ما تجمع لديه من معرفة عن الفكرة المستحدثة، مرحلة التجريب ويستخدم فيها الفرد الفكرة على سبيل التجربة لتحديد فائدتها لظروفه، وأخيرا مرحلة التبني حيث يبدأ الفرد بممارسة السلوك المرتبط بالفكرة بشكل طبيعي مستمر.[1]

وتتلخص وظائف الاتصال في عملية نشر الأفكار المستحدثة في إثارة الاهتمام وتبني الفكرة والتقييم، والأخبار، وتعزيز الفكرة وتأكيدها، ثم الوظيفة المهنية وهي تصميم برامج للأفراد المرتبطين بأعمال التنمية. وعليه توصل "روجرز" أن الدور الرئيسي لوسائل الإعلام قد يكون في توفير المناخ الملائم للتنمية أكثر منه في تقديم التفاصيل الضرورية لتبني الأفكار المستحدثة.[2]

الملفت للنظر أن "روجرز" قد انتقد نظريته في مرحلة متأخرة، واعتبر أنها قد ساهمت في توسيع الفجوة الاقتصادية والاجتماعية بين سكان الأرياف وسكان المدن . والأفكار المستحدثة فكرة تكنولوجية تناسب النموذج القائم على إدخال التكنولوجيا وعلى نموذج اتصالي يمتد من القمة إلى القاعدة.

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 رجع الصدى. 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.[3]

عدم إمكانية تطبيق هذه النظرية في ظروف اجتماعية وثقافية مختلفة تماما عن ظروف المجتمعات الغربية ولاسيما أن معظم الأفكار المستوردة تلقى صعوبات في تنفيذها في المجتمع الذي يسعى لإحداث التنمية المستدامة.[4]

---

[1] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص ص11-13.

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 81-82.

[3] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص55.

[4] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص14.

4-نموذج التبعية

ظهرت هذه النظرية كرد راديكالي على النظريات السياسية والاقتصادية التي تفترض إمكانية تحقيق التنمية في ظل الارتباط بالنظام الرأسمالي العالمي، فنظريات التحديث تنظر إلى العمليات الداخلية للتنمية، أما نظرية التبعية تنطلق من تحليل العلاقات بين الدول المتقدمة والمتخلفة وتشخيص المعوقات التنموية للعالم الثالث في ظل تلك العلاقات، وعليه فالدول المتقدمة تحافظ على المركز المسيطر.[1]

ويقول أهم منظري هذه النظرية "شيلر وماتللارات وبويد باريت" أن التكنولوجيا والأنظمة الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي، وتسهم في خلق الثقافة المهجنة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي.[2] ويقول "هربرت شيلر" أن النظام الاقتصادي العالمي يسعى لتوظيف الإعلام في دول العالم الثالث لخدمة أهدافه وترسيخ الشعبية الاقتصادية وتحويل العالم إلى قرية اتصالية شديدة الترابط، كما يدعو الدول النامية إلى سياسة الاعتماد على الذات ووضع سياسات وطنية للاتصال للخروج من دائرة التبعية الإعلامية والثقافية.[3]

ويمكن حصر فرضيات نموذج التبعية في الفرضية الأولى وهي ارتباط النظام الداخلي للأقطار النامية بالسوق العالمي أي أن القرارات التنموية تتخذها القوى الخارجية ونتيجة بهذا التقسيم تكون الدول النامية تابعة ولا تستطيع تحقيق نموذج ذاتي داخلي، أما الفرضية الثانية تتمثل في تأثير تدفق التقنية والرسائل الاتصالية الغربية على عمليات التنمية فوسائل الاتصال الخارجية لا تزال تسيطر على النظام الداخلي للدول النامية، وترى الفرضية الثالثة التركيز على القوى والعوامل الخارجية التي توجه وتدعم الحفاظ على التخلف في العالم الثالث، والفرضية الأخيرة والتي تتمثل في أن الشركات عبر الوطنية تعتبر معوقة للجهود التنموية لدول العالم الثالث حيث يرى هذا النموذج أن الدول النامية تابعة في السوق العالمية.[4]

---

[1] عدلي العبد عاطف، عاطف العبد نهى، مرجع سابق، ص ص40-41.

[2] عبد اللطيف عابد زهير، مرجع سابق، ص165.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 83.

[4] عدلي العبد عاطف، عاطف العبد نهى، مرجع سابق، ص ص41-42.

وعليه قدمت منظمة "اليونسكو" منظور نقدي يتميز بالشمول والموضوعية لتجاوز الرؤى الجزئية التي تسعى إلى تسييد الرؤية الغربية في الإعلام، مما ترتب عليه تجاهل وإغفال الحقوق الاتصالية لشعوب العالم الثالث.[1]

ومن الانتقادات التي وجهت لنظرية التبعية أنها نظرية جامدة بمعنى أنها تعوق إمكانيات تحقيق التنمية الديناميكية. كما أنها تحصر بؤرة التحليل الفكري للعناصر الديناميكية في مجتمع أمريكا اللاتينية بدرجة مؤثرة.[2]

كما أن تصورها للتبعية تصور غامض يكتنفه كثير من الغموض وخاصة عند اعتبار بأن واقع الدول النامية واقعا ثابتا أو إستاتيكيا. إضافة إلى ذلك فإن التزامات الإيديولوجية بتفضيل النظام الاشتراكي كحل أساسي وجوهري للمشكلة دون إحداث تعديلات ولو جزئية في واقع المجتمعات النامية يؤكد في حقيقة الأمر أن نظرية التبعية تعيش عملية انفصام بينها وبين الواقع للمجتمعات النامية.[3]

5-النظرية البنيوية

تنطلق النظرية البنيوية من فرضية أساسية هي أن الاتصال عامل مكمل للتحديث والتنمية ولكنه يبقى قليل الفعالية إلا إذا أجريت التغيرات البنيوية أولا للبدء في عملية التنمية، أي أن الإعلام وحده لا يستطيع أن يحقق التنمية القومية أو الريفية إلا إذا سهلت الأوضاع السياسية والاقتصادية هذه التنمية، وكانت الجماهير مقتنعة بما ينتج من ذلك من فوائد لهم ولحياتهم.[4]

ويمكن تحديد فرضيات النظرية البنيوية كما يلي:

- يجب البدء بالقضاء على القيود الهيكلية أو المعوقات البنيوية قبل البدء في عملية التنمية.
- يجب التركيز على التنمية في الريف باعتباره أكثر المواقع حرمانا من الموارد واحتياجا للبنية التحتية.

---

[1] عبد اللطيف عابد زهير، مرجع سابق، ص165.

[2] عبد الرؤوف درويش أحمد، قضايا التنمية في الدول النامية مقدمة في سوسيولوجيا التنمية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية-القاهرة، 2013، ص45.

[3] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص127.

[4] نش عزوز، بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص 69.

- يجب إشراك الجماهير في العمليات التنموية لأنها المنتفعة من الجهود التنموية الوطنية.[1]

ركزت هذه النظرية على العلاقات الاقتصادية والسياسية واعتبرتها البنية التحتية التي يجب أن يركز عليها الاتصال لتحقيق التنمية، وما يعاب على هذه النظرية أنها أعطت دور ثانوي للاتصال، بينما يعتبر أساس التنمية لقوة تأثيره على الجماهير وفعاليته في المجتمع.

وفي الأخير يمكن القول بأن البناء النظري هو القاعدة الأساسية التي يبنى عليه أي بحث، إذ لا يمكن أن تقوم بالبحث في دراسة معينة دون الاعتماد على النظريات المساعدة والمدعمة لمتغيرات الدراسة، فمن خلال النظريات يستطيع الباحث التعمق في دراسته وذلك بالاستعانة بالنظريات والنماذج المفسرة لموضوع بحثه.

[1] عدلي العبد عاطف، عاطف العبد نهى، مرجع سابق، ص 42.

خلاصة

حاولنا في هذا الفصل تقديم نظريات الإعلام التنموي بتنوع اهتماماتها والتي نذكر منها نموذج التحديث، نموذج ولبر شرام، نظرية انتشار المبتكرات، نموذج التبعية، والنظرية البنيوية، حيث لا يوجد مفهوم موحد حول علاقة الإعلام بالتنمية، ولكنهم يجمعون على تأثير الإعلام في عملية التنمية والتحديث.

ولكي تتحقق التنمية تتطلب التزاما وعملا وعلما ومعرفة من المواطنين وصناع القرار على حد سواء. وأهم دور يقوم به الإعلام هو نشر المعرفة التي تسهم في خلق المناخ الاجتماعي الذي يدعم التنمية ولا يقف عائقا أمام تحقيقها. فالإعلام الناضج المتطور الذي يعتمد على التحليل العميق يستطيع أن يتعامل مع القضايا المعقدة، ويتمكن من توصيل رسالته علي المستوي المحلي والدولي.

وعليه يعد الإعلام التنموي الجهاز العصبي لعملية التنمية، والذي يهدف الإعلام إلى تعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية وتحويله إلى مجتمع مساند للعملية التنموية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء التنمية والتغيير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة والوعي.

الفصل الثالث: الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية

تمهيد

أولا: الإذاعة في العالم

1- تاريخ ونشأة الإذاعة

2- خصائص الإذاعة

3- وظائف الإذاعة

4- أنواع الإذاعات

5- أنواع البرامج الإذاعية

ثانيا: الإذاعة المحلية الجزائرية

1- تاريخ الإذاعة الجزائرية

2- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر

3- خصائص الإذاعة المحلية

4- الإذاعات المحلية في الجزائر

خلاصة

تمهيد

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، فهي تربط مستمعيها المتباعدين برباط مباشر وسريع، فالإنسان يستمع إلى الراديو ويستفيد من برامجه المختلفة في أي مكان في العالم دون عائق أو حاجز في البيت، السيارة، المكتب. وقد احتلت الإذاعة كوسيلة اتصال سمعية مكانة الصدارة بين وسائل الاتصال الأخرى المستعملة في عملية التثقيف والتعليم والترفيه، وأروع ما قاله "جوبلز" حول تأثير الإذاعة (سيعمل الراديو كمعلم يلقي الضوء علي المشكلات الصعبة في الوقت الحاضر وعندما يأتي اليوم فانه سيقي العزائم والقلوب، ويهاجم العدو في أي مكان يظهر فيه، ويسمي أهداف الوطن).

وسنعالج في هذا الفصل الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية من خلال التعرف على نشأة الإذاعة في العالم وفي الجزائر، ثم وظائفها ومميزاتها، بعدها نتطرق لأنواع الإذاعات، وأنواع البرامج الإذاعية، كما ناقشنا في هذا الفصل نشأة الإذاعة المحلية الجزائرية، خصائصها، والإذاعات المحلية في الجزائر.

أولا: الإذاعة في العالم

1- نشأة الإذاعة وتطورها

ظهر اختراع الإذاعة بعد تراكم سلسلة من الاكتشافات التي قام بها علماء الفيزياء والإلكترون على مدى 70 عاما، ويعد "صاموئيل مورس" من أوائل المهتمين بالاتصال، حيث استطاع سنة 1844 من إرسال أول رسالة تلغرافية عن طريق الدق على مفتاح "مورس" من واشنطن إلى بالتيمور.[1] حيث توصل "مورس" إلى نظام للتلغراف أتاح له نقل الرسائل لمسافة 10 أميال وذلك باستخدام السلك الملفوف حول نفسه.[2] ثم تطورت إلى أن توصل العلماء إلى طريقة تحويل الصوت إلى موجات كهرومغناطيسية.[3] وقام الأمريكي "جوزيف هنري"، والفيزيائي البريطاني "مايكل فارادي"، بوضع إحدى أهم النظريات، في أوائل القرن 19، على القوة المغناطيسية الكهربائية، ثم توصلا إلى نتيجة بأن مرور تيار في سلك يمكن أن يؤدي إلى مرور تيار في سلك آخر، مع أن السلكين غير متصلين، و تسمى هذه النظرية نظرية "الحث"، وقد شرحها "جيمس كلارك ماكسويل" عام 1864م بافتراضه وجود موجات كهرومغناطيسية تنتقل بسرعة الضوء.[4] ودرس العالم الألماني "هيرتز" هذه النظرية عام 1887، حيث اكتشف هذه الموجات التي سميت باسمه وقاس طول الموجة الذي حدد سرعتها بـ 300.000 كيلو هيرتز/ الثانية مثل سرعة الضوء، ثم بعد ذلك نجح العالم "برانلي" من فرنسا عام 1890 في الاتصال للراديو من خلال جهاز يبين وجود موجات كهرومغناطيسية.[5]

واستطاع الإيطالي "جوجليمو ماركوني" أثناء شبابه أن يخترع الإذاعة الصوتية، وذلك ليثبت عمليا أنه يمكننا أن نرسل إشارات كهرومغناطيسية من خلال الفضاء.[6] وذلك بالاستناد إلى أفكاره الخاصة والأفكار والنظريات والتجارب السابقة، تمكن من إرسال أول إشارة اتصال بموجات الإذاعة عبر الهواء عام 1895م مستخدما

---

[1] وسام فاضل راضي، مرجع سابق، ص104.

[2] عبود ريم، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، الجامعة الافتراضية السورية، د س، ص4.

[3] حميد كاظم الطائي مصطفى، التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2007، ص20.

[4] الشاري طارق، الإعلام الإذاعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، 2010، ص33.

[5] أنيس عبد الحميد زكي عصام، الوسائل المسموعة والمرئية النشأة والتطور "تجربة الإعلام المصري"، ط1، القاهرة، 2004، ص96.

[6] عمر أبو عرقوب إياد، مرجع سابق، ص 43.

الموجات الكهرومغناطيسية، لإرسال شفرات برقية، إلى مسافة تزيد على1.5 كم، وفي عام 1901 م حقق "ماركوني" أول إرسال للإشارات الشفرية عبر المحيط الأطلسي بين إنجلترا ونيوزيلندا.

[1]

وتعمل الإذاعة اللاسلكية على تغطية جميع النشاطات الاتصالية التي تسمح بالتبادلات من خلال الإشارات الصوتية.[2] وقد بدأ استخدام الإذاعة اللاسلكية للأغراض الشعبية خلال ح ع 1 (1914-1918) وقد أدى الاستخدام العسكري للإذاعة اللاسلكية إلى تحسين معدات الأجهزة، وتم تدريب آلاف العاملين على استخدام الإشارات اللاسلكية، وقد تم اكتشاف إمكانيات الإذاعة كوسيلة اتصال، ففي عام 1916 كان المهندسون بإحدى الشركات الصناعية في مدينة "بتسبيرج" بالو.م يقومون بإجراء تجارب لإرسال الصوت، وكانوا يحاولون مزج الكلام بالموسيقى على أجهزة "الجراموفون"، وقد أصابتهم الدهشة حينما علموا بوجود مستمعين غير متوقعين من الهواة الذين كانوا يستخدمون المعدات الإذاعية بمنازلهم، وأن هؤلاء الهواة سعداء بالاستماع إلى هذه الموسيقى وأرسلوا خطابات للشركة يطلبون المزيد. وبعد انتهاء ح ع 1 ظهرت نوادي تهتم بالخدمات الإذاعية، وبدأ تطوير هذه الخدمات في بلاد عديدة، وكان الألمان و الكنديون قد سبقوا العالم في استخدام الإذاعة كوسيلة اتصال شعبية عام 1919.[3] وفي عام 1920 ظهرت أول إذاعة سمعية ذات برامج موسيقية وإخبارية منتظمة، ثم بدأ التنافس بين محطتي "KDKA" في بيتسبرج و"WWJ" في دترويت في إذاعة أخبار الانتخابات.[4] وخلال أشهر قليلة دخلت مجال البث الإذاعي المئات من المحطات الإذاعية الجديدة في مختلف المدن الأمريكية وأصبحت وسيلة الإعلام الوليدة متاحة لكل من يريد أن يستخدمها في بث برامج منتظمة.[5]

ثم انتقلت الإذاعة من الو.م.أ إلى أوروبا وكانت بريطانيا أول دولة أوروبية تنشئ محطة إذاعية، ففي عام 1922 تم إنشاء شركة الإذاعة البريطانية "B.B.C.British Broadcasting Company" لتبث برامجها يوميا

---

[1] الشاري طارق، مرجع سابق، ص34.

[2] Fracis Balle, lexique d'information communication, 1er édition, édition dalloz, France, 2006, p364.

[3] عماد المكاوي حسن، عبد الغفار عادل، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص24.

[4] محمد عيسى فلاتة مصطفى، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، النشر والمطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 1997، ص19.

[5] محمد نصر حسني، مقدمة في الاتصال الجماهيري، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص ص 150-151.

من لندن. كما وظهرت الإذاعة في مصر عام 1925، حيث كان في البداية بعض الأفراد يملكون هذه المحطات وتعتمد في تمويلها على الإعلانات التجارية، ثم تتابع ظهور الإذاعة جميع أنحاء الوطن العربي.[1]

وفي سنة 1923 كان أكثر من مليون شخص يستمعون سنويا للبرامج المنقولة من صالات الموسيقى، والمسارح والملاعب الرياضية، ومع تزايد المحطات الإذاعية التي ثبت برامجها عبر الهواء، بدأ يحدث التداخل فيما بينها، فقد قام الكونجرس عام 1927 بإصدار قانون الإذاعة، الذي تمخض عنه تشكيل لجنة الإذاعة الفيدرالية التي كانت مهمتها تنظيم الفوضى الإذاعية وقد جاء قانون الاتصالات الفيدرالية عام 1934 لكي يوسع من نطاق تطبيق قانون 1927، وقضى بتشكيل لجنة الاتصالات الفيدرالية لتنظيم أنظمة الاتصال التليفونية والتلغرافية والإذاعية لما تقتضيه الضرورة والصالح العام، وهذا القانون مازال ساري المفعول حتى اليوم، بعد تعديله بطبيعة الحال بما يتفق والظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة.[2]

وخلال سنوات قليلة تحول الراديو لوسيلة اتصال جماهيرية مهمة. وكان أول من فكر في إمكانية استخدام الراديو كوسيلة جماهيرية هو "ديفيد ساندروف" الذي لعب دورا مهما في نقل رسائل الإنقاذ من السفينة الشهيرة "تيتانيك" من قبل، الذي كان يعمل كمهندس في شركة ماركوني أمريكا.[3]

ويمكن القول أن الإذاعة المسموعة كانت حتى الستينيات تعتبر المصدر الأساسي للإعلام والسلاح الأول في الحروب النفسية والباردة، وخاصة بعد التطور التكنولوجي الذي طرأ، أولا على محطات الإرسال التي أصبحت تستعمل الموجات المتوسطة والقصيرة، وترددات الإرسال فوق العالي، وثانيا على أجهزة الاستقبال التي أصبحت أقل وزنا، وحجما مع اختراع "الترانزيستور".

ورغم ظهور الصحف، ووكالات الأنباء، وأضيف بعد الحرب العالمية الثانية مشكل ثان تمثل في ظهور التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية بالغة التأثير وخاصة مجال الترقية، ثم في مجال توجيه الرأي العام. ومع ذلك لازالت الإذاعة تلعب دورا معتبرا، رغم المنافسة الشديدة، ولأجل ذلك استعانت في السبعينيات

---

[1] الحلواني ماجي، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص ص 15-17.

[2] شعباني مالك، مرجع سابق، ص 70.

[3] محمد نصر حسني، مرجع سابق، ص149.

بالتطور الذي طرأ على الاتصالات اللاسلكية الحاملة للصوت، والتي أصبحت متناهية في القصر (الموجات السنتمترية)، وبعيدة المدى تنقل الإرسال عبر الأقمار الصناعية.[1]

2- وظائف ومميزات الإذاعة:

تعد الإذاعة من أكثر وسائل الإعلام الجماهيري قدرة على الانتشار والتأثير وأهم ما تتميز به ما يلي:

- الإذاعة أوسع وسائل الإعلام انتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها من الجمهور العام بجميع مستوياته، تستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام من المستمعين وتتيح الإذاعة للوصول إلى جمهورها أشكالا اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والريبورتاج الإذاعي والإعلان.[2]
- إن الإذاعة الصوتية تعتبر من أكثر وسائل الاتصال جماهيرية، فشجع ذلك الدول على الاهتمام بإرسال برامجها ذات الأهداف السياسية والدينية إلى شعوبها المستهدفين. فأصبح الراديو صغير الحجم سهل الحمل، حتى أصبح بعضها سهل الوضع في الجيب.[3]
- كما أن الإذاعة هي وسيلة إعلانية هامة، فهي تستخدم الموسيقى والمؤثرات الصوتية لتنمية ملكية الخيال.[4] فالراديو لديه القدرة على التأثير الوجداني في المستمعين من خلال الكلمة المسموعة والإيقاع النفسي الذي يتراوح بين التوتر عن طريق الأخبار والمعلومات الجادة والاسترخاء عن طريق الموسيقى.[5] فالإذاعة كما يرى "عبد العزيز شرف" نقلا عن "إبراهيم إمام" هي بعث للبيان باللسان الذي يقوم على مشاركة الجمهور، وإحساسه بالاقتراب الشخصي، فضلا على أنها تصل إلى جماهير عريضة.[6]

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص 70.

[2] بداني فؤاد، سوسيولوجيا القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران2، 2016، ص50.

[3] عمر ألو عرقوب إياد، مرجع سابق، ص 47.

[4] الشاري طارق، مرجع سابق، ص 76.

[5] عدلي العبد عاطف، الدعاية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص95.

[6] نصر مهنا محمد، في تنظير الإعلام الفضائيات العربية-العولمة الإعلامية-المعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية- القاهرة، 2009، ص120.

- ويشير "ميندل سون" إلى أن الإذاعة تساهم في رسم الإطار النفسي للمتلقين، من خلال البرامج الصباحية التي تهيء الإنسان لليقظة والعمل والتفاؤل، في حين تقوم برامج السهرة الترفيهية بتحقيق أفضل حالات الإمتاع والتسلية، لتخلق جو من الاسترخاء و الاستسلام للنوم براحة، وتهيء جو إيقاعي لاستقبال يوم جديد بنشاط وتفاؤل.[1]
- ومن أروع ما قاله "جبلز" عن الإذاعة "سيعمل الراديو كمعلم يلقي الضوء على المشكلات الصعبة في الوقت الحاضر، وعندما يأتي اليوم فإنه سيقوي العزائم والقلوب ويهاجم العدو في أي مكان يظهر فيه، ويسمى أهداف الوطن".[2]
- **التغطية الجغرافية الواسعة للإرسال الإذاعي:**

تستطيع الإذاعة بما تتميز به من خصائص من الوصول إلى مختلف الجماعات الاجتماعية على تباين مواقعها ومستوياتها الاجتماعية والثقافية[3] .للإذاعة نطاق انتشار واسع يتخطى الحواجز الطبيعية والاصطناعية، وتعد أفضل للبث من حيث قلة تعقيدها مقارنة بالإرسال عن طريق الأقمار الصناعية.

- **خدمة العملية التعليمية:**

إن الإرسال الإذاعي يسهل وصول التعليم إلى المناطق النائية التي تفتقر للبنية اللازمة لإقامة المؤسسات التعليمية.[4]

- الفورية في إذاعة الأحداث والأخبار، ومتابعة تطورات هذه الحوادث، حيث يمكن لمراسل الراديو أن يبث الحدث مباشرة من موقعه.
- قدرة الإذاعة على تحقيق قدر من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم في الأمة لقوة وتماسك الدولة.[5]
- **تخطي حاجزي الفقر والأمية:**

فالراديو متوافر في كل بيت وكل مكان لأنه رخيص الثمن والحصول على خدمة البث الإذاعي مجاني ومتوافر للجميع.

---

[1] حميد كاظم الطائي مصطفى، مرجع سابق، ص44.

[2] سيد أحمد غريب، محمد جابر سامية، إسماعيل علي سعد، نعمان أحمد عتمان، علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية–القاهرة، 2004، ص175.

[3] عبد النبي عبد الفتاح، تكنولوجيا الاتصال والثقافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص73.

[4] عمر أبو عرقوب إياد، مرجع سابق، ص 47.

[5] منير حجاب محمد، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص ص 178- 179.

- **الإذاعة وسيلة إعلانية هامة:**

تتمتع برقعة انتشار واسعة وذلك ما يريده المعلن، وبالتالي يتم وضع الإعلانات ضمن خدمات الراديو للتحصيل المادي للإذاعة ونشر الإعلان للمعلن.[1] كما يمكن الاستماع لبرامج الراديو في أي مكان وتشير الشواهد إلى أن المستمعين أصبحوا يستخدمون الراديو "كرفيق شخصي" يصحبونه معهم في طريقهم للعمل أو النزهة أو خلال الأعمال المنزلية.[2]

- **السبق الإخباري:**

تتوافر الفرصة للإذاعة الصوتية بالسبق الإخباري بشكل أكبر من غيرها من الوسائل. فالإرسال مستمر على مدار الساعة، و ربما يكون إرسال المعلومات الجديدة آني أو بعد فترة قصيرة.[3]

ويمكن إبراز أهم الوظائف التي تؤديها الإذاعة من خلال التعريف الذي وضعته اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام والاتصال المنبثقة عن اليونسكو، حول وظائف الإعلام فيقول أن "الإعلام أداة سياسية، قوة اقتصادية، ومورد تربوي كامن ومحرك ثقافي وأداة تكنولوجية."[4]

وعليه فقد اهتم الباحثون بكشف مختلف الوظائف التي تؤديها الإذاعة باعتبارها وسيلة اتصال جماهيرية ومعرفة دورها في المجتمع، وتتمثل أهم وظائف الإذاعة كما يلي:

- **الوظيفة الإخبارية:**

تعتبر "الوظيفة الإخبارية" من جمع وتخزين ومعالجة ونشر مختلف المعلومات (أنباء، معلومات، صور، آراء، وتعليقات...)، من أهم وظائف الإذاعة ويلاحظ ذكر الآراء والتعليقات ضمن الدور الإخباري، لأننا نرى بأن هذا الأخير هو في حد ذاته تعبير الرأي، ونقل رأي للتأثير على آراء. فقد توزع وسائل الاتصال أخبارا خاطئة للتأثير على الرأي العام، كما أن الأساليب العلمية التي تستعملها هذه الوسائل في التعامل مع الأخبار تعتبر من أنجع السبل لتغيير الآراء، وتوجيه الرأي العام.[5] حيث تقوم الإذاعة بتزويد الجماهير بالحقائق الضرورية للإلمام بالمشكلات التي تواجه المجتمع. كما تعمل على تنظيم برامج تثقيفية منوعة

---

[1] عمر أبو عرقوب إياد، مرجع سابق، ص 47.

[2] ويليام ريفرز، تيودور باترسون، جاي جينسون، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص186.

[3] عمر أبو عرقوب إياد، نفس المرجع، ص 46.

[4] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص 56.

[5] شعباني مالك، مرجع سابق، ص88.

في الأدب والعلم والفن والاقتصاد والاجتماع والسياسة.[1] فهي تقدم الأخبار للمجتمع بأسلوب مختصر، وتنفرد بالسبق وأولية النشر، والأثر الأول للخبر لا يمحى بسهولة.[2] وتجتهد الإذاعة على مسايرة الأحداث أول بأول لإعطاء الجمهور الإحساس بالمشاركة، لذلك فهي تؤدي وظيفة حيوية للأفراد بمراقبة البيئة المحيطة، وللمجتمعات عن طريق تزويد النظام الاجتماعي بالمعلومات اللازمة له.[3]

- **الوظيفة التربوية والثقافية:**

وهي وظيفة تشجع على التعليم واكتساب المعارف، والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي، إنها تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر عليه في إطار سياسة إعلامية محددة[4].

وتساهم الإذاعة المحلية في إعادة بناء الأفراد وتنمية تكوينهم باستمرار، وذلك عن طريق العمل على التخلص من المفاهيم والأفكار والعادات البالية وما إلى ذلك من موروثات التخلف التي لم تعد توائم الحاضر والمستقبل، وفي نفس الوقت وبنفس الدرجة العمل على نشر وإرساء القيم والأفكار الجديدة والمتجددة دوما التي توائم متطلبات العصر ومسيرة تقدمه، وتكفل إعادة بناء الأفراد بما يمكنهم من التصدي لمسؤوليات عصرهم، وبلوغ مستوى الحياة المحققة لطموحهم المستمر، وآمالهم المتجددة ومطالبهم وأهدافهم.[5]

- **الدعاية الدولية:**

كان هناك إيمان في العشرينات والثلاثينيات من القرن الماضي بأن الراديو قادر على التأثير على عقول الناس، وأنه يمكن استخدامه كوسيلة للدعاية الدولية تعمل جنبا إلى جنب مع الدبلوماسية في تحقيق النفوذ والتأثير، أو كما قال عنه "جوبلز"– وزير الدعاية النازي–: " الراديو يمكن أن يعمل كبديل للدبلوماسية."

---

[1] السيد عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدلي، مرجع سابق، ص266.

[2] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص ص 89–90.

[3] سعيد محمد السيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ص15.

[4] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص57.

[5] شعباني مالك، مرجع سابق، ص 103.

كذلك استعملته الولايات المتحدة الأمريكية في نشر برنامج السلام مع ألمانيا وبثته في جميع أنحاء العالم بالراديو.[1]

- **الوظيفة الاجتماعية:**

تسعى الإذاعة إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وكذا بعث تراثه وعاداته وتقاليده، كما تهدف إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، وتقويم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للأمة والتأكيد على الأشياء الحسنة والتنفير من الأشياء الضارة، كما تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول.[2]

وهناك أهمية خاصة لدور المرأة في التنمية، فالمرأة هي المسؤولة عن تنشئة الأجيال الجديدة وتوجيهها وفق متطلبات الحياة الجديدة، وهي المعين الأول للصغار والكبار على الدخول في أنماط جديدة من العلاقات الاجتماعية، ومواجهة الضغوط النفسية والاجتماعية، ومن أجل هذا فقد اهتمت الدول التي خضعت لظروف مماثلة في عمليات التنمية الاجتماعية، بعمليات التثقيف النسائي، واستخدمت الراديو والتلفزيون في هذا المجال، باعتباره أيسر وأرخص وسيلة للوصول إلى الجمهور الذي يستهدف التأثير عليه، ولا تقتصر عملية التثقيف النسائي على الجانب القيمي والسلوكي فقط، بل يجب أن يمتد إلى اكتساب مهارات جديدة في الشؤون المنزلية، ومسائل الرعاية الصحية والصناعات المنزلية التي تعمل على رفع مستوى دخل الأسرة.[3]

- **الوظيفة التنموية:**

وبما أن الإذاعة تهدف في كل مجال من المجالات إلى تحسين الأوضاع فيه مركزة بصورة أساسية على الإنسان فإنها تهدف إلى التنمية الشاملة، وبالتالي فأداء مختلف هذه الأدوار يعد صلب الخدمة العمومية فيرى الخبراء وعلماء الاتصال والتنمية أن في الدول النامية ليست المشكلة في استخدام الإذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام والاتصال، ولكن المشكلة هي كيف تستخدم هذه الوسيلة؟ ولأن الإذاعة تستطيع أن

---

[1] بومنجل فوزي، الإعلان في الجزائر بين القانون والممارسة، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011، ص105.

[2] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص ص 57-58 .

[3] شعباني مالك، مرجع سابق، ص ص105-106.

تفعل الكثير في مجال التنمية في هذه البلدان عن طريق التعرف على احتياجات أفراد المجتمع وتكييف البرامج معها، تفسر وتوضح الغموض الذي يصادف الجمهور في كل الحالات.[1]

ويتم ذلك أساسا من خلال الإعلانات والبرامج الإرشادية والتوعية، وكذا الوظيفة التسويقية، فقد أصبح الاتصال عنصرا تنمويا، بل قوة اقتصادية في حد ذاته، عندما تحول إلى قطاع منتج تتوقف عليه قطاعات تنموية أخرى. فالدول النامية التي تهتم بنظام الاتصال والإعلام تعتمد على إمكانات وسائل في دعم فلسفتها الاقتصادية بتوعية الجمهور، إرشادا وتوضيحا وتفسيرا وتوجيها.[2]

- **الوظيفة السياسية:**

قبل انتهاء الحرب العالمية الأولى، طور الرواد من هواة الراديو الإذاعة عبر مسافات كبيرة ونجحوا في استخدام الموجات القصيرة في تحقيق اتصال فعال عبر الحدود الوطنية، واستخدام الراديو في أغراض سياسية للمرة الأولى حينما عينت جريدة، "لندن تايمز "ليي دوفورست" وهو من الرواد الأمريكيين الأوائل في مجال الراديو كمراسل حربي، وكلفته بمهمة نقل أخبار الحرب اليابانية الروسية عام 1905-1904م وكان يبث تقاريره إليها.[3]

فالإعلام 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 التي تشكل رأيا عاما قويا من خلال البرامج السياسية وتنمي الوعي السياسي لدى المواطن، وبإمكان الإذاعة ببرامجها المتنوعة إيجاد قاعدة عريضة وتطوير الشعور بالانتماء للوطن الواحد، فهي وسيلة للتعليم الجماعي وتعويد المواطنين على المعايشة البناءة على الرغم من اختلاف الآراء، وهي كذلك تدريب على المواطنة.[4]

وتوظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معنية تروج لها تلك النخب كما تواظب على توصيل الرسالة الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم، والشخصية الوطنية والكيان السياسي إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي، والوحدة الوطنية داخل كل دولة، وهي تلعب دور الوسيط بين الحكومة والشعب، وتبلغ صوت الدولة، وتنشر أفكارها وإيديولوجيتها إلى الأفراد في الداخل والخارج، كما تنقل مشاكلهم و اهتماماتهم للسلطة لتصدر القرارات المناسبة. والمثال على

---

[1] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص 58.

[2] شعباني مالك، مرجع سابق، ص89.

[3] بومنجل فوزي، مرجع سابق، ص105 .

[4] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص58.

فعالية الإذاعة في الساحة السياسية هو الدور و المكانة التي تقلدتها الإذاعة إبان الحربين العالميتين الأولى والثانية و الحرب الباردة.[1]

- **الوظيفة الاقتصادية:**

تقوم الإذاعة المسموعة بتعريف الجمهور بخطط التنمية وأهدافها محاولة بذلك تعبئته للمشاركة الفعالة فيها وتحفيزه على إتباع أنماط سلوك إنتاجية واستهلاكية جديدة ومراعاة العوامل التي تساعد على زيادة الإنتاج والإنتاجية في المجال الزراعي والصناعي وحتى مجال الخدمات.[2]

إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات إشهارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، وتتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم فهي مسؤولة عن التنمية الريفية.[3]

والتنمية الاقتصادية مرتبطة ارتباطا وثيقا بالتنمية الاجتماعية. وهي أيضا تستهدف الإنسان... إنها تحقق رفع مستوى الأفراد والجماعات من الناحية الاقتصادية... أو المستوى المادي والقدرة المالية لهم... أي بزيادة دخل الفرد، وطريقها زيادة الإنتاج، عن طريق استخدام وسائل أفضل في العمل الزراعي والصناعي والحرفي، والتدريب على استخدام تلك الوسائل، حيث أن الأخذ بها هو الطريق الوحيد إلى إحداث التحول المطلوب نحو كل ما هو أفضل، وعن طريق ذلك يرتفع مستوى الأفراد الاجتماعي والاقتصادي معا.[4]

إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات إشهارية من اجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال لرفع مدخولاتها.[5]

3- أنواع الإذاعات

إن الإذاعة تنافسها مستحدثات إعلامية جديدة تثير الفضول لدى الجماهير لذلك استحدثت بالإذاعة عدة أنواع من الإذاعات، التي عملت على تحقيق نجاح الراديو، ومنها التي ساعدت في الاتصال والتواصل بين

---

[1] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص 56.

[2] خليل أبو أصبع صالح، الاتصال والتنمية المستدامة في الوطن العربي، ط1، دار البركة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2009، ص 188.

[3] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص ص 56-57.

[4] شعباني مالك، مرجع سابق، ص 106.

[5] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص 56.

عدة دول في مناطق مختلفة من العالم، وأخرى أعطت أهمية لمجتمعات محلية، وأماكن نائية أهملت من طرف الإذاعة المركزية نظرا لتعدد أعمالها، هذا وتشير موسوعة المجالس القومية المتخصصة إلى أن الأنماط الإذاعية المعروفة في العالم بما فيها المنطقة العربية لا تخرج عن واحدة من النظم الآتية:[1]

4-1- الإذاعة الدولية (الموجهة):

وهي الإذاعة التي توجه برامجها المختلفة ويصل إرسالها إلى أنحاء العالم، بلغات لدول المستهدفة لتلك الإذاعات، ووفقا للزمن الذي يوافق تلك الشعوب وذلك وفق ما تخططه الدولة ضمن سياستها الإعلامية وليس بشكل عفوي.[2] والإذاعة الدولية هي التعبير عن التبادل غير المقيد للمعلومات، فهي ساحة لسوق الأفكار والمعلومات وحلبة صراع للمناظرات السياسية والإيديولوجية، وقناة لنشر تشكيلة واسعة من برامج الأخبار والتسلية والثقافة إلى مجموعة كل الذواقين.[3]

و[4]قد صاحب هذا التوسع في زيادة أجهزة الإرسال، زيادة حجم الاستماع إلى الإذاعات الدولية حيث تشير إذاعة صوت أمريكا إلى أن 104 ملايين مستمع يستمعون إلى برامجها مرة على الأقل كل أسبوع و يتضح لنا من خلال أنواع الإذاعات أن أهمية الإذاعة سواء كانت محلية أو إقليمية أو وطنية فهي تستخدم لأغراض معينة وتتجه لجمهور معين.

وقد تطورت الإذاعة الدولية من خلال أربع مراحل، وتتمثل في مرحلة تبادل البرامج، توجيه الإذاعة لمواطني الدولة خارج حدودها، نقل برامج من الدول المستعمرة لمستعمراتها، ومرحلة الإذاعة الدولية الموجهة لمواطني الدول الأخرى.[5] وتهدف الإذاعة الدولية إلى العمل على زيادة التفاهم الدولي، التقريب بين وجهات النظر المختلفة، السعي نحو إيجاد رأي عام يساند وجهات النظر للدولة الباثة، إذاعة الأخبار بموضوعية وبدون تحيز ، وعرض الآراء والأفكار عن الدول الأخرى.[6]

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص 72.

[2] الحلواني ماجي، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983، ص15.

[3] خزعل عبد النبي، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، ط1، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2003، ص16.

[4] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص 55.

[5] محمد معوض إبراهيم، الشنوفي محمد المنصف، عبد الباسط عبد الجليل محمد، هشام مصباح، دراسات إعلامية، ج4، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1995، ص19.

[6] منير حجاب محمد، مرجع سابق، ص 166.

وقد تطورت الإذاعة الدولية عبر مراحل أربع، هي على التوالي:

- **المرحلة الأولى: مرحلة تبادل البرامج والخدمات الإذاعية:**

وقد تم ذلك لأول مرة عام 1923بين المحطة الأمريكية (K.D.K.) ومحطة بريطانية على الموجة القصيرة.

- **المرحلة الثانية: مرحلة الإذاعات الموجهة من دولة إلى مواطنيها أو من كانوا مواطنيها:**

وقد بدأ ذلك عام 1935عندما خاطبت الإذاعات السويسرية هذه الفئة على الموجة القصيرة، وبلغات متعددة.[1]

- **مرحلة نقل برامج من الدول المستعمرة لمستعمراتها:**

بدأت هذه المرحلة باستخدام فقط اللغات الأصلية للدول المستعمرة وتجاهلت اللغات الأصلية لمواطني مستعمراتها، بسبب انتباه الدول المستعمرة للحاجة للاتصال بمواطنيهم المقيمين ما وراء البحار.

- **مرحلة الإذاعة الدولية الموجهة لمواطني الدول الأخرى:**

واستخدمت الموجات القصيرة للوصول للجماهير في الدول الأخرى. وعمدت الدول الشمولية لاستخدام الإذاعة الدولية في توصيل الدعاية.[2]

والإذاعات الدولية في الواقع ليست سوى أداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة، ووسيلة لتعزيز نفوذها السياسي وتدعيم مكانتها الدولية وبخاصة في ظل الظروف التي عاصرت اكتشاف الراديو الدولي وتطوره ابتداء من الحرب العالمية الأولى والحرب الباردة، مما ساهم في تحويل الإذاعات الدولية إلى سلاح فعال في الدعاية السياسية والإيديولوجية وأداة في تحقيق أهداف الحرب النفسية بين الدول مما أعاق قيام الإذاعات الدولية بدورها كأداة للتفاهم بين الدول.[3]

4-2- الإذاعة المركزية(القومية):

وهي إذاعة ناطقة باسم الدولة وتبث من العاصمة وتغطي الوطن بأكمله وتخدم جميع المواطنين في وسيلة قومية للاتصال، تهتم بالكليات دون التفصيلات.[4] لأنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم، ووظائفهم، وثقافتهم، وتقاليدهم وهي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء سبيلها، في كل ما تقدمه من برامج، وحتى

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص73.

[2] محمد معوض إبراهيم، وآخرون، مرجع سابق، ص ص18-19.

[3] فاروق أبو زيد، إنهيار النظام الإعلامي الدولي من السيطرة الثنائية على هيمنة القطب الواحد، د س، ص81.

[4] عصام أنيس عبد الحميد زكي، مرجع سابق، ص115.

مخاطبتها للطوائف، ونوعيات محددة من المواطنين يكون عن طريق التعميم دون التخصيص خلافا للإذاعة المحلية.[1]

كما يمكن اعتبار الإذاعات الوطنية القوية التي تتمكن من تخطي حدودها لتصل إلى مواطني الدول المجاورة بقوة الموجة التي تبث بها نوع من الإذاعات الدولية، وتهدف برامجها إلى:

- تعريف الشعوب بالحضارة والفكر للبلد الباث.
- زيادة الروابط بين شعوب العالم.
- التعريف بوجهة نظر البلد إزاء المشكلات والقضايا الدولية.
- تعريف شعوب العالم بالإنجازات المهمة في المجالين الاقتصادي والاجتماعي للبلد الباث.[2]

4-3- الإذاعة الإقليمية:

وتبث إلى إقليم معين وقد تقوم الدولة بتقسيم إداري لأراضها إلى عدد من الأقاليم أو الولايات أو المحافظات.[3] وهي إذاعة تخاطب جماهير مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذا الإقليم والأقاليم الأخرى حاجز، أو أكثر من حواجز: اللغة أو الدين أو الحواجز العرقية مثل: الجنس واللون، الحواجز الجغرافية كأن تفصل بين الإقليم والآخر سلسلة من الجبال أو الأنهار، والبحيرات مما يجعل كل إقليم إقليما مستقلا.[4] والإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج وخدمات تهم أبناء الإقليم بأسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة ويمكن أن تنشا بينها إذاعات محلية صغيرة[5].

4-4- الإذاعة المحلية:

ويغطي بثها مدينة معينة أو دائرة محدودة، ونجد بها مجتمعات محلية متنافسة تجمعها المصالح الاستيطانية. ويمكن أن تنشأ إذاعات محلية صغيرة.[6] والإذاعة المحلية هي إذاعة تخاطب مجتمع محدد له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة، وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص. وهي تبث برامجها مخاطبة

---

[1] دلول كمال، مرجع سابق، ص48.

[2] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص99.

[3] عصام أنيس عبد الحميد زكي، مرجع سابق، ص115.

[4] شعباني مالك، مرجع سابق، ص ص73-74.

[5] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص 54.

[6] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص 98.

مجتمع محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، مجتمع له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة، قد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى.[1]

وإذا انتقلنا إلى عالمنا العربي، وجدنا الإذاعات المحلية والإقليمية تتخذ وضعا متميزا المغرب العربي خاصة المملكة المغربية وتونس حيث ينتشر ما يطلق عليه الإذاعات الجهوية... وفي مصر وسوريا والعراق، نجد أيضا الإذاعات المحلية... كما أن العديد من الدول الإفريقية يبرز فيها دور مثل تلك الإذاعات... وفي السنغال... ونيجيريا... وإثيوبيا... وإن كان تعدد اللغات واللهجات في إفريقيا يحد من انتشار تلك الإذاعات بالرغم من أنها أيضا عامل من عوامل نشر تلك الإذاعات، حيث يطالب أصحاب اللغات واللهجات المختلفة بإذاعات خاصة بهم... كما تحاول الدول نشر الإذاعات لأهداف التنمية بصفة خاصة ... لكن الصعوبة تكمن في أن إفريقيا بها تعدد اللغات.[2]

4-5-إذاعة الجوار:

هي صورة من صور الإذاعات المحلية، وهي تخدم حيا صغيرا أو شارعا يتفق سكانه على إنشاء هذه الخدمة المحددة.[3]

5- أنواع البرامج الإذاعية

تتنوع البرامج التي تنتجها محطات الإذاعة، والتي تهدف من خلالها إلى جذب انتباه المستمعين، فالبرنامج الإذاعي عبارة عن القالب الذي يقدم فيه المضمون الذي يعبر عن فكرة يتم معالجتها إذاعيا، كون الإذاعة وسيلة اتصال تعتمد أساسا على الجانب السمعي. وتهدف البرامج الإذاعية للإعلام أولا، والتثقيف والإرشاد والتعليم والتوجيه والتسلية والترفيه والإعلان، ويسعى القائمون على التخطيط للبرامج الإذاعية إلى إيجاد التوازن بين هذه الأهداف. [4]

ويتوقف نجاح البرامج الإذاعية في مراحلها المختلفة (البرمجة، الإعداد، الصياغة، الإلقاء، الإخراج) على عدة عوامل أهمها: البرمجة المناسبة: من حيث الترتيب، والتوقيت الساعي، والتنويع. كذلك حسن إلقاء المذيعي وتنشيطه للبرنامج بحيوية، وعفوية، بعد التحضير الجيد لموضوعه. إضافة إلى الدقة في الإخراج،

---

[1] دلول كمال، مرجع سابق، ص32.

[2] شعباني مالك، مرجع سابق، ص 75.

[3] عصام أنيس عبد الحميد زكي، مرجع سابق، ص 116.

[4] محمد علي حميدات فايز، الإعلام السياحي في الأردن: "إذاعة سياحة FM" نموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص39.

وجعله مناسبا لطبيعة البرنامج، وموافقا لرغبة المستمع، مع استخدام المؤثرات الصوتية المثيرة للاهتمام. وهذا بالإضافة طبعا إلى حسن الإرسال، والاستقبال الخاصين بالجانبين المادي والتقني.[1]

لذلك تختلف البرامج الإذاعية من إذاعة إلى أخرى، ومن مجتمع لآخر، ولكنها تتفق في توفير المعرفة والتسلية. وتتمثل في:

5-1- البرامج الدينية:

حيث تحظى في الإذاعات العربية بنسبة كبيرة من برامجها وتتضمن تلاوة القرآن تفسيره وشؤونا إسلامية متنوعة.[2] ومن إيجابيات الفتاوى عبر الأثير إثراء ثقافة المتلقي في ميدان الحكم الشرعي خاصة فيما يتعلق بالقضايا المعاصرة، كذلك تعمل هذه البرامج على إشاعة الثقافة الشرعة لدى العامة، كما تعمل على التعرف عدد كبير من العلماء والاستفادة من فقههم ووقفاتهم العلمية.[3]

5-2- البرامج الإخبارية:

وتضم النشرة الإخبارية، التحقيقات واللقاءات، وكل البرامج الإخبارية التي تصحب النشرات من تعليق وتفسير، وقد يدخل ضمن هذا الإطار البرامج الخاصة بالمناسبات الوطنية والعالمية، وكذا البرامج الإخبارية التي تهتم بالندوات الصحفية، واللقاءات مع الشخصيات البارزة في المجتمع، وتقديم المعلومات والأحداث والحقائق عن العالم من خلال مراسلين أكفاء، ووكالات أنباء، كما يدخل ضمن هذا البرنامج المواضيع والأحداث الرياضية في الوطن، والعالم، المسجلة والمباشرة.[4] وتقوم الإذاعات على اختلافها بنقل الأحداث من مواقعها مباشرة أو تسجيلها لتذيعها في وقت لاحق وتقدم الأخبار المهمة من خلال نشرات الأخبار أو مواجيز الأنباء بهدف إخبار الجماهير وإثارتها، أو إيقاظ الوعي لديها، كما تقوم بتفسيرها وتحليلها حتى يستوعبها المستمع ويفهمها.[5]

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص 97.

[2] الشاري طارق، مرجع سابق، ص 77.

[3] زبدة محمد، تجربة الإذاعة الجزائرية "الضوابط والمحاذير"، مجلة الإذاعات العربية، ع(1)، 2018، ص80.

[4] شعباني مالك، مرجع سابق، ص98.

[5] إبراهيم أحمد عبده آسيا، مرجع سابق، ص71.

5-3- البرامج الثقافية:

ويطلق مفهوم الثقافة على كل مصدر علم ومعرفة يزيد من حصيلة المستفيد ويوسع أفقه وتفكيره، قد يرتبط ذلك بتخصصه، ولكن غالبا ما يكون خارج نطاق تخصصه. ويمكن القول أن البرامج الثقافية هي أقرب إلى أن تكون تعليمية، غير منهجية.[1]

5-4- البرامج الرياضية:

وتحظى باهتمام خاص، إذ يحاول المعلقون الرياضيون نقل الأحداث الرياضية المميزة، وتتنافس المحطات الإذاعية في جذب المستمعين، فيذيع معظمها برامج تحقق رغبات فئة معينة منهم.[2]

5-5- البرامج السياسية:

وهي البرامج التي تهتم بالحياة السياسية الوطنية منها والدولية، كمناقشة القرارات الصادرة عن السلطة، طرح البدائل، وإعطاء وجهات نظر، وإجراء مقابلات، ولقاءات حول موضوع من المواضيع التي تهتم بالحكومة والدولة.

5-6- البرامج الاجتماعية والاقتصادية:

وتهتم بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للأفراد، وللدولة أو المجتمعات والمساهمة في دفع عجلة التنمية، وهي بذلك تقدم خدمة اجتماعية مميزة للمجتمع، كما تهتم بقضايا الطفولة، وحقوق الإنسان، ومشاكل الشباب.[3]

5-7- البرامج التعليمية والعلمية:

وهي التي يتم بناؤها وفق أهداف واضحة ومحددة، بحيث تضيف معلومات جديدة على المستمع، وتعمل على إحداث تغيير في اتجاهه وسلوكه، وأن تساعد على الانتباه والتخيل والتفكير المنطقي الجيد.

5-8- البرامج الموسيقية:

حيث تقدم الأغاني كفقرات ترويجية، ومؤشرات سمعية، قد تكون محلية أو أجنبية.[4]

---

[1] محمد عيسى فلاتة مصطفى، مرجع سابق، ص54.

[2] الشاري طارق، مرجع سابق، ص79.

[3] شعباني مالك، مرجع سابق، ص99.

[4] محمد عيسى فلاتة مصطفى، نفس المرجع، ص 54.

5-9- البرامج الترفيهية:

وتشمل البرامج المتنوعة التي تتميز بالخفة، والحركة الطليقة والمشتركة في معظم محطات الإذاعة، وتصدر منوعات من الأغاني والوجوه الفنية، الألعاب الجماعية، الألغاز والمسابقات، وهي تهدف إلى التسلية والترفيه من جهة، وتنشيط فكر المستمع وتثقيفه من جهة أخرى، لذلك فهي تحاول جذب أكبر فئة من الجمهور لها، كما تشتمل كذلك المسلسلات الإذاعية.[1]

ثانيا: الإذاعة المحلية في الجزائر

1- تاريخ الإذاعة الجزائرية

ظهرت الإذاعة السمعية في الجزائر على يد المستعمرين، إذ أن برامجها في البداية كانت موجهة للأقلية الأوروبية والفرنسية لغة ومضمونا، فهي لم تكن وسيلة تعبير جماهيرية وإنما أداة تعبير نخبوية، فقد عرف الإعلام في الجزائر وسائل الإعلام المطبوعة قبل المسموعة، وهذا على يد الاستعمار، حيث اعتبرت الجزائر أول بلد في المغرب العربي عرف الإعلام المكتوب. ويمكن القول أن الإذاعة في الجزائر ولدت ثلاث مرات: الأولى حينما دخل البث الإذاعي للجزائر سنة 1924 وهي الولادة المادية، الثانية حينما انطلق بث الجزائر الثائرة متمثلا في " إذاعة صوت الجزائر الحرة " في نهاية سنة 1956، والثالثة بعد الاستقلال عندما استرجعها جيش التحرير الوطني من الفرنسيين في سنة 1962.[2]

وتعود بداية الإذاعة في الجزائر عام 1925 عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعدى قوتها 100كيلوواط، ثم ارتفعت عام 1928 إلى 600 كيلوواط، وبالتالي فقد كان راديو الجزائر خلال هذه الفترة عبارة عن محطة إذاعية فرنسية مقامة في الجزائر، أي أنها صدى لمحطة البث الفرنسية الوطنية المقامة في باريس.[3] وفي هذا الصدد يقول "زهير إحدادن": "أثناء هذه الفترة الاستثنائية أصبح الإشراف السياسي موزعا بين الحاكم العام للجزائر وبين الحكومة الفرنسية، وقد أشرف عليها رئيس الحكومة وإدارة متنقلة للشؤون الفنية، هذا من جهة ومن جهة أخرى فقد قدمت للحاكم العام

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص 99.

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 200-201.

[3] بومنجل فوزي، مرجع سابق، ص193.

امتيازات خاصة، إذ أصبح يترأس مجلس أطلق عليه اسم اللجنة الجزائرية للإذاعة، ويتكون هذا المجلس من 6 أعضاء 3 مسلمين و3 أوروبيين، و6 ممثلين عن الموظفين والعمال التابعين للإذاعة".[1]

كانت الإذاعة في ذلك الوقت تبث برامجها باللغة الفرنسية مما أدى الى ضعف الاقبال عليها، فلم يكن يسمعها الا الفرنسيون وعدد قليل من الجزائريين المتقنين للغة الفرنسية، وبعد ذلك قامت السلطات الفرنسية في نقل الاخبار والمعلومات الخاصة بالنشاطات السياسية للحكومة الفرنسية في الجزائر، للأميين الجزائريين من خلال انشاء استوديو مستقل، وإنجاز برامج باللغة العربية.[2]

وفي سنة 1940 أقيمت في مدينة قسنطينة محطتان للإرسال قوة الأولى 600 كيلوواط وكانت تذيع برامجها باللغة الفرنسية، وقوة الثانية 250 كيلوواط وتذيع باللغة العربية، كما أقيمت محطتان في مدينة وهران، وقد عملت السلطات الفرنسية بعد ذلك على تطوير البث الإذاعي وتواصله، فعلى العموم كانت الإذاعة تغطي الأقاليم الثلاثة الرئيسية: العاصمة، وهران، قسنطينة، وكانت قوة الإرسال لا تتجاوز 500 كيلوواط.[3]

ولدت في حضن ثورة التحرير وتقود ثورة التعمير، نشأت الإذاعة الجزائرية في قلب ثورة التحرير وبالتحديد 16 ديسمبر 1956، بإذاعة سرية أمرت قيادة اتصالات جيش التحرير بها، فركبت على ظهر شاحنة تجوب الفيافي على الحدود المغربية، متخفية من العدو الذي لم يتمكن من تحديد موقعها، ولم يلبث صوت الجزائر يدوي من الإذاعات العربية بصوت "عيسى مسعودي الذي قال عنه الرئيس "هواري بومدين": "نصف انتصارات الثورة بفضل جيش التحرير ونصفها بفضل صوت عيسى مسعودي".[4]

وكانت الجزائر أثناء الثورة في أول الأمر تعتمد على إذاعات الدول العربية لإيصال صوتها إلى العالم الخارجي، وكانت إذاعتا "القاهرة وتونس" أولى الإذاعات العربية التي خططت برامج في فترات ثابتة لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية، فقد خصصت القاهرة عام 1955 برامج أسبوعية للجزائر، ومدة كل واحد منها 10دقائق.[5]

أما التحول الحقيقي في مجال الراديو بالجزائر فقد حدث في آخر عام 1956 إذ وزعت منشورات تنبئ بوجود "صوت الجزائر الحرة" حددت فيها ساعات الاستماع وأطوال موجة البث، هذا الصوت ينقل بلاغ

---

[1] دلول كمال، مرجع سابق، ص45.

[2] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص49.

[3] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص157.

[4] دلول كمال، نفس المرجع، ص46.

[5] شعباني مالك، مرجع سابق، ص112.

الثورة العظيم إلى الجزائر، وأصبح الحصول على الراديو يمثل في الجزائر الوسيلة الوحيدة لحيازة مصدر غير فرنسي للأخبار عن الثورة، ويجد الجزائري نفسه بإنشاء "صوت الجزائر المقاتلة" أمام إلزام حيوي يدفعه إلى الاستماع للبلاغ ليتمثله ثم ليقوم بما يستدعيه في الحال.[1]وفي هذا العام عرفت الجزائر منعرجا حاسما، فإن رقابة السلطة الفرنسية كانت شديدة على البرامج الموجهة إلى الأهالي خوفا منها من أن تفلت من بين يديها زمام التحكم في البرامج التي تبثها، كما أن إنشاء محطات محلية من طرف السلطات الفرنسية في الجزائر كان ظرفيا، ويعود إلى أسباب ردتها إلى المشاكل التقنية التي كانت تعيق عمل المحطة المركزية. وفي الحقيقة هو محاولة للتصدي لدعاية " صوت الجزائر الحرة،" إذن كان إطلاقها ظرفيا من حيث الزمان، واستراتيجيا من حيث الهدف، ذلك أن مشروع المحطات التكميلية كان مشروعا فالعاملون هم في الأصل عسكر قدامى.[2]

وبعد الاستقلال نصت اتفاقية "ايفيان" الموقعة في 19 مارس 1962، أن اتفاقا سوف يبرم لتحديد الشروط التي بمقتضاها تقوم فرنسا بنقل منشآت الراديو والتلفزيون الفرنسي على حيازة الجزائر كليا، وإلى أن يوقع هذا الاتفاق فإن الشبكة الجزائرية التي أصبحت تسمى "راديو الجزائر" تستمر تحت الإدارة المؤقتة للراديو والتلفزيون الفرنسي.[3]

وبعدها قامت القوات الجزائرية باحتلال مباني الإذاعة والتلفزيون وأعلن المذيع "هنا إذاعة وتلفزيون الجزائر"، مما اعتبره الفرنسيون تدخلا في أعمالهم، مما جعلهم يقدمون استقالاتهم، وانتهى الأمر بتوقيع اتفاقية بين حكومتي الجزائر وفرنسا في 23 جانفي 1963، وفي الفاتح أوت 1963 أسست الإذاعة والتلفزة الجزائرية، وأعطيت إشارة الانطلاق لمشروع واسع النطاق كان من شأنه أن يغير المنظر التقني للاتصال في الجزائر، ونتيجة كهذه لم يكن ممكنا الحصول عليها إلا بمجهود في التجهيز لم يسبق له مثيل.[4]

ومع سنة 1971 أصبح الراديو يصل إلى مناطق عديدة من التراب الوطني، حيث كان الجنوب الجزائري وإلى غاية السبعينات محروما من الخدمات الإذاعية ولم يعرف تغطية كبيرة إلا بعد إنشاء محطة الأخظرية

---

[1] بومنجل فوزي، مرجع سابق، ص110.

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 204.

[3] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص163.

[4] شعباني مالك، مرجع سابق، ص114.

للاتصالات عبر الأقمار الصناعية. وفي عام الثمانين، تم استقلال مؤسسة الإذاعة الوطنية عن مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري، وأصبحت تدعى " المؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية E.N.R.S ". وفي سنة 1986 أعيدت هيكلة المؤسسة الأم (الإذاعة والتلفزيون الجزائري) إلى أربعة:

- المؤسسة الوطنية للإذاعة
- المؤسسة الوطنية للتلفزيون
- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزي
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري

وبموجب مرسوم 01 جويلية 1986 تأسست الإذاعة تحت تسمية المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي المسموع وحولت لهم مجموعة من الهياكل والمعدات والمستخدمين. وفي سنة 1990 ظهر قانون الإعلام الجديد الذي أقر التعددية الإعلامية وكرسها.[1]

وإدراكا منها لهذه التحديات، افتتحت السلطات الجزائرية عام 1991 مجموعة كبيرة من البرامج لتوسيع شبكة الراديو الوطنية الموروثة من القوات الاستعمارية. وقد تم إنشاء العديد من محطات الراديو في جميع أنحاء ولايات الوطن (راديو القرآن، راديو الثقافة، راديو جيل(FM)، وفي عام 2012 تم إطلاق برامج إذاعة تيزي وزو وراديو جيل أف أم.[2]

وقد ورثت الجزائر بعد الاستقلال شبكة راديو تغطي المدن الكبرى والمتوسطة، استثمرتها في المجال السمعي وكذا البصري، كذلك كانت كوسيلة لمحاولة القضاء على الامية في المجتمع الجزائري، من خلال نشر التوعية و"التعبئة السياسية "للجماهير، وفق الخيار الأيديولوجي. وكانت الإذاعة الجزائرية كغيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى تخضع لقوانين تفرضها السياسة الإعلامية، التي بدورها كانت تحد من مهامها ووظائفها في المجتمع، إلا أنها إلى حد ما تجاوبت مع تغيرات المجتمع الجزائري، وتماشت مع كافة الظروف الوطنية والدولية.[3]

2- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر:

ورثت الجزائر عن السلطات الاستعمارية هياكل إذاعية هزيلة، محدودة الانتشار كانت موجهة مسخرة لخدمة الخطاب السياسي والاستعماري، وليس لخدمة الشعب حيث يقول "فرانس فانون": "هذه الإذاعة

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 208-212.

[2] Nassim Bouguettaya, La radio algérienne:un outil de communication sociale, Revue des sciences humaines, Numéro 7 /Tome (2) Juin 2017, P105.

[3] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص50.

كانت تقابل بالرفض، والنفور من قبل شعب الجزائر، لأنها لم تكن تعبر عن آرائه، وتطلعاته وطموحاته في التحرر، والعيش الكريم، بل إنها كانت تحمل أفكارا، وسموما لتهديم أصالة، ودين هذا الشعب وكل ما يتعلق بشخصيته[1]".

وبعد قرار جويلية 1986 المتعلق بإعادة هيكلة المؤسسات الوطنية بمثابة القرار الذي يؤكد على استقلال المؤسسة الوطنية للإذاعة، ويعد خطوة تحرر أضخم ثاني مؤسسة الاعلامية في الجزائر، بحيث ترتب عنه "تعددية سياسية "، أفضت إلى تشكل الأحزاب السياسية وقوى المجتمع المدني، وبالتالي تعددية إعلامية، فأصبحت السلطة الجزائرية تنظر للمجتمع من منطور تعدد الأفكار والآراء، في مقابل فرض عليها إيجاد الطرق والوسائل التي تعبر بها كل فئة، أو شريحة عن رأيها، وهذا ما أكده دستور فيفري 1989المقر بالتعددية الإعلامية.[2]

وبعد إنشاء المحطات الجهوية في قسنطينة ووهران في الستينات وتدعيمها بمحطات ورقلة وبشار في الثمانينات تمكنت من إقامة محطات محلية مع مطلع التسعينات تباعا بإنجاز محطات إذاعة القرآن الكريم، إذاعة متيجة، إذاعة الساورة...، وكان لزاما وجودها من أجل الإعلام الجواري من جهة، ومن جهة أخرى تسخيرها في خدمة قضايا التنمية المحلية وإبراز ما تفتخر به المدن.[3]

وتواصل انتشار الإذاعات المحلية عبر كل جهات القطر لتصل في 14 جوان 2004 إلى 28 إذاعة محلية ومواضيعية (إذاعة الزيبان الجهوية خمس سنوات من الحضور والتميز 1999-2004) وتبلغ حاليا حوالي 32 إذاعة محلية حسب ما أوردته نشرة الثامنة للتلفزيون الجزائري بتاريخ 28 أكتوبر 2006 بمناسبة مرور 44 سنة من استعادة السيادة على مؤسسة الإذاعة والتلفزيون.[4]

ورغبة في فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق الداخلية، من أجل التنمية المحلية، وضرورة حماية الثقافات، خصوصا مع زيادة "الغزو الثقافي" للجمهور المحلي، استدعى فتح قنوات اتصالية تعمل على ترسيخ القيم الثقافية المحلية الأمر الذي دفع بالقطاع السمعي إلى إقامة شبكات إعلامية متعددة تمثلت في إقامة محطات إذاعية محلية في عدة ولايات في القطر الجزائري، إلى أن أصبحت تغطي اليوم كافة التراب الوطني فيما كان المواطن في المناطق النائية يعاني من التهميش، فصدر قانون الاعلام سنة

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص130.

[2] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص ص 50-51.

[3] بومنجل فوزي، مرجع سابق، ص115.

[4] شعباني مالك، نفس المرجع، ص130.

1990 الذي أكد حق المواطن في الإعلام مما فتح المجال لإنشاء اذاعات محلية تلبي احتياجات الفرد المحلي.[1]

ومن أهم الأسباب لإنشاء الإذاعة المحلية في الجزائر:

- الانتشار الكبير لأجهزة الراديو دفعها لإقامة نظام للاتصال السمعي لمسايرة الأحداث والتطورات.
- محاولة القضاء على الأمية المتفشية في المجتمع الجزائري.
- أزمة الثقة بين الشعب والسلطة، لغياب الاتصال الذي يبرر سياسة الدولة التنموية.
- عجز لبرامج الوطنية للتغطية الكاملة لكل أرجاء الوطن.
- إتاحة الفرصة للأفكار والمواهب المحلية للظهور واستغلالها في خدمة المجتمع المحلي.[2]

ورغبة في فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق الداخلية، ومن اجل التنمية المحلية، وضرورة حماية الثقافات، استدعى فتح قنوات اتصالية تعمل على ترسيخ القيم الثقافية المحلية الأمر الذي دفع بالقطاع السمعي إلى إقامة محطات إذاعية محلية في عدة ولايات في القطر الجزائري، إلى أن أصبحت تغطي اليوم كافة التراب الوطني، فصدر قانون الاعلام سنة 1990 الذي أكد حق المواطن في الإعلام مما فتح المجال لإنشاء اذاعات محلية تلبي احتياجات الفرد المحلي.[3]

وكانت البداية من بشار، حيث انطلقت إذاعة "الساورة " في 20 أفريل1991، ثم تلتها متيجة في 08 ماي 1991 والواحات (ورقلة) في 9 ماي، لتتوالى بعد هذا التاريخ سلسلة انطلاق المحطات الإذاعية الجهوية في الجزائر... ولقد وزعت الإذاعات الأولى على طول الحدود لمواجهة المنافسة الخارجية، بعدها عممت على كامل التراب الوطني لتغطية عجز الإذاعة الوطنية أمام الزخم الهائل في الإعلام الأجنبي مما جعلها تسعى لتأسيس إذاعات فرعية، قائمة بذاتها لتكوين جمهور خاص بها، وتبقى الإذاعة الوطنية المسؤول الوحيد على تأسيس الإذاعات الجهوية، كونها صاحبة الخبرة الوحيدة والنواة الأولى في الميدان الإذاعي الجزائري فيما يخص الإنتاج – التنظيم – التسيير، إضافة إلى كونها صاحبة المبادرة في إنشاء الإذاعات الجهوية.[4]

---

[1] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 52.

