

دور وسائل الإعلام المحلي في تنمية الاقتصاد المحلي: دراسة تحليلية لواقع الإعلام في ولاية الجلفة

The Role of Local Media in Developing the Local Economy : An Analytical Study of the Media Reality in Djelfa Province

عمران عمراوي

جامعة الزيتونة كلية الاعلام –ليبيا-

تاريخ النشر 18-07-2025	تاريخ القبول : 30-06-2025	تاريخ الارسال: 20-06-2025
------------------------	---------------------------	---------------------------

ملخص:

يتناول المقال دور وسائل الإعلام، خاصة المحلية، في دعم الاقتصاد المحلي ضمن السياقات الجغرافية والاجتماعية، من خلال دراسة حالة ولاية الجلفة بالجزائر. ويبرز كيف يسهم الإعلام، بمختلف أنواعه، في نشر الوعي الاقتصادي، وتحفيز الاستثمار، والترويج للمبادرات التنموية، لاسيما في المناطق الداخلية ذات الأنشطة الاقتصادية البسيطة. كما يوضح كيف يمكن للإعلام المحلي أن يعزز التفاعل مع السوق، ويشجع المنافسة بين المنتجين، بما يدعم الاندماج الاقتصادي والتماسك الاجتماعي، ويؤكد المقال في نهايته على ضرورة تكامل الإعلام مع جهود التنمية لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: اعلام محلي، اقتصاد محلي، تنمية، استثمار ، تماسك اجتماعي

This article explores the crucial role that media—particularly local media—plays in supporting and developing the local economy within specific geographic and social contexts, with a focus on the case of Djelfa Province in Algeria. It highlights how various forms of media, both traditional and digital, formal and informal, contribute to raising economic awareness, promoting investment, and communicating developmental initiatives, especially in regions dependent on basic economic activities such as agriculture, crafts, and services. The study shows how local media can foster market engagement, encourage competition among local producers, and support economic integration. The article concludes by emphasizing the need for greater synergy between media and local economic development to achieve social and economic stability.

Opening Words : Local Media, Local Economy, Development, Investment, Social Cohesion

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورًا كبيرًا في وسائل الإعلام وتوسعًا غير مسبوق في قدراتها على التأثير في المجتمعات، ليس فقط من الناحية الثقافية والسياسية، بل أيضًا في المجالات الاقتصادية و التنمية¹. وعلى الرغم من أن الإعلام بأنواعه العديدة التقليدي والجديد، وكذا الجماهيري الخاص والرسمي وغير الرسمي، كل بحسب مفهومه وتوجهه، نجد أن مجموعها يصب في كونه عملية نقل المعلومات والآراء وتقديمها بشكل واضح ومفهوم للجمهور، سيما إذا ما تعلق الأمر بالجانب الاقتصادي الذي يعتبر أحد أبرز النقاط التي يركز عليها الفرد المتابع لما تملّيه الساحة من إمكانيات مادية لدى الجمهور الاجتماعي المتابع لكل ما هو جديد بمحتوى الصدق والدقة والصراحة مع عرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة المحلية أو العامة.

وتعد وسائل الإعلام المحلية أحد أهم الركائز في دفع عجلة التنمية على مستوى المناطق الداخلية، حيث تلعب دورًا في نقل المعلومات، تحفيز الاستثمار، وتسهيل الضوء على المبادرات والمشاريع الاقتصادية لتطوير الذات وتعميم المعلومات لدى الأفراد الفاعلين والمتفاعلين مع وسائل الإعلام لمعرفة جديد الساحة الاقتصادية المحلية، لتظهر نقطة ارتكاز الإعلام المحلي على الاقتصاد المحلي كونه يحيط بعقلانية المجتمع، وكذا مجموع المنتجات الاقتصادية المتواجدة في تلك المنطقة بحد ذاتها. إن الباحث في خضم الموضوع يتوجب عليه الإلمام بالمفهوم العام لما يعرف بالاقتصاد المحلي، والذي يعرف بأنه نقطة البداية لكل نظام اقتصادي إذ يعتمد على الديناميات التي تتحكم في المدن الصغيرة والقرى والمناطق ذات الطبيعة المحلية، والتي غالبًا ما تكون محددة بنطاق جغرافي صغير، إذ يعتمد الاقتصاد المحلي على الأنشطة الاقتصادية البسيطة مثل الزراعة والصناعات الحرفية والخدمات الصغيرة التي تلبي احتياجات السكان المحليين. وتحظى ولاية الجلفة، باعتبارها إحدى الولايات الجزائرية ذات الثقل السكاني والاقتصادي، باهتمام متزايد في مجال التنمية المحلية من أجل القضاء على التكتلات الاجتماعية وتحفيزها على طلب المنتج المعروض على سبيل التمثيل لا الحصر مع إبراز أسس عامة هامة ودقيقة لإيصال الفكر الاقتصادي لدى الفرد المستهلك لتلك المادة المساهمة في رفع حركية الاقتصاد المحلي من أجل خلق روح منافسة بين الشركات المنتجة، والتي يتوجب عليها الارتكاز على العملية الإعلامية لإبراز منتجاتها واستقطاب جمهورها المستهلك.

