

مساهمة المؤسسة الإعلامية

في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري

مقاربة تاريخية ونقدية

د. بن زروق جمال

جامعة سكيكدة

تمهيد:

عرفت الجزائر في نهاية القرن العشرين تحولات جذرية بهدف المرور نحو وضعية أفضل في الفضاء الدولي، هذه التحولات لم تكن وليدة الصدفة بل كانت كاستجابة لعدة متطلبات، داخلية منها: تنامي الوعي السياسي وبرزوز أزمة اقتصادية خانقة، وأخرى خارجية كالسراع التكنولوجي والتوجه نحو نظام عالمي جديد يعتمد على الأحادية وفرض

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري بن زروق: جمال
خريطة جيو- إستراتيجية جديدة للعالم، كل هذه التحولات كان لها الأثر
الكبير على المجتمع الجزائري. المؤسسة المجتمعية باعتبارها نواة
للمجتمع باختلاف أنواعها سياسية كانت أم اقتصادية أو ثقافية أو تربوية أو
إعلامية لم تكن بمنأى عن هذه التحولات باعتبارها أنساق فرعية ضمن
نسق أكبر وهو المجتمع، هذا الأخير تربطه بالإعلام علاقة جدلية
وتداعيات هذه العلاقة تتحدد في رهانات وتحديات مهمة وعديدة مثل
الحرية، فعلى سبيل المثال فإن النظام الإعلامي لا يستطيع أن يتخطى
الحدود المرسومة للفرد والمؤسسة في المجتمع وإنما يتفاعل مع ما هو
موجود وقد يحاول من فترة إلى أخرى أن يتمرّد على الوضع الراهن⁽¹⁾.

فالمؤسسة الإعلامية إذن تلعب دوراً هاماً في المجتمعات المتقدمة
بالنظر إلى الوظيفة التي تؤديها والأهداف التي تحققها سواء كان ذلك في
الميدان الإعلامي أو السياسي أو الثقافي أو الاجتماعي فهي الرابطة بين
المؤسسات المجتمعية الأخرى، وفي الجزائر لم تكن هذه المؤسسة
بمعزل عما يقع داخل المجتمع من تغيرات، بل عرفت هي كذلك تغيرات
كبيرة في الهدف والمضمون والفلسفة وانتقلت نحو فضاء جديد يختلف
عن الفضاء التي كانت تعمل فيه، وتعتبر الصحافة المكتوبة باختلاف مصادر
تمويلها أو توجهاتها من بين أهم وسائل الإعلام مساهمة في توحيد الفكر
المجتمعي وتوجيهه ولو نسبياً نحو مواضيع معينة وتوعيته بضرورة احترام
المبادئ والأسس التي بنيت عليها الجمهورية، وقد ساهمت هذه المؤسسة
بقسط وافر في المحافظة على الدولة في أحلك الفترات التي مرت بها

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري د. بن زروق جمال
خاصة خلال السنين الأخيرة، رغم أن البعض منها كان بمثابة الصوت الذي
يذكي نار الفتنة من خلال كتاباتها وتوجهاتها. وقبل التطرق إلى أدوارها
المختلفة ومساهماتها يجدر بنا التعرض إلى مفهوم هبة الدولة أولا ثم
التطرق إلى مساهمتها في الحفاظ عليه ثانيا.

1- مفهوم هبة الدولة

لا يختلف اثنان في التعاريف المتعددة لمفهوم هبة الدولة
والذي نتج عن اختلاف مشارب الباحثين فمنهم من يتناولها من ناحية
اجتماعية والبعض من منظور سياسي والآخر من زاوية عسكرية وأمنية
، لكن ما يهمنا الآن هو أن المقصود بهبة الدولة لدى المواطن هو ذلك
الشعور بالاحترام والتقدير الرفيع الدرجة لكل المقومات ورموز الدولة
التي تشكل سياج السيادة الوطنية⁽²⁾، بينما يرى البعض الآخر أن هبة الدولة
هي الشعور بالالتزام بعدم المساس بمقوماتها الأساسية التي تقوم عليها،
ويرون بأن هبة الدولة تنبع من قوة مؤسساتها الدستورية وهياكلها في نظر
مواطنيها⁽³⁾، ويمكن القول أن موضوع هبة الدولة يركز على
منحيين، الأول ظاهر والثاني مستتر، فالجانب الأول والمتعلق بالمجال
الظاهر فهو يتمثل في التزام الأفراد لقوانين الدولة واحترام مبادئها أما
الجانب الثاني المتعلق بالمستتر فهو كل الأحاسيس والمشاعر التي يكنها
الأفراد تجاه دولتهم من قيم المواطنة وغيرها.

2- المؤسسة الإعلامية والمجتمع: الوظيفة والأهداف

أصبح الإعلام في عصرنا الحالي صناعة متكاملة تستخدم الكثير من ابتكارات التكنولوجيا وأكثرها تجاوبا مع ذلك وأسرعها تطبيقا وممارسة الأمر الذي جعل وسائل الاتصال في قمة التطور حتى صار الذي يملك الإعلام هو الذي يملك حقا مفاتيح الحضارة، هذا التطور جعل من وسائل الإعلام الحديثة تتغلغل في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية، وصارت جزءا من تفاصيلها اليومية التي، كما أضحت تحتل مكانة بارزة في طليعة مجرياتها وأصبحت ميزة وضرورة للمجتمعات المتقدمة والتي تسعى من أجل التقدم، الأمر الذي يتطلب ضرورة تجديد لغة الخطاب وتطويرها.

