

جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي-

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الإنسانية

استمارة الملتقى

المشارك الاول:

الاسم واللقب: إسماعيل بن خليفة

الجامعة: جامعة الوادي – كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية – قسم العلوم الاجتماعية

الرتبة العلمية: استاذ محاضر(ب)

التخصص العلمي: علم النفس العيادي

البريد الالكتروني: s.benkhalifa39@gmail.com

المشارك الثاني:

الاسم واللقب: عبد الرزاق باللموشي

الجامعة: جامعة الوادي – كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية – قسم العلوم الاجتماعية

الرتبة العلمية: استاذ محاضر(ا)

التخصص العلمي: علوم التربية

عنوان المداخلة : الاعلام و أبعاده التنموية في المجتمع الجزائري على ضوء

تكنولوجيا الاتصال المعاصرة

محور المداخلة: الاعلام الجزائري في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة

مقدمة :

لا شك أن من أهم القضايا التي تشغل بال الكثيرين من صناع القرار على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي والتنموي، قضية الإعلام ودوره في عملية التنمية، التي ينبغي أن يتم إيصالها عبر وسائل الإعلام الحديثة إلى السواد الأعظم من المواطنين على اختلاف فئاتهم وأجناسهم، ذلك أنه على الرغم من أن قضية التنمية تحمل من الطموحات والتفائل الشيء الكثير لعموم المواطنين العاديين والمنشغلين بمسائل الاقتصاد والتنمية، إلا أن هذه القضية بحاجة إلى من يوصلها إليهم عبر الوسائل المناسبة؛ وبخاصة وسائل الإعلام الحديثة، التي أضحت أفضل القنوات وأسرعها وصولاً لأعداد كبيرة من الجماهير على نحو لم يسبق له مثيل.

وينبغي التأكيد هنا بأنه على الرغم من وجود الكثير من الاجتهادات المتجددة لتوظيف هذه الوسائل بشكل مشجع؛ لإيصال مفاهيم التنمية وركائزها الأساسية، إلا أننا مازلنا مطالبون بالاستفادة منها واستثمارها بشكل أكبر وأفضل، إذ أنه لا تزال هناك العديد من قضايا التنمية المجتمعية التي ظلت غائبة عن التداول والطرح الإعلامي السليم، أو يتم تناولها نادراً أو عرضاً بين ثنايا الحديث وجزئياته.

ولم يعد يخفى على أحد الدور الأكبر الذي تلعبه وسائل الإعلام في عصر التكنولوجيا وثورة المعلومات التي يحيها العالم خلال القرن الحادي والعشرين، الأمر الذي يجعلها تدخل في تفاصيل العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في جميع المجتمعات، المتقدمة منها والنامية، بنسب متفاوتة.

ومن هنا يمكن القول إن الإعلام التنموي المتخصص والفعال عنصر ضروري وأساسي في تطوير المجتمع و تنميته و تحديدا في ظل مفهوم التنمية المستدامة ، فالإعلام التنموي هو عين الحقيقة التي يجب أن يرى فيها المواطنون ما يحدث من حولهم، و يؤثر على مصيرهم، وحتى لا تتحول ثروات الأمة والمواطنين أنفسهم الى سلع يُتاجر بها، لذا فإن هناك خطوات يجب

الاستناد اليها لتحقيق التنمية المستدامة عن طريق الإعلام وخاصة الإعلام التثموي وهو ما ستركز عليه هذه الورقة البحثية بشيء من التفصيل.

أولا : مفهوم الاعلام التثموي:

الاعلام التثموي بشكل عام يعني وضع النشاطات المختلفة التي تضطلع به وسائل الاعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع و أهدافه العامة، أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها بأجهزة الاعلام و وسائل الاتصال الجماهيري في داخل المجتمع و توجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التثموية ومصصلحة المجتمع العليا. (سالم بروق و زبيري رمضان ،ب.س،ص78)