[2] طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص ص95-96.

[3] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص ص51-52.

[4] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 215.

3- خصائص وأهداف الإذاعة المحلية

تعتبر الإذاعة من أهم وسائل الإعلام الجماعي فهي تلاحق الإنسان أينما كان، فالإنسان إذن مهما بلغت ثقافته لا بد أن يتأثر في بعض من آرائه بجزء من المعلومات المجهولة لديه عن طريق الإذاعة، ومع ذلك فالإذاعة بالغة الأثر بالنسبة لذوي الثقافة المحدودة والأميين والشباب والنساء والأطفال، ومن هنا تتضح أهمية البرامج التي تقدم للجمهور، وأهمية القيم التي تروجها هذه البرامج...[1]

وبما أن الإذاعة المحلية هي هياكل فرعية لمؤسسة الإذاعة الوطنية المسموعة وموجهة لتحقيق أهدافها فإن أهداف الإذاعة المركزية تنطبق على الإذاعة المحلية، وقد نصت المادة "06" من المرسوم التنفيذي رقم 91-102 المؤرخ في 20 أفريل 1991 وإضافة لأهداف الإذاعة فإن الإذاعة المحلية ملزمة بتحقيق ما يلي:

- الإعلام عن طريق البث والنقل لكل التحقيقات والبرامج الإذاعية المتعلقة بالحياة المحلية.[2]
- تجهيزات الإذاعات المحلية: انتقلت الإذاعات الجهوية من العمل بالنظام التماثلي (Analogique)إلى النظام الرقمي(Numérique) حيث تم كمرحلة أولى تزويد محطتي بسكرة وغرداية بعارضة تقنية رقمية متطورة لتشمل العملية فيما بعد باقي المحطات الإذاعية الجهوية الأخرى.
- البرمجة بالإذاعات الجهوية: تخضع الشبكات البرامجية للإذاعة الجهوية لمبادئ عامة في البرمجة ممثلة في: (الشبكة البرامجية العادية+ الشبكة الرمضانية+ الشبكة الصيفية).[3]
- تنطلق الإذاعة المحلية، عند تصميم رسائلها من بيئة المحلية، وذلك لتكون متوافقة مع أهداف الجمهور المستهدف.
- ترتبط الإذاعة المحلية بمجتمعها، بحيث ان كل البرامج موجهة لأفراد المجتمع المحلي لحل قضاياهم ومشكلاتهم.
- الإذاعة المحلية تخاطب المتعلم والأمي المرأة والرجل، فهي بذلك تتخطى حواجز الأمية والسن والزمان والمكان وتستقطب المتعلم وغير المتعلم.[4]

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص 81.

[2] سويقات لبنى، الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران، 2010، ص162.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 226.

[4] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 52.

- التعرف على الاحتياجات المحلية والعمل على تعريف الناس بها.
- تكيف البرامج المذاعة بحيث تتفق مع ردود الفعل المحلية.
- تحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلي والإعلام الإذاعي.
- تفسير الأمور المحلية للجمهور وتشجيع أفراد الجمهور على التعبير عن أنفسهم حول مستقبلهم ومجتمعاتهم.[1]
- إبراز الثقافة الشعبية المحلية خوفا من اضمحلالها، كونها من أسس الشخصية الوطنية.
- التعريف بتقاليد المنطقة وخصوصيات سكانها.
- توسيع المستوى الديمقراطي والحق في الإعلام وتحقيق النهوض بكل جهات الوطن ومواجهة مشكلاته.
- تحقيق التنمية الفكرية عن طريق نقل ما يريده الجمهور المحلي.[2]
- السبق في نشر الأخبار المحلية، كما تتوفر على جميع الأخبار الخدماتية للمجتمع المحلي الذي تمثله، وتهتم بجميع النشاطات التي يمارسها أفراد هذا المجتمع، سواء الرياضية الثقافية، أو الاجتماعية وحتى الاقتصادية والسياسية، إضافة إلى المعلومات العامة.[3]
- تعتبر اللغة العربية، هي اللغة الأولى للإذاعات المحلية في الجزائر، كما تعتمد كذلك على اللهجات المحلية لكل منطقة حتى يحدث التفاعل بين المذيع والمستمعين، فهي تسعى من خلال برامجها إلى ترقية اللغة العربية نحوا وصرفا وتراكيب في الجمل.
- وتعتمد في تقديم برامجها على طاقم يتمتع بكفاءة عالية حيث يتراوح عددهم في المتوسط بين 30 و35 موزعين على الصحفيين، المنشطين، المخرجين، التقنيين، أعوان الأمن، الإدارة، السائقين، وأعوان الصيانة والنظافة.[4]

كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام من المستمعين وتتيح الإذاعة للوصول إلى جمهورها أشكالا اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والريبورتاج الإذاعي والإعلان والأغنية باستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية تتمكن من تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية، وخلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والاقتناع بها. كذلك

---

[1] منير حجاب محمد، الإعلام والتنمية الشاملة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص251.

[2] دلول كمال، مرجع سابق، ص53.

[3] بومنجل فوزي، مرجع سابق، ص114.

[4] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 227.

تمتاز الكلمة المذاعة بإمكان تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة فتكسب في كل مرة قوة إضافية فضلا عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة، وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين.[1]

كما تعمل الإذاعة المحلية على تعزيز الهوية والشخصية والثقافة المحلية من خلال التركيز على ما يحتويه المجتمع من عادات وقيم وتقاليد، كذلك خلق مجموعة من الآراء من خلال المشاركة في جميع القطاعات وذلك بالتحليل الموضوعي لجوانب المناقشة.[2]

وتقوم الإذاعة المحلية بالتوجيه: حيث تستطيع وسائل الاعلام المختلفة اكساب الجماهير اتجاهات جديدة، أو تعديل القديم منها في ظل شروط معينة، كحسن اختيار المادة الإعلامية، وملائمتها للجمهور المستقبل، إضافة إلى الدعاية: حيث تهتم الحكومات المختلفة باستخدام وسائل الاعلام في الدعاية، لتعريف الدول الأخرى بفلسفتها، ووجهة نظرها حول الشأن الداخلي والخارجي، كما تقوم بالتثقيف: وهو رغبة الأفراد الذاتية في زيادة الحصول على المعرفة، بغير الأسلوب الأكاديمي الذي يتطلب الذهاب الى المدارس والمعاهد، كذلك التعارف الاجتماعي: إذ تقوي وسائل الاعلام الصلة الاجتماعية بين الأفراد، عن طريق إظهار تعاطفهم، في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم، بالإضافة الى لجوؤها الى تقديم الشخصيات الشهيرة المحببة إلى قلوبهم، كما تقوم بالترفيه: حيث تستخدم الأجهزة الإعلامية، مختلف وسائل الترفيه، شرط أن تكون له فلسفة تتجاوز الترفيه ومؤثرة في المجتمع، والإعلان: وهو تعريف الجماهير بالسلع المختلفة، وحثهم على تجربتها وشرائها.[3]

الهيكلة الإدارية للإذاعة المحلية: تضم الإذاعات الجهوية أستوديو للبث وآخر للتسجيل، ومركز لتوزيع البث وشبكة للانترنت، وقاعة للمخرجين وأخرى للمنتجين، وغرفة للتركيب والمزج. إضافة إلى قاعة تحرير للصحفيين، ومكاتب للإدارة، ومصلحة الإدارة المالية، والملتميديا وغرفة المراقبة ومصلحة الأمن والصيانة والنظافة ومخزن للعتاد ومرأب للسيارات، ونادي وقاعة للضيوف.

---

[1] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص 50.

[2] Colin Fraser and Sonia Restrepoestrada, Community Radio for Change and Development, development. Copyright, Society for International Development. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi), 1011-6370 (200212) 45:4; 69–73; 030175, 2002, P70.

[3] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص ص 91-92.

ويعتمد الحجم الساعي للبث الإذاعي على الإمكانيات البشرية والمادية ونوعيتها، وخصوصية المنطقة حيث ارتفع البث الإذاعي إلى ما فوق 12 ساعة يوميا.[1]

ويحتاج العمل الإذاعي إلى عملية الإنتاج الإذاعي وهو حرفية وفن، مع القدرة على الاستفادة بالمادة الخام، ووضع التصميم الملائم، لاستغلال المادة الإعلامية، وتقديمها في صورة إنتاج سهل الادراك، بحيث يتمثل في العناصر الهندسية: وتشمل كل من الاستوديو ومجموعة من الأدوات الرئيسية لنقل الصوت من ميكروفونات ومعدلات ومكبرات صوتية. العناصر الصوتية: المادة الخام للاذعة هو الصوت من أجل تمرير الرسالة الإعلامية كما يجب، لذلك يتوجب ان تكون مفهومة بسيطة وغير مكلفة. وينقسم الإنتاج الإذاعي إلى: الحديث المباشر وهو من الأشكال الأولى التي عرفتها الإذاعة المسموعة. برامج الحوار فالحوار يلعب دورا كبيرا في الإنتاج الإذاعي بمختلف أشكاله ومضامينه. إضافة إلى برامج المناقشات ويدخل في دائرة الحوار.[2]

4- الإذاعات المحلية في الجزائر

4-1- إذاعة بشار:

أنشئت في 01 جانفي 1988 مهمتها تزويد القنوات الوطنية بالإنتاج الإعلامي. سميت إذاعة الساورة نسبة إلى وادي الساورة الواقع جنوب الولاية والذي يعد نقطة التقاء بين واديي قير وزوزفانة وهي كلها أودية شكلت مصدرا للحياة والبقاء لسكان المنطقة. وتعد إذاعة الساورة أول إذاعة محلية أنشئت في تاريخ الجزائر المستقلة كان ذلك في 20 أبريل 1991 موعد تاريخي تجند له مجموعة من الشباب وأسسوا لنجاحه. يمكن إلتقاط برامج إذاعة بشار الجهوية على الموجة المتوسطة576 كيلوهرتز حاليا لا تتعدى 100 كلم- على الموجة-FM89.3 وعلى الساتل °NSS7/22 غربا.[3]

ولعلى أن السبب المباشر لوجود مثل هذه الإذاعات الحدودية، بادرت الدولة بإنشائها من أجل التصدي للإعلام المجاور. ويقول نائب المدير المكلف بالبرمجة أن من أسباب إنشاء محطة بشار الجهوية هو وقوع بشار بمنطقة حدودية، وهي الجنوب الغربي الجزائري، وتأثر سكان المنطقة ببعض القنوات المغربية

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 228.

[2] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص ص 54-55.

[3] http://www.radiobechar.com.15:30 ،2019/07/20 ،

التي كانت تبث مواضيع ضد الجزائر وخوفا من أن يتأثر سكان المناطق الحدودية بادعاءات ضد الجزائر قررت هذه الأخيرة فتح قنوات حدودية أولها "بشار" والتي تقع في الجنوب الغربي للبلاد.[1]

4-2- إذاعة البهجة:

هي إذاعة محلية جوارية تبث من الجزائر العاصمة، وتهتم بكل ما يتعلق بالموسيقى والفن في الجزائر وخارجها، تبث برامجها على مدار أربع وعشرين ساعة يوميا، وتبث برامجها عبر الساتيليت لتغطي شمال البلاد وحوض البحر الأبيض المتوسط. وهي إذاعة تبث فقط في الجزائر العاصمة.[2]

وتعمل هذه الإذاعة مثلها مثل الإذاعات المحلية الأخرى على ربط إرسالها بإرسال القنوات الوطنية والموضوعاتية (المتخصصة)، وهي القناة الأولى، الثقافية، القرآن الكريم، وهي تعتمد على اللغة العربية في تقديم برامجها وموادها الإعلامية.[3] كما تبث برامج متنوعة ذات نوعية راقية وجيدة تلقى الإعجاب والاستماع من المستمعين الجزائريين، ومن برامجها الرئيسية، زوايا الأحداث، ساعة نقاش، ضيف الصباح، منبر الكرة.[4]

4-3-إذاعة سيرتا(F.M) بقسنطينة:

إذاعة سيرتا الجهوية أخذت اسمها نسبة إلى الاسم القديم لمدينة قسنطينة وهو سيرتا عاصمة الدولة النوميدية، وابتداءا من 10 فيفري 2007 سميت بإذاعة قسنطينة الجهوية. وفي 02 فيفري 1995 كانت تبث برامجها على أمواج القناة الأولى، حيث أصبحت لها موجة خاصة على أف أم بذبذبات FM93.9، وفي 05 جويلية 1998 ضاعفت إذاعة قسنطينة بثها اليومي إلى 8 ساعات، وفي 03 جوان 2005 أضيفت ساعتان، و08 أكتوبر 2006 أصبحت تبث برامجها 18 ساعة يوميا. وبدأت إذاعة قسنطينة الجهوية بثها على النات من خلال موقعها ابتداءا من ديسمبر 2006.[5]

وهي إذاعة محلية تبث من محطة قسنطينة، تبث برامجها لمدة (18) ساعة يوميا. وتعد استمرارا لتجربة إذاعية محلية عمرها (58) سنة فهي دشنت عام 1948، وتحول موقعها إلى موجات 93.9 كما تم ربطها ابتداء من شهر ماي 2004 بالساتل على موجات التردد (NNS7.12735).[6] وتؤدي إذاعة سيرتا

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 238-239.

[2] https://ar.wikipedia.org/wiki, إذاعة البهجة, 15:45، 2019/07/20.

[3] لطيف لبنى، نفس المرجع، ص 240.

[4] https://radioalgerie.eu/el-bahdja/,01/05/2024, 17:00.

[5] المصدر إذاعة قسنطينة.

[6] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص ص 213-214.

(F.M) دورا كبيرا في خدمة المجتمع المحلي القسنطيني، وبعض الولايات المجاورة لها التي تصلها عملية البث (جيجل، ميلة، سكيكدة) في كافة المجالات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية...الخ، وذلك من خلال برامجها الإذاعية الثرية والمتنوعة التي تقدمها، وتهدف من وراء ذلك إلى إعلام وتثقيف وتسلية المستمع، بالإضافة إلى حل مشاكله، مع التركيز على المشاركة الجماهيرية، وتوعية الجماهير.[1]

4-4-إذاعة ورقلة أو إذاعة الواحات:

هي إذاعة محلية بولاية ورقلة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية و اللهجة الورقلية على موجة FM 98.00بدأت بثها أول مرة بتاريخ 9ماي 1991 وتبلغ ساعات البث 12 ساعة يوميا الآن[2].

4-5-إذاعة الأغواط:

أو إذاعة السهوب هي إذاعة محلية بولاية الأغواط الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة أف أم .98.90 تم افتتاحها بتاريخ 05نوفمبر 1991، ساعات البث من 7 صباحا إلى ال7 مساءا[3].

4-6-إذاعة تلمسان:

إذاعة تلمسان هي إذاعة محلية بولاية تلمسان الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة FM 100.40، انطلقت في البث بتاريخ 7أكتوبر 1992 .[4]

وفي سنة 1993 شرعت إذاعة تلمسان في بث برامجها بصفة يومية، من التاسعة صباحا إلى غاية الواحدة زوالا، بحيث تم تعيين السيد "محمد حفيظ العاصمي" مديرا لها، وذلك خلفا للسيد "عبد المجيد عمير" وفي عام 1994 في 5 أكتوبر، تم تدشين إذاعة تلمسان بالمقر الجديد، الذي أصبح يضم أستوديو البث، وآخر للإنتاج، ومرافق أخرى للبرمجة والأخبار، بالإضافة إلى الوسائل والمعدات التقنية. وشرعت إذاعة تلمسان في البث المتواصل على مدار الساعة يوم 28 أكتوبر 2006 في تجزئة رائدة تعتبر الأولى في تاريخ الإذاعات المحلية في الجزائر، والقطاع السمعي الذي عرف قفزة نوعية في البث المتواصل، من خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي توفرت لديها، بحيث أصبحت تبث من الساعة 06:40 إلى غاية20:00 ليتم الاتصال بالقناة الأولى للإذاعة الجزائرية.[5]

---

[1] شعباني مالك، مرجع سابق، ص131.

[2] https://ar.wikipedia.org/wiki/ إذاعة ورقلة, 23/07/2019, 23 :30.

[3] https://ar.wikipedia.org/wiki/إذاعة الأغواط, 23/07/2019, 16 :15.

[4] https://ar.wikipedia.org/wiki/إذاعة تلمسان, 23/07/2019, 00 :55.

[5] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 56.

4-7-إذاعة وهران (إذاعة الباهية):

هي إذاعة محلية بولاية وهران الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية واللغة الفرنسية على موجة 92.10 FM. فتحت أبوابها في 26 جانفي 1994 أدارها كل من السيد عبد المجيد أمير ثم السيد مراد سنوسي، بن يعقوب ثم السيد فيصل حفاف ويشرف عليها حاليا السيد عبد الرحمان شيخاوي. تتكون إذاعة وهران من عدة أقسام: قسم الأخبار الذي يحمل اسم حسان غالمي واستيديو البث وآخر للتسجيل ومكتبة للأغاني بالإضافة إلى مكاتب الإدارة. تبث إذاعة وهران من 07.30 صباحا إلى 19.30 مساء. تتنوع البرامج التي تقدمها من فنية إخبارية سياسية وترفيهية.[1]

ويتم ربطها هي الأخرى مع قنوات الأولى، الثقافية، القرآن الكريم، ولها بثها الحي على: www.radio.oran.com ولغتها المستعملة هي العربية، وإذاعة وهران التي تمثل مجتمعا محليا جزائريا، له خصوصياته المتمثلة في ثقافة الغرب الجزائري، تعتمد في برامجيا على ما يناسب هذه الثقافة ويخدمها، ومنها : إرشادات فلاحية ، المستهلك ، أطفال الباهية، الوقاية المركزية، الباهية تجميل، سيدتي، انشغالات وحوار ، صحة ووقاية، الهدى والفرقان، أهل الأندلس، نغمة بلادي...[2]

4-8-إذاعة باتنة:

هي إذاعة محلية بولاية باتنة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية واللهجة الشاوية على موجة 92.20 FM باشرت بثها من تاريخ 29 نوفمبر 1994 .[3]

وتبث إذاعة باتنة، أو كما سميت من قبل " إذاعة الأوراس"، نسبة إلى المنطقة التي تغطيها برامجها بحجم ساعي قدره 13ساعة و20 دقيقة. حيث يبدأ البث على الساعة 6:40 صباحا وينتهى عند الساعة 20:00 مساءا، وهي كغيرها من الإذاعات المحلية تربط إرسالها مع قنوات الأولى، الثقافية، القرآن الكريم، وبثها الحي يكون على:WWW.RADIO.BATNA.DZ وهي تخاطب أهالي الأوراس اللذين ينتمون إلى الثقافة المحلية "الشاوية"، لذلك فبرامج هذه الإذاعة ذات علاقة بهذه الثقافة الفرعية المحلية.[4]

4-9-إذاعة أدرار:

بدأت إذاعة أدرار بث برامجها لأول مرة في 4يونيو عام 1995 وقد دشنها آنذلك وزير الثقافة والإعلام الجزائري لمين بشيش. كان البث في البداية يمتد لمدة (06) ساعات من التاسعة صباحا إلى غاية الثالثة بعد الظهر ثم مدد وقت البث ليصل إلى ثماني ساعات في اليوم، واليوم تبث لمدة اثنا عشر ساعة من

---

[1] https://ar.wikipedia.org/, إذاعة وهران, 16:30، 2019/07/20 .

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 243.

[3] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص218.

[4] لطيف لبنى، نفس المرجع، ص 241.

السابعة واربعين دقيقة صباحاً حتى السابعة والنصف مساء، تتركز برامج الإذاعة بشكل عام حول قضايا ومجتمع مدينة أدرار[1].

4-10-إذاعة واد سوف:

هي إذاعة محلية جزائرية بمنطقة واد سوف بدأت كمشروع سنة 1995 وانطلقت في البث يوم 21 نوفمبر 1996 وذلك على الموجة FM98 بأربع ساعات (04) يوميا لتصل الآن إلى 12 ساعة وذلك منذ 15جوان2006 .[2]

4-11-إذاعة عنابة:

إذاعة عنابة إذاعة جزائرية بدأت البث في العام 1997، تبث نشرات جهوية باللغة العربية على موجة FM100.30.[3]

تبث إذاعة عنابة الجهوية برامجها اليومية باللغة العربية على الموجة 107.6/88.8MHZ، كانت انطلاقتها في 13 جانفي 1997، وقد تطور حجم البث الساعي لإذاعة عنابة منذ نشأتها إلى:

13 جانفي 1997 إلى 04 جويلية 1998 = 04 ساعات في اليوم من 09:00 إلى 01:00.

05 جويلية 1998 إلى 26 جانفي 2005 = 08 ساعات في اليوم من 08:00 إلى 17:00.

27 جانفي 2005 إلى 01 نوفمبر 2006 = 12 ساعة في اليوم من 07:00 إلى 19:00.

02 نوفمبر 2006 إلى 15 جوان 2007 = 17 ساعة في اليوم من 07:00 إلى 00:00.

16 جوان 2007 إلى 10 فيفري 2008 = 24 سا/ 24 سا.

11 فيفري 2008 إلى 20014 = 12 ساعة من 06:55 إلى 20:00.

وتضم إذاعة عنابة 04 رؤساء مصالح، 10 صحافيين، 07 منشطين، 06 مخرجين، 05 تقنيين، 05 أعوان أمن، 04 فئات مختلفة.[4]

4-12-إذاعة تيارت:

هي إذاعة محلية بولاية تيارت الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة 94.80FM بدأت البث يوم 25 أكتوبر 1998.[5]

---

[1] https://ar.wikipedia.org/wiki/ إذاعة أدرار ,22/07/2019,17 :30.

[2] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص217.

[3] https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة عنابة,23/07/2019, 15 :30.

[4] المصدر إذاعة عنابة

[5] https://ar.wikipedia.org/wiki/ إذاعة تيارت, 23/07/2019, 23 :55.

4-12-إذاعة تندوف:

تبث برامجها باللغة العربية واللهجة الحسانية على الموجة FM 98.00، انطلقت في البث بتاريخ 12 مارس 1999.[1]

4-13-إذاعة النعامة:

انطلق بها البث التجريبي في 25 ماي 1999 لمدة (04) ساعات، وبطاقم إذاعي مكون من عشرة موظفين. وفي 2001 تم تمديد فترة البث إلى (08) ساعات وبطاقم إذاعي مكون من (19) موظفا. وبتاريخ 2002/01/16 تم تدشين إذاعة النعامة رسميا، وفي 2007 أصبحت تبث 24/24 ساعة لتعود إلى (12) ساعة في 2008/02/12.[2]

4-14-إذاعة بسكرة (الزيبان):

كانت الانطلاقة الرسمية لها في 30 جويلية 1999 بطاقم مسير محدود العدد، وبتجهيزات قديمة، انطلقت إذاعة الزيبان في بث برمجها للجمهور وبالرغم من أن المقر الذي تتربع عليه الإذاعة يقع وسط المدينة إلا أنه لم يكن مهيأ تقنيا ما فيه الكفاية متطلبات العمل الإذاعي، واحتاج إلى مجهودات إضافية من مسيري الإذاعة، وانطلقت إذاعة الزيبان الجهوية بإرسال يومي مدته (04) أربع ساعات، وشبكة برامجية حاولت أن تلبي أغلبية الأذواق ومع إشعالها لشمعتها الثانية عرفت الأوضاع تحسنا ملحوظا، من خلال تجهيز مقر الإذاعة ببعض المرافق التي تخفف المصاريف على المؤسسة، تحقق للعمال إطارا ملائما للعمل والإبداع.[3]

كما تعتبر إذاعة بسكرة اليوم منبر متميز يؤدي خدمة إعلامية متميزة منفردة في ذلك بشبكة واسعة من الجمهور المستمع تمتد على جغرافية تجمع عدة ولايات من الشرق والجنوب الجزائريين. ويصل البث اليومي لإذاعة بسكرة 13 ساعة و20 دقيقة، ويبدأ البث من الساعة 6:40 صباحا وينتهي عند 20:00 مساءا على موجة بث 101 FM ، 91.2 FM وتعمل بالربط مع قنوات: الأولى، الثقافية، القرآن الكريم، واللغة المستعملة فيها هي العربية وبثها يكون على www.biskrazibanfm.com.[4]

---

[1] كنزاي محمد فوزي، نفس المرجع، ص218.

[2] نفس المرجع، ص212.

[3] شعباني مالك، مرجع سابق، ص136.

[4] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 247.

4-15-إذاعة غرداية:

هي إذاعة محلية بولاية غرداية الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية واللهجة المزابية .انطلقت في البث بتاريخ 24 فبراير 2001 وذلك من السابعة صباحا حتى السابعة مساء[1].

4-16-إذاعة معسكر:

هي إذاعة محلية بولاية معسكر الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة FM 101.10 بدأت البث بتاريخ 27 جويلية 2003 .[2]

4-17-إذاعة البيض:

هي إذاعة محلية بولاية البيض الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة FM 100.10. بدأت بثها بتاريخ 8سبتمبر 2003 .[3]

4-18- إذاعة سكيكدة:

هي محطة تعبير عامة تشكل جزء من الإذاعة الجزائرية، فهي تقدم برامج متنوعة للخدمات والمعلومات، تتكوم من مجموعة من الشباب الجديين والديناميكيين وذوي الخبرة، تعتمد على اللغة العربية، وتذيع برامجها على مدى 12 ساعة، نشأت في 15 نوفمبر 2003.[4]

4-19-إذاعة مستغانم:

تأسست إذاعة مستغانم الجهوية في 10 فيفري 2004م الموافق ل 18 ذو الحجة 1424هـ، و هي من الإذاعات الجهوية الأوائل التي انطلقت ببث رقمي عبر وسائل رقمية بنسبة 100% وكبداية بدأ بثها على مدار 4ساعات يوميا على الموجتين FM107.7 FM100.1 ليمدد البث بعدها بسنة إلى 08ساعات من 09:00 إلى 17:00 إلى غاية السنة 2006م أين مدد البث إلى 12 ساعة من 07:00إلى 19:00 مساء ثم في عام2008 م تواصل البث إلى غاية 17 ساعة ابتداء من يوم 10 فيفري 2008م.[5] إذ تشمل على أربعة أقسام: قسم التحرير، قسم الإنتاج، القسم التقني، القسم الإداري، إلى جانب مجموعة من الصحفيين، والتقنيين، والمخرجين. كما تعمل إذاعة مستغانم وفق ثلاثة شبكات برامجية: البرمجة العادية، البرمجة الصيفية، البرمجة الرمضانية، بالإضافة الى إمكانية وصل البث مع برامج القناة الأولى في الأوقات المخصصة. تضم إذاعة مستغانم باقة من البرامج الاجتماعية، الثقافية، السياسية، والترفيهية،

[1] https://ar.wikipedia.org/wiki/إذاعة غرداية, 24/07/2019, 00 :05.

[2] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص217.

[3] https://ar.wikipedia.org/wiki/إذاعة البيض, 23/07/2019, 16 :20.

[4] http://www.algerie-radio.com/radio-skikda-en-direct,25/07/2019,18:10.

[5] بداني فؤاد، مرجع سابق، ص199.

التي تتواصل طيلة أوقات البث، اذ تختلف المواضيع والاحداث، باختلاف المجالات والمناسبات الوطنية والمحلية خاصة.[1]

4-20-إذاعة سوق أهراس:

بدأت إذاعة سوق أهراس بث برامجها بشكل منتظم في 23 فبراير 2005 تحت إشراف مدير تنسيقية الإذاعات الجهوية لوناكل شعبان، كانت مدة البث أول مرة (4) أربع ساعات في اليوم، ثم امتدت المدة إلى (8) ثماني ساعات في 5يوليو2005 ، بعدها وصلت إلى 12 ساعة. ثم مدد البث على مدار الساعة. في 10 فبراير 2008 تم تقليص البث المحلي إلى 13 ساعة و20 دقيقة بالإضافة إلى الربط مع القناة الدولية وإذاعة القرآن الكريم، وإذاعة الجزائر. وتتنوع الشبكة البرامجية لها بين إخبارية، وتربوية وثقافية ومنوعات، مواكبة في محتواها حركة التنمية عبر الولاية عاكسة نبض المجتمع بمختلف انشغالاته وقطاعاته من خلال عمل إعلامي جواري متعددة الأبعاد ومتنوع الموضوعات، من أجل تجسيد هذه الأهداف المسطرة ضمن إستراتجية الإذاعة الجزائرية لترقية رسالتها الإعلامية، مواكبة للتطورات المتنامية لوسائط الاتصال[2].

4-21-إذاعة بجاية:

تبث برامجها باللغة العربية واللهجة الأمازيغية على الموجة 88.70 و FM 90.9، وتعد إذاعة الصومام وسيطا للخصوصية الثقافية لأن 20% من برامجها باللغة العربية و80% من البرامج المخصصة بالبربرية، وكان الهدف منها أن تضطلع بالتنوع الثقافي الأمازيغي، لكنها اضطرت للتوقف سنة 2001 لتفتح أبوابها في 2002، وأعيد ترميمها سنة 2004 بوسائل رقمية.[3]

4-22-إذاعة غليزان:

هي إذاعة محلية بولاية غليزان الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة FM 90.80. دشنت بتاريخ 5جويلية 2006 من قبل السلطات المحلية[4].

4-23-إذاعة خنشلة:

تبث برامجها باللغة العربية على موجة FM 93.10 انطلق بثها بتاريخ 25ديسمبر 2008.[5]

---

[1] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 56.

[2] https://ar.wikipedia.org/wiki ,إذاعة سوق أهراس. 17:40، 2019/07/20 .

[3] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص215.

[4] https://ar.wikipedia.org/wiki/إذاعة غليزان, 23/07/2019, 16 :10.

[5] كنزاي محمد فوزي، نفس المرجع، ص218.

4-24-إذاعة برج بوعريريج:

هي إذاعة محلية بولاية برج بوعريريج الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة أف أم 96.20. انطلق بثها في 23 أفريل2008 .[1]

4-26-إذاعة قالمة:

هي إذاعة محلية بولاية قالمة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة أف أم 106.50 و 97.60 بدأت بثها بتاريخ 27 ديسمبر 2008.[2]

4-27-إذاعة الشلف:

هي إذاعة محلية بولاية الشلف تبث برامجها باللغتين العربية والفرنسية على الموجة 87.70 FM.[3]

4-28-إذاعة جيجل:

هي إذاعة محلية بولاية جيجل الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة 94.80. [4]

4-29-إذاعة عين دفلى:

هي إذاعة محلية بولاية عين الدفلى الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة FM95.20.[5]

4-30-إذاعة مسيلة:

هي إذاعة محلية بولاية المسيلة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة 102.10 FM.[6]

4-31-إذاعة سطيف أو إذاعة الهضاب:

هي إذاعة محلية بولاية سطيف الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة FM90.40.[7]

4-35-إذاعة عين تموشنت:

هي إذاعة محلية بولاية عين تموشنت الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية وتهتم للأحداث المحلية والوطنية وتقدم حصص ثقافة ومنوعات.[8]

4-36-إذاعة إليزي:

---

[1] https://ar.wikipedia.org/wiki/إذاعة برج بوعريريج, 24/07/2019, 00 :15.
[2] https://ar.wikipedia.org/wiki/إذاعة قالمة, 24/07/2019, 00 :25.
[3] https://ar.wikipedia.org/wiki/إذاعة الشلف, 23/07/2019, 15 :40.
[4] كنزاي محمد فوزي، نفس المرجع، ص218.
[5] https://ar.wikipedia.org/إذاعة عين الدفلى, 23/07/2019, 16 :30.
[6] https://ar.wikipedia.org/wiki/ إذاعة مسيلة, 23/07/2019, 16 :45.
[7] https://ar.wikipedia.org/ إذاعة الهضاب, 23/07/2019, 23 :40.
[8] https://ar.wikipedia.org/wiki/إذاعة عين تموشنت, 24/07/2019, 00 :20.

هي إذاعة محلية بولاية إليزي الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية و اللهجة التارقية على موجة 96.70 FM. [1]

4-37-إذاعة النعامة:

هي إذاعة محلية بولاية النعامة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة FM90.90.[2]

4-38-إذاعة تيزي وزو:

تبث برامجها على التردد الأساسي FM99.0 وعلى مدار (12) ساعة انطلاقا ببث النشرة الإخبارية للقناة الإذاعية الوطنية الأولى على السابعة والنصف وانتهاء بنشرة الأخبار الرئيسية لنفس القناة على السابعة والنصف مساءا.[3]

[1] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص219.

[2] https://ar.wikipedia.org/إذاعة النعامة, 24/07/2019, 16 :10.

[3] كنزاي محمد فوزي، نفس المرجع، ص212.

خلاصة

بما أن الإذاعة هي وسيلة اتصال جماهيرية ، فإن دورها الأساسي في تنمية المجتمع المحلي، يكمن في كونها أداة تواصل مع عامة الناس داخل المجتمعات، وهذا راجع الى مخاطبة المستمعين ضمن نطاق واسع حيث يتجلى هذا الأخير بتخطيه الحواجز السياسية والجغرافية من خلال سرعة انتشار الأخبار وفي مختلف الميادين، مع مراعاة جميع جوانب وظروف الحياة الاجتماعية للأفراد سواء من جانب الإعاقة البصرية للإنسان أو من خلال مخاطبة الإفراد الذين لم تسمح لهم الفرصة بالرقي إلى المستويات العليا وفهم ما تحتويه من مواضيع اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية... الخ. كما أن للإذاعة تأثير فعال وقوي على جمهور واسع النطاق ومتعدد الأجناس واللهجات، والذي منها استطاعت أن تحقق انتماءا اجتماعيا من خلال البرامج المتنوعة التي تقدمها للفرد، الأسرة والمجتمع، في تفعيل الحياة الاجتماعية، من إرشادات ونصائح مهمة ومفيدة في الحياة اليومية.

الفصل الرابع: التنمية وجذورها الفكرية

تمهيد

1- المفاهيم المرتبطة بالتنمية

2- مجالات التنمية

3- أهمية التنمية وأهدافها

4- الجذور الفكرية لنظريات التنمية

خلاصة

تمهيد

تعتبر التنمية عملية بناء حضارة الإنسان، فهي تهدف لإحداث تغييرات في بنية وإمكانيات ومستويات إنجاز مختلف الأنشطة في المجتمع، والتطوير الدائم نحو الأصلح الذي يصيب بنية المجتمع وعلاقاته، لذلك فلابد من أن يصيب هذا التغيير وجدان الفرد وسلوكه ليفجر الحركة في القوى الاجتماعية من أجل التغيير الإرادي الشامل والمستمر والهادف إلى تحقيق أهداف التنمية وقيم المجتمع ومثله، وتحتاج عملية التنمية هذه إلى توفر أقصى درجات الوعي والمسؤولية والالتزام بها، حيث يجب فهم الفرد لدوره الاجتماعي واستيعاب أهداف التنمية وبرامجها وبنيتها والاقتناع بضرورتها ومعرفة مراحل تنفيذها والمشاركة في عملية التنفيذ. لكن المشكلة الكبرى التي تواجهها بلدان العالم الثالث، ومازالت هي قضية التخلف، وكيف يمكن لهذه البلاد أن تواصل طريق التنمية بمعناها الشامل، الاقتصادي السياسي والاجتماعي، وأن تتخلص من حالة التخلف التي تعيشها. ومن ثم ينبغي التشديد على أن جوهر عملية التنمية هو شمولها وتعدد أبعادها وجوانبها بتناولها لكافة أبنية المجتمع، ويشمل جوانبه المادية والمعنوية، ويترتب على ذلك أن أية نظرية في التنمية لا بد أن تنبثق عنه، وترتبط بنظرية عامة في تطور المجتمعات، وأن الحاجة ماسة إلى نظريات وسياسات تتناول قضية التنمية في تكاملها المجتمعي.

وعليه يقودنا هذا الفصل للحديث عن المفاهيم المرتبطة بالتنمية والتي تتشابه معها ولكن توجد بعض الاختلافات، لأن التعرف على هذه المفاهيم يوضح لنا الدقة في اختيار المفهوم المناسب في المكان المناسب، بالإضافة إلى التطرق إلى أبعاد التنمية والمتمثلة في البعد الاقتصادي، الاجتماعي، السياسي، الثقافي، البشري، البيئي، والعلمي والتكنولوجي بهدف فهم جوانب التنمية وتأثيراتها على النظم الاجتماعية، وهذا ما يجعلنا نسلط الضوء على النظريات التي تساهم في تحديد مدلول التنمية ومعانيها وإبراز معالمها، والمعرفة اختلافات وجهات نظر العلماء حول قضية التنمية .

1-المفاهيم المرتبطة بالتنمية

أصبح مفهوم التنمية من المفاهيم الشائعة والكثيرة الاستعمال سواء من خلال الحكومات وهيئاتها المختلفة، أو من خلال المؤسسات غير الحكومية أو الأفراد، ولهذا أصبحت التنمية مفهوما منتشرا باعتبارها وسيلة تستطيع الدول من خلالها مواجهة التخلف.[1]

وترتبط التنمية من حيث أهدافها وتصوراتها وعملياتها بالإطار الإيديولوجي للمجتمع، وعليه هناك ثلاث اتجاهات تسيطر على طبيعة التنمية هي:

- **الاتجاه المحافظ:** ويرفض البعد التاريخي في دراسة الواقع، ولا يربط بين النمو الاقتصادي والتنظيم الاجتماعي ربطا واضحا، ويرى أن الواقع الاجتماعي الممكن هو الواقع القائم.
- **الاتجاه الوضعي:** ويرى أن التنمية تتحقق من خلال تعديلات وظيفية دون مساس بتكامل النسق القائم واستمراره.
- **الاتجاه الماركسي:** والذي يرى أن طريق التنمية هو التغيير الشامل لبناء المجتمع الذي تفرضه حتمية التاريخ.[2]

هناك تمييز بين التنمية وعدة مفاهيم مرتبطة بها، وفيما يلي نبين الاختلاف والتداخل بينهم:

1-1- التخلف والتنمية

يرجع مفهوم التخلف إلى انتشار الفقر المزمن مع تخلف طرق الإنتاج والتنظيم الاجتماعي.[3] كما يرى "مارثيلو" أن التخلف يأخذ بثلاث خصائص هي مستوى الدخل، ومستوى التغذية، والمستوى الصحي... وهذه الخصائص تشكل الحلقة المفرغة للفقر. وقد وضعت عدة مؤشرات للتخلف جميعها تدل على انخفاض مستوى المعيشة، لذلك فالتحدي الذي تمثله التنمية هو أن تتحسن نوعية الحياة للأفضل وتحقيق دخل أعلى وتعليم أفضل، فالهدف الشامل للتنمية هو زيادة الحقوق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والمدنية لكل الناس.[4]

ويقترح "سيمون كوزنت" ثلاثة تعاريف للتخلف:

---

[1] لعجال ليلى، واقع التنمية وفق مؤشرات الحكم الراشد في المغرب العربي، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص 21.

[2] طلعت مصطفى السروجي، منى محمود عويس، أحمد محمد عليق، فؤاد حسين حسن، التنمية الاجتماعية المثال والواقع، نشر وتوزيع الكتاب المجتمعي، جامعة حلوان، 2001، ص ص17-18.

[3] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص31.

[4] طلعت مصطفى السروجي وآخرون، مرجع سابق، ص15.

أولا: قد يعني التخلف الفشل في الاستفادة الكاملة من الإنتاج نظرا لتخاف المعرفة الفنية والفشل الناجم عن مقاومة المؤسسات الاجتماعية.

ثانيا: قد يعني التخلف الفشل في أداء الاقتصاد القومي بالمقارنة بالأقطار المتقدمة اقتصاديا.

ثالثا: التخلف قد يعني الفر الاقتصادي أي الفشل في تحقيق الرفاه المادي لمعظم السكان.[1]

وبتحليل مفهوم التنمية والتخلف، نجدهما يشتملان على عناصر غير محددة الأوزان، مندمجة مع بعضها البعض في مصطلح الفقر الذي يدفع إلى التنمية للخروج من دائرته، فلا يقصد بالتخلف غياب عنصر التنمية، فقد يعنى به أن دولة ما تعتبر متخلفة إذا ما قورنت بمستويات التنمية في الدول الأخرى. ومن أهم وظائف دراسة التنمية والتخلف بحث حدود العلاقات الموجودة داخل النسق الاجتماعي إذ تعبر تلك العلاقات مؤشرا لمستوى التخلف.[2]

كما تشير هذه الظاهرة إلى افتقار القائمين على السلطة إلى رضا الجماهير، فضلا عن إغفالهم للدستور فيما يتصل باعتلاء السلطة وممارستها وتداولها ووضعهم العراقيل أمام المتطلعين إلى المشاركة، إلى جانب عدم استقرار النظام السياسي، نظرا لشيوع الانقلابات العسكرية، فضلا عن عدم قدرة الصفوة الحاكمة تحقيق العدالة في توزيع الموارد والقيم الاقتصادية المتاحة للمجتمع بين مختلف أفراده وجماعاته.[3]

1-2- النمو والتنمية

إن مصطلح النمو يشير إلى عملية الزيادة الثابتة أو المستمرة التي تحدث في جانب معين من جوانب الحياة، أما التنمية فهي عبارة عن تحقيق زيادة سريعة تراكمية ودائمة خلال فترة من الزمن والنمو يحدث في الغالب عن طريق التطور البطيء والتحول التدريجي.[4]

---

[1] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص ص 31-32.

[2] ثروت محمد شلبي، تنمية اجتماعية، كلية الآداب، جامعة بنها، دس، ص22.

[3] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 32.

[4] مقاوسي صليحة، جمعوني هند، نحو مقاربات نظري حديثة لدراسة التنمية الاقتصادية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني "الاقتصاد الجزائري: قراءات حديثة في التنمية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010، ص4.

النمو	التنمية
مفهوم يشير إلى الزيادة الثابتة نسبيا المستمرة في جانب واحد من جوانب الحياة.	مفهوم يشير إلى الزيادة السريعة المتراكمة التي تحدث في جميع جوانب الحياة في فترة زمنية محدودة.
النمو كثيرا ما يحدث عن طريق التحول التدريجي وبطريقة بطيئة.	التنمية تحتاج إلى دفعة قوية لكي يخرج المجتمع من حالة الركود إلى حالة التقدم.
يغلب على النمو التغير الكمي	يغلب على التنمية التغير الكيفي.
النمو ظاهرة تحدث في جميع المجتمعات على اختلاف مستوياتها الاجتماعية والاقتصادية والحضارية.	مفهوم يطلق على البلاد والمجتمعات المختلفة وتشير إلى النمو السريع الذي يحدث فيها.
النمو عملية تلقائية تحدث غالبا دون قصد من الإنسان.	التنمية عملية مقصودة تحدث عن طريق تدخل الإنسان لتحقيق أهداف معينة.

جدول(1) يبين الفرق بين النمو والتنمية (المصدر: صليحة مقاوسي)

1-3- التقدم والتنمية

ازداد انتشار مفهوم التقدم بالرغم من أن التقدم يمكن أن يحدث في جانب من جوانب المجتمع، في حين رفضت آراء أخرى هذا الرأي وأشارت إلى أن جوانب المجتمع مترابطة وليست منفصلة عن بعضها، وأشار فريق آخر من العلماء للعلاقة بين التقدم والتنمية أن المعنى السابق يعني إحداث تقدم في أحد جوانب المجتمع يكون قريب من المعاني السابقة للتنمية، وهذا يعني وجود علاقة تشابه أهداف بينهما في بعض الحالات.[1]

ومفهوم التقدم زاخرا بالمدلولات التى تعني التغير، والتغير هنا من المفترض أن يؤدي إلى الأفضل ويحقق إيديولوجيات التقدم. والفكرة العصرية عن التقدم تتميز بتصورها للإنسان أنه خالق المعرفة والعمل الرئيسي في عملية التقدم، وفى تصورها للبشرية جمعاء بوصفها الفاعل والمستفيد النهائي من هذه العملية.[2]

[1] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 34.

[2] ثروت محمد شلبي، مرجع سابق، ص21.

والتقدم هو تحسين منطقة أو جانب معين، مثل القيم الاجتماعية أو التكنولوجيا أو المعرفة. أما التنمية عبارة أوسع تغطي كلا من التقدم وعملية النمو الاجتماعي والاقتصادي، والتي يتم قياسها في كثير من الأحيان من خلال التقدم في مستويات الصحة والتعليم والدخل. كما يشير التقدم إلى المدى الذي وصل إليه الشخص نحو تحقيق الهدف وغالبا ما يكون التقدم يتحرك للأمام أو في الاتجاه الرأسي. أما التنمية فهي النتيجة النهائية للتقدم.[1]والتقدم مصطلح يأتي كمرحلة أخيرة ونهائية بعد حدوث التنمية والتنمية الشاملة.

1-4- التغير والتنمية

أشار أنصار النظرية الوظيفية لمفهوم التغير الاجتماعي على أنه يرتبط بالتيارات والعوامل الثقافية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وأن مفهوم التنمية يرتبط بنفس هذه العوامل، مما جعل بعضهم يشير لوجود علاقة بين مفهوم التنمية والتغير الاجتماعي، كما نظر أنصار الفكر الماركسي للتغير من خلال تحليلهم للتغيرات التي تحدث في مجال الإنتاج، وهذا المعنى قريب من مفاهيم التنمية الاقتصادية، ورأى بعض علماء الاجتماع أن مفهوم التنمية يعبر عن مجموع ظواهر التغير الواعي والموجه وهذا المعنى هو لب عملية التنمية.[2]

فالتنمية تحتاج إلى دفعة قوية ليخرج المجتمع من حالة الركود والتخلف إلى حالة التقدم والنمو، ومع أن كلا من النمو والتنمية يفترض حدوث التغير إلا أن التغير في النمو يتجه نحو التغير الكمي في حين يتجه التغير في التنمية نحو الكلية والشمول، ولهذا فهو أقرب ما يكون إلى التغير الكيفي منه إلى التغير الكمي.[3]

والتغير لا يؤدي بالضرورة إلى التقدم والارتقاء والازدهار، فقد يتغير الشيء إلى السالب بينما هدف التنمية هو التغير نحو الأفضل بوتيرة متصاعدة ومتقدمة.

ويمكن توضيح التغير بمعناه الواسع أنه الانتقال من حالة إلى أخرى إنتقالا يؤثر على العملية التي تقوم بها البنية موضع التغير سواء في البنية أو العملية، سواء كان تغيرا نوعيا أو كميا، يمكن أن يكون وظيفيا بالنسبة لعمليات المجتمع فيحدث حالة من التنمية، أي يزيد من قدرات المجتمع وقدرات نظمه الفرعية.[4]

1-5- التطور والتنمية

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

---

[1] إيما سميث، الفرق بين التقدم والتنمية، 2023، على الرابط https://askanydifference.com/ar/difference-between-progress-and-development/، 2023/05/24، 13:30.

[2] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 36.

[3] العياصرة رفاح، التغير الاجتماعي والتنمية، 2019، على الرابط https://e3arabi.com/sociology، 2013/05/24، 14:00.

[4] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 36.

1-6- التحديث والتنمية

كثيرا ما يكون الخلط بين مفهوم التنمية ومفهوم التحديث، فالأول يعني بالإضافة إلى ما رأيناه سابقا في التعاريف الزيادة في القدرة الإنتاجية بشكل يرفع مستوى المعيشة ماديا وثقافيا وروحيا مصحوبا بقدرة ذاتية متزايدة على حل مشاكل التنمية، أما التحديث فهو جلب رموز الحضارة الحديثة وأدوات الحياة العصرية مثل التجهيزات التكنولوجية والمعدات الآلية والسلع الاستهلاكية.[1]

فالتحديث عملية ينتقل بها المجتمع من وضعه التقليدي إلى وضع جديد وهو التحديث، وتتسم هذه العملية بأنها عملية جذرية تتضمن تغيرا جذريا من التقليدي إلى الحديث. كذلك عملية معقدة أي تشمل التغيرات في كل النظم المجتمعية، من التصنيع والتحضير والحراك الاجتماعي، وانتشار الوسائل التقنية، وصولا إلى ارتفاع معدلات التعليم واتساع المشاركة الشعبية. والتحديث عملية نسقية، أي أن التغيير في عنصر يؤدي إلى التغيير في العناصر الأخرى. وهو عملية عامة أي ظاهرة لا تقتصر على مجتمع معين بل تشمل كل المجتمعات. كما أنه عملية طويلة المدى، وعملية انسجام بين أبنية المجتمع.[2]

2- مجالات وأبعاد التنمية

تتعدد أبعاد التنمية ومجالاتها، فهي تشمل النظام المجتمعي بأسره بكل ما يتضمنه من نظم فرعية في إطاره كالنظام السياسي، النظام الاجتماعي، النظام الاقتصادي، النظام الثقافي، ويمثل هذا النظام المجتمعي وحدة عضوية كلية ومترابطة يتأثر كل جزء منها بالتغيير الذي يطرأ على باقي الأجزاء، فالتنمية ليست مجرد عملية نمو اقتصادي وإنما هي عملية شاملة لها أبعاد حضارية ، وتتعدد أبعادها لتشمل جوانب كثيرة .[3] وتتمثل فيما يلي:

2-1- التنمية الاقتصادية

كانت التنمية خلال الخمسينات والستينات من القرن الماضي اقتصادية صرفه، لاعتقاد القائمين على قضايا التنمية أن هذا المدخل يمكن له تطوير الحياة العامة للناس، ولتأكيد علماء الاقتصاد في أعقاب الحرب العالمية الثانية بعد حصول معظم البلدان النامية على استقلالها على ضرورة تبني إستراتيجية التنمية الاقتصادية والتي تعبر عن عملية زيادة الدخل القومي الحقيقي، وبهذا فهي تهدف إلى استخدام الموارد الطبيعية لتحقيق الرفاه الاقتصادي لأفراد المجتمع، واستغلال هذه الموارد بأفضل الطرق، مركزة على الجانب المادي فقط .غير أنه

---

[1] مقاوسي صليحة وآخرون، مرجع سابق، ص4.

[2] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 34-35.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص72.

مع عقد السبعينات والثمانينات أدرك المختصون بأنه من الممكن لدولة ما أن تشهد نموا سريعا في الجانب الاقتصادي لكنها تظل متخلفة، مما عزز القناعة أن التنمية الاقتصادية لوحدها غير كافية للنهوض بالتنمية الشاملة لأي بلد، ومن هنا أتت ضرورة إجراء مقاربات متعددة الاختصاصات تأخذ في الحسبان الأبعاد الثقافية والاجتماعية والبشرية للخروج من اختزال التنمية في نمو الثروة المادية.[1]

ويتم تمويل التنمية الاقتصادية من خلال مصادر تمويل داخلية ومصادر تمويل خارجية، وتتمثل المصادر الداخلية في:

- الادخار الحكومي.
- الضرائب.
- الادخار العائلي.
- التمويل التضخمي.

وتنقسم مصادر التمويل الخارجي إلى:

الاستثمارات الأجنبية.

المنح والإعانات.

القروض الخارجية.[2]

وترى نظريات التنمية الاقتصادية أن جوهر هذه التنمية يكمن في الزيادة السريعة في القوة الإنتاجية الاقتصادية للمجتمع. وهي المشكلة الأساسية الخاصة بكل مجتمع والتي تحد في النهاية البدائل المطروحة لتحقيق هذه الزيادة في القوة الإنتاجية للمجتمع. وتتطلب التنمية توفير الإنتاج من خلال زيادة المتاح من السلع والخدمات النافعة التي تؤدي إلى إشباع حاجات المجتمع.[3] فالتنمية الاقتصادية هي تقدم المجتمع عن طريق استنباط أساليب إنتاجية جديدة أفضل ورفع مستويات الإنتاج من خلال إنماء المهارات والطاقات البشرية وخلق تنظيمات أفضل.[4]

---

[1] رحالي حجيلة، بوخالفة رفيقة، التنمية من مفهوم تنمية الاقتصاد إلى مفهوم تنمية البشر، المركز الجامعي تيبازة، ص 4.

[2] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 26.

[3] عجوة لي، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص 48.

[4] رحالي حجيلة، بوخالفة رفيقة، مرجع سابق، ص3.

كما أن التنمية الاقتصادية تحقق عادة معدل سريع للتوسع الاقتصادي يؤدي بالدولة إلى مستويات مرتفعة من الرفاهية الاقتصادية مقارنة مع حالتها الراهنة، وبذلك تكون التنمية عمليات يمكن بموجبها أن يستخدم المجتمع موارده المتاحة له في تحقيق زيادة مطردة في الدخل القومي وفي نصيب كل فرد في المتوسط من سلع وخدمات أو استمرار المستوى الحالي العالي من الدخل للمواطنين وضمان عدم تخفيضه، والتنمية الاقتصادية لا يمكن أن تبدأ أو تستمر دون تنمية اجتماعية.[1]

وينبع المنظور الاقتصادي لهذا النوع من التنمية من فكرة مفادها تعظيم الرفاهية الاقتصادية لأطول فترة ممكنة، يقاس هذا البعد في غالب الأحيان بمؤشرات التنمية البشرية كالمستوى المعيشي والصحي والتعليمي، كما ينصب الاهتمام على رأس المال الطبيعي من خلال بعض الموارد الطبيعية ذات القيمة الاقتصادية مثل التربة والنبات والحيوان وخدمات النظام البيئي، وتنظيف الهواء وتنقية المياه...الخ.[2]

لذلك كان من الضروري تبني الدولة الجزائرية استراتيجية فعالة وكفيلة لتحقيق أهداف التنمية وذلك من خلال أن أي مشروع تنموي يهدف لمحاولة القضاء على الفقر، ترقية الاستثمار وتحقيق الإنتعاش الاقتصادي وتعجيل النمو لزيادة فرص العمل، ترقية وتقوية الأجهزة والهياكل، دفع المنظمات غير الحكومية في القضاء على الفقر، فتح قنوات الحوار الاقتصادي، تحديد الأولويات للمشاريع الكفيلة بتحسين مستوى المعيشة، تكييف تدخل الدولة لضمان حماية المجتمع، دراسة وتحليل انعكاسات أي سياسة اقتصادية على الجانب الاجتماعي، مراعاة البرامج المعتمدة للربط بين النمو الاقتصادي والسياسة الاجتماعية.[3]

لذلك تعتبر التنمية الاقتصادية أحد ركائز التقدم الشامل في الدول النامية وغيرها، لأن التنمية في جوهرها تعني زيادة الطاقة الإنتاجية للاقتصاد، أي تحقيق نمو اقتصادي بمعدل أكبر من معدل تزايد السكان، وهو ما يعني رفع متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي وبالتالي رفع مستوى المعيشة للأفراد.[4]

---

[1] بوزغاية باية، تلوث البيئة والتنمية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع الحضري، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة،2008، ص107.

[2] بلخضر عبد القادر، رحمون آدم، مقص سعد، الخيارات الاستراتيجية للخروج من التبعية للمحروقات وتحقيق التنمية المستدامة، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، ع(6)، 2018، ص94.

[3] خوجة عبد الكريم، إشكالية التنمية في الجزائر بعد الاستقلال: المفكر عبد الله شريط نموذجا، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران، 2012، ص ص 53-54.

[4] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 26.

2-2- التنمية الاجتماعية

وهي تغيير الأوضاع الاجتماعية القديمة التي لم تعد تساير روح العصر، بطرق ديمقراطية تهدف إلى بناء اجتماعي جديد تنبثق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة ويسمح للأفراد بتحقيق أكبر قدر ممكن من إشباع المطالب والحاجات.[1] وتتعامل التنمية الاجتماعية مع كافة احتياجات الإنسان، حيث تصنف قطاعات التنمية الاجتماعية من حيث نوعية الخدمات والتي تتعلق بالتعليم والصحة والإسكان والأمن والعدالة والتربية الدينية والخدمة الاجتماعية. كما تصنف من حيث المجال الجغرافي الذي يشتمل على خدمات تتعلق بتنمية المجتمعات الحضرية والريفية والصحراوية. أما من حيث الفئات العمرية فتتعلق بالطفولة والشباب والمرأة والشيوخ.[2]

وتسعى التنمية الاجتماعية للاهتمام بالعنصر البشري بمكوناته المختلفة المتمثلة في القيم والسلوكيات والاتجاهات، وكذلك تهتم بإعداد الفرد ككائن بشري من خلال تعليمه وتدريبه وإكسابه الخبرات والمهارات التي تجعله عنصرا إيجابيا مساعدا في عملية التنمية وليس معيقا لها، كما تعمل على خلق القيادات التي تحمل مسؤولية النهوض بمجتمعاتها وإدارة شؤونها معتمدة على إمكاناتها مواردها المادية والبشرية لتلبية حاجات أفرادها.[3]

كما لا يمكن الفصل بين التعليم والتنمية، فهو يتغذى منها ويغذيها، وهو عامل حاسم في التنمية، لأنه منشط النمو الاقتصادي. فالتعليم يمكن من تنمية قدرات الأفراد وتزويدهم بالقيم والاتجاهات والمعارف التي تمكنهم من الخلق والتجديد والابتكار. ودفعهم للمشاركة بصورة فعالة في النهوض بالمجتمع اجتماعيا واقتصاديا.[4] ويمثل البعد الاجتماعي البعد الإنساني بالمعنى الضيق، والذي يجعل من النمو وسيلة للالتحام الاجتماعي ولعملية التطوير في الاختيار السياسي، وبصورة عامة تظهر في ارتفاع نسب التنمية والتطور الذي عرفته الدول وخاصة النامية منها، وأصبح يلاحظ أنواع مختلفة للبطالة كالاختيارية الإدارية التقنية وبطالة أصحاب الشهادات وغيرها.[5]

---

[1] لطيف، لبنى، مرجع سابق، ص73.

[2] مصطفى خاطر أحمد، التنمية الاجتماعية المفهومات الأساسية- نماذج ممارسة، المكتب الجامعي الحديث، الأسكندرية، 2002، ص235.

[3] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 26.

[4] عبد الحميد أحمد رشوان حسين، التنمية اجتماعيا- ثقافيا- اقتصاديا- سياسيا- إداريا- بشريا، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009، ص 96.

[5] قبقوب عيسى، كاكي محمد، السياسة البيئية والتنمية المستدامة في الجزائر، مجلة أفاق علمية، ع(13)، 2017، ص ص12-13.

فالتنمية الاجتماعية عبارة عن عمليات تغير اجتماعي تلحق بالبناء الاجتماعي ووظائفه، هادفة إلى إشباع الحاجات الاجتماعية للأفراد، فالتنمية الاجتماعية ليست مجرد عملية تقديم الخدمات، و إنما تشمل على العديد من الجوانب، منها أنها عملية تغيير الأوضاع الاجتماعية القديمة التي لم تعد ذات الكفاءة لمجاراة الحياة العصرية على مختلف مستوياتها، إلى جانب أنها تقيم بناء اجتماعيا جديد ينبثق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة، تسمح للأفراد بتحقيق أكبر قدر ممكن من إشباع الحاجات.[1] وهدفها النهائي الاهتمام بالعدالة الاجتماعية ومكافحة الفقر وتوفير الخدمات الاجتماعية، بالإضافة إلى ضمان الديمقراطية من خلال مشاركة الشعوب في اتخاذ القرار بكل شفافية.[2] كما يشير البعد الاجتماعي إلى تنمية الثقافات المختلفة، والتنوع والتعددية، والمشاركة الفعلية للقواعد الشعبية في صنع القرار.[3]

ويمكن تحقيق أهداف التنمية الاجتماعية من خلال:

- إحداث تغيير مقصود لتطوير وتنظيم المجتمع المحلي باستخدام موارده المتاحة والعمل على تنميتها بالاعتماد على الجهود الذاتية للمواطنين والتعاون مع جهود الدولة.
- معالجة التخلف وتحسين البيئة وتوفير الخدمات وتلبية احتياجات الأفراد.
- تنمية الموارد البشرية وإكساب الأفراد قيم اجتماعية ترفع مستواهم، وخلق قيادات محلية قادرة على تحمل مسؤولية تنمية المجتمعات المحلية والنهوض بها.[4]

فتقدم الأمة يعتمد أولا وقبل كل شيء على شعبها. فما لم تنم الطاقات البشرية فهي غير قادرة على أن تنمي أي شيء آخر. فالمشكلة الأساسية لمعظم الدول المتخلفة ليس الفقر في الموارد الطبيعية وإنما التخلف في الموارد الإنسانية.[5] ويرى "أنتوني جيندز" أن المجتمع المعاصر يسعى في كل مجال إلى تحسين نوعية حياة الإنسان، وقد حدد ذلك في خدمة المسنين ورعايتيم، وفي سياسات مواجهة الفقر وتحسين ظروف الفقراء، وفي

---

[1] بوزغاية باي، مرجع سابق، ص105.

[2] مراد ناصر، التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر، التواصل، ع(26)، 2010، ص136.

[3] العايب عبد الرحمان، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس–سطيف، 2011، ص27.

[4] لعجال ليلي، مرجع سابق، ص ص 26–27.

[5] عجوة علي، مرجع سابق، ص59.

حماية الطفولة...الخ، وأن الهدف ليس تكديس الخدمات وإنما الارتقاء بنوعية حياة هؤلاء البشر، أملا في أن يجدوا حياة أكثر سعادة، فالتنمية الاجتماعية هي محاولة تغيير الأوضاع الاجتماعية والرقي بها.[1]

2-3- التنمية السياسية

هناك اختلافات بين الباحثين حول مفهوم التنمية السياسية، فقد عبر "لوسيان باي" عن هذه الحقائق بشكل واضح وصريح من خلال تقديمه المجلد الخامس من سلسلة دراسات في التنمية السياسية " studies in political développement" ومن المتفق عليه أن التنمية السياسية ما هي إلا أحد جوانب عملية التغيير الاجتماعي الشاملة، وهي عملية معقدة متشابكة تتداخل مع كثير من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتاريخية.[2]

وهي تعبئة الجماهير وتفاعلهم مع النظام القائم وعدم وقوفهم موقف اللامبالاة ويتسم ذلك بدرجة واسعة من المشاركة الشعبية. والتحديث السياسي هو إقامة نظام ديمقراطي حديث بدل الأنظمة التقليدية السائدة، بكل ما تحمله كلمة ديمقراطية من أبعاد.[3]

فالتنمية السياسية هي المحصلة السياسية لعمليات التحديث السوسيواقتصادي أو المظهر السياسي المعبر عن هذه العمليات والمصاحب لها، وهي تقترن بهذه العمليات ولا تنفك عنها أي أنها مرادفة للتحديث السياسي ومتكافئة معه من حيث مفهومها النظري، أي أنها تلك العمليات التي تتعلق بنواحي التجديد في مجال البنى والمؤسسات السياسية القائمة من ناحية وفي مجال الفكر والثقافة السياسية السائدة من ناحية أخرى، بمعنى هي تلك العمليات التي تتعلق بتمايز المؤسسات السياسي، وصبغ الثقافة السياسية بالطابع العقلاني، التي من شأنها تدعيم قدرة النظام السياسية للمجتمع.[4]

كما جاء في الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية أن التنمية السياسية هي: "عمليات التغيير السياسي التي تشهدها الدول النامية، أو المجتمعات الانتقالية، والتي أهم ما يميزها هو أنها لا تزال ترتبط بالقيادة الكاريزمية وتسيطر على نظمها السياسية السلطة التقليدية، والتنمية السياسية ترجع إلى القوة في المجتمع من التعليم

---

[1] هماش لمين، كافي فريدة، بن وهيبة نورة، دور الإعلام في تحقيق التنمية البيئية المستدامة في الوطن العربي: قراءة في تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، مداخلة في المؤتمر العلمي الرابع: القانون والإعلام، كلية الحقوق، جامعة طنطا، القاهرة، 2017، ص6.

[2] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 29.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص73.

[4] بوزغاية باية، مرجع سابق، ص109.

والتصنيع والتكنولوجيا وتطور وسائل الاتصال والأحزاب، فالتنمية السياسية ما هي إلا طريق لتحقيق الديمقراطية الكاملة.[1]

وقد حدد الباحثين بعص المؤشرات تمثل مقومات التنمية السياسية وتتمثل في:

- تحقق المساواة بين المواطنين بغض النظر عن الاختلافات والانتماءات أو الثقافة الفرعية.
- مشاركة الجماهير في صنع القرارات ديمقراطيا.
- عدم تركيز السلطات في هيئة واحدة.
- قيام السلطة على أسس عقلانية رشيدة.
- نمو قدرات الجماهير على إدراك مشكلاتها الحقيقية والتعامل معها تعاملا رشيدا.[2]

2-4- التنمية الثقافية

ويتمثل البعد الثقافي للتنمية في مسائل الانتماء والهوية واللغة والمعتقدات والتراث الحضاري والثقافي ...، ويمكن للثقافة أن تسهل عمليات التنمية الشاملة ، كما يمكن لها أن تعيقها، ولهذا يعتبر" محمد سعد ابراهيم" أن التنمية الثقافية هي كذلك " تشكيل قيم ثقافية ملائمة لعملية التنمية".[3]

فالتنمية الثقافية تمثل حضارة كل مجتمع لذلك يجب التركيز على المحافظة على قيم المجتمع وتطويرها بما يتناسب معه.

2-5- التنمية البشرية

تعرف التنمية البشرية طبقا للبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة بأنها "عملية توسيع الخيارات المتاحة للناس، بتمكينهم من الحصول على الموارد اللازمة لتحقيق مستوى حياة كريمة، وتمكينه من أن يعيشوا حياة خالية من الأمراض وأن يكتسبوا المعارف والمهارات التي تطور قدراتهم وتساعدهم على تحقيق ذاتهم وتمكنهم من العيش بكرامة وحرية".[4] ويستخدم مؤشر التنمية البشرية من قبل الأمم المتحدة لقياس مستوى الرفاهية والعيش الكريم، والتثبت من حالة الصحة والتعليم في بلدان العالم. ومن ثم يصدر الأمم المتحدة كل سنة تقريرا حول التنمية البشرية في مختلف دول العالم منذ سنة 1990م.

---

[1] هماش لمين وآخرون، مرجع سابق، ص6.

[2] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص 29.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص73.

[4] عبد الرزاق جلبي علي، هاني خميس أحمد عبده، علم اجتماع التنمية (رؤية نظرية وتجارب إنسانية)، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة–القاهرة،2009، ص17.

وورد في تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2002التعريف التالي: "يمكن أن تعرف التنمية الإنسانية ببساطة بأنها عملية توسيع الخيارات، ففي كل يوم يمارس الإنسان خيارات متعددة بعضها اقتصادي وبعضها اجتماعي وبعضها سياسي وبعضها ثقافي، حيث الإنسان هو محور تركيز جهود التنمية فإنه ينبغي توجيه هذه الجهود لتوسيع نطاق خيارات كل إنسان في جميع ميادين سعي الإنسان"[1].

