

الإعلام التنموي ودوره في خدمة المجتمع المصري وتنميته (الواقع والمأمول)

نجلاء سيد عبد الرحمن محمد^١، محمود أبو النور عبد الرسول^٢، أشرف عبد الحميد زهران^٣

^١باحث دراسات عليا - معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة مدينة السادات

^٢معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة مدينة السادات

^٣كلية التربية النوعية للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

الملخص

رافق التطور والتقدم الذي شهده العالم حدوث ازيمات وصراعات كبيرة شملت جوانب مختلفة عديدة ولا يمكن الخروج منها إلا بالتنمية، وخصوصاً واننا نعيش الآن في عالم العلم والمعرفة والفكر والانفتاح الذي يتطلب التفاعل مع معطيات المرحلة الراهنة ومواجهة تحدياتها، فلم يعد الصراع يتمثل في القوة العسكرية والسيطرة السياسية على الأراضي واحتلالها وإنما انتقل إلى كيفية استخدام المصادر الطبيعية بوسائل علمية ومخترعات تكنولوجية حديثة، فعملية التنمية أساساً تستهدف تطوير القدرات البشرية وتعبيتها للتغلب على المشاكل والعقبات التي تحول دون الوصول إلى السعادة التي ينشدها، والتنمية كعملية غايتها الإنسان وادواتها الإنسان لذا فالمشاركة العامة في تنفيذها من أهم الأسس للنجاح، اذن أساس النجاح أن يصبح لكل فرد دوراً في عملية التنمية بأن يكون واعياً بما يجري حوله ودوره في تطوير المجتمع وتنميته، وهذه أمور تحتاج إلى توعية وتثقيف متواصلين، وتعليم وتدريب مستمرين، ومن هنا تبرز أهمية الإعلام في المجتمع وكيفية استخدام وسائله المختلفة بهدف تعبئة الجماهير ذات المصلحة في التغيير والتنمية، وحل المشكلات التي تعترضها عن طريق تقوية وتدعيم وسائل الإعلام المختلفة، فالمجتمع بحاجة إلى إعلام يواكب خطته الإنمائية ويعمل على خلق المشاركة من جانب أفرادها في عملية التنمية، فهو السبيل لنشر المعرفة بخطط السلطة السياسية، وهو الذي يوفر الرغبة في التغيير وينمي اهتمام الناس بتغيير مجتمعاتهم.

Research Summary:

The development and progress witnessed by the world were accompanied by the occurrence of major crises and conflicts that included many different aspects and can only be overcome by development, especially as we now live in a world of science, knowledge, thought and openness that requires interaction with the present stage data and facing its challenges, so the conflict is no longer represented by military strength and political control over Lands and their occupation, but he moved to how to use natural resources with modern scientific methods and technological inventions, The process of development is primarily aimed at developing human capacities and mobilizing them to overcome the problems and obstacles that prevent reaching the happiness that it seeks. Development is a process that aims at man and its tools for the human being. Conscious of what is going on around him and his role in community development and development, and these are matters that require continuous awareness and education, continuous education and training, hence the importance of the media in society and how to use its various means to mobilize the masses with an interest in change and development, Solving the problems encountered by strengthening and supporting the various media .

Society needs a media that keeps pace with its development plans and creates participation by its members in the development process. It is the way to spread knowledge of political authority plans, and it provides the desire for change and develops people's interest in changing their societies..

تتزايد أهمية الإعلام في العصر الراهن يوماً بعد يوم، وأصبح بوسائله المختلفة أفضل القنوات تأثيراً وأسرعها وصولاً لأكبر عدد ممكن من الجماهير، وغدت أكثر تعقيداً بفضل كثرة المحطات الإذاعية والتلفزيونية وازدياد ساعات بثها، وزاد استخدام الأقمار الصناعية من دائرة البحث كما ظهرت وسائل اتصال حديثة مختلفة نتيجة لاندماج ثورة الاتصالات وثورة المعلومات وثورة الحاسب الآلي وظهرت خدمات عديدة ومتنوعة لتلبية الاحتياجات المتزايدة للأفراد إلى المعلومات من أجل العمل والترفيه مثل الحاسبات الشخصية المتنقلة والاتصالات الرقمية والألياف الضوئية وما نتج عن ذلك من خدمات اتصالية جديدة مثل الفيديو تليكس والتلتيكست والاتصال المباشر بقواعد البيانات وعقد المؤتمرات عن بعد والبريد الإلكتروني.

لقد رافق التطور والتقدم الذي شهده العالم حدوث ازيمات وصراعات كبيرة شملت جوانب مختلفة عديدة ولا يمكن الخروج منها إلا بالتنمية، وخصوصاً واننا نعيش الآن في عالم العلم والمعرفة والفكر والانفتاح الذي يتطلب التفاعل مع معطيات المرحلة الراهنة ومواجهة تحدياتها، فلم يعد الصراع يتمثل في القوة العسكرية والسيطرة السياسية على الأراضي واحتلالها وإنما انتقل إلى كيفية استخدام المصادر الطبيعية بوسائل علمية ومخترعات تكنولوجية حديثة، فعملية التنمية أساساً تستهدف تطوير القدرات البشرية وتعبئتها للتغلب على المشاكل والعقبات التي تحول دون الوصول إلى السعادة التي ينشدها، والتنمية كعملية غايتها الإنسان وادواتها الإنسان لذا فالمشاركة العامة في تنفيذها من أهم الأسس للنجاح، اذن أساس النجاح أن يصبح لكل فرد دوراً في عملية التنمية بأن يكون واعياً بما يجري حوله ودوره في تطوير المجتمع وتنميته، وهذه أمور تحتاج إلى توعية وتنقيف متواصلين، وتعليم وتدريب مستمرين، ومن هنا تبرز أهمية الإعلام في المجتمع وكيفية استخدام وسائله المختلفة بهدف تعبئة الجماهير ذات المصلحة في التغيير والتنمية، وحل المشكلات التي تعترضها عن طريق توعية وتدعيم وسائل الإعلام المختلفة، فالمجتمع بحاجة إلى إعلام يواكب خطه الإنمائية ويعمل على خلق المشاركة من جانب أفرادها في عملية التنمية، فهو السبيل لنشر المعرفة بخطط السلطة السياسية، وهو الذي يوفر الرغبة في التغيير وينمي اهتمام الناس بتغيير مجتمعاتهم.

