مجلة العلوم الإنسانية
ISSN 1112-9255
العدد الثامن / الجزء(1) – ديسمبر 2017

OEB Univ. Publish. Co.

الخدمة العمومية الإعلامية سياقات التحول واقع الممارسة وآليات التحديث

Public service medias transformations, practices and modernization mechanisms

د. الجمعي حجام، جامعة أم البواقي، الجزائر

تاريخ التسليم:(2017/11/04)، تاريخ القبول:(2017/12/22)

ملخص:

اعتمدت الكثير من الدول المتقدمة على إعلام الخدمة العامة كفعالية إنسانية بأبعاد ثقافية في إنجاح عمليات التحول الديموقراطي والرقي بمستويات التفكير الاجتماعي من خلال استقطاب مختلف الفعاليات الفكرية والعلمية والاجتماعية للمشاركة في إدارة الشأن العام عبر إنتاج وتداول وتبادل المضامين الإعلامية في إطار نظام من التفاعلات الرمزية التي تبني معاني الأنسنة والعيش المشترك. وهذا المقال العلمي يبحث في مفهوم الخدمة العمومية الإعلامية وآليات ومناهج تحديثها باستعراض تطور مفهوم الخدمة العمومية الاعلامية خاصة في البيئة السوسيوثقافية والسياسية الغربية وأهم التحولات التي طالت الجوانب التشريعية والممارساتية للمرفق العام الإعلامي. علاوة على إبراز إسهامات إعلام الخدمة العامة سواء المملوك للدولة أو التابع للقطاع الخاص في دعم التماسك الاجتماعي وتكريس ثقافة الحوار والعيش المشترك، عبر إنتاج خطاب إعلامي مشحون بالقيم الايجابية والاضطلاع بمهام الإخبار والتربية والتثقيف والتوعية والترفيه بعيدا عن الاستهداف المركز للربح الفاحش.

كما يستعرض المقال في الجانب الثاني آليات ومناهج تحديث الخدمة العمومية الإعلامية، فالمرفق العام الإعلامي مطالب بتطوير وتجديد أساليب اشتغاله ووسائل عمله بالشكل الذي يؤهله للانتقال من نموذج إداري ذي التسيير التقليدي من الطراز البيروقراطي إلى نموذج من التسيير الحديث من الطراز التدبيري التشاركي والتفاعلي

الكلمات المفتاحية: الخدمة العمومية، وسائل الإعلام، التحديث.

Abstract :

Many developed countries have relied on public service medias as an humanitarian effectiveness with cultural dimensions in the success of democratization processes and enhancing the levels of social thinking by attracting various intellectual scientific and social actors to participate in the management of public affairs through the production, and exchange of medias contents within a system of symbolic interactions adopting the meanings of humanity and coexistence. This article examines the concept public services medias and the mechanisms and methods of its modernization by reviewing the evolution of the concept public service medias , especially in the western socio-cultural and political environment and the most important changes that have affected the legislative and practical aspects of the medias of public service. In addition to highlighting the contributions of public service medias, whether owned by the state or the private sector , in supporting social cohesion and fostering a culture of dialogue and coexistence through the production of a media discourse full of positive values and carrying out the tasks of information , education, awareness away from the focused targeting of gross profit. The article also reviews the mechanisms and methods of modernizing medias public service, today the public service of medias is required to develop and renew its working methods and means of work in a manner that qualifies it to move from a traditional bureaucratic management model to a model of modern management participatory and innovative.

Key words: public service , medias ,modernization

مقدمة:

ظل قطاع الإعلام عامة والقطاع السمعي البصري خاصة يمثل هاجسا لمختلف الانظمة السياسية حتى الدول الغربية المتقدمة والتي اجتهدت بدورها لفرض سيطرتها على البث الاذاعي والتلفزيوني لضمان تقديم الخدمة العمومية. وظل التلفزيون أداة من أهم أدوات الأنظمة السياسية المتعاقبة لفرض هيمنتها على الرأي العام وتصنيعه وتوجيهه داخليا وخارجيا. "فقد سيطرت على البث التليفزيوني في أوروبا الغربية في المرحلة الأولى من عمر التليفزيون فلسفة تقوم على توليفة من الأبوية الثقافية وقيم الخدمة العامة والمنطق الإداري، حيث اعتبر البث التليفزيوني مشروعا قوميا منوطا به ترويج ونشر الثقافة والتعليم ونشر معلومات سياسية خاضعة للرقابة"(أندرياس جرن والد، وآخرون..، 2005. ص22) وتبذل الكثير من الدول جهودا كبيرة لدعم استمرار التعايش المشترك بين السيطرة السياسية والطموح الثقافي، فرغم التنصيص على انتهاء الاحتكار من الناحية التشريعية لكن عمليا تبقي الكثير من الدول على أدوار محورية لها في تنظيم البث الإذاعي والتلفزيوني إلى الآن.

وربما هذا هو حال معظم الدول العربية حيث تحول إعلام الخدمة العامة فيها إلى بوق دعائي للسلطة السياسية والمالية وأداة دعائية للتلاعب بعقول المواطنين وقولبة وعيهم، وقد أدى ذلك إلى تراجع صدقيته وانصراف الجمهور عن متابعته رغم زيادة المخصصات المالية التي ترصد له في الموازنة العامة والتي يمولها المواطن العربي (شومان:من إعلام السلطة إلى إعلام الخدمة العامة، لندن، جريدة، 13 جويلية 2016) وتشير بعض الدراسات إلى تأثير الحراك العربي أو "الثورات العربية" في طبيعة الخطاب الاعلامي والاتجاه نحو بعث سلطة الإعلام عامة وسلطة التلفزيون خاصة "فكأننا بسلطة التلفزيون قد عوضت سلطة الحاكم أو أصبحت مكملة له، فتوجه المواطن بشكواه إلى التلفزيون ضمانا لحضور صوته بعد تغييب طويل لمختلف فئات المجتمع"(الزرن، بن مسعود، 2014 ص8) "وبتطور مفهوم الخدمة العامة تحول دور التلفزيون العمومي في العالم العربي إلى إشكال بحاجة ليس فقط إلى المراجعة وإنما أيضا إلى مسايرة نسق التحولات التي باتت تهز كيان البلدان العربية من المحيط إلى الخليج، بعد أن تأكد بأن التلفزيون بالإضافة إلى دوره الريادي في تشكيل اتجاهات الرأي العام أمسى أحد أبرز العوامل المحددة لنجاح أو فشل عملية الانتقال الديموقراطي والاندماج الاجتماعي وأحد أهم المحامل الثقافية"(الزرن، بن مسعود. ص8)

وقد عرفت الخدمة العمومية عامة والإعلامية خاصة تحولات هامة وكبيرة لازمت التطورات الحاصلة في البنى الفكرية والسياسية والتقنية للدول والمجتمعات الحديثة خاصة الغربية . فقد تبلورت نظرية الخدمة العامة في أوروبا بحكم التطور الذي وصلت إليه منظومات الحكم التي اهتدت إلى ممارسة الديموقراطية كآلية فعالة لتحديث وعصرنة مختلف هياكل الدولة. فانفتاح الفضاء العمومي

الغربي وبالخصوص الأوروبي على الرأي والتفكير التناقضي والجدل التنويري أقحم الجميع في إنتاج خطاب واقعي للنهوض بالدولة ككيان سياسي والاستثمار في الفرد كطاقة خلاقة ومبدعة ومنتجة للأفكار في المجتمع. وكان لوسائل الإعلام المختلفة دور كبير في توسيع الفضاء العمومي وتكريس سلطة الحوار فيه بما يعزز سلطة العقل والقانون. ويأتي هذا البحث لتسليط الضوء على سياقات ظهور وتشكل الخدمة العمومية عامة والإعلامية خاصة ورصد مختلف التحولات التي عرفتها سيما في المجتمعات الغربية مع محاولات لعقد بعض المقارنات مع بعض الدول العربية سيما ما تعلق بالمنظومات التشريعية إضافة طبعا إلى استعراض مختلف أساليب ومناهج التحديث الهادفة إلى عصرنة وتطوير وتجويد الخدمة العمومية الإعلامية وانعكاساتها على الحياة العامة للفرد والمجتمع. فما هي سياقات تشكل الخدمة العمومية الإعلامية وما هي أهم التحولات التي عرفتها؟ ما هي أساليب وآليات التحديث العلمية والمنهجية للخدمة العمومية الإعلامية في الوقت الراهن؟ وما هو مستقبل الخدمة العمومية الإعلامية خاصة في الدول الانتقالية في ظل استمرار هيمنة السلطة السياسية والمالية على سلطة الإعلام؟

1-مفهوم الخدمة العمومية وسياقات تشكل المرفق العام وتطوره: ليس هناك اتفاق على تفسير مرجعي لمفهوم الخدمة العمومية على اعتبار أن هذا المفهوم مرتبط بالقيم التي تقوم عليها كل دولة كما انه خاضع للتطور الذي تفرضه تكنولوجيا الاتصال الحديثة(شلوش، 2011. ص05) والملاحظ في مسار حركية الشعوب والمجتمعات أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة دفعت بالحياة الإنسانية بشكل عام نحو المزيد من الرقي والتطور وصناعة الرفاهية الاستعراضية. وقبل استعراض المفاهيم المتوصل إليها حول الخدمة العمومية عبر مختلف الجهود العلمية التنظيرية الغربية والعربية تجدر الإشارة إلى أن هذا المفهوم يعبر في بعده المعرفي الابستمولوجي عن فلسفة توجه الدولة عامة، ويمكن استخلاص اتجاهين أساسيين حسب النمطين التقليديين لأنظمة الحكم أي الاشتراكي والليبرالي فالخدمة العمومية في الأنظمة الاشتراكية تعني تكريس البعد الاجتماعي للدولة من خلال الاستمرار في ثقافة الدعم والرعاية للحياة العامة في أبعادها المادية والروحية. أما الخدمة العمومية في الأنظمة الليبرالية فتعني تحرير الإنسان من التبعية لأنظمة الهيمنة والقهر السلطوي سيما الديني أو السياسي وتعزيز الحضور والفعالية الفردية والجماعية في الفضاء العمومي من خلال تكريس الحريات العامة والحريات الإعلامية ودفع الجميع للمساهمة الفعالة في إثراء النقاش المجتمعي وتجسيد النظام الديموقراطي. وتعرف الأوساط الأكاديمية الخدمة العمومية على أساس أنها مجموع الجهود أو النشاطات التي تقدمها المجموعة الوطنية سواء عبر مؤسسات الدولة أو مؤسسات القطاع الخاص تهدف من خلالها إلى إشباع حاجات اجتماعية وتحقيق المنفعة أو المصلحة العامة على قدم المساواة بين كل فئات المجتمع . بمعنى هذا المفهوم الجديد للخدمة العمومية يشرك القطاع

