

جامعة المدينة  
معهد الآداب و اللغات  
قسم علوم الإعلام و الاتصال

عنوان المداخلة :

## الاتصال التئموي بالجزائر

الأسس - الوظائف - الاستراتيجيات

من إعداد الأستاذتين :

- صفرة الهام
- فندوشي ربيعة

## مقدمة

تعرف التنمية على أنها تلك الإجراءات و العمليات المتتالية التي يقوم بها المجتمع للتحكم في اتجاه و سرعة التغيير الحضاري بهدف إشباع حاجاته من أجل الانتقال من مرحلة التخلف إلى مرحلة التقدم . و لا يتسنى هذا إلا بعد أن يشخص أوضاعه الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية ... لتحديد ما يجب تغييره . و نجاح المسار التنموي مرهون بتضافر الجهود الشخصية و الجماعية ، و تكامل مختلف المؤسسات على كافة الأصعدة . و لعل وسائل و مؤسسات الإعلام و الاتصال تعد من أبرز عوامل الدعم للسياسات و الخطط التنموية .

فالدول التي تسعى إلى إرساء سياسات تنموية ناجعة و إحداث إصلاحات فعالة تعتمد على خطط إعلامية و اتصالية محكمة . فالعلماء و المختصون يرون أن دور الإعلام و الاتصال لا يبدأ فقط عندما تبدأ التنمية و إنما ينبغي أن يبدأ قبلها و هذا لقدراته على جمع المعطيات اللازمة لبناء الاستراتيجيات و السياسات التنموية من قبل القادة السياسيين . سيما أن وسائل الإعلام و الاتصال تساهم في توضيح الصورة العامة للحياة في المجتمع و تبرز المشاكل التي تواجهه و تقترح سبل مواجهتها . كما يمكنها التعريف بالآراء و الاتجاهات السائدة بين الجماهير و في الأوساط الرسمية على حد سواء . من هذا المنطلق يمكن تسليط الضوء على إشكالية التنمية في الجزائر ببعدها الاتصالي ، من خلال إبراز دور وسائل الاعلام و الاتصال في تحقيق التنمية بمجالاتها المختلفة ( الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و الثقافية ... ) و مدى الاستغلال الأمثل لهاته الوسائل من طرف الجهات الرسمية لدفع المسار التنموي في ظل التعددية الاعلامية و التطور التكنولوجي في مجال الاعلام و الاتصال و توفر البدائل الاتصالية المختلفة من صحف ، و إذاعات ، و قنوات تلفزيونية و أنترنت ... ، مع تقديم تصور لنموذج اتصالي يساهم في اكتمال بناء النموذج التنموي التي تصبو الجزائر إلى تحقيقه .

## ماهية الإعلام و الاتصال

- الإعلام : هو النقل الموضوعي للمعلومات من مرسل إلى مستقبل قصد التأثير الواعي على عقل الفرد من أجل تكوين رأي عام، و بذلك فالعملية الإعلامية تجري عبر مراحل متتالية تبدأ بالمرسل الذي يقوم بإرسال مضمون معين ( الرسالة ) عبر قناة محددة ( وسيلة الإعلام ) إلى المستقبل ( الجمهور )

- **الاتصال** : هو تبادل الأفكار و المعلومات و المعاني بين طرفين أو أكثر وفق منظومة من الكلمات و الصور و الرسومات و الرموز و الإشارات من خلال قنوات متعددة (1) إن مفهوم الاتصال أشمل و أوسع من مفهوم الإعلام ، لأنه يتعدى مجال تدفق المعلومات في اتجاه واحد إلى الاتجاهين مع بعض في شكل أخذ و رد . كما أنه يتعدى في مكوناته عناصر المضمون التبادلي و وسيلة النقل و الجمهور المستقبل إلى عناصر أخرى تتعلق بالإنسان و ذاته و مجموعته البشرية و الطبيعة و المحيط بصفة عامة .  
وبهذا فالالاتصال يخدم عملية التنمية بشكل أوسع لأنه يشمل من الأساليب والوسائل والأشكال ما يجعله أكثر فعالية بالإضافة إلى أن الإعلام هو جزء من الاتصال وبذلك يشكل عنصرا ضمنيا فيه .

## أشكال الاتصال :

تتمثل في :

- **الاتصال الذاتي** : يتم في ذات الشخص من خلال التفكير و التدبير في الأمور عبر القيام بعمليات نفسية داخلية مثل الشعور و التذكر ....
  - **الاتصال الشخصي** : يتمثل في تبادل المعاني بين شخصين أو أكثر و يستعمل فيه الكلام و الإشارات و الإيماءات لتوصيل الرسالة بين أطراف العملية الاتصالية .
  - **الاتصال الجمعي** : يتمثل في اتصال شخص مع جماعة أو اتصال جماعة مع جماعة و هذا ما تجسده المحاضرات و التجمعات ، و يستعمل فيه المرسل قنوات مساعدة لتوصيل الرسالة للمتلقين مثل مكبرات الصوت أو الميكروفونات ...
  - **الاتصال الجماهيري** : تكون فيه الرسالة موجهة لجمهور عريض باستخدام وسائل الإعلام مثل: الصحف و الإذاعة و التلفزيون . ويكون الاتصال هنا مصدره المؤسسة الإعلامية أو الفرد الذي يعمل فيها .(1)
- و بتطور التكنولوجيات الحديثة زادت العملية الاتصالية تعقيدا خصوصا الاتصال الجماهيري الذي عرف انتعاشا بتضاعف عدد محطات الإذاعة و التلفزيون، و زيادة ساعات البث سيما مع انتشار الأقمار الصناعية التي كثفت من دائرة البث . كما ظهرت وسائل اتصال حديثة مختلفة مثل: الأنترنت بخدماته المختلفة ، و الفيديو تلكس ، والهاتف النقال ، و الأقراص المضغوطة ....