إشكالية الدراسة:

يعتبر الاقتصاد أحد الأمور المهمة التي تركز على دعم المجتمع، إذ لا يمكن لأي فرد أن يعيش بدون اقتصاد، فهو أمر ضروري وفعال بدرجة كافية لتلبية الاحتياجات الأساسية على أقل تقدير. فقد وُجد الاقتصاد لغرض تنظيم متطلبات الناس وفقاً لتغير ظروف حياتهم المعيشية. وبالتالي فإن لكل مجتمع اقتصاده الخاص، ويعكس كل اقتصاد احتياجات المجتمع وسماته الثقافية، فضلاً عن السمات الرئيسية للحضارة التي يعيش فيها. إن هذا المنظور للاقتصاد هو من المنظور الاجتماعي، أما منظور الدارس في مجال الاقتصاد بشكل أعمق فيوحي بأن الاقتصاد المحلي هو فرع في الاقتصاد ويعني اقتصاد المنطقة الجغرافية المحيطة بمكان الإقامة، الذي يؤثر في حياة الأشخاص المقيمين ضمنها من النواحي المالية والاجتماعية والاقتصادية². في الاقتصاد المحلي تكون الأعمال (شركات أو متاجر وغيرها) مملوكة لأشخاص هم أيضاً جزء من المجتمع. (ويليام جيمس بوتز، تأثيرات الاعلام الرقمي، مركز الجزيرة للدراسات، 2021، ص154)

موقع مجرة، الاقتصاد المحلي.

تتجلى لنا نقطة ارتكاز الإعلام المحلي في أنه نقل الأخبار والمعلومات والأحداث التي تهم منطقة جغرافية محددة، مثل مدينة أو محافظة، ويعمل على تلبية احتياجات واهتمامات مجتمعها المحلي. لتتضح أهميته في عديد النقاط، منها التواصل الاجتماعي، والتنمية المحلية، وتعزيز قيم المواطنة، ومواجهة التحديات المحيطة بالمجتمع، والتعبير عن الهوية الوطنية. غير أن الإشكالية التي تعتبر بمثابة بناء عام لموضوعنا تظهر لنا من منطلق الدراسة والتحليل من أجل الإثراء أكثر، وفقاً لمجموع الوسائل الإعلامية المحلية المتواجدة بالولاية، نجد الإذاعة المحلية، والصحف، والمواقع الإلكترونية. لئلا نستصاغ الإشكالية بشكل أعمق عن ولاية الجلفة كنموذج للدراسة على النحو التالي:

كيف تساهم وسائل الإعلام المحلية المتواجدة بولاية الجلفة في تنمية الاقتصاد المحلي؟

تساؤلات الدراسة:

وتتفرع عن الإشكالية تساؤلات على النحو التالي:

هل هناك علاقة بين أداء الإعلام المحلي وتحفيز النشاط الاقتصادي في ولاية الجلفة؟

ما هي العوائق التي يعاني منها الإعلام من خلال التغطية الإعلامية المحلية؟

كيف تؤثر محدودية التكوين وعدم توفر الإمكانيات في عدم إيصال الرسالة الاقتصادية للجمهور؟

فرضيات الدراسة:

تضمن موضوع بحثنا الفرضيات التالية:

وجود علاقة إيجابية بين أداء الإعلام المحلي وتحفيز النشاط الاقتصادي في ولاية الجلفة.