الخاص بينما المفهوم التقليدي يلقي على عاتق الدولة عبر المؤسسات التي تنشئها أداء الخدمة العمومية . ويستخدم لفظ الخدمة العمومية في "النظرية العامة" للدلالة على المفهوم العضوي أو المادي، فالمعنى العضوي أو المادي يتجسد في العبارة "مجموع الأعوان والوسائل التي يسخرها الشخص العمومي لانجاز المهام الموكلة إليه" (خدمة الصالح العام). إما المفهوم المادي أو الوظيفي فيعني نشاط يهدف لخدمة المصلحة العامة التي تسهر الادارة على تحملها"(Benzaou 1991.P33,) وهناك نوع من التباين بين المعنى العضوي والمادي للخدمة العمومية، غير أنهما يشتركان في الجهة التي تضمن الخدمة العمومية وهي "السلطة العمومية وفي الغاية وهي "تحقيق المنفعة العامة"(Benzaoui1991.P34) الخدمة العمومية تهدف إلى تحقيق اشباع حاجات اجتماعية ويصبح تدخل الشخصية العمومية أو السلطة العمومية أكثر من ضروري أمام الرأي العام الوطني، لتعويض القطاع الخاص الذي قد ينفره البعد الاقتصادي المتمثل في غياب المردودية الاقتصادية. وبالتالي فقد تكون الخدمة العمومية حصرية على السلطات العمومية أو قد تسند إلى الخواص مع الحرص على التدخل عبر عملية تفعيل السلطة الرقابية(Benzaoui ,1991 p34) ومع تعقد تركيبة الحياة الإجتماعية أحيلت الجهود الفردية إلى الكيانات الجمعية أو الهيئات والمؤسسات الإدارية والمعرفية والثقافية المختلفة، هذه المؤسسات يطلق عليها "المرفق العام". وتبرز المكانة الهامة التي تحتلها المرافق العامة التي تحدثها الدولة في القدرة على تلبية الحاجيات العامة المتسمة بجماعية الطلب والتي تعكس التطور الذي لحق بوظائف الدولة وتجسد مظهرا أساسيا لنشاط الإدارة الرامي إلى تقديم الخدمات المختلفة في شتى المجالات الإدارية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في إطار من الجودة والفعالية" (كومغار، 2009. ص4) وعلى هذا الأساس تبلور مفهوم المرفق العام باعتباره "كل مؤسسة تتولى أو تنصب جهودها حول نشاط معين قصد تحقيق المنفعة العامة" وفق نظرية تطور المرفق العام أصبحت هذه المؤسسات والأنشطة تسند للخواص وأحيانا لمؤسسات مختلطة. بينما تسند للإدارات العمومية أدوار تنظيمية ورقابية وأحيانا تستخدم الدولة وتسخر أجهزتها الإدارية والتشريعية والأمنية إذا اقتضت الضرورة لضمان السير العادي والمنتظم للمرفق العام واستمرار أداء الخدمة العمومية التي كثيرا ما يعزف الأفراد عن أدائها لأنه ينظر إليها دوما أنها "غير ربحية بل وتفرض عليهم أحيانا تكاليف إضافية".

2-نشأة وتطور المرفق العام من التأسيس إلى التحديث: ساير مفهوم المرفق العام مختلف التحولات التي عرفتها الدولة، وقد استعاض القانون الإداري فكرة المرفق العام كبديل عن السلطة العمومية ليعبر عن توسع وتنوع ميادين تدخل الدولة. خاصة مع التوجه نحو تكريس مبدأ السلطة الحاكمة في خدمة السلطة المحكومة أي الشعب صاحب الشرعية. كما قال ميشيل روسي: "يتعين ترك جميع النظريات التي تركز على سلط الحكام لفائدة النظريات التي تركز بالمقابل على الواجبات

الملقاة على هؤلاء". ومن هنا ظهرت فكرة المرفق العام كأساس جديد لتحديد مجال القانون والقضاء الإداريين تقوم على التمييز بين ما يتعلق بمرفق عمومي وما لا يتعلق به"(كومغار، 2009.ص4) ورغم أن فكرة المرفق العام تجد لها مبررات الوجود في الدول ذات النهج الاشتراكي إلا أن هذا لم يمنع ظهور المرافق العامة في الدول ذات النهج الرأسمالي وعرفت توسعا كبيرا في مختلف المجالات سواء تمتلكها الدولة كليا أو جزئيا، بسبب مجموعة من العوامل على غرار عدم إقبال الرأسمال الخاص على خوض مغامرة الاستثمار في بعض القطاعات بسبب ضخامة رؤوس الأموال اللازمة لإنشاء تلك المؤسسات العمومية، أو ارتفاع تكاليف تشغيلها واحتمالات انخفاض أو انعدام العائد منها علاوة على المخاطر التجارية العالية المحتملة، إضافة طبعا إلى حماية والاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية بما يعزز سيادتها عليها وكذا العامل المهم المتمثل في الأمن القومي والوطني(عشوري، 2010.2011، ص 46)

2-1-تعريف المرفق العام: ويطلق بعض الباحثين تسمية المؤسسات العمومية أو المنظمات العمومية على المرافق العامة للدلالة على نفس المعنى، "فالمرفق العام هو منظمة عامة تقوم بتقديم خدمة عامة تحدثه الدولة بهدف تحقيق حاجات النفع والمصلحة العامة وتسيطر عليه وتخضعه لسلطتها الإدارية من خلال نظام قانوني واضح، فتحدد نظامه وسيره وموظفيه وتمويله (عشوري، 2010.2011، ص45) ونظرا للتحولات التي عرفها المرفق العام فمن المنطقي أن يختلف فقهاء القانون والباحثون في تعريفهم له فمنهم من يعرفه كنظام ومنهم من يعرفه كعملية، ومنهم من يركز على ماهيته الشكلية أو الهيئة التي تديره، ومنهم من يركز على البعد الوظيفي من خلال إبراز المهام المسندة له، وسنحاول إبراز جملة من التعريفات في السياقين الغربي والعربي. ولقد تجاذب تحديد اصطلاح المرفق العام معنيين: الأول شكلي أو عضوي والثاني مادي أو موضوعي، فالمعنى الأول يفيد الهيئة العامة التي تدير النشاط القائم لإشباع الحاجيات العامة، أما المعنى الثاني فيرتكز على النشاط المؤدى لتحقيق النفع العام بمعزل عن طبيعة الهيئة التي تؤديه، فعندما يدار المشروع بواسطة سلطة عامة نكون أمام مرفق عضوي ومن أمثلة ذلك الوزارات والمصالح الحكومية..أما حينما تتولى إدارة المشروع هيئة خاصة نكون أمام مرفق مادي"، وقد استقر القضاء الاداري على تعريف المرفق العام بأنه "النشاط الذي تتولاه الدولة أو الأشخاص العامة الأخرى مباشرة أو تعهد به لآخرين كالأفراد أو الأشخاص المعنوية الخاصة ولكن تحت إشرافها ومراقبتها وتوجيهها وذلك لإشباع حاجات ذات نفع عام تحقيقا للصالح العام"(كومغار، 2009.ص20)

2-1-1- المرفق العام في التصور الغربي : يمكن اعتبار البيئة الغربية الحاضنة الفكرية والعلمية والعملية لمفهوم المرفق العام والراعية لتجسيده ونموه وتطوره وترقيته ليوازي حجم تطلعات الأفراد في المجتمع ويواكب مستويات النمو الفكري الثقافي والحضاري للمجتمعات الأوروبية

والأمريكية. وبالتالي فقد نال من الاهتمام العلمي الشيء الكثير وتنوعت وتعددت جهود الباحثين الأكاديميين في تحديد مفهومه وأهدافه ومهامه. ويعرف موريس هوريو المرفق العام بأنه "منظمة عامة تملك سلطات واختصاصات وتستخدمها لتكفل تقديم خدمة معينة تسديها للجمهور بانتظام واطراد". ويعرف دوجيه المرفق العام "نشاط يجب أن يتولاه المسؤولون، إذ أن اضطلاعهم بهذا النشاط يؤدي إلى تحقيق التضامن الاجتماعي على أفضل وجه". ويعرف ريفير والمرفق العام بأنه "نشاط يهدف إلى تحقيق الصالح العام".

2-1-2-المرفق العام في التصور العربي : قد لا نبالغ إذا قلنا بأن المرفق العام مجسد في الثقافة العربية من خلال الثقافة الاجتماعية والدينية للمجتمعات العربية وتكرس في ثقافة التضامن الإنساني والتكافل الاجتماعي الذي تؤديه مؤسسات الأوقاف وغيرها من المؤسسات الاجتماعية، قبل أن يجري إنشاء المرافق العامة الحداثية بالمفهوم الغربي استنادا أحيانا إلى الفقه الحداثي الغربي باسم التجديد وأحيانا كثيرة باسم التقليد. ويعرف سليمان الطماوي المرفق العام بأنه "مشروع يعمل باطراد وانتظام تحت إشراف رجال الحكومة بقصد أداء خدمة عامة للجمهور مع خضوعه لنظام قانوني معين". ويعرفه محمد فؤاد مهنا بأنه "مشروعات تنشئها الدولة أو تشرف على إدارتها وتعمل بانتظام واستمرار مستعينة بسلطان الإدارة لتزويد الجمهور بالحاجات العامة التي يتطلبها لا بقصد الربح بل بقصد المساهمة في صيانة النظام وخدمة المصالح العامة في الدولة". ويخلص إبراهيم كومغار إلى استخلاص تعريف للمرفق العام قائلا: "نشاط تمارسه الدولة أو الأشخاص المعنوية الأخرى مباشرة أو تعهد به إلى الأفراد أو الأشخاص المعنوية الخاصة ليمارسوه تحت إشرافها ومراقبتها وتوجيهها تلبية لحاجيات ذات نفع عام تحقيقا للمصلحة العامة"(كومغار، 2009.ص22).