وجدير بالذكر أن اهم القرائن التي تؤكد تلازم الاعلام و التنمية ما جاء في المادة الثالثة من "الاعلان العالمي لليونيسكو" الصادر سنة 1970 حول وسائل الاعلام الجماهيري، حيث نصت مادته على ما يلي: على وسائل الاعلام المساهمة في إزالة الجهل و سوء الفهم بين الشعوب و تأكيد احترام جميع الشعوب و الامم و الافراد وكرامتهم دون تمييز في العرق و الجنس و اللغة و الدين و القومية و في إثارة الانتباه للآفات التي تتعرض لها البشرية كالفقر و سوء التغذية، و من القرائن الاخرى التي تؤكد الارتباط الوثيق بين الاعلام و التنمية ما جاء أيضا في مؤتمر رؤساء الصحف الآسيوية المنعقد برعاية اليونيسكو، ورد في إحدى توصياته ما يلي: " إن مشروعات التنمية لا تستطيع ان تنجح إلا بواسطة المشاركة من جانب الشعوب الامر الذي لا يتحقق إلا بمساعدة و وسائل الاعلام"، و لا شك أن هذه التوصية اعترافا واضحا بخطورة الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في التنمية. (سالم بروق و زبيري رمضان ،ب.س،ص80)

ثانيا: خصائص الاعلام التثموي :

يتسم الاعلام التثموي بمجموعة من الخصائص أهمها:

- أنه نشاط إعلامي هادف يسعى لتحقيق أهداف اجتماعية من حاجات المجتمع الاساسية .
- إعلام يرتبط بخطط التنمية و يدعمها.
- إلام يخاطب الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي الذي تقتضيه التنمية.
- إلام متعدد الابعاد (اقتصادي - اجتماعي - سياسي - تربوي ...).
- واقعية الاسلوب و الطرح يقول الحقيقة كما هي، و يعبر عن هموم الناس.
- تنمية الحس الوطني و الديمقراطي لدى الجماهير.

- كشف الافكار الهدامة الداعية الى التخلف في المجتمع.
- التركيز على دور الشباب و قضاياهم.
- تعزيز اللحمة الوطنية و الاخاء و التسامح بين فئات المجتمع.

ثالثا: رؤى بعض العلماء لوظائف وسائل الاعلام في المجتمع:

1- رؤية "ولبورشرام" : يلح هذا الباحث على وظائف الاعلام في علاقته بالتنمية الشاملة حيث يرى أن للإعلام ثلاث وظائف رئيسية هي :

❖ **وظيفة الاكتشاف** : بفضل الاعلام يكتشف سكان البلد أنماطا و سلوكا اقتصاديا غير الذي الفوه ويكتشفون بذلك طرق تنموية جديدة تدفعهم الى تغيير سلوكهم او على الاقل الاحتكاك بالطرق الجديدة للتنمية.

❖ **وظيفة سياسية** : الاعلام يبلغ الناس رغبة السلطة في التغيير و التنمية و يعمل على اقناع الجماهير بها.

❖ **وظيفة تربوية** : يخلق الاعلام في الجمهور تعطشا لمزيد من المعرفة و هذا يعد بمثابة تربية يرقى بها الانسان الى مزيد من التقدم في المجتمع. (زهير إحدان، 2007، ص85)

وقد أدرك " شرام" هذه الوظائف الاساسية التي يمكن اعتبارها إسهاما ايجابيا للإعلام في تنمية المجتمع، وتعتبر هذه الوظائف الثلاث اضافة الى وظائف أخرى فرعية يستطيع الاعلام القيام بها مثل توسيع الآفاق و تركيز الانتباه و تربية الذوق و فتح الحوار الى غير ذلك فهي تهيئ الارضية الاجتماعية مما يساعد على تحقيق التنمية.

2- رؤية "لازر سفيلد وميرتون" : حدد الباحثان ثلاث وظائف لوسائل الاعلام في المجتمع وتتمثل في:

❖ **التشاور أو تبادل الآراء** : تشكل وسائل الاعلام منبرا للتشاور و تبادل الآراء و الافكار و القضايا، حيث تضطلع و سائل الاعلام بهذه الوظيفة لشرعنة أوضاع المجتمع.

❖ **دعم المعايير الاجتماعية** : يؤكد الباحثان أن هناك فجوة بين ما نقول وما نعمل في الواقع لدى فإن و سائل الاعلام تعمل على اعادة التأكيد على المعايير الاجتماعية من خلال الدعوة الى

معاقبة الخارجين عن هذه المعايير، حيث أن الانحرافات يمكن التسامح معها ما لم يتم فضحها ، فالنشر يسبب التوتر و التوتر يؤدي الى التغيير .