العوائق التي يعاني منها الإعلام من خلال التغطية الإعلامية المحلية.

محدودية التكوين وعدم توفر الإمكانيات في عدم إيصال الرسالة الاقتصادية للجمهور.

أهداف الدراسة:

ترتكز أهداف موضوعنا على ما يلي:

تحديد طبيعة العلاقة بين الإعلام والتنمية الاقتصادية المحلية.

دراسة واقع الإعلام المحلي في الجلفة من حيث التغطية الاقتصادية.

تقديم مقترحات لتحسين أداء الإعلام في خدمة الاقتصاد المحلي.

تحديد المصطلحات:

الديناميات: مذهب ثقافي يطبق مفاهيم التحليل النفسي على دراسة السلوك أو السمات الثقافية، بمعنى تأثير التكوينات

النفسية اللاواعية على تنظيم الظواهر الثقافية.

المستهلك: هو كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد

معه بهذا الخصوص.

الفكر الاقتصادي: هو حصيلة الآراء والغايات المتعلقة بالمواضيع الاقتصادية، لا سيما السياسات العامة التي تخطر في الرأي العام في مختلف الأزمنة والأماكن. (وزارة الاتصال الجزائرية. (2023). تقرير الأداء السنوي للإعلام المحلي)

الفرع الأول: الإطار النظري والمفاهيمي

1.1 الإعلام المحلي: المفهوم والدور

الإعلام المحلي هو ذلك النوع من الإعلام الذي يهتم بالشؤون المحلية لمجتمع معين، وينقل قضايا اليومية، الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويُعبر عن خصوصياته، ويرتكز على إنتاج وتوزيع الأخبار والمعلومات التي تتعلق بمجتمع أو منطقة جغرافية محدّدة، ويشمل ذلك الصحف المحلية، المحطات الإذاعية، القنوات التلفزيونية، والمواقع الإلكترونية، ويهدف الإعلام المحلي إلى تعزيز الوعي بالقضايا المحلية، دعم المشاركة الاجتماعية، وتوفير منصة للتعبير عن آراء المواطنين، مما يساهم في تشكيل الهوية المحلية وتعزيز الروابط الاجتماعية، كونه وسيلة لنقل انشغالات المواطنين وصوتهم إلى الجهات المسؤولة، وفي الوقت نفسه يُعرّف سكان المنطقة على الفرص الاقتصادية والاجتماعية المتاحة. (بوزيدي، فوزي. (2019) دور الإعلام في التنمية المحلية. مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الجزائر 3.)

يلعب الإعلام المحلي دوراً حيوياً في المجتمعات، ويتجلى ذلك في عدة جوانب:

1. توفير المعلومات: إذ يقوم بإعطاء وتزويد المجتمع بأخبار ومعلومات دقيقة حول الأحداث المحلية، لمساعدة الأفراد على البقاء على اطلاع بكل ما هو جديد ويخدم محيطهم.
2. تعزيز المشاركة المدنية: يعمل الإعلام المحلي على تعزيز روح المشاركة في الأنشطة السياسية والاجتماعية.
3. التفاعل مع الجمهور: يُوفّر منصات للتفاعل بين الجمهور وصانعي القرار.
4. تعزيز التعاون الاجتماعي: يعمل الإعلام المحلي على بناء جسور التواصل بين مختلف فئات المجتمع، مما يساهم في تعزيز التعاون والتضامن.
5. دعم الهوية الثقافية: الإعلام يعمل على نشر وترويج الثقافة والفعاليات المحلية، مما يُعزّز الهوية الثقافية للمنطقة.
6. تقديم الخدمات الإعلامية: هذه الخدمات تشمل الإعلانات، وتغطية الفعاليات المحلية، وتقديم منصات للمؤسسات المحلية لترويج منتجاتها.