2-2-أنواع المرافق العامة : يبرز الدارسون لهذا الحقل عدة تصنيفات منها ما هو مبني على أساس النطاق الجغرافي للنشاط كالمرافق العامة المحلية أو الوطنية أو الإقليمية أو الدولية، ومنها ما هو متصل بموضوع النشاط وهو التصنيف الشائع. كالمرافق العامة الإدارية المرافق العامة الاقتصادية، المرافق العامة الاجتماعية، المرافق العامة المهنية. وتعتبر وسائل الإعلام المختلفة من أحدث المرافق العامة بحيث تخضع الخدمة العمومية فيها بشكل عام وفي وسائل الإعلام المرئية والمسموعة بشكل خاص لطبيعة البرامج والخدمات التي تقدمها القنوات العمومية لتستجيب من خلالها لحاجيات الجمهور الواسع بدون أن تكون لها أهداف الربح"(عصفور، 2012.2013. ص13) على خلاف القنوات التلفزيونية والإذاعية التجارية التي تخضع لخط افتتاحي تحدده مصالح وتوجهات مجموعة اقتصادية ذات ارتباطات اجتماعية وخلفيات إيديولوجية تعتمد على تمويلها وتسويق مادتها على موارد الإشهار يكون سير عمله وفق المنظومة القانونية للبلد القائم" (عصفور، 2012.2013. ص13)

3-تحديث المرافق العامة والرفع من كفاءة وجودة الخدمة العمومية: يرافع الدكتور إبراهيم كومغار علميا وقانونيا لتحديث المرافق العامة تماشيا مع إفرازات الحراك الذي تشهده المجتمعات الراهنة وتماشيا مع التطور في البنية الذهنية للأفراد والمجتمعات الحداثية والانتقالية والتحولات العميقة التي تشهدها الدولة ككيان سياسي. فمع التحولات العالمية الكبرى الناجمة عن العولمة الشاملة بات مفروضا على المرفق العام سواء الإداري أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو المهني...إلخ، أن يطور ويجدد أساليب اشتغاله ووسائل عمله بالقدر الكافي والضروري لمحو المظاهر السلبية التي ارتبطت بالمرفق العام كسوء التدبير والبطء والروتين وتعقيد الإجراءات والإهمال وضعف المسؤولية والبيروقراطية وضعف المردودية وسوء الخدمة العامة. من هنا يشكل التحديث المدخل الضروري لتطبيق طرق وآليات وتكنولوجيات حديثة للتدبير بهدف تحسين إنتاجية ومردودية المرافق العامة وتجديدها. "والتحديث في معناه الشامل يعد خطة تتبني على الانتقال من نموذج إداري ذي التسيير التقليدي من الطراز البيروقراطي إلى نموذج من التسيير الحديث من الطراز التدبيري" (كومغار، 2009. ص251) ويشمل التحديث مجموعة من المحاور والمرتكزات كتحديث أساليب التدبير من خلال ترشيد المؤسسات العامة: معالجة مشكلة تدهور الوضعية المالية، إعادة بعث إستراتيجية الدولة في عملية التدخل الاقتصادي ودراسة سبل وآليات تحقيق التنمية. تطوير الأساليب التعاقدية من الأساليب التقليدية كالإدارة المباشرة والمؤسسة العامة، إلى ترك تدبير بعض المرافق للخواص أو إشراكهم خاصة في اطار التحرير الاقتصاد فهي من المسائل الأساسية للحكامة الجيدة. لذلك وبالنظر لمرونة هذا الاسلوب وطابعه التوافقي فهو من الوسائل التي ترتكز عليها سياسة التحرير الاقتصادي" (كومغار، 2009. ص257) إضافة إلى خوصصة تدبير المرافق العامة والمقصود بالخوصصة تحويل المنشآت العامة من القطاع العام إلى القطاع الخاص ونظرا لضخامة واتساع الخوصصة فقد ساهمت بصورة فعالة في مسلسل التحديث الإداري وفي تفكير عميق حول المؤهلات المعيارية وتجديد طرق تدبير المرفق العام" (كومغار، 2009. ص259)، لكن في الكثير من الدول النامية يصطدم هذا التحول بعقبات نقص الخبرة والكفاءة وأحيانا حتى ضعف الإمكانيات المادية المؤهلة لاستقطاب العقول المدبرة والمناهج المستحدثة وحتى القادرة على جلب التكنولوجيا وتوطينها لتحديث المرافق العامة.

كما يشمل لتحديث في المقام الثاني أساليب التنظيم، الأسلوب الحديث في تسيير وإدارة المرفق العام يعتمد على التحالف الايجابي بين الدولة ومختلف المتعاملين في القطاع الخاص أي الاعتماد على إعمال "أساليب اللامركزية واللاتمركز". بمعنى عدم ترك الدولة لوحدها تحتكر الخدمة العمومية وعدم تركها لفئة قليلة من الخواص لفرض منطقها الربحي أو البراجماتي على المرافق العامة. كما أن تحديث القواعد القانونية وتكييفها من التطورات الحاصلة في المجتمع بما يخدم مختلف الفاعلين

يعتبر ضرورة من ضروريات مناهج تحديث المرافق العامة. علاوة على تحديث أساليب الأداء، "بالنظر لسمة الانكماش والانغلاق التي طالما التصقت بالأداء المرفقي تظهر أهمية تحديث أساليب أداء المرافق العامة نحو تكريس انفتاح الإدارة على محيطها. مما يدفع بالإدارة إلى الاهتمام أكثر بتحسين التواصل مع المرتفقين، وتحسين نوعية الخدمات المقدمة، فجودة الخدمات المقدمة لهم وسعرها مقارنة بخدمات القطاع الخاص أصبحت اليوم ليست ضرورة فحسب بل مبدأ وجود" (كومغار، 2009.ص276)، كما يتعين تحسين التواصل مع المرتفقين وتطوير ظروف وبنيات الاستقبال، فتحسين جودة المرفق العمومي وتيسير ظروف اندماجه مع محيطه الاجتماعي من ضرورات التحديث وذلك عبر اعادة هيكلة مصالح الإدارات حتى تتلاءم ووظيفة الاستقبال والتواصل والتفاهم . كما تفرض التكنولوجيات الحديثة للاتصال سيما التدفق السريع للانترنت عبر مختلف الوسائط الاتصالية مواكبة الطموح الجماهيري في التفاعل الدائم والمستمر بعيدا عن كل الموانع الزمانية والمكانية لفرض المزيد من الديناميكية والجودة في الأداء المرفقي بما يلبي احتياجاتهم ويستجيب لانشغالاتهم. وبما يعزز من اعتماد الشفافية الإدارية في الأداء المرفقي، وتكريس ثقافة الزبون أو المستهلك هو الملك مقرونة بالأداء الجيد للمرافق العامة يرتبط بمدى انفتاح الإدارة وإفصاحها عن أعمالها عبر شفافية نشاطها وإزاحة كل حواجز الاتصال بين الإدارة والجمهور وذلك من خلال الاعتراف بالحق في الوصول إلى مصادر الخبر والمعلومات . "فالإدارة الشفافة تسعى إلى إيصال رسالتها الإعلامية بطرق سليمة مستعينة في ذلك بمختلف التقنيات العصرية للتواصل، فالعلاقات العامة هي قبل كل شيء فلسفة اجتماعية سامية تهدف إلى دمقرطة عمل الإدارة داخليا وخارجيا وترك الحرية للفرد في التعرف على الحقيقة ومناقشتها"(كومغار، 2009. ص280) ويعتبر دعم الأخلاقيات بالمرفق العام –حسب ابراهيم كومغار– "الدعامة للأولى لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والآلية الفعالة لاسترجاع ثقة المرتفقين في المرفق العام والتجاوب مع تطلعاتهم الجديدة بتدبير يلازم الشفافية والنجاعة" (كومغار، 2009. ص281)، وهناك اتجاه حديث في ترقية وتحديث المرفق العام يعتمد على المقاربة بالكفاءات، فتطوير منظومة التكوين لتجويد الخدمات المرفقية بات حتمية وجودية، وفقا للقاعدة المتعارف عليها "فاقد الشيء لا يعطيه". فمنظومة التكوين باتت أولوية قصوى وتذهب الشركات الكبرى العمومية والخاصة إلى التعاقد مع المؤسسات الجامعية والمخابر العلمية ومراكز البحوث والدراسات لاستقطاب خيرة المهارات والكفاءات العلمية وتوفر لها فرص التربص واختبار المهارات التطبيقية والتكفل بها بإرسالها للمشاركة في دورات تكوينية باستمرار لتحيين المعارف والكفاءات والرفع من مستوى الأداء ويشمل هذا التكوين مختلف الحقول المعرفية بالتركيز طبعا على التخصص.إذن تأهيل العنصر البشري أصبح اليوم ليس خيارا ظرفيا آنيا بل أصبح خيارا استراتيجيا للوجود والاستمرارية الناجعة للمرفق العام في ظل البيئة التنافسية الجديدة التي

تعرض بدائل كثيرة وبجودة تنافسية كبيرة. ويشمل التحديث في المقام الرابع تحديث الوسائل، عرفت المؤسسات بمختلف تخصصاتها طفرة في تحديث وسائل العمل وأساليب العمل على حد سواء بالاستفادة من ثورة التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال سيما الاستفادة القصوى من الإمكانيات اللامتناهية التي تعرضها الشبكة العالمية للمعلومات وكذا الطفرة في وسائل الاتصال على غرار شبكات التواصل الاجتماعي التي تربط عبر نسيجها الالكتروني بمختلف الأنسجة الاجتماعية والمستوعبة لمختلف الأنساق الفكرية والأشكال التعبيرية قديمها وحديثها مما جعل المرافق العمومية مرافق مواطنة تشمل الجميع وتستوعب الجميع.

4-ماهية الخدمة العمومية الإعلامية ومرتكزاتها التشريعية والعملية:

4-1-المنطلقات الفلسفية للخدمة العمومية الإعلامية : تطورت وسائل الإعلام بشكل كبير وسريع حولها من مؤسسات لنقل الأخبار وتبادلها إلى مؤسسات فاعلة في المجتمع والدولة، وتحولت مع مرور الزمن سيما مع الطفرة التكنولوجية إلى مؤسسات متعددة القيمة والفائدة وفي مختلف المجالات الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والتربوية علاوة على صناعة الفرجة والتسلية والترفيه الاستعراضي. مما جعل الكثير من الملاحظين والأكاديميين يعتبرونها المرفق العام الأهم في المجتمع باعتباره مهندسا للوعي الاجتماعي وصانعا حقيقيا لديناميكية نمو وتطور المجتمعات وبناء قوة الدول. ويرى شلوش أنه يمكن التمييز بين تصورين مختلفين للخدمة العمومية في مجال الإعلام: أ.**التصور التقليدي:** التفسير التقليدي يعتبر" أن مهام الخدمة العمومية في الإعلام المرئي والمسموع تخضع لطبيعة البرامج والخدمات التي تقدمها القنوات العمومية، لتستجيب من خلالها لحاجيات الجمهور الواسع بدون أن تكون لها أهداف الربح" (شلوش، 2005. ص05)

ب.التصور الحديث: النظرة الحديثة تربط مهام الخدمة العمومية بمقتضيات الديمقراطية والمتطلبات الاجتماعية والثقافية وبضرورة المحافظة على التعددية بما في ذلك التعددية الإعلامية، بل وتشجع على الشراكة مع المتعاملين الخواص بما يشكل مرجعا للمصداقية والنوعية والإبداع بالنسبة لكل أنواع البرامج (شلوش، 2005. ص05) كما يستمد مفهوم الخدمة العمومية من مفهوم المرفق العام في القانون الإداري باعتباره "ذلك المشروع الذي بواسطته يتولى شخص إداري القيام بعمل لتحقيق المنفعة العامة.