## الاتصال و التنمية

مما لا شك فيه أن العالم يمر في السنوات الأخيرة بمرحلة تغيرات سريعة و عميقة ، و لعل التنمية تعتبر من أبرز القضايا التي يهتم بها الساسة و القادة في مختلف الدول . حيث وضعت الحكومات لنفسها خططا و برامج تنموية تتفق و فلسفاتها الاجتماعية و اتجاهاتها الإيديولوجية و ثقافتها الوطنية، من أجل القضاء على التخلف و الرفع من مستوى المعيشة .

و بما أن جوانب التنمية الشاملة تتعدد و تتسع لتشمل النظام المجتمعي بأسره بكل ما يتضمنه من نظم فرعية مثل الجانب السياسي و الاجتماعي و الاقتصادي و الثقافي و الاتصالي ...؛ فإن مسؤولية أجهزة الإعلام و الاتصال في أي مجتمع كبيرة جدا خصوصا أنها تملك من الإمكانيات و السمات و الأساليب ما يجعلها تؤثر في محيطها بفعالية واضحة .

و من أجل رصد دور وسائل الإعلام و الاتصال في مجال التنمية فمن الضروري التعريف بالتنمية و مدى ارتباطها بعالم الاتصال .

### تعريف التنمية :

عرف مصطلح التنمية العديد من التعريفات و المفاهيم يذكر منها :

" 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 و في ضوء السياسة العامة للمجتمع " .

" التنمية تعني نقل المجتمعات من حالة أو مستوى إلى حالة أو مستوى أفضل ، و من نمط تقليدي إلى نمط متقدم كما و نوعا ، و تعد حلا لا بديل عنه في مواجهة المتطلبات الوطنية في ميدان الانتاج و الخدمات " .

و " تعني التنمية من الناحية الحضارية تغيرا أساسا في كل أنماط الحياة السائدة ، و يتبع هذا تغيير نوعي و كمي في صور العلاقات الاجتماعية في كافة مجالات النشاط البشري في المجتمع ...الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و الثقافية و الإدارية ...و لهذا يعرف روجرز التنمية بأنها عملية تغيير مقصود نحو النظام الاجتماعي و الاقتصادي الذي تحتاجه الدولة " (1)

(1) محمد منير حجاب ، الاعلام و التنمية الشاملة ، الطبعة الثانية ، دار الفجر ، القاهرة ، 2000 ص ص 32-

لقد بدأت التنمية كمفهوم نظري و تطبيق عملي يظهر على مسرح الفكر العالمي بوصفه إدارة أو كوسيلة من خلالها تستطيع الدول النامية مواجهة عوامل التخلف و السعي إلى تبني بعض خصائص و سمات المجتمعات المتقدمة . وعلى الرغم من شيوع المصطلح و الاهتمام به فإن مفهومه لا يزال محاطا بالالتباس لتعدد و تباين الاتجاهات النظرية الخاصة به . حيث اهتم بعض العلماء بالتنمية بناء على البعد الاقتصادي و فريق آخر ركز على الجانب الاجتماعي و هناك من اعتمد في تحليلاته لهذا المفهوم على البعد الثقافي أو اللغوي ....

ويتضح من هذا أن مفهوم التنمية نال اهتمام الكثير من علماء الاقتصاد والاجتماع و السياسة و السكان و أصبح ينظر إليه الآن من الناحية الشمولية خاصة بعد التطورات و التغيرات التي تعرض المجتمع الدولي . و أن التركيز على بعد أو جانب واحد من جوانب التنمية لا يفيد المجتمع بالمعنى الشامل .

و على هذا الأساس اهتمت هيئة الأمم المتحدة بتحليل مفهوم التنمية بأنه عبارة عن :  
" مجموعة الوسائل و الطرق التي تستخدم من أجل توحيد جهود الأهالي و السلطات العامة بهدف تحسين المستوى الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي في المجتمعات القومية و المحلية " (1)

## دور الاتصال الجماهيري في مجال التنمية :

تطورت وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيري مؤخرا بشكل ملحوظ مؤثرا في حياة الأفراد و المجتمعات ، ليدرك المهتمون بالتنمية بأنه يمكن استخدام هذه الوسائل في دفع برامج التنمية لتحقيق أهدافها .

و يشير بعض علماء الاجتماع و الإعلام و السياسة إلى أن دور الإعلام و الاتصال لا يبدأ فقط عندما تبدأ التنمية ، و إنما ينبغي أن يبدأ قبلها. و قد حاول بعض علماء النفس و الاجتماع و الإعلام التركيز على دور وسائل الإعلام و الاتصال في عملية التنمية و ذلك من خلال إحداث تغييرات في اتجاهات الأفراد و سلوكهم و ميولهم . و تأتي أهمية استخدام وسائل الإعلام و الاتصال في تعبئة الجماهير من أجل التغيير و التنمية ، و هي حقيقة فطنت إليها منظمة الأمم المتحدة ؛ فأوصى المجلس الاقتصادي و الاجتماعي التابع لها بحل المشكلات التي تعترض طريق الجهود التي تبذلها الدول من أجل تقوية و تدعيم وسائل الإعلام المختلفة .

---

(1) الدسوقي عبده ابراهيم ، التلفزيون و التنمية ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 174-180

فالدول النامية في حاجة إلى إعلام يواكب خططها الإنمائية و يعمل على خلق المشاركة من جانب أفرادها في العملية التنموية . فهو السبيل لنقل اهتمامات المواطن و مشاكله للمسؤولين و السلطات الحكومية كما أنه يمثل أداة لنشر المعرفة بخطط الدولة ، وهو الذي يجمع جهود الجميع ( حكومات و أفراد ) في تنفيذ المشاريع التنموية .

و قد أكد " والبر شرام " هذه الحقيقة في مقدمة كتابه " أجهزة الإعلام و التنمية الوطنية " عندما تحدث عن الدور المهم الذي يمكن أن تقوم به أجهزة الإعلام في التنمية ، و كيف أن الاهتمام بالنظم الخاصة بالاتصال هو ضرورة من ضرورات التقدم للمجتمع .