كما يقوم برنامج التطوير للأمم المتحدة (UNDP) بوضع خطط تنموية لتحسين أوضاع الشعوب في مختلف بلدان العالم.[2] ويشكل الإنسان جوهر التنمية البشرية والتي يجب أن تستجيب للمتطلبات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.[3] وتعتبر تنمية الموارد البشرية ركنا أساسيا في المنظمات حيث تهدف إلى تعزيز القدرات التنظيمية، وتمكين الوزارات والمنظمات الحكومية من استقطاب وتأهيل الكفاءات اللازمة والقادرة على مواكبة التحديات الحالية والمستقبلية، وليس من المغالاة أن نقول أن إدارة الموارد البشرية هي العنصر الحاكم في نجاح المنظمات الحديثة بصفة عامة، وهي مصدر أساسي من مصادر الميزة التنافسية، فالمنظمة تعتمد على مواردها التنظيمية في تحقيق أهدافها.[4]

والهدف الأساسي للتنمية البشرية هو تحسين وتطوير رفاهية، فالإنسان في التنمية البشرية هو الهدف والجوهر والوسيلة ومن غايات التنمية البشرية هو بناء إنسان قادر على مواجهة الحياة والتغيرات التي تحدث حوله بشكل إيجابي وفعال، مساعدة الفرد على التفكير بشكل إيجابي وخلاق، وتغيير نظرته، تعليم الفرد على إتقان مهارات الاتصال الفعال وذلك من أجل إثراء تواصل الفرد بالمجتمع بشكل أخلاقي ومؤثر يعبر فيه الفرد عن نفسه مع الجميع، مساعدة الفرد على تطوير أدائه وقدراته وذلك من أجل إيجاد الوظيفة المناسبة، وتعليم الإنسان قيمة وأهمية الوقت، وتدريبه على مهارات وفنون إدارته، وتعليمة كيفيه استغلال طاقاته ومواهبه ووضع أهداف لحياته، وتعليمه كيفية التعامل مع المشكلات التي تواجهه بشكل إيجابي وفعال.[5]

2-6- التنمية البيئية

ما من شك أن إهمال البعد البيئي للتنمية يؤدي إلى سلبيات تنعكس أثارها على تنمية المجتمع بوجه عام. ولذلك فهي تتطلب استراتيجيات تنموية شاملة قادرة على تحقيق الاستخدام الفعال للبيئة لمواجهة احتياجات الجماهير.

---

[1] رحالي حجيلة، بوخالفة رفيقة، مرجع سابق، ص6.

[2] حميداوي جميل، مرجع سابق، ص58.

[3] مراد ناصر، مرجع سابق، ص133.

[4] هماش لمين وآخرون، مرجع سابق، ص5.

[5] رحالي حجيلة، بوخالفة رفيقة، نفس المرجع، ص 7.

ويرى "محمد حجاب" أن تطبيقها يكمن في التوعية البيئية من خلال وسائل التربية والإعلام ثم السعي وراء ربط التنمية بالبيئة والتي تحتم ضرورة بناء التكنولوجية البيئية.[1] باعتبار أن البيئة هي المخزون الطبيعي للموارد التي يعتمد عليها الإنسان وأن التنمية هي الأسلوب الذي تتبعه المجتمعات للوصول إلى الرفاهية والمنفعة.[2] وحتى يكون النظام البيئي فعالا ينبغي عليه المحافظة على قاعدة ثابتة من الموارد الطبيعية وتجنب الاستنزاف الزائد للموارد غير المتجددة، وهو الأمر الذي يشمل إنتاجية التربة والاتزان الجوي والأنظمة البيئية الطبيعية التي لا تصنف عادة كموارد اقتصادية.[3]

2-7- التنمية العلمية والتكنولوجية

التنمية التكنولوجية هي الجهود المبذولة لإتاحة معلومات أو معرفة جديدة يمكن استخدامها بكفاءة في العمليات الإنتاجية ولها تأثير ملحوظ على التكلفة وعلى نوعية المنتج وكمية الإنتاج وجودته.[4]

وتعد التكنولوجيا الثمرة الشرعية لتقدم العلم والمعرفة والبحث العلمي، إذ يقول "هنري لجير" إن الفرق بين دول نمت وأخرى لا تزال تعاني من التخلف يتمثل في مجالات البحث العلمي، فلا تقدم بدون تقدم البحث العلمي أولا، فالتكنولوجيا وسيلة مهمة لحل مشكلات الإنسان في العالم النامي في كل المجالات فالخيار يكمن بين ما يجب اختياره وكيفية التعامل معه لضمان الاستفادة القصوى منها.[5]

3- أهداف التنمية

إن تحقيق التنمية لأهدافها يستلزم زيادة الإنتاجية للعاملين في كل القطاعات، وهذا يتطلب تحسين ظروف العمل، إعادة النظر في نظام العمل والأجور والحوافز والترقيات، كذلك تحقيق التوازن المفقود بين العرض والطلب بالنسبة لسوق العمل وما يلبي احتياجات التنمية على المدى القصير والطويل.[6]

ولتحديد أهداف التنمية يجب التخطيط الهادف والواعي الذي يعتمد على العقلانية ولضمان الاستمرار لابد من تحديد الأهداف، ومن الصعب تحديدها بدقة لاختلاف ظروف كل مجتمع. فالتنمية تغرس في الأفراد الشعور

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص74.

[2] هماش لمين وآخرون، مرجع سابق، ص 6.

[3] لخضاري صالح، واقع التنمية المستدامة في الجزائر-الاستراتيجية والجهود، مجلة العلوم الإنسانية، ع(50)، م(أ)، 2018، ص212.

[4] مانع زيدان الحمداني ربيعة، كنعان خضر وفاء، وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة، Route Educational and Social Science Journal، 6 (3)، 2019، ص 492.

[5] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص74-75.

[6] سامي مصطفى كامل زايد، حتمية التخطيط الاجتماعي رؤية لتحقيق أهداف التنمية، المكتب الجامعي الحديث، دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، 2013، ص147.

بالمشاركة الجماعية وتشعرهم بوجود الدولة، كما تعمل على تأمين المجتمع واستقراره وعدم جنوحه للانحراف والمبادئ الهدامة. وتعتبر التنمية من عوامل تحقيق الارتقاء بالإنسانية ومعاييرها من خلال غرس المعايير الأخلاقية في المجتمع التي من شأنها الرقي بوعي المجتمع.[1]

وينظر علم الاجتماع للتنمية بأنها تهدف لاستثارة مجموعة من عمليات التغير المخطط، وهي لذلك ترتبط بالتغير من حيث اتجاهاته وشدته وعمقه، وبأهداف المجتمع التابعة من إيديولوجية تصنع شكل النظام، وبطبيعة المشاكل القائمة وتوفر الإمكانيات المتعددة الأنواع القادرة على مواجهتها، وبمستوى الطموح المتمثل في تطلع واقعي مستند إلى الإدارة لتنمية إيجابية واضحة.[2]

ومن أهداف التنمية أيضا وخاصة الاجتماعية هو تحسين نوعية الحياة في مختلف النشاطات البشرية من خلال إحداث التغييرات الاجتماعية التي تساهم في تحقيق التوازن المادي والبشري بما يحقق للمجتمع نموه. وتشمل التغييرات أنماط العلاقات الاجتماعية والنظم والمعايير والقيم التي تؤثر في سلوك الأفراد وتحدد أدوارهم، إضافة إلى معالجة المشكلات الاجتماعية الناتجة عن التغيير، وكذلك إشباع الاحتياجات الاجتماعية من خلال تقديم الخدمات الاجتماعية كالصحة والتعليم والتنشئة الاجتماعية وغيرها.[3]

كما تستهدف عملية التنمية تغيرا أساسيا في البناء الاجتماعي، بما يتضمنه من تنظيمات مختلفة الأهداف وتعديلا في الأدوار والمراكز، وتحريك الإمكانيات الاقتصادية بعد تحديدها وموازنتها إلى جانب العمل على تغير الموجهات الفكرية والقيمية وبناء القوة، تلك التي تعيق التجديدات، والاهتمامات الجديدة.[4]

ويحدد "محمد عبد الفتاح" أهداف تنمية المجتمعات المحلية في عنصرين هما تحقيق أكبر قدر من استثمار وتنمية جهود المواطنين في المجتمع، وتأكيد استمرارها من خلال تنمية الموارد البشرية في المجتمع وتنميتها بالتعليم والتدريب للقيام بالدور الأكثر فعالية. والعنصر الثاني هو تحقيق تحسين مادي في حياة المجتمع،

والذي يتوقف على استعداد أعضاء المجتمع لتبني المشروعات التي تقام في مجتمعهم وإدارة هذه المشروعات.[5]

---

[1] عبد الحميد أحمد رشوان حسين، التنمية اجتماعيا – ثقافيا – اقتصاديا – سياسيا – إداريا – بشريا، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية – القاهرة، 2009، ص ص59–61.

[2] محمد عاطف غيث، محمد علي محمد، دراسات في التنمية والتخطيط الاجتماعي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1986، ص15.

[3] عبد الحميد أحمد رشوان حسين، مرجع سابق، ص ص62–64.

[4] محمد عاطف غيث، محمد علي محمد، مرجع سابق، ص15.

[5] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص106.

4- الجذور الفكرية لنظريات التنمية

إن التراث السوسيولوجي يزخر بالعديد من التعريفات والنظريات التي تساهم في تحديد مدلول التنمية وإبراز معالمها النظرية، وهذا راجع إلى التباين الملحوظ لدى الدارسين لهذا الموضوع والمرتبط باختلافاتهم حول تحديد غايات التنمية وأنماطها ومستوياتها، ولهذا فقد اتخذت دراسة التنمية مسارات نظرية وتطبيقية متباينة أحيانا، ومتناقضة أحيانا أخرى، وهذا يستوجب تتبع التشكلات النظرية الأساسية في مجال علم اجتماع التنمية للوقوف على مدى كفاءتها النظرية ومصداقياتها الواقعية.[1]

وقد تحدث "ابن خلدون" في القرن 14 م عن التنمية، حيث استطاع أن يربط بين رقي الأمم وتقدمها وانحطاطها والتنمية، وذلك من خلال اهتمامه بعلم العمران البشري وأحوال الاجتماع الإنساني، وقد زاد اهتمام العلماء بقضايا التنمية حتى نهاية القرن 19، ومنهم "هربرت سبنسر" الذي عالج النمو الاقتصادي الذي يبرز فكرة الاعتماد المتزايد والمتبادل بين الأجزاء المختلفة، كما عالجها "أوجست كونت" من خلال اهتمامه بخصائص التطور والتقدم. وهذه الأفكار ساهمت في بعض النظريات التطورية والكلاسيكية في التنمية.[2]

لذلك يمكن تقسيم نظريات التنمية حسب إلى كلاسيكية وأخرى حديثة كما يلي:

4-1- الاتجاهات الكلاسيكية في دراسة التنمية

4-1-1- الاتجاه الماركسي

تحتل النظرية الماركسية مكانة بارزة في مجال الدراسات الاجتماعية المعنية بقضايا التنمية والتخلف، والمهتمين بهذه النظرية ينظرون إلى التنمية على أنها عملية تغيير مقصود بالاحتياجات الأساسية لأغلبية الشعب وتقوم على أساس التمركز حول الذات وليس التوجه نحو الخارج، وفي دراستها للتنمية تنطلق من قضية مفادها أن التوسع الاقتصادي الرأسمالي يجلب مع حتما تحويلا للعلاقات الاجتماعية، الإنتاجية قبل الرأسمالية، أي العلاقات الطبقية وإقامة علاقات إنتاجية اجتماعية رأسمالية، أي بنية طبقية رأسمالية.[3]

كما يؤكد هذا الاتجاه على أن الوضع الاقتصادي لكل مجتمع هو الذي يحدد أوضاعه الاجتماعية والسياسية والدينية والفكرية، ويعتمد على القوى المنتجة ووسائل الإنتاج التي هي الأدوات التي يستخدمها الناس في إنتاج حاجاتهم، وحسب "كارل ماركس" المجتمعات مرت بمراحل متعاقبة عبر التاريخ وهي: المشاعية البدائية والعبودية، الاقطاعية والاشتراكية التي تأتي بعد زوال الرأسمالية، وتتحقق التنمية بالوصول إلى مجتمع لا صراع

---

[1] بوزغاية باية، مرجع سابق، ص98.

[2] سويقات لبنى ، مرجع سابق، ص55.

[3] بوزغاية باية، نفس المرجع، ص113.

فيه ولا طبقات ولا ملكية لوسائل الإنتاج.[1] ويؤكد هذا الاتجاه على تأثير الجوانب المادية التاريخية وضرورة فهمها من أجل تفسير ظاهرة التخلف وتحقيق التنمية.[2]

ويعتبر هذا الاتجاه أن التخلف ظاهرة "متأصلة أصيلة في الشعوب المتخلفة حيث ترى أن التنمية هي عملية التخلي عن متغيرات النمط التقليدي وتبني متغيرات النمط السائد في المجتمعات الرأسمالية، ويرى "ماركس" أن التقدم الاقتصادي يتعرض في ظل النظام الرأسمالي الى الانتكاسات المتعددة والدورية ولا يمكن أن يتحقق له الاستقرار ما لم يتحقق التوازن بين الاستثمار والاستهلاك مع التأكيد على العلاقة بين التقدم التكنولوجي والبطالة وتوزيع الدخل وامكانيات التقدم.[3] كما يؤكد "ماركس" أن العمل هو المحور الرئيسي للحياة المادية في المجتمع، فمن خلاله يستطيع الفرد الوفاء بضرورات الحياة وإشباع حاجياته الأساسية، أي أن هذا النشاط الإنتاجي يمثل شرطا أساسيا لوجود المجتمع.[4]

وتهدف الماركسية إلى التقدم، ذلك أن التقدم نحو مجتمع لا طبقي يمر بأنواع من الصراع الجدلي تطيح في كل منها الطبقات المحكومة بالطبقة الحاكمة بهدف إقامة مجتمع جديد تنمو فيه طبقة جديدة محكومة لتعيد الكرة.[5]

ويمكن بلورة الفكر الماركسي فيما يتعلق بعملية التنمية بالمجتمعات النامية وفق الأبعاد الأربعة التالية:

أ- المفهوم الدياليكتيكي، حيث أثر تأثيرا عميقا في تفكير ماركس للظواهر الإجتماعية، ففهم النظام لا يمكن بلوغه دون نقده ووضعه ضمن قضية عكسية.

ب- العلاقة بين البناء الاقتصادي الأساسي والبناء العلوي، حيث ان كل نسق من الانتاج الاقتصادي يبدأ بحالة الثبات حتى يكون أكثر النظم الممكنة كفاءة في ذلك الوقت، لكنه متى عزز اجتماعيا يصبح عقبة أمام التطور والتقدم التكنولوجي.

ج- ازدهار الرأسمالية ودورها في عملية التغيير.

---

[1] حربي سميرة، ميادين علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف، 2017، ص ص34-35.

[2] طلعت مصطفى السروجي وآخرون، مرجع سابق ص85.

[3] فكرون السعيد، استراتيجية التصنيع والتنمية بالمجتمعات النامية، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منثوري
قم، قسنطينة، 2005، ص ص115-116.

[4] التابعي كمال، تغريب العالم الثالث دراسة نقدية في علم اجتماع التنمية، دس، ص125.

[5] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص56.

د– حتمية الثورة، بمعنى انه كلما ازداد التطور في المجتمع الرأسمالي ارتفع مستوى الدخل وتركزت القوة الاقتصادية بيد جماعة من الافراد وهم المالكون.[1]

وترى هذه النظرية أن العالم ينقسم إلى مركز وهامش (محيط). ومن ثم تقع الدول المتقدمة في المركز، وتتحكم في الحلقتين معا. وبالتالي تتميز اقتصاديات دول الهامش، أو دول المحيط، بازدواجية الاقتصاد الذي يجمع بين ما هو تقليدي وما هو عصري، وانعدام التنويع الاقتصادي. أي إنه اقتصاد وحيد. في حين، يتميز اقتصاد الدول المتقدم بتنويع المنتج، وإنتاج منسجم ومتماسك ومتكامل. وينتج عن ثنائية المركز والمحيط ما يسمى بالتقسيم الدولي للعمل.[2]

كما ترى أن هناك علاقة وطيدة بين البناء الفوقي والبناء التحتي، وتتمثل هذه العلاقة في أن البناء الأساسي هو الذي يشكل البناء الفوقي، أي أن البناء الفوقي يعد انعكاسا للبناء الأساسي، مثال ذلك أننا نجد أن تقسيم العمل ونظام الملكية في المجتمع يحددان البناء الطبقي الذي بدوره يحدد طابع النظم السياسية للمجتمع ومستوياته القانونية.[3]

ويرى "ماركس" أن هناك قوانين تحكم حركة المادة ومن ثم تحكم المجتمع والعالم بأكمله وتتمثل في:

- قانون وحدة الأضداد وصراعها: في رأيه التناقض بشمل بالضرورة طرفين متعارضين ومتحدين في نفس الوقت، مثل القطبين أحدهما سالب والآخر موجب وهما متنافران ومتحدان في الوقت ذاته.
- قانون تحول التغيرات الكمية إلى كيفية: فالتطور (التغير الكمي) يعد للثورة (التغير الكيفي) ويخلق لها الأرض الممهدة، بينما الثورة تكمل التطور وتشارك في عمله المقبل.
- قانون نفي النفي: وهو حلول الجديد محل القديم، فالجديد ينفي القديم.[4]

وأهم ما يوجه للنظرية الماركسية من نقد أنها ركزت على الدول المتقدمة وأهملت واقع الدول النامية. كما ركزت على الجانب الاقتصادي المادي واعتبرت الإنسان وكأنه آلة، وكذلك التجارب التاريخية للمجتمعات النامية.

---

[1] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص116.

[2] حمداوي جميل، التنمية والبيئة: أية علاقة؟ (مقاربة سوسيولوجية نسقية)، ط1، 2017، ص81.

[3] التابعي كمال، مرجع سابق، ص134.

[4] عبد الرؤوف درويش أحمد، مرجع سابق، ص ص35–36.

4-1-2- الاتجاه المثالي

اهتم "ماكس فيبر" بدراسة العلاقة بين الظواهر الدينية والظواهر الاقتصادية بتحليل العلاقة بين البروتستانتية والرأسمالية الحديثة التي تستند حسب رأيه إلى المشروعات الاقتصادية القائمة على التنظيم الرشيد الذي تتم إدارته وفق المبادئ العلمية التي تتطلب أفراد يتوفرون على خصائص سيكولوجية معينة، وأن خصائص الرأسمالية الحديثة تطابق وتعاليم العقيدة البروتستانتية.

[1] حيث يرى "فيبر" أن القيم والأخلاقيات الدينية والاقتصادية هي الدعامة الرئيسية للتنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي، وأن تغيير القيم والاتجاهات يعد من المتطلبات الرئيسية لخلق مجتمع حديث.[2] كما أنه تبنى الاتجاه التاريخي البنائي.[3]

كما اهتم "فيبر" بالكشف عن الاتجاهات السيكولوجية التي أدت إلى نمو النظام الرأسمالي، أي أن الرأسمالية نشأت نتيجة تطور أسلوب الإنتاج، كما اتجه إلى تفسير نشأة النظام الرأسمالي في ضوء المتغيرات السيكولوجية والمثالية (القيم والمعتقدات) إلى أن الرأسمالية الحديثة نشأت من خلال البروتستانتية التي تطابق روحها روح الرأسمالية، وأن هناك تأثيرات تبادلية بين الظواهر الدينية والظواهر الاقتصادية.[4]

أما نظرة "فيبر" للتغيير فذات فرعين، فيرى أن البناء الاجتماعي يلحق بالتنمية الثقافية تحت تأثير فترات من الجاذبية، ينفتح عندها البناء الاجتماعي لمرحلة إعادة التنظيم عن طريق نظم ثقافية أكثر منطقية.[5]

ما يعاب على هذا الاتجاه هو افتقار تعميمات "ماكس فيبر" للصدق الإمبريقي، فهو يرى أن النمو الاقتصادي قد اقتصر على المجتمعات التي تدين المسيحية ولاسيما البروستانتية، كما أنه أهمل مسألة الاستعمار والإمبريالية التي نرى أنها قد حالت دون تقدم العديد من الدول النامية، كم أنه ركز على المجتمعات الصناعية ولاسيما الغربية، وكأنه يحاول أن يبين أن الثقافة الغربية هي النموذج الأمثل.[6]

---

[1] حربي سميرة، مرجع سابق، ص35.

[2] التابعي كمال، مرجع سابق، ص175.

[3] لعجال ليلى، مرجع سابق، ص18.

[4] التابعي كمال، نفس المرجع، ص178.

[5] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص57.

[6] التابعي كمال، نفس المرجع، ص ص185-189.

ركزت هذه النظرية على الجانب الديني باعتباره العامل الوحيد لتفسير ظهور الرأسمالية وإهمالها باقي الجوانب.

الملاحظ أن هذه الاتجاهات النظرية تتصف بسيطرة نزعة تطورية محافظة، والمؤكد أنها لا تستطيع أن تؤدي بنا إلى استنتاجات صادقة إذا ما طبقناها كما هي على الدول النامية. وهذا يعكس الكفاءة الأمبريقية لهذه النظريات، نظرا لعدم قدرتها على الإحاطة بكافة جوانب الواقع، هذا بالإضافة إلى التحيز الأيديولوجي التي وصفت به معظم النظريات في محاولة منها للتبرير الأوضاع القائمة وتدعيم شرعيتها مما جعلها غير قادرة على تغيير الواقع.[1]

4-2- الاتجاهات الحديثة

4-2-1- اتجاه النماذج والمؤشرات

انطلق أصحابه من منطلق تحديد خصائص وسمات المجتمعات النامية والمتقدمة، وبلورة عملية التنمية في محاولة نقل خصائص الدول الصناعية الرأسمالية المتقدمة، وإكسابها إلى الدول النامية باعتبارها عناصر التقدم.[2] ويعتبر في نظر الكثير من الدارسين الاتجاه الاكثر شيوعا في دراسته لموضوع التنمية والتخلف، ومن ابرز ممثلي هذا الاتجاه "ليبست Lipset" "وهوسيلتز Hoseilitz " و"جالتونج" "وبارسونز Parsons" "وليفيLevy" ويأخذ هذا الاتجاه في نظر الكثيرين مفهومين: كمي و كيفي.[3]

وتعتبر المؤشرات الكمية بمثابة محكات نستطيع من خلالها التعرف على الدول المتقدمة، كما تعبر عن خصائصها تعبيرا كميا مستعملة المؤشرات الحسابية، وتتمثل المؤشرات الكمية في الدخل الفردي، معدلات التعليم، معدلات السكن...، أما المؤشرات الكيفية فتتمثل في سوء التغذية، الفقر، البطالة، والتبعية الاقتصادية...[4]

وتبعا لهذا الاتجاه يتم تجريد الخصائص العامة للاقتصاد المتقدم و تقديمها في شكل نموذج مثالي، ثم يقابل بعد ذلك هذا النموذج المثالي بالخصائص العامة للاقتصاد المتخلف كنموذج آخر غير مثالي، ويتفرع إلى

---

[1] بوزغاية باية، مرجع سابق، ص116.

[2] طلعت مصطفى السروجي وآخرون، مرجع سابق، ص90.

[3] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص106.

[4] التابعي -كمال، مرجع سابق، ص ص251-253.

متغيرات النمط بحيث أن الدول المتقدمة تشهد متغيرات النمط التالية: العمومية، الأداء، التخصص، أما متغيرات النمط الخاص بالدول النامية فتتمثل في: الخصوصية، النوعية، الانتشار على التوالي، وما على الدول المتخلفة إذا أرادت أن تتقدم إلا أن تأخذ بمتغيرات النمط التي تسود الدول المتقدمة. والتفرع الآخر هو الاتجاه التطوري المحدث: حيث تصنف جميع المجتمعات من الناحية الاقتصادية، وتؤكد في نفس الوقت على أن المجتمع لا يتجه نحو الاشتراكية و إنما نحو الاستهلاك الواسع.

ويقدم "هوستيلز" تصورا يحاول بناءا عليه تفسير التخلف والتنمية وفق متغيرات نمط محددة، وهو بالتالي كما يقول "الحسيني" يمثل امتدادا للتقليد السوسيولوجي الذي يميل إلى تصنيف المجتمعات إلى ثنائيات تعكس ازدواجية التقليد–التحديث.[2]

البلدان المتقدمة(1)	البلدان النامية(2)	التنمية أو التحديث
– العمومية – الإنجاز – تخصيص الدور	– الخصوصية – العزو – تشتت الدور	التنمية هي اكتساب واستيعاب المجتمعات النامية لمتغيرات النمط (1) والتخلي على متغيرات النمط (2)

جدول (2): التنمية عند "هوستيلز" (المصدر: إسماعيل قيرة، علي غربي)

وبذلك فالتطور والتنمية عند "هوستيلز" تتمثل في اكتساب المجتمعات المتخلفة لمتغيرات النمط السائدة في الدول المتقدمة وترك متغيرات النمط الشائعة فيها. أي تخلص المجتمع المتخلف من سمات الخصوصية والذاتية في علاقاته، وتبني العمومية المبنية على حكم القانون والقواعد التنظيمية الرشيدة.[3]

[1] بوزغاية باية، مرجع سابق، ص112.

[2] قيرة إسماعيل، غربي علي، في سوسيولوجية التنمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص9.

[3] كعباش رابح، سوسيولوجيا التنمية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007، ص ص57–58.

ما يعاب على هذا الاتجاه أن هذه المؤشرات هي مجرد برهنة على صحة مفاهيم معينة مشتقة من واقع الدول الغربية، وتجاهل طبيعة البلدان النامية. كما أنها تفتقر للتحليل البنائي التاريخي، وتقديم مؤشرات عامة ومحاولة تطبيقها على كافة المجتمعات.

4-2-2- الاتجاه التطوري المحدث

أثارت هذه النظرية اهتمام العديد من البحثين في الاقتصاد والسياسة والاجتماع والتاريخ، كما أثارت اهتمام المسؤولين من برامج التنمية في دول العالم الثالث. حيث يرى "أدولف بيرل" أن هذه النظرية تتفق مع الواقع التاريخي للعديد من الدول، وقادرة على توضيح الرؤية أمام مخططي برامج التنمية والتحديث الحضاري داخل المجتمعات التقليدية.[1] وظهر هذا الاتجاه محاولة لإحياء النظرية التطورية الكلاسيكية والاستفادة منها في دراسة الدول النامية.[2] ويعد "تالكوت بارسونز" من رواد هذا الاتجاه وينطلق في تحليله لظاهرة التغير والحداثة من فكرة المطابقة بين خلايا الكائن الحي والتغير في المجتمع، فالخلايا في الكائن الحي تنقسم لتتكاثر، وكذلك المجتمعات تكون بسيطة ثم تنقسم إلى أنساق فرعية. ويرى أن العملية التطورية في حقيقتها تعني زيادة أو تدعيم القدرة التكيفية للمجتمع، وعملية الانتشار الثقافي تلعب دورا هاما في هذا الصدد.[3]

كما حاول "روستو" التأكيد على جملة من المراحل المتعددة للتنمية التي يمكن أن تمر بها المجتمعات النامية، وهي تعبر في مجملها على جملة المراحل التي تمت صياغتها في ضوء مراحل النمو الاقتصادي التي عايشتها المجتمعات المتقدمة، وبذلك يرى "روستو" بأن تقدم المجتمعات النامية مرتبط الى درجة كبيرة بمدى قدرة هذه المجتمعات على إتخاذ الطريق الذي سلكته من قبل الدول الصناعية الرأسمالية.[4] ويرى "روستو" أن المجتمعات تمر بخمسة مراحل أساسية هي: مرحلة المجتمع التقليدي وفيها يعتمد المجتمع في إنتاجه على العلوم والفنون التي كانت سائدة من قبل وعدم فهمه للظروف الطبيعية للمجتمع. مرحلة التهيؤ للانطلاق وتتميز بحدوث تغيرات في المجتمع خاصة في الصناعة والزراعة والنقل وظهور العديد من الأفكار والاتجاهات التي تساهم في تحقيق التقدم.[5] مرحلة الانطلاق وهي الاتجاه نحو النضج وفيها يتم التغلب

---

[1] السمالوطي نبيل محمد توفيق، قضايا التنمية والتحديث في علم الاجتماع المعاصر، دار المجموعات الجديدة، القاهرة، 1989، ص89.

[2] حربي سميرة، مرجع سابق، ص37.

[3] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص ص58-59.

[4] فكرون السعيد، مرج سابق، ص107.

[5] التابعي كمال، مرجع سابق، ص ص264-265.

على مشاكل النمو والمقاومة التقليدية. مرحلة الاتجاه نحو النضج ويعرف "روستو" هذه المرحلة بكونها "المرحلة التي يظهر فيها الاقتصاد مقدرته على تجاوز الصناعات الأصلية، التي حركت مرحلته الانطلاقية" فينمو الإنتاج وتحدث تحولات اقتصادية واجتماعية وثقافية. وأخيرا مرحلة الاستهلاك الوفير والتي يعتمد فيها المجتمع على المنتوجات الخدماتية وإنتاج السلع المعمرة.[1]

نلاحظ أن نظرية "روستو" لا توضح كيفية الانتقال من مرحلة لأخرى، ولهذا فهي لا تقدم فهم واقعي وحقيقي لواقع الدول النامية.[2]

4-2-3- الاتجاه السيكولوجي

بلور هذا الاتجاه العمليات النفسية والسلوكية السائدة في الدول الصناعية لأنها تعبر عن مدعمات تلك المجتمعات، ونقلها للدول النامية بهدف محاولة تقليد ومحاكاة السلوكيات السائدة في المجتمعات المتقدمة.[3]

ويدرس أصحاب هذا الاتجاه عملية التنمية الشاملة (الاجتماعية والاقتصادية) والتغيير الثقافي في ضوء الخصائص السيكولوجية للأفراد. والقضية التي يرتكز عليها هذا الاتجاه في فهمه لعملية التنمية "هي أن درجة الواقعية الفردية أو الحاجة الى الانجاز هي الدعامة الأساسية للتنمية الاقتصادية[4]. فالخصائص النفسية لأفراد المجتمع ترتبط بدرجة كبيرة بمدى تغير قيمهم وسلوكياتهم التي تتنافى مع أهدافها، باعتبار أن الشخصية النمطية السائدة في المجتمعات النامية هي شخصية غير فعالة ونمطية، مما يؤدي إلى المحافظة على بنائها الاجتماعي الذي يعتمد على المكانات المكتسبة.[5]

ويعد "هيجن" أحد رجال الاقتصاد الذين حاولوا دمج مبادئ علم النفس في نظرية التنمية الاقتصادية، ويرى أن التنمية الاقتصادية هي الزيادة المستمرة في دخل الفرد الناتجة عن التقدم التكنولوجي يتعين فهمها من زاوية الشخصية المبدعة، ويذهب إلى أن التنمية الاقتصادية لن تحدث بدون تنمية الإبداع في الشخصية، فالتغير الاجتماعي لن يحدث بدون تغير في الشخصيات.[6]

---

[1] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص ص108-109.

[2] حربي سميرة، مرجع سابق، ص39.

[3] طلعت مصطفى السروجي وآخرون، مرجع سابق، ص90.

[4] فكرون السعيد، نفس المرجع، ص112.

[5] حربي سميرة، نفس المرجع، ص40.

[6] ثروت محمد شلبي، مرجع سابق، ص53.

أما "ماكليلاند" فقد أكد على دور القيم في مجال التنمية والتغير الثقافي، فهو يرى أن الحاجة للإنجاز هي الدافع على صنع الأشياء بطريقة أفضل، وهو ما رد عليه "شومنتير" بأن التنمية الاقتصادية تستند على الدور الأساسي للمنظم الذي يقوم على عملية التنمية الاقتصادية وأن الرأسمالية المادية هي التي تحدد إمكانيات التجديد والابتكار.[1]

وقد صنف هذا الاتجاه أنماط الشخصية في العالم إلى نمطين هما: نمط الشخصية التقليدية الارتباطية ويسود في العالم الثالث، وهو لا يتناسب مع المجتمع الحديث بسبب السمات التي تكونه وأهمها: الكسل، التواكل، عدم التجديد والابتكار. أما النمط الآخر فهو الشخصية الإنجازية، وتسود في الدول المتقدمة، وهو يتناسب مع نمط الإنتاج الرأسمالي، ومع العقلانية التي تسير مؤسسات هذا المجتمع.[2]

غير أن ما يعاب على هذا الاتجاه، أنه ركز على أن العالم الغربي هو أساس نشر التنمية ومساعدة العالم النامي على التقدم، وهذا خطأ لأن لكل مجتمع طريقة في الإبداع والإبتكار.

4-2-4- الاتجاه الانتشاري

ويقوم هذا الإتجاه على أنه يمكن حدوث تنمية واسعة بالمجتمعات النامية في حالة قبول، هذه الاخيرة عملية تحويل وانتقال عناصر التنمية والتقدم من الدول الصناعية. ويحاول أصحاب هذا الاتجاه تحديد جملة العناصر المادية والثقافية التي يمكن نقلها من الدول المتقدمة الى الدول النامية وهي: عالم متقدم وهو العالم الصناعي الرأسمالي. وعالم متخلف وهو العالم النامي، والذى هو مرتبط بالأول بسبب حتمية التحديث والتطور المطالب به.[3]

ويرى هذا الاتجاه أن الانتشار الثقافي بوصفه أسلوبا للتنمية، إذ أنه واستنادا لهذا الاتجاه يتولى الغرب نشر ونقل المعرفة والمهارات والتنظيمات والتكنولوجيا ورؤوس الأموال والقيم إلى الدول المتخلفة، وذلك حتى يتسنى لهذه الأخيرة النهوض بمجتمعاتها وثقافاتها لتلحق بالدول المتقدمة، أي أن التنمية يمكن أن تتحقق من خلال انتقال العناصر الثقافية السائدة في الدول المتقدمة إلى الدول المتخلفة.[4]

---

[1] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص ص59-60.

[2] يوزغاية باية، مرجع سابق، ص113.

[3] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص110.

[4] بوزغاية باية، نفس المرجع، ص113.

كما يميل بعض أصحاب إلى إبراز المعوقات التي تضعف من قدرة الدول النامية على تمثل التجديدات والاستحداثات الوافدة من الغرب، وغالبا ما تتخذ هذه المعوقات إما شكلا بنائيا أو ثقافيا، أي أنها تتعلق بالبناء الاجتماعي والسياسي للمجتمع أو بقيمه السائدة.[1]

وقد أظهرت العديد من الدراسات أن الأفراد الذين لديهم إنجاز طيب يميلون في معظم الأحيان إلى العمل بجدية، ويتعلمون بسرعة، ومسؤوليتهم هي نقل مجتمعاتهم من حالة التخلف إلى حالة التقدم.[2]

والمعاب عل هذا الاتجاه أنه يركز على الجانب المادي والثقافي، وأن العناصر الثقافية الغربية قادرة على تغيير الدول النامية وتطويرها.

4-2-5- اتجاه المكانة الدولية

ومن رواد هذا الاتجاه "لاجوس "و"بارسونز"، الذي ذهب إلى أن الاستقطاب يعد الخاصية الأساسية التي تميز المجتمع الدولي المعاصر وأن الاستقطاب يحدث بين ما يطلق عليه (العالم الحر)، و(الكتلة الشيوعية سابقا).[3] وقدم "لاجوس" إطارا تصوريا يقوم على فكرة أساسية هي أن المجتمعات القومية تشكل نسقا اجتماعيا دوليا، وأن هذه المجتمعات تحتل داخل هذا النسق أوضاعا مختلفة يمكن ترتيبها أو تدريجها في ضوء المركز الاقتصادي والقوة والهيبة. كما يرى أن التفاوتات ظاهرة لا تنطبق فقط على الطبقات الاجتماعية، بل تنطبق أيضا على الأمم.[4]

الملاحظ أن هذا الاتجاه يدرس ظاهرة تخلف الدول النامية في ضوء فكرة النظام أو البناء الدولي، لاكتساب رموز المكانة الضرورية التي تمر بها الدول الصناعية الرأسمالية المتقدمة وهذا قد لا يتوافق مع الوقائع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لكثير من المجتمعات النامية.[5]

وتتمثل أهم الانتقادات التي وجهت لنظريات التحديث هي تبرئة ذمة المجتمعات الغربية من تخلف الدول النامية، إثبات أن النموذج الرأسمالي هو حالة التقدم المثالي في التاريخ، كما تجاهلت هذه النظريات الظروف

---

[1] التابعي كمال، مرجع سابق، ص294.

[2] طارق السيد، علم اجتماع التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية–القاهرة، 2007، ص60.

[3] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص114.

[4] التابعي كمال، نفس المرجع، ص301.

[5] فكرون السعيد، نفس المرجع، ص114.

التاريخية للدول النامية، كذلك سعت هذه الاتجاهات إلى استمرار تبعية الدول النامية للدول المتقدمة وجعل التقدم مرادفا لمحاكاة الغرب.[1]

ومن خلال ما تم عرضه يمكن القول أن نظريات التنمية يغلب عليها الطابع المادي والاقتصادي، على الرغم من تطورها فيما بعد إلى نظريات سياسية أسست للفكر التنموي، هذا التطور الذي كان على حساب الجانب البشري.

[1] طلعت مصطفى السروجي وآخرون، مرجع سابق، ص ص92-93.

خلاصة

تعد التنمية من القضايا الرئيسية التي لها أهمية كبيرة في العالم، والدليل على ذلك هو الكم الهائل من الدراسات والأبحاث التي نشرت بهدف فهم مشكلة التنمية والتخلف ولهذا تعددت الاتجاهات النظرية التي تحاول التصدي لهذه المشكلة.

وعليه يتضح مما سبق ذكره أن الكثير من القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تعايشها المجتمعات النامية اليوم، تشكل تساؤلات صعبة أكثر مما تشكل حقائق اجتماعية. الأمر الذي جعل العلماء يهتمون بهذا الموضوع في مجال البحث السوسيولوجي، لذلك فقد جاءت نظريات التنمية كرد فعل طبيعي للتغيرات التي شهدتها المجتمعات وخاصة النامية. فالتحديات والرهانات الحالية أصبحت تفرض على المجتمعات النامية إعادة النظر في الاستراتيجيات التي أتبعت والمتبعة في الوقت الحاضر، وهذا من خلال تحليل معمق وتقييم نقدي وموضوعي لكافة العناصر المادية والاجتماعية الموظفة، وطبيعة الأهداف الواجب إنجازها وفق رؤية اقتصادية واجتماعية شاملة، تترجم بصورة ديناميكية وفعالة مبدأ التعددية التي من شأنها تحقيق التوافق في المفاهيم والآليات والأهداف للمجتمعات الإنسانية مهما كان مستوى تطور كل واحدة منها.

الفصل الخامس: التخطيط الإعلامي التنموي ودوره في المجتمع المحلي

تمهيد

أولا: الإعلام التنموي

1- خصائص الإعلام التنموي

2- وظائف الإعلام التنموي

3- متطلبات نجاح الإعلام التنموي

4- دور الإعلام التنموي في تنمية المجتمع

5- معوقات الإعلام التنموي

ثانيا: التخطيط الإعلامي والتنمية

1- أهمية التخطيط الإعلامي

2- أهداف ووظائف التخطيط الإعلامي

3- عناصر عملية التخطيط الإعلامي

4- مثبطات التخطيط الإعلامي في الدول النامية

ثالثا: تنمية المجتمع المحلي

1- تعريف تنمية المجتمع المحلي

2- مبادئ تنمية المجتمع المحلي

3- أهداف تنمية المجتمع المحلي

4- معوقات تنمية المجتمع المحلي

خلاصة

تمهيد

تعد التنمية مجموع العمليات التي يقوم بها المجتمع للتحكم في اتجاه وسرعة التغيير لإشباع حاجاته من أجل الانتقال من التخلف إلى التقدم، لذلك فإن نجاح المسار التنموي يتم بالجهود الشخصية والجماعية وتظافر مختلف المؤسسات وأبرزها وسائل الإعلام لأنها من أبرز عوامل الدعم للسياسات والخطط التنموية.

وعليه يعد الإعلام التنموي العنصر الفعال والضروري في تطوير المجتمع وتنميته، فهو عين الحقيقة التي يرى بها المواطنون ما يدور في مجتمعهم. والتنمية مهما توفرت على خطط وبرامج فلن تكون قادرة على تنفيذها دون إعلام متوافق مع مضامين هذه الخطط، لأن التخطيط الإعلامي يضم رسم الخطط ووضع البرامج وتنسيقها ومتابعتها وتقويم الأداء، بحيث تساهم التغطية الإعلامية المتعلقة بالتنمية إلى تزويد الجماهير بالحقائق، والمعلومات الفورية والسعي إلى تنشئة مجتمع قائم على مفاهيم تنموية تخدم أهداف التنمية ومصالحهم في نفس الوقت.

وعلى ضوء ما سبق فإن هذا الفصل قد عالجنا فيه شقين الأول ويتعلق بالإعلام التنموي بوصفه العامل الأساسي في التنمية من خلال التطرق لخصائصه، ووظائفه، ومتطلبات نجاح الإعلام التنموي، كذا دور الإعلام التنموي في تنمية الواقع والمجتمع. لنصل للشق الثاني وهو التخطيط الإعلامي والتنمية باعتبار التخطيط أساس نجاح الإعلام التنموي، حيث عرجنا على أهميته، وأهدافه ووظائفه، كذلك تطرقنا لعناصر عملية التخطيط الإعلامي وأخيرا مثبطات التخطيط الإعلامي في الدول النامية.

أولا: الإعلام التنموي

1- خصائص الإعلام التنموي

يتميز الإعلام التنموي بمجموعة من الخصائص فهو إعلام شامل يرتبط بالجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية والتربوية، ويسعى إلى إقناع الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي لتحقيق أهداف التنمية، وهو إعلام يرتبط بخطط التنمية ويدعم نجاح هذه الخطط.

- وإعلام تتعدد أبعاده لتشمل الأبعاد الصحية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية.[1]
- كما تكمن أهمية الإعلام التنموي في الدفع قدماً نحو الأمام لمسار التنمية وإنجازها بالشكل المطلوب، ولتوضيح هذه الحقيقة يبين "د. حسنين توفيق" بقوله: "إن إنجاز التنمية يفترض تعبئة الموارد الذاتية للمجتمع وفق استراتيجية واضحة ومدروسة لكيفية تحقيق التنمية وحصر أولوياتها من ناحية وتوسيع نطاق المشاركة الشعبية من ناحية ثانية وإنشاء وتحديث الأجهزة والمؤسسات التي تنهض بالدور الرئيسي في تنفيذ الخطط والبرامج التنموية من ناحية ثالثة وتحقيق قدر من العدالة في توزيع أعباء التنمية وعوائدها من ناحية رابعة.[2]
- كذلك يتميز بأنه نشاط إعلامي هادف يسعى بالدرجة الأولى لتحقيق أهداف اجتماعية مستوحاة من حاجات المجتمع الأساسية، فهو إعلام مبرمج ومخطط يرتبط بخطط التنمية ويدعم نجاحها، والهدف منه مخاطبة الرأي العام وإقناعه بضرورة التغير الاجتماعي الذي تقتضيه التنمية.[3]
- وهو 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.
- كما أنه إعلام معاصر لكل التطورات التي تطرأ على الوسائل الإعلامية وتقنياتها الحديثة ويبحث دائما عن أحدث وأسرع السبل للوصول إلى الجمهور بطرق متنوعة. ويتخذ وسائل متعددة لغرض تحقيق دوره

---

[1] نش عزوز، بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص70.

[2] الجاسم المحمود جمال، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، م (20)، ع (2)، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، 2004، ص 251.

[3] برقوق سالم، زوبيري رمضان، الإعلام التنموي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة دراسات، ع(2)، 2015، ص82.

التنموي أهمها التلفاز ، الإذاعة، صحافة مطبوعة، صحافة إلكترونية، مطويات، أفلام قصيرة، ملصقات، صحف، ملفات.

- [1] كما يقوم الإعلام التنموي بوظائف متعددة نذكر منها: الإخبار حيث يقوم بنقل الأخبار بمختلف أنواعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية سواء كانت محلية أم عالمية، وقد ساعد التطور التقني هذه الوسائل وانتشار الفضائيات على جعل العالم قرية كونية.[2]

- ويعمل على توسيع الآفاق الفكرية ولفت انتباه الناس على القضايا العامة باعتبار التنمية تتطلب قيّما ومعايير ومعتقدات اجتماعية متجدّدة، فنظام الاتصال هو أداة للتغير نحو نظام اجتماعي شامل. والتأثير في اتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استشعار بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية وأكثر استعداد لحلها.[3]

- بالإضافة إلى اختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية. وتعليم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التحديث والتطوير لا سيما الجرأة وانتقاد الخطأ وانتقاد المسؤول الذي يخطئ، وعدم الخوف منه.[4]

- وتتمثل المهمة الرئيسية للإعلام التنموي في تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات في التنمية التي تمكن المختصين التحقق منها، كما يعتمد على توجيه الأفراد وتشجيعهم على القيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم والوعي بمشكلاتهم، ولضمان أداء جيد للإعلام التنموي يتطلب وجود تخطيط إعلامي يمتاز بالشمولية والتكامل لأنه لا تنمية بدون تخطيط إعلامي، إضافة إلى توسيع دائرة جهود المؤسسات الإعلامية من خلال وحدة العمل الإعلامي.[5]

- والإعلام التنموي مبرمج ومخطط يرتبط بخطط التنمية ومصالح المجتمع، فهو يتخذ وسائل متعددة لتحقيق دوره التنموي أهمها (الإذاعة والتلفزيون).[6]

---

[1] نش عزوز، بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص70.

[2] حجاب الحربي فوزية، مرجع سابق.

[3] نش عزوز، بوهالي حفيظة، نفس المرجع، ص71

[4] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص53.

[5] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص189.

[6] سيد عبد الرحمان محمد نجلاء وآخرون، مرجع سابق، ص ص 53-54.

2- وظائف الإعلام التنموي

يقوم الإعلام التنموي بوظائف متعددة باعتبار التنمية محور الارتكاز لوسائل الإعلام في المجتمع، وتتمثل هذه الوظائف في:

- **الإخبار:**

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

- **الإعلام والتعليم:**

حيث تقدم وسائل الإعلام نوعا من المعلومات المنهجية لتدعيم عملية التعليم الرسمي، أو معلومات تكسب المرء مهارات جديدة ا إطار التعليم غير الرسمي.[1] ومهمة توفير المعلومات تقتضي من العاملين في حقل الإعلام خاصة في الأقطار النامية، السعي المتواصل لمعرفة مصادر المعلومات واختيار دقيق يسمح لهم بالتأثير والفاعلية على الصعيد الجماهيري، وبما يخدم أهداف التنمية ومخططاتها.[2]

- **الرقابة:**

حيث تلعب وسائل الإعلام دورا مساندا للحكومة الرقابية والإشراف على البيئة، التي يتم فيها الاتصال وذلك لكشف ما يهدد قيم المجتمع وما يؤثر فيها، كما تدافع على مصالح الناس، فهي تعمل على كشف الفساد والفشل في إدارة المشاريع وتنفيذها.

- كما تعمل وسائل الإعلام على ترابط المجتمع، والحفاظ على كيانه ومعتقداته وتوحيد أهدافه وربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض وربطهم بحكومتهم.[3]

---

[1] حجاب الحربي فوزية، مرجع سابق، ص14.

[2] فريجات نسيبة، سبتي رشيدة، الإعلام وتعزيز قضايا التنمية المستدامة، ع(3)، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، 2013، ص144.

[3] مانع ربيعة، كنعان وفاء، مرجع سابق، ص 494.

- يعمل على توسيع الآفاق الفكرية ولفت انتباه الناس على القضايا العامة، باعتبار التنمية تتطلب قيم ومعايير ومعتقدات اجتماعية متجددة، فنظام الاتصال هو أداة للتغير نحو نظام اجتماعي شامل.
- التأثير في اتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات، لجعلهم أكثر استشعار بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية وأكثر استعداد لحلها.[1]
- 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 الجرأة وانتقاد الخطأ وانتقاد المسؤول الذي يخطئ، وعدم الخوف منه.[2]
- تكوين الآراء والاتجاهات، حيث تعد تكنيكا خاصا 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، من هنا لجأت إلى التنوع في برامجها من حيث الشكل والمضمون، فالدور الترفيهي له أهمية كبيرة في العملية التنموية برغم، حيث يمكن من خلاله بث قيم تنموية ونماذج للاحتذاء تساعد على دعم العمل التنموي، كما يعمل على الحفاظ على جمهور الوسيلة الإعلامية.[3]

- **الإعلان والترويج:**

وهي من الوظائف الرئيسية للاتصال لخدمة المنتج والمستهلك، والوسيلة التي يتم فيها الإعلان بما ينشط الحركة الاقتصادية والتجارية والوطنية والعالمية.[4]

---

[1] نش عزوز، بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص71.

[2] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص53.

[3] Rabeaa' Manaa' Alhamdany, Wafaa Kanaan Khudhur, The Mass Media and its Roles in Achieving the continuing Development Viewpoint at universities Instructor's, Route Educational & Social Science Journal, Volume 6(3), February 2019, p494.

[4] حجاب الحربي فوزية، مرجع سابق، ص15.

ويرى "محمد منير حجاب" أن هناك خمسة متغيرات تؤثر على ممارسة وسائل الإعلام في المجتمعات النامية، وظيفتها التنموية في إطار الوظائف العامة والخاصة، تتضمن البعد البيئي والذي يشمل الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تمارس من خلالها وسائل الإعلام وظائفها، كما نجد البعد الحضري حيث تختلف وظائف الاتصال في الريف عن البادية، إضافة إلى البعد التنموي ويشمل الجوانب المختلفة للتنمية، كذلك بعد الوسائل وبعد الجمهور. وتستهدف وسائل الإعلام للقيام بدورها زيادة تفهم مشكلات التنمية، إقامة روح التضامن في بذل جهود مشتركة، وزيادة قدرة الرجال والنساء على تولي أمر تنميتهم.[1]

3-متطلبات نجاح الإعلام التنموي

لتحقيق خطة تنموية إعلامية وأجندة عمل ولتحقيق دور الإعلام في التنمية لابد من ضرورة انطلاق وسائل الإعلام من أهداف واضحة تضمن المشاركة الفعالة للجمهور في اتخاذ القرارات وإشباع حاجاتهم، إضافة إلى تحديد المعوقات لدى القائمين بالاتصال وتحديد الأدوار وفق خطة اتصالية برامجية محكمة، ومن ثم تحديد الجمهور المستهدف من حيث مناطق توزيعه الجغرافي وتحليله والتعرف على الوقت المناسب للرسالة التنموية، كذلك من متطلباته تحديد الحجج والبراهين الاتصالية والإقناعية، بما يساعد على المشاركة المجتمعية في التنمية، كما يجب تحديد الإمكانيات المادية والبشرية.[2]

فالإعلام التنموي يتطلب نشاطا شاملا ومخططا ومتعدد الأبعاد، حيث يخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في التنمية والاهتمام بالجانب الاقتصادي، من خلال تقديم الصورة طبيعية من التوجهات المستقبلية للاقتصاد الوطني، والتعريف بأهم نشاطاته، وتشجيع حركة التبادل الاقتصادي بشتى مجالاته والتي تعزز أهمية ودور التنمية.[3]

إضافة إلى وجود مشروع تنموي واضح تتبناه وسائل الإعلام وتدعو إليه، مع توفر مناخ ديمقراطي يكفل الحوار والمشاركة لكافة القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية فلا إبداع في التنمية بدون حرية، كما لا ننسى المصداقية الإعلامية التي تتحقق من خلال المعالجة الإعلامية الشاملة والمتوازنة والمستندة إلى

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 84-85.

[2] نش عزوز، بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص72.

[3] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص 190.

قاعدة بيانات صحيحة تتلاءم مع الحاجات الواقعية والمتطلبات.[1] ولتحقيق قدر عال من الفاعلية للممارسات التنموية يتطلب ضرورة التعرف على الأبعاد المختلفة لسياسات التنمية في مجال الإعلام، وكذلك ضرورة تحديد الجهات المسؤولة عن رسم وتنفيذ هذه السياسات، لذلك يستلزم مشاركة وسائل الإعلام في رسم وتخطيط السياسات العامة للإعلام التنموي.[2]

ومن متطلبات نجاح دور الإعلام التنموي أيضا توافر مناخ ديمقراطي يكفل الحوار والمشاركة لكافة القوى السياسية والاجتماعية، توفر قدر معقول من الحرية والاستقلالية، كذلك لابد من المصداقية الإعلامية، كما يجب أن تحمل وسائل الاتصال الخطاب التنموي من السلطة إلى الجمهور وتنقل احتياجات ومطالب الجمهور إلى صانع القرار، كذلك ينبغي أن تعنى وسائل الإعلام بالمعالجة الميدانية لقضايا ومشكلات التنمية، إيجاد تخصصات إعلامية تخدم التنمية وتدريب الإعلاميين في تلك التخصصات، وينبغي أن تقدم الإيجابيات والسلبيات دون مبالغة أو تضخيم، وتجنب تسييس قضايا التنمية.[3]كما يتطلب فهم طبيعة الاتصال الذي يؤدي إلى إدراك أنها عملية مشاركة يكون فيها الاهتمام بجمهور المتلقين، وهذا أمر مهم في نجاح هذه البرامج التي تتعلق بالتنمية. كذلك فهم نظريات التأثير لوسائل الاتصال على المستوى الفردي والمجتمعي، وما تقدمه من فهم لطبيعة وميزات كل وسيلة من وسائل الاتصال، وما تقدمه من فهم للمتغيرات التي تؤثر على عملية الاتصال ومن أهمية لتخطيط الاتصال القائم على البحوث التجريبية والميدانية.[4]

ولا يمكن تفعيل الإعلام التنموي بمعزل عن التوجه نحو إنشاء صناعة إعلامية تنموية والنظر للإعلام كقطاع منتج أكثر منه استهلاكي .ولا يخرج عن هذه القواعد الباحث "شرام" في كتابه "أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية "بدعوته إلى إنشاء صناعة للاتصال من خلال الاستثمار الجيد، وإقامة علاقات تعاون بين أجهزة الدولة المسؤولة عن خطط التنمية والأجهزة الإعلامية، واستعراض القيود المفروضة على المواد الإعلامية، وتفحص تدفق إعلام التنمية ضمن حدود الدولة، وتهيئة العاملين للتدريب، ومحاولة التعرف على تجاوب الجمهور مع وسائل الاتصال ومراعاة العلاقة بين وسائل الاتصال والنواحي الأخرى للتنمية.[5]والتخطيط

---

[1] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص102.

[2] عبد الرحمان عواطف، إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص ص71-72.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 92.

[4] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص 190.

[5] الجاسم المحمود جمال، مرجع سابق، ص ص 259-260.

للإعلام التنموي يحتاج لمقومات أساسية وضرورية، من خلال الوعي الاجتماعي بالظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ومراعاة المتغيرات التي يقع بعضها في دائرة المتغيرات الاتصالية من مرسل – مستقبل – رسالة – جمهور وعناصر تشويش ورسائل منافسة في المجتمع.[1]

والعملية الاتصالية في مجال التنمية تتطلب تحديد عناصرها على النحو التالي:

1- القائم بالاتصال:

يتمثل المرسل في العملية الاتصالية الخاصة بقضايا التنمية في السلطات الحكومية، المستثمرين، الإعلاميين ... وقد يكون المرسل هو المواطن الذي يعبر عن انشغالاته الخاصة بقضية تنموية معينة من خلال شكاوى أو تقارير.

2- الجمهور:

هو المتلقي للرسالة الاتصالية التنموية والذي يجب معرفة معالمه بدقة بتحديد أبعاده واتجاهاته وانتماءاته ومستواه الثقافي وموقعه الجغرافي ... وهذا لصياغة الرسالة الاتصالية وفقا للأهداف المسطرة.

3- الرسالة الاتصالية:

يجب إعدادها وفق حجج وأدلة ومعطيات مقنعة مع مراعاة للمتلقي بكل خصوصياته.

4- الوسائل الاتصالية:

هي القناة التي يستخدمها المرسل من أجل توصيل أفكاره.

5- رجع الصدى:

إن التغذية العكسية هي دليل على وصول الرسالة إلى المتلقي وردود أفعاله في تبني سلوكات معينة، واتخاذ مواقف حيال المشاريع التنموية هي من الأهداف التي يرمي إليها المرسل.[2]

4- دور الإعلام التنموي في تنمية المجتمع

يعود الفضل تاريخيا في نشأة هذا النوع من الإعلام، إلى الباحث "ولبر شرام" الذي ألف كتابا في وسائل الإعلام والتنمية، وهو يرى أن الإعلام التنموي فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي، "وهو قادر على إحداث التحول الاجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث، يتم فيه وضع النشاطات المختلفة لوسائل

[1] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص 190.

[2] صفرة إلهام، فندوشي ربيعة، مرجع سابق، ص ص9-10.

الإعلام في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة، أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع، بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا".

فالإعلام يشكل دورا كبيرا في عملية التنمية الشاملة في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ويواكب كافة التطورات في كل القطاعات، حيث تواجه المؤسسات الإعلامية على اختلاف أنواعها تحديا كبيرا لدعم مسيرة التنمية الشاملة، فهي تتطلب إبداعا كبيرا وبراعة إعلامية، ومتخصصين في الحقول الإعلامية المتعدد للحصول على مخرجات كبيرة يقع على عاتقها التقدم وتحقيق الأمن والاستقرار.[1]

وتتحدد أهم ملامح الإعلام التنموي، وهي ملامح أساسية فيه بإجماع العديد من الأكاديميين والباحثين والمتخصصين في علوم الإعلام، كالآتي :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 . ويظهر 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. كما يساهم الإعلام التنموي في تلقين الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تقتضيها عملية التحديث والتطور، لاسيما الجرأة وانتقاد المسؤولين وعدم الخوف منهم . ويشارك الإعلام التنموي في تنمية المجتمع المباشرة من خلال شتى الأنشطة والإسهامات، كمحو الأمية الهجائية، وتنظيم الدورات التكوينية، والتثقيف النسائي، والتربية، وغيرها، فكلما 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.[2]

كما يعمل الاعلام التنموي على التمهيد للخطط والبرامج والسياسات التنموية التي تتخذها الدولة، وتواكب عملية تنفيذ الخطط والبرامج، وتعمل على شرح معانيها ومصطلحاتها للجمهور، وتتعقب نتائجها بعد التنفيذ، وتكشف عن مواطن الخلل وتقوم بتصحيح الأخطاء.

ويقوم الاعلام التنموي بدور اجتماعي من خلال تحويل وتعديل موقف الناس، وتصرفاته إزاء مسائل ومواضيع التحديث والتطوير، لا سيما إصلاح الإدارة وإصلاح القضاء وتطوير التشريعات ومحاربة الفساد

[1] محمد القاسمي، المصطفى عمراني، مرجع سابق، ص 191.

[2] التجاني بولعوالي، أي دور للإعلام في التنمية المحلية؟، 2018/02/11، 10:48، https://www.nadorcity.com

والمشاركة بالرأي، توسيع الآفاق الفكرية عند الناس من خلال منظور جديد يتطلب منهم اعتماد وسائل جديدة أكثر عصرية، واعتماد انماط سلوكية واساليب عمل أكثر تطورا، وإشعارهم بأن التحديث والتطوير وما يتضمنه من أهداف ومبادئ هو الكفيل لتلبية حاجاتهم. كما يقوم بدور سياسي مهم وذلك من خلال تقوية الأواصر بين القيادة والناس، ومن خلال توسيع الحوار بين جميع أفراد المجتمع وبين المجتمع والدولة. فإنه يهدف إلى تأكيد أهمية مبدأ الوحدة الوطنية وتوسيع دائرة الحوار السياسي، ودفع الناس باتجاه المشاركة السياسية واتخاذ القرار وتوضيح الأبعاد الوطنية للتنمية. ومن الناحية الثقافية يسعى في خلق الظروف المواتية للتنمية ودعم التحولات الاجتماعية، وترسيخ التطورات الإيجابية في مجال التعليم، والاهتمام بالتربية جنبا إلى جنب مع التطور الاقتصادي والاجتماعي، فالتنمية عملية إنسانية حضارية ونسبية. وهكذا فالإعلام التنموي يهدف إلى خدمة قضايا المجتمع وأهداف عامة أخرى، فهو يسعى في تحقيق أهداف وغايات اجتماعية مستوحاة من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الحيوية. ويسهم أيضا في ترسيخ الوعي الحقيقي بالتنمية القائم على المصارحة وتقديم الحقائق، ومن ثم تبني الخطط التنموية اللازمة. كما يؤدي الاعلام التنموي دورا تثقيفيا كبيرا من خلال رفع المستوى الثقافي للناس وتعليمهم.[1]

ويعتبر الإعلام وسيلة تعبير رئيسية تعبر عن خطط وأهداف التنمية، وتوفر لها البيئة الملائمة التي تهدف لخدمة الإنسان وتوفر له الظروف المناسبة للعيش الكريم، حتى يأخذ دوره في مسيرة التنمية والإصلاح للوصول إلى الأهداف والغايات التي يطمح إليها المجتمع والوصول إليها، وقد انتهجت معظم وسائل الإعلام سياسات إعلامية في كافة المؤسسات وتدعمها من خلال أسس علمية مدروسة، حتى تقوم بدورها المطلوب بشكل فاعل، بحيث تسهم في تلبية حاجة المجتمعات بكافة شرائحها ومصالحه، وتسهم في ترسيخ الوعي الحقيقي بالتنمية القائم على الشفافية وتقديم الحقائق وتبني الخطط التنموية اللازمة في المجتمع.[2]

وتكمن أهمية الإعلام التنموي كوسيلة فاعلة في عملية التنمية الشاملة، أي بمعنى أن التنمية هي القضية الرئيسية والمحورية والسبيل الوحيد للارتقاء بالإنسان وجعله قادرا على مواجهة تحديات الحاضر ومتغيرات المستقبل، ويقوم الاعلام التنموي بمهمة أساسية وكبيرة للتخطيط الإعلامي في مجال التنمية، هي تزويد المجتمع بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها. وبقدر ما يقدم الإعلام من حقائق ومعلومات بقدر ما تحقق التنمية أهدافها، وهذا ما يسمى باسم (الهندسة

[1] عبد الله جاف أميرة، مفهوم الإعلام التنموي ودوره في المجتمع، 2018/02/08، 10:17، http://waseem.sudanforums.net/t595-topic

[2] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص 191-192.

الاجتماعية للإعلام الجماهيري). إن دور التخطيط الإعلامي في التنمية ينصب في تحقيق الأهداف الوطنية والقومية لأن أهم الأسس التي يرتكز عليها منهج تنمية المجتمع هي توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم، والإسهام بفاعلية في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم، وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم وتوعيتهم ليكونوا على إدراك ووعي بمشكلات ببيئتهم. خاصة وأن الدور ينصب على كيفية توجيه الجماهير لخدمة الرخاء ويكمن المنطلق الأساسي للتخطيط الإعلامي في إدراك الاتجاهات المتعارضة لأفراد المجتمع وجماعاته الصغيرة. وعندما ينجح الإعلام في توحيد الاتجاه بين الأفراد والجماعات، فإن المحصلة ستكون توحيد أفراد وجماعات المجتمع نحو هدف واحد عام للمجتمع أو عدة أهداف مجلة جزئية.[1]

ويقوم الإعلام بالدور البنائي من خلال الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام التي تسهم في بناء الفرد والمجتمع، ويستمد هذا الدور أهميته من نظرة المجتمع فهو يهدف لبناء مجتمع سليم، كما يقوم الإعلام أيضا بدور وقائي، إذ يعمل على وقاية المجتمع والمحافظة على البيئة والوقاية من الإشاعات من خلال التوجيه والإرشاد، إضافة إلى دوره العلاجي من خلال المساهمة في علاج المشكلات التي يعاني منها المجتمع فهو يعالج بتأني الأخبار المثيرة.[2]

و يمكن دعم وتعزيز مسار الإعلام التنموي بانتهاج الطرق التالية:

- وضع استراتيجية اتصالية حكومية واضحة تتضمن الاستغلال الأمثل للإمكانات والتقنيات الاتصالية لبناء النمط التفكيري للفرد واستثمار الوعي لديه، بحيث يصبح الإعلام جزء من الخطة التنموية.
- وضع تخطيط إعلامي تنموي من خلال التعرف على الاستراتيجية التنموية للمجتمع و أهدافها، في ظل تقديرات حجم ومصادر الثروة الموجودة في المجتمع مقابل الاحتياجات العامة للأفراد و متطلباتهم، تحديد أهداف الخطة الاعلامية المتصلة بقضايا التنمية، تحديد الجمهور المستهدف من العملية الاتصالية، اختيار الوسائل الاتصالية الملائمة للأهداف التنموية المسطرة وطبيعة الجمهور ونوع الرسالة، إحداث التكامل بين الوسائل الاتصالية المختلفة، إعداد إجراءات التنفيذ و مراجعة الخطة و تقويمها، والتركيز على مقومات النجاح و هي الشمول، التكامل، المرونة، الاستمرارية، التكلفة، ويسر الأداء.
- ضرورة توفر وسائل إعلام مركزية ومحلية لتشجيع الجماهير على التغيير وتعلم مهارات جديدة.[3]

---

[1] عبد الله جاف أميرة ، مفهوم الإعلام التنموي ودوره في المجتمع، 2018/02/08، 10:17، http://waseem.sudanforums.net/t595-topic

[2] مانع ربيعة، كنعان وفاء، مرجع سابق، ص 493.

[3] صفرة إلهام، فندوشي ربيعة، مرجع سابق، ص ص 16-17.