إن ارتباط التطور الحضاري بتطور وسائل الإعلام خلق حاجة جديدة سرعان ما فرضت وجودها على الأفراد والمجتمعات وبقدر ما قربت بين الشعوب والأمم بقدر ما صارت تميز بعضها عن البعض بل ومكنت بعضها من السيطرة على البعض الآخر وسهلت عملية التبادل والتحاور والتأثر بين مختلف فئات المجتمع، لهذا فقد أصبحت المؤسسة الإعلامية اليوم من بين المؤسسات القادرة على تعبئة الموارد في المجتمع والمشاركة في تحقيق التنمية المتواصلة والمستدامة، ولهذا سنحاول إبراز بعض أهم الوظائف التي تؤديها في المجتمع.

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الجولة لدى المواطن الجزائري د. بد زروق جمال

1.1- الوظيفة الإخبارية والإعلامية: تعمل وسائل الإعلام على نقل الأخبار والمعلومات إلى المجتمع باختلاف أنواعها سواء كانت اقتصادية وثقافية أو اجتماعية أو سياسية، كما أنها تقدم له ما يسمى بالأخبار النفعية كالأحوال الجوية وقيمة الصرف وغيرها من الأمور التي تهتم الشخص في حياته اليومية ويمكن لهذه المعلومات أن تكون عامل بناء إذا تم حسن استعمالها كما قد تكون عامل هدم إذا أسيء استعمالها .

2.1- وظيفة الشرح والتفسير: إن الديناميكية والتغير المستمر الذي يعرفه المجتمع أدت إلى تعقد العلاقات ما بين الأفراد وظهور عادات وتقاليد تختلف عن السابق وأصبح معظم ما يجري اليوم في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والثقافية والسياسية يشوبه الغموض أحيانا بالنسبة للفرد العادي خاصة مع تسارع الأحداث وتنامي وجهات النظر والآراء المختلفة لها. كل هذه الأمور جعلت من وسائل الإعلام تحمل على عاتقها هذا الدور ومحاولة شرح وتفسير ما يحدث للفرد القارئ والمستمع والمشاهد، فمئات الملايين من يستهلك المعلومات (بالمفهوم العصري للإعلام والاتصال) يوميا الشيء الذي يسمح بتواجد ممر يمكن للمؤسسة المذكورة أنفا من لعب دور المفسر لكل ما يحدث، ومن ثمة محاولة بناء رأي عام موحد. وترتبط هذه الوظيفة بمسؤولية الصحف في جعل كافة الحقائق والمعلومات ذات القيمة الحضارية في متناول فهم كل الناس، حيث انه كلما ازداد النمو الفني والصناعي والعلمي لمجتمع ما فانه يصبح غاية في التعقيد والتجريد وبعيدا كل البعد عن التجربة الفردية المباشرة⁽⁴⁾.

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هيبة الدولة لدى المواطن الجزائري د. بن زروق جمال
وتبرز مسؤولية الصحف خاصة في جانب التفسير من خلال تنبيه
القارئ وتهيئة ذهنه للفهم وحثه على القراءة والمطالعة ، هاته المهام يمكن
أن تجعل منه فردا ايجابيا مشاركا في كل ما يعنيه من مشاكل سياسية
 واجتماعية و ثقافية معتمدا على ما تقدمه له من رؤى ونماذج وغيرها مما
يؤدي إلى نمو الوعي المجتمعي عنده.

3.1-الوظيفة التربوية والتعليمية: تهدف الصحف إلى نقل وقائع
الحدث الآني ،أي إثارة المواضيع التي تميز الساحة في الحاضر والتي تقبل
مختلف التأويلات والاختلافات سواء كانت وجهات نظر وآراء أو مجرد
معلومات مقدمة التي تثير الجدل خاصة عند الجمهور المستهدف والذي
يبحث دائما عن إشباع حاجياته الإعلامية وعلى عكس الإعلام فان التربية
والتعليم تقدم وجهات نظر وآراء ثابتة و ممنهجة في إطار علمي ،وتهدف
دائما من خلال ما تقدمه إلى تنمية الفكر الإنساني من ناحية وتقوية ملكة
النقد عند الفرد وتربية الشخصية الإنسانية مما يجعل وظيفتها ذات أهداف
مستقبلية الشيء الذي جعلها تأخذ أهمية بالغة لا سيما بفضل المؤسسة
الإعلامية السمعية البصرية والتي تمتلك من الوسائل والإمكانيات والقدرة
على التأثير ما يجعلها اقرب إلى الجمهور المستهدف من المؤسسة التربوية
والتعليمية في حد ذاتها وقد صارت المؤسسة الإعلامية اليوم سواء كانت
تقدم منتجا مقروءا أو سمعيا أو سمعيا بصريا تقدم خدمة رائدة في هذا
المجال وأصبحت أداة ضرورية للتربية الشاملة والدائمة للأحداث والشباب