عموماً، وبشكلٍ مبسّطٍ، نفهمُ من مجملِ النقاطِ السابقةِ أنّ الإعلامَ المحليَّ يُشكّلُ جزءاً أساسياً من النسيجِ الاجتماعيِّ والاقتصاديِّ والسياسيّ في أيِّ مجتمع، كما يُعتبر أداةً أساسيةً لتعزيزِ التنميةِ المستدامةِ وتعزيزِ الوعيِ المجتمعيِّ داخل المجتمع.

الإعلام والتنمية الاقتصادية:

باعتبار أن الإعلام يرقى إلى أن يكون أداة قوية لتعزيز التنمية الاقتصادية بمجتمعنا، على الرغم من أنها وسيلة لنقل المعلومات، فإننا نلمس فيه زيادة الوعي، إذ يساعد في نشر الفكر الاقتصادي، سواء كانت في مجالات الاستثمار أو الوظائف أو المشاريع الصغيرة، ويعمل على تسليط الضوء على الابتكارات المحلية والدولية، مما يشجع رواد الأعمال والمستثمرين على استكشاف الأفكار الجديدة، كما يُسهم في زرع المعرفة المالية للأفراد والشركات، مما يُسهّل في اتخاذ قرارات اقتصادية مستنيرة. أيضاً، الإعلام يقوم بنقاش القضايا الاقتصادية الهامة مثل البطالة والفقر والتمييز الاقتصادي، مما يُحفز الحوار حول الحلول الممكنة.

يمكننا حصر بعض النقاط المتعلقة بدور الإعلام فيما يلي:

نقل المعلومات الاقتصادية: التعريف بالفرص الاستثمارية والمشاريع التنموية.

الترويج للمنتجات المحلية: دعم الصناعة التقليدية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المساءلة والمتابعة: مراقبة تنفيذ المشاريع التنموية وفضح الفساد الاقتصادي.

تغيير سلوك الجمهور: توجيه الأفراد نحو ثقافة الاستهلاك المحلي والاستثمار.

ومن منطلق ذلك، فإن الإعلام يواجه عدة تحديات في مجاله المتعلق بالتنمية الاقتصادية، فالمؤسسات الإعلامية في

البلدان النامية تعاني من نقص الموارد المالية والبشرية، مما يؤثر على قدرتها على تغطية القضايا الاقتصادية بشكل

شامل. أيضاً، هناك صعوبة في تقديم معلومات موضوعية، حيث يمكن أن تؤثر المصالح الاقتصادية أو السياسية على

تغطيته. في بعض الأحيان، تكون المعلومات الاقتصادية حساسة أو مفقودة، مما يجعل من الصعب على وسائل الإعلام

تقديم تقارير دقيقة وشاملة¹. قد يفتقر الصحفيون إلى التدريب الكافي أو الخبرة في القضايا الاقتصادية المعقدة، مما

يؤدي إلى تغطية سطحية أو غير دقيقة. في كثير من الأحيان، تركز وسائل الإعلام على الأخبار السلبية، مما يمكن

أن يخلق انطباعاً سلبيًا عن الاقتصاد المحلي ويقلل من الثقة العامة. مع تطور وسائل الإعلام الرقمية والشبكات الاجتماعية، يتعين على المؤسسات الإعلامية التكيف مع هذه التغيرات، وقد تواجه صعوبات في ضبط استراتيجياتها. قد يكون من الصعب أحياناً تحويل القضايا الاقتصادية المعقدة إلى محتوى يمكن للجمهور العادي فهمه، مما يؤدي إلى فجوة في الفهم العام. (الشمري، عبد الله. (2018). الإعلام التنموي ودوره في دعم خطط التنمية المستدامة. مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة بغداد، العراق).

هذه التحديات تتطلب استراتيجيات فعالة من قبل وسائل الإعلام لتعزيز دورها في دعم التنمية الاقتصادية وتحقيق الأثر الإيجابي على المجتمع.