إن البلدان النامية و الناهضة يهتما بنوع خاص في تنمية إعلامها ناحية معينة تلك هي المساهمة التي يستطيع الإعلام القادر أن يؤديها في التنمية (1). و يمكن لوسائل الاتصال الجماهيرية أن تسهم بإيجابية كبيرة في التصدي للمشاكل الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية خاصة التي تعوق عملية التنمية مثل الأمية - أزمة السكن - تنظيم الأسرة...

و تستطيع وسائل الإعلام و الاتصال إحداث التغيير في اتجاهات الناس و إحداث علاقات بينهم و بين محيطهم من أفكار و موارد و وسائل و تكنولوجيات و يمكنها تحقيق أساليب إنتاج و استهلاك جديدة و إدخال مفاهيم علمية حديثة في السلوك و العادات و التقاليد لتبني أنماط مبتكرة في مجال العمل الفردي أو الجماعي و الإدارة و التنظيم .... و هذا كله بواسطة رسالة ما تتخذ أشكالاً و وسائلاً مختلفة تتناسب مع موضوع الرسالة و الشريحة المقصودة بهدف إحداث التأثير اللازم تجاه المشكلات و القضايا التنموية في إطار أهداف و وظائف معينة تتمثل في الإخبار و التثقيف و التحفيز على المشاركة الإيجابية لتعزيز السلوك المحقق للتنمية المتواصلة . و هذه العمليات تندرج ضمن استراتيجيات مدروسة في إطار ما يسمى " بالاتصال التنموي " .

و للإشارة يمثل هذا المصطلح مفهوماً واسعاً و شاملاً لمختلف العمليات و الأساليب و الوسائل الرامية لنقل المعلومات و الأخبار وكل ما يتعلق بمجال التنمية و مشكلاتها إلى الأفراد قصد المشاركة في التنمية و البحث عن أساليب التغلب على معوقاتها و هذا في إطار ما يعرف بالاتصال الإعلامي . و يجب أيضاً الاستعانة بقدرات الاتصال في مجال إثارة اهتمام الأفراد بالسلوك الجديد و إقناعهم بممارسته من خلال الاتصال التأثيري . و لاكتمال الحلقة الاتصالية و الوصول إلى جدواها كاملة فمن الضروري الاعتماد على الاتصال الصاعد من الجماهير إلى القيادات المخططة من أجل التعرف على آراء الناس و اتجاهاتهم و التقويم المستمر و السليم للمواقف و وضع الخطط العلمية التي تكفل زيادة فاعلية التنمية (2).

(1) محمد منير حجاب ، المرجع السابق الذكر ، ص84

(2) علي عجوة ، الاعلام وقضايا التنمية، الطبعة الأولى ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004 ص ص 3-4

## الوظائف الاتصالية في مجال التنمية

إن الإعلام و الاتصال من الظواهر الإنسانية و الاجتماعية المرتبطة بجميع النشاطات اليومية ، و هما أيضا من الآليات الناجعة في التأثير على الأفراد . ومهما حاول الإنسان الابتعاد عن هذا التأثير في شخصه يجد نفسه في احتكاك دائم مع الآخرين يتواصل معهم ، كما يجد نفسه عرضة لما تقدمه وسائل الإعلام و الاتصال بدرجة أو أخرى ، فيتلقى مضمونها لأنه حتما يستمع و يشاهد و يتابع كل ما يتم تداوله عبرها . فيحدث التعديل أو التغيير أو التحفظ في تفكيره و سلوكه . ولكن يكون هذا طبعاً بمستويات مختلفة ترتبط بسنه و ثقافته و تربيته و محيطه ...و ترجع القدرة على التأثير في سلوك الأفراد أيضا إلى الاستغلال الأمثل لقدرات وسائل الاتصال . فوسائل الاتصال الشخصية و الجماهيرية تملك من الامكانيات ما يؤهلها للقيام بدور فعال لتوعية أوساط المجتمعات من أجل توحيد الجهود و التعاون بين السلطات العامة و الأهالي بهدف تحسين المستوى الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي ... .

و تصنف وظائف وسائل الاعلام و الاتصال في مجال التنمية حسب المعطيات التالية :

### **1- من حيث الوظائف :**

- تحقق وسائل الاعلام و الاتصال وظائفها في المجتمعات من خلال :
- وظائف عامة : مهما تعددت الوسائل الاتصالية و تنوعت فإنها تؤدي وظائف معينة يذكر منها :
  - الإخبار : تتمثل هذه العملية في جمع المعلومات و البيانات و الصور و نقلها بعد معالجتها .
  - التعليم و التكوين : بتلقي الخبرات للناس و تنمية المهارات المعرفية لديهم .
  - الإقناع و التأثير : في آراء و معتقدات و اتجاهات الأفراد
  - تكوين الرأي العام : بتدعيم التوافق و بناء إجماع على بعض القضايا لدى الرأي العام
  - الإرشاد و التوجيه لأجل اتخاذ القرارات المناسبة : من خلال تغذية المناقشات بالمعلومات وإظهار رأي القادة .
  - نقل الثقافات و القيم : من خلال التواصل بين الأجيال
  - التنشئة الاجتماعية : بتربية الأفراد و إعدادهم لكسب سلوكيات و معتقدات و اتجاهات معينة
  - الترفيه و التسلية : بالترويح عن النفس و إنفاص التوتر لدى الأفراد .
- وظائف خاصة :
- تهيئة المناخ الملائم للتنمية بتوفير منديات للمناقشة و وضع القرارات .