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري بن زروق، جمال
وحتى الأطفال من خلال البرامج المقدمة مما جعلها تصبح قطاعا أساسيا
في التربية والتعليم خاصة بالنسبة للدول النامية.⁽⁵⁾

4.1- الوظيفة التثقيفية: تهدف الصحف إلى تكامل المجتمع ووحدة
بنائه وذلك من خلال البحث عن الإجماع والاتفاق بين مركباته ووحدة
الفكر بين أعضائه وجماعاته كما تهدف إلى تثبيت القيم والمبادئ وخلق
الاتجاهات وتعزيزها من خلال العمل على صيانتها، وتظهر هذه المهام من
خلال قيامها ببث الأفكار والمعلومات والقيم التي تعمل على الحفاظ على
ثقافة المجتمع، كما تساعد على تطبيع الأفراد وتنشئهم على المبادئ
السوية فوظيفة التنشئة الاجتماعية تتصل بخلق الجو الحضاري الملائم
للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة بأهداف المجتمع وخطوطه.

فالصحف إذن ومن خلال مضامينها التي تقدمها تقوم بالتثقيف
وتطبيع الناس على عادات الأمة وتقاليد الحضارة وطقوسها وأنماط
سلوكها مما يهيئ الفرد أساليب التعامل مع الناس والتكيف مع البيئة فقد
ثبت الآن بعد دراسات علم النفس وعلم الإنسان (الانثروبولوجيا) وعلم
الاجتماع أن التثقيف له الأثر الكبير في تشكيل الاتجاهات النفسية والرأي
العام⁽⁶⁾. فهي تقدم المادة الثقافية فإنها تضع نصب عينها إعادة بناء القيم
والعادات بما يتفق واحتياجات المجتمع المتحضر ويمكن أن نقسم تلك
القيم والعادات على النحو التالي:

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري د. بن زروق، جمال

أ- قيم التواصل الاجتماعي وما يرتبط بذلك من عادات وعلاقات اجتماعية بين مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية وما يترتب عن ذلك من فهم للحقوق والواجبات.

ب- قيم التواصل الفكري عن طريق اللغة والكلمات وعادات المثقفين والمتعلمين في التواصل مع بعضهم البعض، وفي التواصل مع غيرهم من الجماعات وأثر التكنولوجيا الحديثة واستخدامها في التواصل.

ج- القيم والعادات المرتبطة بالكيان البيولوجي والصحة.

د- القيم والعادات الاقتصادية وما يرتبط بها بالعمل والإنتاج والتنظيم وما يرتبط بها للاستهلاك والمكانة الاجتماعية.

هـ- قيم وعادات التعامل مع راس المال العام والشروط القومية وبالذات ما يرتبط بالتعامل مع المعدات والأجهزة التكنولوجية.

و- العادات والتقاليد اللاعقلانية والتي تحقق وظيفة الاسترخاء والانطلاق من الروتين، ومدى تنظيمها وملاءمتها لمقومات الحياة الفردية والاجتماعية السليمة ويدخل في هذا مجالات المواسم والأعياد والترفيه وغيرها من الأساليب.

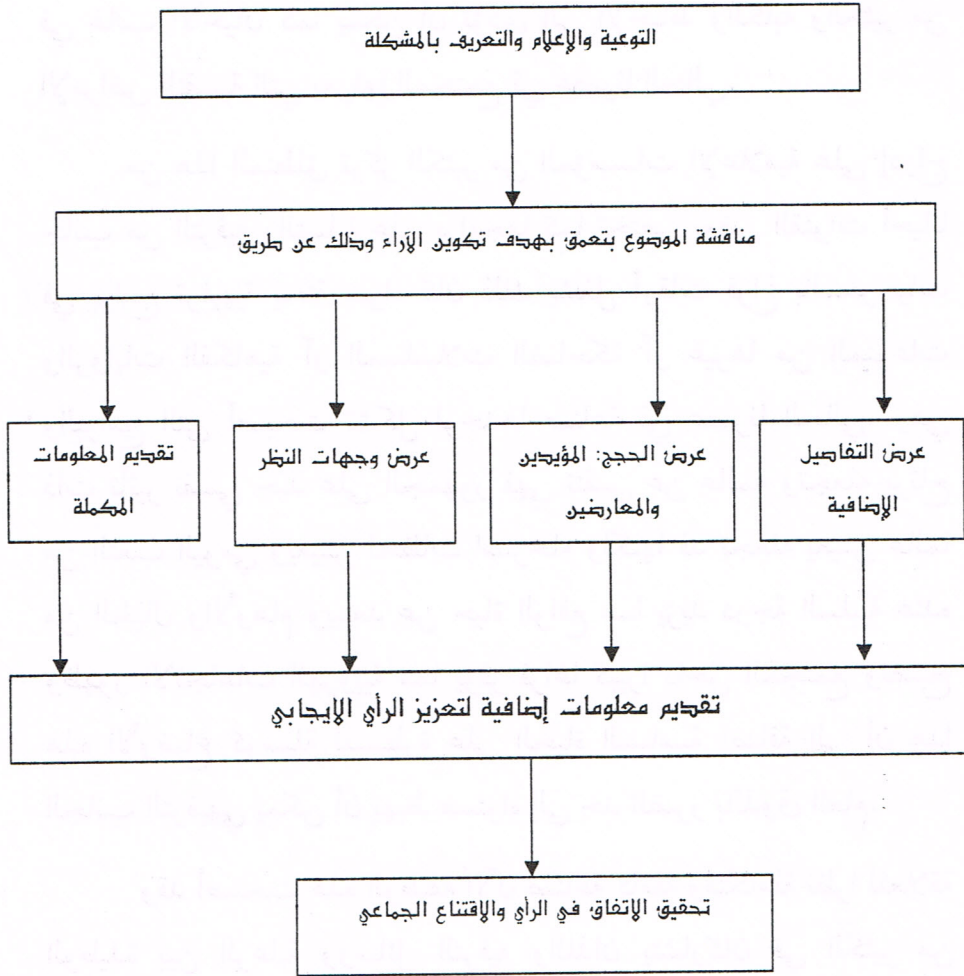
ز- القيم الدينية وما يرتبط بها من عادات وممارسات تمثل محركات للسلوك والتنظيم الاجتماعي.