4-2-الجهود التنظيرية لمرتكزات الخدمة العمومية الاعلامية : وقد رافع بعض الأكاديميين في أبحاثهم على ضرورة الاستناد إلى مجموعة من المرتكزات والأسس في تقديم الخدمة العمومية الإعلامية (بومعيزة، 1992. ص109) كالملكية للمجموعة الوطنية، بمعنى يمكن للأشخاص المعنوية الخاصة والعمومية الخاضعة للقانون الوطني تقديم الخدمة العمومية . وأن تعكس الخدمة العمومية الإعلامية الثقافة الوطنية، وذلك عبر الإلمام بجميع مقومات الثقافة الوطنية وخاصة الدين

واللغة والقيم الحضارية المشتركة للشعب دون تمييز ولا تهوين ولا تهويل أو التركيز على بعد ثقافي على حساب بعد آخر. وهوالأسلوب الأمثل الذي من شأنه أن يصنع الألفة والانسجام والتفاهم بين أفراد المجتمع الواحد ويحصنهم من مختلف التيارات التي تستهدف اختراق أمنهم الثقافي أو الاجتماعي. فقد تتعدد التيارات الفكرية والسياسية وأحيانا حتى التيارات الدينية كحال بعض الدول ذات التعدد العرقي والديني مما قد يقود إلى احتدام الصراع الفكري ذي الأبعاد الإيديولوجية، وهنا يتحتم على وسائل الإعلام أن تقوم بأدوار رائدة في بناء الإجماع الوطني، خاصة حول المسائل الأساسية والجوهرية أو كما يسميها البعض الثوابت الوطنية. وحفاظا على حياد المرفق العام الإعلامي، يستحسن الاستقلالية المالية والاعتماد على التمويل الذاتي، إذ يعتقد المختصون أن ضمان حياد المرفق العام وتكريس روحه التضامنية في توفير المساواة والتفاعل الايجابي مع انشغالات المرتفقين بعيدا عن كل المضايقات وحماية له من أي ضغوط سياسية أو مالية وتجارية. يفرض على المرفق العام تمويل نفسه بنفسه من خلال ابتكار وتحديث أساليب خلق الثروة كبيع التراخيص أو ثمن الاشتراكات أو بيع بعض الخدمات.

ومن مرتكزات الخدمة العمومية الإعلامية أن تشمل جميع المواطنين، وتقتضي تعميم الفائدة لجميع مكونات المجتمع فالخدمة العمومية موجهة إلى جميع أفراد المواطنين بغض النظر عن موقعهم الجغرافي أو الاجتماعي لكن يجري الحديث اليوم حول مراعاة الفوارق الاقتصادية في الاستفادة من الخدمات المرفقية سيما في ظل الهوة السحيقة التي باتت تفصل بين الفئة الغنية والطبقات الفقيرة وفي ظل تناقص وتآكل الطبقة المتوسطة وجنوحها نحو الفقر. إضافة طبعا إلى الروح الأخلاقية والكفاءة المهنية للصحفيين، فيتحتم على القائم بالاتصال أن يكون ذات مبدعة وتتميز بالابتكار والمواكبة المستمرين لمستجدات الفضاء الإعلامي والمعلوماتي كما أنه مطالب بالتحيين الدائم لمعارفه وخبراته، سيما مواكبة الوتيرة السريعة للحياة في مختلف جوانبها وأبعادها مما يفرض البحث على سبل ترقية التكوين باستمرار للإسهام الفعال في تكريس المرفق العام للقيام بوظائف الإعلام والتربية والترفيه. هذا هو المفهوم الحقيقي لنظام الخدمة العامة في وسائل الإعلام الذي نقلته بلدان عدة عن هيئة الإذاعة البريطانيةBBC، وعلى الخصوص البلدان الأوربية.

ونخلص في الأخير إلى التأكيد أن الخدمة العمومية لوسائل الإعلام تقتضي أن تعكس في مضامينها الثقافة الوطنية بجميع مقوماتها الحضارية وان يستفيد منها كل المواطنين الذين يجب أن يشعروا بان وسائل الإعلام تعبر عن واقعهم دون الاعتبار للانتماءات الاجتماعية والسياسية، وان تقوم هذه الوسائل بوظيفة الإعلام الذي يخلو من الآراء المنحازة . كما أن الصحفيين وفق هذا المبدأ ملزمون بأداء مهامهم مجردين من كل الضغوطات. وعليه يقتضي مفهوم الخدمة العمومية التزام

القائمين بالاتصال في المجتمع بالموضوعية الإعلامية ويتعين على وسائل الإعلام أن تقوم بوظائف الإعلام والتربية والترفيه" (عصفور، 2012.2013. ص51)

5-الخدمة العمومية الإعلامية سياقات تشكلها وتطورات ممارسته: الخدمة العمومية الإعلامية أو الخدمة العامة للإعلام كما يسميها بعض الباحثين هي فعالية إنسانية تقوم من خلالها وسائل الإعلام المختلفة سواء التي تمتلكها الدولة أو التي ينشئها الأشخاص المعنويون بإنتاج خطاب إعلامي جيد ونافع هادف لخدمة المصلحة العامة ولا يستهدف الربح . فهو يسعى إلى ترقية وعي ومعارف الجمهور وتفعيل حضورهم الايجابي ومشاركتهم الفعالة في النقاشات العامة في الفضاء العام للمجتمع والدولة وبالتالي فإعلام الخدمة العامة يساهم في إحداث التنمية وتسريع عمليات التحول الديموقراطي وتكريس الممارسة الديموقراطية. وقد ظهرت نظرية الخدمة العامة الإعلامية في أوروبا ومفادها أن وسائل الإعلام تعمل في المجال العام وليس الخاص. يترتب عن ذلك أن تكون مختلف أطراف المجتمع ممثلة في هذه الوسائل سواء تعلق الأمر بالتأثير على مضامين هذه الوسائل أو في إدارتها (عزي، 2011. ص25) فالسياق الذي تطور فيه التلفزيون الأوروبي يبين أنه كان مشروعا بأبعاد تجارية خضع لسيطرة الدولة لأكثر من نصف قرن، ولم يتطور إلا في العقدين أو العقود الثلاثة الأخيرة إلى نظام مزدوج مكون من قطاع عام يتعرض للمنافسة بشكل متزايد، وعادة ما يكون هو الجانب الأضعف، وقطاع آخر من محطات البث التليفزيوني التجارية المملوكة ملكية خاصة. ولم تنته سيطرة الدولة على البث التليفزيوني في دول شرق ووسط أوروبا إلا في بدايات التسعينيات، مدفوعة بانهيار النظم الشيوعية في أرجاء المنطقة. وما إن بدأت هذه العملية فإن العملية كلها كانت أسرع بكثير من نظيرتها في أوروبا الغربية" (أندرياس وآخرون..، 2011. ص21) وقد نشأ مصطلح إعلام الخدمة العامة في هذا الإطار ليشير إلى منظومة وسائل الإعلام التي تعمل على تحقيق أهداف وطنية كالحفاظ على الوحدة والاندماج الوطنيين، تمثيل الفئات المختلفة في المجتمع تمثيلا عادلا وشاملا ومتوازنا وتيسير المشاركة السياسية، توفير المعلومات والمعارف وصيانة الحق في الاتصال، مراقبة أداء السلطات العامة والمجتمع المدني والفعاليات المجتمعية، مراقبة عملية صنع القرار والمشاركة فيها وترشيدها، الدفاع عن المصالح الوطنية، ونقل ما يجري في العالم إلى جمهور الدولة ونقل صوت الدولة والمواطنين إلى العالم" (ياسر، 2017. ص87)، وظهر مفهوم الخدمة العامة في وسائل الإعلام لأول مرة في بريطانيا بعد إنشاء مؤسسة BBC في 1926. ولهذا أصبح مقرونا بالإذاعة والتلفزيون وليس بالصحافة المكتوبة. ونظام الخدمة العامة الذي نالت بفضله BBC شهرة عالمية ومصداقية لدى جمهورها. "إذ يشارك في إدارتها أطراف ثلاثة بالتساوي الدولة وممثلوا القطاع التجاري وممثلوا الجمهور المستخدم، ويشارك المستمعون والمشاهدون في دفع تكاليف الاشتراك التي تنعكس في شكل برامج نوعية" (عزي،

2011. ص25) وتستمد الخدمة العمومية روحها من "الميثاق الملكي" الذي يعتبر بمثابة المرجع التشريعي للشبكة البرامجية التي تتبني على مبدأين اساسيين الأول يتعلق بالاستقلالية في السياسة التحريرية عن الوصاية الحكومية والاقتصادية، والمبدأ الثاني يتعلق بضرورة وضع معايير تسمح بحماية المستمعين والمشاهدين من كل أشكال الاستغلال ومنع بث كل أشكال البرامج السيئة" (khelifi,2005.P139)، وتقوم الخدمة العمومية على أسس ودعائم تعد بمثابة مبادئ يفترض ألا يحيد عنها المرفق العام الإعلامي توردها معظم الدراسات الإعلامية نذكرها فيما يلي:

1.مبدأ المساواة: بحيث يتساوى المنتفعين أمام المرفق العام وتزول الفوارق الاجتماعية والثقافية وتذوب المصالح الشخصية في المصلحة العامة .

2. مبدأ الاستمرارية: بحيث تستمر الخدمة العمومية وبشكل منتظم، وتكون الاستمرارية في الزمان والمكان ولا يقتصر هذا الانتظام والاستمرارية على خدمة معينة أو أشخاص معينين أو أماكن معينة دون أماكن أخرى.

3. مبدأ التطور والتكيف والمواكبة: الخدمة العمومية محكومة بالتطور والتحديث المستمرين، بحيث يتكيف ويساير المرفق العام مختلف التحولات الاجتماعية ويواكب التطورات الحاصلة في مختلف الميادين ومجالات الحياة سيما إفرازات العصر العلمية والتكنولوجية وما لذلك من تأثير وإسهام في استحداث تطورات على مستوى الأنماط السلوكية والاستهلاكية وبصيغة أخرى تكييف الخدمة العمومية مع الإفرازات والحاجات الجديدة لأفراد المجتمع أو للجمهور حين يتعلق الأمر بوسائل الإعلام ومختلف الفضاءات الاتصالية والثقافية.

4.مبدأ الحياد: ولكي تتحقق الخدمة العمومية وتثبت نجاعتها وفعاليتها لا مناص من تحييد المرفق العام تفاديا لأي انحياز لآية جهة وإبعاد إدارة المرفق العام عن كل أشكال الإستغلال السياسي مهما كان توجهه لأنه يتعارض مع مبدأ مساواة الجميع أمام المرفق العام . لكن التحولات التي عرفتها الدولة الحديثة عززت التوجه الديمقراطي للدولة وعززت من إمكانيات التفاعل والتشاركية في التسيير والإدارة

5.مبدأ اللاربحية أو المجانية النسبية: بحيث لا يستهدف المرفق العام الربح في المقام الأول ويقع فريسة لدى السلطة المالية، بل ويعتمد في تمويله على نفسه . والمجانية المطلقة غير ممكنة في الوقت الراهن نظرا للأعباء الكثيرة الملقاة على عاتق الدولة . لكن تبقى على مجانية الخدمات المتعلقة بالأمن والصحة والتعليم على أن يتم دراسة الأسعار بما يتناسب والقدرة الشرائية لمختلف الفئات الاجتماعية .

6.مبدأ التضامن الاجتماعي: حافظت بعض الدول على عقيدة البعد الاجتماعي وارتقت بهذه الممارسة في تجسيد سياسات الدعم الحكومي ليصبح من الثوابت الوطنية لكن تم تسجيل العديد من

الاختلالات تتعلق بمن يتلقى الدعم أو من يستحق تضامن الدولة في توفير الدعم والرعاية في مختلف المجالات مما يدفع بالباحثين والأكاديميين إلى إثارة الجدل حول ضرورة مراجعة سياسات الدعم والتضامن الوطني وتوجيهه لمستحقيه الحقيقيين دون الإضرار بالمبدأ والفلسفة الاجتماعية للدولة .