الفرع الثاني: واقع الإعلام المحلي في ولاية الجلفة

1/2- لمحة عن الوضع الاقتصادي في ولاية الجلفة:

تُعدّ الجلفة من الولايات التي تعرف كثافة سكانية عالية، مع تنوّع اقتصادي نسبي يعتمد على الزراعة، وتربية المواشي، وبعض المشاريع الصغيرة. إلا أنّ التنمية الاقتصادية لا تزال تواجه تحديات، مثل ضعف البنية التحتية وغياب الدعم الإعلامي الفعّال. ولاية الجلفة تقع على بُعد 200 كلم جنوب الجزائر العاصمة، وتحتل موقعاً استراتيجياً هاماً يربط الشمال بالجنوب والشرق بالغرب، وتتربّع على مساحة قدرها 32256.35 كلم²، ويبلغ تعداد سكانها ما يقارب مليوناً ونصف مليون نسمة، ويبلغ عدد بلدياتها 36 بلدية. كل هذه المميّزات الجغرافية والسكانية تجعل منها ولاية جاذبة للاستثمار في العديد من القطاعات، سواء كانت في القطاع الفلاحي أو القطاع الصناعي أو حتى في القطاع السياحي، حيث تمكّنها هذه الإمكانيات، لو تم استغلالها استغلالاً أمثل، من تحقيق أمنها الغذائي المحلي، والقضاء على جزء كبير من البطالة، وتوفير العديد من مناصب الشغل.

2.2 / خريطة وسائل الإعلام المحلية:

يوجد في أي ولاية من ولايات الوطن العديد من وسائل الإعلام، والتي تساهم بشكل كبير في إيصال المعلومة، والحيلولة دون الربط بين متطلبات الجمهور والمسؤول. أيضاً، تلعب دوراً فعّالاً في إيصال رسالة إعلامية نزيهة، موضوعية، ودقيقة، من خلال إعطاء معلومات حول مناصب الشغل، إشهارات سياحية، وتوجهات اقتصادية تساهم بشكل فعّال في

القضاء على البطالة، وزيادة وتيرة عمل المؤسسات، ومنه زيادة اقتصاد الولاية 1 . تبقى هذه الخطوات من بين مهام الوسيلة الإعلامية، إذاعة كانت أم تلفزيونًا أو صحفًا بتعددتها واختلافها. إذ تتوفر ولاية الجلفة على: إذاعة محلية رسمية، وعدد من الصحف الورقية والإلكترونية المحلية، يديرها ناشطون إعلاميون محليون.

2-3/ تحليل مضمون إعلامي:

أظهرت دراسة تحليل مضمون لعدد من المواقع المحلية أنّ التغطية الاقتصادية تشكّل أقل من 15% من المحتوى العام، وغالبًا ما تكون تغطية إخبارية سطحية أو بروتوكولية لمناسبات رسمية، دون تحقيقات ميدانية معمّقة أو تقارير تحليلية. نتائج مقابلات ميدانية:

من خلال مقابلات مع صحفيين محليين وبعض الفاعلين الاقتصاديين، تم تسجيل الآتي. ضعف في التكوين الإعلامي المتخصّص في الاقتصاد.

غياب شراكات بين الإعلام المحلي والغرف التجارية أو البلديات.

الفرع الثالث: التحديات والآفاق المستقبلية

3-1/ التحديات التي تواجه الإعلام المحلي:

يواجه الاعلام المحلي العديد من التحديات التي تؤثر على فعاليته وقدرته على تغطية الاحداث بشكل شامل ودقيق من بين هذه التحديات نجد:

1/ المنافسة مع وسائل الاعلام الكبرى: اذ تتعرض وسائل الاعلام المحلية لمنافسة من قبل وسائل الاعلام الكبرى.

2/ المصداقية والثقة: في ظل انتشار الاخبار الزائفة تواجه وسائل الاعلام المحلية تحديات في الحفاظ على مصداقيتها وكسب ثقة الجمهور .

3/ تغيرات سلوك الجمهور: يتغير سلوك الجمهور في استهلاك الاخبار حيث يفضل الكثيرون الحصول على الاخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي مما يؤثر على عدد المشاهدين والقراء التقليديين.(بن عيسى، نبيلة. (2021). الإعلام المحلي وأثره في التنمية الاجتماعية والاقتصادية في الجزائر. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة.)

4/ التكنولوجيا والتحول الرقمي: يجب على وسائل الاعلام المحلية التكيف مع التغيرات التكنولوجية السريعة ومتطلبات الجمهور الرقمي وهو ما يتطلب استثمارات كبيرة في التكنولوجيا.