- إعلام الناس بكل ما يخص القضايا التنموية بجمع المعلومات المناسبة و معالجتها و نشرها بين الأفراد لاكتساب معطيات جديدة تساعدهم على اكتشاف و فهم ما يدور بهم .
- نشر المعرفة التنموية ، بتلقين الفرد مجموعة من المعاني و المفاهيم و المهارات للإلمام بالمشاكل التي تعاني منها الدولة ( سلطة و مجتمعا ) و إدراك كيفية معالجتها .
- دعم التعليم و التدريب في المجال التنموي ونشر الأفكار المستحدثة .
- تكوين رأي عام يلتف حول مسار التنمية ، و يؤازر الجهود المبذولة من أجل تحسين الأوضاع الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية ... .
- التأثير في اتجاهات و مواقف الأفراد و الجماعات لجعلهم أكثر استشعارا بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية و أكثر استعدادا للمساهمة في حلها . و في هذا الشأن يمكن لوسائل الاتصال بأساليبها و رسائلها تعديل و تغيير المفاهيم و السلوكيات السلبية إلى مفاهيم و سلوكيات إيجابية .
- تحسيس القيادات و السلطات الحكومية و أصحاب المشاريع بالمشاكل الفعلية و النقائص التي يعاني منها الوطن و المواطن .
- خلق التواصل التنموي في أوساط المجتمع الواحد من جهة و بين الأجيال المتعاقبة من جهة أخرى بنقل القيم من المواطنين الحاليين إلى المواطنين القادمين من أجل استمرارية العملية التنموية .

2- من حيث المتغيرات :

هي مجموعة العوامل التي تؤثر على ممارسة وسائل الاتصال في مجتمعات معينة مثل :

- البعد البيئي :

يشمل الظروف السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية الخاصة بالبيئة التي تمارس من خلالها وسائل الاتصال لوظائفها . و التي وفقا لها تختلف هذه الوظائف من مجتمع لآخر بل و تختلف حتى في المجتمع الواحد من فترة زمنية لأخرى . و يتضمن البعد البيئي المتغيرات الدولية أو العالمية و كذا مقومات السياسة الاعلامية و التنموية ....

- البعد الحضري : حيث تختلف طبيعة وظائف الاعلام في المجتمعات الريفية عنها في المجتمعات الحضرية .

- البعد التنموي : يشتمل على الجوانب المختلفة للتنمية الشاملة أهمها : التنمية الروحية - التنمية الذاتية - التنمية الاقتصادية - التنمية الاجتماعية - التنمية النفسية - التنمية البشرية - التنمية البيئية - التنمية الثقافية - التنمية التكنولوجية و العلمية - التنمية السياسية - التنمية الادارية .....

- بعد الوسائل : تختلف الوظائف وفقا لطبيعة الوسيلة المستخدمة ؛ فالصحافة غير الاذاعة و غير التلفزيون ....

- بعد الجمهور : تختلف الوظائف وفقا للجماهير النوعية مثل العمال - المزارعين - المهنيين -  
الحرفيين - الموظفين - ....(1)

إن البحث عن تصور واقعي لوظائف الاتصال في مجال التنمية يحتاج إلى دراسات واعية لتحديد الملامح الأساسية للمجتمع بكل منظوماته و كذا إمكانية تفاعله مع العملية الاتصالية باستراتيجياتها و وسائله و أساليبها و تقنياتها ... .

## العملية الاتصالية في مجال التنمية

إن معالجة الظواهر اتصاليا تتطلب تسخير العديد من الجهود و الوسائل من أجل التحكم أفضل في الأداء الاتصالي و تحقيق النتائج المسطرة بكل كفاءة وفعالية . و كل عمل اتصالي - على غرار النشاطات و المشاريع الأخرى - يحتاج إلى تخطيط محكم عن طريق جمع المعلومات الوافية و تحديد الهدف ، و حصر المتطلبات ، و توضيح كيفية و أسلوب العمل .... و العملية الاتصالية في مجال التنمية تتطلب تحديد عناصرها على النحو التالي :

### عناصر العملية الاتصالية :

- 1- القائم بالاتصال : يتمثل المرسل في العملية الاتصالية الخاصة بقضايا التنمية في السلطات الحكومية - أصحاب المشاريع - المستثمرين - الإعلاميين -... ومهما كان هذا المصدر يجب أن يكون مستوعبا و مقتنعا و ملما بموضوعه أو يستعين بخبير في مجال الاتصال حتى تتم العملية في أحسن الأحوال . و قد يكون المرسل هو المواطن الذي يعبر عن انشغالاته الخاصة بقضية تنموية معينة من خلال شكاوى أو تقارير أو عملية سبر آراء تنشر في الصحف و المجلات أو تبث من خلال الاذاعة و التلفزيون و حتى الأنترنت .
- 2- الجمهور : هو المتلقي للرسالة الاتصالية التنموية و الذي يجب معرفة معالمه بدقة بتحديد أبعاده واتجاهاته و انتماءاته و مستواه الثقافي و موقعه الجغرافي ... وهذا لصياغة الرسالة الاتصالية وفقا للأهداف المسطرة . فمثلا في الجزائر يجب معرفة الجمهور المستهدف إن كان من الريف أو المدينة ، من منطقة صحراوية أو ساحلية ، هل غالبية من المتعلمين أو من الأميين ...

وهذا لمعرفة كيفية إعداد و توجيه له الرسالة المناسبة التي يفهمها . و إن كان المستقبل يتمثل في الجهات الحكومية في إطار ما يعرف بالاتصال الصاعد فيجب تحديد من مهام و مجال اختصاص كل جهة أو مسؤول في قطاع معين لمخاطبته وفق اختصاصه .

3- الرسالة الاتصالية : تتناول الرسالة الاتصالية في مجال التنمية الموضوع المقصود بعدة أشكال ، فتكون مكتوبة أو مرئية أو مسموعة ، مختصرة أو مطولة ، شفوية أو مقروءة... و يجب إعدادها وفق حجج و أدلة و معطيات مقنعة مراعاة للمتلقي بكل خصوصياته .