ولإبراز دور الإعلام في دعم التنمية يمكن أن نتناول الجوانب التالية:

- **الإعلام والتنمية السياسية:**

ويمكن تلخيصها في رأي عام قوي، ثقافة سياسية حقيقية، مشاركة سياسية فعالة، والاعلام يقع على عاتقه الجزء الاكبر في تحقيق تلك الملامح. فالصحافة الحرة النزيهة هي ضمير الشعب وصوته الجمهور وقلبه النابض، فالصحافة الصادقة الموضوعية تكون قادرة على اكتساب ثقة الشعب، فتستطيع بما تعرضه من أحداث وأخبار بشكل موضوعي دون محاباة أو مبالغة او تقصير تشكيل الوعي السياسي لدى المواطن.[1]

وعليه يمكننا حصر الأدوار التنموية لوسائل الإعلام في المجال السياسي في:

- تدعيم الشعور بالولاء والانتماء إلى أمة، وأن يدرك المواطنون مصلحتهم المشتركة لتحقيق الأهداف، كما تحقق التكامل السياسي بتأسيس هوية قومية موحدة تمثلها دولة قومية.
- ترسيخ قيم الثقافة السياسية التي تساعد على زيادة مدارك المواطنين، وتحفيزهم على المشاركة السياسية.
- تهيئة الجماهير للتغيرات التي ستحدث وتفسيرها ومساعدة الجماهير على فهمها والتكيف معها، ويضيف "شرام" أنه على الدولة النامية أن تنشر على أوسع نطاق سياستها الجوهرية.
- تهيئة المناخ لممارسة تعددية فعلية، وتأكيد احترام الرأي الآخر في تعامل الأحزاب.[2]

- **الإعلام والتنمية الثقافية والاجتماعية:**

هي تنمية بشرية وثقافية تستلزم إحداث تغييرات جوهرية في السلوك والاتجاهات والمعتقدات والقيم وطرق التفكير. وتعني رفع المستوى الثقافي لدى المواطنين وتأصيل العادات والقيم الاجتماعية الصحيحة، ونبذ تلك القيم والعادات التي لا تتلاءم مع طبيعة المجتمع، لذلك فالإذاعة عليها مسؤولية تثقيف الشعب ونشر الوعي بين المواطنين وتنقية العقول... من خلال إثارة الاهتمام وتركيز الانتباه على عادات وممارسات وأساليب تكنولوجية جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وأنماط سلوكهم.[3]

والتنمية الاجتماعية هي عملية تنمية بشرية في المقام الأول تستهدف إحداث تغيير جوهري في الأفكار والقيم والسلوكيات، لما يتماشى وأبعاد التنمية وتوازنها واستمراريتها. ويعتقد "باي" أن الاتصال هو نسيج

---

[1] محمد محمود السيد، دور الإعلام في التنمية، الحوار المتمدن، ع(3555)، 2011، 2018/02/08، 17:35، http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=284572

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 87-88.

[3] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص58.

المجتمع الإنساني، وأن بناء نظام الاتصال بقنواته المحددة هو هيكل التكوين الاجتماعي الذي يغلفه، وأن سريان وسائل الاتصال يحدد اتجاه وسرعة وديناميكية التنمية الاجتماعية، وعليه فمن الممكن تحليل كل عملية اجتماعية على أنها بناء ومضمون وسريان الاتصال.[1]

ولعل أهم دور يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام وخاصة الإذاعة هو المساهمة في رفع 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. وعلى وسائل 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..[2]

كما يقوم الإعلام بتحويل وتعديل موقف الناس وتصرفاتهم إزاء مواضيع التحديث والتطوير لاسيما الإصلاح الإداري وإصلاح القضاء ومحاربة الفساد والمشاركة بالرأي والعمل بكل ما يخدم العملية التنموي.[3]

ويضيف "علي عجوة" أن دور وسائل الاتصال في مجتمعاتنا لابد أن يمس في جانب التنمية الاجتماعية الدعوة إلى ترشيد الأنماط السلوكية السائدة، كما لابد أن تحرص على بث القيم الروحية والأخلاق الفاضلة بين المواطنين، فالتنمية تعتمد أساسا على الإنسان الصالح المؤمن بدينه بكل ما يتضمنه من قيم وفضائل. كما لابد لها أن تتصدى للقيم والعادات السلبية.[4]

- **الإعلام والتنمية الاقتصادية:**

لا شك أن التنمية السياسية والتنمية الثقافية والاجتماعية تخلق تنمية اقتصادية، ومن خلال دور الإعلام في التنمية السياسية والثقافية فإنه وبلا شك يصبح له دور التنمية الاقتصادية.[5] حيث يساهم الإعلام في تعريف 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

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 88.

[2] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص 58.

[3] برقوق سالم، زبيري رمضان، مرجع سابق، ص ص 83-84.

[4] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 89.

[5] محمد محمود السيد، مرجع سابق.

من خلال توعية مواطنيه بإرشادهم في المجال الزراعي، وتمكينه من الاستفادة من الوسائل الحديثة للإنتاج، وتدريبه على مهارات جديدة. وعلى الإعلام هنا أن يهتم بعرض المشاكل والحلول الخاصة بعوائق التنمية الاقتصادية في المجتمع.[1]

ويمكن حصر الوظائف التنموية الاقتصادية لوسائل الاتصال في زيادة تفهم المواطنين لمشكلات التنمية وقضاياها وتهيئة المناخ للتنمية الاقتصادية، من خلال تركيز الاهتمام على قضايا التنمية وتوجيه الاهتمام بسلوك جديد قصد التغيير، كذلك إثارة الطموحات بتشجيع المواطنين ورفع مستوى إنجازاتهم وإنتاجهم، إضافة إلى توسيع وزيادة دائرة المناقشة حول خطة التنمية بهدف تحقيق المشاركة القومية، ومن بين الوظائف أيضا مساندة سياسات وبرامج الإصلاح الاقتصادي من خلال الحوار والتوعية بدواعي الإصلاح، والتركيز على تعليم مهارات جديدة من أجل التطوير الاقتصادي.[2]

وتساهم وسائل الإعلام بشكل رئيسي في العملية التنموية من خلال المستويات التالية:

المستوى الرسمي ويكون بغرض طرح الحلول العلمية للمشكلات التنموية، وعرض معوقاتها وأهدافها، حيث تعمل وسائل الإعلام على التمهيد للخطط التنموية والبرامج والسياسات التي تتخذها الدولة وتواكب عملية تنفيذ الخطط والبرامج وتعقب نتائجها وكشف الخلل بتقويم الأخطاء.

المستوى الشعبي ويكون بخلق وعي جماهيري بالسياسات التنموية، والتوعية بأساليب النهوض باقتصاد الفرد والأسرة، وذلك بشرح السياسات التنموية بصورة مبسطة يفهمها المواطن العادي والمتخصص.[3]

1- معوقات الإعلام التنموي

هناك عدة معوقات تعترض الإعلام لتأدية مهامه التنموية وتعرقل سير العمل الإعلامي وعدم تحقيق أهدافه

ومن المعوقات الإعلامية في المجتمعات المحلية التي تعرقل دور وسائل الإعلام المحلية في تحقيق برامج التنمية، نجد غياب الاهتمام ببرامج التدريب والمشاركة فيها من قبل أفراد المجتمع، عدم التخطيط الجيد للعديد من البرامج الإعلامية وخصوصا البرامج التنموية، كذلك الرسالة الإعلامية لا تنبع من واقع البيئة المحلية، إضافة إلى عجز الإمكانيات المالية والتي تسهم في التغطية الإعلامية لبرامج التنمية في المجتمعات المحلية.[4]

---

[1] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص58.

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 86-87.

[3] برقوق سالم، زبيري رمضان، مرجع سابق، ص ص 85-86.

[4] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص192.

ومن أهم العناصر المعيقة أيضا لدور الإعلام التنموي، نجد السيطرة الحكومية مما يجعل هذه الوسائل غير قادرة على خدمة الجمهور بشكل فعال، ضف إلى ذلك التخلف العلمي والتكنولوجي والذي يعني العجز في ابتكار وسائل التطوير ومواجهة الصعوبات الفنية التي تطرأ أثناء العمل لذلك فالاختيار التكنولوجي لابد أن يتم في إطار سياسة اتصالية تنموية شاملة مع تخطيط شامل ومواكب لخطط التنمية، ومن المعيقات أيضا التبعية والتأثيرات الخارجية، إذ تعاني الدول النامية من التبعية التكنولوجية والثقافية للمجتمعات الأجنبية في كل ما يتعلق بالبنية الأساسية للإتصال مما يهدد الذاتية الثقافية لشعوب العالم الثالث، كذلك النفوذ التجاري والإعلاني فهذا العامل يتدخل في فعالية دور وسائل الإعلام في التنمية، كما أن عامل الأمية يعد عائقا حقيقيا في وجه وسائل الاتصال في العالم الثالث، ويعتبر تعدد اللغات والثقافات والأديان في مجتمع واحد يجعل مهمة الإعلام التنموي صعبة، كما أن مضمون وسائل الاتصال لا يتناسب واحتياجات الشعوب.[1]

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 93-95.

ثانيا: التخطيط الإعلامي والتنمية

1-التخطيط

يعد التخطيط أحد أساسيات العصر الحديث للنجاح في بلوغ الأهداف، فهو يهتم بالوسائل التي تمكن من بلوغ الهدف على أسس علمية صحيحة استنادا إلى الدراسات العلمية والإحصاءات والبيانات الدقيقة والتجارب السابقة، التي تؤدي إلى كشف المشكلات المتوقعة وإيجاد الحلول السليمة لها قبل تفاقمها.[1]

فالتخطيط عبارة عن جهود عملية وإدارية منظمة تقوم على حشد كافة الإمكانيات المتاحة، وتطويعها لخدمة الاحتياجات الحالية والمستقبلية لتحقيق الأهداف التي ينبغي الوصول إليها في إطار زمني محدد، كما يعتبر التخطيط وسيلة عملية لتصحيح القوى وتنسيق الجهود وتنظيم النشاط داخل إطار تتكامل فيه الأهداف، بحيث يمكن الانتفاع بالأفراد ومعلوماتهم ومقدرتهم العلمية والعملية واستغلال إمكانيات البيئة والاستفادة من خبرات الماضي وتجارب الحاضر للوصول إلى أهداف تقابل احتياجات المجتمع.[2]

ويعرفه "هنري فايول" "بأنه التنبؤ بالمستقبل والاستعداد له"، وهو يقوم على هدف أو أهداف مستقبلية محددة يراد تحقيقها عن طريق التنبؤ بالمستقبل والاستعداد له.

والتخطيط هو "جمع المعلومات التي تساعد على تحديد الاعمال الضرورية لتحقيق النتائج والاهداف المرغوب فيها"، عن طريق وضع مجموعة من الافتراضات حول الوضع في المستقبل، ومن ثم وضع خطة تبين الاهداف المطلوب تحقيقها خلال فترة محددة، والامكانات الواجب توافرها لتحقيق هذه الاهداف، وكيفية استخدام هذه الامكانات بالكفاءة والفعالية المطلوبة.[3]

والتخطيط يمثل تحديد الأهداف ورسم البرامج الكفيلة بتحقيقها في نطاق الإمكانيات المتاحة والمحددة مسبقا.

---

[1] بن سلطان الضويحي عبد العزيز، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004، ص13.

[2] بوكرموش عيسى، استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية الاعلام والاتصال، الجزائر3، 2013.ص 49.

[3] عبيد كمال، التخطيط والتخطيط الإعلامي، دراسات آراء وأفكار، 2014، على الرابط https://annabaa.org/arabic/studies/346، 2019/12/12، 20:05.

وللتخطيط أهمية بالغة تتمثل في أن التخطيط ضروري بسبب التغير: فيجب على كل المؤسسات أن تخطط و ذلك من أجل الوصول إلى غاياتها و أهدافها، فالمسير لا يمكنه أن يضع أهدافه و يتوقف عند ذلك الحد، و إنما عليه أن يعلم بالظروف المستقبلية والنتائج المتوقعة. كما أن التخطيط يركز الانتباه على أهداف المؤسسة: يركز على إنجاز الأحداث التي تسعى إليها المؤسسة ووضع خطة مناسبة لهذه الأهداف، ومراقبة هذه الخطط دوريا و تعديلها و تطويرها في الوقت المناسب تماشيا مع الظروف المستقبلية وبما يضمن أهداف لمؤسسة. إضافة إلى أن التخطيط أساس للرقابة: أي لا يمكن الفصل بين التخطيط و الرقابة فعملية المراقبة تصبح بلا فائدة دون مخططات. كذلك التخطيط يقلص من المخاطر: فهو يسهل عملية انتقال المؤسسة من الحاضر إلى المستقبل. ويسمح للإدارة بالاطلاع على الأجزاء المختلفة في المؤسسة وتحقيق التكامل بين هذه الأجزاء و العمل على التنسيق بينها. كما يساعد التخطيط على التخلص من أسباب المشاكل و التأكيد على الأهداف البعيدة. كذلك يساعد التخطيط في عملية الاتصال: حيث يعمل على إيجاد القنوات الاتصالية المتعدد في كل الاتجاهات كما يساعد في التنظيم، أي أن كل مركز في الإدارة مسؤول عن تنفيذ الخطة، يكون مسؤولا عن أي انحراف حتى يمكن محاسبة المسؤولين عنها.[1]

كما يساعد التخطيط على تحديد الأهداف المراد تحقيقها، ويعمل على تحديد الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الأهداف، فالتخطيط يحاول أن يتوقع الأحداث لتقدير ظروف المستقبل وعدم تركها للصدفة، كما يساعد على تحقيق الاستثمار الأفضل للموارد المادية والبشرية مما يؤدي للإقتصاد في الوقت والتكاليف والجهد، ويساعد على تنمية قدرات ومهارات المديرين في وضع الخطط والبرامج.[2]

وللتخطيط عدة أنواع مقسمة حسب عدة معايير نذكر منها التخطيط:

- حسب المدى الزمني: التخطيط طويل المدى يغطي فترة زمنية أكثر من خمس سنوات ويشترك فيه كل المدراء. والتخطيط متوسط المدى ويغطي فترة زمنية أقل من خمس سنوات و يقوم به أفراد الإدارة الوسطى، فهو وسيلة لتخطي العقبات التي تعترض التخطيط والأجل. والتخطيط قصير المدى ويغطي فترة زمنية أقل من سنة حيث، يحتوي على خطط تفصيلية من التخطيط طويل المدى لحل المشاكل حين حدوثها.

[1] أمجد قاسم، مفهوم التخطيط وأهميته وأنواعه ومراحله، 2021، على الرابط https://al3loom.com، 2022/05/19، 14:20.

[2] بن سلطان الضويحي عبد العزيز، مرجع سابق، ص ص 15-16.

- التخطيط حسب نطاق التأثير: ويتمثل في التخطيط الاستراتيجي وهو تحديد الأهداف الرئيسية طويلة الأجل للمنظمة ورسم الخطط وتخصيص الموارد المتاحة للمنظمة بالشكل الذي يمكن من تحقيق هذه الأهداف في إطار الفرص المتاحة والقيود المفروضة من بيئة المنظمة. التخطيط التكتيكي ويهتم بتقييم صلاحية البدائل المختلفة من الأهداف والاستراتيجيات واقتراح الجديد منها، إذ يتميز بالمرونة في اختيار ومراجعة البدائل. التخطيط التشغيلي وتختص به الإدارة الدنيا ويتم فيها تحديد تفاصيل التخطيط التكتيكي بوضع خط للأنشطة المتكررة في المؤسسة والقابلة للقياس وهذا في شكل تنبؤات.
- التخطيط حسب الوظيفة: ويشمل تخطيط النتاج وهو "القيام بالتنبؤ لوضع خطة تتضمن جميع خطوات تتابع العمليات الإنتاجية بالطريقة التي يمكن من خلالها تحقيق الأهداف المخطط ". التخطيط المالي ويهتم بكيفية الحصول على الأموال من عدة جهات بأقل جهد وتكلفة. تخطيط البيع حيث تقوم المؤسسة بالتخطي للمبيعات وهدفها الأول هو التوصل إلى أفضل طريقة لتصريف السلع التي أنتجتها، حيث تقوم بدراسة أهم نقاط البيع وأهم المتعاملين الذين يضمنون ترويج المنتوج بأقل تكلفة. وتخطيط التموين وهو عملية وضع التقديرات للمواد و اللوازم التي تحتاجها المؤسسة و ذلك في ضوء إمكانياتها.[1]

وطبقا للمفهوم النظري للتخطيط فهناك خطوات رئيسية وأساسية تتمثل في:

- تحديد الأهداف ووسائل تنفيذها: فالهدف الأول من التخطيط هو محاولة تحقيق غرض معين سبق تحديده ويرجى الوصول إليه، ويجب أن يكون الهدف واضح ومحدد ومن الممكن تحقيقه.
- جمع البيانات والإحصائيات: يجب أن يكون لدى القائمين بالتخطيط أكبر قدر من البيانات والإحصائيات المتعلقة بالوسائل والإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطة.
- وضع مجموعة من الخطط البديلة والاختيار بينها: يجب أن تتسم الخطة بالمرونة بحيث يمكن تغييرها.
- تقسيم الخطة الرئيسية إلى خطط فرعية وتحديد المدة الزمنية لتنفيذها ووضع أولويات التنفيذ.
- إذاعة الخطة داخل المنظمة والإعلان عنها: حيث يجب إحاطة كل مسؤول عن تنفيذ الخطة بتوجهات الخطة وأهدافها.
- متابعة الخطة وتقويمها: حيث تتولى الأجهزة التنفيذية متابعة الخطة أول بأول وتقييم نتائجها وما أحرزته من تقدم.[2]

---

[1] أمجد قاسم، مرجع سابق.

[2] بن سلطان الضويحي عبد العزيز، مرجع سابق، ص ص 23-24.

4- أهمية التخطيط الإعلامي في التنمية

يعتبر التخطيط الإعلامي عملية يتم فيها تعبئة وتنسيق وتوجيه كافة الموارد والطاقات الإعلامية المادية والبشرية، من أجل تحقيق أهداف إعلامية محددة بدقة، في فترة زمنية، وتتم هذه العملية بالتفاعل مع البيئة أو المحيط الاجتماعي الذي تتم فيه.[1]

ويقوم التخطيط الإعلامي على توفر المعلومات بشأن الموارد المادية والإمكانيات البشرية، وعن الخطط الشاملة، والقضايا التي تخص المجتمع، إضافة إلى وضع سياسة اتصالية واضحة المتمثلة في مجموع المعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة أشكال الاتصال لتحقيق أفضل النتائج، كما يجب تحديد الأولويات والأهداف العامة للخطة الإعلامية ووصول الوسائل إليها من خلال توجيه كافة الإمكانيات صوب تحقيقها، والتخطيط الإعلامي عملية مستمرة ومتكاملة إذ لابد من تتابع الخطط في إطار التخطيط، كذلك ضرورة التنسيق والمرونة بين الخطط الإعلامية ومتابعتها.[2] ولذلك لابد من هيئة قومية تشكل بمنتهى الدقة، ويتحقق فيها التكامل بين المفكرين والمنفذين وتقديم العون المادي لتسيير وتدفق العمل الإعلامي.[3] ومن العوامل التي تتيح معرفة اتجاهات التنمية والخطط والتنبؤ بنتائجها بصورة عامة هي طبيعة السلطة السياسية وإيديولوجية النظام السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي القائم، إضافة إلى نمط الإنتاج والتكوين الاجتماعي السائد، وكذا الإمكانات المادية والبشرية والمالية المتاحة، كما يجب تحديد أولوية القطاعات التي يجب تنميتها، ومعرفة معوقات التنمية والتخطيط، وتحديد الأهداف الرئيسية والوسيطة لخطط التنمية.[4]

لذلك يعد التخطيط الإعلامي جزءا من التخطيط القومي الشامل للتنمية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي حيث لا يتصل التخطيط الإعلامي فقط بالتغير المادي، بل بالمتغيرات النفسية والاجتماعية والمعنوية والثقافية لدى أفراد المجتمع أيضا. وقد يختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع لآخر وفقا للمفاهيم والثقافة

---

[1] أمين سعيد عبد الغني، إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد المعرفة، ط1، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص62.

[2] عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد عبيد، إدارة المؤسسات الإعلامية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006، ص ص131-151.

[3] مجدي أحمد محمد عبد الله، مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص191.

[4] حميد جاعد محسن، التنمية والتخطيط الإعلامي في العراق، دار الحرية للطباعة – الدار الوطنية للتوزيع والإعلان، بغداد، 1979، ص ص18-20.

السائدة ووفقا للاستراتيجية العامة للمجتمع، والتي تتضمن الأهداف العليا للمواطن والوطن، وللاستراتيجية الإعلامية التي تستوعب هذه الأهداف، حيث يمثل التخطيط أيضا ضرورة مهمة لإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها البلدان النامية، وقد ترجع أهميته إلى كونه الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية بطريقة علمية وإنسانية لتحقيق الرفاهية والتقدم لكل أفراد المجتمع.[1]

إن العلاقة بين التخطيط الإعلامي وبرامج وخطط تنمية المجتمعات المحلية هي علاقة عضوية لأن أهم الأسس التي يرتكز عليها منهج تنمية المجتمع هي توجيه أفراده لمساعدة أنفسهم والمساهمة بفاعلية في الجهود التي تبذلها الحكومات المركزية أو المحلية لتحسين مستوى معيشتهم وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم المحلي. ويعتبر التخطيط الإعلامي تخطيطا لجزيئات من كل متكامل هو التخطيط للتنمية الشاملة والمحلية، وهذه الحقيقة تؤكدها دراسة "ولبر شرام" على مائة دولة من الدول النامية لدراسة العلاقة بين الاتصال بالجماهير والتنمية، وتوصل "شرام" أن معامل الارتباط بين النشاط التنفيذي الذي تجريه وسائل الاتصال بالجماهير وبين نتائج تنفيذ الخطط العامة للتنمية متضمنة برامج التنمية المحلية قد وصل 72% . لذلك فقد أصبحت الدول النامية تتخذ بنفسها القرارات الخاصة بالقضايا الرئيسية بما فيها قرارات التنمية في مجالاتها المختلفة.[2]

ويمر التخطيط الإعلامي بثلاثة مراحل تتمثل المرحلة الأولى في التخطيط والتحليل والهدف منها جمع المعطيات عن المتغيرات وتحليلها، ثم المرحلة الثانية تنفيذ الخطة الإعلامية وفيها يجب مراعاة مقومات الاتصال الأربعة: القائم بالاتصال، الرسائل الاتصالية، سياسات الإنتاج الإعلامي (دعم – دفاع)، والوسائل الاتصالية، أما المرحلة الثالثة فتتمثل في متابعة وتقييم سير الخطة الإعلامية من خلال معرفة مدى النجاح في تطبيق الخطة الإعلامية والاستفادة من التجارب والخبرات السابقة.[3]

ولقد ميز الباحثون أنواع من التخطيط الإعلامي مقسمة كما يلي:

---

[1] الحربي فوزية، مرجع سابق، ص19.

[2] منير حجاب محمد، مرجع سابق، ص ص104-106.

[3] سيد عبد الرحمن محمد نجلاء، مرجع سابق، ص 55.

2-1- تخطيط الاتصالات:

حيث يتعامل تخطيط الاتصالات مع مصادر نظام الاتصال بين نقطة ونقطة، بما فيها أنظمة البث التي تتبعها وسائل الإعلام كمحطات القمار الصناعية ويبحث المخطط في تهيئة وإيجاد المصادر لتلبية الاحتياجات الاجتماعية الضرورية، ففي المجتمعات المتقدمة يتم هذا التخطيط في إطار الاستجابة للطلبات الخدمية المتزايدة على وسائل الاتصال، بينما في المجتمعات النامية فالتخطيط يتم في نطاق الاستجابة للاحتياجات الحكومية أو الاجتماعية لآنها تعتمد نظام المركزية.[1] ومع ذلك فإن مخططي الاتصالات يبذلون جهودا كبيرة ويعدون الخطط والبرامج التدريبية لتوفير الاختصاصات الفنية والمهنية، والكوادر العلمية الأخرى، وذلك استعدادا لأية احتمالات ممكنة في مجال تخطيط الاتصالات في المستقبل.[2]

2-2- تخطيط الإعلام التنموي:

ويعتمد على أسس وأطر واسعة وعريضة للتخطيط أو برمجة أنشطة للاتصال الإعلامي المختلفة لغرض المساهمة في التغيير الاجتماعي والفردي ضمن عملية التنمية، معتمد على تصميم خطط لدعم الحملات الإعلامية في نطاق كل قطاع على حدة أو مجتمعة، كما يستخدم لتنمية الشعور بالهوية القومية وإعلام الناس بأهداف التنمية وبرامجها بالتركيز على أهداف الاتصال والإقناع.[3]

وتستخدم الحكومات الإعلام التنموي لتنمية الشعور بالهوية القومية، وإعلام الناس بأهداف التنمية وبرامجها لهذا يتجه تخطيط الإعلام التنموي نحو استخدام مصادر الاتصال بالاستفادة من الأنظمة الاتصالية الثلاثة، بين نقطة ونقطة، وسائل الإعلام، والاتصال الشخصي. وذلك عبر التركيز على أهداف الاتصال وأهداف الإقناع.[4]

2-3- تخطيط الإعلام التربوي:

ويقصد بالإعلام التربوي إنتاج ونقل الأفكار والمعلومات المتعلقة بالنظم والعملية التعليمية التي تسهم في تحسين نوعية التربية. ويعتمد تخطيط الإعلام التربوي على أهداف اتصالية خاصة بالتعليم، لذلك يستخدم

---

[1] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص105.

[2] جاعد الدليمي حميد، التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام، دار الشروق، بغداد، 1998، ص 51.

[3] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص110.

[4] جاعد الدليمي حميد، نفس المرجع، ص53.

المخططون وسائل الإعلام لتنشر الثقافة التربوية.[1] والمخططون في هذا الحقل يصممون خططهم لإنتاج واستخدام جميع أنواع مصادر الاتصال. انهم ينتجون مصادر الاتصال في شكل برامج للإعلام والتعليم من خلال استخدام مصادر كل من نظام الاتصالات ونظام الإعلام في آن واحد، كما يبتكرون مصادر إعلامية عندما يعمدون إلى إدارة وتطوير نظام الإذاعة التعليمي بواسطة المؤسسات التعليمية أو بواسطة بناء مراكز لإنتاج وإعداد البرامج التعليمية.[2]

2-4- تخطيط الإعلام القومي(الوطني):

ويهدف للتحكم في قطاعات المجتمع في إطار نظام متكامل من الأهداف التي تلبي حاجات المجتمع في جميع المجالات، ويحاول التنسيق بين قطاعات ومجالات النشاط في المجتمع ومنح التداخل بينهما بما يحقق التكامل بين ما يرجى في مختلف جوانب المجتمع وقطاعاته.[3] وهذا التخطيط تتولاه اللجان القومية وفق منظورات عامة، ويتسم بنظام معقد وأهداف عدة. وفكرة التخطيط الإعلامي القومي الشامل لازالت تمثل جزء من اهتمام المجتمعات النامية. وهذا التخطيط يبدأ مع تنمية سياسية إعلامية قومية لقيادة الجهود الآنية المتفرقة لفئات متعددة من المخططين.[4]

3- أهداف ووظائف التخطيط الإعلامي

أصبحت الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي النهوض بخطط التنمية باعتبارها المحور الأساسي لوسائل الاتصال في المجتمع، حيث تنقسم أهداف التخطيط الإعلامي إلى ثلاثة أنواع أساسية هي:

-الوظائف الإعلامية والتي تضم الإخبار والتوجيه والتثقيف والترفيه والإعلان.

-الأدوار الاجتماعية وهي دور الإعلام في نقل المعلومات، التعليم، التربية، الثقافة، التنمية، ودوره في محو الأمية الهجائية والثقافية وأمية الكمبيوتر.

-الأهداف الاقتصادية وأهمها من وجهة نظر القائمين على وسائل الإعلام هي تحقيق ربح مادي يسمح لهم بالاستمرار والمنافسة، وأهداف التهيئة السياسية للشعوب وأهداف الغزو الثقافي.[5]

---

[1] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص105.

[2] جاعد الدليمي حميد، مرجع سابق، ص51.

[3] كنزاي محمد فوزي، نفس المرجع سابق، ص106.

[4] جاعد الدليمي حميد، نفس المرجع، ص ص54-55.

[5] أمين سعيد عبد الغني، مرجع سابق، ص63.

ومن أهداف التخطيط الإعلامي أيضا التوسع في استخدام التقنيات الحديثة سواء على مستوى الإعلام أو التنمية وفي جميع المجالات، إعادة تأهيل القوى العاملة فنيا وثقافيا، وتطوير المؤسسات الثقافية والفنية والشبابية، ونقل المنتوج الثقافي لكل المجتمع.[1]

كما تنقسم وظائف التخطيط الإعلامي إلى:

- وظائف عامة وترتكز على الإعلام والإرشاد والتوجيه والتفسير والتوضيح والتثقيف والتنشئة الاجتماعية والتسلية والترفيه.
- وظائف خاصة وتقوم على تهيئة المناخ الملائم للتنمية وتوفير منتدى للمناقشة ووضع القرار ونشر التعليم والتدريب والأفكار المستحدثة.[2]

4- عناصر عملية التخطيط الإعلامي

4-1- جمع المعلومات:

وتعتبر الخطوة الأولى في التخطيط لأن توفير المعلومات الصحيحة عن كل عنصر من عناصر البرامج الإعلامية سيسهم في وضع الخطة وصياغتها على نحو محكم مع ملاحظة تحديد طبيعة المعلومات المطلوبة ومعرفة مصادرها، مما يساعد المخطط على كشف العلاقة بين المعلومات التي تتعلق بالتخطيط الإعلامي في المؤسسة وبين المتغيرات البيئية التي تحكم العمل.[3] حيث يجب توفر المعلومات الدقيقة عن الموارد المادية والإمكانيات البشرية، وعن الخطط الوطنية الشاملة والإقليمية والقطاعية. كذلك تعداد وتوزيع السكان. إضافة إلى الأنشطة المجتمعية التي تشكل اقتصاد الدولة. وتوفر الملامح الأساسية لمرافق الإعلام والجوانب التقنية لوسائل الإعلام. كذلك واقع التأهيل الأكاديمي ونتائج البحوث الإعلامية والتدريب الإعلامي. واقع الصناعات المتصلة بالنشاط الإعلامي وتدفق المنتجات الإعلامية. والمشكلات والقضايا الاجتماعية والثقافية بالمجتمع.[4]

---

[1] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص400.

[2] نش عزوز، بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص76.

[3] محمد الدليمي عبد الرزاق، مرجع سابق، ص54.

[4] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص 107.

4-2- تحديد الأهداف:

وتعتبر الخطوة الأولى أيضا من خطوات التخطيط العلمي، لأنها تحدد الاتجاه العام للنشاط الاتصالي خلال فترة زمنية معينة للتوصل إلى النتائج المرجوة. وبذلك يمكن القول بأن الهدف هو نقطة البداية في أية خطة. ويجب أن تتسم الأهداف بالمرونة أي قابليتها للتعديل، والموضوعية بمعنى أن تكون في حدود الإمكانيات المتاحة.[1] ومن الأهداف والأولويات العامة للخطة الإعلامية توجيه كافة الإمكانيات صوب تحقيقها، بحيث يتم توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة. ولذلك من أولويات الخطة الإعلامية هو الاهتمام بإنجازات الدولة ومشروعاتها في مختلف المجالات، والاهتمام بالتنمية الاجتماعية باعتبارها تنصب على القوى البشرية، وكذا الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية التي تعوق عملية التنمية المستدامة ومعالجتها إعلاميا.[2]

4-3- الوضوح والدقة:

من الضروري التنسيق بين الأهداف العامة للخطة والأهداف الفرعية. وتتحدد نوعية الأهداف ومداها الزمني وفقا للبيانات المتوفرة لدينا حول المشكلة بحيث تحدد ما تجب عمله في المستقبل القريب أو البعيد، فنحدد الموضوعات الأكثر إلحاحا في تناولنا للقضية.[3]

4-4- وضع سياسة اتصالية واضحة:

السياسة الاتصالية هي مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة اتجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، خاصة منها وسائل الاتصال الجماهيري من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي، الذي تأخذ به الدولة.[4] وتهدف هذه الاستراتيجية إلى توضيح أساليب العمل في تنفيذ الخطة الإعلامية، وخاصة في مرحلة صياغة الرسائل الاتصالية التي يمكن استخدامها في مجال التخطيط الإذاعي.[5]

وتعتمد هذه السياسة على عدة ركائز تتمثل في دمقرطة الاتصال، وتعني تحليل العلاقة الوثيقة بين مفهوم حقوق الاتصال الأساسية والفرعية على السواء بمفهوم الديمقراطية، ففي المجتمعات الديمقراطية تتم تلبية

---

[1] الحفناوي محمد، مرجع سابق، ص52.

[2] عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد عبيد، مرجع سابق، ص ص141-142.

[3] الحفناوي محمد، نفس المرجع، ص53.

[4] عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد عبيد، نفس المرجع، ص134.

[5] الحفناوي محمد، نفس المرجع، ص56.

احتياجات الاتصال عن طريق التوسع في ممارسة حق الاتصال. إضافة إلى الانتفاع بالاتصال بمعنى أن تكون وسائل الاتصال والمعلومات متاحة لكل أفراد المجتمع، وتوفير وسائل فرص التعبير الخاصة لكل المجتمعات المحلية.[1]

4-5-الإطار الزمني للخطة:

يتم التخطيط الإعلامي في الإذاعة في إطار زمني معين، لذلك لابد من تحديد الإطار الزمني للخطة وفقا للظروف ونوعية الأهداف المطلوب تحقيقها. وقد يكون الإطار الزمني خمس أو ثلاث سنوات، ولكن الاطار الغالب على الخطط الإعلامية هو الخطط السنوية التي تقسم إلى دورات برامجية عادية وخاصة، وتكون الدورات البرامجية العادية مدتها ثلاثة أشهر، والدورات الخاصة مثل برامج رمضان مدتها شهر واحد.[2]

4-6-تحديد الجمهور المستهدف:

تتيح مرحلة تحديد الجمهور المستهدف من التخطيط الإعلامي معرفة فئات الجمهور التي تصل إليها بالفعل الرسائل الإعلامية المرتبطة بالمشكلة وتلك الفئات التي نرغب في الوصول إليها مستقبلا. كما تمكن من معرفة الآراء السائدة لدى هذه الفئات، إضافة على الأساليب التي تؤدي إلى انتشار هذه الآراء، وطرق التأثير وأهم الأشخاص المؤثرين في كل فئة.[3]

4-7-المرونة:

بقدر ما تتصف به الخطة من مرونة تكون درجة توقع تنفيذها دقيقة وهذا ما يجعل عمليات التنفيذ في المراحل المتعددة مضمونة وسهلة لمواجهة المشاكل المستعجلة والطارئة.

---

[1] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص 108.

[2] عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد عبيد، مرجع سابق، ص148.

[3] الحفناوي محمد، مرجع سابق، ص54.

4-8- التكامل:

يرتبط هذا الشرط بشرط الشمول حيث أن التخطيط يستوجب أن يرتكز أساسا على التصور الشمولي، وليس الانفصالي لكل مشروع على حدى. فالخطة السليمة تتكون من مجموعة متسلسلة ومتواصلة تساهم كلها في ضمان نجاح المشروعات الأخرى[1].

4-9- تحديد الوسائل الاتصالية:

تأخذ عملية التخطيط الإعلامي في اعتبارها وسائل الاتصال المباشرة وغير المباشرة، التي يمكن الاستعانة بها لتحقيق أهداف الخطة الإعلامية.

4-10- تحديد الرسائل الإعلامية:

تتنوع الرسائل بتنوع الجمهور المستهدف أولا وبتنوع الوسائل الاتصالية ذاتها، وبتنوع الأهداف المرجو تحقيقها.[2]

4-11- التعاون والتنسيق والتنظيم:

يعتمد نجاح أي مشروع على توافر هذه الدعائم الثلاث، حيث تمثل الجهود المبذولة لتحقيق الأهداف العامة. فالتعاون والتنفيذ والتنظيم أثناء عملية التخطيط ضروري بالنسبة للأجهزة المركزية والمحلية.

4-12- الأولويات:

في تحديد الأولويات لأي خطة أو مشروع من المستلزم مراعاة الجانب الزمني والمالي، من حيث العناية والاهتمام. وتقوم درجة الأولويات أساسا على أهمية المشاريع المراد القيام بها. وهذا يترجم مراعاة الأفضلية والأسبقية القائمة على درجة أهمية الأعمال وكذا المشروعات والبرامج والخدمات...الخ.[3] فدراسة الظروف والمستجدات واستثمار العناصر الحقيقية للإنتاج واستغلال الخصائص التقنية والفنية لوسائل التنفيذ وتوظيف

---

[1] قيرة إسماعيل، توهامي إبراهيم، دليمي عبد الحميد، التخطيط والتنمية الحضرية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة-الجزائر، 2008، ص 58.

[2] الحفناوي محمد، مرجع سابق، ص ص54-55.

[3] قيرة اسماعيل وآخرون، نفس المرجع، 58.

ذلك بشكل حيوي وفعال في عناصر الخطة الإنتاجية لبرامج الإقناع الإعلامي يمكن المعنيين من دقة الإنتاج وسرعة التنفيذ.[1]

4-13- تحديد الموارد والإمكانيات المتاحة:

يحتاج كل نشاط اتصالي إلى موارد مالية وفنية وبشرية لتنفيذ البرامج المزمع القيام به، لذلك ينبغي تحديد هذه الموارد في ضوء ما هو متاح .[2]

4-14- المشاركة:

وتعني تحقيق أكبر قدر من المشاركة العامة في العملية الاتصالية، فعمل وسائل الاتصال لابد أن ينطلق من افتراض وجود عقد اجتماعي أو اتصالي بين الجمهور والوسيلة، فالمشاركة في العملية الاتصالية تضمن استجابة الوسائل والرسائل للاحتياجات الاتصالية والثقافية للفئات الاجتماعية المختلفة.[3]

وضمان أكبر قدر من المشاركة في صياغة الخطة وإعدادها، بأن تطرح قيادة الخدمة الإعلامية الخطوط العريضة للخطة وأهدافها ووسائل تنفيذها على القيادات الأدنى، مع إيجاد الأساليب التي تضمن أن تعود الخطة إلى القيادة الأعلى متضمنة اقتراحات هذه القيادات المختلفة.

4-15- متابعة الخطة حيث تعمل على تحقيق هدفين رئيسيين هما، ضمان تنفيذ الخطة باكتشاف معوقات التنفيذ، بالإضافة إلى قياس الآثار الناتجة عن التنفيذ لمعرفة مدى مطابقتها للتصورات الخاصة في أذهان واضعي الخطة وفق ما تبين من آثارها.[4]

4-16- التخطيط الإعلامي عملية مستمرة لا تنتهي بوضع خطة إذ لابد من تتابع الخطط في إطار التخطيط طويل المدى ومقتضياته، كما يتم قياس آثار الخطة الإعلامية من خلال التصنيف البرامجي اليومي والأسبوعي والشهري.

---

[1] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص 109.

[2] الحفناوي محمد، مرجع سابق، ص56.

[3] كنزاي محمد فوزي، نفس المرجع، ص 108.

[4] بوكرموش عيسى، مرجع سابق، ص 52.

4-17- التخطيط الإعلامي عملية متكاملة: بحيث لا تقتصر عملية التخطيط الإذاعي على البرامج فقط، وإن كانت المجال الأساسي لها وإنما تمتد للنواحي الهندسية والتدريبية والمالية وهذا ما يسمى بالخطط المعاونة.[1]

4-أهمية التخطيط في المؤسسات الإعلامية

يوضح التخطيط الأهداف التي تسعى المؤسسة الى تحقيقها، وبالتالي يسعى كل فرد من أفراد المؤسسة إلى أن يؤدي عمله مما يساعد على تحقيق هذه الأهداف بالإضافة إلى أنه يساعد على توفير الإطار الذي يساعد على توحيد الجهود لتحقيق الأهداف، ويعمل التخطيط على التنسيق بين جهود العاملين الذين يشتركون في التنفيذ كما أن التنسيق بين الخطط الفرعية يضمن التنسيق بين الأعمال والإدارات التي تتكون منها المؤسسة ويعتبر أساس التنظيم، ويساعد على الاستخدام الدقيق والأفضل للموارد المتاحة مادية أو بشرية وتحقيق الأهداف بأقل تكلفة ممكنة.[2]

والتخطيط يمثل الخطة التي تضعها الدولة أو المؤسسة الإعلامية عبر وجود هيئة تخطيط مركزية تابعة لمصلحة الإعلام الحكومي، أو الخاص تتوفر فيها مقومات معينة وأساسية منها الخبرة في التخطيط والقدرة على وضع الخطة وربطها بالنشاط التنموي العام والنشاط الإعلامي بصفة خاصة، ويقوم مكتب الإعلام الحكومي بالتنسيق بين النشاطات والمهام التي تقوم بها سنويا مختلف الوزارات ويقدم النصيحة والمساعدات لمختلف الوزارات في ميدان أولوية الإحتياجات التنموية، وكيفية إعداد الحملات العمومية، وتحديد الميزانية، وانتقاء الوسائل والدعائم المناسبة وتحديد كراس الأعباء الخاصة بها.[3]

كما يساعد التخطيط على التحديد الدقيق للمداخلات من الموارد المطلوبة من حيث الكم والنوع سواء كانت الموارد مادية مثل الأموال والخامات والمعدات....الخ، أو البشرية حتى يمكن إعدادها والإستعداد لكافة الاحتمالات والظروف المتوقعة، ويحقق التخطيط الرقابة بمجال العمل فالتخطيط والرقابة وظيفتان متلازمتان والتخطيط يحدد مستويات الأعمال أما الرقابة فتعمل على التأكد من أن المراحل التنفيذية الأعمال متطابقة

[1] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص 110.

[2] عبيد كمال عبيد، مرجع سابق.

[3] بوكرموش عيسى، مرجع سابق، ص 56.

مع التخطيط الذي تم وضعه واكتشاف الانحرافات إن وجدت والاستفادة من ذلك في إجراء التعديلات في الخطط الحالية لتصبح أكثر من مناسبة، وتحقيق الأمن النفسي للعاملين والجماعات.[1]

ومن مهام التخطيط في المؤسسة الإعلامية وضع الخطة الإعلامية وتنفيذها في إطار السياسات التنموية العامة للدولة والسياسات الإعلامية، وتصميمها بناءا على المعلومات المطلوبة والضرورية وذلك من خلال معرفة رجع صدى نتائج الخطة السابقة لتحقيق الفاعلية في التخطيط مستقبلا، إضافة إلى تمثيلها لمختلف الاختصاصات والقطاعات المعنية بالخطة التنموية، واختيار الوسائل والأساليب الذي تحتاجه الخطة.[2]

5-مثبطات التخطيط الإعلامي في الدول النامية

يعترض التخطيط الإعلامي تحديات تؤثر عل العمل الإعلامي سواء من ناحية مشاركة الإعلاميين في وضع السياسات الإعلامية وصنع القرار، أو مستوى الأداء وعلاقات العمل، وغياب المعايير الموضوعية لقياس الأداء المهني، وعدم توافر ضمانات لممارسة المهنة. إضافة إلى التحدي التكنولوجي وذلك لقلة الموارد المالية، كما نجد التحدي الثقافي نظرا للغزو الثقافي الذي تتعرض له الدول النامية.[3]

أما "عاطف عدلي العبد" و "عدلي سيد محمد رضا"، فيشخصان أهم الصعوبات التي تواجه التخطيط الإعلامي في الدول النامية، في إغفال الإعلام المحلي وأساليب الاتصال الأفقي بين المواطنين والتركيز على أساليب الاتصال الرأسية المركزية، مما يؤدي إلى إغفال احتياجات الجمهور المحلي، وبالتالي اختلال خطط الاتصال من أجل التنمية.[4]

ومن الصعوبات أيضا عدم إشراك مخططي الإعلام في عملية التخطيط التنموي، عدم الاستعانة بالمخططين الإعلاميين عند وضع السياسات العامة والسياسات الإعلامية حيث تأتي الخطط التي توضع لوسائل الإعلام في مرحلة متأخرة وتهدف فقط الى نشر معلومات أو أفكار محدد وقد لا يعرف المخططون احتياجات الجماهير المستهدفة واتجاهاتها ورغباتها وعادات وأنماط تعرضها لوسائل الإعلام، كذلك وجود اختلاف بين

---

[1] عبيد كمال، مرجع سابق.

[2] بوكرموش عيسى، مرجع سابق، ص ص 56-57.

[3] سيد عبد الرحمن محمد نجلاء وآخرون، مرجع سابق، ص61.

[4] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص 111.

ما يريده الناس على مختلف المستويات وما يحتاجون إليه، فقد لا يستطيع الناس التعبير عن احتياجاتهم وعلى المخططين أن يسبقوهم ويعملوا على بلورة الاحتياجات التي قد يعجز الجمهور عن التعبير عنها.

إضافة إلى نقص الاتصال بين الإعلاميين الممارسين والباحثين الأكاديميين، والحاجة الى تبسيط نتائج البحوث حتى تصبح أكثر فائدة للعاملين في المجال الإعلامي، وعدم وجود تنسيق بين الوسائل الإعلامية وبين الخدمات المتعددة لوسيلة واحدة كالإذاعة في حالة تعدد المحطات الإذاعية، وإغفال الإعلام المحلي وأساليب الاتصال الأفقي بين المواطنين والتركيز على أساليب الاتصال الرأسية المركزية مما يؤدي الى إغفال احتياجات الجمهور المحلي وبالتالي اختلال خطط الاتصال من أجل التنمية[1].

ومن مثبطات التخطيط الإعلامي في الدول النامية أيضا، مشكلات تتعلق بنقل التكنولوجيا واستخدام التقنيات عالية الدقة، لأن الدول المتقدمة وضعت صعوبات دون وجود آليات تحدد طرق نقل التكنولوجيا والتعامل معها والتكيف مع مقتضياتها.

-كذلك ضعف التمويل وقلة الموارد المخصصة لإدارات التخطيط في الدول النامية.

- إضافة إلى ضعف التنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز الأبحاث العلمية ووسائل الاتصال.

-وعدم وجود خطط استراتيجية بعيدة المدى.

وحسب "محمد منير حجاب" فيرى أن صعوبات التخطيط الإعلامي في الدول النامية راجع إلى أن قضايا الإعلام في هذه الدول لا تنطلق من الواقع الموضوعي للبلاد ولا تلتزم بالأولويات، والخطة الإعلامية تعبر عن السلطة فقط وتعتمد على الخبرة الخارجية، كما أن التدفق الاتصالي يرتكز على جماهير المدن دون القرى، كذلك عدم إشراك الجمهور في السياسات الإعلامية.[2]

ومن جملة التأثيرات السلبية للإعلام في عملية التنمية نجد:

-الإفراط في إثارة الطموحات، فالعمل على زيادة المطالب الشعبية أكثر من النمو الاقتصادي والاجتماعي على إشباعها هذا الإفراط في التفاؤل يؤدي إلى أحلام اليقظة أو اليأس.

---

[1] عبيد كمال، مرجع سابق.

[2] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص ص111-112.

-اللامبالاة أو الخمول وتشويه قيمة العمل بعدم الاهتمام بالأفراد وعدم الاعتراف بالمسؤولية الشخصية وترسيخ فكرة فقر الوطن والموارد المحدودة مما تفتت الرغبة للإنسان في طوق التخلف.

-الإلهاء من خلال الإفراط في تقديم مواد تحول العقل من جهاز استقبال وإرسال إلى استقبال فقط.

-تهديد الاستقرار والشك السياسي والاغتراب بتزويد الجمهور ببرامج وأفكار مضادة للتوافق الاجتماعي، مما يشعر الفرد بأن المجتمع والسلطة لا يعنيهما أمره مما يؤدي إلى فقدان الحماس والدافع للمشاركة الفعالة.[1]

[1] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص ص95-96.

ثالثا: تنمية المجتمع المحلي

1- مبادئ تنمية المجتمع المحلي

هناك مبادئ رئيسية تستند إليها العملية التنموية تعد بمثابة ركائز أساسية لابد من تحقيقها عند تنمية المجتمع المحلي والتي تتمثل في:

- ضرورة تناسب المشروعات المنفذة أو المقترحة مع الحاجات الأساسية في المجتمع، حيث أن نجاحها يتوقف على الاستجابة لرغبات الأهالي التي يعبرون عنها، حيث أن مشروعات تنمية المجتمع المحلي تقوم على أساس الاعتراف بوجود مشاكل والعمل على الحد من شدتها أو حلها نهائيا.[1]
- تهتم تنمية المجتمع المحلى بكل سكان المجتمع وليس جماعة أو فئة من الناس، ومع ذلك ليس بالضرورة أن يشارك كل سكان المجتمع في المشروعات والبرامج المجتمعية. كما تركز على كافة جوانب حياة المجتمع وعلى جميع احتياجاته وليس على جانب معين منه أو التركيز على مشكلات بعينها فقط.[2]
- الشمول: إذ ترتكز تنمية المجتمع المحلي على كافة جوانب الحياة الاجتماعية وعلى جميع احتياجاته الاقتصادية والاجتماعية والثقافية...إلخ، فعملية التنمية كما يؤكد "إسماعيل صبري عبد الله" هي ليست عملية نمو اقتصادي تجاري في فراغ، بل هي عملية مجتمعية شاملة.
- الجهود الذاتية: تقوم تنمية المجتمع المحلي على فلسفة الجهود الذاتية، فهي عملية داخلية ذاتية والقوى الخارجية ليست سوى مساعدة، إضافة إلى الاعتماد على الموارد المحلية للمجتمع باعتبارها من أساليب التغيير الحضاري المقصود.[3]
- ضرورة مساهمة الأهالي في شؤون مجتمعهم والعمل على تنشيط أجهزة الحكم المحلي القائمة من خلال العمل على إيجاد مجلس يضم المؤسسات من مدارس وجمعيات ونوادي مع المجتمع.
- مساعدة الجهات الحكومية في العمل التنموي.

---

[1] رشاد أحمد عبد اللطيف، التنمية المحلية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط 1، الإسكندرية، القاهرة، 2011، ص226.

[2] عبد الله فكري حسن خطاب، مرجع سابق، ص 366-367.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 100.

- تدريب القادة المحليين للقيام بدورهم وذلك بتفهم مشاكل الناس واكتساب بعض المهارات الأساسية في إدارة الجلسات وتسجيل مراحل العمل إذ لابد مشاركة القادة المحليين.[1]
- تنمية المجتمع عملية تعليمية، لا تهتم بإنجاز المشروعات التي يحتاج إليها المجتمع فحسب ولكنها تهتم بصورة أكبر بتعليم الناس خطوات الإنجاز حتى يمكن الإعتماد على أنفسهم في إنجازها دون مساعدات من الجهات المسؤولة.
- تقوم برامج تنمية المجتمع على أساس الاحتياجات التي يشعر بها ويرغب فيها سكان المجتمع وآمالهم، ولا يجب أن يفرض عليهم برامج من خارج المجتمع، فتنمية المجتمع تتمسك بمبدأ حق تقرير المصير، فهي أساسا تعتمد على الديمقراطية في فلسفتها، وهي تتمسك بأفكار قيام السكان أنفسهم بالضبط والتحكم في شؤونهم وشؤون مجتمعهم المحلى، وإتاحة فرص الحرية للأفراد والجماعات، وتطبيق اللامركزية.[2]
- مشاركة المواطنين في رسم الخطط وتنفيذها وتقويمها، وإشراك أعضاء البيئة المحلية في وضع وتنفيذ البرامج الرامية للنهوض بهم عن طريق إثارة الوعي بمستوى أفضل للحياة وتعويدهم على أنماط جديدة.
- التوازن: حيث يجب أن تتناسب المشروعات المنفذة أو المقترحة مع الحاجات الأساسية للمجتمع.
- التكامل والتنسيق: يجب تكامل المشروعات والخطط والتنسيق بينها.
- التخطيط: تتم تنمية المجتمع عن طريق تحديد فترة زمنية للعمل ويتضمن التخطيط ترتيب الأولويات في تخطيط برامج التنمية.
- التقويم: وتكون بصفة مستمرة لتأكيد مدى نجاح العمل والتغيير الذي يطرأ في عمليات تنمية المجتمع.[3]

2- أهداف تنمية المجتمع المحلي

تعد التنمية المحلية عملية تتضافر فيها جهود الأهالي مع الجهود الحكومية لتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية والعمل على تكامل هذه المجتمعات في حياة الأمم وتمكينها من الإسهام إسهاما كاملا في تقدم المجتمع ولذلك يمكن القول بأنه لا يمكن أن تنجح تنمية المجتمع المحلي دون إشراك أفراد المجتمع في عملياتها، فالعمود الفقري لتنمية المجتمع المحلي هي المشاركة الكاملة لسكان

---

[1] رشاد أحمد عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 227.

[2] عبد الله فكري حسن خطاب، مرجع سابق، ص ص 367-368.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 105.

المجتمع وتعبئة جهود الأهالي وتوجيهها للعمل المشترك مع الهيئات الحكومية لإشباع احتياجات المجتمع ومواجهة مشكلاته من خلال تحقيق أفضل استخدام للإمكانيات والموارد المتاحة في المجتمع.[1]

إن الهدف الرئيسي لتنمية المجتمع المحلي مساعدة سكان المجتمعات على مقابلة حاجاتهم وحل مشكلاتهم وتنمية مجتمعاتهم، وقد قسمت أهداف عملية تنمية المجتمع إلى أهداف إنجاز أي كل ما تحققه عملية التنمية من منجزات مادية وأهداف معنوية والتي تتمثل في المتغيرات السلوكية والمعرفية والمهارية.[2]

كما تهدف عملية تنمية المجتمع إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في البحث عما يمكن عمله لتحسين ظروف المعيشة في الحدود والإمكانيات المتاحة، ويتوقف مدى هذا التحسين وعمقه على استعداد أعضاء المجتمع لتبني مشروع كبير أو صغير، وعلى إمكانية تواجد أو تكوين خبرات ناجحة في مجالات عمل وإدارة هذا المشروع الذي يقره المجتمع ويشارك الإعلام في تنمية وتوعية المواطنين المشاكل القومية وحثهم على المشاركة الإيجابية في حلها بالتنسيق مع أجهزة الدولة.[3]

وتهدف أيضا لاستثمار وتنمية الموارد البشرية في المجتمع، وزيادة قدرة المجتمع على حل مشكلاته في المستقبل عن طريق تدريب الأهالي على مواجهة المشكلات وتعليمهم أساليب ومهارات جديدة مما يزيد من ثقتهم في إمكانية حل مشكلاتهم المحلية، والقيام بدور أكثر إيجابية وفاعلية في المجتمع، والتأكيد على استمرار هذه الجهود ويمكن تحقيق ذلك عن طريق خلق الطبيعة المناسبة للعمل الجماعي، دعم روح التعاون والتضامن، العمل على زيادة إسهام الأفراد في المجتمع، تجديد فكر القيادات التقليدية، وأيضا مؤسسات المجتمع، اكتشاف وتدريب قادة جدد، المساعدة في تكوين مؤسسات ومنظمات جديدة لدعم المشارك الجماعية، ومساعدة المجتمع المستهدف ليتحول من شبه كيان اجتماعي ينقصه الكثير من التكامل إلى كيان مترابط يزداد التواصل بين جماعاته ومؤسساته، وتتم فيه عملية اتخاذ القرارات بطريقة فعالة يسيطر فيها الناس على تلك القرارات، فبقدر التكامل بين أجزاء المجتمع وبين فئات المواطنين وبين المؤسسات العاملة في المجتمع بقدر نجاح الحلول للمشاكل المحلية، وهو ما يتطلب التنسيق اللازم بين كلّ قطاعات المجتمع.[4]

---

[1] بن حسين العنزي نشمي، مرجع سابق، ص ص 460 – 461.

[2] محمد عليق أحمد، عبد الحميد الأبشيهي أحمد، القيادة وتنمية المجتمعات المحلية، د س، ص 7.

[3] https://www.balagh.com/article, 11/05/2023, 15:10.

[4] https://www.balagh.com/article, 11/05/2023, 15:10.

ومن بين الأهداف كذلك تدريب المواطنين على القيام بالأدوار القيادية في المواقف التي تتلاءم مع قدراتهم وإمكانياتهم، وتدريبهم على ممارسة التقويم الموضوعي من واقع العمل الميداني، وتعويدهم على تحمل المسؤولية الاجتماعية وأن مصالحهم من مصلحة المجتمع.[1]

كما يتم تقسيم أهداف التنمية وفقا للعامل الزمني إلى هدف نهائي وهو تحسين ظروف المعيشة في المناطق الريفية، ورفع المستوى المعيشي لسكان الريف والمناطق الشبه حضارية. وأهداف طويلة الأجل وهي زيادة الدخل من المصادر الموجودة في المناطق التي يطبق بها برنامج التنمية في مجالات التجارة والزراعة والصناعة وتحسين المستويات الاجتماعية والبيئة والثقافة وذلك بالتوعية بالأساليب الصحية السليمة والتأكيد على الحريات الشخصية، وتوفير سبل الترفيه، وأيضا العمل على دعم جهود التنمية الذاتية من خلال تشجيع الاعتماد على الذات. وأهداف قصيرة الأجل وتكون عاجلة وسريعة مثل زيادة الإنتاج واستثمار الفائض من الإنتاج في المناطق التي يطبق بها برنامج التنمية، وزيادة فرص العمل في المشروعات العامة والخاصة، وتحسين مستوى الخدمات العامة، والاهتمام بالتربية والتعليم وبمحو الأمية وتدريب وتعليم الكبار، ورفع مستوى الخدمات الاجتماعية والصحية والغذائية، والتأكيد على زيادة اللامركزية من خلال المشاركة الفعالة من جانب المواطنين في صياغة القرارات وتطوير المشروعات.[2]

3- معوقات التنمية بالمجتمع المحلي

تمثل معوقات التنمية للمجتمعات النامية تحديا كبيرا أمام محاولة التقدم والتحديث، بالرغم من تعدد النظريات التي جاءت في إطار النسق المعرفي السوسيولوجي من أجل تحديد عناصر ومقومات التنمية بالمجتمعات المتخلفة إلا أن معظمها يسودها نوع من الغموض والتباين في كثير من الحالات، وخاصة فيما يتعلق بتحديد المعوقات التي تواجه العملية التنموية بالمجتمع النامي.[3]

وتعتبر معوقات التنمية من الأسباب التي تقف حاجزا أمام تقدم الشعوب، وكذلك نوع من المناهضة الثقافية التي تواجه عملية التخطيط، فالمخطط الذي يرسم خطط التغيير قد يصطدم بأفراد المجتمع وسلوكهم الذي قد يعوق عن تحقيق أنماط السلوك التي يريد المخطط أن يسير وفقها.[4]

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 107.

[2] https://www.balagh.com/article, 11/05/2023, 15:10.

[3] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص146.

[4] العمري عيسات، معوقات التنمية الاجتماعية بالمجتمع المحلي ورهانات الفعل التنموي، مجلة تنمية الموارد البشرية، م (7)، ع (2)، 2016، ص ص 177-178.

وبوجه عام تعتبر عملية التنمية قضية معقدة ومتشابكة الجوانب، تختلف معوقاتها في عديد من الأبعاد المتداخلة التي لها خصائص مختلفة ولكنها مترابطة ومتداخلة تعمل بعضها ويؤثر بعضها في البعض، مما يسمح بالتأكيد على أن معوقات التنمية أو تحديات التقدم ومظاهر التخلف متعددة ومتباينة تبعا لظروف كل مجتمع وخصائصه وإمكانياته. فالتنمية يجب أن تنبع من الواقع الاجتماعي لا أن تستمد من ثقافات مختلفة على اعتبار أن أي مشروع تنمية في مجتمع ما يهتم باستخدام الموارد المالية والبشرية وغيرها لتحقيق الأهداف المرسومة. وتختلف درجة شدة معوقات التنمية وتعقيدها من واقع اجتماعي لآخر باختلاف أنظمته.[1]

كما أن النظم الاجتماعية السائدة فهي لا تختفي بظهور النظم الجديدة التي تستحدثها التنمية، حيث تظهر معها خاصة إذا كانت لا تتفق وطبيعة وظروف المجتمع البيئية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية كنظام الملكية، كذلك نظام القرابة الذي يعتبر معرقل لتنمية المجتمع.[2]

وعليه يمكن أن نذكر معوقات التنمية التي تواجه التنمية في المجتمعات النامية والتي تتمثل في:

- **المعوقات الاجتماعية**

وتتمثل المعوقات الاجتماعية في ارتفاع معدلات الزيادة السكانية بالنسبة للإنتاج مع عدم الاستغلال الأمثل لتلك القوى البشرية المتزايدة، وكذا سوء توزيع السكان جغرافيا والتفاوت في الازدهار والنمو وسوء توزيع الأفراد والمؤسسات مكانيا بين المناطق المختلفة للمجتمع، وانتشار ظواهر الأمية وانخفاض المستوى التعليمي والصحي وسوء التغذية وانتشار الأمراض، بالإضافة إلى النقص الملحوظ في الثقافة الاستهلاكية خاصة فيما يتعلق باستهلاك الكهرباء والطاقة والمياه.[3] كما نجد انتشار ظاهرة تشغيل الأطفال وعدم إدماج المرأة في نظام الشغل ويعود هذا إلى عدة أسباب، منها ضعف مستوى الدخل الأسرى، ارتفاع في مستوى حاجيات الأسر، وعدم التوزيع العادل للدخل القومي وضعف النظام التربوي والتعليمي...الخ. إضافة إلى ذلك عدم توفر هذه المجتمعات على منظومة قانونية تمنع تشغيل الأطفال. مما ينجم عنها آثار سلبية معوقة للتنمية منها :حرمان هؤلاء الأطفال من الالتحاق بمعاهد التعليم والتكوين، وهو ما يؤثر سلبا على المستوى

[1] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص 143.

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 114.

[3] العمري عيسات، مرجع سابق، ص 178.

التعليمي لهذه الفئة، فضلا عن إصابة كثير من الأطفال بأمراض مهنية وضعف عام وتعرضهم للخطر والحوادث المختلفة...الخ. وهو ما يؤثر سلبا على عملية التنمية.[1]

إضافة إلى ضعف المشاركة الشعبية، وقد أشار "جروسر" أن الدراسات أكدت تشاؤم الفقراء فيما يتعلق باحتمالات تغيير بيئتهم نتيجة لقرون من الإحباط والإهمال وعدم تقدير المسؤولية لاحتياجاتهم الأساسية وعلى هذا يفترض أن ذوي الدخل المنخفض يعجزون عن ملاحظة التطورات بالمجتمع مما يجعلهم يشعرون بالغربة داخل مجتمعهم.[2]

- **المعوقات الاقتصادية**

من المعوقات الاقتصادية نجد انتشار معدلات مرتفعة من البطالة، وقلة وهشاشة البنى الاقتصادية التحتية، والتبعية المالية للخارج فيما يخص تمويل المشاريع المحلية عن طريق القروض، والمعوقات الإدارية المتجسدة في أشكال متعددة من سوء إدارة المنشآت وتخلف في أساليب العمل الإداري والبعد عن الأساليب الإدارية الحديثة، وتضارب القرارات الإدارية في بعضها البعض وتناقضها في البعض الأحيان.[3]

من بين الصعوبات الاقتصادية التي تواجه الدول النامية كذلك نقص رؤوس الأموال الموجهة للاستثمار ،عدم القدرة على خلق ثروات بديلة باستطاعتها تعويض المنتجات الأولية المصدرة، وهذا في حالة انخفاض أسعارها بالسوق، ويرجع هذا في نظر الدكتور "علي لطفي" في كتابه "التنمية الاقتصادية" إلى:

- عدم اتباع الأسلوب العلمي في مجال الاستغلال الاقتصادي لموارد الطبيعة.
- عدم توافر العناصر الفنية الخبيرة والمدربة في هذه المجالات.
- ارتفاع تكاليف الإنتاج والعمليات الاستخراجية.
- عدم توافر عناصر إنتاج أخرى لازمة لاستغلال تلك الموارد.
- ضيق السوق المحلي وعدم قدرته على استغلال تلك الثروات مع صعوبة تصديرها إلى الخارج.[4]

---

[1] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص 152.

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 114.

[3] العمري عيسات، مرجع سابق، ص 178.

[4] فكرون السعيد، نفس المرجع، ص 155.

- **المعوقات السياسية**

وهي المعوقات التي تغطي كامل المشهد المجتمعي كغياب المناخ الديمقراطي وسيطرة العلاقات التقليدية والقبلية والعشائرية على العلاقات الرسمية، و تمركز القرارات السياسية في أيدي بعض الجماعات.[1]

إضافة إلى التبعية السياسية إذ نجد الدول المتقدمة تمارس ضغوطا واضحة على الدول النامية حتى تصبح موالية لها، وقد يؤدي هذا الضغط في بعض الأحيان إلى حدوث ثورات واضطرابات داخل هذه البلدان النامية، كذلك الوضع الاستعماري الذي عايشته معظم البلدان النامية بقيت آثاره السلبية إلى حد الآن، مما يصبح متغيرا جوهريا في بناء أي خطة تنموية يجب اتخاذها، كما أن المجتمعات النامية تشتهر بعدم الاستقرار السياسي، كما تفتقر المجتمعات النامية لنظام ديمقراطي يسمح بمشاركة سياسية مهمة تفتح المجال أمام كل أفراد المجتمع من اجل التداول على الحكم، إضافة إلى ضعف الوعي السياسي لدى الفرد بالمجتمعات النامية، و تأثير العلاقات غير الرسمية على النظم السياسية.[2]

[1] العمري عيسات، مرجع سابق، ص 178.

[2] فكرون السعيد، مرجع سابق، ص 160.

خلاصة

مما سبق نخلص إلى أن الإعلام التنموي بخصائصه ومهامه يعتبر ضرورة ملحة في عالم اليوم، خاصة للدول السائرة في طريق النمو من أجل النهوض بمجتمعاتها، لأن تنمية المجتمعات المحلية سيؤدي بالضرورة إلى التنمية الشاملة، من خلال إشراك كل فعاليات المجتمع من مواطنين، مجتمع مدني ومؤسسات محلية في خطط التنمية مدعمين طبعا بترسانة من وسائل الإعلام المناسبة لهذا الغرض.

فالإعلام التنموي يلعب دورا أساسيا في تزويد أفراد المجتمع بأكبر قدر ممكن من الحقائق، حيث يساهم في تحديد احتياجات المجتمع وترتيب أولوياته ومواجهة مشاكله واختيار طرق مناسبة لمعالجتها وتحديد الجهات المسؤولة عن تنفيذها، هذا يعني أن الإعلام التنموي عملية متكاملة ونشاط شامل، مخطط ومتعدد الأبعاد يخاطب الجمهور بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية تنمية المجتمع المحلي. فالتنمية لا تستغني عن الإعلام إذ يعتبر بمثابة العمود الفقري للخطط التنموية، فهي علاقة متكاملة ومتشابكة، فحاجة الخطط التنموية للإعلام ضرورة، فبقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق أهداف التنمية.

الفصل السادس: دور الإذاعة المحلية في تخطيط الإعلام التنموي

تمهيد

أولا: الإذاعة المحلية والإعلام التنموي

1- أهمية الإعلام المحلي في التنمية المحلية

2- أهمية الإذاعة المحلية على المستوى المحلي

3- الدور التنموي للإذاعة المحلية

ثانيا: التخطيط الإذاعي

1- خصائص التخطيط الإذاعي

2- المؤسسات الإعلامية والتخطيط الإذاعي

3- التخطيط للإذاعة المحلية

خلاصة

تمهيد

تعد الإذاعة المحلية من أهم وسائل الاتصال نظرا لأهميتها ودورها التنموي في جميع المجالات، إذ أصبحت تلعب دور الشريك في تنمية المجتمعات المحلية فهي بمثابة المنبر الإعلامي المشجع والمدعم للتنمية بكافة أبعادها ومجالاتها سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية، لهذا تمثل دورا هاما في تنمية مجتمعاتنا بما تملكه من مقومات وخصائص، فهي من الوسائل التي يعتمد عليها في إحداث نوع من التغيير الذي يتماشى مع التنمية والمساهمة الفعالة في التنمية الشاملة للمجتمع ككل، والعمل على تلبية الاحتياجات المحلية للأفراد، وذلك بتقديم الخدمات التي لا يمكن أن تقدمها الإذاعة المركزية.