5/ نقص التمويل والدعم: ضعف الميزانيات المخصصة للمؤسسات الإعلامية الصغيرة.

6/ غياب التكوين المتخصص: قلة الدورات التدريبية في الإعلام الاقتصادي.

7/ لرقابة الذاتية والمؤسساتية: القيود المفروضة على التغطية النقدية للشأن الاقتصادي.

3-2/ فرص التحسين والتطوير:

ان من المتفق عليه عموما انه من خلال أي تخصص يتوجب عليه تحسين وتطوير ذاته من اجل زيادة فرص

النجاح والرقى وهذا ما لمسناه حقيقة من خلال تحليلنا لموضوع بحثنا لنجد انه من الضروري ان يتم:

- عقد شراكات مع الفاعلين الاقتصاديين: مثل غرف التجارة، البلديات، المؤسسات المصغرة.
- تعزيز التكوين: توفير دورات متخصصة في الصحافة الاقتصادية للصحفيين المحليين.
- استخدام الإعلام الرقمي: توسيع النشر عبر الوسائط الرقمية لتجاوز القيود الورقية.

الفرع الرابع: الاعلام المحلي الرقمي

4-1/ اصطلاح ومفهوم الاعلام المحلي الرقمي:

يشير مفهوم الاعلام المحلي الرقمي على انه استخدام الوسائط الرقمية لنقل الأخبار والمعلومات والخدمات

الإعلامية ضمن نطاق جغرافي محدود، مثل مدينة أو منطقة أو حتى مجتمع محلي صغير. هذا النوع من الإعلام يشكل

جزءاً مهماً من المشهد الإعلامي الحديث، خاصة مع تطور التكنولوجيا ووسائل الاتصال من منطلق ذلك يمكننا القول

بانه هو الإعلام الذي يُنتج ويُوَجَّه إلى جمهور المحلي باستخدام الوسائط الرقمية، مثل المواقع الإلكترونية، وتطبيقات

الهواتف الذكية، ومنصات التواصل الاجتماعي، ويهتم بالشؤون والقضايا اليومية التي تهم سكان منطقة معينة ليبقى هذا

كله وصف عام لما تمليه الساحة الاعلامية لذ يعتبر الاعلام الرقمي نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي

في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف، ويتميز عنه بأنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة تتمثل في

الدمج بين وسائل الاتصال التقليدية المختلفة وجعلها في وسيلة واحدة، من أجل إيصال المضامين المطلوبة بأشكال

متميزة، ومؤثرة.

4-2/ خصائص الإعلام الرقمي المحلي:

ان من ضمن الخصائص التي يتجه اليها الاعلام المحلي الرقمي نجد:

التركيز الجغرافي: يركز على أخبار المجتمع المحلي، مثل القضايا البلدية، الأحداث المجتمعية، النشاطات الثقافية،

وحياة السكان. (حسن النجار، فاضل القرشي، 2017، الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة.)

استخدام الوسائط الرقمية: مثل الفيديو، الصوت، التدوين، والصور التفاعلية لنشر المحتوى.

السرعة والتحديث الفوري: قدرة على نقل الأحداث المحلية بشكل فوري تقريباً.

المشاركة المجتمعية: الجمهور المحلي لا يكون فقط مستهلكاً، بل قد يكون مساهماً في إنتاج المحتوى (صحافة المواطن).

سهولة الوصول: عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ما يسهل على الناس متابعة الأخبار دون الحاجة إلى صحف أو بث تقليدي.

كل هذه الخصائص تعتبر نقاط رئيسية تساهم بشكل فعال في سير العملية الاعلامية لتعبيد طريق الوصول الى المتلقي بشكل خاص كهدف يتوجب الارتكاز عليه.

4-3/ أهمية الاعلام الرقمي:

تتجلى أهمية الإعلام الرقمي في كونه أحد أبرز التحولات في عالم الاتصال والمعلومات خلال القرن الحادي

والعشرين، نظراً لما يمتلكه من خصائص جعلته أكثر تأثيراً وانتشاراً مقارنة بالإعلام التقليدي، كما انه يعطي إمكانية

للأفراد والمؤسسات بأن يكونوا أكثر حرية في إنتاج المحتوى وتوزيعه، وبشكل ثورة في طبيعة العلاقة بين المرسل

والمتلقي، مما يمنح الإعلام بعداً ديمقراطياً وتفاعلياً غير مسبوق 1.