❖ **التخدير** : أكد الباحثان أن وسائل الاعلام يمكن أن تسبب خلاا وظيفيا أي تحدث أثر غير مرغوب فيها للمجتمع و أكد أن غمر الناس بالمعلومات من طرف وسائل الاعلام بدل إيقاظ الجمهور يؤدي في النهاية الى تخدير الجمهور وتحول معرفة الناس إلى معرف سلبية تسودها اللامبالاة. (حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد،2002،ص69)

3- رؤية "سوانسن" : يرى هذا الباحث أن استخدام وسيلة واحدة لا يمكن أن يحقق الاشباع المطلوب دون النظر الى المضمون دون النظر الى المضمون الذي تحتويه هذه الوسيلة و ما تقدمه من مضامين، فالدوافع التي تجعل الفرد يتعرض لسالة معينة أو وسيلة معينة تتوافق مع مكونات الفرد النفسية و الاجتماعية، فيقوم الفرد بتوجيه اهتمامه الى الوسيلة أو الرسالة تلقائيا دون تكلف في البحث أو الجهد، و عندما تختار فئة من الجمهور نوعا من الوسائل والمضامين فذلك مرتبط بدوافع معينة قد يدركها الجمهور و قد لا يدركها. (ديفلروروكيتش،1993،ص415)

رابعا: التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال ودورها في تحقيق التنمية:

لعبت التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال دورا حاسما في تعظيم دور الاعلام و تنويع وظائفه في المجتمعات، لأن الإعلام شهد نقلة نوعية من الوظيفة الكلاسيكية في نقل الأخبار و تغطية الأحداث إلى المساهمة في إعادة إنتاج الموروث الثقافي للمجتمعات و المساهمة في تشكيل الرأي العام وصولا إلى مفهوم الإعلام التنموي من خلال الشراكة بين الإعلام و التنمية في نشر و تجذير مفاهيم قيم إنسانية و حضارية عالمية من أجل قيام مجتمعات المعرفة و زاد في أهمية هذا الدور سهولة و سرعة الانتشار التي حققتها وسائل الإعلام المتعددة، ففقد استغرق الراديو 38 سنة للوصول إلى 50 مليون مستخدم بينما لم يحتاج الإنترنت لأكثر من 4 سنوات للوصول إلى نفس العدد من المستخدمين (سالم برقوق، زبيري رمضان، ب. س، ص87) و يمكن أن نوجز دور التكنولوجيات الحديثة في التنمية فيما يلي

1_ **الجانب التعليمي:** إن استخدام تقنيات التعلم عن بعد يؤدي إلى اكتساب الطلبة المعارف الأساسية بصورة أسرع من الأساليب التقليدية ومن الأسلوب تنحصر آثاره فيما يلي:

_ يساعد في تزويد الطلبة بالمعارف و المهارات الأساسية بشكل يؤدي إلى زيادة فرصهم في الحصول على وظائف

_ يستطيع نشر المعارف التي كانت حكرًا على المكتبات و في المدن الرئيسية دون غيرها في

كل مكان بسبب الأنترنت ، كما يشجع هذا الأسلوب على التدريب في جو تفاعلي

تساعد الأنترنت على تحويل المنازل إلى مكان لتلقي العلوم من خلال التعلم الجامعي

2_ **الجانب الصحي :** تساهم تكنولوجيا المعلومات من خلال الأنترنت في تحقيق التنمية في المجال الصحي من خلال:

_ تسهيل عمليات الاتصال السمعي البصري بين الأطباء في المستشفيات في أنحاء مختلفة من العالم

_ إمكانية تشخيص المشاكل الصحية عن بعد بواسطة الشاشات الموصولة بالأنترنت

_ عقد برامج تدريبية في الجامعات و المعاهد و المستشفيات

_ الحصول على استشارات طبية من أطباء بارعين في مناطق العالم المختلفة

3_ **الجانب الاعلامي و السياسي:** إن ثورة المعلومات المعاصرة قد شكلت و مازالت تشكل