4- الوسائل الاتصالية : هي القناة التي يستخدمها المرسل من أجل توصيل أفكاره، فهي تتنوع وتتعدد بشكل واسع . يجب اختيارها وفق اعتبارات تتناسب القائم بالاتصال و إمكاناته و طبيعة الجمهور المستهدف و مضمون الرسالة... كاستعمال الإذاعة لمخاطبة الجمهور العام ، و استعمال الاتصال الشخصي مع جماعات محلية قليلة العدد ، و إقامة المعارض مع الشباب أو الطلاب في المدارس و الجامعات ....

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 لذا من المفروض فتح مجالات استقبالها عن طريق فتح خطوط هاتف مجانية على مستوى المنظمات الحكومية أو المستثمرين ... لاستقبال مكالمات المواطنين للاستفسار أو إبداء الرأي أو بفتح مواقع إلكترونية عبر الأنترنت خاصة بمجال التنمية لتلقي الرسائل وفقا للقدرات التفاعلية التي توفرها هذه الوسيلة.... وهذا لخلق الشعور بالمشاركة في القضايا التنموية.

و لأن الوسيلة الاتصالية تقوم بالدور الأساسي في نجاح العملية الاتصالية التنموية فمن المهم التفصيل فيها فيمايلي :

## تصنيفات وسائل الاتصال :

تتعدد وسائل الاتصال و تتنوع و تتطور بشكل لايمكن حصره تماما ، و قسمها علماء الاتصال إلى أنواع كثيرة ، حسب التقنيات المعتمدة عليها أحيانا و حسب خصائصها الاتصالية أحيانا و حسب نوعية جمهورها أو حسب الحاسة التي تخاطبها . لذا يمكن تقديم نماذج لهذه التصنيفات على النحو التالي :

1- حسب القناة و الوساطة التي تربط المرسل بالمستقبل : مثل الحديث وجها لوجه أو الاتصال الهاتفي أو الاتصال عن طرق التلفزيون و الاذاعة و الصحف أو عن طريق لوحة الإعلانات أو التقارير الرسمية ....

2- حسب الحاسة التي تدرك بها هذه الوسائل : تتمثل في:

- وسائل اتصال مباشرة أو شخصية مثل المقابلة وجها لوجه حيث إدراك الرسالة يكون بمشاركة جميع الحواس .

- وسائل اتصال بصرية : تعتمد على حاسة البصر مثل : الصور و الكتابات - الصحف - المجالات

- وسائل اتصال سمعية : التي تعتمد على حاسة السمع مثل الهاتف - الإذاعة - الأشرطة ...

- وسائل بصرية سمعية : هي التي تعتمد على حاستي السمع و البصر مع بعض مثل التلفزيون - السينما

3- حسب حجم المتلقي تنقسم إلى :

- وسائل شخصية : مثل المحادثة و الرسالة و الهاتف ...

- وسائل جمعية : مثل الخطب و المحاضرات ....

- وسائل جماهيرية : مثل التلفزيون و الاذاعة ....

4- حسب الدعامة الخاصة بنقل رسائلها مثل :

- وسائل مطبوعة : مثل المجالات - الصحف - الكتب - الملصقات .....

- وسائل كهرومغناطيسية : مثل الراديو و التلفزيون ....

- وسائل إلكترونية : مثل الحاسبات - الهواتف النقالة - بنوك المعلومات - الوسائل المتعددة الوسائط

هذا التنوع في وسائل الاتصال يجعل مجال استعمالها في مجال الاتصال التنموي أكثر ثراء و مرونة، و يسمح للقائمين بالعملية الاتصالية الخاصة بالقضايا التنموية أكثر سعة في التفكير و الجهد و الاختيار بين ما يلائم طرح الموضوع ، و ذلك باختيار الوسيلة المناسبة للجمهور المناسب بقصد توصيل الرسالة المناسبة في الوقت اللازم . و من الوسائل المقترحة لأداء مهمة الاتصال التنموي على النحو الملائم يذكر :

1- وسائل الاتصال الجماهيري : يطلق عليها أيضا اسم وسائل الإعلام أو وسائل الإعلام و

الاتصال كمفهوم أكثر شمولية وهي الوسائل الواسعة الانتشار في مجال تغطيتها . تشمل هذه الوسائل : الصحف المجالات ، الكتب ، الإذاعة ، التلفزيون ، السينما .....

تستطيع هذه الوسائل عبر قنواتها المتعددة مخاطبة عقول الجماهير و تقديم معلومات لجمهور واسع في مجتمعات كبيرة ، لديها فرصة الوصول إلى نقاط بعيدة بفضل التقنيات الضخمة .

2- وسائل الاتصال المحلية : وهي مثلها مثل وسائل الاتصال الجماهيري من حيث الوسيلة لكن تختلف عنها في مجال التغطية ، إذ بإمكانها تقديم المعلومات و وجهات النظر إلى جمهور المجتمعات المحلية . ومن سماتها أنها قريبة من هذه المجتمعات و هي بذلك تعبر عن مشاكله و قضاياها وهي تفيد كثيرا في تناول القضايا البيئية بتشخيص مواضيع معينة لمناطق بذاتها ، ليتسنى للمواطن المحلي أن يفهم ما يدور به هو ليتمكن من المساهمة بحلول ناجعة نابعة من واقعه . ومن هذه الوسائل يذكر: الصحف و المجلات المحلية ، الإذاعات و التلفزيونات المحلية ، الأفلام التسجيلية و الأشرطة ، تسجيلات الفيديو ، أشرطة الكاسيت ....

3- وسائل الاتصال الجمعي : يذكر منها : النشرات، الكتيبات ، المحاضرات ، الندوات ، المؤتمرات المعارض ، الاحتفالات .....