7.مبدأ الفعالية والتفاعلية: تفرض التحولات المتسارعة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المرافق العامة أن تكون أكثر نجاعة وفعالية في تحقيق الاشباعات للجماهير أو للمستهلكين مما جعل الكثير من المؤسسات تتوجه إلى إيجاد قنوات لتفعيل الحوار بينها وبين زبائنها الحقيقيين والمحتملين. والاكثر من ذلك خلقت مسارات تشعبية للتفاعل الجماهيري مع الخدمات المقدمة وتسهيل إبداء وجهات النظر وتقديم مطارحات نقدية وعرض البدائل المرغوبة لترقية وتحسين الخدمات التي يعرضها المرفق العام.

8. مبدأ التشاركية: لجأت بعض المؤسسات إلى عصرنة وتحديث خدماتها المرفقية لمستوى إشراك المرتفقين في بناء الرؤى والتصورات التي من شأنها تحقيق الرضا لدى الزبائن وأخذ انشغالاتهم بعين الاعتبار علاوة على إشراك المواطنين المرتفقين في الدخول في الرأسمال الاجتماعي للشركات والمؤسسات المرفقية وتحويلها إلى مؤسسات مواطنة تعزيزا للشفافية الإدارية والتسييرية، الشيئ الذي يساهم في بناء جسور ثقة ذهبية بين المرتفقين والمرفق العام. للإشارة فإن معظم القوانين والتشريعات سيما تشريعات الدول الغربية التي بلورت المفهوم وخلقت آليات تجسيده تمنح الحق للأفراد في إمكانية متابعة الهيئات والمؤسسات التي تمثل المرافق العامة والتي تتراخى أو تقصر أو تعتمد التمييز أثناء أدائها للخدمة العمومية.

ولقد تشكلت هذه المبادئ كشكل من أشكال وعي الإنسان الغربي لوجوده كذات فاعلة ومبدعة وواعية لمجموع الحقوق التي حصلها الإنسان عبر نضالات وصراعات كبيرة وسجالات ثقافية وسياسية من حيث هو ذات مفكرة. وربما يصعب التصديق بتجسيد هذه المبادئ في الكثير من الدول النامية والانتقالية على غرار الجزائر. بحيث تخضع مستويات الانتفاع بالمرافق العامة بعوامل غير موضوعية تقترن بالأساس بالاضطرابات السلوكية والتفككات القيمية والأخلاقية للمجتمع والتي تغذي مؤسسات الدولة ومنها المرافق العامة. فالخدمة شوهتها وعطلتها مجموعة من الممارسات، فتخضع لعلاقات النفوذ والسلطة للمنتفع في المقام الأول والقرابة والمصالح المتبادلة بين المواطنين والأعوان الذين استأمنتهم الدولة لتقديم الخدمة العمومية للمواطنين في المقام الثاني. أما الخدمة العمومية الإعلامية فلم تبتعد كثيرا عن هذا التصور فليس من الغريب أن يحظى صديق الصحفي أو المقرب من رئيس التحرير بمكانة مرموقة يقدم للجمهور كداهية في تخصصه فيتم تصنيعه من عدم سيما في ظل تغييب احتياجات الجمهور والموانع المقرونة بمستويات الحرية لكل مؤسسة إعلامية،

وليس من الغريب أن تحظى انشغالات واهتمامات المنطقة الجغرافية التي ينحدر منها الصحفي بكبير الاهتمام بينما يغيب ذات الإعلام عن قضايا جوهرية في مناطق أخرى . فغياب التوازن في التغطية الجغرافية يضعف دور المؤسسة ويجعلها بعيدة عن تقديم الخدمة الضرورية علاوة على الانسياق وراء المقاربات الربحية .

6-جهود هيئات الضبط الإعلامية في تحقيق التكامل بين التشريع والممارسة للخدمة العمومية الإعلامية : لقد تشكلت هيئات الضبط الإعلامية في المشهد الإعلامي الأوروبي كسلطات إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وساهمت بأدوار كبيرة في ترقية وتجويد الممارسة الإعلامية في مختلف جوانبها إضافة الى تعزيز حضورها الاجتماعي. ففي بريطانيا تجدر الإشارة في هذا المقام إلى الأدوار الكبيرة لهيئات الضبط التي تضمن حياد وسائل الإعلام واستمراريتها في أداء الخدمة العمومية وفقا للمبادئ المتعارف عليها المساواة والحياة والتكيف والموضوعية. على غرار "اللجنة المستقلة للتلفزيون Independent Television Commission" التي عوضت "سلطة البث المستقلة" سنة 1990. والتي تساهم في تنظيم وضبط القطاع الخاص في مجال الإعلام التلفزيوني ومنح الترددات للقنوات التلفزيونية الخاصة، إضافة إلى الحرص على احترام قواعد ومعايير البرمجة. أما في مجال الإذاعة المسموعة فتتولى تنظيمها وضبطها وتوزيع الترددات لاستغلال الموجات "اللجنة المستقلة للإذاعة"(khelifi,2005.P140) كما تعتبر "اللجنة التكميلية للبث التي تأسست سنة 1981 من الهيئات التي ساهمت في رسم مسار مشرف للبث الإذاعي والتلفزيوني البريطاني وهي تحرص على أخلقة العمل الإعلامي والتأكيد على الدقة في معالجة الوقائع والأحداث والفصل في كل ما يمس الحياة الخاصة". وتمتد كفاءة هذه الهيئة لتشمل مختلف الخدمات التي تقدمها القنوات التلفزيونية والإذاعية العمومية والخاصة. وقد تدعمت هذه الهيئة سنة 1988 بهيئة تسمى "مجلس معايير البث الإذاعي والتلفزيوني" وهو مسؤول على رقابة مدى احترام معايير أخلاقيات العمل الإعلامي لمختلف محطات الخدمة الاذاعية والتلفزيونية العمومية والخاصة". وقد دمج قانون سنة 1996 الهيئتين السالفتين وتأسست "لجنة معايير البث الإذاعي والتلفزيوني" كهيئة تجمع بين سلطات وكفاءات الهيئتين السالفتين(khelifi,2005.P140)

أما في فرنسا وعلى الرغم من الامتداد التاريخي العميق للدولة الفرنسية وإسهامها الكبير في بناء تصور شامل من الناحية الفلسفية والتشريعية لمفاهيم الحريات العامة والإعلامية كحقوق اساسية للإنسان منذ ثورة 1789 إلا أن المجال السمعي البصري ظل محتكرا إلى غاية سنة 1982 أين ظهرت إرادة سياسية لتحرير الاتصال السمعي البصري من هيمنة الدولة وتجسد هذا بإقرار قانون سنة 1986 المتعلق "بحرية الاتصال" والذي دشن عهدا جديدا للممارسة الإعلامية في الحقل السمعي البصري الذي كانت تعتبره الدولة الفرنسية رهانها الاساسي في الحفاظ على الهوية الفرنسية

وحماية موروثها الثقافي والحضاري من الإختراق الغربي سيما الأمريكي والياباني تحت شعار الاستثناء الثقافي. "فالدفاع عن الثقافة الفرنسية وتشجيعها حجر الزاوية في القواعد المنظمة لقطاع البث الفرنسي ونظرت الحكومات المتعاقبة من اليمين واليسار على حد سواء باستمرار للمنتجات الثقافية والإعلامية كشيء مختلف عن أشكال المنتجات السلعية الأخرى أنها تلخص جوانب من هوية البلاد. ونتيجة لذلك أصبحت فرنسا مدعومة من بعض الدول الأخرى مثل كندا مناصرة "لاستثناء الثقافة" من مبادئ التجارة الحرة، ودافعت عن الحق في دعم وتنمية حياة ثقافية محلية خلاقة وتعددية. للإشارة أعيدت صياغة فكرة استثناء الثقافة بطريقة أكثر إيجابية لتصبح "التنوع الثقافي" في خطوة تكتيكية كبيرة بدأت عام 2000"(أندرياس وآخرون، 2005. ص234)، وقد واكب النظام الإعلامي الفرنسي بقيادة المجلس الأعلى للسمعي البصري الذي تأسس سنة 1989 كبديل "للجنة الوطنية للاتصال والحريات التي ظهرت سنة 1982 مختلف التحولات الجيوسياسية والديناميات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية، من أجل ضمان الاستمرارية في أداء الخدمة العمومية وضمان حياد وسائل الإعلام العمومية وحمايتها من الاحتكار السياسي والاقتصادي، علاوة على السهر على تحقيق الإشباعات الثقافية للجماهير وتجسيد مبدأ مواكبة التفاعلية كآلية لخلق جمهور متلقي إيجابي وفعال كمقاربة جديدة للانتقال من الجمهور المفعول به وفيه إلى الجمهور الفعال. وتجدر الإشارة هنا أن فرنسا ورغم الجهود التي يقوم بها المجلس الأعلى للسمعي البصري كسلطة إدارية ضابطة تتمتع بالاستقلال المالي والإداري وبصلاحيات واسعة، إلا أنه لم يمنع ظهور ظاهرة التمركز الإعلامي وتشكل الاحتكارات الكبرى التجارية والتي يحذر منها الكثير من الأكاديميين بأنها ستعمق من الأزمة القيمية والأخلاقية والمهنية للإعلام الفرنسي مما يؤثر مستقبلا على نوعية وجودة الخدمة العمومية الإعلامية.

وقصد تكييف الترسانة القانونية مع هذا التوجه، فقد أدخل المشرع الفرنسي في 01 أوت 2000 بعض التعديلات على قانون 1986 المتعلق بحرية الاتصال، استفاد المجمع العمومي "تلفزيون فرنسا" بامتياز تمويل الانتقال إلى البث الهرتزي الأرضي الرقمي أو ما يسمى التلفزيون الرقمي الأرضي بمبلغ قدره 03 مليار فرنك فرنسي أو ما يعادل 457.386.790 أورو" (khelifi,2005.P141)كمنهج عملي لتعزز عقيدة فرنسا في تحقيق الحصانة الثقافية للموروث الحضاري والثقافي الفرنسي.