5.1- وظيفة الترفيه: يعرف الفرد داخل المجتمع يوميا الكثير من الأحداث السارة منها والغير سارة والتي تثقل كاهله وتجعله يحس بالملل

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري بن زروق جمال
في غالب الأحيان كما يمكن أن تؤدي إلى الإحباط والكآبة والكثير من
الأمراض النفسية التي يعرفها المجتمع في عصرنا الحالي.

من هذا المنطلق تركّز الكثير من المؤسسات الإعلامية على إدراج
جانب من الترفيه والتسلية على برامجها كما تختص بعض القنوات أحيانا
في برامج ترفيهية بحتة سواء كان ذلك بشغل أوقات فراغ بالمرحيات
والروايات الفكاهية أو المسلسلات الضاحكة أو غيرها من المنوعات
والبرامج التي أصبحت تشكل لوحدها صناعة في عصرنا الحالي، وهي
ذات تأثير نفسي جيد على الجمهور فهي تنفس عن عالمه وتجعله يرتاح
من التعب اليومي ويعيش لحظات استرخاء ولكنها قد تجعله يعيش عالما
من الخيال والأوهام ويبتعد عن حياة الواقع مما يزيد درجة السلبية عنده
وظهور الاتجاهات الهروبية مما يوفر فراغا كبيرا داخل المجتمع وتصبح
هذه الأوضاع كوسيلة للسيطرة على الحياة السياسية إضافة إلى أن هذا
الجانب الترفيهي يمكن أن يهبط مستواه إلى حد الضرر بالذوق العام.

وقد أصبحت هذه الوظيفة الآن صناعة كاملة ومتكاملة نظرا للعلاقة
الوطيدة بين الرعاية ووسائل الترفيه واللذان يتشاركان في الكثير من
المصالح كما أنهما يمثلان مجالين هامين من مجالات الإعلام وقد أصبح
يسيطر عليهما المنطق التجاري سيطرة كاملة، وقد أصبحت هذه الصناعة
تعرف رواجاً كبيراً في العالم وحتى في الدول النامية. في الأخير فإن
الوظائف التي تؤديها الوسيلة الإعلامية تكون أحيانا مقرونة بحملات
إعلامية يمكن إبرازها بالمخطط التالي:



مخطط الحملة الإعلامية

3- المؤسسة الإعلامية كمؤسسة مجتمعية:

سبق الحديث عن أن المؤسسة الإعلامية من بين المؤسسات القادرة على تعبئة الموارد في المجتمع للمشاركة في تحقيق تنمية متواصلة ومستدامة ويرتكز دورها في هذا الجانب على مجموعة ركائز أساسية:

- تنامي الاهتمام والاعتراف المتزايد بالدور الذي تقوم به في المجتمع بغض النظر عن طبيعته أو نوع المجتمع تقليدي كان أو نامي أو حديث أو متقدم، وهذا يبرز خاصة من خلال الفروق الرئيسية لدوره طبقا لطبيعة المجتمع واحتياجاته الإعلامية.