4- وسائل الاتصال الشخصي : تنقسم بدورها إلى وسائل الاتصال الشخصي المباشر مثل : المناقشات و المحادثات الرسمية و غير الرسمية ، الاجتماعات ، الزيارات ، المقابلات .... و وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر التي تتضمن الوثائق المطبوعة مثل: التقارير و الرسائل و لوحات الإعلانات... و الإلكترونية مثل: الهاتف و التلغراف و الفاكس و الحاسب الآلي ...

## الأسس العلمية لاختيار وسائل الاتصال التنموي :

هناك العديد من الدراسات و البحوث الهادفة للوصول إلى الوسائل الأكثر فعالية في مجال الاتصال التنموي . و يقوم المسؤول عن التخطيط الإعلامي التنموي بدراسة جميع الوسائل المتاحة حتى يمكن تحديد الوسائل المناسبة على ضوء قدراتها الذاتية و قدرتها على حل المشكلات القائمة و على التأثير في الجمهور المستهدف أي في ضوء النتائج المتوقعة . ويتم اختيار الوسيلة الاتصالية في المجال التنموي وفقا للاعتبارات التالية :

1- الوسيلة الاتصالية المناسبة للفكرة التي قد تأخذ أشكالا مختلفة : لفظية أو فعلية أو تأخذ شكل أشياء أو لغة الإشارات ....

2- الوسيلة الاتصالية المناسبة للأهداف المتوقعة التي تتأثر إلى حد كبير بحاجات الجمهور المستقبل لهذه الرسالة . فهناك وسائل تحدث تأثيرات آنية أو طويلة المدى...

3- قدرة الوسيلة على إشباع احتياجات الجمهور ذي الاختلافات و الخصائص المتعددة : السن - الجنس - التوزيع الجغرافي - المستوى التعليمي - الميولات و السمات النفسية ....

- 4- مناسبة الوسيلة للقدرات الاتصالية للقائم بالاتصال من خلال توفر فيه بعض المهارات و  
الإمكانات الاتصالية و مدى إلمامه بأصول العملية الاتصالية ....
- 5- الخصائص العامة للوسيلة من حيث عمرها الافتراضي و مكانتها بين المتلقين و خصائصها  
الفنية و الإنتاجية و إمكاناته في التغطية الجغرافية و سرعتها في توصيل الرسالة و قدراتها  
التأثيرية.....(1)

## واقع الاتصال التنموي بالجزائر

تعتبر وسائل الاعلام و الاتصال في الجزائر و لو نسبيا عن المشاكل التي يعانيها المواطن الجزائري في مجالات مختلفة . و مانتشره الصحف العمومية و المستقلة خير دليل على ذلك من خلال الصفحات المخصصة لمواضيع تتعلق برصد القرارات و المشاريع الحكومية في مختلف المجالات و نشر المشاكل الاجتماعية و الاقتصادية والثقافية .... و تأتي هذه المواضيع في شكل روبرتاجات أو تقارير أو تحقيقات أو أي جنس إعلامي يعده الإعلاميون بأنفسهم بناء على معلومات و تصريحات تأتيهم من الجهات الرسمية أو من خلال تغطياتهم للظواهر و الأحداث المرصودة في المجتمع ، و قد تأخذ المادة الإعلامية شكل شكاوى أو كتابات يساهم بها القارئ من خلال الصفحات الحرة و المنابر الإعلامية المتاحة له فتكشف عن اهتمامات معينة في مجال أزمة السكن و البطالة و نقص المشاريع الفلاحية أو السياحية أو الصناعية ....

و نفس المنحى تأخذ الوسائل السمعية البصرية ( الإذاعة و التلفزيون ) . فعلى قلة القنوات الإذاعية و التلفزيونية و عدم وجود قنوات متخصصة ( ثقافية - اقتصادية - ... ) فهناك بعض المواد الإعلامية المشيرة لعملية التنمية سواء من خلال الحصص الاقتصادية مثل : حصة المؤشر التلفزيونية أو حماية المستهلك ... - أو الإرشادات الفلاحية مثل : أو من خلال ما يعرض من أخبار و تعليقات في النشرات الإخبارية التلفزيونية و الإذاعية ....

## سمات الاتصال التنموي بالجزائر

ينبثق الاتصال التنموي في الجزائر من الممارسة الاعلامية و الاتصالية ككل التي تعرف طابع المركزية الشديدة خصوصا في مجال السمع البصري و هذا ما يؤثر على الأداء الاتصالي الجيد في مجال التنمية الذي يجب أن ينبني على جانبيين يتمثلان في إعلام و إقناع الجماهير بأهداف الخطة التنموية من جهة و إتاحة الفرصة للجماهير لكي تعبر عن رأيها و طرح مشاكلها الفعلية بكل شفافية حتى يتم التفاعل بينها وبين القيادة . و قد أتاحت بعض الجرائد المستقلة هذه الفرصة من خلال صفحاتها مثل صفحات بريد القراء مثلا ( الخبر - الشروق - ليبرتي ...).

و يظهر التمرکز أيضا في وجود المؤسسات الاعلامية في العاصمة أو المدن الكبرى مثل وهران - عنابة - بشار - ورقلة و هذا ما يحرم المناطق النائية و المعزولة الحصول على إعلام تنموي جوارى بسبب عدم توفر الجرائد المحلية إلا نادرا . و بخصوص السمع البصري فالقنوات

التلفزيونية كلها وطنية و لا يوجد قنوات محلية إلا بما يسمى بالمحطات الجهوية مما يجعل مجال الاهتمام الإعلامي التنموي سطحيا لا يتعمق في محليات المناطق المترامية الأطراف عبر التراب الوطني . و أما الإذاعة فهناك قنوات وطنية ( الأولى - الناطقة بالفرنسية - الناطقة بالأمازيغية ) بالإضافة إلى القنوات المحلية التي تكاد تغطي كل ولاية على حدا و هي بادرة ممتازة في الوصول إلى الاتصال التنموي الجوّاري الفعال إذا ما راعت فعليا اهتمامات و انشغالات المواطنين و منح الفرصة لتلبية الاحتياجات المتنوعة لكل قطاع أو منطقة من مناطق الدولة .