وتعتبر التجربة الألمانية رائدة في مجال الخدمة العامة لأنها حديثة، سواء في ألمانيا الغربية أو في ألمانيا الشرقية سابقا. وعلى الرغم من أن ألمانيا الغربية نظمت إعلامها بعد الحرب باعتماد الخدمة العامة استنادا على التجربتين الإنجليزية والفرنسية، فإن النظام الفيدرالي في البلاد أغنى هذه التجربة وجعلها تتفوق على المثالين الإنجليزي والفرنسي من حيث تقديم خدمة إعلامية لكل المناطق

والأطراف بالتساوي ودون تمييز بين المركز– العاصمة وبين أي قرية في أقاصي الريف. فالقناة الأولى في التليفزيون الألمانيARD، التي تعتبر الأضخم والأغنى في أوروبا، تشكل نموذجا مثاليا للخدمة العامة يمكن للدول العربية، وخصوصا تلك التي تتكون مجتمعاتها من فسيفساء قومية أو دينية وطائفية، أن تحذو حذوه. فهذه القناة تتكون من اتحاد قنوات إذاعية وتلفزيونية محلية تمثل معظم الولايات الألمانية وتتمتع باستقلال ذاتي عن القناة الأم (الأولى) من حيث اختيار برامجها الثقافية والعلمية وكذلك نشرات إخبارية محلية خاصة عن الشئون والنشاطات التي تشهدها هذه الولايات. ليس هذا فحسب بل هناك قنوات تخصص نشرات خاصة بكل مدينة في هذه الولاية أو تلك تعكس هموم أبناء الولاية ويرون فيها تمثيلا صحيحا لهم وليس إقصاء شأن القنوات التي تبث من المراكز الكبرى". والأخبار السياسية منظمة بحيث إن كل القنوات تتوحد مع القناة الأولى في نشراتها الإخبارية الرئيسية. كما تقدم القناة الأولى خدمة إضافية إلى كل المشاهدين من خلال برامج سياسية أو ثقافية أسبوعية تنتج في استوديوهات محطات الولايات المختلفة وتبث على القناة الرئيسية ويديرها صحفيون من تلك المحطات. وهذه البرامج، وخصوصا السياسية والثقافية، تعد من أنجح البرامج إذ تمول بشكل جيد وتقدم بمهنية عالية وتركز دائما على قضايا لا تأخذ حقها في في النشرات الإخبارية العامة ومعظمها تركز على أداء المؤسسات وقضايا الهدر أو الفساد. وما يجعل هذه المحطات تنجح أكثر وتقدم خطابا إعلاميا راقيا هو استقلاليتها" (أندرياس وآخرون، 2005. ص11)، فهي مستقلة عن الحكومات من جهة وعن متطلبات السوق من جهة أخرى. وهذا يعتمد أساسا على تمويلها المستقل والجيد، فهي قنوات عامة تتلقى تمويلها من الضرائب المفروضة على خدمة الراديو والتليفزيون، أي أنها تتلقى تمويلها مباشرة من المتلقي الذي يستفيد من هذه الخدمة وهو ما يعزز استقلالها عن الحكومات التي لا تستطيع أن تتدخل مباشرة في عملها. هذه الطريقة في التمويل تجعلها مستقلة أيضا من ريع الإعلانات والدعايات التجارية، فهي تحمي مشاهديها من هذا الكم الهائل من الإعلانات وتجعله يركز على المادة الإعلامية التي تقدمها دون إطالات تربك المشاهد وتفتت تركيزه. كما أنها تمنع منعا باتا بث دعايات في ساعات الذروة المسائية. ففي ألمانيا مثلا تختفي –في محطات التلفزة التي تعمل بنظام الخدمة العامة– الإعلانات تماما بحدود الساعة الثامنة حيث تبدأ النشرة الإخبارية الرئيسية الأولى وبعدها البرامج الثقافية والعلمية الأكثر شعبية أو الأفلام ودون أية دعاية" (أندرياس وآخرون، 2005. ص12)، وتجدر الإشارة في هذا المقام إلى أن الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي مطالبة بأن تكون القوانين المنظمة للإعلام فيها منسجمة مع لائحة المجلس الأوروبي الخاصة بالخدمة العمومية للبث الإذاعي والتلفزي المصادق عليها في 25 جانفي 1999 والتي مفادها "الخدمة العمومية للبث الإذاعي والتلفزي يجب أن تنسجم والوظائف الثقافية والاجتماعية والديمقراطية الهادفة لتحقيق الخير والمصلحة المشتركة كما تكتسي أهمية

حيوية لضمان الديمقراطية والتعددية والانسجام الاجتماعي والتنوع الثقافي واللغوي" khelifi) (2005.P143, علاوة على توصية الدول الأعضاء بألا يشكل تمويل الدولة لوسائل الإعلام لضمان الخدمة العمومية عائقا أمام المنافسة الشريفة، إضافة إلى التأكيد على أن الخدمة العمومية الإعلامية يجب أن تضمن وصول الجماهير العريضة وبدون استثناء أو تمييز إلى المعلومات والإطلاع على قدم المساواة على الأحداث، علاوة على تعزيز الخدمة العمومية الإعلامية للإذاعة والتلفزيون في اتجاه تحقيق انتاج برامجي ذو جودة عالية ويواكب التطور والتنوع والديناميكية التي تميز العصر الرقمي". (khelifi ,2005. P143) ، لكن ومع التوجه المفرط لاقتصاديات الدول الأوروبية نحو الليبرالية على الطريقة الأمريكية وما خلفته من أنماط استهلاكية استعراضية للمادة الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية جعلت الكثير من القنوات التلفزيونية والإذاعية العامة تسلك نهج القنوات التجارية لاستقطاب الجمهور كضرورة لاستقطاب الجمهور "ففي بيئة يسيطر عليها التركيز المتزايد في ملكية وسائل الإعلام والمنافسة من وسائل الإعلام التجارية فإن دور محطات التليفزيون العامة كما أعلنت مرارا الجمعية البرلمانية لمجلس أوروبا هو تعزيز التنوع والتعددية وتقديم برامج تتوجه للجمهور العام بما في ذلك برامج للأقليات وبرامج ثقافية وتقارير وتحقيقات معمقة ومعلومات وأخبار وبرامج للأطفال وبرامج إخبارية إقليمية ومحلية ودراما. وبذلك تعمل محطات التليفزيون العامة على تعزيز المواطنة اجتماعيا وسياسيا وثقافيا وتشجيع التماسك الاجتماعي". لكن في الواقع أصبح عدد من محطات التليفزيون العامة منخرطا في منافسة مع محطات التليفزيون التجارية وبدلا من محاولة صياغة هويات جديدة لنفسها تميزها عن محطات البث التجارية أصبحت محطات البث العامة تقدم برامج مستنسخة من برامج محطات التليفزيون التجارية". (أندرياس وآخرون، 2005.ص75) وقد اتجهت مختلف أنظمة البث الإذاعية والتلفزيونية في أوروبا منذ سنة 2000 نحو تعميم البث الأرضي الرقمي مع رسم مخططات واضحة ودقيقة للتخلي عن أنظمة البث التماثلي في حدود سنة 2020. لكن ورغم التهليل بريادة نموذج القنوات التلفزيونية والإذاعية العامة في تقديم الخدمة العمومية إلا أنه يجب التسليم بوجود عدة تحديات وتعقيدات تواجه هذا النوع من الإعلام كالصعوبات المالية والتنظيمية المتجددة والمتكررة والتي تعمق من أزمة هويتها. وتواجه محطات البث العامة مأزقا مزدوجا ومتناقضا "فهي مطالبة من ناحية بتحقيق رسالة الخدمة العامة والأهداف الثقافية السامية فأنها وفي الوقت ذاته مطالبة بالمنافسة مع القنوات الإذاعية والتلفزيونية الأخرى" (أندرياس وآخرون..، 2005. ص257) خاصة التجارية.

أما التحدي الآخر هو كيفية الموازنة بين جودة البرامج وكثرة استقطاب المشاهدين فعندما تتجه المحطات الإذاعية والتلفزيونية العامة لمنافسة القنوات الخاصة والتجارية في برامجها السطحية والمستقطبة للجماهير تتعرض للانتقاد بأنها "تنزع نزعة تجارية" وتوصف بالشعبوية الجماهيرية

والتسطيح والرداءة الاستعراضية. وعندما ترفع مستوى الذوق الفني والعلمي لشبكتها البرامجية وتدافع عن الثقافة الرفيعة وتبرز قيمتها التثقيفية تتعرض للانتقاد أيضا لكونها موجهة للصفوة، وبذلك تكون متحيزة لأنها تتلقى الدعم الحكومي بينما تنفق أموالا طائلة على قلة نخبوية من المشاهدين". (أندرياس وآخرون، 2005. ص257)ولكن قيم وثوابت المجتمع ورأسماله الرمزي الثقافي والعلمي يجب أن يكون القيمة السامية والرأسمال الرمزي المشترك بين وسائل الإعلام والمجتمع والدولة ولا يجب الاستسلام لضغوط الجماهير لتمييع النماذج السلوكية وهدم المعايير القيمية والأخلاقية التي تنتجها القدوات الثقافية والاجتماعية كإرث ثقافي للحاضر والمستقبل وجسر للتواصل الذهبي بين مختلف الأجيال. وفي الأخير لنا أن نتساءل عن مدى إمكانية نقل النموذج الأوروبي للخدمة العامة للعالم العربي عامة وللجزائر خاصة؟ يرى البعض أن "تطبيق هذا النظام في العالم العربي عقبات عديدة، بعضها بنيوي يتعلق بطبيعة المجتمعات العربية والنظم السياسية السائدة فيها . فرغم التزايد الكبير في عدد الفضائيات العربية والتوسع النسبي لهوامش الحرية الإعلامية إلا أن محتوى هذه القنوات التي تجاوزت 1230 قناة ضعيف جدا ومعظمه رديئ، إذ لم تنجح وسائل الإعلام الخاصة التي تكاثرت كالفطريات في العقدين الماضيين في تقديم محتوى متناسب مع التطلعات، وبين تحليل مضمون أجري على عدد من كبريات المؤسسات التلفزيونية العربية أن نحو 62 بالمائة من ساعات البث عبارة عن برامج جاهزة ومستوردة ومدبلجة، وأن 55 بالمائة من المحتوى عبارة عن إنتاج درامي ترفيهي ورياضي، في حين لم تتعدى نسبة المحتوى التربوي والثقافي 14 بالمائة (ياسر، 2017. ص90) كما أن اللجوء إلى نظام الخدمة العامة يعني أن تتخلى الحكومات العربية عن سيطرتها الكاملة على وسائل الإعلام وترك هذه المهمة لمنظمات المجتمع المدني أحزاب، نقابات، منظمات حقوق الإنسان منظمات المرأة العربية، ممثلي الأديان والطوائف والأقليات. وربما يجد البعض في طرح هذا السؤال في هذا المقام نوعا من ترف فكري إذ لا يعقل أن تتخلى الحكومات، التي تحتكر وسائل الإعلام أو جزءا رئيسيا منها، طواعية عن هذا الدور الوجودي وتقوم بلعب دور جلب الضرائب لتمويل محطات التلفزة ذات الخدمة العامة. وتجارب أوروبا الشرقية علمتنا أن هذا الانتقال لا يتم إلا في ظروف انتقال أشمل، أي الانتقال إلى نظام ديمقراطي تعددي" (أندرياس وآخرون..، 2005. ص14) إن دعم وتطوير إعلام الدولة وتحويله إلى إعلام خدمة مجتمع وضمان حريته هو الهدف الذي يجب أن يحظى بالأولوية ضمن عملية إعادة هيكلة المنظومة التشريعية والقانونية للإعلام العربي في المرحلة الراهنة، لأن إعلام الخدمة العامة وفي كل التجارب الدولية هو الضامن الرئيسي والثابت لإنجاح عملية التحول الديمقراطي، ولإنهاء مظاهر الفوضى واللامهنية والاحتكار والاستقطاب في الإعلام والإعلان" (شومان، 2016. ص.22) "والانتقال إلى نظام الخدمة العامة يقتضي نضجا للمجتمع ووصوله إلى حالة تعددية ديمقراطية حقيقية تسمح له بالإشراف على الإعلام