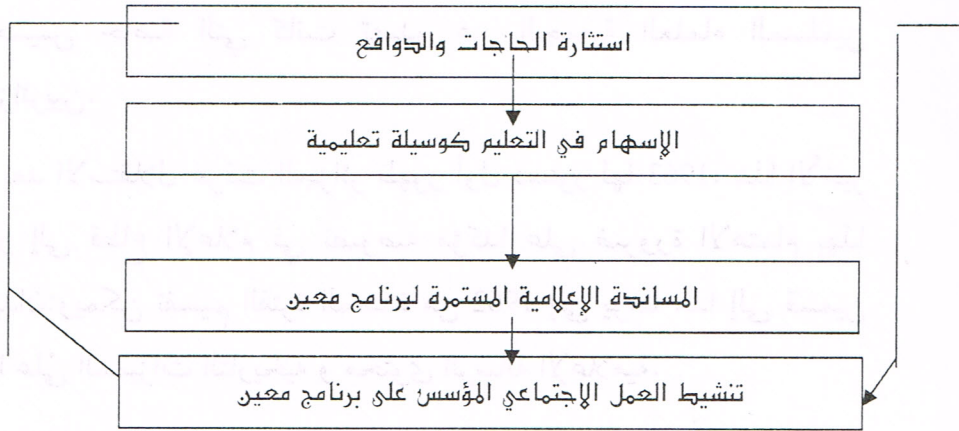
- التنمية الوطنية المتواصلة والمستدامة في مضمونها الحقيقي عملية مستمرة وحضارية ولا يمكن أن تكتمل إلا بازدياد درجة الوعي المجتمعي وتوافر الرغبة الحقيقية في التغيير الاجتماعي لدى الأفراد والمؤسسة الإعلامية في هذا الجانب تعتبر وسيلة رئيسية لذلك باعتبارها منبرا وفضاء تسمح لأفراد المجتمع بنقل الأفكار والقيم والمفاهيم التي تسهم في رفع مستواهم الفكري والثقافي وتنمية قدراتهم ومهاراتهم.

- تساهم المؤسسة الإعلامية في إنجاح التغيير الاجتماعي الذي يهدف إلى خدمة التنمية الوطنية، أي العمل على ضمان نجاح عملية الانتقال من عادات وممارسات قديمة إلى أخرى جديدة يتطلبها العصر، هذه العملية تحتاج إلى تغيرات في المواقف والمفاهيم والمهارات

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري د. بن زروق جمال
والأوضاع الاجتماعية وهو ما تقوم به المؤسسة الإعلامية على ترسيخه
وخلقه.

- إن تواجد الكثير من المؤسسات الإعلامية في البلد الواحد باختلاف
أنواعها وجمهورها ليس مؤشرا على إمكانية نجاح أي تغيير يحصل داخل
المجتمع فالعبرة ليست بالعدد بل بالدور الذي تؤديه والتخطيط الذي
يصاحبه والأهداف المرسومة لذلك لهذا ولضمان نجاح دورها لا بد أن
يكون هناك تحديد متقن وواعي للأهداف والمراحل والقيم المرغوب
خلقها داخل المجتمع.

- إن دور المؤسسة الإعلامية ليس بالضرورة ماله النجاح فهذا يرتبط
دائما كما سبق ذكره بالتخطيط الواعي للمؤسسة إضافة إلى نوعية
المجتمع: ففي المجتمعات النامية مثلا تواجه الكثير من المشاكل
الاجتماعية اليومية التي يتعين عليها معالجتها وإيجاد الحلول بأساليب
إعلامية معروفة ابتكار طرق جديدة وفقا لطبيعة المشكل المدروس إضافة
إلى درجة التقبل أو الاستجابة الضعيفة من قبل أفراد المجتمع للرسالة
الإعلامية مما يدفعها إلى مضاعفة الجهود من أجل تحقيق التأثير المرغوب
فيه، ويمكن إبراز الدور الذي تقوم به المؤسسة الإعلامية داخل المجتمع
بالمخطط التالي:



4- المؤسسة الإعلامية في الجزائر: مساهمتها في تعزيز هبة الدولة

قبل الحديث عن دور المؤسسة الإعلامية في الجزائر في بلورة الوضع الحالي وبناء رأي عام حوله يجدر بنا الإشارة إلى التطور التاريخي للإعلام الجزائري كقطاع عرف الكثير من التحولات بدوره منذ الاستقلال إلى يومنا هذا.

يعود الاهتمام بقطاع الإعلام بالجزائر إلى ما قبل الاستقلال حيث يرجع ظهور أولى الصحف الجزائرية إلى سنة 1847 حتى وإن كانت هذه الصحف تعمل على الحد من مقاومة المستعمر ومحاولة الدفاع عن التواجد الفرنسي بالجزائر ثم بعد ذلك ظهرت صحافة أصحاب أحباب الأهالي سنة 1893 والصحافة الوطنية سنة 1930، هذه الأخيرة جعلت من موضوع الاستقلال الوطني موضوعها الرئيسي وقد عرفت الفترة الممتدة

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري د. بد زروق، جمال
من 1930 إلى 1962 ظهور الكثير من الصحف التي كانت تعمل على
التحسيس خاصة التي كانت تصدر عن الجمعية العلماء المسلمين
الجزائريين.

بعد الاستقلال عرفت الجزائر ظهور أول دستور لها 1963، هذا الأخير
أشار إلى قطاع الإعلام في نصوصه مؤكدا على ضرورة الاهتمام بهذا
الميدان: ويمكن تقسيم الفترة الممتدة من 1962 إلى يومنا هذا إلى قسمين
بناء على المميزات التاريخية و محتوى الرسالة الإعلامية.