فدتكون مجمل هذه النقاط من ضمن الركائز التي يتجه اليها الاعلام الرقمي لسير العملية الاعلامية بشكل متقن و

واضح فنجد:

سرعة الوصول إلى الجمهور: يتيح الإعلام الرقمي نشر الأخبار والمعلومات لحظة حدوثها، دون الحاجة إلى وقت

طويل للإعداد أو الطباعة أو البث التقليدي. (يوفر تحديثاً لحظياً للمحتوى) .

التفاعلية والمشاركة: الجمهور لم يعد متلقياً سلبياً، بل أصبح مشاركاً فاعلاً من خلال التعليقات، المشاركة، وإنتاج المحتوى (صحافة المواطن). (وسائل التواصل الاجتماعي أتاحت للأفراد التعبير عن آرائهم ومناقشة القضايا العامة). تخفيض التكاليف: الإعلام الرقمي أقل تكلفة من الإعلام الورقي أو الإذاعي/التلفزيوني، مما جعله وسيلة مفضلة للأفراد والمؤسسات الناشئة.

الوصول العالمي والانتشار الواسع: الإعلام الرقمي لا يعرف حدوداً جغرافية، إذ يمكن لأي شخص في العالم الوصول إلى المحتوى. (يعزز من التواصل الثقافي العالمي).

التنوع في الوسائط والأساليب: يمكن من دمج النصوص، الصور، الفيديو، الرسوم المتحركة، والبودكاست في رسالة إعلامية واحدة. (يزيد من جاذبية المحتوى وتأثيره على الجمهور).

إتاحة المعلومات والبيانات الضخمة: الإعلام الرقمي يسهل الوصول إلى قواعد البيانات الضخمة والمعلومات التفاعلية، مما يخدم البحث العلمي، والصحافة الاستقصائية، وصناعة القرار.

دعم الحريات والتعبير: يوفر مساحة أكبر لحرية التعبير خاصة في البيئات التي تعاني من تقييد الإعلام التقليدي. يتيح للأقليات والمجتمعات المهمشة أن يكون لها صوت.

4-4/ تحديات الاعلام الرقمي المحلي:

يواجه الإعلام الرقمي المحلي تحديات متعددة، أبرزها ضعف التمويل، ونقص الكفاءات، وغياب الإطار القانوني المنظم، بالإضافة إلى منافسة شرسة مع وسائل الإعلام الكبرى، ما يجعل استدامته وتطوره مرهونين بمدى قدرته على التكيف مع المتغيرات الرقمية وتبني مقاربات مهنية ومجتمعية متينة أيضاً يعتبر ضعف التمويل و الاستدامة المالية احد التحديات التي تواجه الاعلام الرقمي فغالباً ما يكون الإعلام المحلي الرقمي مبادرات فردية أو مجتمعية صغيرة تقتصر إلى دعم مالي مستقر مع صعوبة الحصول على الإعلانات أو الدعم المؤسسي مقارنة بالإعلام الوطني أو الدولي. (حسن النجار، فاضل القريشي، 2017، الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة). ، و في السياق ذاته فان لنقص الكفاءات الدور الفعال في صعوبة السير الحسن للعملية الاعلامية فكثير من القائمين على هذه المبادرات لا يمتلكون تكويناً إعلامياً احترافياً مع ضعف في مهارات الإنتاج الرقمي، والتحقق من المعلومات، وإدارة المحتوى التفاعلي أيضاً تزامنا و غياب التشريعات الداعمة فان هذه النقطة أيضاً تعتبر حساسة بيد ان بعض القوانين لا تزال غامضة أو غير محدثة لتواكب

تطورات الإعلام الرقمي مع غياب إطار قانوني يحمي الصحفيين الرقميين المحليين أو يُعطيهم شرعية كذلك فإن المنافسة مع الإعلام الأكبر يشكل صعوبة التنافس مع المؤسسات الإعلامية العالمية التي تملك موارد ضخمة وتقنيات متطورة اذ ان الجمهور يميل غالبًا للمصادر التي تبدو أكثر مهنية وانتشارًا.