خطرا على الأنظمة السياسية فالتدفق الحر و الواسع و الدائم للمعلومات يعتبر من صميم متطلبات

تحقيق التنمية السياسية و الاعلامية و ذلك بزيادة وعي و ادراك الناس ، كما يساعد على توجيه

الحكومات و تعديل سلوكها في الاستجابة لرغبات و حاجيات الناس

4_ **الجانب الاقتصادي:** تساهم ثورة المعلومات في إنجاح التنمية الاقتصادية بشكل كبير، خاصة

فيما يتعلق بدور الأنترنت حيث تضمن هذه الأخيرة في هذا الجانب

_ العمل على استحداث قطاعات اقتصادية جديدة معتمدة على التدفق المستمر للمعلومات ،

خاصة فيما يتعلق بالمجالات الاستثمارية و المالية

_ العمل على تكوين قطاعات مالية جديدة يتحتم معها إدخال تحسينات جديدة على النظام

الائتماني و المالي.

_ العمل على تحقيق التنمية الريفية السريعة

5_ **تطوير العنصر البشري:** هناك اتفاق عام على أن تكوين رأس المال البشري يعتبر أحد الأسباب الحيوية لإحداث التنمية الشاملة في الدول حيث تكشف مراجعة أدبيات إدارة الموارد البشرية عن التطور الجوهرى الذي طرأ على دورها و تأثيرها في تحقيق الفعالية الكلية للمنظمة في الوقت المعاصر، وذلك لمواكبة التطورات المتلاحقة التي تواجه المنظمات سواء في بيئة الأعمال أو المتغيرات التكنولوجية خاصة في مجال الاعلام و الاتصال و الاتجاه نحو العولمة، لأن فاعلية إدارة الموارد البشرية يعتمد على درجة نجاح المنظمة في إشباع متطلبات و أهداف الأطراف المتعددة (الداخلية و الخارجية) التي تتواصل معها المنظمة في تعاملاتها (العلاء، الموردين، العاملين، الملاك...)

خامسا: مكانة التنمية ضمن السياسة الاعلامية الجزائرية :

لقد فرض مفهوم التنمية نفسه في الخطاب السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي على المستويات الوطنية و الدولية ، كما فرض تأثيره على بناءات النظم الاجتماعية في هذه الدول و أهدافها و على رأسها نظم الاعلام التي حددت لها سياسات و أهداف التنمية بصفة عامة ، باعتبار وسائل الاعلام أداة من أدوات التوعية و الارشاد و التوجيه و التعليم الذي يستهدف إعادة بناء الوطن و المواطن من خلال برامج التنمية المتوالية، فالعلاقة بين أهداف التنمية و بين الرغبة في اقامة روابط مع وسائل الاتصال في المجتمع لتحقيق أهداف التنمية جعلت سياسات الاعلام في قلب التنمية الشاملة، وكافة المناقشات التي تدور حول سياسات الاعلام تقع في إطار التنمية الشاملة، ليصبح الهدف الاساسي هو ربط النشاط الاعلامي بالأهداف القومية للمجتمع، و بمأن الاعلام ليس قطاعا مستقلا ذاتيا و منفصلا داخل المجتمع فإن الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و بين أية طرق أو وسائل يستخدمها المجتمع في التنمية الشاملة هو ضروري لتطوير سياسات الاعلام، و غدت سياسات الاعلام تسير جنبا الى جنب مع سياسات التعليم و التربية و الثقافة و العلوم، و من ثم لم يعد في الامكان ترك الاعلام دون تخطيط أو رسم سياسة إعلامية لأن ذلك يؤدي الى عرقلة قضايا التنمية و الاقتصاد، و عليه أصبحت المؤسسات الاعلامية عاملا رئيسيا في تحديد سياسات الاعلام، بسبب ضخامة الاستثمارات و بسبب التقدم التكنولوجي في مجال

الإعلام (محمد السيد محمد، 1986، ص211) ، وهو ما كان للإعلام في الجزائر حيث تحول الإعلام الجزائري بمجرد إعلان الاستقلال من إعلان الاستقلال من اعلام حربي الى إلام بناء و تشييد و تنظيم المجتمع ، فكل تلك المشاكل التي خلفها الاستعمار كانت مطروحة أمام وسائل الاعلام الناشئة لتضع لها إطارا مع توعية الجماهير أن الثورة قد حققت الاستقلال لكن هناك معركة كبرى على الشعب أن يخوضها الى جانب السلطة للخروج من الوضع الذي خلقه لهم الاستعمار و هذا معناه أن تستمر على سواعتها من أجل البناء و التشييد وهي معركة أصعب من معركة القتال.