وانطلاقا من الأدوار التنموية الملزمة اتجاه مجتمعاتنا المحلية، فقد حاولنا في هذا الفصل التطرق إلى دور الإذاعة المحلية في تخطيط الإعلام التنموي، حيث تناولنا في المبحث الأول الخاص بالإذاعة المحلية والإعلام التنموي: أهمية الإعلام المحلي في التنمية، وأهمية الإذاعة المحلية على المستوى المحلي، كذلك الدور التنموي للإذاعة المحلية. أما المبحث الثاني فيتضمن التخطيط الإذاعي والذي تعرفنا فيه على خصائص التخطيط الإذاعي، والمؤسسات الإعلامية والتخطيط الإذاعي، وأخيرا التخطيط للإذاعة المحلية.

أولا: الإذاعة المحلية والإعلام التنموي

1- أهمية الإعلام المحلي في التنمية المحلية

تعتبر تنمية المجتمعات المحلية من أهم القضايا التي تهتم بها الدول للإسراع بعجلة التطور والنمو، لذا ترسم السياسات الإعلامية وتضع الخطط لتنمية تلك المجتمعات سواء من خلال وسائل إعلام وطنية أو محلية ويزيد دور وسائل الإعلام المحلية في التنمية ويتعاظم دورها لأنها تنبع من هذا المجتمع تؤثر فيه وتتأثر به.[1]

إذ يمثل الإعلام المحلي بكافة وسائله البسيطة والمركبة، المباشرة وغير المباشرة أداة أساسية في الوصول إلى المجتمعات المحلية ذات الأوضاع الخاصة، والتي تختلف فيها عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة. ونظرا للقرب بين أطراف العملية الاتصالية، تبرز أهمية هذا المستوى من الاتصال في خدمة قضايا التنمية والتطوير.[2]حيث يلعب الإعلام المحلي دوره المهم في تعبئة أبناء المجتمع المحلي بحقيقة التنمية ودورهم فيها، تخطيطا ومتابعة، ومراحل تنفيذها ثم يتعرفون على النتائج التي يتحصلون عليها بعد إنجاز هذه المراحل التنموية... وهنا يصبح الإعلام المحلي أداة في يد كل من المواطن والمخطط والمنفذ الذين يتابعون خطوات العمل إلى مراحل الانتهاء منه، والمتابعة هنا تعني المعرفة والملاحظة والنقد والتقويم.[3]

وتقوم وسائل الإعلام بدورين هامين هما: دور المنبه من خلال إثارة اهتمام المواطنين بالقضايا المتعلقة بالتنمية، ودور آخر يتمثل في حشد الدعم الشعبي للتنمية التي تفقد مضمونها بدون المشاركة الشعبية الفعلية.[4] كما تؤدي وسائل الإعلام دورا إيجابيا في المعاونة على تحقيق خطط وأهداف التنمية باعتبارها جزءا مهما من التطور المجتمعي، وارتباطها الوثيق بالنظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي للمجتمع الذي تعمل في إطاره، حيث قد يصبح نجاح خطط التنمية المستدامة مرهونا بالمشاركة الإيجابية للقوى المنتجة من خلال الإعلام المحلي ودوره في التوعية والتربية والتثقيف والوعي البيئي مما يتطلب أيضا إعداد

---

[1] الشهاوي ناجي، الإعلام وتنمية المجتمع المحلي، دار العلم والإيمان للنشر، ط1، دسوق، القاهرة، 2015، ص63.

[2] الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، على الرابط https://www.abahe.uk/abahe-enc، 2020/06/13، 15:30.

[3] دانيال هاني، ترجمة سامح فوزي، المواطنة والإعلام التنموي للأمام در، مطبعة سيوبرس الهيئة القبطية الإنجليزية للخدمات الاجتماعية، 2009، ص69.

[4] الشهاوي ناجي، نفس المرجع، ص ص67، 68.

سياسات إعلامية محلية تحدد أولويات المجتمع، وترسم الوسائل لبلوغ الأهداف المرجوة، انطلاقا من القاعدة العلمية التي تؤكد أن الإعلام لا ينتج التنمية بل يمهد الطريق إليها، وأن الإعلام الرديء قد يعطل مسيرة التنمية في كافة مراحلها.[5] بل وأضحى الإعلام ضرورة أساسية في التقدم المنشود من خلال إقرار البرامج ذات الصلة بالتنمية المستدامة. وأصبح اهتمام الدول ملحوظا بالإعلام التنموي حيث حضي بعناية أكثر من الجهات المسؤولة لما يكتسيه من ضرورة في المساهمة بالنهوض التنموي للمجتمعات..، الجميع الآن يعترف بأن وسائل الإعلام، بمختلف حواملها، تساهم بشكل كبير في إنجاح العملية التنموية، وأصبحت تستحضر الجانب التنموي في جل المشاريع المبرمجة محليا ودوليا، سواء كان ذلك عن طريق مؤسسات محلية وطنية أو دولية أممية...[6]

كما يعمل الإعلام على التعريف بالمنجزات الاقتصادية التي حققها الوطن، وكذا التعريف بالقضايا والتحديات الاقتصادية، كارتفاع أو انخفاض أسعار النفط، والبطالة...، كما يقوم بالتعريف بالفرص الاستثمارية، وسبل جلب رؤوس الأموال لاستثمارها بالداخل، وتحفيز النمو، ويعمل الإعلام كذلك على تقديم معلومات للمجتمع بأوجه الفساد في القطاع الاقتصادي، إضافة إلى التغطية الإعلامية الموسعة للموارد المالية للبلد وتقديم معلومات عن أوجه القصور في "التنمية الاقتصادية"، مثل وجود منطقة ما لا تحظى بالتنمية الكافية، وتوعية المجتمع بضرورة التصرف بحكمة مع التقلبات الاقتصادية، مثل ارتفاع الأسعار والتضخم، ورعاية المناسبات العلمية التي تتناول هذه المواضيع، كذلك تكليف المتخصصين في "الإعلام الاقتصادي" فقط لتغطية وتناول القضايا والمواضيع الاقتصادية، مع تشجيع وتدريب من يرغب الالتحاق.[7]

2- أهمية الإذاعة المحلية على المستوى المحلي

إذا ما أخذ في الاعتبار أن الدول النامية في حاجة إلى تنمية مجتمعاتها المحلية، كما أنها في حاجة إلى إعلام يواكب ويساند خططها الإنمائية ويعمل على جعل هذه الخطط جزء لا يتجزأ من احتياجات الأفراد واهتماماتهم، فإنه يتضح جليا أهمية الإعلام اللامركزي الذي يمكن أن يتواجد في بيئة محدودة ويوجه إلى جماعات تربط بعضها البعض هذه البيئة، حيث تبرز الإذاعة كأهم وسيلة من الوسائل الإعلامية التي

---

[5] حجاب الحربي فوزية، مرجع سابق، ص30

[6] اليوسفي المغاري حسن، أهمية الإعلام في تسليط الضوء على القضايا التنموية، مدونات، 2017، على الرابط https://www.aljazeera.net، 2020/06/13، 15:55.

[7] بن سعيد الخياط عبد العزيز، دور الإعلام في التنمية الاقتصادية، ورقة علمية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي السابع الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، د س، ص ص12،13.

تساهم في عمليات التنمية والتحديث، وهذه الأهمية تتعاظم عندما تتخذ الإذاعة الطابع المحلي للاعتبارات الآتية:

1

2-1- قدرة الإذاعة المحلية على فهم ثقافة المجتمع المحلي

تعتمد وسائل الإعلام على الدراسة الموضوعية، والإحصائيات، والمعرفة التسجيلية للواقع، والتخطيط والمتابعة، وما شابه ذلك من أصول العلم، بالإضافة إلى المهارة المهنية الذاتية التي تتطلبها فنون الممارسة في العمل الإعلامي.[2]

ولكي تتمكن الإذاعة المحلية من وضع خططها بشكل سليم، لا بد من الإلمام بالثقافة المحلية، بحيث لا تبتعد عن واقع الجمهور المستهدف، وأن يعد البرامج أشخاص يفهمون الثقافة التي يخاطبونها...، وهنا يؤكد "ولبر شرام" أن فشل الإعلام التنموي في الدول النامية غالبا ما يلاحقه الفشل لأن القائمين عليه يسيئوا فهم أو تقدير الموقف المحلي. إذا كان الإلمام بالثقافة التي تتعامل معها الخطة الإذاعية، ضروريا لإنجاح هذه الخطة، فإن الإذاعة المحلية أكثر قدرة على فهم وتحديد ثقافة المجتمع المحلي، لأنها تتعامل مع مجتمع محدد ومتناسق من النواحي الطبيعية والاجتماعية...، وهذا يضفي على الإذاعة المحية إمكانيات لا تتاح للإذاعة المركزية التي تتعامل مع مجتمع أوسع وغير متجانس.[3]

ويجب كذلك أن تكون لدى المجتمعات المحلية القدرة على تلقي المضمون الأجنبي دون فقدان هويتها، حيث أصبح تطوير مضمون المحلي مسألة في غاية الأهمية لأن قوة وسائل الإعلام تجعلها تتحكم بما يسمعه الجمهور فتسطيع أن توجه اهتمامه إلى القضايا العامة أو تصرفه عنها.[4]

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص144.

[2] عقلة نجادات علي، نايف شنطاوي محمد، دور إذاعات الأمم المتحدة في نشر ثقافتي السلام والتنمية في المناطق النامية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، دس، ص10.

[3] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص144.

[4] تقرير اليونسكو العالمي، الاستثمار في التنوع الثقافي والحوار بين الثقافات، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ص149.

2-2- الإذاعة المحلية مكملة للحكم المحلي وتدعيم لدوره

إن فلسفة الإدارة المحلية ترتكز أساسا على اللامركزية والمشاركة الشعبية، فهما نقطة الانطلاق نحو نظام إدارة محلية سليم يمكنه من تحقيق أهداف التنمية المحلية في كافة المجالات مع العمل المستمر على زيادة الإنتاج ورفع كفاءة أداء الخدمة، وعليه فالإذاعات المحلية مرتبطة ارتباطا وثيقا بأسلوب الإدارة المحلية السائد في الدول الديمقراطية على وجه الخصوص، والذي تتمتع فيه السلطات المحلية بالحرية الكاملة داخل بيئتها في إطار السلطة المركزية، ولذلك وجد ما يسمى بالحكم اللامركزي ، أو الحكم المحلي، ومع تحول مواضع الاهتمام في برامج التنمية إلى النشاط المحلي، فإن الحوافز تزداد للتخطيط الإعلامي على المستوى المحلي أكثر منه على مستوى الدولة. وهذا ما تفطنت إليه السلطات المحلية، حيث رأت في الإذاعة المحلية جهازا حيويا يمكن أن يلعب دور الوسيط بينها وبين الأهالي، فأصبحت الإذاعة المحلية ذات صلة وطيدة بأجهزة الحكم المحلي بتدعيم وتعزيز دوره في المجتمع المحلي.[1]

2-3- طبيعة العلاقة بين الإذاعة المحلية وجمهورها

تعد الإذاعة من أكثر الوسائل قربا للجمهور، ومن ثم فهي مرشحة للتفاعل الاجتماعي من ناحية، ومن ناحية أخرى إذا توفرت لها التكنولوجيا تستطيع أن تكون تفاعلية بجدارة. ورغم تنوع الإذاعات المحلية من حيث الملكية والبنية والبرامج وطبيعة الجمهور المستهدف، فإن عنصر المحلي يبقى أساسيا في تشغيل الإذاعة وفي علاقتها بجمهورها وفي إعداد برامجها. كما أن مهمة الإذاعة المحلية ترتكز في تقديم خدمات عديدة للمجتمع المحلي وتحقيق رغبة الناس في المشاركة والتعبير عن أنفسهم من خلال حقهم في الاتصال، بالإضافة إلى البرامج الخاصة بحل مشاكل الجماهير.[2]

فالإذاعة عبر منشطيها تتناول المشكلة الاجتماعية السائدة وتعرضها على المختصين المستشارين وتشرك المعنيين من الجمهور المباشر والذي له علاقة بالموضوع، كما تقوم الإذاعة المحلية بتسليط الضوء على مختلف النقائص وكشف المضمون الاجتماعي لجعل منظمة الحكم راشدة وواعية.[3]

فالراديو المحلى مؤهل لكي يلعب دورا أكثر التصاقا بالتنمية يقوم على خدمة المجتمع المحلى والدفاع عن المصالح الاستيطانية لأبناء هذا المجتمع، فهو مفتوح دائما لاستقبال جماهير المستمعين، يشاركون في

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص146-147.

[2] صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار عيداء، 2012، ص89.

[3] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص ص386-385.

البرامج وتتحقق فيه بصورة أكثر وضوحا عمليات المشاركة ويعبرون عن آرائهم وأفكارهم. وفي هذا الإطار فإن الإذاعة المحلية تساعد الجمهور على التغلب على مصاعب ومشكلات الحياة المعاصرة وفي أوقات الأزمات المحلية.[1]

3- الدور التنموي للإذاعة المحلية

يعد الإعلام أساس التنمية المحلية باعتباره منبع المعلومات وهو العنصر المنسق بين مختلف الأطراف. لذلك تعتبر الإذاعة المحلية سند للمجتمع المحلي من خلال تحسين الظروف الخارجية[2]. فالإذاعة تعتبر وسيلة لخدمة جمهور نشيط أثناء نهوضه من النوم قبل تناوله الطعام وقيامه بالعمل المنزلي وتعامله مع الآخرين.[3]

وللإذاعة تأثير كبير في جماهير المتلقين المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم، ومستوياتهم الفكرية والاجتماعية والأكاديمية، وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات. هذا الامر لا يلغي دور الإذاعة المحلية في تشكيل الرأي العام وطرح القضايا الاجتماعية والسياسية التي يلتف حولها المواطن، فتكون بمثابة المرشد والموجه الى الارتقاء، من خلال جعل الفرد والمجتمع، قادر على التفكير، والربط، وتحليل واقع الاحداث.[4]ودور الإذاعة الفعال لا يمكن أن ينطلق من فراغ، فالتنمية الاجتماعية للمجتمع المحلي تتطلب تصميم برامج لها خصوصيتها التي تنطلق وتستمد مضامينها الاجتماعية والثقافية والتربوية من واقع المتطلبات المحلية بناءا على دراسات ميدانية، لاستثارة دوافع التغير بأسلوب مدروس، والمساهمة في هذا التغير بتنمية الأفكار الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي من خلالها يمكن حدوث التغيير الإيجابي للمجتمع المحلي كجزء من المجتمع الكلي.[5]

وتصنف قضايا التنمية من منظور إمكانية مساهمة الإذاعة المسموعة في مواجهتها إلى ثلاث نماذج رئيسية:

- مشكلات ذات طبيعة استراتيجية يقتصر دور الإذاعة فيها على الإعلام عن الأنشطة التي تتم معالجتها.
- مشكلات تستطيع الإذاعة معاونة الأجهزة المسؤولة من مواجهتها ودور الإذاعة فيها المعاون والمساند.

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص148.

[2] Papa Dieng, radios communautaires, espace public et développement local : enjeux et contraintes au Sénégal, revue électronique internationale de science de langage, n(19) ,2013, p p 57-58.

[3] الحفناوي محمد، الإعلام والتنمية في عصر العولمة، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق، 2014، ص60.

[4] بن عزة فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص94.

[5] طاهري لخضر، مرجع سابق، ص117.

- مشكلات يمكن أن تقوم فيها الإذاعة بدور الأصيل لا تعتمد على غيرها من الأجهزة من خلال دورها في الإقناع والتحفيز على المشاركة العامة.[1]

وتعتمد الإذاعة المحلية في تناولها لقضايا المجتمع المحلي عل أربع ركائز أساسية وهي:

- الاعتراف بالدور الكبير الذي تقوم به الإذاعة المحلية في المجتمع المحلي، ومن هنا يأتي التعليم بالدور المهم للإذاعة في مختلف المجتمعات طبقا لاحتياجات المجتمع الإعلامية.
- اختلاف الاحتياجات الإعلامية للمجتمعات المحلية في الدول النامية عن الدول المتقدمة.
- عدم وجود حدود لجدوى وسائل الإعلام في التنمية الوطنية، حيث لابد من التحديد المتقن للدور الذي تؤديه الإذاعة في التنمية وسط المجتمع المحلي واستخدامه إيجابيا وفقا للخطة المتفق عليها.
- وجود فروق جوهرية بين المجتمعات التقليدية والحديثة، وهذه الفروق تمثل المجال الذي تعمل فيه الإذاعة وتؤدي دورها وفقا لطبيعة المجتمع ونوعية مشكلاته ودرجة استجابة الأفراد لمتطلبات التنمية.[2]

وقد توصلت الدراسات السوسيولوجية في مجال الإعلام التنموي إلى الدور الجوهري والحيوي لوسائل الاتصال في عملية التنمية والتحديث، وذلك إذا ما تم توظيفها بالشكل الصحيح، حيث تصنف معالم التنمية انطلاقا من مساهمة الإذاعة المحلية في عملية المواجهة وفق ثلاث نماذج رئيسية:

- مشكلات ذات طبيعة استراتيجية تترك مواجهتها للجهات المعنية، وفيها يكون دور الإذاعة المحلية ثانويا يقتصر على الإعلام من مختلف الأنشطة.
- مشكلات تستطيع من خلالها الإذاعة المحلية مساعدة الأجهزة المسؤولة عن مواجهتها.
- مشكلات يمكن أن تقوم فيها الإذاعة بدور أساسي وتتمثل في الإقناع وترسيخ القيم الجديدة مع تحفيز الجمهور على المشاركة العامة.[3]

وتقوم الإذاعة المحلية بإعلام المجتمع المحلي بالأحداث الجارية وإنجازاته من خلال تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولاتهم. ولكي تنجح خطط التنمية لابد من نشر

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 165-166.

[2] حمدة عيسى موسى أمين، الإذاعة ودورها في التنمية الاجتماعية، رسالة ماجستير في علوم الاتصال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2010، ص ص82-83.

[3] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص ص381-382.

المعلومات عن الخطط من خلال تقارير وبرامج إخبارية عن أنشطة هذه الخطط في المجتمع حتى يتمكن الجمهور من اتخاذ قرارات سليمة.[1]

وتعتبر الإذاعة المحلية واحدة من أهم الأبنية الاجتماعية التي ترتبط بمجموعة من الوظائف، ومنها المعالجة الموضوعية للقضايا المجتمعية والقومية بما يحفز كل الطاقات للمساهمة في إيجاد الحلول الكفيلة بحل هذه القضايا. إضافة إلى إتاحة الفرصة الكافية لكافة الآراء ووجهات النظر للتعبير عن نفسها لمعالجة مشكلات المجتمع. كذلك التوعية المستمرة بخطورة القضايا والمشاكل التي تواجه المجتمع، والإعلان عن كافة الجهود التي تبذل، والنجاحات التي تحقق في هذا الإطار. وتأكيد دور كل مواطن في التصدي لمشكلات المجتمع وقضاياه الملحة، مع تكثيف برامج السلوكيات لتصحيح السلبي منها، ودعم الايجابي. ومحاربة كافة أشكال السلبية واللامبالاة والتي تشكل العائق الرئيسي لمواجهة مشكلات المجتمع.[2]

كما تعمل الإذاعة المحلية على تحليل وتفسير الأحداث في المجتمع المحلي، حيث لا تكتفي بدور المخبر فقط وإنما كذلك دور من يشرح ويبسط ويسهل مهمة المخطط، فهناك أخبار لا تقتصر على مجرد سردها بوقائعها وحقائقها بل يجب تفسيرها والتعليق عليها حتى يستطيع الجمهور المستمع إدراكها واستيعابها وما يترتب عليها من نتائج، ويعتمد ذلك على ثقافة المعلق وخبرته حتى يمد الجمهور بالمعلومات التي يستوعبها.[3]

وتستطيع الإذاعة المحلية توفير محتوى يركز على مجتمع محلي أو خاص من خلال مشاركة المستمع ضمن نموذج الخدمة مع التركيز على ما يمكن للمحطة الإذاعية القيام به للمجتمع من خدمات.[4] فهي تعمل على تعزيز التنمية والتغيير الاجتماعي الإيجابي للمجموعات الأقليات حيث تنقل معاناة واحتياجات وصعوبات وقيود المجتمع للسلطة السياسية. وترتيب مناقشة على العلاجات والعمل الجماعي لإيجاد الحلول المناسبة.[5]

---

[1] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص 166-168.

[2] طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص97.

[3] لطيف لبنى، نفس المرجع، ص 169.

[4] Saad Ullah Khan, Aligarh Muslim University, Aligarh 202002,U.P., India, P5, on the link file:///C:/Users/WinTen/Downloads/community_radio.pdf, 03/02/2020, 06 :40.

[5] Anowarul Arif Khan, Mostafizur Rahman Khan, Mahmudul Hassan, Firoz Ahmed, Shah Md. Rauful Haque, Role of Community Radio for Community Development in Bangladesh, The International Technology Management Review, Vol. 6 (2017), No. 3, 94-102, P98, on the link file:///C:/Users/WinTen/Downloads/25875238.pdf, 02/02/2020, 09:10.

كما تقوم الإذاعة المحلية بتنفيذ حملات إعلامية وتحريك الجماهير على صعيد الفعل التنموي من خلال التوعية وتعريف الجمهور بالمشكلات الراهنة، كذلك تقديم التفاصيل والحجج المؤيدة والمعارضة للموضوع المطروح بهدف تكوين آراء، إضافة إلى تقديم معلومات إضافية لتدعيم الرأي الإيجابي وصولا إلى الاتفاق أو الاقتناع الجماعي بالفكرة أو الرأي. بهذا تكون الإذاعة المحلية قد شاركت بفعالية في دعم ودفع البرامج والخطط التنموي المحلية، من خلال دورها الوظيفي، بدءا من عرضها، شرحها لمخطط التنمية وانتهاءا لرفع التقارير والنتائج للمسؤولين، من أجل دمقرطة العملية التنموية بمشاركة أفراد المجتمع المحلي من خلال عملية الوضع، التقييم والتنفيذ.[1]

وتقوم أيضا الإذاعة المحلية بتعريف الجمهور في المجتمع المحلي بالخدمات والفرص المتاحة من خلال تقديم برامج إذاعية تتضمن فرص وخدمات موجودة في المجتمع المحلي يمكن للجمهور استخدامها بالنفع، فدور الإذاعة يتمثل في تعريف الجمهور بالخدمة المتاحة كفرص العمل، الخدمات الطبية، فرص التعليم والتدريب، المساعدات المادية، وأماكن الترفيه والتسلية.[2]

[1] القاسمي محمد، عمراني المصطفى، مرجع سابق، ص382.

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص ص 170-171.

ثانيا: التخطيط الإذاعي

1- خصائص التخطيط الإذاعي

يعد التخطيط أحد أساسيات العصر الحديث للنجاح في بلوغ الاهداف، فهو يهتم بالوسائل التي تمكن من بلوغ الهدف على أسس علمية صحيحة استنادا الى الدراسات العلمية والاحصاءات والبيانات الدقيقة والتجارب السابقة التي تؤدي الى كشف المشكلات المتوقعة وإيجاد الحلول السلمية لها قبل تفاقمها.

وغالبا ما يعد التخطيط الوظيفة الأولى من وظائف الإدارة، فهو القاعدة التي تقوم عليها الوظائف الإدارية الأخرى، والتي يقع على عاتق القيادة الإدارية وجوب النهوض به كوظيفة أساسية تختص بها الإدارة العليا. ولا تنتهي هذه الوظيفة إلا بتحقيق الهدف عن طريق نشاطات الإدارة التي تعمل على تنفيذ الخطة.[1]

لذلك يعتبر التخطيط الإذاعي ضرورة مهمة لتطوير وتنمية المجتمعات المحلية، ولنجاح التخطيط هناك مهام أساسية تتمثل في:

- ضرورة توفر المعلومات عن الموارد المادية والبشرية وعن الخطط الوطنية الشاملة والإقليمية والقطاعية، وتوفر المعلومات عن المشكلات والقضايا الاجتماعية والثقافية الخاصة بالمجتمع، ونتائج البحوث الأكاديمية وتوثيقها والتدريب الإعلامي على المستوى الوطني والمحلي.
- وضع سياسة اتصالية واضحة من خلال دمقرطة الاتصال والتي تعني تحليل العلاقة بين مفهوم حقوق الاتصال الأساسية والفرعية على السواء بمفهوم الديمقراطية.
- تحديد الأولويات والأهداف من خلال توجيه كافة الإمكانيات صوب تحقيقها.[2]
- وضوح في السياسة العامة للإدارة الإذاعية.
- تنظيم كامل للخطة الإذاعية.
- تفاني من العاملين بالإذاعة على تحقيق هذه الخطة بشروط مسبقة.

ويجب أن تتسم الخطة الإذاعية بالكفاءة والواقعية والمرونة ثم التوافق المنطقي بمعنى توافق الموارد المتاحة مع مختلف اتجاهات الخطة وأهدافها.[3]

---

[1] عبيد كمال، مرجع سابق.

[2] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص ص107-109.

[3] الحفناوي محمد، مرجع سابق، ص ص51-52.

كما يتميز التخطيط الإذاعي بأنه نشاط يسعى لتحقيق غايات اجتماعية معينة مستوحاة من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الجوهرية. حيث يتسم بالتخطيط والبرمجة، كما يتصف بالشمولية فهو متعدد الأبعاد ويشمل كافة جوانب الحياة الإنسانية، فنظام الاتصالات جزء من الحكومة الوطنية حيث تمارس معظم دول العالم الثالث فلسفات سلطوية فيما يتعلق بوسائل الإعلام مما يجعل توظيفها لدعم التنمية يتحول إلى مجرد تقنية دعائية أساسية للعديد من الدول النامية.[1]

2- المؤسسات الإعلامية والتخطيط الإذاعي

وهي الخطة التي تضعها المؤسسة الإعلامية عبر وجود هيئة تخطيط مركزية تابعة لمصلحة الإعلام الحكومي أو الخاص تتوفر فيها مقومات معينة وأساسية منها الخبرة في التخطيط والقدرة على وضع الخطة وربطها بالنشاط التنموي العام والنشاط الإعلامي بصفة خاصة.[2]

يصنف التقسيم الوظيفي المؤسسات الإعلامية ضمن النوع الرابع من المؤسسات وهي المؤسسات التعليمية التي تقوم بصيانة ثقافة المجتمع ونقلها إلى الأجيال خلال السنين. أما تقسيم السلطة فيضعها تحت النوع الثالث من المؤسسات وهي القائمة على قيم أخلاقية وقواعد سلوكية وتكون استجابة الجمهور لها استجابة أخلاقية مبنية على الاقتناع واعتناق القيم والمبادئ التي تبثها هذه المؤسسات.[3] كما نجد التقسيم حسب الشريحة المستفيدة والذي يضع المؤسسات الإعلامية في إطار خدمة الجمهور العام والسهر على تحقيق مصالحهم، إضافة إلى التقسيم التكنولوجي ويصنف هذه المؤسسات في المؤسسات العضوية وهو نوع تتوافر فيه المرونة الكافية والتغيير النسبي في الاختصاصات وحرية انسياب المعلومات.[4] وأخيرا التقسيم حسب استراتيجية العلاقة مع البيئة ويجعل من المؤسسات الإعلامية مؤسسات تتبع استراتيجية المبادرة في مواجهة التغيرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية في المجتمعات.[5]

---

[1] فريجات نسيبة، سبتي رشيدة، مرجع سابق، ص ص 143-144.

[2] بوكرموش عيسى، استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013، ص56.

[3] أمين سعيد عبد الغني، مرجع سابق، ص53.

[4] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص104.

[5] أمين سعيد عبد الغني، مرجع سابق، ص53.

وللتخطيط وظيفة ضرورية لا غنى عنها للمؤسسات الإعلامية لأنه يوضح الأهداف التي تسعى المؤسسة الى تحقيقها وبالتالي يسعى كل فرد من أفراد المؤسسة الى أن يؤدي عمله مما يساعد على تحقيق هذه الاهداف بالإضافة الى أنه يساعد على توفير الإطار الذي يساعد على توحيد الجهود لتحقيق الأهداف.

كما يساعد على التنسيق بين جهود العاملين الذين يشتركون في التنفيذ كما أن التنسيق بين الخطط الفرعية يضمن التنسيق بين الأعمال والإدارات التي تتكون منها المؤسسة ويعتبر أساس التنظيم.

كذلك يساعد على الاستخدام الأفضل للموارد المتاحة مادية أو بشرية وتحقيق الأهداف بأقل تكلفة ممكنة.

إضافة أنه يساعد على التحديد الدقيق للمدخلات من الموارد المطلوبة من حيث الكم والنوع سواء كانت الموارد مادية مثل الاموال والخامات والمعدات....الخ أو البشرية حتى يمكن إعدادها والاستعداد لكافة الاحتمالات والظروف المتوقعة.

ويساهم في تحقيق الرقابة بمجال العمل فالتخطيط والرقابة وظيفتان متلازمتان والتخطيط يحدد مستويات الاعمال أما الرقابة فتعمل على التأكد من أن المراحل التنفيذية للأعمال متطابقة مع التخطيط الذي تم وضعه واكتشاف الانحرافات إن وجدت والاستفادة من ذلك في اجراء التعديلات في الخطط الحالية لتصبح مناسبة. وتحقيق الأمن النفسي للعاملين والجماعات حيث يطمئن الجميع الى الأمور التي تهمهم[1].

3- التخطيط للإذاعة المحلية

إن الإذاعة المحلية، إذا تم اعتبارها واحدة من المؤسسات التي تسهر على خدمة وتنمية المجتمع المحلي، فلابد لها من تخطيط لسياستها البرامجية كي تؤدي هذا الدور الفعال. والتخطيط الإذاعي هدفه الوصول إلى أعلى كفاءة ممكنة للحصول على أعلى عائد من الاستثمارات الإذاعية أثناء وبعد تنفيذ الخدمات الإذاعية التي يرغب بها الجمهور.[2]

ويقصد بالتخطيط في الإذاعة المحلية تنظيم الإنتاج واختيار البرامج وإعداد خريطة البرامج بما يتناسب مع احتياجات ورغبات ومصلحة الجمهور.[3]

---

[1] التخطيط والتخطيط الإعلامي، آراء وأفكار–دراسات، 2014، على الرابط https://annabaa.org/arabic/studies/346، 2020/02/04، 06:15.

[2] لطيف لبنى، مرجع سابق، ص134.

[3] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص112.

ومن أهمية التخطيط للبرامج الإذاعية هي توجيه الفهم والإدراك إذ تنقل لنا مدى إدراك وطبيعة الشعوب المختلفة، فمن خلال هذا العالم الكبير أصبح بإمكاننا التعرف على ثقافات الشعوب الأخرى من خلال هذه البرامج، توجيه السلوك اليومي للأفراد فالبرامج ترسخ طبيعة السلوك الشرائي المتعلق بمنتج معين والخدمات المتعلق بها، الحصول على المعلومات فهي تساهم في زيادة حصيلة المعلومات لدى الجمهور، التسلية والترفيه فإن أهم الأغراض التي تسعى إليها البرامج الإذاعية هي الاستحواذ على عواطف وأحاسيس المستمع والمتعة، التفاعل الاجتماعي فهي تعرض كل ما هو متعلق بالمجتمع مع إمكانية المشاركة فيها.[1]

وعند التخطيط للإذاعة المحلية، يجب الأخذ في الاعتبار بعدة عوامل أساسية، تعتبر بمثابة الأسس التي يمكن أن يتم من خلالها تحقيق أهداف الإذاعة المحلية، وتتمثل أهم هذه العوامل فيما يلي:

- يختلف نطاق التغطية الجغرافية التي تغطيها الإذاعات المحلية، فالإذاعات المحلية تغطي مدينة كبيرة، والإذاعة الإقليمية التي تغطي إقليما يضم عدة محافظات.[2]
- ضرورة التنسيق بين الخطط الإعلامية للقطاع الواحد كالتنسيق بين الخطط الإذاعية للمحطة الواحدة، بينها وبين خطط المحطات الإذاعية الوطنية وبين الخطط الإذاعية بوجه عام وبين خطط وسائل الإعلام المختلفة.
- وتضمن المرونة في التخطيط الإعلامي الحد الأدنى من التكيف والتأقلم في حالة حدوث مستجدات طارئة في الحياة، وبالتالي يمكن وضع خطط بديلة مقدما لمواجهة الظروف المحتملة لاختيار أفضلها.[3]
- كما تعتبر الفترة الزمنية المحددة لتنفيذ الخطة الإذاعية من العوامل المهمة. ووفقا لهذا الإطار الزمني للتخطيط، ينقسم التخطيط الإذاعي إلى تخطيط بعيد المدى وهو التخطيط الذي تكون أهدافه بعيدة المدى، تحتاج إلى فترة زمنية طويلة لتحقيقها. وتخطط قصير المدى وهو التخطيط الذي تكون أهدافه قصيرة المدى، تحتاج إلى فترة زمنية قصيرة لتحقيقها. ويضاف إلى ذلك فترات الأزمات.

---

[1] مهدي لبنى، التخطيط لإعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية، 2019، على الرابط https://e3arabi.com، 2020/09/29، 15:15.

[2] الاكاديمية البريطانية للتعليم العالي، التخطيط للإذاعة المحلية، على الرابط https://www.abahe.uk/abahe-enc، 2019/08/18، 16:00.

[3] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص110.

- إضافة إلى ساعات الإرسال التي تبثها الإذاعات المحلية لابد أن تكون ملائمة، من حيث: عدد ساعات البث ومواعيده بما بتلاءم مع ظروف الجماهير المستهدفة، هذا إلى جانب قوة الإرسال ووضوحه مما يؤثر في عمليات التلقي.[1]
- متابعة الخطة الإعلامية لاكتشاف معوقات التنفيذ وإزالتها وقياس الآثار الناتجة عن التنفيذ لمعرفة مدى مطابقتها للتصورات الخاصة في أذهان المخططون، وتوجد أساليب عديدة لمتابعة الخطة من أهمها المتابعة القطاعية والمتابعة المركزية.[2]
- التنوع: وهي تعدد أنواع البرامج الإذاعية منها الإخباري، الترفيهي، الاقتصادي، الفني والسينمائي.
- الجاذبية: والتي تستحوذ على جذب الجمهور إليها والتأثير فيه مع إقناعه بما تقوم بعرضه من معلومات.
- التفاعلية: إن إمكانية تفاعل الجمهور مع البرامج الإذاعية تكون كبيرة وذلك من خلال المشاركة إما عبر الهاتف أو مواقع التواصل الاجتماعي.
- الوفرة والتواصل: على مدار اليوم تكون البرامج الإذاعية متوفرة وتكون ضمن موعد محدد ومعد لها إعدادا جيدا، فمن السهولة الحصول على القنوات الناقلة لتلك البرامج.[3]
- كما تعتبر ثقافة المجتمع المحلي مصدرا مهما وعاملا رئيسيا يؤثر على القائمين بالاتصال في اختيارهم للمواد الإذاعية التي قدمونها. لذلك من الضروري اختيار العاملين من المذيعين ومقدمي البرامج والمعدين والمخرجين وخلافهم بحيث يكونون من أبناء المجتمع المحلي.
- ويعتبر جمهور المستمعين من أهم عناصر العملية الاتصالية، وبالتالي يتوقف تحقيق أهداف الإذاعة على الوصول إليهم والتأثير فيهم على مستوى المعرفة والاتجاهات والسلوكيات.[4]
- القائم بالاتصال: فمن الضروري اختيار العاملين من المذيعين ومقدمي البرامج والمعدين والمخرجين، ولابد من تنظيم دورات تدريبية لتنمية مهاراتهم وقدراتهم ليؤدون عملهم بكفاءة ويتفهمون مشكلات المجتمع.[5]

ومن العوامل المؤثرة في فعالية البرامج الإذاعية نجد متغيرات المصداقية فهي تلك العوامل المتعلقة بوسائل البرامج ومصداقيتها وشمولها، وهل هي متشابهة ومتسقة أم متنوعة ومتعددة إعلاميا، إضافة إلى متغيرات

---

[1] الاكاديمية البريطانية للتعليم العالي، مرجع سابق.

[2] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص111.

[3] مهدي لبنى، مرجع سابق.

[4] الاكاديمية البريطانية للتعليم العالي، مرجع سابق.

[5] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص 113.

الجمهور يجب الوقوف على اختلاف الخبرات والثقافات لدى الجمهور المخاطب وتكون استجابتهم لنفس المحتوى مختلفة وفقا للظروف الصحية أو النفسية أو الاجتماعية، كذلك متغيرات المحتوى فما يزيد البرامج قوة وفعالية هو قدرتها على استمالة وإقناع وإشباع حاجات المتلقي المتنوعة، متغيرات البيئة وهي المحيط التي يعرض فيه البرامج الإذاعية والتي تتغير وفقا للظروف السياسية والاقتصادية فهي أحيانا تكون مساعدة على إحداث تأثير وتغير أو عامل ضعف لهذه البرامج، حيث هنالك بعض البرامج تكون ناجحة في بيئة ما وأخرى لا.[1]

فالعلاقة بين التخطيط الإذاعي وبرامج وخطط تنمية المجتمعات المحلية هي علاقة عضوية لأن تنمية المجتمع ترتكز على توجيه أفراده لمساعدة أنفسهم والمساهمة بفاعلية في الجهود التي تبذلها الحكومات المركزية والمحلية لتحسين مستوى معيشتهم، وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم المحلي وتوعيتهم وهذا لن ينجح إلا إذا وضع المخطط الإعلامي في اعتباره أن هناك عدة ظروف خاصة في المجتمع المحلي تختلف من مجتمع لآخر.[2]

[1] مهدي لبنى، مرجع سابق.

[2] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص ص 113-114.

خلاصة

ونستخلص في الأخير، أن الإذاعة المحلية تعد أساس تنمية المجتمع، وباعتبارها أحد أجهزة ومؤسسات المجتمع المحلي المختلفة، والتي تقع عليها المسؤولية اتجاه تنمية هذا المجتمع المحلي والارتقاء به نحو الأفضل، والسعي لإيجاد الحلول المناسبة لمشكلاتهم اليومية من خلال جملة البرامج المتنوعة التي تلامس وتحاكي واقعهم اليومي للمحافظة على الإرث الثقافي المحلي والهوية المحلية، إضافة إلى المساعدات التوعوية المؤسساتية التعليمية والتربوية، وذلك من خلال كون المجتمع المحلي مستمع جيد لبرامج الإذاعة المتنوعة، الأمر الذي يسهل وصول المضامين التنموية لبرامج الإذاعة إلى الجمهور.

ولتحقيق ذلك لابد من التخطيط الإعلامي والإذاعي الذي يقوم به القائمين على التخطيط، وذلك من خلال رسم ووضع سياسة إعلامية واضحة ودقيقة في الاتجاه الصحيح الذي يتحرك فيه المجتمع، تحديد الأولويات، التنسيق، المرونة، والتكامل والمشاركة.

وعموما فإن الإذاعة المحلية لها دور كبير في تنمية المجتمع المحلي، فهي تعمل على الإعلام والإخبار، كما لها دور يتعلق بالقضايا التعليمية والتدريبية حيث تكون المعاون للمؤسسات التعليمية المختلفة، ولها مسؤولية أكبر في قضايا التغيير القيمي والسلوكي والتوعية بمختلف أبعادها والمحافظة على الثقافة المحلية وتدعيمها.

الفصل السابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

1- مجالات الدراسة

2- منهج الدراسة

3- أدوات جمع البيانات

4- عينة الدراسة

5- أساليب تحليل البيانات

خلاصة

تمهيد

بعد التعرض للجانب النظري لهذه الدراسة، والذي يعد القاعدة النظرية لها، نتطرق للجانب التطبيقي باعتباره الإطار المنهجي المحدد لما نريد الوصول إلى تحليله بدقة. فالمعرفة العلمية تكمن في تحديد الخطوات المنهجية المتبعة للوصول إلى هذه المعرفة والتي تتم من خلال اتباع خطوات وقواعد المنهج العلمي للتعرف على حقائق الظاهرة، ولهذا فإن نتائج البحث العلمي تقترب من الحقيقة كلما كانت الإجراءات المنهجية أكثر دقة ومواءمة لموضوع البحث.

لذلك سنحاول في هذا الفصل التطرق للجانب المنهجي للبحث، والإجراءات المنهجية المتبعة لمعالجة المعطيات النظرية وتحويلها لحقائق من خلال الإجابة على الأسئلة المطروحة. وعليه سنطرح في هذا الفصل مجالات الدراسة المتمثلة في المجال الزمني، المكاني والبشري، إضافة إلى الوسائل المنهجية المستخدمة في هذه الدراسة والتي تتمثل في المنهج المستخدم، أدوات جمع البيانات، والعينة وكيفية اختيارها.

1- مجالات الدراسة

1-1- المجال الزمني

يمثل المجال الزمني الفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة الميدانية للبحث، فتحديد مجالات البحث أمر مهم لتحديد خطواته المنهجية، حيث انقسمت الدراسة إلى ثلاثة مراحل والتي تتمثل في:

- **المرحلة الأولى:**

حيث كانت البداية من خلال زيارة استطلاعية إلى بعض إذاعات الشرق الشمالي الجزائري، وقد جمعنا منها البيانات المتعلقة بتاريخ إنشاء الإذاعة، والمخطط الخاص بعمال الإذاعة، وقد قاموا بمساعدتنا ولهم كل الشكر. كما وقاموا زملاء صحفيين بمساعدتنا في توزيع الاستمارات وشرحها للمبحوثين وذلك لعدم قدرتنا التنقل لكافة الإذاعات المحلية. حيث امتدت فترة توزيع الاستمارات وجمعها مدة طويلة تتراوح من أفريل إلى أكتوبر.

- **المرحلة الثانية:**

وقد تم فيها توزيع الاستمارات من شهر أفريل إلى غاية شهر أكتوبر، وذلك من خلال زيارة بعض إذاعات الشرق الجزائري وتوزيع الاستمارات على الإذاعيين، حيث كنا نقوم بشرح بعض الأسئلة وإعطاء الفرصة للمبحوثين للإستفسار عن الأسئلة، كما وقد تم إرسال استمارات إلكترونية لبعض الإذاعات التي تعذر علينا الذهاب إليها، وكذلك قام بمساعدتنا زملاء صحفيين بتوزيع الاستمارت أو إرسالها مع أشخاص يعرفونهم. وقد كانت هذه المرحلة صعبة وذلك من خلال التنقل بين الولايات وكذا وجدنا صعوبة في عدم الاستجابة للاستمارات الإلكترونية.

- **المرحلة الثالثة:**

وفي هذه المرحلة قمنا بجمع الاستمارات، إلا أن بعض المبحوثين لم يجيبوا على الأسئلة الأمر الذي جعلنا ننتظر وقتا طويلا في إرجاعها، وآخرون لم يعيدوا لنا الاستمارات.

- **المرحلة الرابعة:**

وهي المرحلة الأخيرة حيث قمنا في هذه المرحلة بعملية تفريغ البيانات وتبويبها في جداول للمعالجة إحصائيا، ثم قمنا بعملية تحليل ومناقشة النتائج.

1-2-المجال المكاني

وهو المكان الذي أجريت فيه الدراسة لجمع المعطيات الميدانية، وقد أجرينا هذه الدراسة على الإذاعات المحلية للشرق الشمالي الجزائري والمتمثلة في (سكيكدة، عنابة، قالمة، الطارف، سوق أهراس، تبسة، قسنطينة، ميلة، أم البواقي، باتنة، خنشلة، سطيف، برج بوعريريج، جيجل)

وفي مايلي بيانات فنية وتقنية عن إذاعات الشرق الجزائري:

- **إذاعة سكيكدة:**

إذاعة سكيكدة هي إذاعة محلية بولاية سكيكدة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة أف أم .94.80 انطلقت في البث بتاريخ 15نوفمبر 2003 .[1]

- **إذاعة عنابة:**

تبث إذاعة عنابة الجهوية برامجها اليومية باللغة العربية على الموجة 107.6/88.8MHZ، كانت انطلاقتها في 13 جانفي 1997، وقد تطور حجم البث الساعي لإذاعة عنابة منذ نشأتها إلى:

13 جانفي 1997 إلى 04 جويلية 1998 = 04 ساعات في اليوم من 09:00 إلى 01:00.

05 جويلية 1998 إلى 26 جانفي 2005 = 08 ساعات في اليوم من 08:00 إلى 17:00.

27 جانفي 2005 إلى 01 نوفمبر 2006 = 12 ساعة في اليوم من 07:00 إلى 19:00.

02 نوفمبر 2006 إلى 15 جوان 2007 = 17 ساعة في اليوم من 07:00 إلى 00:00.

16 جوان 2007 إلى 10 فيفري 2008 = 24 سا/ 24 سا.ط

11 فيفري 2008 إلى 20014 = 12 ساعة من 06:55 إلى 20:00.

وتضم إذاعة عنابة 04 رؤساء مصالح، 10 صحافيين، 07 منشطين، 06 مخرجين، 05 تقنيين، 05 أعوان أمن، 04 فئات مختلفة.[2]

- **إذاعة قالمة:**

إذاعة قالمة هي إذاعة محلية بولاية قالمة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة أف أم 106.50 و 97.60 .بدأت بثها بتاريخ 27ديسمبر 2008 .[3]

[1] https://ar.wikipedia.org/wiki/,28/07/2022,18:37.

[2] المصدر إذاعة عنابة

[3] https://ar.wikipedia.org/wiki,28/07/2022,19:00.

- **إذاعة الطارف:**

هي إذاعة محلية بولاية الطارف تبث برامجها على الموجة 88.3 FM.

[1]

- **إذاعة سوق أهراس:**

بدأت إذاعة سوق أهراس بث برامجها بشكل منتظم في 23فبراير 2005 تحت إشراف مدير تنسيقية الإذاعات الجهوية لوناكل شعبان، والأمين العام للولاية بالنيابة مدير الإدارة المحلية مسعود حجاج. كانت مدة البث أول مرة أربع ساعات في اليوم، ثم امتدت المدة إلى ثماني ساعات في 5 يوليو2005 ، بعدها وصلت إلى 12 ساعة. ثم مُدد البث على مدار الساعة. في 10 فبراير 2008 تم تقليص البث المحلي إلى 13 ساعة و 20 دقيقة بالإضافة إلى الربط مع القناة الدولية وإذاعة القرآن الكريم، وإذاعة الجزائر. وتتنوع الشبكة البرامجية لإذاعة سوق أهراس الجهوية بين إخبارية، وتربوية وثقافية ومنوعات، مواكبة في محتواها حركة التنمية عبر الولاية عاكسة نبض المجتمع بمختلف انشغالاته وقطاعاته من خلال عمل إعلامي جواري متعددة الأبعاد ومتنوع الموضوعات، فريق شاب طموح يثابر يوميا من أجل تجسيد هذه الأهداف المسطرة ضمن إستراتجية الإذاعة الجزائرية لترقية رسالتها الإعلامية، مواكبة للتطورات المتنامية لوسائط الاتصال. على التردد أف أم:95.1 و 104.0.[2]

- **إذاعة قسنطينة:**

إذاعة سيرتا الجهوية أخذت اسمها نسبة إلى الاسم القديم لمدينة قسنطينة وهو سيرتا عاصمة الدولة النوميدية، وابتداءا من 10 فيفري 2007 سميت بإذاعة قسنطينة الجهوية.

في 02 فيفري 1995 كانت تبث برامجها على أمواج القناة الأولى، حيث أصبحت لها موجة خاصة على أف أم بذبذبات 93.9 FM، وفي 05 جويلية 1998 ضاعفت إذاعة قسنطينة بثها اليومي إلى 8 ساعات، وفي 03 جوان 2005 أضيفت ساعتان، و08 أكتوبر 2006 أصبحت تبث برامجها 18 ساعة يوميا.

وبدأت إذاعة قسنطينة الجهوية بثها على النات من خلال موقعها ابتداءا من ديسمبر 2006.[3]

أف أم أو كما تعرف بالفرنسية **Cirta FM** هي إذاعة محلية تابعة للإذاعة الجزائرية تبث من محطة قسنطينة وتشمل ولايات: قسنطينة، سكيكدة، ميلة، جيجل، باتنة، سطيف، قالمة أي الشمال الشرقي

[1] https://fr.streema.com/radios/Radio_Algerienne_Radio_El_Taref,28/07/2022,20:00.
[2] https://ar.wikipedia.org/wiki,28/07/2022,19:30.
[3] المصدر إذاعة قسنطينة

للجزائر على أمواج أف أم بذبذبات 93.9 FM و 103.8 .FM تبث برامجها بالعربية لمدّة 18 ساعة يوميا على موجات الأف أم[1].

- **إذاعة ميلة:**

هي إذاعة جهوية تبث برامجها انطلاقا من عاصمة ولاية ميلة الجزائرية عبر تضمين التردد أو ما يعرف بموجات الآفم،89.6-89.9-92.7-93.0-95.9-102.7، وعبر القمر الصناعيAB3 ، وقد شرعت في البث بتاريخ 9مارس2009 ، 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.[2]

- **إذاعة أم البواقي:**

هي إذاعة محلية بولاية أم البواقي الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة **أف أم .95.60** وهي اذاعة تقع في المدينة الجديدة ماكوماداس[3].

- **إذاعة سطيف:**

هي إذاعة جهوية جزائرية تبث برامج من سطيف منذ 1992. تحتوي برامجها على العديد من المواضيع الحساسة والتي تهم العديد من المستمعين وخاصة من تلك الجهة كما تبث أيضا برامج ترفيهية وموسيقية تلاقي استحسان المستمعين.[4]

- **إذاعة برج بوعريريج:**

هي إذاعة محلية بولاية برج بوعريريج الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة أف أم .96.20 انطلق بثها في 23 أفريل2008 .[5]

- **إذاعة جيجل:**

هي إذاعة محلية بولاية جيجل الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة أف أم.94.80.[6]

- **إذاعة خنشلة:**

[1] Ibid
[2] Ibid
[3] Ibid
[4] https://radioalgerie.eu/setif,01/08/2022,14:10.
[5] https://ar.wikipedia.org/wiki,01/08/2022,14:30.
[6] Ibid

هي إذاعة محلية بولاية خنشلة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة أف أم 93.10. انطلق بثها بتاريخ 25ديسمبر 2008 .[1]

- **إذاعة باتنة:**

هي إذاعة محلية بولاية باتنة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية واللهجة الشاوية على موجة أف أم 92.20. باشرت بثها من تاريخ 29 نوفمبر 1994 .[2]

- **إذاعة تبسة:**

هي إذاعة محلية بولاية تبسة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية على موجة أف أم 87.90. انطلقت في البث بتاريخ 4أفريل 1995 وهي تبث الآن لمدة 18 ساعة يوميا.[3]

1-3-المجال البشري

يمثل المجال البشري مجتمع البحث الذي أجريت فيه الدراسة. وحتى تكون الدراسة دقيقة والوصول إلى نتائج واقعية وموضوعية، لابد من تحديد المجتمع الأصلي للبحث تحديدا دقيقا وواضحا.

وفي هذا الإطار ركزنا في هذه الدراسة على الأطراف الفاعلة في ميدان التخطيط الإذاعي ألا وهم موظفي الإذاعات المحلية بالشرق الشمالي الجزائري من صحفيين ومنشطين ومعدين ومخرجين، حيث ضم الإطار البشري للبحث عينة تتكون من (126) مفردة.

2- منهج الدراسة

إن هذا البحث الذي نحن بصدد دراسته يدخل ضمن الدراسات الوصفية الذي لا يقتصر على مجرد جمع البيانات أو المعطيات من الواقع فقط، وإنما جمع هذه البيانات، وتحليلها، وتفسيرها، واستخلاص نتائجها، طبقا لأهداف الدراسة التي سطرها الباحث.[4]

وتعتبر طبيعة الموضوع المحدد الرئيسي لنوع المنهج المختار للدراسة، إذ يعتبر المنهج طريقة تصور وتنظيم البحث، وينص على كيفية تصور وتخطيط العمل حول موضوع دراسة ما.[5]

---

[1] Ibid
[2] https://ar.wikipedia.org/wiki,01/08/2022,15:15.
[3] Ibid

[4] شعباني مالك، مرجع سابق، ص378.

[5] موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، مصطفى ماضي، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004، ص99.

حيث يعرف المنهج الوصفي بأنه طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليله وإخضاعها للدراسة الدقيقة.[1]

ويمر هذا النوع من الدراسات بمرحلتين:

- **المرحلة الأولى:**

هي استطلاع واستكشاف الظواهر التي لا تتوفر فيها معلومات دقيقة، وهنا تكون مهمة الوصف في زيادة ألفة الباحث بالظواهر أو التوصل إلى استبصارات جديدة تمهد للمرحلة الثانية.

- **المرحلة الثانية:**

التي تكون في الغالب ذات طبيعة تفسيرية تسعى إلى استخلاص التعميمات حول الظواهر المدروسة.[2] وعليه فقد قمنا في هذه الدراسة بجمع المعلومات ووصف الظاهرة محل الدراسة، كما عملنا على البحث والتدقيق في العوامل المؤثرة فيها وربطها بأبعاد ومؤثرات تخص الإذاعة في الجزائر، وذلك من خلال عملية التحليل بما يتناسب مع معطيات الدراسة قصد التوصل إلى نتائج دقيقة ومدى توافقها مع أهداف الدراسة. حيث قمنا بجمع البيانات، تصنيفها، تبويبها، وتحليلها إحصائيا من أجل استخلاص النتائج.

3- أدوات جمع البيانات

3-1- الملاحظة

تعتبر الملاحظة من أهم وسائل جمع البيانات، حيث تستعمل في مراقبة السلوك الإنساني وجمع بيانات حوله في بعض المواقف خاصة التي يخجل فيها التصريح بمواقفه، كما أنها تفيد في تلك المواقف التي يرفض فيها المبحوثون إعطاء معلومات للباحث.[3] كما تسمح الملاحظة أيضا بجمع البيانات من الميدان من أجل منح الباحث مسالك وسبل التفكير المساعدة على ضبط مشكلة البحث وتدقيقها.[4]

---

[1] بوحوش عمار، الذنيبات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2003، ص139.

[2] كنزاي محمد فوزي، مرجع سابق، ص ص230-231.

[3] سلاطنية بلقاسم، حسان الجيلاني، أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون- الجزائر، 2009، ص66.

[4] سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2012، ص83.

فمن خلال زيارتنا لبعض الإذاعات المحلية للشرق الشمالي الجزائري، فقد ساعدتنا هذه التقنية خلال المرحلة الاستطلاعية وأثناء توزيع الاستمارات وملئها واسترجاعها، كما ساعدتنا في رصد ردود أفعال المستجوبين من صحفيين ومذيعين عند استجوابهم والحوار معهم، وكظا الاطلاع على الظروف المحيطة بالمبحوثين، والتعرف على الوسائل والتقنيات التي يعتمدها القائم بالاتصال في عملية التخطيط للبرامج الإذاعية وبثها.

فالملاحظة البسيطة ساعدتنا في التعرف على كيفية إعداد البرامج وإخراجها وبثها للجمهور.

3-2- المقابلة

هي تقنية مباشرة تستعمل من أجل مساءلة الأفراد بكيفية منعزلة أو جماعية، تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف العميق على الأشخاص المبحوثين. وهي أفضل التقنيات لاستكشاف الحوافز العميقة للأفراد واكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكهم من خلال خصوصية كل حالة.[1]

وقد عرفها "انجلش" بأنها محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو مع أفراد، بهدف الحصول على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث علمي أو للاستعانة بها في عمليات التوجيه والتشخيص والعلاج.[2]

فالمقابلة أداة تحتل مركزا هاما في البحث السوسيولوجي، وتعتبر من الأدوات الأساسية الأكثر استعمالا، وانتشارا في الدراسات الأمبريقية وذلك لما توفره من بيانات هامة حول الموضوع المراد دراسته.

حيث أستخدمنا المقابلة غير المقننة من أجل الحصول على معلومات أولية تمكن الباحث من صياغة وبناء أسئلة الاستمارة على الأقل في صورتها الأولى، وقد اعتمدنا عليها في الدراسات الاستطلاعية والاستكشافية، بهدف الإطلاع بعمق على جوانب وخبايا موضوع الدراسة، بحيث أتاحت لنا الفرصة

لكشف النقاب عن المواضيع، والأحداث الغامضة التي لا نراها عن بعد، وقد ساعدنا هذا النموذج من المقابلة في تعديل بناء الاستمارة.

[1] موريس أنجرس، مرجع سابق، ص197.

[2] بوحوش عمار، الذنيبات محمد محمود، مرجع سابق، ص76.

3-3- الاستمارة

تعد الاستمارة تقنية لجمع البيانات بغرض التحقق من فرضيات البحث. ما يميزها هو تهيكلها وفق شروط معينة على الباحث أن يكون على دراية تامة بها. وعادة ما يتم إدراجها ضمن البحث الكمي، القائم على القياس.[1]

وهي مجموعة مؤشرات، يمكن عن طريقها اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة عن طريق الاستقصاء التجريبي، أي أجراء بحث ميداني على جماعة محددة من الناس، وهي وسيلة الاتصال الرئيسية بين الباحث والمبحوث، وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي نريد معلومات عنها من المبحوث.[2]

وهي مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها. وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.[3]

وقد اعتمدنا الاستمارة كتقنية أساسية في هذا البحث العلمي، كونها تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية.

وبناء على ما سبق فقد اعتمدنا على استمارة التي ستطبق على المبحوثين بعد الخرجات الاستطلاعية، والإلمام بموضوع البحث إلماما كافيا، حيث قمنا بتحديد أسئلة الاستمارة تبعا للفرضيات حتى تتماشى وأهداف الدراسة، وتتلاءم مع طبيعة الموضوع، ومع المبحوثين من حيث خصائصهم ومكان تواجدهم.

ولإعداد أسئلة الاستمارة، وصياغتها صياغة نهائية قامنا بإتباع الخطوات التالية:

- بعد الصياغة الأولية للاستمارة عرضت على المحكمين وهم مجموعة من الأساتذة المختصين، والذين لهم خبرة طويلة في هذا المجال، وذلك لإبداء رأيهم حول مضمونها، ومدى مطابقة أسئلتها للفرضيات، والأهداف التي ترجو الدراسة تحقيقها، وبعد الإجابة عليها من طرف هؤلاء قامنا بإجراء التعديلات اللازمة عليها.

---

[1] سبعون سعيد، مرجع سابق، ص155.

[2] سلاطنية بلقاسم، الجيلاني حسان، مرجع سابق، ص77.

[3] عمار بوحوش، محمد محمود ذنيبات، مرجع سابق، ص 67.

- بعد ذلك قمنا بتطبيق أولي للاستمارة (استمارة تجريبية) على عدد محدود من المبحوثين.
- بعد الإجابة عليها من طرف هؤلاء، أدخلت عليها بعض التعديلات بالحذف والإضافة والإلغاء، أو إعادة صياغة بعض الأسئلة، وتعديل البعض الآخر.
- وأخيرا فقد تم صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي، وقد اشتملت الدراسة على استمارة واحدة، تحتوي على أسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة من أجل التحليل النوعي، والتي تضمنت (43) سؤالا موزعة على أربعة محاور والتي تتمثل في:

- **المحور الأول:** خاص بالبيانات الشخصية.
- **المحور الثاني:** خاص ببيانات مدى معالجة التخطيط الإذاعي للقضايا التنموية.
- **المحور الثالث:** خاص ببيانات مدى مساهمة التخطيط الإذاعي على التعريف بالمشاريع التنموية.
- **المحور الرابع:** خاص بالاختلالات التي تعرقل دور الإذاعة المحلية في تحقيق برامج التنمية.

4- العينة

تعتبر مرحلة تحديد العينة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، فهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث تعتمد عليها إجراءات البحث وتصميمه، وكفاءة نتائجه، حتى تكون نموذجا صحيحا للحصول على المعلومات اللازمة، وأن تكون النتائج المحصل عليها من دراسة العينة موثوقا فيها. وطبيعة الموضوع المتناول بالدراسة هو الذي يفرض على الباحث أسلوبا معينا لاختيار العينة.

حيث تعرف العينة بأنها عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.[1]

وهي المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها وهي تكون ممثلة لخصائص مجتمع الدراسة الكلي، إذن هذه العينة تتوزع فيها خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة في المجتمع.[2]

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لمجتمع البحث، الذي يعد من أهم تقنيات المنهج الوصفي التي تعتمد على التحليل والتفسير بشكل علمي منظم للوصول إلى مشكلة ما. كما تهدف الدراسات

---

[1] محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي – القواعد والمراحل والتطبيقات– ، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الطبعة الثانية،
1999، ص84.

[2] سلاطنية بلقاسم، حسان الجيلاني، مرجع سابق، ص 128.

التي تعتمد على الحصر الشامل إلى التغطية الشاملة لكل متغيرات الدراسة، قصد الكشف عن الواقع الفعلي للوضع الراهن للظاهرة المدروسة.

وعليه فقد قمنا بمسح شامل لكل الإذاعات المحلية للشرق الجزائري والتي تمثلت في 14 إذاعة وهي كالتالي: إذاعة سكيكدة – عنابة – قالمة – قسنطينة – ميلة – أم البواقي – الطارف – سوق أهراس – خنشلة – تبسة – سطيف – برج بوعريريج – باتنة – جيجل – مسيلة.

وقد أسفرت عملية اختيار العينة على عينة مكونة من (126) مبحوثا، وهذا العدد تحصلنا بعد توزيع الاستمارات لموظفي الإذاعة المحلية المعنيين بالتخطيط للبرامج الإذاعية، من مذيعين، ومعدين، وصحفيين، ومخرجين، إلا أن هناك بعض الاستمارات الفارغة التي تعتبر ملغاة، والبعض الآخر لم يقوموا بإرجاعها، الأمر الذي جعلنا نتحصل على (126) استمارة.

5- أساليب تحليل البيانات

تمثلت هذه المرحلة في تفريغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها، حيث اعتمدنا على أسلوبين:

- **الأسلوب الكمي:**

ويشمل مرحلة التفريغ والتبويب والمعالجة الإحصائية، فالبيانات المتحصل عليها من الاستمارة تحتاج إلى معالجة إحصائية، حيث تستهدف عملية التفريغ تحويل المعطيات الكيفية والنوعية الموجودة في أسئلة الإستمارة إلى معطيات كمية إحصائية يسهل تفسيرها، فهي تجعها قابلة للتحليل الإحصائي، ووصف المعطيات، التكرارات والنسب المئوية. وبالتالي تهيئة النتائج في جداول بسيطة ومركبة للتحليل الكيفي .

- **الأسلوب الكيفي:**

بعد المعالجة الإحصائية للإستمارة نقوم بالتحليل والتفسير والتعليق على البيانات والتوصل إلى النتائج في شكلها النهائي من خلال الاستنتاجات والربط مع الجانب النظري للدراسة والمنهجي.

خلاصة

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى البناء المنهجي للجانب الميداني الذي تمثل في: تحديد مجالات الدراسة وعينتها، المنهج والأدوات، ويعتبر هذا الفصل اللبنة الأساسية التي يقوم عليها أي بحث علمي، والذي يقوم على أساسه الفصل الموالي، فتحليل النتائج وجدولتها يتوقف على مدى صدق الفرضيات، والتأكد منها عن طريق أدوات جمع البيانات، وفي الأخير عرضنا أساليب تحليل البيانات الكمية والكيفية.

الفصل الثامن: تحليل البيانات وعرض النتائج

تمهيد

1- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

2- مناقشة نتائج الدراسة

3- النتائج العامة للدراسة

خلاصة

تمهيد

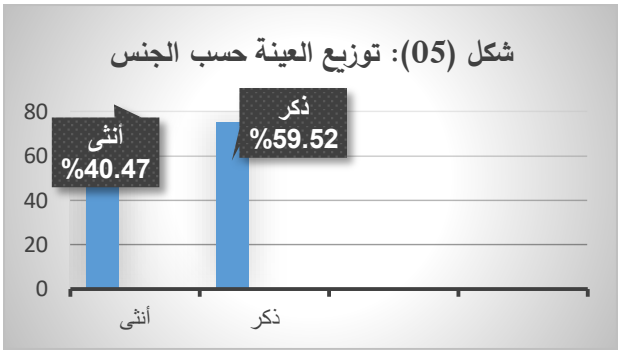
من خلال ما تم تناوله في الجانب النظري، الذي حاولنا فيه قدر الإمكان الإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي تخدم موضوع الدراسة، والذي يعتبر الأرضية النظرية لموضوع البحث من خلال ما تضمنته فصوله المختلفة، يأتي الجانب الميداني للتحقق والكشف، حيث سنقوم بتحليل وتفسير البيانات، بناءا على المعالجة الإحصائية لنختبر مدى صدق فرضيات الدراسة، معتمدين في ذلك على التسلسل المنهجي في تصميم الاستمارة التي تضمنت أربعة محاور، وترجمة الإحصاءات في جداول تكرارية وهذا للكشف عن الحقائق السوسيولوجية الكامنة وراء الظاهرة محل الدراسة ومعرفة مدى دور الإذاعة المحلية في تخطيط الإعلام التنموي.