المرئي والمسموع، ونضج الحكومة المنتخبة واستيعابها لأهمية دور الإعلام الذي يخدم جميع فئات المجتمع وليس حزب الحكومة أو الائتلاف الذي قد تتكون منه. ونضجا ثالثا وقد يكون الأهم، وهو نضج الصحفي والمحرر الذي عمل طويلا في خدمة الحكومة أو ينتمي إلى حزبها والنضج هنا يتعلق –في إيمان هذا الصحفي– بأن عمله الجديد ليس خدمة حزبه، بل خدمة مجتمع تعددي متنوع وبالتالي فإن عليه تبني خطاب إعلامي مهني محايد" (أندرياس وآخرون، ص15)

7–تحديث المرافق العامة الإعلامية وتجويد الخدمة العمومية: إن المنطلق الفلسفي لفكرة التحديث المنبثقة من الحداثة والمنبثقة بدورها من الأنوار العقلية الأوروبية تعني الارتقاء بمستويات التفكير والأداء إلى الجودة والكفاءة . والحداثة ليست تحولا خالصا أو تعاقبا للأحداث، بل إنها بث لمنتوجات النشاط العقلي والعلمي والتكنولوجي والإداري. لذلك فهي تنطوي على المفاضلة المتنامية بين القطاعات المختلفة والمتنوعة للحياة الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية والحياة الأسرية، الدين والفن على الخصوص. ذلك أن العقلية الأداتية تمارس داخل نمط من أنماط النشاطات المذكورة وتحاول دون أن يكون أحدها منتظما من الخارج، أي انطلاقا من اندراجه ضمن رؤية عامة ومن إسهامه في تحقيق مشروع مجتمعي متكامل (تورين، 2010. ص15) وبالتالي فالتحديث يحمل دلالات وأبعاد التمكين لسلطة العلم بأنواره والتقعيد لسلطة الجهل بظلامياته، بمعنى النشر الموسع لأنوار العلم ليشمل جميع أفراد المجتمع وحصار الجهل والقضاء عليه ليشمل آخر فرد في المجتمع . وفي هذا السياق يعرف التسيير العمومي الحديث بأنه "اتجاه عام لتسيير المنظمات العمومية ظهر مع بدايات التسعينيات في الدول الانجلوساكسونية، وعلى خلاف التسيير العمومي التقليدي الذي يستمد مبادئه من العلوم الإدارية والقانونية، فإن أفكار ومبادئ ومعالم التسيير العمومي الجديد، مستوحاة من العلوم الاقتصادية ومن سياسات التسيير في القطاع الخاص. ومن دوافع وأسباب ظهور هذا النوع الرغبة في تحسين ومعالجة الاختلالات التي اتسم بها التسيير العمومي التقليدي، والتي من بينها التدهور البيروقراطي، وكذا محاولة الارتقاء بالإدارة العامة إلى مستوى الكفاءة والفعالية "(تورين، 2010. ص50) وبالتالي يكون التحديث يشمل بالضرورة الرفع من مستويات الوعي وإعمال العقل مقابل هدم كل الأشكال والأنماط السلوكية الفردية والجماعية ذات الطابع الخرافي والأسطوري التي تأسر عمليات التفكير المبدع. وأعتقد أن بدايات الشروع في تحديث المنظمات أو المرافق العمومية وأولوياته تنطلق من تكريس ثقافة المرفق العام في المخيال الشعبي والمؤسساتي والتخلي عن عقلية **البايلك** المتوارثة كثقافة انتفاعية تقترن بالحقوق أكثر مما تقترن بالواجبات، ويكون هذا حتما من خلال الاحتكام لمنطق الدولة وسلطان القانون بعيدا عن الشعبوية والشوفينية والتسلط الأناني الذي يفرضه منطق السلطة الأبوية للمسؤولين الذين ينصبون أنفسهم كمسؤولين فوق العادة، من خلال الاحتكار الانفعالي للنفوذ والامتياز وتكريس الكثير من المظاهر السلبية دون الخضوع

للمساءلة القانونية ولا الشعبية وغيرها من الصفات والممارسات الهدامة لمعنى الخدمة العمومية وعبر تكريس ثقافة المرفق العام ستحاصر القرابة والزبونية والمحسوبية وكل أشكال الفساد الأخرى المقوضة لروح المرفق العمومي.

ويشمل تحديث الخدمة العمومية الإعلامية مختلف البنيات المادية والفكرية والهيكلية للمنظومة الاتصالية سيما عناصر العملية الاتصالية أي كل من الرسالة والمرسل والمستقبل، علاوة على قياس التفاعلات الرمزية لدى الجمهور المتلقي للخطاب الإعلامي بمختلف رموزه وأفكاره ومعلوماته وصوره، لكن التحديث يكون بالتركيز طبعا على الخطاب الإعلامي أو الرسالة التي تنتجها المؤسسات الإعلامية كمرافق عامة . لقد حققت المؤسسات الإعلامية على مر العصور تطورات مذهلة وساهمت في تحديث مناهج التفكير وأساليب الحياة في المجتمات وتسريع وتيرة النمو في مختلف المجالات، وكان ذلك بمثابة انعكاس لأساليب التطوير الذاتي للمؤسسات الإعلامية وعصرنة طرق وأدوات إدارتها وتحديث مناهج وسياسات تحريرها لتساير الأنساق الثقافية والاجتماعية وتحولاتها العميقة في الدولة والمجتمع. ولكن وإذا كان هذا هو حال تجربة الصحافة والإعلام في المجتمعات الغربية المتقدمة، فإنه يبقى الجدل قائما في المجتمعات الانتقالية بين أولوية دمقرطة الحياة العامة ودمقرطة الوسائل الإعلامية ففي الوقت الذي يرافع البعض لتحديث ودمقرطة وسائل الإعلام كأولوية لبناء المجتمع وخلق التنمية وتكريس الممارسة الديموقراطية، يرى البعض الآخر أنه لا جدوى من تحديث وسائل الإعلام دون تحديث المجتمع من خلال تكوين وترقية أفراده وبناء مؤسساته وتهذيب الممارسة السياسية فيه للارتقاء للممارسة الديموقراطية . وربما فشل تجارب بناء سلطة الإعلام في الدول النامية وخاصة الشمولية على غرار الجزائر لعقود طويلة يرجح فرضية أولوية التكوين والتثقيف والتوعية للمجتمع من خلال بناء المؤسسات التقليدية قبل الانتقال لبناء المؤسسات الإعلامية التي تعكس بالضرورة طبيعة البيئة السياسية والثقافية للمجتمع. فالانهيار الأخلاقي والضعف الهيكلي والإفلاس المهني والعجز الاقتصادي الذي تعاني منه مختلف المؤسسات الإعلامية اليوم في الجزائر والاختفاء القسري الذي يتهدد كبريات الصحف والوسائل الإعلامية سيما المحطات التلفزيونية الخاصة هو انعكاس طبيعي للازمة متعددة الأبعاد التي مرت بها الدولة الجزائرية حديثة الاستقلال. دون إهمال طبعا سوء الاستثمار في الجمهور وتجاهله كفاعل أساسي في المعادلة الإعلامية الشيء الذي عمق الهوة بين المؤسسات الإعلامية والمجتمع مما افقدها سلطتها الحقيقية وأفرغها من هويتها، خاصة بعد تغذية خطابها بالرداءة المقيتة التي يتقزز منها عامة الناس قبل النخب العلمية والمثقفة التي باتت عاجزة عن وصف مدى تعفن الأداء الإعلامي وانحرافه عن الروح الوظيفية والمهنية التي تطبع الممارسة الإعلامية في الجزائر في الكثير من الجوانب

وربما قد يكون من المغامرة والسابق لأوانه الكلام عن تحديث الخدمة العمومية الاعلامية في الجزائر خاصة وأن المؤسسات الإعلامية لم تتأسس كمؤسسات أو منظمات سواء بالمفهوم القانوني أو الهيكلي ولا الاقتصادي ولا الثقافي، وليس من الغريب أن يعتبرها بعض الصحفيين الجزائريين الذين راكموا خبرة طويلة في الميدان الإعلامي بمجرد دكاكين تبيع سلعة فاسدة . لكن وبالمقابل يعتبر البعض الآخر أن وسائل الإعلام في الجزائر ورغم ميلادها من رحم السلطة المهيمنة إلا أنها استطاعت ان تبني نفسها وتكسب العديد من عوامل استقلاليتها وجعلها تحاول التقليل والتخفيف من نظام الهيمنة السائد سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي والثقافي لكن ضعفها مقابل قوة وسطوة مؤسسات وميكانيزمات السلطة السياسية وضعف هياكل ومؤسسات المجتمع المدني الخاضعة لنظام ريعي والتآكل التدريجي للمجتمع ضمن ما يسميه البعض الانصهار مقابل التمكين لجماعات المصالح خاصة الأوليغارشية المالية يجعل من الصحافة والإعلام في الجزائر حلقة ضعيفة في نظام الهيمنة السائد ويفقدها التأثير المطلوب في البناء العام للدولة والمجتمع. وبالتالي فالكلام عن أي تحديث يمر عبر استمرار النضال في بناء المكونات الأساسية للمجتمع ونفخ الروح العلمية في المؤسسات المختلفة بالشكل الذي يسمح بالتكوين النوعي للإفراد وانخراطهم ضمن مجتمع مدني حقيقي مستقل بوعيه وبوسائل عمله ليمارس التأثير السلمي والحضاري على نظام الهيمنة السائد للعلم فهذه الظروف الموضوعية قد تنجح في بناء نظام سياسي واجتماعي قوي وبالتالي بناء نظام أعلامي قوي، يبحث عن مختلف وسائل وأساليب تحديث الوسائل الإعلامية وتحديث الخطاب الإعلامي بما يحقق الخدمة العمومية الإعلامية. وبغية الوصول إلى هذه الغاية السامية لابد من ردم الهوة السحيقة والتي تزيد يوما بعد يوم في التباعد بين الفرد ومجتمعه وبين الأدوات والمعنى وبين الوسائل والغايات وبين المؤسسات الإعلامية وجماهيرها .