5- المؤسسة الإعلامية التنموية. 1962-1988

بدورها تميزت هذه المرحلة بعدة فترات مختلفة عن بعضها البعض من
حيث الأحداث والتوجهات التي عرفتتها ويمكن التطرق إليها من خلال
النقاط التالية:

1.5- الفترة الأولى: البداية (62-65)

تميزت هذه الفترة بالسيطرة المطلقة للحزب والحكومة على قطاع
الإعلام خاصة في الفترة (62-65) حيث طبق فيها نفس القانون الساري
قبل الاستقلال، ولم تعرف المؤسسة الإعلامية خاصة الصحيفة منها التي
كانت هي السائدة في تلك الفترة تطورا كبيرا وما ميز خطابها هو لغة البناء
والتشيد والتوعية إضافة إلى تمجيد الثورة وغيرها من الخطابات التي
كانت تبحث عن بناء نوع من الوعي المجتمعي، وقد كان في تلك الفترة

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري د. بن زروق جمال
مستولو الوسائل الإعلامية هم منتجو الخطاب الأيديولوجي والسياسي في
نفس الوقت.

2- فترة النظام الاشتراكي للمؤسسة الإعلامية : (66-76)

عرفت هذه الفترة تغيرا نوعيا في النظرة إلى قطاع الإعلام بحيث كان
هناك توجه مبني على الملكية الجماعية للوسائل الإعلامية وأصبحت
المؤسسات الإعلامية سمعية بصرية كانت أو مكتوبة من احتكار الدولة
والغي كل ما هو خاص وكان المشروع الثوري هو مفصل الحديث عن
المؤسسات الإعلامية في تلك الفترة بحيث كانت تحمل في مضامينها
خطابا ثريا في هذا الجانب وذلك بترسيخ أفكار الثورات الثلاث في
المجتمع ومحاولة بناء رأي عام موحد نحو العمل على إنجاح الثورة الثانية
:ثورة البناء والتشييد، ويظهر هذا خاصة من النظرة إلى الصحفي الذي كان
يعتبر كمناضل في تلك الفترة حيث يبرز ذلك من الأمر 535-68 في مادته
الخامسة : يجب على الصحفي أن يقوم بمهمته في نطاق عمل نضالي.

3- بداية التطور (76-88):

تميزت هذه الفترة بظهور دستور 1976 الذي ينص في مادته 55
على ما يلي : (حرية التعبير والاجتماع مضمونة ولا يمكن التذرع بها
لضرب أسس الثورة الاشتراكية) وهذا يعتبر نوع من التحول في السياسة
الإعلامية حتى وان كان مرتبطا بحدود معينة، ثم بعد سنوات بدا يظهر هناك
توجه جديد مبني على الاهتمام بقطاع الإعلام وذلك بتفعيله حيث عرفت

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري بن زروق جمال
سنة 1979 تطورا تاريخيا في النظرة إلى المؤسسة الإعلامية حيث برزت
إلى الوجود أول لائحة خاصة بقطاع الإعلام كقطاع حيوي في المؤتمر
الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني المنعقد في 27-31 جانفي 1979 وذلك
للأهمية التي أصبحت توليها معظم السياسات الدولية لهذا القطاع من
ناحية وقدرتها على التقرب أكثر من المجتمع من ناحية أخرى، وتم اعتبار
المؤسسات الإعلامية في هذه الفترة كمؤسسات لها علاقة بالسيادة الوطنية
وتم الكلام لأول مرة عن قانون الإعلام وعن حق المواطن في الإعلام
كحقه في التعلم والمسكن والصحة وأصبحت النظرة موجهة نحو ضرورة
قيام المؤسسة الإعلامية بإعلام المجتمع بما يجري من وقائع وأحداث
سواء كان ذلك سلبيا وإيجابيا، لكن محتوى الرسائل التي كانت تقدمها
وسائل الإعلام في تلك الفترة تميزت بنوع من التحرر مقارنة بالفترات
الأخرى بحيث أصبحت تقدم البعض من الأخبار التي كانت محرمة في
السابق كما بقيت محافظة على الدور التعبوي و التجنيد لها من أجل
تنمية للمجتمع والإشادة بالمنجزات المقدمة في إطار بناء وتشيد
البلاد، وكان نتاج هذه الفترة هو ظهور أول قانون للإعلام في الجزائر
والذي يعتبر الوسائل الإعلامية كمؤسسات ذات طابع تنظيمي .

كخلاصة فما يمكن قوله عن الإعلام كقطاع حيوي في المجتمع
في هذه الفترة الممتدة من 1962 إلى 1988 هو أن المؤسسة الإعلامية
أسندت إليها مهمة المساهمة في البناء الوطني وذلك باعتبارها من أدوات
التغير الأساسية إلا أن نقص الخبرة في تلك الفترة و محدودية الإمكانيات