1-عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1-1- البيانات الشخصية

- **الجدول رقم (03): توزيع العينة حسب الجنس**

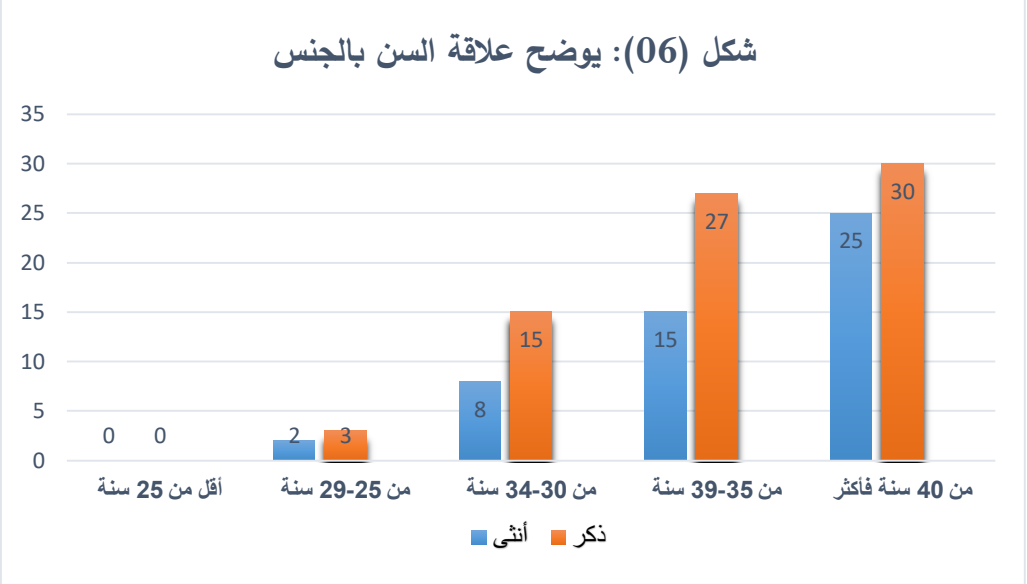
الاحتمالات	التكرار	النسبة(%)
أنثى	51	40.47
ذكر	75	59.52
المجموع	126	100



يتضح من الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع العينة حسب الجنس أن أكبر نسبة هي نسبة الذكور بـ 59.52% من العدد الإجمالي لمفردات العينة، تليها نسبة الإناث والتي تمثل 40.47% والشكل البياني يوضح ذلك، وهذا ما يدل على تنوع العينة من حيث الجنس، كما يدل على أن فئة الذكور هي الفئة الأكبر التي تعمل في الإذاعات المحلية بالجزائر، مما يعكس أن سياسة التشغيل تطغى عليها الهيمنة الذكورية. كما تؤكد النتائج اقتحام العنصر النسوي مجال الخدمة الإذاعية وعدم اقتصارها على العنصر الذكوري إذ أصبح اليوم من الممكن الحديث عن نساء الإعلام بعد أن ساد اقتصارها على الرجال وفق تسمية رجال الإعلام لكل الذين يعملون تحت المظلة الإعلامية.

- **الجدول رقم (04): العلاقة بين توزيع العينة حسب السن والجنس**

الجنس	أنثى		ذكر		المجموع	
السن	التكرار	النسبة(%)	التكرار	النسبة(%)	التكرار	النسبة(%)
أقل من 25 سنة	0	00	0	00	0	00
25 – 29 سنة	2	3.92	3	4	5	3.96
30 – 34 سنة	8	15.68	15	20	23	18.25
35 – 39 سنة	16	31.37	27	36	43	34.12
40 سنة فأكثر	25	49.01	30	40	55	43.65
المجموع	51	100	75	100	126	100

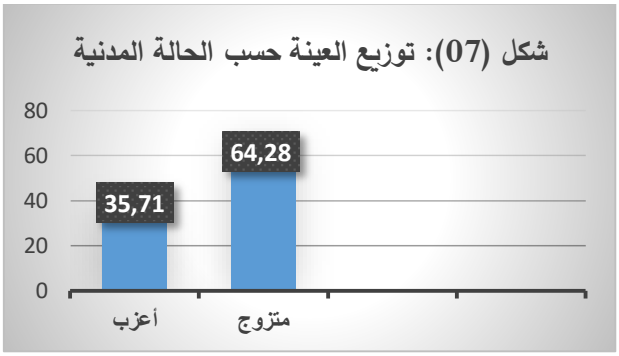


لقد دلت البيانات المسجلة في الجدول أعلاه أن الفئة العمرية الأكثر عملا بالإذاعة المحلية هي الفئة الأكبر من 40 سنة بنسبة 43.65% من عينة البحث والتي تمثل الشريحة الرصينة والواعية، حيث تصل فيها نسبة الذكور إلى 40 % من مجموع الحالات، في حين نجد نسبة الإناث تتمثل في 49.01%، ثم تليها نسبة 34.12% وهي الفئة التي تتراوح أعمارهم بين (35 و39) سنة، واحتلت في هذه الفئة نسبة الذكور 36% أما نسبة الإناث فهي 31.37%، وبعدها نجد 23 مفردة يبلغ عمرهم من (30 إلى 34 سنة) ونسبتهم 18.25%، وتتراوح فيها نسبة الذكور بـ 20% ونسبة الإناث بـ 15.68%، وبينما تصل نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين (25 و29 سنة) إلى 3.96%، تنقسم بين 4% ذكور و 3.92% إناث، وأخيرا نسبة الأفراد الذين يبلغون أقل من 25 سنة فهي منعدمة، والشكل البياني يوضح ذلك.

وعليه تدل هذه الشواهد الإحصائية على أن الإذاعات المحلية للشرق الجزائري تمتلك عمال لديهم خبرة مهنية في مجال الإعلام وأقدمية مما يجعلهم يكتسبون كفاءة في العمل الإذاعي، ومن المهم التذكير بأن العمل في الإذاعة يتطلب رصيد ثقافي ومعرفي كافي لنقل الأخبار. كما توضح البيانات النسبة المعتبرة للمرأة في العمل المؤسساتي وتواجدها بقوة في المجال الإعلامي وهذا دليل على تخطي المرأة للعوائق المجتمعية المحلية وإثبات ذاتها ومكانتها في المجتمع.

- **الجدول رقم (05): توزيع العينة حسب الحالة المدنية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة(%)
أعزب (اء)	45	35.71
متزوج (ة)	81	64.28
المجموع	126	100

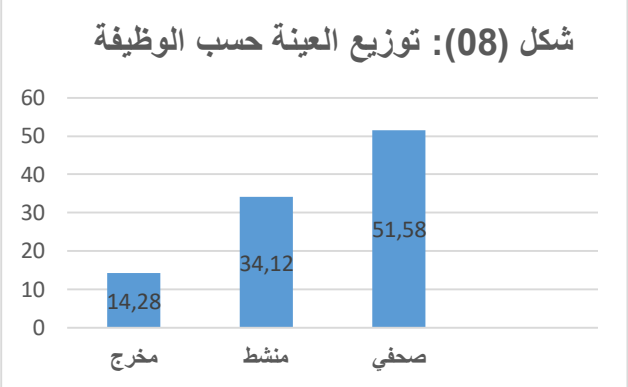


تبين القراءة الإحصائية للجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يمثلون شريحة المتزوجين بنسبة 64.28%، لتأتي بعدها شريحة الغير متزوجين بنسبة 35.71% من مجتمع البحث، وهذا ما يوضحه الرسم البياني الموضح أعلاه.

وعموما نلاحظ هيمنة المتزوجين في الإذاعات المحلية وهذا يدل على أن أكثر العمال لديهم سنوات طويلة من العمل في الإذاعة بحكم أن الفئة العمرية الأكثر عملا بالإذاعة المحلية هي فئة كبيرة بالسن. وعليه تتفق هذه المعطيات الكمية مع (دراسة كنازة محمد فوزي) و(دراسة سليكة محمد القاضي) اللذان يؤكدان ارتفا ع نسبة المتزوجين وتراجع نسبة الغير منزوجين.

- **الجدول رقم (06): توزيع العينة حسب الوظيفة**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
مخرج	18	14.28
منشط	43	34.12
صحفي	65	51.58
المجموع	126	100

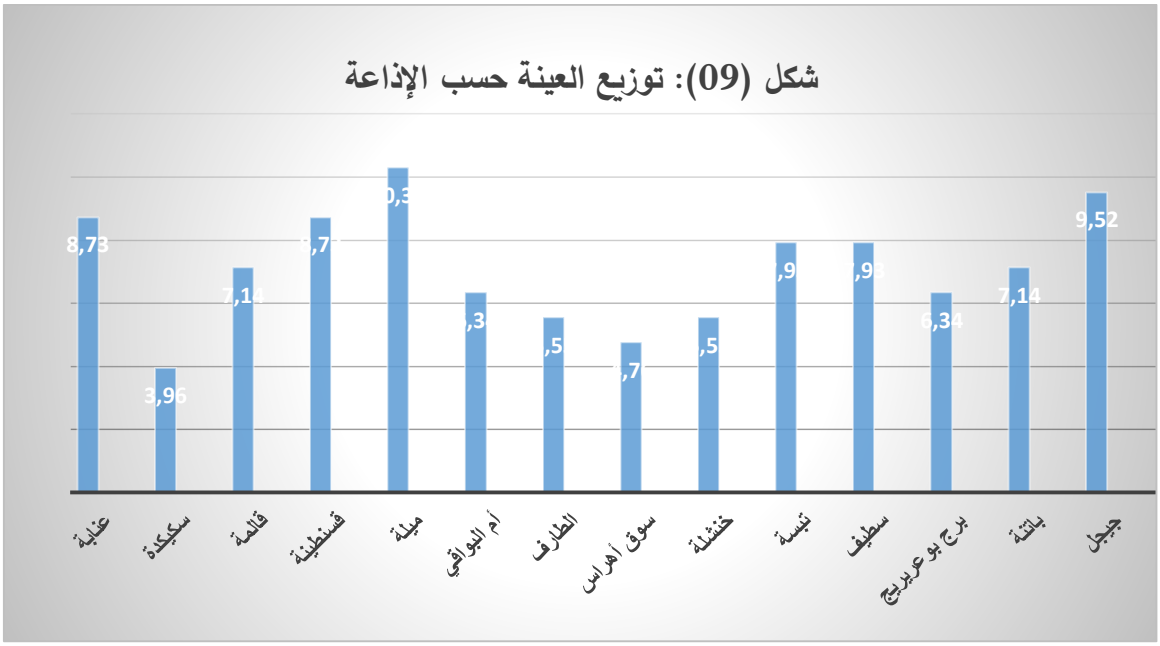


من الجدول أعلاه الذي يوضح توزيع العينة حسب الوظيفة يتبين لنا أن الإذاعات المحلية بالشرق الجزائري تضم 18 مخرجا والذين تمثل نسبتهم 14.28% من إجمالي العينة، بينما بلغت نسبة المنشطين الذين عددهم 43 منشطا 34.12% من مفردات البحث، في حين شكلت نسبة 51.58% من مجتمع البحث العمال الصحفيين والذين يبلغ عددهم 65، وهذا ما يوضحه الشكل البياني.

وعليه يتضح أن معظم موظفي الإذاعة هم بنسبة كبيرة صحفيين مما يدل على أن العمل الإذاعي يتطلب عدد كبير من الصحفيين وخاصة المراسلين لتغطية الأخبار وجمع المعلومات والاستماع لاهتمامات المواطن المحلية، والواقع أن هناك فرق بين العمل الصحفي والتخطيط الإذاعي الذي يتطلب متخصصين وعمال ذوي كفاءة مهنية في مجال التخطيط لإعداد البرامج التنموية بما تحققه من أهداف وإشباعات لدفع عجلة التنمية. كما تبرز النتائج النقص الملحوظ بعدد الفاعلين في مجال الإخراج الإذاعي بالمؤسسة الإذاعية والذي من شأنه أن يؤثر سلبا على مستوى الأداء المهني لمخرج البرامج عبر الإذاعة المحلية فضلا عن عدم إتاحة فرص الإبداع للمخرجين في مجال البرامج التفاعلية وأشكال تحقيقها في إطار الخدمة الإعلامية الجوارية.

- **الجدول رقم (07): توزيع العينة حسب مكان الإذاعة التي يتنمي إليها موظف الإذاعة**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
عنابة	11	8.73
سكيكدة	5	3.96
قالمة	9	7.14
قسنطينة	11	8.73
ميلة	13	10.31
أم البواقي	8	6.34
الطارف	7	5.55
سوق أهراس	6	4.76
خنشلة	7	5.55
تبسة	10	7.93
سطيف	10	7.93
برج بوعريريج	8	6.34
باتنة	9	7.14
جيجل	12	9.52
المجموع	126	100



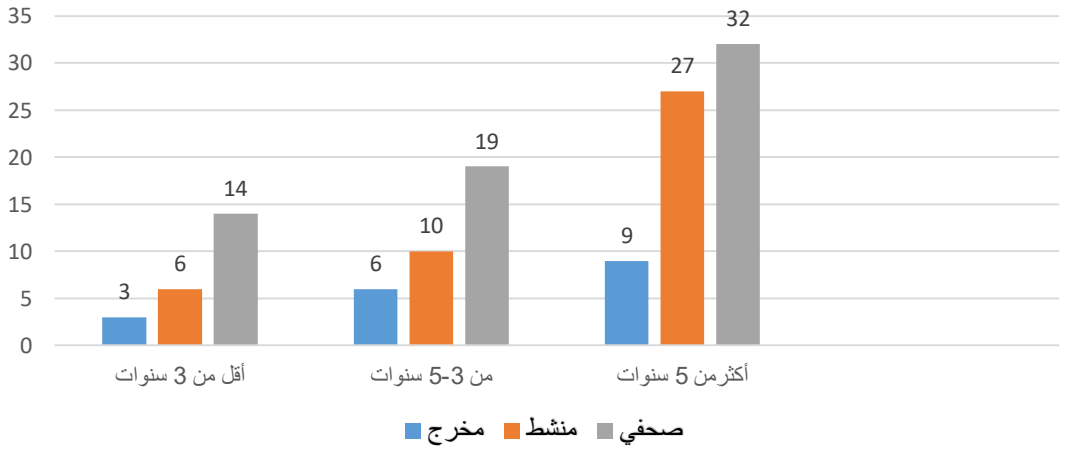
تباينت النسب المسجلة فيما يخص المبحوثين بكل إذاعة من إذاعات الشرق الشمالي الجزائري، حيث تم رصد نسبة 8.73% بالنسبة لإذاعة عنابة، ثم نجد نسبة 3.96% من المستوجبين الذين تعاونوا معنا بإذاعة سكيكدة، وتبرز النتائج النقص في عدد الموظفين الذين أجابوا على الاستمارات، وذلك ربما بسبب عدم اكتسابهم الخبرة الكافية في مجال التخطيط الإذاعي، في حين تبلغ نسبة العمال بإذاعة قالمة 7.14%، أما بإذاعة قسنطينة فنجد نسبة 8.73%، مما يدل على أن إذاعات الشرق الشمالي الجزائري ليس لديهم المؤهلات والتقنيات التي تقوم عليها عملية التخطيط، بينما تبلغ نسبة العمال المستجوبين بإذاعة ميلة 10.31% من بين مفردات العينة، فيما سجلت نسبة 6.34% بإذاعة أم البواقي، أما إذاعة الطارف فقد مثلت 5.55%، وقد تم رصد نسبة 4.76% بإذاعة سوق أهراس، وهذا يبين عدم أخذ الموضوع بجدية للإجابة على أسئلة الاستمارة، بينما نجد نسبة 5.55% في إذاعة خنشلة، كما تحصلنا على نسبة 7.93% بإذاعة تبسة من إجمالي عينة البحث، هذا وقد توصلنا إلى نسبة 7.93% في إذاعة سطيف، أما بإذاعة برج بوعريريج فقد سجلنا نسبة 6.34%، بينما رصدنا بإذاعة باتنة نسبة 7.14%، وفي الأخير تحصلنا على نسبة 9.52% بإذاعة جيجل.

من خلال هذه النسب نلاحظ أن الإذاعات المحلية للشرق الشمالي الجزائري تضم نسب متفاوتة من الموظفين، وهذا راجع لعدم الإجابة على جميع الاستمارات ببعض الإذاعات.

- **جدول رقم (08): توزيع العينة حسب علاقة الخبرة بالوظيفة**

الوظيفة	مخرج		منشط		صحفي		المجموع	
الخبرة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أقل من 3 سنوات	3	16.66	6	13.95	14	21.53	23	18.25
من 3 – 5 سنوات	6	33.33	10	23.25	19	29.23	35	27.77
أكثر من 5 سنوات	9	50	27	62.79	32	49.23	68	53.96
المجموع	18	100	43	100	65	100	126	100

شكل (10): يوضح العلاقة بين الخبرة والوظيفة



نلاحظ من خلال ما توفر لدينا من معطيات إحصائية حول العلاقة بين معدلات الخبرة المهنية والوظيفة أن 18.25% من العمال لديهم خبرة أقل من 3 سنوات، منهم 3 مخرجين، 6 منشطين و14 صحفي، بينما نجد نسبة 27.77% من ذوي الخبرة التي تصل إلى 5 سنوات، ويتمثلون في 6 مخرجين، 10 منشطين و19 صحفي، في حين نجد نسبة 53.96% من العمال الذين لديهم خبرة تفوق 5 سنوات، وفيهم 9 مخرجين، 27 منشط و32 صحفي. وتعود النسبة الأكبر للصحفيين باعتبارهم الذين يجمعون الأخبار والمعلومات الجديدة التي تطرأ على المجتمع المحلي.

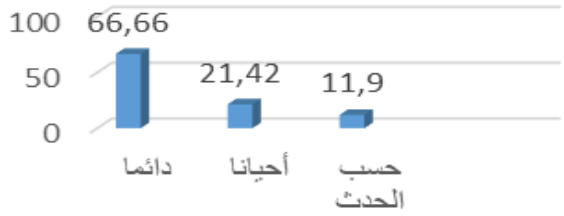
وهي في عمومها إحصائيات تبين أن الإذاعات المحلية الجزائرية تعتمد على الأقدمية المهنية وهذا لضمان سيرورة العمل الإذاعي بشكل مرن، وأن غالبية عمال الإذاعة لديهم خبرة واسعة في المجال الإذاعي مما يعكس قدرتهم الكافية على منح المستمع معلومات دقيقة والمصداقية في العمل ولديهم مهارات في التعامل مع البرامج الإذاعية والتخطيط الجيد لها والتعاون مع أفراد المجتمع المحلي والإسهام في رفع الوعي المجتمعي.

1-2- معالجة التخطيط الإذاعي للقضايا التنموية

- **جدول رقم (09): اهتمام الإذاعة المحلية بانشغالات المجتمع المحلي**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
دائما	84	66.66
أحيانا	27	21.42
حسب الحدث	15	11.90
المجموع	126	100

شكل (11): اهتمام الإذاعة المحلية بانشغالات المجتمع المحلي



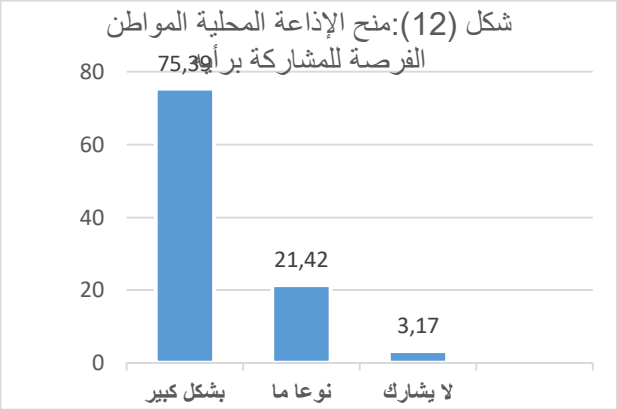
من خلال قراءتنا للجدول أعلاه الذي يوضح مدى اهتمام الإذاعة المحلية بانشغالات المجتمع المحلي يتضح أن هناك 84 عامل والذين تمثل نسبتهم 66.66% من بين مفردات العينة يرون بأن الإذاعة المحلية تهتم دائما بانشغالات المجتمع المحلي، في حين نجد الذين يرون بأن الإذاعة المحلية تهتم أحيانا عددهم 27 ويمثلون نسبة 21.42%، أما الذين يجدون أن الإذاعة المحلية تهتم حسب الحدث فقد بلغ عددهم 15 وتبلغ نسبتهم 11.90% من إجمالي العينة.

وهذا ما يوضح الدور الوظيفي التنموي لوسائل الإعلام من خلال توفير المعلومات المتاحة للمجتمع المحلي ونوعيتها وتوسيع الآفاق، لذا فإن الإعلام لديه القدرة على التركيز على مشاكل التنمية المحلية وأهدافها والنهوض بالآمال الوطنية والشخصية كما يقول "شرام" في نظريته، كما تقوم الإذاعة المحلية إلى الانتقال إلى عادات وممارسات جديدة من خلال الرقابة المستمرة لانشغالات المجتمع المحلي وهذا يتم بالتخطيط

المسبق للبرامج الإذاعية. حيث تقوم الإذاعة بتزويد الجماهير بالحقائق الضرورية للإلمام بالمشكلات التي تواجه المجتمع وهذا ما تدعمه وظائف الإذاعة في الفصل النظري.

- **جدول رقم (10): منح الإذاعة المحلية للمواطن الفرصة للمشاركة برأيه**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
بشكل كبير	95	75.39
نوعا ما	27	21.42
لا يشارك	4	3.17
المجموع	126	100



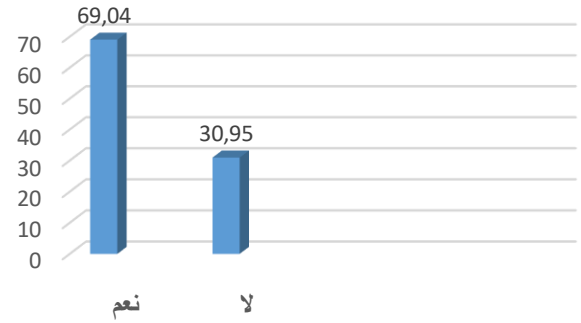
تشير البيانات الإحصائية الواردة في الجدول والموضحة في الشكل البياني المتعلقة بمنح الإذاعة المحلية للمواطن للمشاركة برأيه في التنمية المحلية أن أغلبية أفراد العينة والذين يمثلون 75.39% من المجموع العام للمستجوبين يرون بأن المواطن لديه الفرصة للمشاركة برأيه من خلال البرامج التنموية التي تقدمها الإذاعة المحلية، في حين نجد 21.42% منهم يرون بأن المواطن يشارك نوعا ما بإبداء رأيه، أما نسبة 3.17% من أفراد العينة فهم يرون أن المواطن لا يشارك برأيه في التنمية المحلية.

ويمكن ترجمة هذه النسب أن هناك عملية اتصال بين المواطن والإعلام من خلال خلق نوع من الإتحاد بينهما لمعالجة مشاكل المجتمع المحلي والتركيز على التنمية المحلية وأهدافها والنهوض بها والانتقال إلى ممارسات جديدة من شأنها تطوير المجتمع.

- **جدول رقم (11): مشاركة المجتمع المدني في التنمية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	87	69.04
لا	39	30.95
المجموع	126	100

شكل(13): مشاركة المجتمع المدني في التنمية



تبين الشواهد الكمية فيما يخص مشاركة المجتمع المدني في البرامج التنموية أن نسبة 69.04% العمال بالإذاعات الشرقية للجزائر يرون أن المجتمع المدني يشارك في عملية التنمية المحلية، في حين نجد نسبة 30.95% منهم يرون بأنه لا يشارك.

وهذا يدل على أن بعض الإذاعات المحلية تعمل بمساعدة المجتمع المدني على ترقية التنمية المحلية وحل الأزمات التي تواجه المجتمع المحلي ونجد إذاعات أخرى ليس لديها تواصل مع مؤسسات المجتمع المدني.

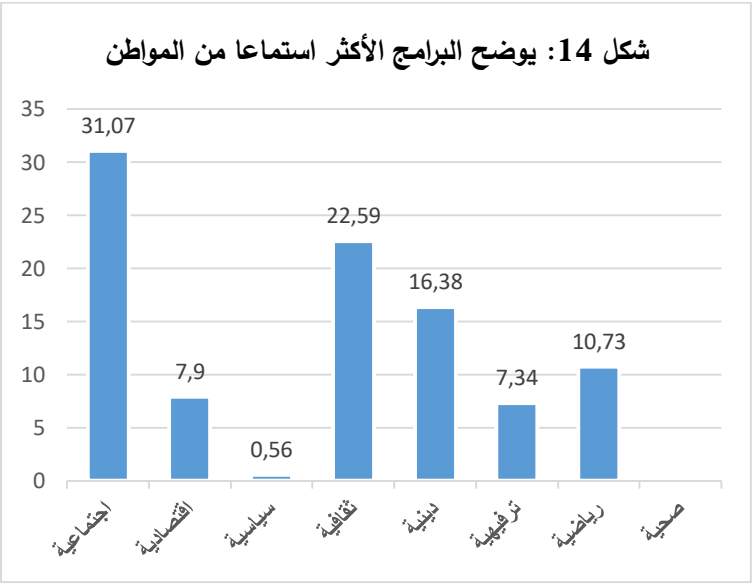
وبالرغم من ذلك فهذه النتيجة تثبت أن الإذاعة المحلية تبذل جهودها الكبيرة لتوسيع دائرة التغطية الإعلامية والتواصل مع مختلف المؤسسات داخل إقليم الولاية من أجل توسيع التنمية داخل المجتمع المحلي وذلك من خلال الإعلانات والبرامج الإرشادية والتوعوية.

- **جدول رقم (12): البرامج الأكثر استماعا من المواطن**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
اجتماعية	55	31.07
اقتصادية	14	7.90
سياسية	1	0.56
ثقافية	40	22.59
دينية	29	16.38
ترفيهية	13	7.34
رياضية	19	10.73
صحية	6	3.38
المجموع	177	100

ملاحظة: عدد الإجابات أكبر من عدد الأفراد لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة

شكل 14: يوضح البرامج الأكثر استماعا من المواطن



من خلال ما ورد في الجدول أعلاه يتضح بأن إجابات المبحوثين تزيد عن أفراد العينة بحكم أن السؤال بديلي يحتمل أكثر من إجابة، وقد جاءت النتائج الإحصائية الممثلة للبرامج الأكثر استماعا من المواطن

أن أكثر البرامج متابعة هي البرامج الاجتماعية بنسبة 31.07%، تليها البرامج الثقافية بنسبة 22.59%، وقد أجابت نسبة 16.38% من أفراد العينة على أن البرامج الدينية هي الأكثر استماعا، في حين نجد نسبة 10.73% ترى أن الرياضية أكبر متابعة، تليها نسبة 7.90% بالنسبة للبرامج الاقتصادية، ونسبة 7.34% للبرامج الترفيهية، وتأتي في المراتب الأخيرة البرامج الصحية بنسبة 3.38% والبرامج السياسية بنسبة 0.56%.

وعليه تثبت هذه الشواهد الإحصائية أن البرامج الاجتماعية تأخذ حيز كبير في الإذاعة المحلية حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وكذا بعث تراثه وعاداته وتقاليده كما تسعى الإذاعة إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول لها لتكون الواسطة بين شكاوي المواطنين و المسؤولين، وهذا ما نجده موضحا في الفصل النظري الخاص بالإذاعة، وتقتضي عملية إعداد البرامج الاجتماعية مراعاة أهم الجوانب والأسس التي ترفع وتزيد من فعاليتها وبالتالي من درجة ثقة الجمهور والتعاطي معها بأي إجابة لتحقيق الأثر المطلوب والاستجابة السريعة، ومن بين هذه الجوانب والأسس هو التخطيط الإذاعي الجيد والذي يراعي الواقع الاجتماعي والدراسات السابقة حولها، مع الاعتماد على الأدوات العلمية التي تحقق المطلوب من خلال الملاحظات العلمية، والاستبيانات و سبر الآراء في البرامج التفاعلية في الإذاعة وغير ذلك من الأدوات التي تحقق صورة واضحة عن المجتمع والمشاكل والقضايا التي يتخبط فيها، ومحاولة طرحها ومعالجتها أيضا بطريقة علمية تعتمد على شخصيات علمية متخصصة ومن خلال تجارب سابقة وبالاعتماد على الثقافة والتعاليم الإسلامية لتحقيق جدية البرامج التي يتحقق نجاحها من الأثر الذي تتركه في نفوس المستمعين، وهذا ما نجده في (دراسة عبد القادر بغداد باي). كما أخذت البرامج الثقافية والدينية والرياضية حيزا هاما باعتبارها مواضيع تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية.

أما الاقتصادية والتي هي في المراتب الأخيرة مع أنها الأهم بالنسبة لباقي دول العالم التي تركز اهتمامات الإذاعات ووسائل الإعلام المحلية في إنجاح عملية التنمية الاقتصادية وتحقيق أهداف البرامج والمشاريع الاقتصادية ما زالت لم تلقى الاهتمام بالقدر الكافي الذي يسمح بتحقيق التنمية والمساهمة في تطوير الاقتصاد وإنجاح المشاريع والاستراتيجيات المسطرة من طرف السلطات، فمن خلال منح جانب معتبر من الحرية للصحفيين وتركيزهم على الموضوعات الاقتصادية يمكن إحداث تنمية شاملة لكل القطاعات بداية

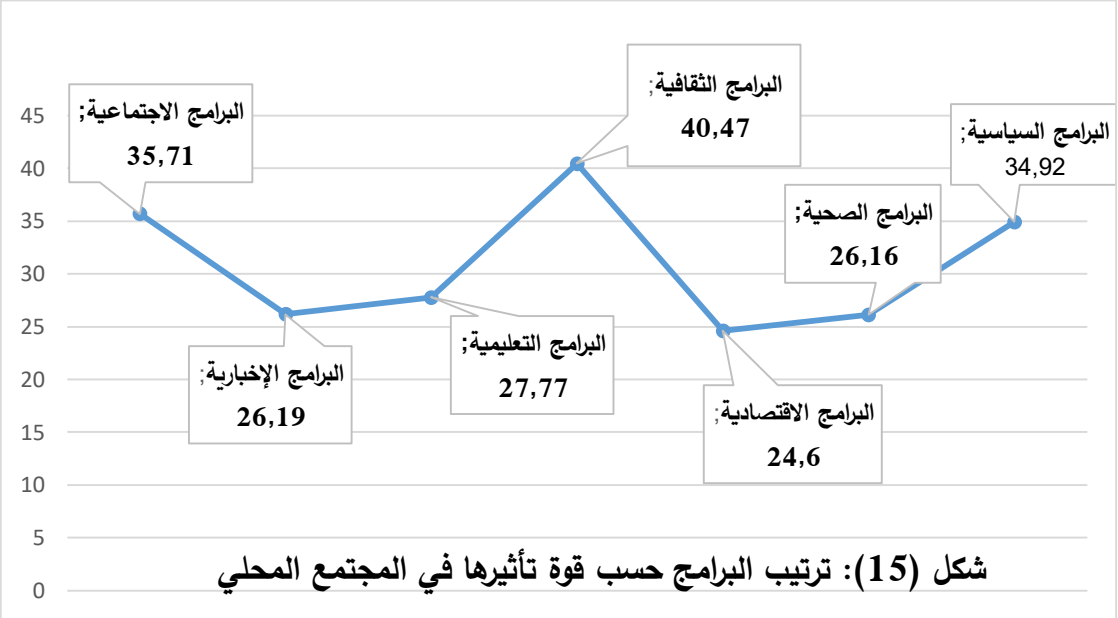
من الاجتماعي إلى الاقتصادي وصولا إلى الثقافي التربوي، وبالتالي تكون الإذاعة أدت وظائفها على أكمل وجه.

- **جدول رقم (13): ترتيب البرامج حسب قوة تأثيرها في المجتمع المحلي**

الاحتمالات	1		2		3		4	
الصحية	5	3.67	8	6.34	11	8.73	16	12.69
التعليمية	17	13.49	21	16.66	**35**	**27.77**	27	21.42
الإخبارية	27	21.42	**33**	**26.19**	21	16.66	18	14.28
الاجتماعية	**45**	**35.71**	28	22.22	19	15.07	12	9.52
السياسية	3	2.38	7	5.55	5	3.96	12	9.52
الاقتصادية	9	7.14	13	10.31	9	7.14	11	8.73
الثقافية	14	11.11	16	12.69	25	19.84	**51**	**40.47**

الاحتمالات	5		6		7		المجموع	
الصحية	26	20.63	**33**	**26.16**	27	21.42	126	100
التعليمية	13	10.31	5	3.96	8	6.34	126	100
الإخبارية	17	13.49	6	4.76	3	2.38	126	100
الاجتماعية	11	8.73	8	6.34	3	2.38	126	100
السياسية	29	23.01	26	20.63	**44**	**34.92**	126	100
الاقتصادية	**31**	**24.60**	23	18.25	30	23.80	126	100

الثقافية	9	7.14	5	3.96	6	4.76	126	100



شكل (15): ترتيب البرامج حسب قوة تأثيرها في المجتمع المحلي

تظهر نتائج الجدول أعلاه الذي وضعناه لترتيب البرامج الإذاعية حسب قوة تأثيرها في المجتمع المحلي، والغرض منها معرفة البرامج التي تركز عليها الإذاعة المحلية للمساهمة في تنمية المجتمع وحل المشاكل التي تواجه المواطن المحلي، حيث وجدنا الترتيب التالي:

- أخذت البرامج الاجتماعية المرتبة الأولى بنسبة 35.71% من مجتمع البحث وذلك راجع للدور والمسؤولية التي تقوم بها الإذاعة المحلية من خلال تثقيف الشعب ونشر الوعي بين المواطنين وتنقية العقول وتركيز الانتباه على عادات وممارسات وأساليب تكنولوجية جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وأنماط سلوكهم.
- بينما نجد في المرتبة الثانية البرامج الإخبارية بنسبة 26.19% حيث تقوم الإذاعة المحلية بنشر المعلومات من أنباء وآراء وتعليقات ونقلها للمستمع فهي تقوم بمسايرة الأحداث أول بأول لإعطاء الجمهور الإحساس بالمشاركة. وهذا ما نجده في الفصل النظري.
- وتحتل المرتبة الثالثة البرامج التعليمية بنسبة 27.77% من مفردات البحث حيث تشجع الإذاعة المحلية على التعليم واكتساب المعارف، والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات.

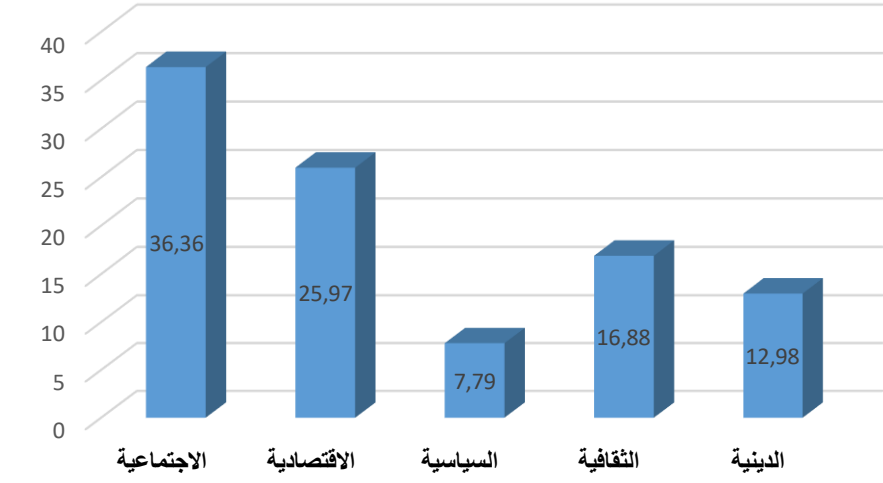
- وقد تحصلت البرامج الثقافية على المرتبة الرابعة بنسبة 40.47% حيث تقوم الإذاعة المحلية على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية من خلال تقديم برامج وفقرات متنوعة لتنوير الجمهور.
- ونجد في المرتبة الخامسة البرامج الاقتصادية بنسبة 24.60% فعلى الإذاعة التركيز أكثر على الجانب الاقتصادي والاهتمام بعرض المشاكل والحلول الخاصة بعوائق التنمية الاقتصادية في المجتمع المحلي ومحاولة تعريف الجمهور بخطط التنمية وأهدافها.
- واتخذت البرامج الصحية المرتبة السادسة بنسبة 26.16% حيث يجب تقديم برامج تشمل الوعي الصحي ومعرفة وإدراك المعارف الصحية، فتثقيف الأفراد صحيا يعني تعليمهم وتربيتهم وتزويدهم بالمعلومات للحفاظ على صحتهم.
- وأخيرا المرتبة السادسة من نصيب البرامج السياسية بنسبة 34.92%، على الرغم من التأثير الضعيف للبرامج الإذاعية على المواطن إلا أنه على الإذاعة المحلية أن تبذل جهودها لتبيان دور التنمية السياسية من خلال الدور التحسيسي بأهمية المشاركة السياسية في حياة المواطن وبث روح المواطنة في نفسه.

- **جدول رقم (14): المواضيع التي تركز عليها الإذاعة المحلية في التنمية المحلية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
الاجتماعية	56	36.36
الاقتصادية	40	25.97
السياسية	12	7.79
الثقافية	26	16.88
الدينية	20	12.98
المجموع	154	100

ملاحظة: عدد الإجابات أكبر من عدد الأفراد لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

شكل(16): المواضيع التي تركز عليها الإذاعة المحلية في التنمية المحلية



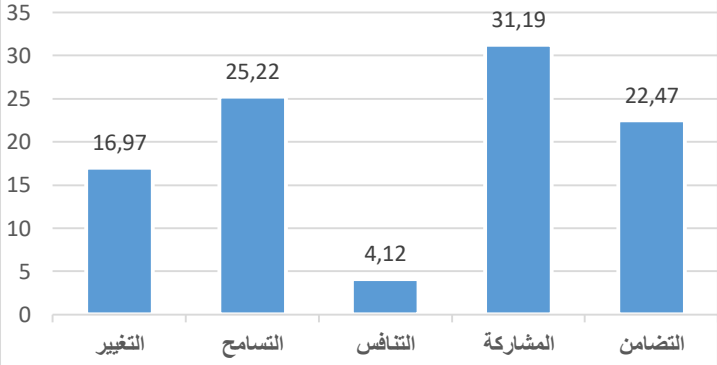
توضح البيانات الموضحة أعلاه أن أكثر مفردات العينة يؤكدون أن المواضيع الاجتماعية تنال تركيزا أكبر من طرف الإذاعة المحلية بنسبة مقدرة ب 36.36%، وهذا لما لها من أهمية كبيرة في عملية التنمية خاصة الاجتماعية وعلى الإذاعة المحلية أن تظهر العقبات الاجتماعية التي تقف حائلا أمام مخططات التنمية

وأهمها: الارتفاع الكبير في معدلات المواليد، التفسير الخاطئ لتعاليم الدين، انخفاض المستويات الصحية وارتفاع نسبة الأميين وتلوث البيئة، تليها نسبة 25.97% تمثل المواضيع الاقتصادية وذلك من خلال محاولة تعبئة الجمهور 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، أما نسبة 7.79% فتمثل المواضيع السياسية وهي نسبة ضئيلة لذلك على الإذاعة الاهتمام أكثر بالجانب السياسي، في حين تأخذ المواضيع الثقافية نسبة 16.88% وهذا راجع لدرجة تأثيرها على المستمع، كما نجد نسبة 12.98% تمثل المواضيع الدينية باعتبارنا مجتمع مسلم فنجد المستمع يهتم أكثر للبرامج الدينية والفتاوى والقصص الدينية.

- **جدول رقم (15): القيم والسلوكيات التي يغرسها التخطيط الإذاعي**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
التغيير	37	16.97
التسامح	55	25.22
التنافس	9	4.12
المشاركة	68	31.19
التضامن	49	22.47
المجموع	218	100

شكل (17): يوضح القيم والسلوكيات التي يغرسها التخطيط الإذاعي



ملاحظة: عدد الإجابات أكبر من عدد الأفراد لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

من خلال هذه المعطيات الكمية يتضح أن الإجابات فيما يخص القيم والسلوكيات التي يغرسها التخطيط الإذاعي قد فاقت حجم العينة بمجموع 218 تكرار، وقد أجاب 16.97%، من المبحوثين أن التخطيط الإذاعي الجيد يعمل على التغيير المادي، كما يقوم بالتغييرات النفسية والاجتماعية والمعنوية والثقافية لدى أفراد المجتمع أيضا. حيث يمثل التخطيط أيضا ضرورة مهمة لإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها البلدان النامية، وقد ترجع أهميته إلى كونه الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية بطريقة علمية وإنسانية لتحقيق الرفاهية والتقدم لكل أفراد المجتمع، ثم نجد نسبة 25.22% لقيمة

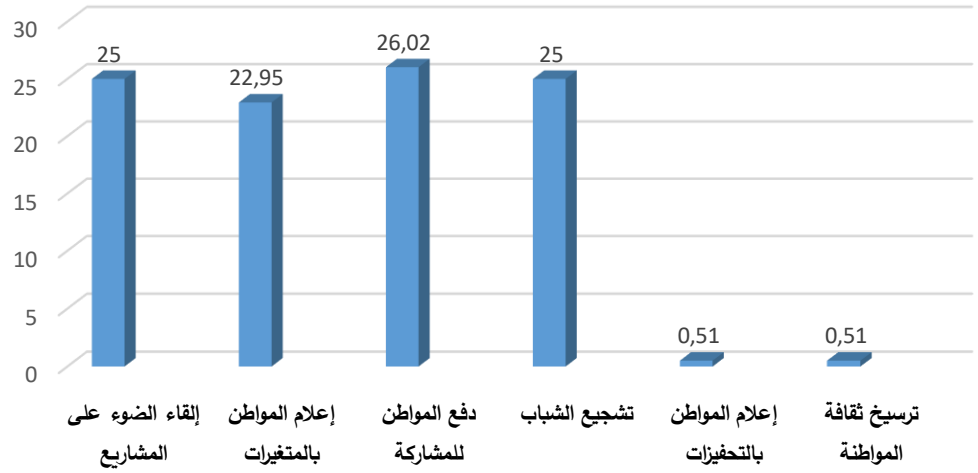
التسامح حيث تغرس البرامج الإذاعية التسامح في نفوس المستمعين، وتحتل قيمة التنافس نسبة 4.12 % من مجموع العينة وذلك من تقديم حصص تنافسية، يليه المشاركة بنسبة 31.19% وذلك من خلال مشاركة المواطن في عملية التنمية باعتباره أساس المجتمع، ونجد نسبة 22.47% بالنسبة للتضامن خاصة مع العائلات المحتاجة والمعوزة وتوصيل صوتهم ونداءاتهم للدولة والقلوب الرحيمة.

- **جدول رقم (16): اهتمام التخطيط الإذاعي بالتنمية الاقتصادية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
إلقاء الضوء على المشاريع الصناعية المحلية	49	25
إعلام المواطن بالمتغيرات التي تحدث	45	22.95
دفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج المحلي	51	26.02
تشجيع الشباب على الاستثمار والعمل الحر	49	25
إعلام المواطن بالتحفيزات المعلنة عن النشاط الاقتصادي	1	0.51
ترسيخ ثقافة المواطنة	1	0.51
المجموع	196	100

ملاحظة: عدد الإجابات أكبر من عدد الأفراد لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

شكل (18): يوضح اهتمام التخطيط الإذاعي بالتنمية الاقتصادية



من خلال الأرقام الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه والموضحة في الرسم البياني يتضح بأن الإذاعة المحلية تهتم بالتنمية الاقتصادية من خلال إلقاء الضوء على المشاريع الصناعية المحلية بنسبة 25% والتي تهدف إلى رفع الإنتاج وخلق مناصب شغل للشباب، وهذه النسبة متساوية مع الاهتمام بتشجيع الشباب

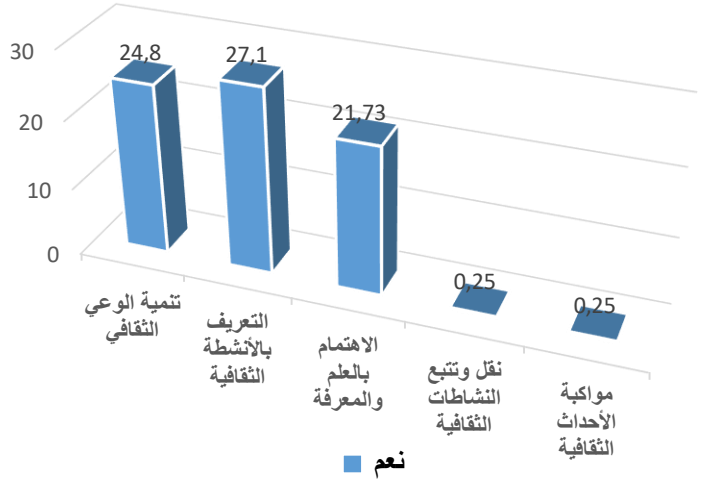
على الاستثمار والعمل الحر مما يساعد على خلق مؤسسات صغيرة تعمل على زيادة الصناعة والزراعة والتجارة في المجتمع المحلي، كما يرى المبحوثين أن الإذاعة المحلية تهتم كذلك بدفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج المحلي ونسبتهم 26.02% وذلك بتوعيته وإرشاده وتمكينه من الاستفادة من الوسائل الحديثة للإنتاج وتدريبه على مهارات جديدة ، كما أضاف مبحوث بأن الإذاعة تعمل على إعلام المواطن بالتحفيزات المعلنة عن النشاط الاقتصادي بنسبة 0.51% ونفس النسبة لمبحوث آخر يرى بأنها تعمل على ترسيخ ثقافة المواطنة.

- **جدول رقم (17): مساهمة البرامج الإذاعية في الحركة الثقافية**

الاحتمالات		التكرار	النسبة (%)
نعم	تنمية الوعي الثقافي	97	24.80
	التعريف بالأنشطة الثقافية	106	27.10
	اكتشاف وتشجيع المبدعين	101	25.83
	الاهتمام بالعلم والمعرفة	85	21.73
	نقل وتتبع مختلف النشاطات الثقافية المحلية والوطنية	1	0.25
	مواكبة الأحداث والفعاليات الثقافية وأشراك القائمين على القطاع الثقافي في البرامج الإذاعية	1	0.25
لا		0	0
المجموع		391	100

ملاحظة: عدد الإجابات أكبر من عدد الأفراد لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

شكل (19): مساهمة البرامج الإذاعية في الحركة الثقافية



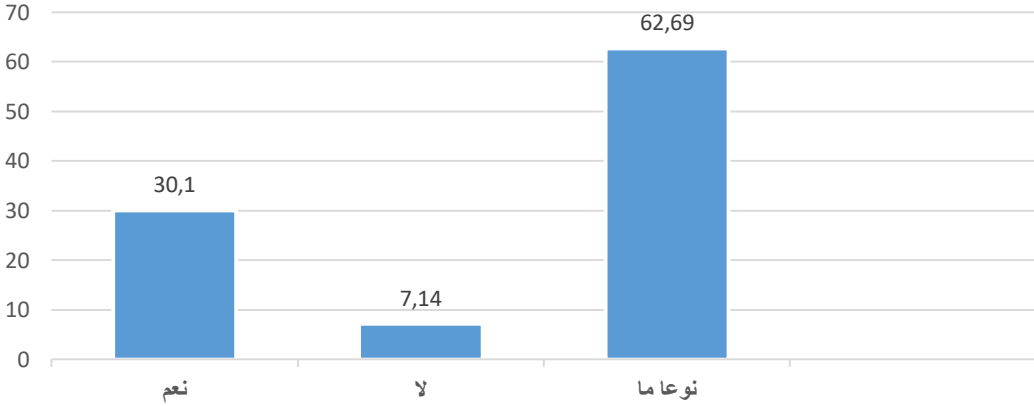
تبين الشواهد الإحصائية بأن جل المبحوثين يؤكدون أن الإذاعة المحلية تتابع الحركة الثقافية بمختلف أبعادها، وقد بررت نسبة 24.80% أن البرامج الإذاعية تعمل على تنمية الوعي الثقافي فهذه البرامج تعمل على تلبية رغبة المستمع الثقافية خاصة في جانبها المحلي وهذا ما تؤكده دراسة (كنازة محمد فوزي)، وترى نسبة 27.10% من مفردات البحث أن الإذاعة المحلية تقوم بالتعريف بالأنشطة الثقافية التي تقدمها المؤسسات الثقافية وذلك للمحافظة على التراث والثقافة الشعبية، تليها نسبة 21.73% يرون بأن البرامج الإذاعية تهتم بالعلم والمعرفة فالدور الثقافي للإذاعة يظهر في المجتمعات المحلية التي تنتشر فيها الأمية أو تقل فيها القراءة، ونجد حالتين بنسبة 0.25% يرون بأن الإذاعة المحلية نقل وتتبع مختلف النشاطات الثقافية المحلية والوطنية وكذا مواكبة الأحداث والفعاليات الثقافية وأشراك القائمين على القطاع الثقافي في البرامج الإذاعية.

وعلى العموم يمكن القول بأن الإذاعة المحلية تزود بالأخبار والمعلومات والنصائح الثقافية لمن يحتاجون المساعدة في مجال التنمية والتعليم والمعرفة، فتقدم المعلومات لغير القادرون على الذهاب للمدرسة، فالإذاعة تتفوق في مجال الانتشار والاتصال بالجمهور. حيث يرى "ليرنر" في نظريته أن وسائل الإعلام، حاطت ولا تزال تحيط الناس بالمعلومات والأفكار والآراء والأحداث والتغييرات، ومن ثم فإن في إمكانها أن تقدم أنماط من سبل الحياة المعيشية الجديدة فترتقي بمستوى البيئة التقليدية.

- **جدول رقم (18): المعلومات التي تبثها الإذاعة المحلية كافية للنهوض بالواقع السياسي**

الاحتمالات		التكرار	النسبة (%)
نعم	مرافقة الانتخابات	33	26.19
	متابعة الأحداث السياسية	5	3.96
لا		9	7.14
نوعا ما		79	62.69
المجموع		126	100

شكل (20): يوضح المعلومات التي تبثها الإذاعة للنهوض بالسياسة



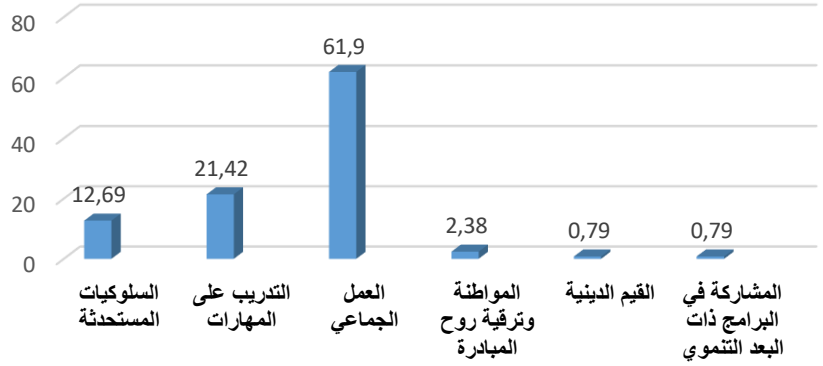
أثبتت الإحصائيات البيانية المتعلقة بالجدول أعلاه الذي يوضح أن الإذاعة المحلية تقدم معلومات كافية للنهوض بالواقع السياسي، حيث يرى أغلبية العمال بأن الإذاعة المحلية تساهم نوعا ما في متابعة الواقع السياسي والنهوض به وذلك بنسبة 62.69% وهذا راجع إلى أن المواضيع السياسية لا تستقطب المستمع كما أن الإذاعة لا تركز على البرامج السياسية بالقدر الكافي، تليها نسبة 30.1% الأفراد الذين أجابوا بنعم وأن المعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية كافية للنهوض بالواقع السياسي حيث ترافق الإذاعة الانتخابات الوطنية والمحلية قبل وأثناء وبعد وذلك من خلال إعداد مجموعة من البرامج السياسية الخاصة بالإنتخابات التشريعية والمحلية والرئاسية والتحسيس بأهميتها وضرورة المشاركة فيها، كما تقوم بمتابعة الأحداث السياسية

وكل القرارات التي تصدر من الدولة أم من البلدية، ونجد نسبة 7.14% يرون أن الإذاعة المحلية لا تقدم المعلومات الكافية للنهوض بالواقع السياسي لذلك لابد من توسيع البحث في مجال الإعلام المحلي المرتبط بالموضوعات السياسية وتفعيل المشاركة السياسية.

- **جدول رقم (19): القيم التي تحاول الإذاعة المحلية غرسها في المجتمع المحلي**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
السلوكيات المستحدثة	16	12.69
التدريب على المهارات	27	21.42
العمل الجماعي	78	61.90
المواطنة وترقية روح المبادرة	3	2.38
القيم الدينية الأخلاقية	1	0.79
المشاركة في البرامج ذات البعد التنموي	1	0.79
المجموع	126	100

شكل (21): يوضح القيم التي تحاول الإذاعة المحلية غرسها في المجتمع المحلي

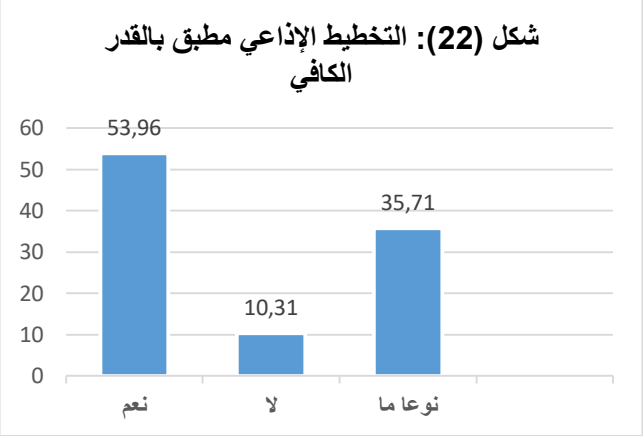


من خلال بيانات الجدول أعلاه سجلنا أعلى نسبة وهي 61.90% من إجمالي عينة البحث يرون بأن الإذاعة المحلية تعمل على غرس روح العمل الجماعي وذلك من خلال الانخراط في برامج التنمية، تليها نسبة 21.42% ترى بأن البرامج الإذاعية تساهم في التدريب على المهارات من خلال المساهمة في تلقين الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تقتضيها عملية التحديث والتطور، في حين نجد نسبة 12.69%

ترى بأن التخطيط الإذاعي يعمل على غرس سلوكيات مستحدثة وذلك بتوسيع الآفاق الفكرية عند الناس من خلال منظور جديد يتطلب منهم اعتماد وسائل جديدة أكثر عصرية وإعتماد أنماط سلوكية وأساليب عمل أكثر تطورا وإشعارهم بأن التحديث والتطوير وما يتضمنه من أهداف ومبادئ هو الكفيل لتلبية حاجاتهم، كما أضافت نسبة 2.38% أن الإذاعة تعمل على غرس قيم المواطنة وترقية روح المبادرة من خلال المشاركة برأيه في جميع المجالات التنموية، وأخيرا نجد نسبة 0.79% من المبحوثين يرون أن الإذاعة المحلية تحاول غرس القيم الدينية الأخلاقية والسلوكيات والعادات المتعامل بها داخل المجتمع المحلي إضافة إلى المشاركة في البرامج ذات البعد التنموي وتوجيه الأفراد وتشجيعهم على القيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم والوعي بمشكلاتهم.

- **جدول رقم (20): التخطيط الإذاعي مطبق في القضايا التنموية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	68	53.96
لا	13	10.31
نوعا ما	45	35.71
المجموع	126	100

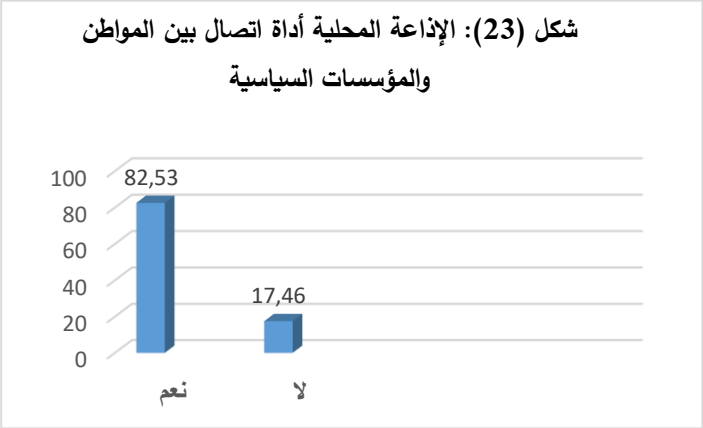


تبين الشواهد الإحصائية بأن نسبة 53.96% من إجمالي العينة يرون بأن التخطيط الإذاعي في القضايا التنموية مطبق بالقدر الكافي في إذاعات الشرق الجزائري حيث تركز الإذاعة المحلية على البرامج الإخبارية التي تبث مواضيع مختلفة تتعلق بالتنمية المحلية، كما يرون بأنها تسعى إلى إدراج القضايا التنموية ذات البعد المحلي في إطار التوجه الجديد للحكومة، وكذلك الاستعانة بالخبراء في إثراء الحصص من أجل إعطاء نظرة مستقبلية للنهوض بالتنمية المحلية وبالتالي الوطنية، ويرى آخرون بأن التخطيط مطبق بما يغطي ما هو موجود على مستوى الولاية، كما تحرص الإذاعة المحلية عل التخطيط الجيد عند إعداد مختلف الشبكات البرامجية الثلاث (العادية، الرمضانية، والصيفية) وضمان تواجدها، تليها نسبة 35.71% من العمال يرون بأن التخطيط الإذاعي مطبق نوعا ما حيث تحاول الإذاعة المحلية أن تكون القضايا التنموية ضمن أولوياتها وهو غير مطبق بالقدر الكافي مادام الاهتمام بميدان معين على حساب الميادين الأخرى، كما أن هناك العديد من البرامج ذات البعد التنموي ولكن ينقصها التنظيم والتنسيق، وهناك نسبة ضئيلة تقدر ب 10.31% ترى بأن التخطيط الإذاعي غير مطبق في الإذاعات المحلية بسبب جملة من المعوقات سواء في الإدارة أو بعض ممارسات القائم بالاتصال.

1-3-مساهمة التخطيط الإذاعي على التعريف بالمشاريع التنموية

- **جدول رقم (21): الإذاعة المحلية أداة اتصال بين المواطن والمؤسسات السياسية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	104	82.53
لا	22	17.46
المجموع	126	100



يوضح الجدول أعلاه من خلال المعطيات الإحصائية أن غالبية المبحوثين صرحوا بأن الإذاعة المحلية أداة اتصال بين المواطن والمؤسسات السياسية وذلك بنسبة تقدر بـ 82.53%، على عكس نسبة 17.46% الذين يرون بأنها ليست أداة اتصال بين المواطن والمؤسسات السياسية، ويمكن تفسير هذه النسب الكمية بأن المبحوثين يرون أنه لابد من مشاركة المواطن في المسائل السياسية من خلال المساهمة برأيه في النقاش الدائر حول القضايا السياسية.

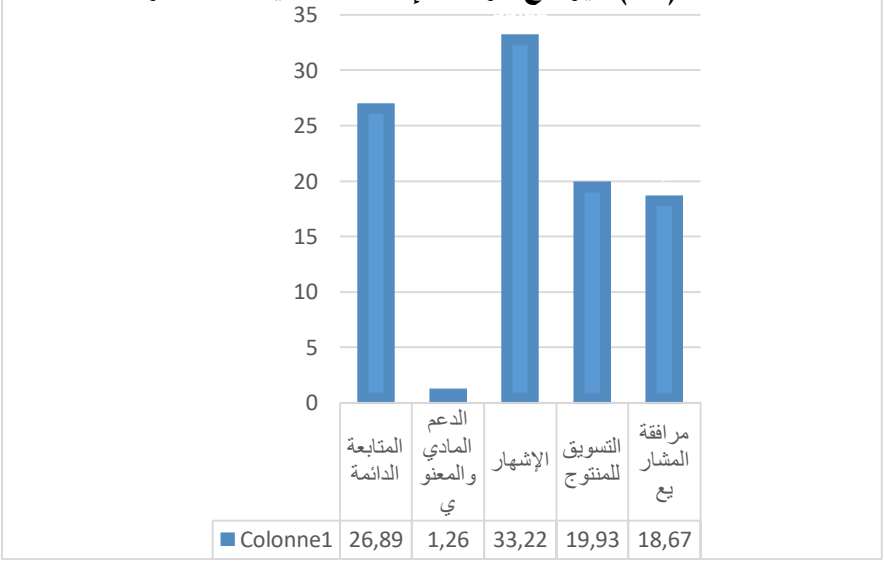
فالإذاعة المحلية يعول عليها كثيرا خاصة في الانتخابات المحلية على وجه الخصوص وفي تنشيطها للحملات الانتخابية، إذ تجعل الإذاعة المحلية من المواطن المحلي يأخذ فكرة حول أهمية المشاركة السياسية وتعريف المرشحين بشكل خاص وبأهمية هذه المشاركة في حياته اليومية، كما تجعل المواطن لديه انتماء للوطن وترفع من روح المواطنة لديه. أما الذين أجابوا بـ لا فإنهم يرون أن الإذاعة المحلية تعمل على نقل الأخبار والمعلومات فقط وليست مسؤولة عن علاقة المواطن بالشؤون السياسية.

- **جدول رقم (22): مرافقة الإذاعة المحلية للمستثمر**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
المتابعة الدائمة	85	26.89
تقديم الدعم المادي والمعنوي	4	1.26
الإشهار	105	33.22
التسويق للمنتوج	63	19.93
مرافقة المشاريع	59	18.67
المجموع	316	100

ملاحظة: عدد الإجابات أكبر من عدد الأفراد لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

شكل (24): يوضح مرافقة الإذاعة المحلية للمستثمر



حسب ما أشارت إليه عينة الدراسة في الجدول أعلاه والموضحة في الرسم البياني أن الإذاعة المحلية ترافق المستثمر من خلال المتابعة الدائمة وذلك بنسبة 26.89%، وأشارت نسبة 1.26% أن الإذاعة المحلية تقدم الدعم المادي والمعنوي، وأكدت نسبة 33.22% أن البرامج الإذاعية تقوم بالإشهار والترويج لمختلف المنتوجات التي يقدمها المستثمرون، كما نجد نسبة من أفراد العينة يرون أن الإذاعة المحلية تقوم بالتسويق

للمنتوج والتعريف به قصد توفير فرص للشراء من قبل المواطن وذلك بنسبة 19.93%، وأخيرا نسبة 18.67% أكدت على أن الإذاعة تركز على مرافقة المشاريع في بثها للبرامج.

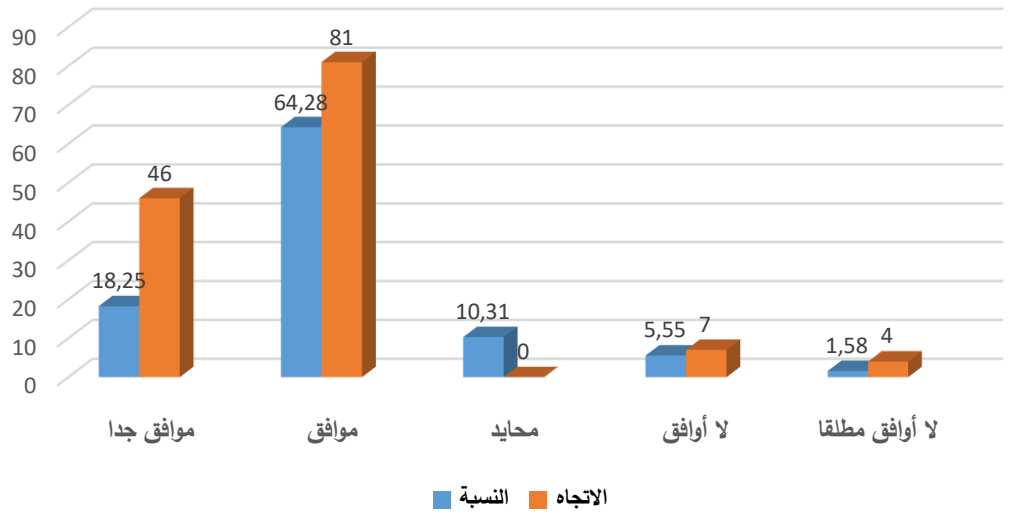
وقد علل المبحوثين إجاباتهم حول مرافقة الإذاعة المحلية للمستثمر أنها تقوم بإطلاع المجتمع المحلي بكل جديد بما يتعلق بعالم الاستثمار في مختلف المجالات وتقديم نماذج ناجحة للتشجيع على الولوج لعالم الاستثمار ومجهودات الدولة في المجال الاقتصادي، كما تعمل البرامج الإذاعية على فتح فضاءات للمستثمر للحديث عن برامجه وخدماته والتعريف بمنتوجاته، إضافة إلى أن الإذاعة المحلية تقوم بمتابعة العراقيل التي تواجه المشروع وطرحها على الإدارة الوصية.

وعليه فإن الإذاعة المحلية تعتبر بمثابة الوسيط بين المستثمر والمجتمع المحلي وكذلك الدولة وهي المنبر الذي يوصل من خلاله صوت أصحاب المشاريع الذين يريدون الترويج لمشاريعهم والتعريف بها قصد تطوير مؤسساتهم.

- **جدول رقم (23): اتصال الإذاعة المحلية بأجهزة الحكم المحلي وتسيير سياسته**

الرأي	التكرار	النسبة (%)	القيمة * التكرار	الاتجاه
موافق جدا	23	18.25	(23) * (2+)	46 +
موافق	81	64.28	(81) * (1+)	81 +
محايد	13	10.31	(13) * (0)	0
لا أوافق	7	5.55	(7) * (1−)	7 −
لا أوافق مطلقا	2	1.58	(2) * (2−)	4 −
المجموع	126	100	116+	116+

شكل (25): يوضح اتصال الإذاعة المحلية بأجهزة الحكم المحلي وسياسته



ملاحظة: لقد تم منح العبارات التالية قيما عددية للتعرف على اتجاه عمال الإذاعة بخصوص اتصال الإذاعة المحلية بأجهزة الحكم المحلي وسياسته

موافق جدا (+2)

موافق (+1)

محايد (0)

لا أوافق (−1)

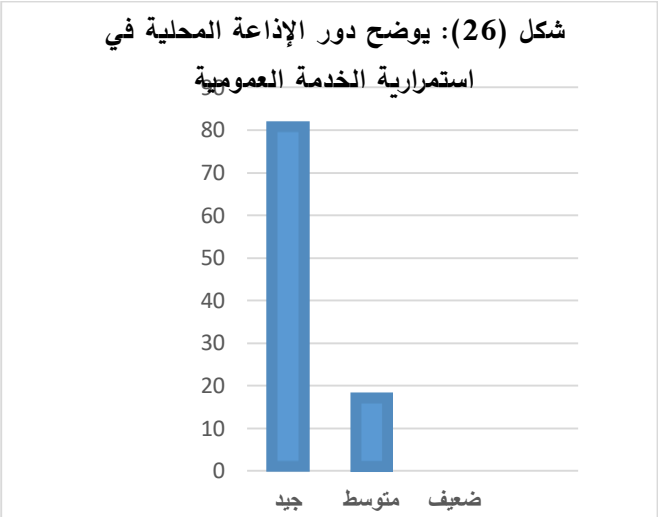
لا أوافق مطلقا (−2)

يوضح التحليل الإحصائي بخصوص اتصال الإذاعة المحلية بأجهزة الحكم المحلي وسياسته بأن نسبة 18.25% من المبحوثين موافقين جدا أن الإذاعة المحلية لها اتصال وثيق جدا بأجهزة الحكم المحلي وسياسته، كما نجد نسبة 64.28% من عينة البحث كانوا موافقين أن برامج الإذاعة المحلية تساهم في خلق اتصال بأجهزة الحكم المحلي، في حين صرحت نسبة 10.31% من عمال الإذاعة أنهم محايدون، تليها نسبة 5.55% غير موافقين على علاقة الإذاعة المحلية بأجهزة الحكم المحلي، ونسبة 1.58% غير موافقين مطلقا على أن الإذاعة المحلية لها اتصال بأجهزة الحكم المحلي.