و من سلبيات التمركز هو توجيه و إعداد برامج خاصة للريف مثلا أو لمناطق صحراوية لكن بسطحية بعيدا عن الوعي الحقيقي بواقعها و متطلباتها الفعلية ...

إن القائم بالاتصال - سواء في التلفزيون أو الإذاعة أو الصحيفة - عندما يفقد الخبرة في مجال الاتصال التنموي فإنه يقدم رسالة تنموية لا تنتم بالجاذبية اللازمة ، فتقدم حصص تلفزيونية عن الواقع الاقتصادي مثلا دون الغوص في معالمه و لا بأساليب تحليلية معمقة و لا بالاعتماد على منشط ذي خبرة ليساهم في دفع عجلة الحوار نحو معلومات مركزة و لا تحضر أطراف معارضة لتقديم البدائل ... و هذا ما لا يلبي احتياجات الجمهور المتنوعة التي تتحرك نحو التغيير . و حتى هذا الانتاج لا يعتمد على بحوث و دراسات علمية أعدت سابقا للإحاطة بالاهتمامات الفعلية للجمهور ( قراء - مشاهدين - مستمعين ) .

يعرف الاتصال غالبا اتجاها واحدا من القمة إلى القاعدة . و عدم الاهتمام برفع الصدى من قبل المواطنين في إطار ما يعرف بالاتصال الصاعد . و إن كانت هناك مجالات للكتابة الحرة في بعض الجرائد لعرض بعض الاهتمام لكنها لا تلقى الصدى المناسب و في الوقت الآني . نقص التنسيق و التكامل بين الهيآت و المؤسسات المعنية بالتنمية ( سواء كان قطاع عام أو خاص ) و بين المؤسسات الإعلامية . فننادرا ما تقدم الصحف ( سيما المستقلة ) و التلفزيون و الإذاعة مع بعض حملات إعلامية مشتركة لتحقيق بعض أهداف التنمية الاجتماعية أو الثقافية ....

عدم توفر حرية التعبير بالشكل الكامل الذي يسمح بنقد المشاريع الفاشلة أو التي لا تتلاءم و طبيعة المجتمع الجزائري أو تشخيص السلبيات و الأخطاء التي قد تتجم عن البعض منها خصوصا إذا ما كانت الجهات الحكومية أو القيادات من ورائها . وهذا ما يجعل وسائل الاعلام تغيب أو تغيب عن هدفها الحقيقي في تنوير و خدمة الرأي العام .

نقص الخبر و التخصص للقائمين بالعملية الاتصالية التنموية فأغلبية الكتابات أو البرامج الإعلامية المتعلقة بمجال التنمية هي في شكل معالجات سطحية للواقع التنموي بعيدا عن التحليل المعمقة و الدراسات المستفيضة لإيجاد الحلول المناسبة .

## سبل تفعيل الاتصال التنموي بالجزائر :

من أجل التعامل مع قضايا التنمية بحكمة و رشد لابد من تفعيل النظام الاتصالي لما له من قدرات . فالدراسات العلمية برهنت على الدور الفعال لوسائل الإعلام و الاتصال التي لا يخفى على أحد إمكاناتها في التأثير على الأشخاص فكريا و تعليميا و نفسيا... لذا يجب الاستغلال التام لهذه الإمكانيات في إحداث نقلة نوعية في العمل الاتصالي التنموي للإسهام في دفع عجلة التنمية بمختلف مجالاتها ، و لا يتأتى هذا إلا بتضافر جهود الأفراد و الجماعات و المنظمات الحكومية و غير الحكومية في هذا الشأن .

و يمكن دعم و تعزيز مسار الاتصال التنموي بانتهاج السبل التالية :

1 - وضع استراتيجية اتصالية حكومية واضحة تتضمن الاستغلال الأمثل للإمكانيات و العناصر و الأساليب و التقنيات الاتصالية لبناء النمط التفكيرى للفرد الجزائري و استثمار الوعي لديه ، بإشراك جميع المؤسسات الاتصالية و الاقتصادية و الاجتماعية بحيث...يصبح الاتصال و الإعلام جزء من الخطة التنموية .

2- و ضع تخطيط إعلامي تنموي وفقا للأسس العلمية المتعارف عليها و التي يمكن ذكر أهمها :

- التعرف على الاستراتيجية التنموية للمجتمع و أهدافها في ظل تقديرات حجم و مصادر الثروة الموجودة في المجتمع مقابل الاحتياجات العامة للأفراد و متطلباتهم .

- تحديد أهداف الخطة الاعلامية المتصلة بقضايا التنمية

- تحديد الجمهور المستهدف من العملية الاتصالية ( عمال - فلاحين - ... ) و التعرف

على خصائصه بدقة و تحديد أوجه الاختلاف بين المناطق المختلفة

- اختيار الوسائل الاتصالية الملائمة للأهداف التنموية المسطرة و طبيعة الجمهور و نوع

الرسالة المحضرة ...

- إحداث التكامل بين الوسائل الاتصالية المختلفة ( السمي البصري - المكتوب ) من أجل

تحقيق التأثير اللازم

- إعداد إجراءات التنفيذ و مراجعة الخطة و تقويمها

- التركيز على مقومات النجاح و هي الشمول ، التكامل ، المرونة ، الاستمرارية ، التكلفة ، و

يسر الأداء (1)

3- من الضروري توافر وسائل الاتصال الجماهيري المركزية و وسائل اتصال أخرى محلية و إقليمية . الأولى تخاطب الاهتمامات العامة و تعمل على بث روح الانتماء الوطني و الثانية توجه الجماهير في كل إقليم من خلال القضايا التنموية الخاصة بهذا الاقليم و ربطها بالقضايا العامة . و كلاهما يشجع الجماهير على التغيير و تعلم المهارات الجديدة و المساهمة بالرأي البناء في الشؤون العامة و القضايا الوطنية

4-التنوع في استخدام الاتصال الجماهيري و الشخصي لما لهما من مزايا في الوصول إلى الجماهير الواسعة و مخاطبة الأفراد في نفس الوقت ، فالالاتصال الشخصي أكثر قدرة على إثارة التقبل للأفكار و الإقناع . عند تقديم المعلومات للمتلقي يجب أن تكون في شكل بسيط و سلس يفهمه الجميع مع ضرورة استخدام الاتصال الشخصي المباشر في الأرياف أو في المجتمعات غير المتعلمة لضمان وصول الرسالة . أي الاعتماد على الاتصال الشخصي بقدر الاتصال الجماهيري لأنه أكثر ملاءمة للمجتمعات المحلية .