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري ب. بن زروق جمال
المادية والبشرية حال دون تحقيق تقدم ملموس وكان على البلدان النامية
أن تواجه خمس مشاكل رئيسية في مجال تطور المؤسسة الإعلامية
كمؤسسة مجتمعية وهي: حجم الاستثمارات المالية التي كانت تخصص
للقطاع والتي كانت لا تكفي حقيقة لدفعه نحو القيام بالدور المنوط به
حسب ما أوصت به اليونسكو سنة 1972 إضافة إلى غياب الحرية الإعلامية
ومدى الرقابة التي تفرض على الممارسة الإعلامية والتي تقيد وظائفها
السابق ذكرها وهو راجع في الحقيقة إلى سببين هما الرقابة من جهة على
المؤسسات الإعلامية إضافة إلى نقص الإطار المختص في تلك الفترة
، وهذا ما جعل المؤسسة الإعلامية في تلك الفترة يمكن إدراجها ضمن ما
يسمى بالإعلام ألتجندي حسب ثالوث وليام روف والتي تجعل من
موضوع التنمية موضوعا رئيسيا لها مع الإشادة بمواضيع الإنجازات
وغيرها ومنه يتضح أن مهمة المؤسسة الإعلامية في تلك الفترة هو تشكيل
الوعي الاجتماعي والمساهمة في مواجهة التخلف.

كما أن وسائل الإعلام في تلك الفترة ساهمت بقدر كبير في تمجيد
رموز الدولة والمحافظة عليها، وذلك بالعمل على إبراز روح الانسجام بين
مؤسسات الدولة، وكان الخطاب موجها في تلك الفترة إلى جمهور ذو
مستوى محدود ن التعليم في غالبيته، وقد استطاع الإعلام بذلك وعن
طريق مؤسساته من خلق جو ثقة بين المواطن ومؤسسات الدولة.

2-مرحلة التعددية الإعلامية: 1988-2003:

. إن الحديث عن المؤسسة الإعلامية في الجزائر خلال هذه الفترة يدعونا إلى الكلام عن التعددية السياسية التي عرفتھا الجزائر منذ ظهور دستور فيفري 1989 والذي يقر في احد مواده على حرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، هذه التعددية بدورها تتطلب تواجد منابر و فضاءات للتعبير مما أدى ذلك إلى ظهور مجموعة من المؤسسات الإعلامية المهيكلة والتي جاءت كنتيجة حتمية لقانون الإعلام لسنة 1990 والذي ينبع من دستور 1989، ولكن الملاحظ أن هذه المؤسسات بقيت متواجدة في الصحافة المكتوبة فقط وبقي الإعلام السمعي البصري كما هو منذ سنين خلت، وسنحاول من خلال النقاط التالية إبراز دور الوسائل الإعلامية من خلال الوظائف السابق ذكرها:

1- الجانب الإخباري الإعلامي:

ساهمت المؤسسات الإعلامية في هذه الفترة بتقديم كم هائل من المعلومات سواء ما تعلق منها بالمعلومات الوطنية أو الدولية والتي تشبع من حاجيات الفرد للناحية الإعلامية ونمت ظاهرة صحية في الجزائر وهي ازدياد عدد القراء للصحف والمتابعين للبرامج الإعلامية وذلك بسبب الأحداث المتسارعة التي عرفتھا البلاد في هذه الفترة، وأصبح المواطن يملك من المعلومات حول الأحوال الاقتصادية والثقافية والاجتماعية ما يكفيه لتكوين فكرة عما يحدث في البلد، ولكن هذه المعلومات المتدفقة

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري بن زروق جمال
على المواطن بكمية هائلة وبتسارع كبير كانت تعاني من العديد من
الشوائب فالكثير من المؤسسات الإعلامية التي كانت تخطط بين الرأي
والمعلومة مما يجعلها تقف متحيزة لاتجاه معين وهو عكس ما نادت به
المنظمات العالمية ومنها منظمة اليونسكو حول دور الإعلام مما جعلها في
بعض الأحيان تساهم في التضليل عوض التنوير مما يؤدي إلى بناء رأي
عام محلي كان أو وطني مبني على الأكاذيب وإعلام الإثارة.

2- جانب الشرح والتفسير:

عرف المجتمع الجزائري نقلة نوعية منذ إقرار التعددية السياسية في
دستور 1989 هذه النقلة صاحبها ظهور عادات وتقاليد جديدة إضافة إلى
حاجات متنامية للمعلومات بكل أنواعها، يضاف لكل هذا تعقد ظروف
الحياة بسبب الظروف الاقتصادية، وقد حاولت المؤسسات الإعلامية
جاهدة أن تقدم من التفسير والتحليل للأحداث والأخبار للفرد داخل
المجتمع لكي تجيب عن تساؤلاته وتوضح له ما يحدث، لكنها غالبا ما
كانت تربط هذا الشرح والتفسير بآراء ذاتية أحيانا ونوع من إخفاء الحقائق
أحيانا أخرى وهذا ما جعل الفرد يقف أحيانا مندهشا أمام الاختلافات
الجوهرية في طرح الأحداث أحيانا مما يجعله يتوجه نحو القنوات
الفضائية المختلفة لتلبية رغباته مما يجعلنا نقول أن المؤسسة الإعلامية
خاصة في السنين الأخيرة ساهمت في ظهور الغموض حول الكثير من
المواضيع الهامة جدا أحيانا بالنسبة للمواطن ولتوجه الدولة ككل.