فقد بدأت جريدة "الشعب" و " المجاهد" اليومي و الاسبوعي يعمل في الاتجاه حاملين شعار التنمية، كما أنشأ على أثرها - غداة الاستقلال- مجموعة من الصحف مثل النصر بقسنطينة و الجمهورية بوهران لينخرطا في مسيرة النضال من أجل التنمية الشاملة، كما لعب الإعلام دورا أساسيا في الجانب التربوي فقد ورثت الجزائر عن الاستعمار أجيالا من الأميين، بما نسبته 75% الذين لا يعرفون لا القراءة و لا الكتابة ، فكان الاعلام الجزائري و يسانده في ذلك الاعلام العربي كله ليساهم في نشر التعليم بإصدار مثلا بعض الصفحات المشكولة لتسهيل القراءة على الأميين، كما شارك الإعلام بدخول مرحلة حرب البترول في بداية السبعينات من القرن الماضي، كما خاض معركة تنوير الرأي العام العالمي لحقوق البلدان المنتجة للنفط بعد تأميمه في الجزائر سنة 1974 حيث أكد أحقية الجزائر في سيادتها على ثرواتها الطبيعية، وهكذا خلق الاعلام الجزائري جوا ملائما تبنى فيه خيارات الوطن التنموية على كل الأصعدة، إلا أنه رغم ما قدمه الاعلام لخدمة أهداف التنمية الشاملة بالجزائر يعاب عليه التوجيه الايديولوجي الذي طغى عليه حيث كانت الصحافة حسب بعض الباحثين الجزائريين تقوم بدور التعبئة الجماهيرية و التوجيه الايديولوجي حسب رغبات و أفكار فئة سلطوية على الرغم من تعارضها في بعض الاحيان مع قيم و تقاليد المجتمع الجزائري، و قد أكد الميثاق الوطني الجزائري لسنة 1976 أهمية الدور التنموي للإعلام و كذا ميثاق 1986 ولكن هذا الأخير حاد عن دوره في بعث التنمية الشاملة و الرقابة على الفاسدين و كشف فضائح البيروقراطية المقبلة و حاد عن دوره الاعلامي و التربوي .(عباسة الجيلالي، 2002، ص109)

إن حق الفرد في المعرفة لا يقل أهمية عن حقه في الماء و الهواء، و هذا يفرض على السلطة الحاكمة في كل الاوقات الاتضع قيودا لحرية الإعلاميين في القول و البث و المعرفة، أن تقوم بإلغاء كل أنواع الرقابة سواء كانت سابقة للنشر أو لاحقة له ، و هذا يتطلب تدعيم حق الملكية الفردية لوسائل الاعلام و كفالة حق الاعلاميين (محي الدين عبد الحليم،2006،ص39)

سادسا: المهمات و المتطلبات الاساسية لنجاح الاعلام التنموي:

إن التخطيط للإعلام التنموي في إطار التنمية المستدامة يستلزم لتحقيق النجاح ما يلي:

- ضرورة انطلاق وسائل الاتصال الجماهيرية من فلسفة واضحة تحدد أهداف العملية الاعلامية و تكون ترجمة لاستراتيجية عامة للمجتمع تركز على المشاركة الفاعلة للجمهور.
- استخدام التقنيات الحديثة ووقف استنزاف العقول المهاجرة الى الخارج.
- توفير المعلومات للسكان عن التنمية و شروط نجاحها و كيفية انفاق المال العام و شرح القوانين و تبسيط الاجراءات إتاحة الفرص امام الناس للتعبير عن آرائهم أفكارهم حول المشاريع التنموية المسطرة.
- تقديم المعلومات بشكل دقيق و جذاب استخدام أساليب مشوقة من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الاعلامية في تحقيق الاهداف التنموية المنوطة بها.
- توزيع و سائل الاعلام المتعلقة بالتنمية بشكل جغرافي يتناسب مع مساحة البلد بحيث يشمل كل المناطق و النواحي.
- تأمين الكادر الاعلامي المتخصص من خلال الاعتماد على العناصر المدربة من خريجي الجامعات و المعاهد المختصة.
- توفير المعلومات والاحصائيات التفصيلية للإعلاميين عن المناطق التي خطط لتنميتها لإعطائها القدر المناسب من التغطية و المعالجة الاعلامية.
- إعادة النظر في القوانين و التشريعات المنظمة للعمل الاعلامي بما يجعلها أكثر مرونة من أجل اطلاق حرية الفكر و التعبير. (فوزية حجاب حربي،2016،ص24-25)
- ولتحقيق المتطلبات السابقة يجب ان يتسم الاعلام و الاتصال في اعتماده على التكنولوجيات الحديثة بسمات عديدة أهمها:

1-التفاعلية **Interactivity**:حيث يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار، ويطلق على المرسلين لفظ

المشاركين بدلاً من المصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية.

2-التفتيت **Demystification**: (النظر إلى الجمهور ليس بوصفه كتلة) وتعني تعداد الرسائل

التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلاً من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة.

3-اللا تزامنية **Asynchronization**: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في الوقت

المناسب للفرد المستخدم للاتصال، ففي حالة البريد الإلكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن وجود متلقي الرسالة في وقت معين.

4-الحركة والمرونة **Mobility**: حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان مثل

الحاسبات الشخصية وآلات التصوير المحمولة والهاتف النقال.

5-قابلية التحويل **Convertibility**: حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات

المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة والعكس.

6-قابلية التوصليل **Connectivity**: وتعني إمكانية دمج الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض

النظر عن الشركة الصانعة.

7-الانتشار (الحضور الكلي) **Ubiquity**: ويعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف

وإضافات إلى وسائل ضرورية ووظيفية، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار التليفون المحمول وعلى نطاق واسع.

8-الكونية **Globalization** : حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان

والمكان والرقابة.

9-السرعة في إنجاز الاتصال: فتم الانتقال من مراحل المتعددة إلى أسلوب المرحلة الواحدة.

10-التنظيم: حيث أصبحت معالجة البيانات بطريقة رقمية أكثر سهولة في تنظيمها.

11-التكثيف : حيث أصبح بمقدور القائمين بالاتصال إمداد المتلقين بجرعات متعددة الأوجه

ومفتوحة الاحتمالات.

12-الشمول والاشتراك: استطاع الإعلام والاتصال أن يقدم أشياء كثيرة من وجهات نظر متباينة يشترك فيها من يرغب بذلك.

13 – الفردية في مقابل الجماعية: حيث أخذنا نتعاطى مع وسائل الإعلام والاتصال بصورة فردية (الحاسوب، الهاتف، المذياع...) مع أنها كانت في الأساس وسائل استخدام جماعية.

14-عمومية المعرفة: اختزل الإعلام والاتصال الانعزال العقلي المعرفي للناس إلى الحد الأدنى، وأدت الوسائل الحديثة للاتصال إلى الإسراع بنشر المعلومات إلى الحد الذي نستطيع معه في المستقبل البعيد أن نتوقع أنه لن يوجد فرد أو جماعة سوف يكون في مقدورها الهرب من تلك التأثيرات.

15- هيمنة طابع الإثارة: لجذب أكبر قاعدة عريضة من الجماهير، فالإثارة مدخل خصب من المداخل التي تضمن استمرار المنتج الإعلامي.

16- سيادة المادة الإعلانية: الإعلان هو البوابة الذهبية لمراكمة المزيد من رأس المال ومضاعفة الأرباح، وتمجيد القدرة الشرائية للمستهلك.

17- صناعة الرأي العام: تجري صناعة الرأي العام وفق مقاسات الهدف الأساسي المحدد من قبل الطبقة السياسية والاقتصادية والاجتماعية المهيمنة، كما تتم وفق مقاسات الجمهور الذي لم يعد يشكل كتلة كبيرة متماسكة.