التنوع في الوسائل المكتوبة و السمعية البصرية ، فالكلمة المقروءة من خلال مطبوعات ( كتيبات - ملصقات - جرائد - مطويات ...) تسمح بتقديم التفاصيل و الرسوم و البيانات ، و تسمح للقارئ بالقراءة المتأنية و المراجعة المتكررة . و الكلمة المذاعة تسمح بتجميع الجماهير و بث روح الاهتمام بالمسائل الهامة بما أنها تخاطب شريحة واسعة من الجمهور . و التلفزيون و باعتماده على الصورة و الحركة و الألوان بإمكانه تقديم مادة إعلامية واضحة يفهمها الجميع . و بالاعتماد على وسائل النقل المباشر ( الأقمار الصناعية ) و الوسائط السمعية البصرية و الالكترونية ( الفيديو - الأقراص المضغوطة... ) فيمكن وصول المعلومات و المواضيع التي تخدم التنمية إلى أي مكان و في زمن قياسي .

5 - استعمال التلفزيون لما له من إمكانات اتصالية خارقة بالتنوع في البرامج التلفزيونية من أفلام قصيرة و حصص إرشادية بلغة بسيطة حتى تفهمها جميع شرائح الجمهور مثل أفلام عن طرق الزراعة الحديثة أو كيفية الاهتمام بالنباتات فيستفيد الفلاح و المواطن العادي من معلومات قد يسخرها في تزيين المحيط .

6- فتح قنوات تلفزيونية و إذاعية متخصصة ( اقتصادية - تعليمية - تثقيفية ... )

7 - الاهتمام بالاتصال التنموي من قبل السلطات المركزية واللامركزية بإنشاء خلايا و لجان اتصال على مستوى الهيآت الرسمية و تفعيل دورها للتقرب من المواطن أكثر من أجل تزويده بالمعلومات و المعارف. على أن تقوم بدورها بالتنسيق تام مع نوعية المشاريع المنفذة .

8 - رفع مستوى الوعي لدى القيادات الإعلامية لخلق الشعور بأهمية التنمية قصد تبني وسائل الإعلام القضايا التنموية بشكل دائم عبر مواد إعلامية قارة . فالمواضيع الخاصة بالتنمية يجب أن لا تكون مناسباتية بل من المفروض أن تحظى باهتمام الإعلاميين دوما .

9 - التنسيق و التعاون بين الوسائل الاتصالية للعمل في اتجاه واحد من خلال خطة مدروسة ،و هذا بتكامل المحتويات و القنوات الاتصالية حتى يتمكن الفرد من الحصول على معلومات عن المشاريع التنموية المحلية و الوطنية بشكل دقيق .

10 - إحياء المناسبات و إقامة النشاطات التحسيسية بأهمية المشاركة في مجالات التنمية على اختلافها مثل محاربة الأمية و التوعية البيئية و الحفاظ على المحيط في المناسبات أو بشكل دائم لإيقاظ الوعي لدى المواطن عن طريق المعارض المفتوحة ، إحياء الاحتفالات ، تنظيم الرحلات ( لاكتشاف أهم الانجازات و الحفاظ عليها)....

11 - الاستعانة بالحملات الإعلامية و الإعلانية - على الخصوص - في مجال التنمية بشكل علمي من أجل التأثير الفعال في المتلقين مع مراعاة خصوصية المجتمع عند إعدادها . فاتباع الرسالة مع النسق القيمي في ضوء السمات العامة لفئات المجتمع أمر ضروري .

12- الاعتماد على أسلوب المسابقات العملية ( مثل حملات النظافة و خلق مساحات خضراء) أو الفكرية ( مثل الرسوم و الصور الفوتوغرافية المقالات و البحوث العلمية الخاصة بإنعاش مجالات التنمية ... ) لفتح مجال التنافس بين المواطنين لتبني سلوكات سليمة مثل الوعي الادخاري و التأمين و الترشيد الاستهلاكي . وتقديم الجوائز و الهدايا على العن ، و بإشراك وسائل الإعلام من إذاعات و صحف للترويج للحدث ...

13 - إقامة مجسمات و لافتات كبيرة على الطرقات في شكل رسومات أو صور للتزيين و للتحسيس تحث على ضرورة تبني اتجاهات و سلوكات تخدم مجالات التنمية فلفت الانتباه إلى ضرورة المشاركة في عملية التنمية أمر في غاية الأهمية ( مثل التأكيد على قيمة العمل - تنمية الوعي الصحي - الاهتمام بالأرض ...) .

إلى أفق بعيد و هذا طبعاً بالتنسيق و التكامل بين وسائل الاتصال على اختلافها و المؤسسات و الهيآت الأخرى ... فقضايا التنمية تهم الجميع .

## المراجع :

- 1- الدسوقي عبده ابراهيم ، التلفزيون و التنمية ، الطبعة الأولى ، دار الوفاء ، الاسكندرية ، 2004
- 2- حجاب محمد منير ، الإعلام و التنمية . الطبعة الثالثة ،دار الفجر ، القاهرة ، 2001
- 3- عجوة علي ، الاعلام و قضايا التنمية ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004