3- الجانب التعليمي التربوي:

تؤدي المؤسسة الإعلامية في الجزائر دورا لا باس به في الجزائر من خلال البرامج التي تقدمها سواء كانت الموجهة منها للأطفال أو الطلبة الثانويين منهم والجامعيين فهناك بعض الحصص الهادفة التي تلعب دورا لا باس به في التكوين العلمي والتربوي، أما الصحافة المكتوبة تحاول في هذا الجانب الذي يتطلب إمكانيات كبيرة في ظل المنافسة من طرف التلفزيون والإذاعة اللتان تمتلكان جمهورا لا باس به في هذا الجانب.

4- الجانب الثقافي:

تحاول المؤسسة الإعلامية جاهدة على تلبية المتطلبات الثقافية للمجتمع وذلك من خلال تنوع برامجها المقدمة ولكن الإشكال المطروح هو النمطية التي أصبحت تميز البرامج الثقافية: فالتلفزيون يختزل الثقافة في الحفلات والمهرجانات دون فسح المجال مثلا إلى الأدب والمسرح وغيرها من الفنون الأخرى التي تشكل ركائز الثقافة والتي بدورها تصقل شخصية الفرد داخل المجتمع، أما عن الصحافة المكتوبة فالجانب الثقافي عندها يقتصر

على جزء من صفحة في الجريدة وان تطلب الأمر صفحة كاملة وغالبا ما تكون مواضيعها تدور حول الغناء والطرب مهملة بذلك القيم التي يجب أن تخلقها داخل المجتمع سواء بالتواصل الفكري أو عن طريق إحياء العادات والتقاليد المشكلة لإرثنا الحضاري الضارب في أصقاع التاريخ.

5- الجانب الترفيهي :

إن المتأمل في المؤسسات الإعلامية في الجزائر يجزم أن هذا الجانب هو الذي أفلحت فيه مؤسساتنا إلى حد كبير بحيث وفرت الكثير من الصحف المكتوبة الكثير من الألعاب الترفيهية منها والمكسبة للمال فقد أصبحت البعض منها متخصصة في المسابقات المالية والقرعة وغيرها من الألعاب أما التلفزيون فهو كذلك ساهم بقدر كبير في تنمية الربح السريع عن طريق اللعب والترفيه. وقد ساهم الإعلام من خلال مؤسساته في الحفاظ على الجمهورية الجزائرية من خلال الذود عليها وإبراز الحقائق خاصة في الجانب الدولي.

الخاتمة:

رغم كل ما قيل سابقا فإن المؤسسة الإعلامية في الجزائر وخاصة المكتوبة منها ساهمت بقسط كبير في التنمية المجتمعية وخلق نوع من الحوار وتبادل الآراء والأفكار الشيء الذي لم يكن متوفرا سابقا، ورغم الأخطاء أحيانا فإن دورها كمؤسسة مجتمعية تؤديه نسبيا وإن التجربة الإعلامية التي تعرفها الجزائر في الحقيقة هي ظاهرة صحية وليست مرضية كما يرى البعض من المشائمين لكن هذه الظاهرة تحتاج إلى مراجعة في بعض المجالات لكي يكتمل الدور حقيقة، ويمكن اختصار المشاكل التي واجهت المؤسسة الإعلامية في الجزائر قبل 1988 في قضايا العدالة والتنمية والوحدة العربية إضافة إلى الحرية والديمقراطية، أما بعد 1988 فإن

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري د. بن زروق جمال
أهم إشكال لا يزال يواجهها إلى يومنا هذا هو الديمقراطية وعلاقتها
بالسلطة السياسية.

المراجع بالترتيب حسب ورودها في المقال:

- 1- محمد قيراط: الإعلام والمجتمع، العين-الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع 2001
- 2- محمد بوسلطان، مبادئ القانون الدولي العام، ديوان المطبوعات الجامعية، ج 1، ط 1، 1994
- 3- السعيد بوشعير، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة، ج 1، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، السنة 2000
- 4- عبد الله بوجلال : الدور الوظيفي لوسائل الاتصال. سلسلة الدراسات الإعلامية. عالم الاتصال. إعداد مجموعة من الأساتذة تحت إشراف الدكتور عززي عبد الرحمن. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر. 1992.
- 5- عبد الله بوجلال: المرجع السابق ص 14.
- 6- انشراح الشال: مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي، القاهرة. مكتبة نهضة الشرق. 1985.
- 7- جيهان احمد رشتي: نظم الاتصال. القاهرة: دار الفكر العربي. 1972
- 8- احمد الخشاب، احمد النكلاوي: المدخل السوسيولوجي للإعلام، القاهرة، دار الكتب الجامعية. 1974

مساهمة المؤسسة الإعلامية في تعزيز هبة الدولة لدى المواطن الجزائري د. بن زروق جمال
9- محمد عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، القاهرة، دار المعارف
1971.

10- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام. ط1،
القاهرة. عالم الكتب 1984

11- زهير احداث: الصحافة الجزائرية من بدايتها إلى الاستقلال. سلسلة
الدراسات الإعلامية.

12- عالم الاتصال. إعداد مجموعة من الأساتذة تحت إشراف عزي عبد
الرحمن. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر. 1992.