خاتمة:

تُظهر نتائج هذه الدراسة أن الإعلام المحلي في ولاية الجلفة لم يَرَقْ بعدُ إلى مستوى المساهمة الفعّالة في التنمية الاقتصادية، رغم امتلاكه الإمكانيات البشرية والتقنية للقيام بدورٍ إيجابي. وتوصي الدراسة بضرورة تبني استراتيجية إعلامية محلية تُركّز على الجانب الاقتصادي، مع إشراك كافة الفاعلين المحليين، من صحفيين، ومجتمع مدني، وسلطات محلية، من أجل إعلام تنموي فعّال يخدم المواطن والاقتصاد على حدٍّ سواء. ومن خلال دراستنا يظهر لنا جلياً أن الإعلام المحلي يلعب الدور الفعّال في دعم التنمية الاقتصادية، وعليه يتوجّب الاعتماد على عدّة نقاطٍ من أجل تطويرها نذكر من بينها:

- 1- دعم الشركات المحلية: من خلال تسليط الضوء على منتجاتها وخدماتها من أجل تعزيز مكانتها في السوق.
 - 2- الترويج للسياحة: يمكن أن يُعزّز الإعلام السياحة من أجل التنمية الاقتصادية من خلال تسليط الضوء على السياحة والفعاليات الثقافية.
 - 3- زيادة الوعي الاقتصادي: من خلال تثقيف المجتمع حول قضايا اقتصادية وتطوير المشاريع الصغيرة، ممّا يُساعد الأفراد على اتخاذ قراراتٍ ماليةٍ مستنيرة.
 - 4- توفير منصة للحوار: الإعلام المحلي قد يُتيح في غالب الأحيان للجهات الفاعلة في الاقتصاد المحلي، مثل الحكومات المحلية، ورجال الأعمال، والمواطنين، فرصة الحوار والتفاعل، ممّا يؤدي إلى تحسين السياسات الاقتصادية. باستخدام هذه الطرق، يمكن للإعلام المحلي أن يكون شريكاً فعالاً في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.
- التوصيات:

- 1- إعداد برامج إذاعية واقتصادية متخصصة على مستوى إذاعة الجلفة.
- 2- دعم الصحافة المحلية في التكوين المهني وخاصة في المجال الاقتصادي.
- 3- خلق منصات رقمية محلية متخصصة في الشأن الاقتصادي للولاية.
- 4- إدراج الإعلام المحلي ضمن المخططات التنموية للبلديات.

قائمة المراجع:

- العابد، عبد القادر. (2020). الإعلام المحلي والتنمية الجهوية. دار الوفاق، الجزائر.
- بوزيدي فوزي، (2019) دور الإعلام في التنمية المحلية. مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الجزائر 3.
- وزارة الاتصال الجزائرية. (2023). تقرير الأداء السنوي للإعلام المحلي.
- الشمري عبد الله، (2018). الإعلام التنموي ودوره في دعم خطط التنمية المستدامة. مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة بغداد، العراق.
- السويحي عبد العزيز. (2017). الإعلام المحلي كأداة لتعزيز المشاركة المجتمعية في التنمية. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة.
- بن عيسى نبيلة، (2021). الإعلام المحلي وأثره في التنمية الاجتماعية والاقتصادية في الجزائر. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة.
- بوقرة نوال، (2020). دور الصحافة المحلية في معالجة قضايا التنمية المحلية. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجلفة.
- عبد الرحمن أحمد، (2019). الإعلام الجديد والتنمية المحلية: الفرص والتحديات. مجلة الإعلام الجديد والتنمية، جامعة بيروت العربية.
- ويليام جيمس بوتر، تأثيرات الاعلام الرقمي، مركز الجزيرة للدراسات، 2021
- موقع مجرة، الاقتصاد المحلي.

McQuail, D. (2010). Mass Communication Theory. Sage Publications – 1

Servaes, J. (2008). Communication for Development and Social Change. SAGE

.Publications

Tacchi, J. (2016). Community Media and Development: The Role of Local Radio. In

"Handbook of Communication for Development and Social Change," Springer.. Howley, K.

.(2010). Understanding Community Media. SAGE