وعليه نلاحظ من خلال الجدول أن بخصوص اتصال الإذاعة المحلية بأجهزة الحكم المحلي وسياسته أنه كان بقوة وبدرجة كبيرة جدا (+ 116) مما يجعلنا نؤكد على العلاقة بين الإذاعة المحلية والحكم المحلي حيث تساعد الجهاز التنفيذي على تسيير عمله وسياسته ونقل الأخبار والأحداث التي تطرأ على البلديات.

- **جدول رقم (24): دور الإذاعة المحلية في استمرارية الخدمة العمومية للبث الإذاعي**

الاحتمالات	التكرار	النسبة(%)
جيد	103	81.74
متوسط	23	18.25
ضعيف	0	0
المجموع	126	100



تبين معطيات الجدول الإحصائي بخصوص دور الإذاعة المحلية في استمرارية الخدمة العمومية، أن نسبة 81.74% من المستجوبين أي (103) مفردة من مجموع عينة أفراد البحث تشير إلى أن الإذاعة المحلية لها دور كبير في استمرارية الخدمة العمومية للبث الإذاعي المحلي، أما نسبة 18.28% من هؤلاء أكدت أن دورها متوسط، وقد انعدمت النسبة التي ترى بأن دور الإذاعة ضعيف.

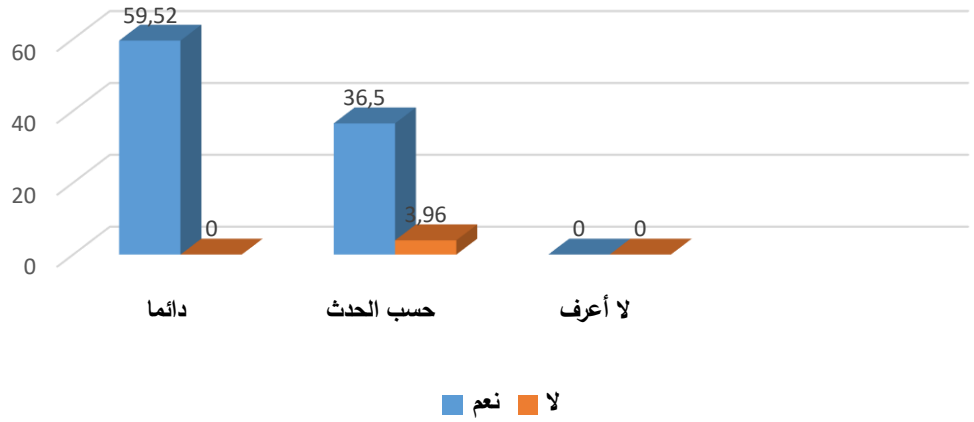
وتثبت هذه النتائج الكمية أن الإذاعة المحلية تساهم في استمرارية الخدمة العمومية وذلك من خلال طبيعة البرامج والخدمات التي تقدمها الإذاعة المحلية لتستجيب من خلالها لحاجيات الجمهور الواسع بدون أن تكون لها أهداف الربح.

وباعتبار الإذاعة الجزائرية مرفقا عموميا، فهي تضطلع من جهة بواجب أداء الخدمة العمومية من إعلام، وتثقيف، وترفيه، وفق المبادئ التي تحكم سير المرافق العمومية، والالتزام بما جاء في دفتر الشروط والتي من بينها "يجب على المؤسسة أن تتصور حصصها وتبرمجها وتبثها بهدف اقتراح الأخبار والإثراء الثقافي والترفيه على مختلف فئات المستمعين، وذلك بحسب المهمة الثقافية والتربوية والاجتماعية المسندة لها بموجب مهمتها كخدمة عمومية" ومن جهة أخرى خولها القانون ممارسة النشاط التجاري باعتبارها مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري، وعليه على الإذاعة مواصلة عملها لتحقيق خدمة عمومية راقية.

- **جدول رقم (25): العلاقة بين الإذاعة المحلية أداة اتصال ومنبر إعلامي للسلطات المحلية والمواطن**

الاحتمالات	نعم		لا		المجموع	
الاحتمالات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	75	59.52	0	0	75	59.52
حسب الحدث	46	36.50	5	3.96	51	40.47
لا أعرف	0	0	0	0	0	0
المجموع	121	96.02	5	3.96	126	100

شكل (27): يوضح العلاقة بين الإذاعة المحلية أداة اتصال ومنبر إعلامي للسلطات المحلية والمواطن



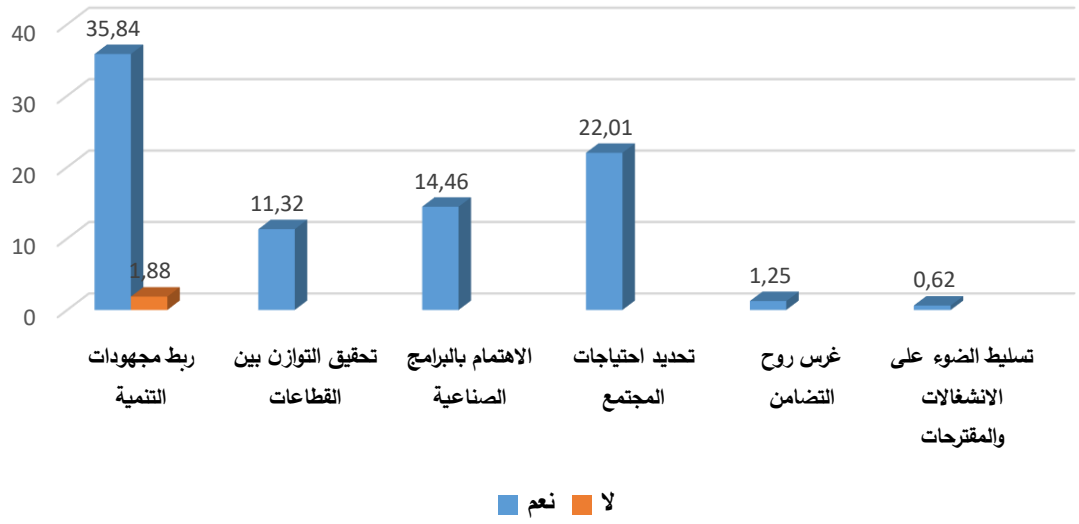
تشير الشواهد الإحصائية في الجدول أعلاه أن الإذاعة المحلية تعتبر أداة اتصال ومنبر إعلامي للسلطات المحلية من جهة والمواطن من جهة أخرى بشكل دائم حسب معظم المبحوثين والمقدرة نسبتهم بـ 59.52%، أما نسبة 36.5% من هؤلاء أكدت أن الإذاعة المحلية تعتبر منبر إعلامي حسب الحدث، في حين نجد نسبة 3.96% ترى أنه لا يوجد اتصال بين المواطن والمؤسسات السياسية وأن الإذاعة المحلية تعتبر كمنبر إعلامي حسب الحدث.

وعليه يمكن القول بأن إشراك المواطن في تسيير الشأن المحلي وإعلامه عبر الإذاعة المحلية يمكن أن يساهم في الحوكمة المحلية والتي تمثل التسيير الجيد والعقلاني للشأن العام من خلال إشراك المجتمع المحلي من مواطنين وقيادات ومنظمات محلية في إدارة شؤون البلدية والولاية بما يحقق رضى المسؤولين والمواطنين معا، إضافة إلى المشاركة في صنع القرارات المحلية وذلك بتقاسم المعلومات بين السلطات المحلية والمواطن، كذلك الشفافية في نشر المعلومات عبر الإذاعة المحلية يجعل المساواة بين المواطنين في الاستفادة من فرص التنمية، وكذلك تعريف المواطنين بحقوقهم وواجباتهم. وهذا ما تؤكده دراسة (كنازة محمد فوزي) من خلال تحليل الجدول رقم (84) الذي يوضح دور الإذاعة المحلية في منح فرصة المشاركة في الحياة المحلية.

- جدول رقم (26): الإذاعة المحلية تدفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج والتنمية

الاحتمالات		التكرار	النسبة (%)
نعم	ربط مجهودات التنمية ببعضها	57	35.84
	تحقيق التوازن بين القطاعات	18	11.32
	الاهتمام بالبرامج الصناعية	23	14.46
	تحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب أولوياته	35	22.01
	غرس روح التضامن والعمل وترقية ثقافة التعاون والوحدة	2	1.25
	تسليط الضوء على الانشغالات والمقترحات	1	0.62
لا		3	1.88
المجموع		159	100

شكل (28): يوضح دفع الإذاعة المحلية المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج والتنمية



من خلال قراءتنا للجدول أعلاه، يتضح أن جل المبحوثن يرون أن الإذاعة المحلية تدفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج والتنمية، فهناك 57 حالة والتي تمثل نسبتهم 35.84% من بين مفردات العينة

يرون البرامج الإذاعية تعمل على ربط مجهودات التنمية في المجتمع ببعضها، ثم نجد نسبة 11.32% الذين يرون بأن الإذاعة المحلية تعمل على تحقيق التوازن بين مختلف القطاعات في المجتمع المحلي، كما نجد 23 مفردة والذين نسبتهم 14.46 % يرون أن الإذاعة المحلية تدفع المواطن للمشاركة من خلال الاهتمام بالبرامج الصناعية والمشاريع التنموية التي تخص المجتمع المحلي، تليها نسبة 22.01% والذين يمثلون 35 مفردة يرون أن الإذاعة المحلية تدفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والتنمية من خلال تحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب أولوياته، وقد أضاف المبحوثين والذين نسبتهم 1.25% أنها تقوم بغرس روح التضامن والعمل وترقية ثقافة التعاون والوحدة، إضافة إلى تسليط الضوء على الانشغالات والمقترحات، أما الذين أجابوا بأن الإذاعة لا تدفع المواطن للمشاركة في التنمية فيمثلون 1.88%.

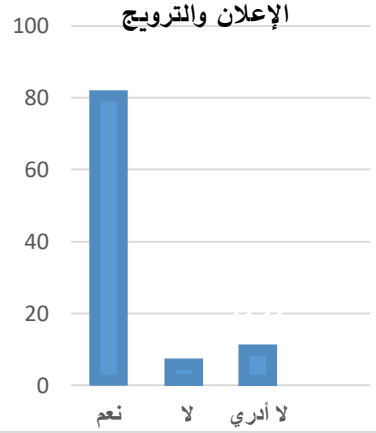
لذلك فإن أهم دور تقوم به الإذاعة المحلية هو إعطاء الفرد فرصة المشاركة في الحياة اليومية في مجتمعه، وإعطائه حق في التعبير عن رأيه، وهذا ما تؤكده دراسة (كنازة محمد فوزي) من خلال تحليل الجدول رقم (84) الذي يوضح دور الإذاعة المحلية في منح فرصة المشاركة في الحياة المحلية.

وعليه فإن الإذاعة المحلية بدور هام في عملية التنمية المحلية والبناء لما تملكه من قدرات التأثير في الجمهور المحلي من خلال الأخبار والحقائق التي تقدمها، كما تقوم الإذاعة المحلية بمنح الفرصة للمواطن للمشاركة في الحياة المحلية وإبراز دوره في عملية التنمية، لذلك من الضروري إدماج الإذاعة المحلية في التخطيط لبرامج التنمية الشاملة، والاستعانة بالمخططين الإعلاميين عند وضع السياسات العامة والإعلامية وتكثيف البحوث العلمية في المجال على اعتبار أنها القاعدة التي تبنى عليها الخطة الإعلامية، فالإذاعة المحلية تبعث الطموح والتطلع إلى حياة أفضل وإيجاد مناخ فكري يحفز الناس على التغيير والتطور كما يقول "شرام".

- جدول رقم (27): مساهمة التخطيط الإذاعي في الإعلان والترويج

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	103	81.74
لا	9	7.14
لا أدري	14	11.11
المجموع	126	100

شكل (29): يوضح مساهمة التخطيط الإذاعي في الإعلان والترويج



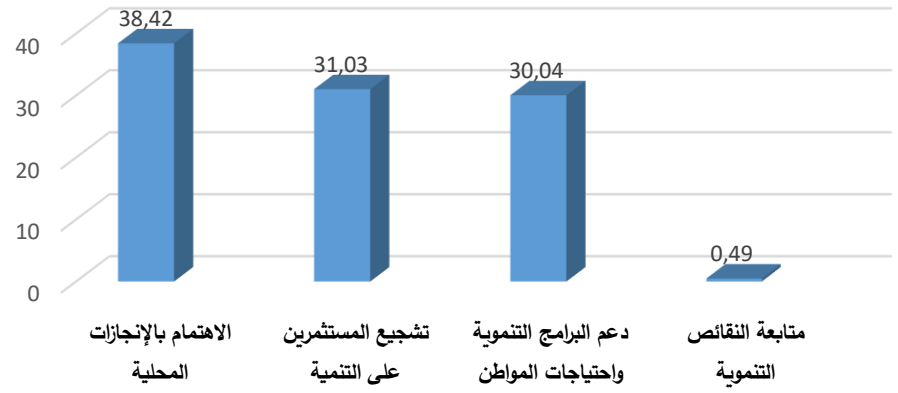
تفسر هذه المعطيات الكمية بأن أغلب المبحوثين يرون أن التخطيط الإذاعي يساهم في الإعلان والترويج للمنتجات التجارية وذلك بنسبة 81.74%، وهذا يبين أن الإذاعة المحلية تخصص مساحات للمعلنين سيما التجار وأصحاب المصانع المحليين للتسويق لمنتجاتهم وهذا ما يسهم في ترسيخ ثقافة الإشهار وزيادة مداخيل الإذاعة، بينما نجد نسبة ضئيلة ترى أنه لا يساهم وتمثل 7.14%، ونسبة 11.11% لا تدري.

ويمكن تفسير هذه المعطيات بأن الإعلان والترويج يعتبران من الوظائف الأساسية للإذاعة المحلية وأداة الاتصال لخدمة المنتج والمستهلك والوسيلة التي يتم فيها الإعلان بما ينشط الحركة الاقتصادية والتجارية، وذلك من خلال تبني خطة إعلامية جيدة يمكن من خلالها إعداد برامج إذاعية تتضمن نقاشات وحوارات حول المنتجات التجارية وزيارة المؤسسات التجارية والصناعية، إلى جانب عرض مختلف الإنجازات المساهمة في الحركة التنموية، فالإعلان بواسطة الإذاعة له تأثير قوي على المستمع وله فاعلية كبيرة وذلك باعتماد التخطيط من خلال استغلال الوقت الجيد للإعلان وإمتزاجه بأنغام موسيقية يكون له أثر على أذن المستمع وأكثر فاعلية من الرسالة الشفوية.

- **جدول رقم (28): الأهداف التنموية التي تسعى إليها الإذاعة المحلية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
الاهتمام بالإنجازات المحلية	78	38.42
تشجيع المستثمرين على التنمية	63	31.03
دعم البرامج التنموية واحتياجات المواطن	61	30.04
متابعة النقائص التنموية وتنبيه السلطات لذلك	1	0.49
المجموع	203	100

شكل (30): يوضح الأهداف التنموية التي تسعى إليها الإذاعة



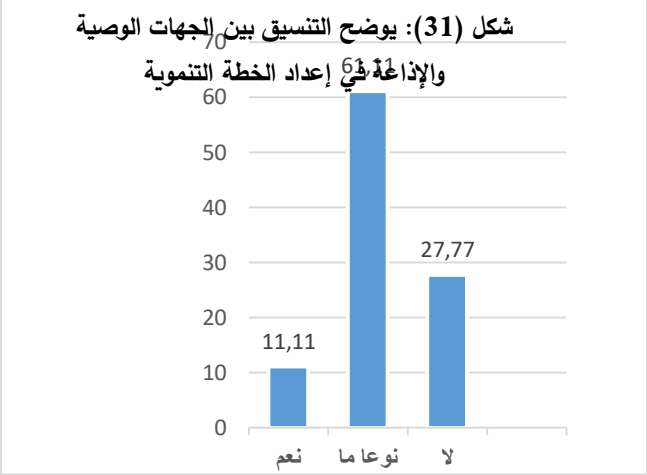
من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن إجابات المبحوثين كانت متقاربة فيما يخص الأهداف التنموية التي تسعى إليها الإذاعة المحلية، حيث ترى نسبة 38.42% من المستجوبين أن البرامج الإذاعية تحاول الاهتمام بالإنجازات المحلية والمساهمة في تطويرها وذلك من خلال البرامج التي تركز على عرض المشاريع الإنتاجية وأهم الإنجازات التي تمت من خلال هذه المشروعات إضافة إلى تشجيع المشاريع الزراعية وتوسيع رقعتها وزيادة الإنتاج الصناعي والزراعي، تليها نسبة 31.03% من المجموع الكلي للإجابات يرون أن الإذاعة المحلية تسعى كذلك إلى تشجيع المستثمرين على التنمية المحلية من خلال الإعلان في البرامج وتشجيع

الشباب المستثمر على المشاركة في إنشاء وتعمير المجتمعات المحلية، ثم نجد نسبة 30.04% من العمال يرون أن الإذاعة المحلية تساهم في دعم البرامج التنموية بما يتناسب واحتياجات المواطن حيث تهدف إلى خدمة قضايا المجتمع وتحقيق غايات واحتياجات المجتمع المحلي الأساسية وترسيخ الوعي الحقيقي القائم على تقديم الحقائق ومن ثم تبني الخطط التنموية اللازمة، وأخيرا نجد من يرى أن الإذاعة المحلية تقوم بمتابعة النقائص التنموية وتنبيه السلطات لذلك بنسبة 0.49% لغرض إيجاد الحلول المناسبة.

وعليه يمكن القول أن الإذاعة المحلية لها دور هام في التنمية المحلية لما تملكه من قدرات للتأثير في الجمهور المحلي الذي تستهدفه لذلك من الضروري إدماج الإذاعة المحلية في التخطيط لبرامج التنمية والاستعانة بمخططين إعلاميين عند وضع السياسات العامة.

- **جدول رقم (29): التنسيق بين الجهات الوصية ومسؤولي الإذاعة في إعداد الخطة التنموية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	14	11.11
نوعا ما	77	61.11
لا	35	27.77
المجموع	126	100



توضح المعطيات في الجدول أعلاه أن غالبية المبحوثين يرون أن هناك تنسيق نوعا ما بين الجهات الوصية ومسؤولي الإذاعة في إعداد الخطة التنموية وذلك بنسبة 61.11%، وبالمقابل نسبة 27.77% أفادت عكس ذلك وأجابت ب لا، فيما نجد نسبة 11.11% أجابت نعم، ويمكن تفسير هذه النسب الكمية بأن الإذاعة المحلية مسؤولة عن نقل الأخبار والحقائق ويمكن أن تشارك الجهات الوصية في إعداد الخطط التنموية من خلال نشر وبث ومتابعة عمليات التنمية باعتبار الإذاعة منبر إعلامي يوصل المعلومات للجمهور.

فالتنمية مسؤولية الجميع، إعلام، سلطات ومواطنين، مؤسسات الدولة ومؤسسات المجتمع المدني، لذلك ينبغي تغيير تلك النظرة التقليدية التي كانت تربط كل شيء بالدولة.

فالإذاعة المحلية تلعب دورا محوريا في هذه التنمية، باعتبارها ليس محفزا فحسب، وإنما محفز وموجه وطرف أساسي في صناعة هذه التنمية.

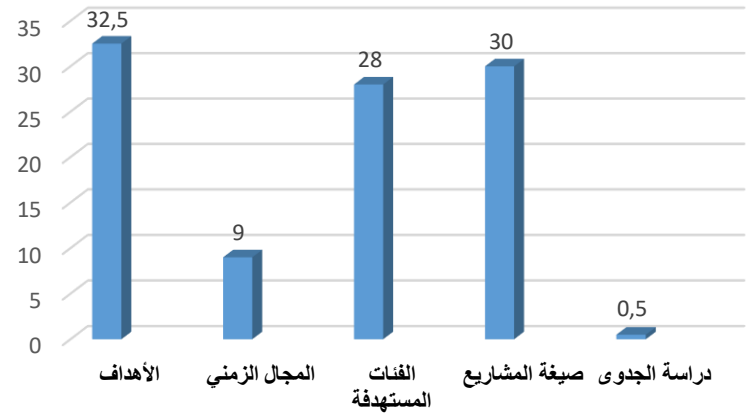
لذلك يمكن القول أن هناك علاقة تكاملية بين الجهات الوصية والإذاعة المحلية في إعداد الخطة التنموية، والتناسق بينهما يكمن في كون الإذاعة المنبر الذي يساهم في عملية التنمية بكل ميادينها.

- **جدول رقم (30): الركائز الأساسية في إعداد البرامج التنموية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
الأهداف	65	32.5
المجال الزمني	18	9
الفئات المستهدفة	56	28
صيغة المشاريع	60	30
دراسة الجدوى	1	0.5
المجموع	200	100

ملاحظة: عدد الإجابات أكبر من عدد الأفراد لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

شكل (32): الركائز الأساسية في إعداد البرامج التنموية



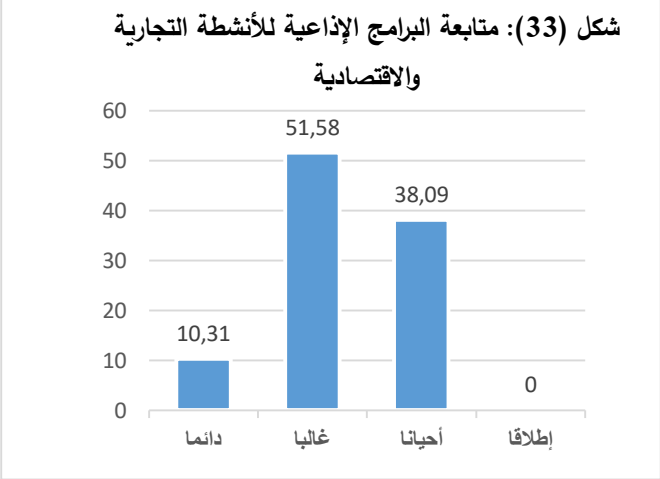
يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل الركائز الأساسية في إعداد البرامج التنموية بالإذاعات المحلية للشرق الشمالي الجزائري بأنهم يعتمدون على تحديد الأهداف بالدرجة الأولى وذلك بنسبة 32.5% حيث يعتبر الهدف نقطة البداية في أي خطة، ومن الأهداف والأولويات العامة للخطة الإذاعية توجيه كافة الإمكانيات صوب تحقيقها بحيث يتم توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة، ولذلك من أولويات التخطيط الإذاعي هو الاهتمام بإنجازات الدولة ومشروعاتها في مختلف المجالات، وهذا هو محمور الفرضية التي وصعناها التي ترى أن الإذاعة المحلية تعالج القضايا التنموية، والاهتمام بالتنمية الاجتماعية باعتبارها تنصب على

القوى البشرية، وكذا الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية التي تعوق عملية التنمية المستدامة ومعالجتها إعلاميا، (وهذا ما نجده مفسرا في الفصل النظري)، تليها نسبة 30% من المبحوثين الذين يرون أن التخطيط البرامجي يعتمد أيضا على صيغة المشاريع، ثم نسبة 28% الذين يرون أن البرامج الإذاعية تعتمد على الفئات المستهدفة في تخطيطها وذلك بالتركيز على كيفية التعامل مع الفئات الجماهيرية المستهدفة وكيفية التأثير عليهم وتكوين آراء إعلامية ذات قدرة على ارتباطها بطريقة واضحة لكافة الجوانب الحياتية، في حين نجد المبحوثين الذين يرون أن التخطيط الإذاعي يعتمد على المجال الزمني تمثل نسبتهم 9% حيث أن الإطار الغالب على الخطط الإذاعية هو الخطط السنوية التي تقسم إلى دورات برامجية عادية وخاصة، وتكون الدورات البرامجية العادية مدتها ثلاثة أشهر، والدورات الخاصة مثل برامج رمضان مدتها شهر واحد، وأخيرا أضاف أحد المبحوثين بأن التخطيط الإذاعي يعتمد أيضا على دراسة الجدوى بنسبة 0.5% حيث تقوم المحطة الإذاعية ببث ودراسة البرامج التي تقدمها مسبقا والتخطيط الاستراتيجي لها وذلك بالاعتماد على فريق عمل يتميز بالجودة والكفاءة العالية تحت إشراف إدارة تتصف بالدقة والانضباط.

وعليه يعتبر التخطيط الإذاعي من أهم الأسس التي ترتكز عليها برامج وخطط التنمية في المجتمع المحلي وذلك من خلال الحملات الإعلامية التي تقوم بها الإذاعة وبتوجيه أفراده لمساعدة أنفسهم والمساهمة بفاعلية في الجهود التي تبذلها الحكومات المركزية أو المحلية لتحسين مستوى معيشتهم وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم المحلي.

- **جدول رقم (31): متابعة البرامج الإذاعية للأنشطة التجارية والاقتصادية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
دائما	13	10.31
غالبا	65	51.58
أحيانا	48	38.09
إطلاقا	0	0
المجموع	126	100



من الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن معظم أفراد العينة يرون أن البرامج الإذاعية تتابع الأنشطة التجارية والاقتصادية غالبا وذلك بنسبة 51.58%، في حين أن نسبة 38.09% أكدوا على أنه أحيانا فقط تتابع الإذاعة المحلية الأنشطة الاقتصادية بالمجتمع المحلي، أما نسبة 10.31% من المبحوثين أكدوا على أن البرامج الإذاعية تتابع دائما النشاطات التجارية المحلية.

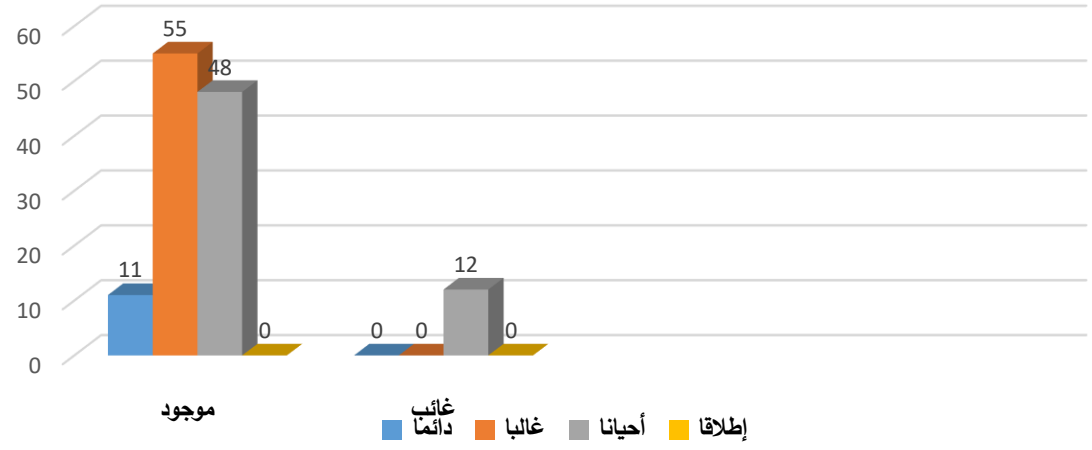
يمكن القول بأن الإذاعة المحلية تساهم في تعريف الجمهور بخطط التنمية وأهدافها محاولة بذلك تعبئته للمشاركة الفعالة، وتحفيزه على اتباع أنماط سلوك إنتاجية واستهلاكية جديدة ومراعاة العوامل التي تساعد على زيادة الإنتاج والإنتاجية.

حيث تقوم البرامج الإذاعية بحملات إعلامية وإعلانية عن الأنشطة التي تقوم بها الدولة والتعريف بها وذلك بصيغة الإشهار وتقديم الإنجازات وعرضها على الجمهور المستمع بإيجابياتها وسلبياتها.

- **جدول رقم (32): العلاقة بين دور الإذاعة المحلية في التركيز على المناطق الصناعية وتغطيتها للأنشطة الاقتصادية**

الاحتمالات	دائما		غالبا		أحيانا		إطلاقا		المجموع	
الاحتمالات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
موجود	11	100	55	100	48	80	0	0	114	90.47
غائب	0	0	0	0	12	20	0	0	12	9.52
المجموع	11	100	55	100	60	100	0	0	126	100

شكل (34): يوضح العلاقة بين دور الإذاعة المحلية في التركيز على المناطق الصناعية وتغطيتها للأنشطة التجارية



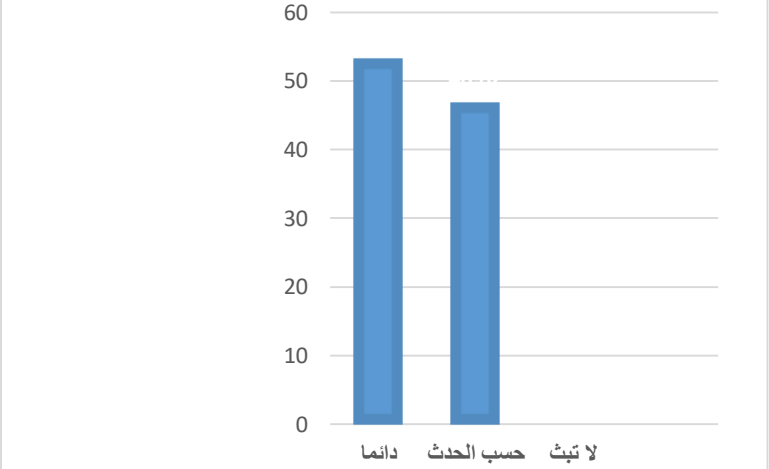
توضح المعطيات المدرجة في الجدول أعلاه أن غالبية المبحوثين يؤكدون على أن هناك علاقة بين دور الإذاعة المحلية في التركيز على المناطق الصناعية وتغطيتها للأنشطة الاقتصادية، حيث نجد الذين يرون موجود دائما عددهم 11 مفردة، والذين يمثلون 100%، فالإذاعة المحلية من خلال برامجها تقوم بتحفيز القطاعات الصناعية والإنتاجية على زيادة الإنتاج وكذا إجراء عملية تصحيح للهيكل الإنتاجي، كما نجد الذين يقرون بأن دور الإذاعة المحلية موجود وغالبا ما تقوم بتغطية الأنشطة التجارية يبلغ عددهم 55 مبحوث، والذين يمثلون 100%، فالبرامج الإذاعية تقدم وتبث مختلف مجالات التنمية إلا أن الاهتمام بالجانب الاقتصادي لا يشغل حيزا كبيرا لذلك وجب التركيز على الأخبار الصناعية وإضفاء الطابع المشوق

لها تجنبا للملل الذي قد يصيب المتلقي أثناء إطلاعه على الحقائق الاقتصادية، أما عدد الذين أن دورها موجود أحيانا فقط فيبلغون 48 مفردة، ويمثلون 80%، وذلك لأن الإذاعة المحلية لا يقتصر دورها على الجانب الاقتصادي فقط بل تركز على مختلف المجالات، في حين نجد الذين يرون أن دور الإذاعة المحلية غائب أحيانا فيمثلون 12 عامل، وتتمثل نسبتهم في 20%، فالإذاعة المحلية تقوم بنقل الأخبار بمختلف أنواعها ودورها يكمن في طرح القضايا والانشغالات التي تحدث في المجتمع المحلي.

- **جدول رقم (33): بث الإذاعة المحلية برامج حول القرارات الرسمية الخاصة بالتنمية المحلية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
دائما	67	53.17
حسب الحدث	59	46.82
لا تبث	0	0
المجموع	126	100

شكل (35): يوضح بث الإذاعة المحلية برامج حول القرارات الرسمية الخاصة بالتنمية



يبين الجدول والرسم البياني الموضحان في الأعلى أن جل المبحوثين يتفقون على أن الإذاعة المحلية تبث برامج حول القرارات الرسمية الخاصة بالتنمية المحلية، حيث نجد نسبة 53.17% يرون أن البرامج الإذاعية تبث دائما القرارات الخاصة بالتنمية المحلية، كما نجد نسبة 46.82% من المستجوبين يقولون بأنه يتم بث القرارات الرسمية الخاصة بالتنمية المحلية حسب الحدث.

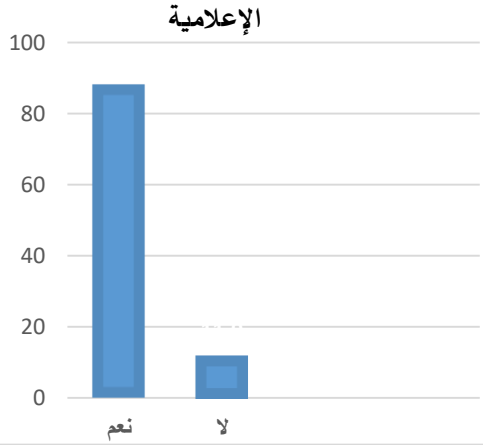
وعليه يمكن القول بأن الإذاعة المحلية تتمتع بمكانة خاصة في النظام السياسي من خلال تركيزها على نشر المعلومات وإعلام الشرائح الاجتماعية بما يجري من أحداث داخل المجتمع المحلي، حيث تعتبر شريكا أساسيا في التنمية المحلية من خلال مشاركتها في وضع وتنفيذ وتقييم الخطط التنموية من خلال ما تقوم

بتنفيذه من مبادرات إعلامية وبرامج إذاعية حول القرارات التي تصدرها الهيئات العليا الخاصة بالتنمية المحلية داخل المجتمع المحلي.

- **جدول رقم (34): هناك آليات رقابية على المادة الإعلامية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	111	88.09
لا	15	11.90
المجموع	126	100

شكل (36): يوضح هناك آليات رقابية على المادة الإعلامية

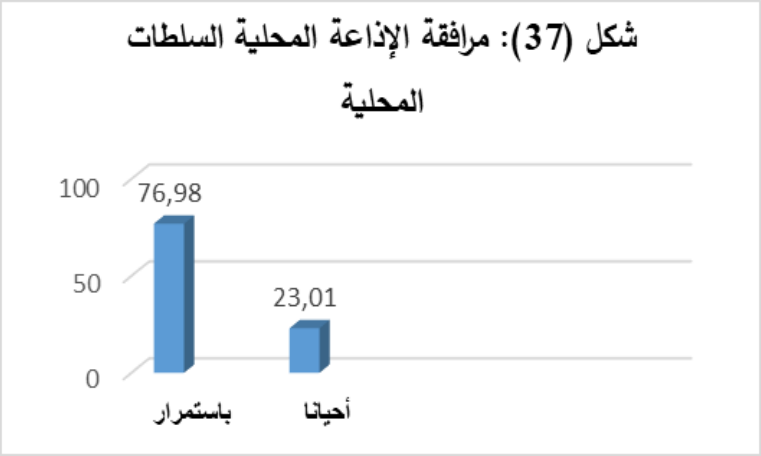


يؤكد لنا الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين يرون أن هناك آليات رقابية على المادة الإعلامية التي تبثها الإذاعة، حيث نجد الأكثرية والتي تمثل نسبتهم 88.09% من مجموع العينة يؤكدون ذلك، في حين نجد نسبة 11.90% ممن يرون عكس ذلك.

وعليه يمكن القول بأن الإذاعة من أكثر وسائل الإعلام تأثيرا في الرأي العام لذلك تخضع لسلطة الضبط والرقابة وذلك محافظة على النظام العام، كما تعد الرقابة عملية منتظمة يقوم بها المدراء للتأكد من خلالها من مدى تنفيذ الخطط وتحقيق الأهداف وباستخدام طرق فعالة وذات كفاءة عالية.

- **جدول رقم (35): مرافقة الإذاعة المحلية السلطات المحلية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
باستمرار	97	76.98
أحيانا	29	23.01
المجموع	126	100



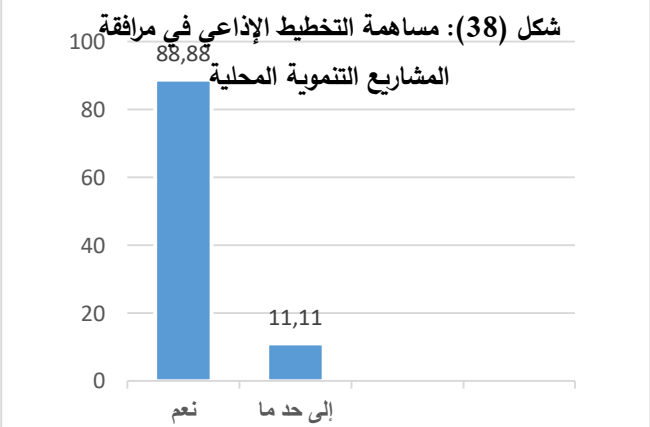
تكشف المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين يؤكدون على أن الإذاعة المحلية ترافق السلطات المحلية باستمرار وذلك بنسبة 76.98%، مقابل نسبة 23.01% التي ترى أنها ترافق أحيانا فقط. لذلك باعتبار الإذاعة المحلية وسيلة إعلامية تابعة لجهاز الدولة من جهة، وأقربها الى أفراد المجتمع المحلي من جهة ثانية، يجعل منها أكثر الأدوات وأوسعها انتشارا واستخداما، كأداة وصل وربط بين المواطن المحلي والسلطات المحلية.

والإذاعة المحلية كذلك تعتبر من أهم مصادر المعرفة في المجتمع، تعتمدها كل الجهات، والهيئات، الحكومية، والغير حكومية في التبليغ عن رسائلها، وإعطاء تعليماتها، أو إرشاداتها، إلى مختلف شرائح المجتمع.

وتقوم الإذاعة المحلية عبر موادها الإعلامية بتبليغ، ونشر كل الأحداث، كتجسيد منها للدور الذي تشغله كل وسيلة إعلامية محلية اتجاه مجتمعها المحلي.

- **جدول رقم (36): مساهمة التخطيط الإذاعي في مرافقة المشاريع التنموية المحلية في الجزائر**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	112	88.88
إلى حد ما	14	11.11
المجموع	126	100



يوضح الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين يرون أن التخطيط الإذاعي يعمل على مرافقة المشاريع التنموية المحلية في الجزائر بنسبة 88.88%، أما الذين يرون بأنه يساهم إلى حد ما فتبلغ نسبتهم 11.11%.

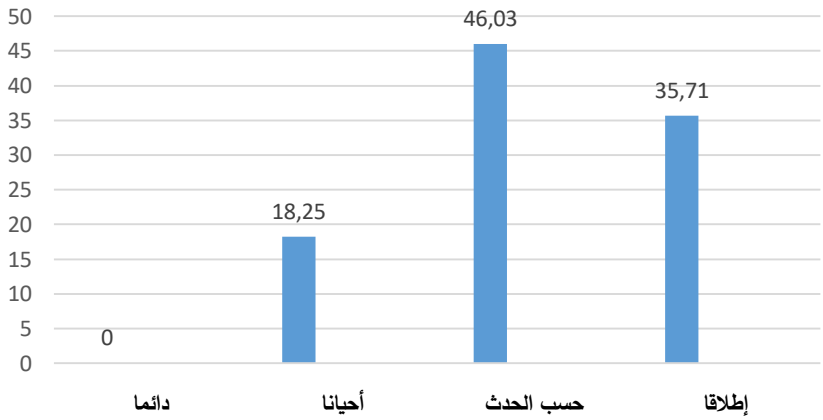
وقد برر عمال الإذاعة إجاباتهم بأن التخطيط الإذاعي يقوم بمرافقة المشاريع التنموية المحلية ويتدخل كفاعل أساسي لمعالجة سلوك الاستهلاك والتحفيز على الاستثمار الداخلي والإنتاج، والتحفيز على استخدام البدائل للسلع والحد من الميل إلى السلع المستوردة، وتعمل فيها الإذاعة المحلية على وضع مخطط شامل ومتعدد الأبعاد يخاطب فيه الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والإصلاح الاقتصادي، بتقديم صورة حول طبيعة الاتجاهات المستقبلية للاقتصاد المحلي، وذلك من خلال التغطية الميدانية والاستضافات الأثيرية والحوار مع المعنيين وطرح الانشغالات وكذا إخبار المواطن بالمشاريع التنموية المحلية وإبراز الخطط التنموية وفوائدها وجديدها وما المنتظر منها، فالإذاعة المحلية تسعى مع كل الجهات المعنية بالتخطيط الإذاعي التنموي الذي يعد المرافق الرسمي والأول للمشاريع التنموية وهو أيضا من أهداف الخدمة الإعلامية الجوارية.

1-4- الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعة المحلية في تحقيق برامج التنمية

- جدول رقم (37): الإفراط في إشراك فعاليات المجتمع المدني يعرقل التخطيط الإذاعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
دائما	0	0
أحيانا	23	18.25
حسب الحدث	58	46.03
إطلاقا	45	35.71
المجموع	126	100

شكل (39): يوضح الإفراط في إشراك فعاليات المجتمع المدني يعرقل التخطيط الإذاعي



توضح الشواهد المبينة في الجدول أن نسبة 18.25% من مجموع العينة ترى أن الإفراط في إشراك فعاليات المجتمع المدني يعرقل أحيانا التخطيط الإذاعي لبرامج التنمية، في حين نجد نسبة 46.03% ممن يرون أنه يعرقل حسب الحدث، أما نسبة 35.71% فترى أنه لا يعرقل إطلاقا.

بما أن القوى البشرية تمثل أهمية كبرى في التخطيط الإعلامي على اعتبار أن المتلقين من أفراد المجتمع هم هدف التخطيط من أجل ربطهم بأهداف التنمية، وبما أن العنصر البشري النقطة الرئيسية في كل من

التخطيط الإعلامي والتخطيط للتنمية المستدامة هو أن هذين النوعين من التخطيط يهدفان إلى تطوير الانسان من الجمود إلى الحركة والتطور.

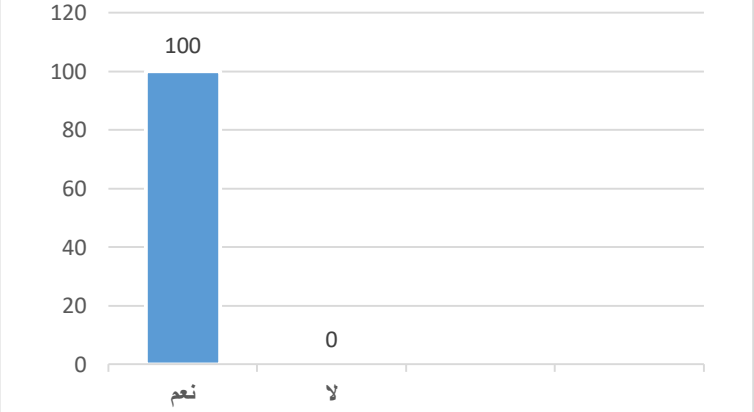
ويعد الإعلام أحد أهم هيئات المجتمع المدني، لما له من مساحة للقضايا العامة، ولما يشمله من فعاليات مدنية مختلفة، إذن فالإعلام هو جزء من المجتمع المدني، بنفس القدر الذي يشكل المجتمع المدني جزءا من المجتمع غير الرسمي، ففي الإعلام تتداخل الصفة المدنية مع الصفة الحكومية.

وعليه فإن للمجتمع المدني دور بارز في التنمية المحلية حيث يساعد الإذاعة المحلية على التعبير عن اهتمامات الناس والعمل على تحقيقها، كما ينقل رغبات وقرارات الحكومة للمجتمع المحلي، ويقوم بتوعية المجتمع والتنشئة الاجتماعية، كما تقوم مؤسسات المجتمع المدني بدراسات تخص التنمية على المستوى المحلي والعالمي، إضافة إلى أن بعض الجمعيات تسعى إلى تحسين البيئة وتطوير التنمية المحلية. أما بالنسبة للذين يرون بأن المجتمع المدني يعرقل أحيانا وحسب الحدث عمل التخطيط الإذاعي التنموي فإن هذا راجع لبعض المؤسسات التي تعمل لصالحها على حساب تحقيق التنمية للمجتمع المحلي.

- **جدول رقم (38): أولوية الديمقراطية التشاركية في التخطيط الإذاعي التنموي**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	126	100
لا	0	0
المجموع	126	100

شكل (40): يوضح أولوية الديمقراطية التشاركية في التخطيط الإذاعي التنموي



يبين الجدول أعلاه أن جل المبحوثين يرون أن هناك ديمقراطية تشاركية في التخطيط الإذاعي لبرامج التنمية بنسبة 100%، وقد برر عمال الإذاعة إجاباتهم بأن الهدف من الديمقراطية التشاركية هو إشراك المواطن في تقديم المقترحات والتشاور في القرارات وصياغة السياسات العامة خاصة على المستوى المحلي بهدف تحريك عجلة التنمية التي تتماشى ومطالب المجتمع، حيث تفتح الإذاعة المحلية أبوابها للإصغاء للمواطن وإشراك فئات المجتمع لنقل الانشغالات وتقديم المقترحات التي تساهم في التنمية المحلية، كذلك طرح الأفكار والاستفادة منها عبر القيام باجتماعات دورية (أسبوعية) لكافة الأقسام وذلك حتى تكون البرامج الإذاعية أكثر فعالية، وكون الإذاعة شريك في التنمية ولابد من التواصل مع المواطن والمجتمع المدني ومختلف المؤسسات التي تساهم في التنمية المحلية فالتمثيل الشعبي عند الجمعيات يقترح دائما المشاريع ذات الأولوية، فالمشاركة في التخطيط لها أهمية كبرى بين الإذاعات وأصحاب مشاريع التنمية، كما أضاف

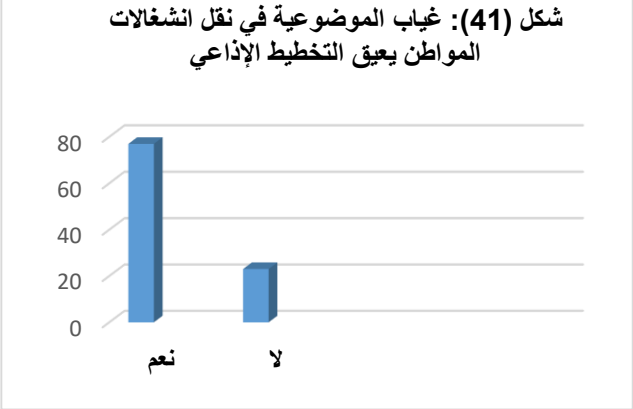
المبحوثين أن التوجه الجديد الذي تعتمده السلطات في اقتراح وتبني مختلف المشاريع وبالتالي يصبح المجتمع المدني شريك أساسي في التخطيط التنموي.

وعليه يتضح بأن الديمقراطية التشاركية تمثل الحجر الأساس لانطلاق مقاربة تشاركية فعلية، حيث تكون المشاركة من القاعدة تطبيقا لمبدأ صناعة القرار من طرف الشعب وذلك في إطار مشاركة المواطن في تسيير الشأن المحلي.

- **جدول رقم (39): غياب المعالجة الموضوعية في نقل انشغالات المواطن يعيق التخطيط الإذاعي**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	97	76.98
لا	29	23.01
المجموع	126	100

شكل (41): غياب الموضوعية في نقل انشغالات المواطن يعيق التخطيط الإذاعي



توضح المعطيات الكمية الموضحة في الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين يؤكدون بأن غياب المعالجة الموضوعية في نقل انشغالات المواطن يعيق عمليات التخطيط الإذاعي بنسبة 76.98%، أما الذين يرون عكس ذلك فيمثلون 23.01%.

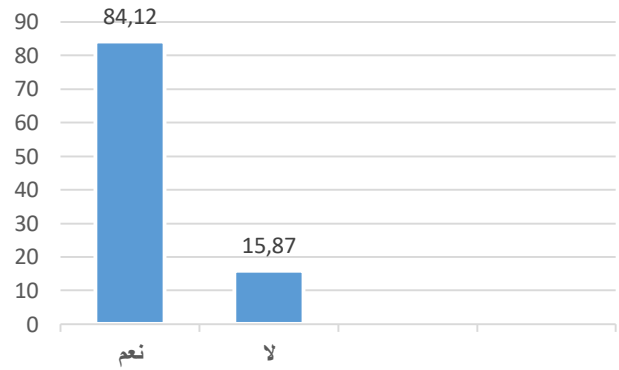
وقد برر المبحوثين إجاباتهم بأن الموضوعية شرط أساسي في التخطيط الإذاعي والعمل الإعلامي ككل، فالتخطيط الإذاعي يخضع للدقة والموضوعية والحيادية في نقل المعلومة، فالاعتماد على الموضوعية تساهم في الإلمام والمعرفة بطبيعة انشغالات المواطن لأن هذا الأخير هو محور كل تغطية إذاعية، فغياب الموضوعية ينقص من المصداقية وعدم إيصال صورة وصوت المواطن ويعيق إيجاد الحلول، كما أن غيابها يضعف تحديد أولويات التنمية.

فالموضوعية هي مبدأ هام في الإذاعة فهي تشير إلى الإنصاف والتنزه عن المصالح والواقعية واللاحيازية.

- **جدول رقم (40): عدم الاهتمام بالتخطيط الإذاعي يعيق تحديد أهداف المجتمع**

الاحتمالات	التكرار	النسبة(%)
نعم	106	84.12
لا	20	15.87
المجموع	126	100

شكل (42): يوضح عدم الاهتمام بالتخطيط الإذاعي يعيق تحديد أهداف المجتمع

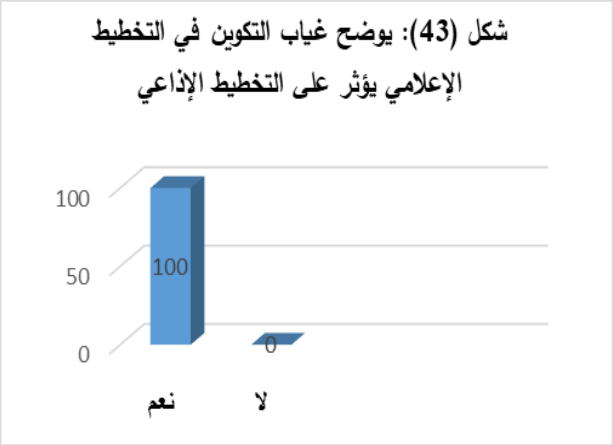


تمثل الشواهد الإحصائية المبينة في الجدول أن أكثر عمال الإذاعة يرون بأن عدم الاهتمام بالتخطيط الإذاعي يشكل عائقا لتحديد أهداف المجتمع وذلك بنسبة 84.12%، أما الذين يرون أنه لا يشكل عاقا فيمثلون 15.87%.

يعتبر تحديد الهدف الخطوة الأولى من خطوات التخطيط العلمي لأنه يحدد الاتجاه العام للنشاط الاتصالي، وبذلك يمكن القول بأن الهدف هو نقطة البداية في أية خطة، ومن الأهداف والأولويات العامة للخطة الإعلامية توجيه كافة الإمكانيات صوب تحقيقها بحيث يتم توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة. ولذلك من أولويات الخطة الإعلامية هو الاهتمام بإنجازات الدولة ومشروعاتها في مختلف المجالات، والاهتمام بالتنمية الاجتماعية باعتبارها تنصب على القوى البشرية، وكذا الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية التي تعوق عملية التنمية المستدامة ومعالجتها إعلاميا.

- **جدول رقم (41): غياب التكوين في التخطيط الإعلامي يؤثر على التخطيط الإذاعي الفعال**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	126	100
لا	0	0
المجموع	126	100



يبين الجدول أعلاه أن جل المبحوثين يؤكدون أن غياب التكوين المتخصص في مجال التخطيط الإعلامي يؤثر على عمليات التخطيط الإذاعي الفعال، وهذا يدل على أن التكوين عامل أساسي في التخطيط الإعلامي عامة والتخطيط الإذاعي خاصة، حيث يرفع من كفاءة العمال ومهاراتهم لتحسين أداء الإذاعة وتحقيق أهدافها والمحافظة على جودة مخرجاتها من جهة ومنح فرص للعمال لتحسين مستواهم العلمي والمهني من جهة أخرى.

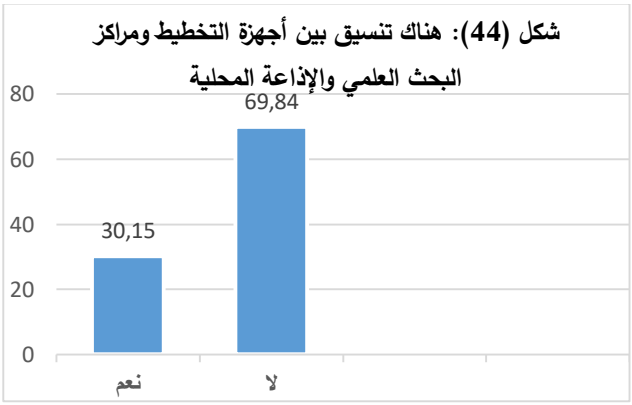
وقد علل المبحوثين إجاباتهم بأن غياب التكوين يؤثر عل التخطيط الإذاعي حيث يفتح المجال للعمل حسب الأهواء ما يؤدي إلى الفوضى وغياب النتائج، فعملية التخطيط تحتاج إلى خبرة ودراسة التجارب السابقة، إضافة إلى أن التكوين يساهم في الإطلاع على الأخبار الجديدة والرفع من القدرات وإكتساب المهارات والخبرات المكتسبة، وغياب التكوين يعني عدم القدرة على إيصال متطلبات التنمية التي تخدم المواطن، فالتكوين الدائم يقدم الإضافة خاصة في مجال التخصص.

وعليه فإن التخطيط هو أساس نجاح المشاريع والنجاح يكون وفق خطط علمية.

وهذا ما نجده في خصائص التخطيط الإذاعي في الجانب النظري ، حيث يجب أن تتسم الخطة الإذاعية بالكفاءة والواقعية والمرونة ثم التوافق المنطقي بمعنى توافق الموارد المتاحة مع مختلف اتجاهات الخطة وأهدافها.

- **جدول رقم (42): هناك تنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	38	30.15
لا	88	69.84
المجموع	126	100

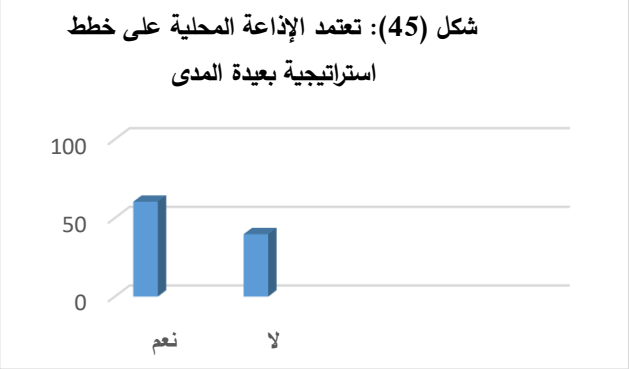


من خلال النتائج المعروضة في الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 30.15% من المبحوثين يرون أنه يوجد تنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية ويمكن تفسير ذلك بأن التخطيط يساهم في الوصول إلى أعلى كفاءة ممكنة للحصول على أعلى عائد من الاستثمارات الإذاعية أثناء وبعد تنفيذ الخدمات الإذاعية التي يرغب بها الجمهور وهذا ما نجده في عنصر التخطيط للإذاعة المحلية في الجانب النظري، في حين نجد نسبة 69.84% من القائمين بالاتصال يرون أنه لا تنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية وهذا راجع إلى عدم تعاون أجهزة التخطيط مع مراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية وعمل كل مؤسسة بمعزل عن الأخرى.

وعليه من المهم الإشارة إلى أنه يجب تكاثف الجهود بين أجهزة التخطيط ومراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية حيث أن التنسيق بين الخطط الفرعية يضمن التنسيق بين الأعمال والإدارات التي تتكون منها المؤسسة ويعتبر أساس التنظيم مما يساعد على توفير الإطار الذي يساعد على توحيد الجهود لتحقيق الأهداف.

- **جدول رقم (43): تعتمد الإذاعة على خطط استراتيجية بعيدة المدى**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	76	60.31
لا	50	39.68
المجموع	126	100

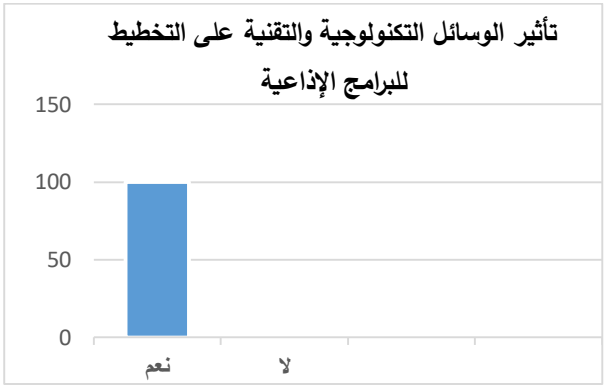


تبين معطيات الجدول الإحصائي أعلاه أن نسبة 60.31% من مفردات العينة يرون أن الإذاعة المحلية تعتمد على خطط استراتيجية بعيدة المدى ويبررون إجاباتهم بأن الإذاعة المحلية تضع أحيانا أهداف بعيدة المدى وأن الإدارة المركزية هي المسؤولة عن تحديد أهداف العمل الإذاعي وحسب استراتيجية المدير، حيث يقوم المسؤولين دوريا بدراسة الآليات الفعالة في التأثير على المستمع، كما تقوم الإذاعة المحلية بمرافقة الجهود التنموية على المدى المتوسط والبعيد، بالمقابل نجد نسبة 39.68% من المبحوثين يرون أن الإذاعة المحلية لا تعتمد على خطط استراتيجية بعيدة المدى وذلك حسب الإمكانيات والوسائل المتاحة، فالإذاعة تقوم بمتابعة الأخبار الآنية الواقعة في الوقت الراهن حسب الوضع في المجتمع المحلي والواقع فهي تواكب الأحداث وتعمل على التنسيق مع السلطات المحلية إن رغبت.

وعليه يمكن القول أن التخطيط الاستراتيجي يساعد الإذاعة على تحسين أدائها من خلال كشف القضايا الرئيسية لأنشطتها والتعامل بكفاءة مع الظروف والمتغيرات، كما يعزز العمل الجماعي ويكسب الخبرة للعمال حيث يشاركون في بناء الاستراتيجية ووضع أهدافها، كما يعمل على التوظيف الرشيد لقدرات الإذاعة المالية والاقتصادية وتحقيق نتائج أفضل، إضافة إلى التنبؤ بالأحداث والتهيؤ لها واتخاذ الإجراءات لمواجهتها.

- **جدول رقم (44): تأثير الوسائل التكنولوجية والتقنية على التخطيط للبرامج الإذاعية**

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	126	100
لا	0	0
المجموع	126	100



توضح الشواهد الكمية الموضحة عن تأثير الوسائل التكنولوجية والتقنية على التخطيط للبرامج الإذاعية أن جل المبحوثين يرون أن غياب الوسائل التكنولوجية والتقنية يؤثر على التخطيط للبرامج الإذاعية، حيث يساعد استخدام الوسائل التكنولوجية القائم بالاتصال في الحصول على المعلومة، أثناء وقوعها، ونقلها دون الخلل بمضمونه، من خلال إتاحة كل المعدات، واللوازم للحصول على المعلومة، ومعالجتها وإعادة بثها في الوقت المناسب، وبالشكل المرغوب فيه، حيث يتمكن صحفي الإذاعة من الإلمام بجوانب الموضوع وتقييده، كاستخدام أجهزة التسجيل والحفظ، بالإضافة إلى أن استغلال الوسائل التكنولوجيا يساهم في تحسين الرسالة الإعلامية من معدلات الصوت، والمؤثرات، الأمر الذي يعطي شكلا يتناسب ومحتوى البرنامج الإذاعي، مما يزيد من معدل الاستماع، وشدة التأثير والتفاعل من خلال إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي إنشاء أدوار مشتركة بينهم في العملية الاتصالية مما يسمح بخلق نوع من التفاعل، فتساهم التكنولوجيا في خلق أساليب جديدة للتفكير والترفيه، تتمكن الإذاعة عبرها من تطوير برامجها، وتحسين مضامينها، الأمر الذي يجعل منها أكثر إلماما بمجتمعها المحلي، وأقوى تأثيرا.

- **عرض وتحليل السؤال الختامي المفتوح (أهم المقترحات لتطوير سياسات التخطيط الإذاعي في الجزائر للتقليل من الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعات المحلية في تحقيق برامج التنمية)**

تتمثل أهم المقترحات التي أجمع عليها المبحوثين عن تطوير سياسات التخطيط الإذاعي في الجزائر من أجل تقليل الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعات المحلية في تحقيق برامج التنمية في مايلي:

- التنسيق المحكم وخلق شراكة بين كل الجهات والقطاعات (الإذاعة المحلية – السلطات – المجتمع المدني).
- مرافقة الإذاعة المحلية لكل المشاريع التنموية التي تحدث في المجتمع المحلي.
- فتح المجال للشباب للمشاركة في إعداد البرامج التنموية نظريا وميدانيا من خلال حرية التعبير.
- إعطاء مساحة كافية للبرامج التنموية التوعوية ونقل جميع الانشغالات والمساهمة في إيجاد الحلول لمشاكل المواطن اليومية وخاصة الاجتماعية.
- التكثيف من التكوين واستمراريته، ومتابعة المستجدات والتطورات.
- دعم الإذاعات المحلية بالإمكانيات والوسائل اللازمة خاصة الوسائل التكنولوجية الحديثة، إضافة إلى الإمكانات البشرية التي تساعد على مرافقة الحركة التنموية وتسليط الضوء على أهم البرامج المحلية وتسهيل الوصول للمعلومة ومصدر الخبر.
- إنشاء مدارس ومراكز للتكوين الإذاعي.
- التركيز على التخطيط بعيد المدى الذي يواكب استراتيجية الدولة خطوة بخطوة في جميع المجالات.
- منح السلطات العمومية الإذاعات المحلية دور المبادرة في رسم السياسات التنموية العامة، بحكم الرصيد المعرفي والخبرة التي يمتلكها الصحفي، وبالتالي الإنتقال من دور المرافقة الإعلامية إلى الإقتراح والمبادرة التنموية.
- استحداث طرق لإستقطاب أكبر عدد من شرائح المجتمع.
- مواكبة العصرنة لإيصال الرسالة الإذاعية لأكبر عدد من المواطنين.
- وضع منصة رقمية لطرح الانشغالات ووضع الاقتراحات ودراستها ومن ثم إيجاد خطة عمل مناسبة.
- المشاركة والمتابعة للمواضيع التنموية.
- التعمق في تخطيك مضمون البرامج الإذاعية وأهدافها وأشكالها وموضوعاتها بما يتناسب مع الجمهور المستهدف.

- تزويد الإذاعة المحلية بالكوادر المؤهلة في المجال الإذاعي والإداري والتخطيطي قادرة على استثمار الإمكانيات والطاقات الموجودة وتطبيق المبادئ الإدارية العلمية الحديثة في إدارة المؤسسات الإعلامية.
- الاهتمام بتطوير وتفعيل جهاز تخطيط البرامج في الإذاعة من خلال رفع مستواه الإداري.
- تكثيف الاهتمام بإذاعة البرامج التنموية وخاصة منها الاقتصادية والاجتماعية.
- دعم البرامج التنموية بما يتناسب مع احتياجات المواطن.
- إجراء دراسات متخصصة في إنتاج وإعداد المادة الإذاعية.
- عمل خارطة برمجية معدة بدقة تراعي كافة شرائح المجتمع.

وبناءا على هذا يمكن القول بأن أهم المقترحات لتطوير سياسات التخطيط الإذاعي في الجزائر من أجل تقليل الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعات المحلية في تحقيق برامج التنمية هي إعتماد سياسة إذاعية واضحة في مجال الإنتاج الإذاعي تتوفر لها الإمكانيات اللازمة من خلال إدارات إنتاجية متخصصة تخدم جوانب التخطيط الإذاعي.

إضافة إلى عقد دورات متخصصة في مجال إعداد البرامج الإذاعية لتطوير مهارات وقدرات العاملين بما يحقق الحرفية في إنتاج البرنامج الإذاعي من ناحية أساليب العرض والأداء والإخراج.

كذلك زيادة الاهتمام بالبرامج التي يشارك فيها الجمهور لتوصيل احتياجاته ورغباته للجهات المعنية وكذا متابعة المشاريع التنموية داخل المجتمع المحلي.

- كما قمنا من خلال زياراتنا لبعض الإذاعات المحلية بمقابلة مدراءها حيث يرون بأن الإذاعة المحلية تسعى إلى الاقتراب أكثر فأكثر من جمهورها، حيث تتبنى مشكلاته وتقدم المنتجات التي يتحمس المستمع لسماعها، فهي تتكلم في مكانه وباسمه وذلك من خلال الدورات البرامجية المقدمة في الإذاعة. كما تعمل الإذاعة المحلية على الاعتماد على استراتيجية واضحة ودقيقة ووضع خطط للتنسيق بين البرامج الإذاعية والمجتمع المحلي لتحقيق أهدافها وحل انشغالات المجتمع وتوصيل صوته للمسؤولين.

2- مناقشة نتائج الدراسة

انطلاقا من عرض النتائج الميدانية وتحليلها، ننتقل إلى تفسيرها ومناقشتها في ضوء فرضيات الدراسة والدراسات السابقة والتراث النظري وذلك من خلال ما يلي:

2-1-مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

إن الهدف من مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات هو الوصول إلى اختبار هذه الأخيرة والتأكد من مدى صحتها وتحققها، وعليه من خلال النتائج المتحصل عليها بعد العرض والتحليل نصل إلى مناقشة نتائج الدراسة في ضوء كل فرضية من الفرضيات الفرعية ومناقشة الفرضية العامة، وهذه النتائج هي نتيجة تحليل لأرقام مستوحاة من واقع الدراسة.

أ- الفرضية الأولى

"يعالج التخطيط الإذاعي القضايا التنموية"

لقد تم دراسة هذه الفرضية انطلاقا من المؤشرات التالية:

- ✓ التنمية الاجتماعية
- ✓ التنمية الاقتصادية
- ✓ التنمية الثقافية
- ✓ التنمية السياسية

وبناءا على هذه المؤشرات فإن البيانات المستقاة من واقع الدراسة تتفق إلى حد كبير مع هذه الفرضية أي أن للتخطيط الإذاعي دور في تفعيل القضايا التنموية في المجتمع المحلي، وهو ما تبينه البيانات الإحصائية الواردة في الجدول (13) والذي يوضح أن البرامج الاجتماعية لها دور كبير في التأثير في المجتمع المحلي وذلك بنسبة 35.71% إضافة إلى البرامج الإخبارية والاقتصادية والثقافية والتعليمية والسياسية، وحسب الجدول (14) فإن الإذاعة المحلية تركز على المواضيع الاجتماعية بنسبة مقدرة بـ 36.36%، وهذا لما لها من أهمية كبيرة في عملية التنمية.

ومن جهة أخرى يؤكد الجدول رقم (16) اهتمام التخطيط الإذاعي بالتنمية الاقتصادية من خلال إلقاء الضوء على المشاريع الصناعية المحلية بنسبة 25% وكذلك تشجيع الشباب على الاستثمار والعمل الحر ودفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج المحلي.