كما أن استمرار دوامة تخلف المرافق العمومية رغم التغييرات الجذرية في المناهج الاقتصادية التي تسترشد بها الدولة الحديثة سواء المتقدمة أو النامية في تدخلها في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية غير أن ذلك لم يحقق النتائج المطلوبة بالنظر إلى استمرار عدم كفاءة القطاع العمومي من حيث مستوى الأداء وكفاءة استخدام الموارد المتاحة"(عشوري، 2009.2010. ص47) بمعنى استمرار تأزم الخدمة العمومية في الدول الانتقالية يدفع بالجهود العلمية إلى البحث عن أساليب ومناهج التحديث قصد بلوغ الجودة المطلوبة والمنتظرة . وعلى الرغم من أن البعض يرى أنه تحققت تطورات نوعية في الخدمة العمومية سيما عبر المرور للإدارة الالكترونية من خلال إعادة نظر شاملة لطبيعة عمل النظم الإدارية التقليدية، فالانترنت التي وفرت سرعة الأداء والتفاعل الآني وتجاوز إشكالية وإعاقات الحدود الجغرافية، والفضاءات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي، فالانترنت كبوابة لتجسيد الإدارة الالكترونية أو الحكامة الالكترونية في

بعدها الشامل، توفر الكثير من فرص التفاعلية والمشاركة والنجاح والوضوح والدقة في تقديم الخدمات وانجاز المعاملات وبالتالي يمثل ثورة تحول مفاهيمي ونقلة نوعية في نموذج الخدمة العمومية نحو الخدمة العامة الالكترونية كأساس لترشيد الخدمة العمومية"(عشوري، 2009.2010. ص2)، لكن يجب التأكيد أن الخدمة العمومية الإعلامية بحاجة إلى ثورة لتحديثها في مختلف جوانبها، فتحديث الوسائل يعني أن تتسلح المؤسسات الإعلامية بمختلف التكنولوجيات المبتكرة في علوم الإعلام والاتصال وتستغل نتائج الأبحاث والدراسات العلمية سيما براءات الاختراع واستغلال الطفرة التكنولوجية والعلمية لتحديث أساليب الإدارة والتحرير وكذا الأنماط الاتصالية مع مختلف الجماهير وكذا تسريع الأشكال الاتصالية التي تربط المؤسسة الإعلامية بالبيئة الثقافية والتي تسهل لها الاندماج والتفاعل مع مختلف متغيرات هذه البيئة، والكلام عن تحديث المؤسسة الإعلامية لا يستثني بطبيعة الحال تحديث البنية الفكرية للقائم بالاتصال من خلال التحيين المستمر للمؤهلات والمعارف والخبرات للعنصر البشري المنتسب للمؤسسة الإعلامية سيما الصحفيون ومسؤولي التحرير من خلال ضمان دورات تكوينية للتدريب المستمر وتكييف المستوى التكويني مع مختلف المستجدات ليكون نوع من التوازن بين مستويات النمو العقلي والمعرفي للصحفي ومستوى تطور العصر في مختلف المجالات سيما مواكبة مستجدات التطور العلمي. وأعتقد أن تحديث الرسائل الإعلامية أيضا يكتسي أهمية جوهرية وربما المشكل الأساسي الذي يواجه تحديث الخدمة العمومية الإعلامية هو الفشل في انتاج خطاب إعلامي بأبعاد ثقافية وفكرية تعددية ويتميز بالجودة والنفع والفائدة للمجتمع . بعيدا عن الاستهلاك الاستعراضي المدعوم بالدعاية الاشهارية التي تدعم الروح التجارية للإعلام مقابل محاصرة هوامش العقل في الممارسة الإعلامية.

إن هذا التعثر للرسالة في زمن الوسيلة على حد تأكيد عزي عبد الرحمان يعزز من تفكك المجتمع وفقدان نسيجه الثقافي الذي يمزقه الانحراف الإعلامي والتحيز الإخباري يوما بعد يوم خاصة في ظل البروز المتنامي لنسق القوة المدعوم من الأنظمة المهيمنة سياسيا واقتصاديا. هذا التفكك القيمي أو كسوف القيمة في النظام الإعلامي وفي ظل الهيمنة التي تفرضها الصورة الإعلامية المشحونة بمنظومة من الرموز التي تشحن الخيال الاجتماعي بكم هائل من الطاقة السلبية من خلال الهدم السريع والمتنامي في شكل تسونامي لهدم المعنى مقابل البناء السريع للصور الخاوية ومراكمتها في اللاشعور الفردي والجماعي تكبح كل إرادة لتحديث الخدمة العمومية أو التأسيس الحداثي للمرافق العامة الإعلامية. وقد قدم عزي عبد الرحمان مقاربات علمية وفكرية لترميم هذا التصدع وإعادة بناء الجسم المتفكك قيميا، هذه المقاربات تنطلق من إعادة بناء الزمن الإعلامي وكذا تمكين القيمة في المكان الإعلامي كحيز للتفاعلات الرمزية والاستثمار الأمثل في الرأسمال الرمزي الإعلامي عبر تطعيمه بالقيمة وهي المفاهيم المعرفية في الفكر التنظيري لعزي عبد الرحمان

بغية النهوض بالخطاب الإعلامي. وقد استمد عزي عبد الرحمان هذه المفاهيم من الجهود التنظيرية الغربية والعربية على غرار مفهوم الزمن في بنية الحضارة عند مالك بن نبي الذي يؤكد "أن التنمية لا تشترى من الخارج بعملة أجنبية غير موجودة في خزينتنا فهناك قيم أخلاقية واجتماعية وثقافية لا تستورد وعلى المجتمع الذي يحتاجها أن يلدها" (بن نبي، 2006. ص195) وقد رافع مالك بن نبي فكريا للإستثمار الاجتماعي بدل الاستثمار المالي الذي يعيد إنتاج الأزمات "إن وطنا متخلفا لابد له ان يستثمر سائر ما فيه من طاقات، يستثمر عقوله وسواعده ودقائقه كافة، وكل شبر من ترابه، فتلك هي العجلة الضخمة التي يجب دفعها لإنشاء حركة اجتماعية واستمرار تلك الحركة"(بن نبي، 2006.ص196) كما أن التعامل الاستعلائي مع الجمهور والاستمرار في تصوره كمتلقي سلبي مفعول فيه وليس فاعل يبعد المرفق العام عن جوهره ويفقده حيويته، فالتأسيس لجمعيات حماية المتلقي أو المستهلك للمنتجات الإعلامية والثقافية بات ضروريا في سبيل تحديث المرافق العامة الإعلامية. وتوجيه اهتمام مسؤولي المؤسسات الإعلامية إلى أن الاتجاه السائد والذي ينظر للمتلقي بأنه يتأثر بشكل سحري بالمضامين الإعلامية هي نظرة تقليدية فندتها الكثير من الجهود التنظيرية فأصبحت اليوم التفاعلية مصدر لكل عملية وتطوير للمؤسسة الإعلامية وضرورة لكل عمليات تحديث الخدمة العمومية.

خاتمة : يمكن التأكيد أن تحديث الخدمة العمومية الإعلامية اليوم حتمية وجودية لمختلف الوسائل الإعلامية وفي مختلف الأنظمة الإعلامية، فعمر الدعاية قصير والحقيقة وحدها هي التي ستبقى محل بحث مستمر في الزمان والمكان. فالاستخدام السياسوي المدعوم بالسلطة المالية لوسائل الإعلام المختلفة قد يساهم في تكريس الوضع القائم لبعض الزمن لكن يسلب للإعلام روحه ويفقده بوصلته ويبعده عن جوهره الثقافي والاجتماعي فيفكك المجتمع ويزيد من الهوة السحيقة بين المواطن والوطن وبين المجتمع والدولة. ومن أجل تكريس الخدمة العمومية الإعلامية كآلية إستراتيجية لدعم التماسك الاجتماعي والأنسنة والتعايش المشترك والتمكين للحصانة الثقافية وتعزيز ولاء الفعاليات الاجتماعية المختلفة للوطن والدولة فلابد من تحديث الخدمة العمومية الإعلامية . ويشمل التحديث مختلف عناصر العملية الاتصالية، بداية بتحديث الرسالة عبر إنتاج خطاب إعلامي بأبعاد ثقافية وفكرية وتربوية، خطاب هادف وبناء عبر الاهتمام بالشكل والمضمون أو بالشكل والفكر والجمع بين الجاذبية والواقعية بعيدا عن البراعة اللفظية والأسلوبية المنتجة للتنويم المؤقت للوعي الجماعي كما يشمل التحديث الوسيلة من خلال التكيف مع ابتكارات والإبداعات التكنولوجية للمرحلة الراهنة المكرسة للأساليب الحديثة والتفاعلية في الإدارة والتسيير من خلال التأسيس الثقافي للمؤسسات الإعلامية . كما يجب أن يشمل التحديث اشراك قوي وفعال للجماهير والتخلي عن فكرة القطيع أو المتلقي السلبي عبر ممارسة الحق في النقد وبناء الخطاب الإعلامي ودعم وتشجيع تشكيل جمعيات

حماية مستعملو وسائل الإعلام ومتلقو الرسائل الإعلامية، وتحديث منظومة التكوين والرفع من كفاءة أداء القائم بالاتصال وتحيين المستويات العلمية والمعرفية للصحفيين وتأهيلهم عمليا بمضاعفة جهود التكوين وتحيين دائم لمعارفهم ومؤهلاتهم مطلب ضروري لتحديث الخدمة العمومية الإعلامية. علاوة على تحديث المنظومات التشريعية خدمة للفضاء الاتصالي بجميع مكوناته سيما بما يؤهل الجماهير المختلفة ويشجعها على تكريس ثقافة المرفق العام الإعلامي وترقية الخدمة العمومية بشكل مستمر وبما يدعم بناء الدولة والمجتمع.

قائمة المراجع:

أولا- المراجع باللغة العربية:

- أندرياس جرن والد، وآخرون، (2005) تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا، تر حازم سالم، ط1، مصر، القاهرة، مركز القاهرة لحقوق الإنسان .

- آلان تورين، (2010) نقد الحداثة، تر عبد السلام الطويل، ط1، المملكة المغربية، الدار البيضاء، دار أفريقيا الشرق .

- الزرن جمال، بن مسعود معز، (2014) إعلام الخدمة العامة في الوطن العربي. ط1، تونس، إتحاد اذاعات الدول العربية .

- ابراهيم كومغار، (2009) المرافق العامة الكبرى على نهج التحديث، ط1، المملكة المغربية، الدار البيضاء، النجاح الجديدة.

- عزي عبد الرحمان، (2011) المصطلحات الحديثة في الاعلام والاتصال، تونس، الدار المتوسطية للنشر.

- مالك بن نبي مالك، (2006) بين الرشاد والتيه، سوريا دمشق، دار الفكر .

- عصفور سكينة، (2012.2013) الخدمة العمومية في التلفزيون الجزائري بين النصوص القانونية والممارسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 .

- عشوري عبد الكريم، (2009.2010) دور الادارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الامريكية والجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق العلوم السياسية، جامعة منتوري – قسنطينة .

- بومعيزة السعيد، (1992) مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، الجزائر، المجلة الجزائرية للإتصال، تصدر عن معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، عدد8 .

- ياسر عبد العزيز، (2017) الإعلام العربي العام والخاص من التنافس إلى التكامل، مجلة شؤون عربية، مجلة دورية تصدر عن أمانة جامعة الدول العربية، العدد 170 .

– محمد شومان، (13 جويلية 2016) من إعلام السلطة إلى إعلام الخدمة العامة، لندن، جريدة الحياة.

– محمد شلوش، (10.11.نوفمبر 2011) الاذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والمنطق التجاري، ندوة الاذاعة المسموعة الواقع والآفاق، اتحاد اذاعات الدول العربية، الجزائر، فندق الأوراسي.

ثانيا – المراجع باللغة الأجنبية:

- Benzaoui Abdessalam , (1991) la notion de service public entre la theorie genirale et l'idee de rentabilite economique, revue algerienne de communication, edite par l'institut des sciences de l'information et de la communication, numero 05 .

-Khelifi Mustapha , (2005) Algerie reconstruire le service public de television, algerie, ed IMAGE.