18-انتصار الصورة: تحول الوسائل العارضة للصور من وضع المنافس للوسائل المطبوعة إلى وضع المنتصر، فأصبحت تحجز الجزء الأكبر من أوقات الناس منشدين باستلاب للمشاهدة، هذا الوضع أعاد صياغة اقتصاديات الزمن اليومي الذي يمنح مؤشراً على سيادة الصورة على ما هو مكتوب، فهي تشبع الخيال بأقل جهد فكري ممكن بذله على حساب الفهم والتحليل والنقد.

19-الاستهلاك: تنامي القيمة النقدية للمنتجات والسلع المتداولة وتبضيع كل منتج انطلاقاً من قاعدة ضرورة تراكم رأس المال، أد إلى تحول ضروري في الرأسمالية فكراً

وممارسة من طور التبادل التجاري إلى طور ترسيخ السلوك الاستهلاكي. (محمد خليل الرفاعي، 2011، ص712-713)

خاتمة :

من المؤكد بأن وسائل الإعلام ليست هي القوة الوحيدة التي تؤدي إلى فاعلية التحول والتغير الاجتماعي في المجتمعات ، إنما تعد القوة الأكبر، التي تكفل نجاح التنمية التي تسعى إلى التقدم والنمو وتحقيق الإقناع والتأثير المطلوبين في أي عملية تغيير مجتمعي وبالنظر لما تقدم يوصي الباحثان بما يلي:

- 1- العمل على مشاركة خبراء في مجال الإعلام والتربية وعلم النفس والاجتماع والقانون والتاريخ و الاقتصاد ... تتكامل جهودهم ورؤاهم في إعداد مواد إعلامية إيجابية يحقق نشرها وعرضها بالوسائل الإعلامية المختلفة آثارا إيجابية على مستوى التنمية المستدامة للمجتمع.
- 2- تحديد الأهداف الإعلامية المطلوبة بدقة وتقسيمها مرحلياً وزمنياً بحيث يشعر الناس بأن هناك مشكلة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحياتهم وحياة أبنائهم وسلامتهم وسلامة المجتمع وأمنه، وتكامل هذه الأهداف مع أهداف مؤسسات التنمية الاجتماعية، والسعي لتحقيقها على نحو متزامن.
- 3- الجدولة الجيدة لمضامين النشاط الإعلامي بما يحقق الاستمرارية والاتساق والشمول والتنوع والتركيز، فلا يكفي عرض المضامين المتنوعة في الوسائل المتنوعة، ولا بد أن تتعدد النشاطات الإعلامية ويكمل بعضها بعضاً في مجالات التنمية.
- 4 - عندما تتداول ما تنشره وسائل الإعلام والاتصال حول التنمية، يمكن استحداث آلية لاستبدال المعلومات الخطأ حول كثير من الأشياء بمفاهيم صحيحة ودقيقة، وتصحيح الخطأ قبل شيوعه أجدى من معالجة آثاره.

المراجع :

- 1- إبراهيم إسماعيل حسين الحديد،2010،دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تنمية الموارد البشرية في الاردن، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة تلمسان، الجزائر.
- 2- حسن عماد مكاي و ليلي حسين السيد،2002،الإتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية البنانية،ط3، القاهرة ،مصر.
- 3- زهير إحدان،2007،مدخل لعلوم الاعلام و الاتصال،ط4،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 4- سالم برقوق و الزبيري رمضان، 2015،الاعلام التنموي و دوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة دراسات،العدد2، فيفري 2015.
- 5- عباسة الجيلالي،2002،سلطة الصحافة في الجزائر-الحرية، الرقابة و التعقيم-، مؤسسة الجزائر للكتاب، دار الغرب، وهران، الجزائر.
- 6- محمد خليل الرفاعي،2011،دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية، مجلة جامعة دمشق،مجلد27، العدد الاولو الثاني، سوريا.
- 7- محمد سيد محمد،1986،المسؤولية الاعلامية في الاسلام،ط2،المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر.
- 8- محي الدين عبد الحليم،2006،قانون الاعلام و تكنولوجيا الاتصال، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، مصر.
- 9- ميلفين ل، ديفليير و ساندرابول روكيتش،1993،نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر، القاهرة.