أما فيما يخص التنمية الثقافية فقد أثبتت نتائج الجدول رقم (17) بأن البرامج الإذاعية تساهم في متابعة الحركة الثقافية بمختلف أبعادها من خلال بالتعريف بالأنشطة الثقافية التي تقدمها المؤسسات الثقافية وذلك بنسبة 27.10%، ونسبة 24.80% تعمل على تنمية الوعي الثقافي، ونجد نسبة 21.73% من المبحوثين يرون بأن البرامج الإذاعية تهتم بالعلم والمعرفة، إضافة إلى نقل وتتبع مختلف النشاطات الثقافية المحلية والوطنية وكذا مواكبة الأحداث والفعاليات الثقافية وأشراك القائمين على القطاع الثقافي في البرامج الإذاعية، فالإذاعة المحلية تعمل على المحافظة على الخصوصية الثقافية للمجتمعات المحلية والحفاظ على عاداتها وتقاليدها.

ويبين الجدول رقم (18) الإذاعة المحلية تساهم نوعا ما في متابعة الواقع السياسي والنهوض به وذلك بنسبة 62.69%، في حين نجد نسبة 30.1% الأفراد الذين أجابوا بنعم وأن المعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية كافية للنهوض بالواقع السياسي، ونسبة 7.14% يرون أن الإذاعة المحلية لا تقدم المعلومات الكافية للنهوض بالواقع السياسي.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن التخطيط الإذاعي يساهم بشكل كبير وفعال في تعزيز وتفعيل القضايا التنموية من خلال الاعتماد على أشكال التخطيط البرامجي، كما تراعي الإذاعة المحلية عند التخطيط لبرامجها الأهداف المطلوب تحقيقها. وتحاول الإذاعة المحلية جاهدة لتحريك الاهتمام بالتنمية في المجتمع المحلي من خلال تقديم برامج تنموية في جميع المجالات وذلك بالتخطيط لبرامج التنمية.

ورغم كل الجهود المبذولة إلا أنه هناك نقص في التركيز خاصة على التنمية السياسية لذلك وجب التركيز أكثر على تطوير أسلوب تقديم البرامج والقوالب الفنية المستخدمة والاحترافية المهنية والخبرة اللازمة للتخطيط الإذاعي الجيد، وعليه فالفرضية تحققت بنسبة كبيرة.

ب-الفرضية الثانية

"يساهم التخطيط الإذاعي على التعريف بالمشاريع التنموية"

وتتمثل مؤشرات هذه الفرضية فيما يلي:

- ✓ المشاركة في البناء، الإنتاج والتنمية.
- ✓ المساهمة في الإعلان والترويج.
- ✓ تغطية الأنشطة التجارية والاقتصادية.
- ✓ التركيز على المناطق الصناعية.

اتضح من خلال الدراسة الميدانية أن التخطيط الإذاعي يساهم بشكل فعال ودائم في مرافقة المشاريع التنموية، وهو ما توضحه النتائج الكمية في الجدول رقم (29) أن جل المبحوثن يرون أن الإذاعة المحلية تدفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج والتنمية، حيث ترى نسبة 35.84% من بين مفردات العينة أن البرامج الإذاعية تعمل على ربط مجهودات التنمية في المجتمع ببعضها، ونسبة 11.32% الذين يرون بأن الإذاعة المحلية تعمل على تحقيق التوازن بين مختلف القطاعات في المجتمع المحلي، كما نجد نسبة 14.46 % يرون أن الإذاعة المحلية تدفع المواطن للمشاركة من خلال الاهتمام بالبرامج الصناعية والمشاريع التنموية التي تخص المجتمع المحلي، ونسبة 22.01% يرون أن الإذاعة المحلية تدفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والتنمية من خلال تحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب أولوياته، وقد أضاف المبحوثين والذين نسبتهم 1.25% أنها تقوم بغرس روح التضامن والعمل وترقية ثقافة التعاون والوحدة، إضافة إلى تسليط الضوء على الانشغالات والمقترحات.

كما أشارت نتائج الجدول رقم (30) أن أغلب المبحوثين يرون أن التخطيط الإذاعي يساهم في الإعلان والترويج للمنتجات التجارية وذلك بنسبة 81.74%.

كما بينت نتائج الجدول رقم (34) أن معظم أفراد العينة يرون أن البرامج الإذاعية تتابع الأنشطة التجارية والاقتصادية غالبا وذلك بنسبة 51.58%، ونجد نسبة 38.09% أكدوا على أنه أحيانا فقط تتابع الإذاعة المحلية الأنشطة الاقتصادية بالمجتمع المحلي، أما نسبة 10.31% من المبحوثين أكدوا على أن البرامج الإذاعية تتابع دائما النشاطات التجارية المحلية.

ويتضح من خلال النتائج المسجلة في الجدول رقم (35) أن الإذاعة المحلية تركز على المناطق الصناعية بنسبة 90.47%.

كما يوضح الجدول رقم (40) أن معظم المبحوثين يرون أن التخطيط الإذاعي يعمل على مرافقة المشاريع التنموية المحلية في الجزائر بنسبة 88.88%، أما الذين يرون بأنه يساهم إلى حد ما فتبلغ نسبتهم 11.11%.

وبالتالي نخلص أن التخطيط الإذاعي يساهم بشكل فعال في مرافقة المشاريع التنموية من خلال التغطية الميدانية والإستضافات الأثيرية، ومنه فالفرضية تحققت بنسبة كبيرة.

ج- الفرضية الثالثة

"الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعة المحلية في تحقيق برامج التنمية"

للتحقق من صدق الفرضية تم دراستها انطلاقا من المؤشرات التالية:

- ✓ غياب المعالجة الموضوعية
- ✓ غياب التكوين
- ✓ عدم التنسيق
- ✓ غياب الوسائل التكنولوجية والتقنية

بينت نتائج الجدول رقم (43) أن معظم المبحوثين يؤكدون بأن غياب المعالجة الموضوعية في نقل انشغالات المواطن يعيق عمليات التخطيط الإذاعي بنسبة 76.98%، أما الذين يرون عكس ذلك فيمثلون 23.01%.

وفيما يخص غياب التكوين فقد أجمع جل المبحوثين أن غياب التكوين المتخصص في مجال التخطيط الإعلامي يؤثر على عمليات التخطيط الإذاعي الفعال أي بنسبة 100% حسب ما ورد في الجدول رقم (44)، لذلك وجب زيادة اهتمام الإذاعة بالتأهيل العلمي والأكاديمي للعاملين بها وتشجيعهم على الدراسات العليا والمتخصصة، والتدريب المكثف والتوعية للعاملين بالإذاعة لتوضيح المفاهيم الإعلامية الخاصة من دورة برامجية وتخطيط إذاعي ومراعاة التخطيط المحلي.

وتبعا لذلك تكشف نتائج الجدول رقم (45) على غياب التنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية وذلك بنسبة 69.84%، ونسبة 30.15% من المبحوثين يرون أنه يوجد تنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية، مما يؤثر في تقديم خدمة إذاعية متكاملة.

ومن جهة أخرى يوضح الجدول رقم (47) أن كل المبحوثين يرون أن غياب الوسائل التكنولوجية والتقنية يؤثر على التخطيط للبرامج الإذاعية وذلك بنسبة 100%، وعليه يجب الاستفادة من التقنيات الحديثة والاعتماد عليها في مجال الإنتاج والإخراج والإعداد.

ووفقا لذلك يتأكد وبدرجة كبيرة أن هناك اختلالات تعرقل دور الإذاعة في تحقيق برامج التنمية المحلية، وهذا ما يؤكد صدق الفرضية.

ومن خلال ما تقدم من مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات المقترحة يمكن القول بأنها أجابت على التساؤل الرئيسي المطروح في إشكالية البحث والذي يتمثل في " كيف يساهم التخطيط الإذاعي في تنمية المجتمع المحلي الجزائري؟" من خلال العمل على تطوير البرامج الإذاعية بما يتماشى والتنمية المحلية والاستجابة لرغبات الجمهور المحلي لتحقيق أهداف التخطيط الإذاعي وفي نفس الوقت الوصول إلى رضا المستمعين.

2-2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

من خلال هذه الخطوة المنهجية نريد مقارنة مدى اتفاق أو تقاطع النتائج المتوصل إليها في الدراسات المشابهة مع نتائج الدراسة الحالية، ويمكن تفصيل ذلك من خلال:

1- دراسة "Ngugi PK":

تهدف هذه الدراسة لتحديد دور الإذاعات المحلية في تغيير حياة الناس العاديين في كينيا والعالم. وخاصة الأميون والفقراء الذين يعيشون في الريف وغيرهم من الفئات المهمشة. حيث تلعب الإذاعة المحلية أدوارا مهمة في تحسين سبل العيش خاصة للأشخاص الذين ليس لديهم طريقة للوصول إلى وسائل الإعلام الرئيسية.

وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في أن الإذاعة المحلية تلعب دورا كبيرا في تنمية المجتمع المحلي خاصة التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

2-دراسة "Adama KODJO" :

أوضحت فرضيات هذه الدراسة أن تحرير موجات الإذاعة المحلية وحده لا يمكن أن يؤدي إلى تغيير اجتماعي، لأنه لا يأخذ في الاعتبار واقع مقدمي وسائل الإعلام، الذين في الغالب، يفتقرون للتمكن من المعرفة النظرية الأساسية ودوافع الراتب. كما لا تأخذ قضايا الطاقة المحلية في الاعتبار أيضا، كذلك طريقة تطوير جداول البرامج والامتثال غير المنتظم لها لا تشجع على التحول الديمقراطي ونشرها بهدف التأثير على الممارسات الاجتماعية الناتجة لتغيير السلوك.

وأكدت هذه الفرضيات أوجه القصور في تنظيم الموظفين في البث الإذاعي وفي الرسوم المتحركة الإذاعية، ويرجع ذلك أساسا إلى عدم استعداد الممثلين الإذاعيين، والإطار القانوني غير المواتي وسلبية الهيئات ذاتية التنظيم مما يؤثر على عمل الإذاعة المحلية للتغيير الاجتماعي.

تتشابه هذه الدراسة وبحثنا في أن الخبرة والتكوين الجيد للقائمين بالاتصال له دور كبير على عمل الإذاعة المحلية في المجتمع المحلي.

3- "Aryanne besner quintal":

وتبين نتائج هذا البحث أنه حدثت تغييرات كبيرة منذ إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المحطات الإذاعية في المجتمعات، وخاصة داخل الإذاعات نفسها من خلال تحسين المستوى الإذاعي، إمكانية الوصول إلى المعلومات المحلية والوطنية والدولية، جودة وتنوع هذه المعلومات، تنوع موسيقي، مجموعة

متنوعة من مواضيع البرامج، تحويل طرق مشاركة مستمعي المحطات التي تتواصل اليوم مع الإذاعة عن طريق "الرسائل النصية" أو رسائل البريد الإلكتروني، تحسين شبكات الاتصال بين المنظمات المجتمعية والموارد المحتملة المتزايدة، اقتصاديات المحطات الإذاعية ، ولا سيما بفضل تسويق الإلكتروني.

كما يوضح الموظفون أنه قد حدثت تغييرات قليلة في مختلف قطاعات التنمية، حيث تعمل الإذاعات المحلية منذ ذلك الحين على إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ومع ذلك فإن مديري المحطات أكدوا أن إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في محطتهم ساهم دون أدنى شك في التنمية البشرية للمجتمعات.

وتتفق الدراستان في أنه لابد من اعتماد الإذاعة المحلية على التقنيات الجديدة في عملية البث الإذاعي لمواكبة التطور وتنمية المجتمعات المحلية.

4- دراسة سليكة محمد القاضي:

توصلت هذه الدراسة إلى مدى دور البرامج على المحطات الإذاعية المحلية في رفع مستوى الثقافة والوعي لدى ربات البيوت، وما تحققه هذه البرامج من إشباع لدى ربات البيوت في المجالات التثقيفية المختلفة كان متوسطا، ودور البرامج على المحطات الإذاعية المحلية في رفع مستوى الثقافة والوعي لدى ربات البيوت، وقد أكدت نسبة 24.80% من القائمين بالاتصال في إذاعات الشرق الجزائري بأن البرامج الإذاعية تعمل على تنمية الوعي الثقافي.

5- دراسة فاطمة الزهراء صالح أحمد حجازي:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في أن القائمون بالاتصال يؤكدون أن اهتمامهم الأول ينصب على المواطن وكيفية الوصول للمستمعين وملامسة احتياجاتهم اليومية وعرض مشكلاتهم وتوصيلها للمسؤولين والعمل على حلها.

كما تتفقان في أن قلة المتخصصين والموارد المادية والتحديات الهندسية تؤثر على الخدمة الإذاعية. إضافة إلى اهتمام المواطنون بمتابعة المواضيع الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية والتعليمية. كما يهتم المستمعون بمعرفة أخبار مجتمعهم ومتابعة الأنشطة، وتتبع المشكلات.

كذلك تقوم الإذاعة المحلية بدور كبير في دعم خطط التنمية، حيث تهتم البرامج بعرض الخطط التنموية.

6- دراسة كنزاي محمد فوزي:

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من خلال دور الإذاعة المسموعة المحلية في تنمية المجتمع، وكذا العمل الذي تقوم به الإذاعة المحلية لمعالجة المشكلات التي تواجه المجتمع المحلي، إضافة إلى دورها في تلبية احتياجات الجمهور المستمع ومحاولة إيجاد الحلول.

7- **دراسة شعباني مالك:** تشابهت دراستنا مع هذه الدراسة في معرفة حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالقضايا الصحية، وتحديد نوع المشكلات والقضايا التي تطرحها وتتناولها بالنقاش من خلال حصصها وبرامجها الصحية المختلفة. ولفت انتباه المسؤولين عن الاتصال بصفة عامة، والتنمية بصفة خاصة بمحاولة تخصيص موارد مالية وتقنية وبشرية هائلة للإذاعة، لما لها من أثر كبير على التنمية بمختلف مجالاتها، حيث وجدنا في دراستنا أن نسبة 26.16% من عمال الإذاعة يرون بأن البرامج الصحية لها تأثير في المجتمع المحلي.

8- دراسة عبد القادر بغداد باي:

اتفقت أيضا هذه الدراسة مع دراستنا أن الإذاعة المحلية تخصص مساحة كافية بالنسبة للبرامج الإذاعية ذات الطابع الاجتماعي، إضافة إلى اعتماد البرامج الاجتماعية على البث المباشر والتفاعلية ومشاركة الجمهور والتوقيت المناسب، كذلك ضرورة مراعاة منشط البرنامج الإذاعي الاجتماعي خصائص المجتمع المحلي في إعداده وتقديمه.

9- دراسة علال عبد القادر:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا أن الإذاعة فضاء لطرح انشغالات المواطن واحتياجاته، كما تساهم الإذاعة المحلية بشكل كبير في إيجاد أجواء ملائمة تخدم التنمية المحلية وتوفر التواصل مع المسؤول والمساهمة في خلق ظروف السلم الاجتماعي.

10- دراسة لطيف لبنى:

تهدف هذه الدراسة للكشف عن أدوار الإذاعة باعتبارها أداة من أدوات التنمية والتي تتجسد في الدور الأصيل والدور المساعد والدور الثانوي. كما حاولت هذه الباحثة التعرف على خصائص جمهور إذاعة بسكرة المحلية.

وتوصلت إلى أن خدمة إذاعة بسكرة تبقى ناقصة وتحتاج إلى تطوير وتحسين وخاصة توفيرها لبرامج تدريبية على المهارات اللازمة في حياتهم اليومية.

حيث تتشابه الدراستان في كون الإذاعة المحلية أداة قوية لدفع عجلة التنمية ولكن لابد من تطوير وتحسين الخدمات الإذاعية والاعتماد على أفضل الوسائل والتقنيات والتخطيط الجيد لمواكبة التطور وتنمية المجتمعات المحلية.

2-3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التراث النظري

تناولنا من خلال هذه الدراسة البحث عن دور الإذاعة المحلي في تخطيط الإعلام التنموي وذلك انطلاقا من وجهة نظر سوسيولوجية والتي تبنينا فيها نظرية "ولبر شرام"، حيث فسرت هذه الأخيرة أشار الدور الوظيفي التنموي لوسائل الإعلام من خلال توفير المعلومات المتاحة في البلد النامي ونوعيتها وتوسيع الآفاق، لذا فإن وسائل الإعلام لديها القدرة على التركيز على مشاكل التنمية وأهدافها والنهوض بالآمال الوطنية والشخصية، حيث يعتبر "شرام" وسائل الإعلام هي "وكلاء للتغيير الاجتماعي"، التغيير الذي يؤدي إلى الانتقال إلى عادات وممارسات جديدة.

كما تمثل وسائل الاتصال الدور الفاعل في الإسراع بعمليات التنمية وركز "شرام" على ضرورة تنمية وسائل الاتصال لتؤدي واجباتها في مضمار عمليات التنمية، والتي لخصها في مجموعة من الوظائف تتمثل في أنها تقوم بدور الرقيب، تساهم في التعليم، توسع الآفاق الفكرية، معرفة أسلوب حياة الآخرين، تنمية التعاطف بالتقريب بين الناس، التعرف والاطلاع على مختلف الأشياء في البلد، تقديم قيادة الإدارة الحكومية لشعبها لبث أفكارها ومعتقداتها وخطوات عملها، بعث الطموح والتطلع إلى حياة أفضل وإيجاد مناخ فكري يحفز الناس على التغيير والتطور.

3- النتائج العامة للدراسة

بناءا على ما تقدم من دراسات سوسيولوجية حول موضوع الدراسة يمكن استخلاص جملة من النتائج والتي تتمثل فيما يلي:

- أصبحت الإذاعة الجزائرية عامة والمحلية خاصة وسيلة للتنمية، وأداة اجتماعية وثقافية تساهم في تجاوز مشكلات المجتمع الاجتماعية، الثقافية، والاقتصادية، والسياسية.
- تسعى الإذاعة المحلية إلى تقديم النصائح والإرشادات، والمساهمة في عرض اهتمامات وانشغالات المواطن والمجتمع المحلي وإعطائه الفرصة للمشارك برأيه من خلال البرامج المتعددة والمضامين المتنوعة، مراعية الخصوصيات الفكرية والثقافية، والاجتماعية لمستمعيها المحليين، وقيامها بوظائف عديدة: كالتثقيف والتوجيه، والإرشاد التعليم، مع الحفاظ على التراث المحلي، وذلك بالتخطيط المسبق للبرامج الإذاعية.
- تعتبر الإذاعة كيان محلي له ارتباطات اجتماعية، حيث تنمي حس الانتماء وتعزز العلاقة المحلية، فهي تقوم بتحديد وتوجيه الآراء وتعمل على تنميتها، من خلال المعلومات المذاعة والتي هي جديرة بالاستماع، خاصة في المواضيع الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، والسياسية التي تجعل من الفرد متبني للأفكار.
- كما تهتم الإذاعة المحلية تهتم بإلقاء الضوء على المشاريع الصناعية المحلية مع الاهتمام بتشجيع الشباب على الاستثمار والعمل الحر، وكذلك بدفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج المحلي.
- وقد لعبت الإذاعة دور هام في تكريس مفهوم الاعلام الجواري، والذي عكسته طبيعة برامجها التي تهتم بنشر ثقافة المجتمع المحلي والحرص على إبراز خصوصياته الفكرية والثقافية ضمن المجتمع الكلي.
- وتركز الإذاعة المحلية على البرامج الإخبارية التي تبث مواضيع مختلفة تتعلق بالتنمية المحلية، كما أنها تسعى لإدراج القضايا التنموية ذات البعد المحلي، وكذلك الاستعانة بالخبراء في إثراء الحصص من أجل إعطاء نظرة مستقبلية للنهوض بالتنمية المحلية وبالتالي الوطنية، لذلك تحرص الإذاعة المحلية عل التخطيط الجيد عند إعداد مختلف الشبكات البرامجية الثلاث (العادية، الرمضانية، والصيفية) وضمان تواجدها.
- كذلك تعتبر الإذاعة المحلية أداة اتصال بين كل من السلطة والمواطن.
- ويقوم التخطيط الإذاعي بمرافقة المشاريع التنموية المحلية ويتدخل كفاعل أساسي لمعالجة سلوك الاستهلاك والتحفيز على الاستثمار الداخلي والإنتاج، وتعمل الإذاعة المحلية على وضع مخطط شامل

ومتعدد الأبعاد يخاطب فيه الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والإصلاح الاقتصادي، بتقديم صورة حول طبيعة الاتجاهات المستقبلية للاقتصاد المحلي، وذلك من خلال التغطية الميدانية والاستضافات الأثيرية والحوار مع المعنيين وطرح الانشغالات وكذا إخبار المواطن بالمشاريع التنموية المحلية وإبراز الخطط التنموية وفوائدها وجديدها وما المنتظر منها، فالإذاعة المحلية تسعى مع كل الجهات المعنية بالتخطيط الإذاعي التنموي الذي يعد المرافق الرسمي والأول للمشاريع التنموية وهو أيضا من أهداف الخدمة الإعلامية الجوارية.

- ومن بين التوصيات الهامة التي صاغها "ولبر شرام" في كتابه "الإعلام والتنمية الوطنية"، تنمية الإعلام المحلي باعتباره العنصر الأساسي في المشاركة في القضايا العامة، وإقامة توافق بين الأساليب المختلفة في الاعلام الجماعي واللقاءات وتطوير المنابر الإذاعية الريفية.
- رغم كل الجهود التي تقوم بها الإذاعة المحلية إلا أن هناك بعض الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعة في تحقيق برامج التنمية المحلية ومنها غياب التكوين المتخصص في مجال التخطيط الإعلامي مما يؤثر على عمليات التخطيط الإذاعي الفعال فالكفاءة المهنية للقائم بالإعلام في الإذاعة المحلية تلعب دور أساسي في جلب اهتمام المستمع ودفعه إلى التتبع والتأثر ، كذلك نقص الوسائل التكنولوجية والتقنية حيث يسهم العامل التكنولوجي في تحسين الرسالة الاذاعية، ويعمل على زيادة معدلات التأثير .
- إضافة إلى عدم وضوح مفهوم التخطيط الإذاعي والدورة البرامجية للعاملين.

خلاصة

حاولنا في هذا الفصل معالجة وتحليل البيانات الميدانية من خلال تحليل البيانات كميا وكيفيا، وذلك للإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فرضياتها، حيث عالجنا في المحور الأول عن البيانات الشخصية للمبحوثين والكشف عن خصائصهم، ثم حاولنا تقصي دور التخطيط الإذاعي في القضايا التنموية، بعد ذلك تطرقنا إلى الكشف عن دور التخطيط الإذاعي في التعريف بالمشاريع التنموي، وفي الأخير أردنا أن نبين الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعة المحلية في تحقيق برامج التنمية وذلك من خلال جداول بسيطة ومركبة لتحليل أدق لمتغيرات الدراسة.

خاتـــــــــــــمة

خاتمة

تقوم الإذاعة المحلية بدور هام في التنمية المحلية لما تملكه من قدرات للتأثير في الجمهور المحلي الذي تستهدفه، وتستمد الإذاعة المحلية هذه القدرات من المعلومات والأخبار والحقائق نتيجة طبيعية عملها كمتتبعة للأخبار ومنقبة عن المعلومات وباحثة ومحللة للأحداث، حيث تعمل الاذاعة المحلية على إرسال رسائل مختلفة عن طريق البرامج التي تبثها، كما تحقق الإذاعة المحلية الألفة مع المستمع وإعطائه الفرصة للمشاركة برأيه، ويتزايد دور الإذاعة المحلية في التنمية حيث أصبح للإذاعة المحلية دور كبير في إبراز الخصوصية الثقافية للمجتمعات والحفاظ على عاداتها وتقاليدها.

وتعتبر التنمية المحلية من أهم القضايا التي تهتم بحياة المجتمعات المحلية، والتي تعمل من خلالها على رفع مستواها وتحسين الأوضاع السائدة لتحقيق التقدم وذلك بالاعتماد على مبادئ وخصائص التنمية، وعليه أصبح من الضرورة إدماج الإذاعة المحلية في التخطيط لبرامج التنمية الشاملة، والاستعانة بالمخططين الإعلاميين عند وضع السياسات العامة والسياسات الإعلامية، فضلا عن تكثيف البحوث العملية في المجال، على اعتبار أنها القاعدة التي تبنى عليها الخطة الإعلامية، وأحد المقومات الرئيسية للتخطيط الإذاعي.

ومن خلال الطرح السوسيولوجي لموضوع دور الإذاعة المحلية في تخطيط الإعلام التنموي تبين مدى مساهمة التخطيط الإذاعي في تنمية المجتمع المحلي رغم وجود بعض العوائق والصعوبات التي تعرقل عمل الإذاعة المحلية، ومن خلال المعطيات التي قمنا بجمعها ونتائج البحث الميداني يتضح دور التخطيط الإذاعي في التنمية المحلية كما يلي:

- تقوم الإذاعة المحلية بدور أساسي وهو تبليغ الرسالة الإعلامية التي توجه إلى المواطن للوصول إلى معارف جيدة تخص المجتمع المحلي، كما تساعد المواطن المحلي على الإطلاع على المستجدات اليومية والحقائق العلمية ومختلف المواضيع الاجتماعية الاقتصادية والسياسية الثقافية ...الخ.
- فالإذاعة المحلية تعد المجال الأوسع للمواطن للتعبير عن رأيه وأفكاره بكل حرية من أجل معالجة مشاكله ومتطلباته اليومية، فهي جسر للتواصل وهمزة وصل لحل مشاكل المجتمع المحلي التي يعاني منها ولكي تؤدي دورها تقوم بمجموعة من الوظائف والأنشطة التي تتكامل لتحقيق هذا الدور.

- للإذاعة دور هام في إرساء ثقافة الديمقراطية التشاركية من خلال تقديم موضوعات بأقل تكلفة وأكثر جاذبية وتنوعا تصل إلى جماهير عريضة مختلفة التأثير تحرك عواطفهم واستمالتهم للموضوعات ببساطة لما تتميز من جذب وقوة في التأثير.
- للإذاعة دور في التنمية وتغيير واقع المجتمع المحلي إلى الأفضل بتحسين المستوى سواء كان ثقافيا أو اجتماعيا أو اقتصاديا بالإهتمام بالمواضيع التي تمس حياته اليومية فتكون سببا في حل مشاكله والقضاء على معاناته اليومية.
- تزود الإذاعة المحلية المجتمع بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن من خلالها للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها، لتحقيق التنمية أهدافها وتتوجه بموجبها جهود المجتمع إلى تعميق أسس المشاركة في اتخاذ القرار على جميع المستويات وتهيئة البيئة المناسبة التي تحفز على العطاء والإبداع وتحقيق الذات.
- للتخطيط الإذاعي دور في قضايا التنمية بمرافقته لها من جهة وقيامه بالعمل التحسيسي والتأثير على الرأي العام من جهة أخرى، إلا أن ذلك مرهون بقدرته على مجابهة التحديات المهنية والتكنولوجية والثقافية.
- كما تعمل الإذاعة المحلية كمنبر إعلامي للسلطات المحلية من جهة والمواطن من جهة أخرى.
- يساهم التخطيط الإذاعي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية وذلك من خلال البرامج والإعلانات التي تبثها وكذا الترويج للمنتجات التجارية فهي تسعى لمرافقة المشاريع التنموية وذلك بالتغطيات الميدانية والإستضافات الأثيرية.
- يسعى التخطيط الإذاعي لمواكبة التطورات التقنية والتكنولوجية لتحقيق الأهداف المرجوة.
- ويمكن القول في الأخير أن الإذاعة ورغم التطور التكنولوجي الحاصل والمنافسة من قبل الوسائط الأخرى، لا تزال تحافظ على جمهورها وثقته فيها كوسيلة إعلامية وبصمتها في مرافقة جميع جهود التنمية المحلية.

حتى تحقق الإذاعة المحلية أدوارها التنموية بكفاءة وفعالية، هناك بعض التوصيات إضافة إلى الاقتراحات السالفة الذكر وأهمها:

- أن يكون التخطيط للبرامج مبني على مبني على معلومات وإحصائيات دقيقة لطبيعة ورغبات الجمهور المستهدف.
- اختيار الوقت المناسب لبث البرامج لتحقيق الأهداف.

- ضرورة التخطيط الجيد للبرامج من حيث الشكل والمضمون.
- إنشاء أندية استماع جماعية لما لها من دور في تنمية المجتمع المحلي من حيث المناقشة الجماعية للأفراد من خلال برامج إذاعتهم المحلية.
- توفير الإمكانيات المادية والوسائل التكنولوجية التي تمكن من تطوير العمل الإذاعي.
- تكثيف البرامج التدريبية في الخطة البرامجية الإذاعية، للتدريب على مهارات يحتاجها الأفراد المحليون خاصة منها الفلاحة والزراعة من خلال التدريب على استخدام تقنيات الفلاحة، وبهذا تكون الإذاعة المحلية أدت دورها التنموي في مساعدة المؤسسات المعنية بذلك.
- دعم البرامج التنموية بما يتناسب واحتياجات المواطن.
- إجراء دراسات متخصصة في إنتاج وإعداد المادة الإذاعية.
- تشجيع المستثمرين وأصحاب رؤوس الأموال بالمساهمة في عملية التنمية.
- الاستفادة من التقنيات الحديثة في الإنتاج والإخراج والإعداد وتأهيل الكوادر.
- إشراك المواطنين في المواضيع التنموية.
- ضرورة دعم الحكومة للإذاعة المحلية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا: الكتب

1- التابعي كمال، **تغريب العالم الثالث دراسة نقدية في علم اجتماع التنمية**، القاهرة، دس.

2- الحفناوي محمد، **الإعلام والتنمية في عصر العولمة**، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق، 2014.

3- الحلواني ماجي، **مدخل إلى الإذاعات الموجهة**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983.

4- الحلواني ماجي، **مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي**، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2008.

5- الهاشمي مجد، **تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان-الأردن،2012.

6- الدليمي حميد جاعد، **التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام**، دار الشروق، بغداد، 1998.

7- الدليمي عبد الرزاق محمد، **الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية**، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن-عمان،2011.

8- الدليمي عبد الرزاق محمد، **الإعلام وإشكاليات التخطيط والممارسة**، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان – الأردن، 2010.

9- الرمحي أحمد، **إدماج مفهوم ونهج التخطيط التنموي الاستراتيجي في التعليم الجامعي**، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2011.

10- السروجي طلعت مصطفى، عويس منى محمود، أحمد محمد عليق، فؤاد حسين حسن، **التنمية الاجتماعية المثال والواقع**، نشر وتوزيع الكتاب الجتمعي، جامعة حلوان، 2001.

11- السمالوطي نبيل محمد توفيق، **قضايا التنمية والتحديث في علم الاجتماع المعاصر**، دار المجموعات الجديدة، القاهرة، 1989.

12- السيد طارق، **علم اجتماع التنمية**، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية-القاهرة، 2007.

13- السيد عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدلي، **الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية-القاهرة، 2003.

14- الشاري طارق، **الإعلام الإذاعي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2010.

15- الشهاوي ناجي، **الإعلام وتنمية المجتمع المحلي**، دار العلم والإيمان للنشر، ط1، دسوق، القاهرة، 2015.

16- الطيب عيساني رحيمة، **مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية**، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، جدار للكتاب للنشر والتوزيع، جامعة باتنة-الجزائر،2008.

17- الطائي مصطفى حميد كاظم، **التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم**، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2007.

18- العبد الله سنو مي، **الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة**، دار النهضة العربية، بيروت، 2001.

19- العيفة جمال، **مؤسسات الإعلام والاتصال الوظائف الهياكل**، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية،2010.

20- القاسمي محمد، عمراني المصطفى، **الإعلام ورهان التنمية**، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

21- الموسى عصام سليمان، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط8، إثراء للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2014.

22- أبو زيد فاروق، **إنهيار النظام الإعلامي الدولي من السيطرة الثنائية على هيمنة القطب الواحد**، ط1، القاهرة،2012.

23- أبو عرقوب إياد عمر، **الإعلام الإذاعي و التلفزيوني نظرة إعلامية..هندسية..مهنية**، ط1، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان- الأردن، 2012.

24- أبو معال عبد الفتاح، **أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم**، ط1، دار الشروق، عمان، 2006.

25- أحمد رشوان حسين عبد الحميد، **التنمية اجتماعيا – ثقافيا – اقتصاديا – سياسيا – إداريا – بشريا**، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية – القاهرة، 2009.

26- أنجرس موريس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية**، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، مصطفى ماضي، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004.

27- بوحوش عمار، الذنيبات محمد محمود، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2003.

28- جبر سعيد سعاد، **سيكولوجية الاتصال الجماهيري**، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، الأردن – عمان، 2008.

29- جلبي علي عبد الرزاق، هاني خميس أحمد عبده، **علم اجتماع التنمية (رؤية نظرية وتجارب إنسانية)**، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة-القاهرة،2009.

30- حجاب محمد منير، **الإعلام والتنمية الشاملة**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.

31- حجاب محمد منير، **وسائل الاتصال نشأتها وتطورها**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.

32- حمداوي جميل، **التنمية والبيئة: أية علاقة؟ (مقاربة سوسيولوجية نسقية)**، ط1، 2017.

33- خاطر أحمد مصطفى، **التنمية الاجتماعية المفهومات الأساسية- نماذج ممارسة**، المكتب الجامعي الحديث، الأسكندرية، 2002.

34- خزعل عبد النبي، فن تحرير **الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية**، ط1، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2003.

35- خليل أبو أصبع صالح، **الاتصال والتنمية المستدامة في الوطن العربي**، ط1، دار البركة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2009.

36- دانيال هاني، ترجمة سامح فوزي، **المواطنة والإعلام التنموي للأمام در**، مطبعة سيوبرس الهيئة القبطية الإنجليزية للخدمات الاجتماعية، 2009.

37- درويش أحمد عبد الرؤوف، **قضايا التنمية في الدول النامية مقدمة في سوسيولوجيا التنمية**، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية-القاهرة، 2013.

38- دليو فضيل، **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTIC/NICTالمفهوم- الاستعمالات – الآفاق**، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2010.

39- سامي مصطفى كامل زايد، **حتمية التخطيط الاجتماعي رؤية لتحقيق أهداف التنمية**، المكتب الجامعي الحديث، دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، 2013.

40- سبعون سعيد، **الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع**، دار القصبة للنشر، الجزائر، د س.

41- سلاطنية بلقاسم، الجيلاني حسان، **أسس البحث العلمي**، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون- الجزائر، 2009.

42- شرف عبد العزيز، **نماذج الاتصال في الفنون**، والإعلام، والتعليم، وإدارة الأعمال، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003

43- شلبي ثروت محمد، **تنمية اجتماعية**، كلية الآداب، جامعة بنها، مركز التعليم المفتوح، دس.

44- صالح محمد حميد، **دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية**، دار عيداء، 2012.

45- عبد الرحمان عواطف، **إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.

46- عبد الغني أمين سعيد، **إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد المعرفة**، ط1، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص62.

47- عبد اللطيف رشاد أحمد، **التنمية المحلية**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط 1، الإسكندرية، القاهرة، 2011.

48- عبد اللطيف عابد زهير، **الإعلام الجماهيري**، ط2، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.

49- عبد الناصف يوسف شومان، ماهر عبد الوهاب الملاح، **وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية-القاهرة، 2004.

50- عبد النبي عبد الفتاح، **تكنولوجيا الاتصال والثقافة**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.

51- عبود حارث، حمدي نرجس، **الاتصال التربوي**، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2009.

52- عبود ريم، **مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون**، الجامعة الافتراضية السورية، 2020.

53- عبيدات محمد وآخرون، **منهجية البحث العلمي – القواعد والمراحل والتطبيقات**، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الطبعة الثانية، 1999.

54- عجوة علي، **الإعلام وقضايا التنمية**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2005.

55- عدلي العبد عاطف، **الدعاية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.

56- عدلي العبد عاطف، عاطف العبد نهى، **الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية**، ط5، دار الفكر العربي، 2007.

57- عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد عبيد، **إدارة المؤسسات الإعلامية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية**، دار الفكر العربي، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006.

58- عصام أنيس عبد الحميد زكي، **الوسائل المسموعة والمرئية النشأة والتطور "تجربة الإعلام المصري"**، ط1، القاهرة، 2004.

59- علي عبد الفتاح علي، **نظريات الاتصال والإعلام الحديثة**، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان-الأردن،2014.

60- عليان ربحي مصطفى، عبد الدبس محمد، **وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم**، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، أبو ظبي- الإمارات، 2008.

61- عليق أحمد محمد، الأبشيهي أحمد عبد الحميد، **القيادة وتنمية المجتمعات المحلية**، د س.

62- عماد المكاوي حسن، عبد الغفار عادل، **الإذاعة في القرن الحادي والعشرين**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.

63- غريب سيد أحمد، محمد جابر سامية، إسماعيل علي سعد، نعمان أحمد عتمان، **علم اجتماع الاتصال والإعلام**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية-القاهرة، 2004.

64- فاضل راضي وسام، **الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الدولي المفاهيم-الوسائل-المقاصد**، ط1، صفحات للدراسات والنشر، دار ومكتبة عدنان طبه-نشر-توزيع، دار ميزوبوتاميا للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد، 2013.

65- فلاتة مصطفى محمد عيسى، **الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم**، النشر والمطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 1997.

66- قيرة إسماعيل، توهامي إبراهيم، دليمي عبد الحميد، **التخطيط والتنمية الحضرية**، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة-الجزائر، 2008.

67- قيرة اسماعيل، غربي علي، **في سوسيولوجية التنمية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.

68- كعباش رابح، **سوسيولوجيا التنمية**، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.

69- مجدي أحمد محمد عبد الله، **مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام**، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.

70- محسن حميد جاعد، **التنمية والتخطيط الإعلامي في العراق**، دار الحرية للطباعة - الدار الوطنية للتوزيع والإعلان، بغداد، 1979.

71- محمد السيد سعيد، **إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1988.

72- محمد عاطف غيث، محمد علي محمد، **دراسات في التنمية والتخطيط الاجتماعي**، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1986.

73- محمد نصر حسني، **مقدمة في الاتصال الجماهيري**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

74- مشاقبة بسام عبد الرحمان، **نظريات الاتصال**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011.

75- معوض إبراهيم محمد، الشنوفي محمد المنصف، عبد الباسط عبد الجليل محمد، هشام مصباح، **دراسات إعلامية**، ج4، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1995.

76- مهنا محمد نصر، **في تنظير الإعلام الفضائيات العربية-العولمة الإعلامية-المعلوماتية**، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية- القاهرة، 2009.

77- ويليام ريفرز، تيودور باترسون، جاي جينسون، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، **الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر**، دار المعرفة الجامعية، 2005.

ثانيا: الرسائل

1- الضويحي عبد العزيز بن سلطان، **التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات**، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004.

2- العايب عبد الرحمان، **التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة**، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس-سطيف، 2011.

3- ابراهيم أحمد عبده آسيا، **دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية للراديو**، أطروحة دكتوراه في الراديو والتلفزيون، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015.

4- بالخير محمد، **التنمية المحلية وانعكاساتها الاجتماعية**، رسالة ماجيستير في علم اجتماع تنظيم وعمل، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر، 2005.

5- بداني فؤاد، **سوسيولوجيا القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية**، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران2، 2016.

6- بلخير محمد، **التنمية المحلية وانعكاساتها الاجتماعية**، رسالة ماجستير في علم الاجتماع التنظيم والعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2005.

7- بن عزة فاطمة الزهراء، **الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام**، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان- الجزائر، 2017.

8- بوزغاية باية، **تلوث البيئة والتنمية**، رسالة ماجستير في علم الاجتماع الحضري، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة،2008.

9- بوكرموش عيسى، **استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية**، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية الاعلام والاتصال، الجزائر3، 2013.

10- بومنجل فوزي، **الإعلان في الجزائر بين القانون والممارسة**، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011.

11- حمدة عيسى موسى أمين، **الإذاعة ودورها في التنمية الاجتماعية**، رسالة ماجستير في علوم الاتصال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2010.

12- خوجة عبد الكريم، **إشكالية التنمية في الجزائر بعد الاستقلال: المفكر عبد الله شريط نموذجا**، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران، 2012.

13- دلول كمال، **دور الإذاعة المحلية في التنمية الاجتماعية**، مذكرة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011.

14- سويقات لبنى، **الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران، 2010.

15- شعباني مالك، **دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي**، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة، 2006.

16- طاهري لخضر، **واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية**، رسالة ماجستير في علم الاجتماع الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.

17- فايز محمد علي حميدات، **الإعلام السياحي في الأردن: "إذاعة سياحة "FMنموذجا**، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013.

18- فكرون السعيد، **استراتيجية التصنيع والتنمية بالمجتمعات النامية**، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005.

19- كنزاي محمد فوزي، **الإذاعة الجزائرية من الوطنية إلى المحلية ودورها في المجتمع**، أطروحة دكتوراه علوم تخصص علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012.

20- لطيف لبنى، **دور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي**، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.

21- لعجال ليلى، **واقع التنمية وفق مؤشرات الحكم الراشد في المغرب العربي**، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.

ثالثا: المقالات

1- الحمداني ربيعة مانع زيدان، وفاء كنعان خضر، **وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة**، Route Educational and Social Science Journal، 6(3) ، 2019.

2- العمري عيسات، **معوقات التنمية الاجتماعية بالمجتمع المحلي ورهانات الفعل التنموي**، مجلة تنمية الموارد البشرية، م (7)، ع (2)، 2016.

3- برقوق سالم، زوبيري رمضان، **الإعلام التنموي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة**، مجلة دراسات، ع(2)، 2015.

4- بغداد باي عبد القادر، **إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية**، مجلة الباحث للعلوم الاجتماعية والإنسانية، م(12)، ع(4)، 2020.

5- بلخضر عبد القادر، رحمون آدم، مقص سعد، **الخيارات الاستراتيجية للخروج من التبعية للمحروقات وتحقيق التنمية المستدامة**، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، ع(6)، 2018.

6- جمال الجاسم المحمود، **دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد(20)، العدد(2)، جامعة دمشق، 2004.

7- حجاب الحربي فوزية، **دور الإعلام..في دعم خطط التنمية المستدامة**، 2016.

8- حدادي وليدة، **دور الإذاعات المحلية في التوعية المرورية**، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، (ع22)، 2017.

9- حربي سميرة، **ميادين علم الاجتماع**، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف، 2017.

10- رحالي حجلة، بوخالفة رفيقة، **التنمية من مفهوم تنمية الاقتصاد إلى مفهوم تنمية البشر**، المركز الجامعي تيبازة، م(2)، ع(2)، 2015.

11- زبدة محمد، **تجربة الإذاعة الجزائرية "الضوابط والمحاذير"**، مجلة الإذاعات العربية، ع(1)، 2018.

12- سيد محمد عبد الرحمان محمد نجلاء، محمود أبو النور عبد الرسول، أشرف عبد الحميد زهران، **الإعلام التنموي ودوره في خدمة المجتمع المصري وتنمينه (الواقع والمأمول)**، journal of environmental stadies and researches، 10 (1)، 2020.

13- صالح أحمد حجازي فاطمة الزهراء، **دور إذاعة الوادي الجديد في تنمية المجتمع المحلي (في إطار رؤية مصر 2030)**، أستاذة مساعدة بقسم الإعلام بكلية الأداب، جامعة سوهاج، 2019.

14- صفرة إلهام، فندوشي ربيعة، **الاتصال التنموي بالجزائر الأسس- الوظائف- الاستراتيجيات**، قسم علوم الإعلام والاتصال، معهد الآداب واللغات، جامعة المدية، (د س).

15- طيبي عمار، قادري الحاج، **استخدام الإذاعات المحلية والوعي الرياضي**، مجلة الإبداع الرياضي، ع(11)، جامعة المسيلة، 2013.

16- عبد الله فكري حسن خطاب، **الجمعيات الأهلية ودورها في تنمية المجتمع المحلي**، الإنسانيات، ع (55)، 2020.

17- عقلة نجادات علي، شنطاوي محمد نايف، **دور إذاعات الأمم المتحدة في نشر ثقافتي السلام والتنمية في المناطق النامية**، مجلة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، م(2)، ع(6)، 2014.

18- فريحات نسيبة، سبتي رشيدة، **الإعلام وتعزيز قضايا التنمية المستدامة**، ع(3)، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، 2013.

19- قبقوب عيسى، كاكي محمد، **السياسة البيئية والتنمية المستدامة في الجزائر**، مجلة أفاق علمية، ع(13)، 2017.

20- لبصير فطيمة، **الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية**، مجلة العلوم الإنسانية، م(ب)، ع(47)، جوان 2017.

21- لخضاري صالح، **واقع التنمية المستدامة في الجزائر-الاستراتيجية والجهود**، مجلة العلوم الإنسانية، ع(50)، م(أ)، 2018.

22- محمد القاضي سليكة، **دور الإذاعات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت**، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، مجلد(24)، عدد(1)، 2016.

23- مراد ناصر، **التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر**، التواصل، ع(26)، 2010.

24- نش عزوز، بوهالي حفيظة، **دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة**، مجلة إسهامات للبحوث والدراسات، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة غرداية، 2016.

25- نشمي بن حسين العنزي، **مؤشرات تخطيطية لتفعيل دور لجان التنمية الاجتماعية في تحقيق تنمية المجتمعات المحلية**، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية – جامعة الفيوم، ع(18)، د س.

رابعا: الملتقيات

1- الخياط عبد العزيز بن سعيد، **دور الإعلام في التنمية الاقتصادية**، ورقة علمية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي السابع الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، د س.

2- مقاوسي صليحة، جمعوني هند، **نحو مقاربات نظري حديثة لدراسة التنمية الاقتصادية**، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني "الاقتصاد الجزائري: قراءات حديثة في التنمية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010.

3- هماش لمين، كافي فريدة، بن وهيبة نورة، **دور الإعلام في تحقيق التنمية البيئية المستدامة في الوطن العربي: قراءة في تطور الأداء والوسيلة والوظيفة**، مداخلة في المؤتمر العلمي الرابع: القانون والإعلام، كلية الحقوق، جامعة طنطا، القاهرة، 2017.

خامسا: المواقع الإلكترونية

1- أمجد قاسم، **مفهوم التخطيط وأهميته وأنواعه ومراحله**، 2021، على الرابط https://al3loom.com، 2022/05/19، 14:20.

2- أميرة عبد الله جاف، **مفهوم الإعلام التنموي ودوره في المجتمع**، على الرابط http://waseem.sudanforums.net/t595-topic، 2018/02/08، 10:17.

3- إيما سميث، **الفرق بين التقدم والتنمية**، على الرابط https://askanydifference.com/ar/difference-between-progress-and-development/، 2023/05/24، 13:30.

4- **الإعلام المحلي وقضايا المجتمع**، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، على الرابط https://www.abahe.uk/abahe-enc، 2020/06/13، 15:30.

5- الاكاديمية البريطانية للتعليم العالي، **التخطيط للإذاعة المحلية**، على الرابط https://www.abahe.uk/abahe-enc، 2019/08/18، 16:00.

6- **الإذاعة والتنمية**، على الموقع http://kanz-redha-blogspot.com ، 2018/02/02، 10:15.

7- التجاني بولعوالي، **أي دور للإعلام في التنمية المحلية؟**، 2018/02/11، 10:48، https://www.nadorcity.com

8- **التخطيط والتخطيط الإعلامي**، آراء وأفكار-دراسات، 2014، على الرابط https://annabaa.org/arabic/studies/346، 2020/02/04، 06:15.

9- تقرير اليونسكو العالمي، **الاستثمار في التنوع الثقافي والحوار بين الثقافات**، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة.

10- حسن اليوسفي المغاري، **أهمية الإعلام في تسليط الضوء على القضايا التنموية**، مدونات، 2017، على الرابط https://www.aljazeera.net، 2020/06/13، 15:55.

11- كمال عبيد، **التخطيط والتخطيط الإعلامي**، دراسات آراء وأفكار، 2014، على الرابط https://annabaa.org/arabic/studies/346، 2019/12/12، 20:05.

12- لبنى مهدي، **التخطيط لإعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية**، 2019، على الرابط https://e3arabi.com، 2020/09/29، 15:15.

13- ماجد حسني صبيح، **التخطيط الاقتصادي للتنمية**، الوحدة السادسة، http://dspace.qou.edu، 2024/05/26، 17:30.

14- محمد محمود السيد، **دور الإعلام في التنمية**، الحوار المتمدن، ع(3555)، 2011، http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=284572، 2018/02/08، 17:35

15- هشام بالرايس، **الإعلام والتنمية**، تونس، 2013، على الموقع: http://alfikhir.blogspot.com/2013/05/blog-post_10.htmlK، 2017/08/16، 20:40.

16- **واقع الإعلام التنموي في العالم العربي**، على الموقع: http://site.iugaza.edu.ps/awafi/files/2011/09، 2018/02/10، 09:51.

17- https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة سوق أهراس، 2019/07/20، 17:40.

18- http://www.radiobechar.com، 2019/07/20، 15:30.

19- https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة البهجة، 2019/07/20، 15:45.

20- https://ar.wikipedia.org إذاعة وهران، 2019/07/20، 16:30.

21- https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة أدرار، 2019/0/17، 22:30.

22- https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة تلمسان، 2019/07/23، 00:55.

23- https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة عنابة، 2019/07/23، 15:30.

-24 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة الشلف، 2019/07/23، 15:40.
-25 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة غليزان، 2019/07/23، 16:10.
-26 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة الأغواط، 07/23/، 16:15.
-27 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة البيض، 2019/07/23، 16:20.
-28 https://ar.wikipedia.org إذاعة عين الدفلى، 2019/07/23، 16:30.
-29 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة مسيلة، 2019/07/23، 16:45.
-30 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة ورقلة، 2019/07/23، 23:30.
-31 https://ar.wikipedia.org إذاعة الهضاب، 2019/07/23، 23:40.
-32 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة تيارت، 2019/07/23، 23:55.
-33 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة برج بوعريريج، 2019/07/24، 00:15.
-34 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة عين تموشنت، 2019/07/24، 00:20.
-35 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة غرداية، 2019/07/24، 00:05.
-36 https://ar.wikipedia.org/wiki إذاعة قالمة، 2019/07/24، 00:25.
-37 https://ar.wikipedia.org إذاعة النعامة، 2019/07/24، 16 :10.
-38 http://www.algerie-radio.com/radio-skikda-en-direct,25/07/2019,18:10
-39 https://fr.streema.com/radios/Radio_Algerienne_Radio_El_Taref,28/07/2022,20:00.
-40 https://ar.wikipedia.org/wiki/,28/07/2022,18:37
-41 https://ar.wikipedia.org/wiki,28/07/2022,19:00.
-42 https://ar.wikipedia.org/wiki,28/07/2022,19:30
-43 https://radioalgerie.eu/setif,01/08/2022,14:10
-44 https://ar.wikipedia.org/wiki,01/08/2022,14:30.
-45 https://ar.wikipedia.org/wiki,01/08/2022,15:15
-46 https://www.balagh.com/article, 11/05/2023, 15:10.
-47 https://radioalgerie.eu/el-bahdja/,01/05/2024, 17:00.

سادسا: المصادر

1- المصدر إذاعة عنابة
2- المصدر إذاعة قسنطينة

سابعا: المراجع بالأجنبية

1- Adama kodjo, **Le rôle de la radio rurale dans la communication pour le développement au Mali**, these de doctorat, science de l'information et de la communication, École Doctorale Langues, Littératures et Sciences Humaines, université grenbole alpes, 2021.
2- Aryanne besner quintal, **les radio communautaires et le développement à l'ère des technologies de l'information et de la communication: le cas de cinq radio équatoriennes,** université du québec à montréal, 2011.

3- Jean Glorieux, Béatrice Gauthier, **lexique des science humaines personne et société,** chronique social, France, 2009.
4- Fracis Balle, **lexique d'information communication**, 1er édition, édition dalloz, France, 2006.
5- Nassim Bouguettaya, **La radio algérienne:un outil de communication sociale**, Revue des sciences humaines, Numéro 7 /Tome (2) Juin 2017.
6- Ngugi PK, Using Community Radios as a Tool for Development, Journal of Mass Communication and Journalism, 5, 6, 2015.
7- Rabeaa' Manaa' Alhamdany, Wafaa Kanaan Khudhur, **The Mass Media and its Roles in Achieving the continuing Development Viewpoint at universities Instructor's**, Route Educational & Social Science Journal, Volume 6(3), February 2019.
8- Colin Fraser and Sonia Restrepoestrada, **Community Radio for Change and Development,** development. Copyright, Society for International Development. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi), 1011-6370 (200212) 45:4; 69–73; 030175, 2002.
9- Papa Dieng, **radios communautaires, espace public et développement local : enjeux et contraintes au Sénégal,** revue électronique internationale de science de langage, n(19) ,2013.
10- Saad Ullah Khan, Aligarh Muslim University, Aligarh 202002,U.P., India, P5, on the link file:///C:/Users/WinTen/Downloads/community_radio.pdf, 03/02/2020, 06 :40.
11- Anowarul Arif Khan, Mostafizur Rahman Khan, Mahmudul Hassan, Firoz Ahmed, Shah Md. Rauful Haque, **Role of Community Radio for Community Development in Bangladesh,** The International Technology Management Review, Vol. 6 (2017), No. 3, 94-102, P98, on the link file:///C:/Users/WinTen/Downloads/25875238.pdf, 02/02/2020, 09:10.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955- سكيكدة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم الاجتماع

استمارة حول

دور الإذاعة المحلية في تخطيط الإعلام التنموي

دراسة ميدانية بإذاعات الشرق الجزائري

أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية

إعداد الطالبة

ضيف الله وفاء

إشراف الأستاذ

أ.د. كنازة محمد فوزي

المعلومات الواردة في هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علميـــة فقط

2020/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- **الجنس:** أنثى ☐ ذكر ☐

2- **السن:** أقل من 25 سنة ☐ 25- 29 سنة ☐ 30- 34 سنة ☐

35- 39 سنة ☐ 40 سنة فأكثر ☐

3- **الحالة المدنية:** أعزب(ة) ☐ متزوج(ة) ☐

4- **الوظيفة:** .....

5- **مكان الإذاعة التي تعمل بها:** عنابة ☐ سكيكدة ☐ قالمة ☐ قسنطينة ☐

ميلة ☐ أم البواقي ☐ الطارف ☐ سوق أهراس ☐ خنشلة ☐ تبسة ☐

سطيف ☐ برج بوعريريج ☐ باتنة ☐ جيجل ☐

6- **الخبرة:** أقل من 3 سنوات ☐ من 3 إلى 5 سنوا ت ☐ أكثر من 5 سنوات ☐

المحور الثاني: يعالج التخطيط الإذاعي القضايا التنموية

7- هل تهتم الإذاعة المحلية بانشغالات المجتمع المحلي؟

دائما ☐ أحيانا ☐ حسب الحدث ☐

8- باعتقادك هل تعطي الإذاعة المحلية الفرصة للمواطن للمشاركة برأيه في التنمية المحلية؟

بشكل كبير ☐ نوعا ما ☐ لا يشارك ☐

9- هل يتم إشراك فعاليات المجتمع المدني في إعداد البرامج التنموية؟

نعم ☐ لا ☐

10- حسب رأيك، ما هي طبيعة البرامج الأكثر استماعا من طرف المواطن؟

اجتماعية ☐ اقتصادية ☐ سياسية ☐ ثقافية ☐ دينية ☐

أخرى تذكر.....

11- رتب البرامج التالية بناءا على قوة تأثيرها في المجتمع المحلي؟

الصحية ☐ التعليمية ☐ الإخبارية ☐ الاجتماعية ☐ السياسية ☐

الاقتصادية ☐ الثقافية ☐

أخرى تذكر .....

12- ما هي المواضيع التي تركز عليها الإذاعة المحلية في التنمية المحلية؟

الاجتماعية ☐ الاقتصادية ☐ السياسية ☐ الثقافية ☐ الدينية ☐

أخرى تذكر.....

13- برأيك، ماهي القيم والسلوكيات التي يعمل التخطيط الإذاعي على غرسها؟

التغيير ☐ التسامح ☐ التنافس ☐ المشاركة ☐ التضامن ☐

أخرى تذكر.....

14- بماذا يهتم التخطيط للبرامج الإذاعية في مجال التنمية الاقتصادية؟

- إلقاء الضوء على المشاريع الصناعية المحلية ☐
- إعلام المواطن بالمتغيرات الاقتصادية التي تحدث في داخل المجتمع المحلي ☐
- دفع المواطن للمشاركة في عملية البناء والإنتاج المحلي ☐
- تشجيع الشباب على الاستثمار والعمل الحر ☐

أخرى تذكر.....

15- برأيك، هل تساهم البرامج الإذاعية في متابعة الحركة الثقافية بمختلف أبعادها؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كان (نعم)، كيف ذلك؟

تنمية الوعي الثقافي ☐ التعريف بالأنشطة التي تقدمها المؤسسات الثقافية ☐

اكتشاف وتشجيع المبدعين ☐ الاهتمام بالعلم والمعرفة ☐

أخرى تذكر.....

16- هل ترى أن المعلومات التي تبثها الإذاعة المحلية كافية للنهوض بالواقع السياسي المحلي؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

- إذا كانت الإجابة "نعم" كيف ذلك.....

17- حسب رأيك، ما هي القيم التي تحاول الإذاعة المحلية غرسها في المجتمع المحلي؟

السلوكيات المستحدثة ☐ التدريب على المهارات ☐ العمل الجماعي ☐

أخرى تذكر.....

18- باعتقادك، هل التخطيط الإذاعي في القضايا التنموية مطبق بالقدر الكافي في إذاعاتنا المحلية؟

.....

.....

المحور الثالث: مساهمة التخطيط الإذاعي على التعريف بالمشاريع التنموية

19- في رأيك، هل تعتبر الإذاعة المحلية أداة اتصال بين المواطن والمؤسسات السياسية؟

نعم ☐ لا ☐

20- في نظرك، كيف يمكن للإذاعة المحلية أن ترافق المستثمر؟

المتابعة الدائمة ☐ تقديم الدعم المادي والمعنوي ☐ الإشهار ☐

التسويق للمنتوج ☐ مرافقة المشروع ☐

أخرى تذكر.....

21- للإذاعة المحلية اتصال وثيق بأجهزة الحكم المحلي وتسيير سياسته؟

موافق جدا ☐ موافق ☐ محايد ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق مطلقا ☐

22- كيف تقيم دور الإذاعة المحلية في استمرارية الخدمة العمومية للبث الإذاعي المحلي؟

جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

23- هل ترى أن الإذاعة المحلية تعمل كمنبر إعلامي للسلطات المحلية من جهة والمواطن من جهة أخرى؟

دائما ☐ حسب الحدث ☐ لا أعرف ☐

24- حسب اعتقادك، هل تدفع الإذاعة المحلية المواطن للمشاركة في عملية البناء، والإنتاج والتنمية؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة "نعم" كيف ذلك؟

ربط مجهودات التنمية في المجتمع ببعضها ☐ تحقيق التوازن بين القطاعات ☐

الاهتمام بالبرامج الصناعية ☐ تحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب أولوياته ☐

أخرى تذكر.....

25- هل يساهم التخطيط الإذاعي في الإعلان والترويج للمنتجات التجارية؟

نعم ☐ لا ☐ لا أدري ☐

26- ما هي الأهداف التنموية التي تسعى إليها الإذاعة المحلية؟

الاهتمام بالإنجازات المحلية ☐ تشجيع المستثمرين على المساهمة في التنمية ☐

دعم البرامج التنموية بما يتناسب واحتياجات المواطن ☐

أخرى تذكر.....

27- حسب رأيك، هل هناك تنسيق بين الجهات الوصية ومسؤولي المؤسسات الإذاعية في إعداد الخطة التنموية؟

نعم ☐ نوعا ما ☐ لا ☐

28- ما هي الركائز الأساسية التي يعتمد عليها في إعداد البرامج التنموية؟

الأهداف ☐ المجال الزمني ☐ الفئات المستهدفة ☐ صيغة المشاريع ☐

أخرى تذكر.....

29- هل تتابع البرامج الإذاعية تغطية الأنشطة التجارية والاقتصادية؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ إطلاقا ☐

30- كيف ترى دور الإذاعة المحلية في التركيز على المناطق الصناعية؟

موجود ☐ غائب ☐

31- هل تبث الإذاعة المحلية برامج حول القرارات الرسمية الخاصة بالتنمية المحلية؟

دائما ☐ حسب الحدث ☐ لا تبث ☐

32- باعتقادك، هل هناك آليات رقابية على المادة الإعلامية؟

نعم ☐ لا ☐

33- هل ترافق الإذاعة المحلية السلطات المحلية؟

باستمرار ☐ أحيانا ☐

34- هل يساهم التخطيط الإذاعي في مرافقة المشاريع التنموية في الجزائر ؟

.....

.....

المحور الرابع: الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعة المحلية في تحقيق برامج التنمية

35- هل الإفراط في إشراك فعاليات المجتمع المدني تعرقل التخطيط الإذاعي الفعال لبرامج التنمية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ حسب الحدث ☐ إطلاقا ☐

36- في نظرك، هل الديمقراطية التشاركية في التخطيط الإذاعي لبرامج التنمية ذات أولوية؟

نعم ☐ لا ☐

لماذا.....

37- هل غياب المعالجة الموضوعية في نقل انشغالات المواطن يعيق عمليات التخطيط الإذاعي؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" كيف ذلك.....

38- هل ترى أن عدم الاهتمام بالتخطيط الإذاعي يشكل عائقا لتحديد أهداف المجتمع؟

نعم ☐ لا ☐

39- برأيك، هل غياب التكوين في مجال التخطيط الإعلامي يؤثر على عمليات التخطيط الإذاعي الفعال؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" كيف ذلك.....

40- هل هناك تنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز البحث العلمي والإذاعة المحلية؟

نعم ☐ لا ☐

41- حسب رأيك، هل تعتمد الإذاعة المحلية على خطط استراتيجية بعيدة المدى؟

نعم ☐ لا ☐

- برر إجابتك.....

42- هل لغياب الوسائل التكنولوجية والتقنية تأثير على التخطيط للبرامج الإذاعية؟

نعم ☐ لا ☐

43- في رأيك، ما هي أهم المقترحات لتطوير سياسات التخطيط الإذاعي في الجزائر من أجل تقليل الاختلالات التي تعرقل دور الإذاعات المحلية في تحقيق برامج التنمية؟

.....

.....

دور الإذاعة المحلية في تخطيط الإعلام التنموي

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن دور الإذاعة المحلية كجهاز إعلامي تنموي مؤثر في تنمية المجتمع المحلي، باعتبارها جزء من منظومة المجتمع، من خلال دور التخطيط الإذاعي في التنمية المحلية، وذلك عن طريق إيداع معلومات ذات مهنية ومصداقية إعلامية من شأنها تنوير الرأي العام المحلي، وخلق نوع من التفاعل الاجتماعي بين الأفراد لتنمي بذلك ثقافة الحوار والنقاش وإتاحة الفرصة للفرد المحلي في المشاركة واتخاذ المواقف والقرارات على أسس صحيحة وسليمة، ومن هنا تأتي أهمية الإذاعة المحلية بهدف تعبئة الجماهير ذات المصلحة في التغيير والتنمية، كما تبرز أهمية الدراسة في كيفية استغلال الإذاعة المحلية بهدف تمرير برامج ومخططات التنمية إلى الجمهور.

واعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وتم توزيع 126 استمارة على المبحوثين وبعد جمع وتحليل البيانات توصلنا للنتائج التالية:

- يساهم التخطيط الإذاعي في تنمية المجتمع المحلي لخدمة أهداف التنمية.
- تعالج الإذاعة المحلية القضايا التنموية خاصة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية.
- للإذاعة المحلية دور في التعريف بالمشاريع التنموية ومتابعتها داخل المجتمع المحلي.
- تساهم الإذاعة المحلية في التوعية والتأثير في الجمهور.
- هناك بعض المعيقات التي تعرقل دور التخطيط الإذاعي في التنمية كالتكوين في التخصص، ونقص الوسائل التكنولوجية والتقنية التي من شأنها تطوير العمل الإذاعي.

الكلمات المفتاحية: الإذاعة المحلية – الإعلام التنموي – تنمية المجتمع المحلي – التخطيط الإذاعي.

عدد صفحات الأطروحة: 308

الباحثة: ضيف الله وفاء

Le rôle de la radio locale dans la planification des médias de développement

Résumé

Cette étude vise à démontrer le rôle de la radio locale comme étant un appareil de communication déterminant dans le développement de la société locale, cette dernière étant considérée comme une partie prenante de la société en générale. A travers le rôle de la planification de la radio dans le développement local via l'insertion des information professionnelles et vérifiables durant éclairer l'opinion publique locale, Et créeraient une sorte d'interaction sociale entre les individus pour développer une culture de dialogue et de discussion et offrir une opportunité à l'individu local de participer et de prendre des positions et des décisions sur des bases correctes et solides, d'où la l'importance de la radio locale afin de mobiliser les masses intéressées au changement et au développement, et l'importance de l'étude sur la manière d'exploiter la radio locale dans le but de transmettre des programmes et des plans de développement au public.

Dans cette étude, nous nous sommes appuyés sur l'approche descriptive, et 126 questionnaires ont été distribués aux répondants, et après collecte et analyse des données, nous sommes arrivés aux résultats suivants :

- La planification de la radio contribue au développement de la communauté locale pour servir les objectifs de développement.
- La radio locale traite des questions de développement, notamment social, économique, culturel et politique.
- La radio locale a un rôle dans l'introduction de projets de développement et leur suivi au sein de la communauté locale.
- La radio locale contribue à sensibiliser et à influencer le public.
- Il existe certains obstacles qui entravent le rôle de la planification radiophonique dans le développement, tels que la formation à la spécialisation, et le manque de moyens technologiques et techniques qui permettraient de développer le travail radiophonique.

les mots clés

radio locale - la planification de la radio – développement - société locale.

Nombre de pages de la thèse: 308

Le chercher: daif allah wafa

The role of local radio in planning development media

Abstract

This study aimed at trying to show the role of the local radio as a one form of the social media device, which is very influential in developing the local community via the role of radio planning in the local development, by giving information that is objective, and truthful, this later could make, the local common opinion aware, and make a hind of social interaction between society members, this makes people discuss, and given chances in participating in division taking on true bases. From that point comes the importance of the local radio by changing audience who are interested in change and development, also, it shows the importance of this study in how can we use the local radio in applying development programs and plans to audience.

We relied in this study on the descriptive approach, also 126 questionnaires on informants after gathering and analyzing data we come out with the following results:

- Radio planning takes part in improving the local society for development proposes.
- The local radio treats different development cases especially the social, economic, cultural and political.
- Local radio participates in influencing and making the audience aware.
- There are some hindrances that affect the role of the radio planning in the development like the formation in making specialty.

Key words

Local radio – development media – community development – radio planning.

Number of pages of the thesis: 308

The researcher: daif allah wafa