يعد الإعلام ضرورة من ضرورات التقدم للمجتمعات، وتستطيع المساهمة بشكل فعال في التنمية، لذا أصبحت قضية الإعلام ودوره في عملية التنمية من أهم القضايا التي تثير اهتمام الدول في العصر الراهن، اذ تتنافس الدول فيما بينها في السبل والوسائل المستخدمة وبكل الامكانيات والقدرات المتاحة المادية والبشرية لتطوير وتنمية مجتمعاتها، لان التنمية تمثل المعيار الأساسي للتغيير الحضاري لأي مجتمع يطمح بالتقدم والتطور، ويعترف الجميع بأن وسائل الإعلام المختلفة تلعب دوراً كبيراً ومهما في نجاح العملية التنموية خاصة وانها أصبحت تدخل في تفاصيل العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في جميع المجتمعات، المتقدمة منها والنامية، بنسب متفاوتة خاصة وان نجاح العملية التنموية يعتمد بشكل كبير على تلك العوامل وعلى مدى قوتها ونجاحها وشدة تأثيرها، فالتحول الكبير الذي طرأ على المجتمع شمل مختلف المستويات والجوانب، ولم يعد بالامكان اعتبار الاعلام مجرد وسيلة لتوصيل الخبر، وإنما بوصفه قوة تؤثر بشكل فاعل في الجمهور، ومن ثم تساهم في تشكيل المفاهيم وتوجيهها، اذ يعتبر الاعلام اهم اداة في التعبئة الجماهيرية.

بعد انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع وتعاضم أثرها، عمد الباحثون في علم الاتصال بوجه عام، والإعلام بشكل خاص، على البحث في العلاقة بين هذا التخصص وبين التخصصات الأخرى كالاقتصاد والتربية والسياسة ونحوها ومحاولة التعرف على طبيعة الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام في تفعيل العلاقات بينها وبين جمهورها، خصوصاً إذا كان الجمهور بمفهومه العام يمثل عنصراً أساسياً في نجاح الوظائف التي تقوم بها، كما اتجهت الكثير من البحوث الإعلامية حول كيفية تسخيرها في عملية التنمية، ان الاهتمام المتزايد بالبحث في هذه العلاقة المتبادلة بين الإعلام وغيره من المجالات الأخرى، نتج عنه قيام تخصصات تحمل مسميات عديدة تبرز خصوصية هذه العلاقة، لذا فان الاهتمام بتأثير الإعلام في تنمية وتطوير المجتمعات، ادى إلى ظهور ما يسمى بالإعلام التنموي.

لذلك فان الاعلام بات يشكل أحد الدعائم الاستراتيجية لبناء مشاريع التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية لكل المجتمعات، بسبب ممارستها لقوة التأثير على أفكار وآراء ومعلومات وسلوكيات المجتمع، بما يتفق وخطط التنمية، اذ لا يمكن التفكير في إرساء سياسات تنموية ناجحة دون احداث اصلاحات فعالة تعتمد خطط إعلامية محكمة، تنظم وفق أسس علمية ضمن الفرع العلمي التي تسمى بالاعلام التنموي، لأنها مصدرراً رئيسياً

وفاعلا في دفع الحركة التقدمية للمجتمعات، ويتجاوز الاعلام التنموي ادواره الوطنية أو المحلية متخذا بعدا عالميا ودوليا، ولقد أولي في الدول المتقدمة اهتماماً بالغاً بهذا الفرع. إذ اعتبر ٢٤ تشرين الأول من كل عام يوم الاعلام التنموي في العالم. يذكر ان الجمعية العامة للأمم المتحدة حددت في عام ١٩٧٢ يوماً عالمياً للإعلام الإنمائي (الاعلام التنموي) يراد منه لفت انتباه الرأي العام العالمي لمشاكل التنمية والحاجة إلى تعزيز التعاون الدولي من أجل حلها، وقررت الجمعية العامة أن يتوافق تاريخ هذا اليوم العالمي مع يوم الأمم المتحدة في ٢٤ تشرين الأول، وهو التاريخ الذي اعتمدت فيه في عام ١٩٧٠ الإستراتيجية الإنمائية الدولية الثانية لعقد الأمم المتحدة الإنمائي.

أسئلة البحث :

١. ما مفهوم الإعلام التنموي ؟
٢. ما واقع الإعلام التنموي في المجتمع المصري ؟
٣. ما التوصيات والمقترحات لتفعيل دور الإعلام التنموي في خدمة المجتمع المصري وتنميته؟

أهداف البحث :

يهدف البحث الحالي إلى التعرف على :

١. مفهوم الإعلام التنموي.
٢. واقع الإعلام التنموي ودوره في تنمية المجتمع المصري وتنميته.
٣. وضع مجموعه من التوصيات والمقترحات لتفعيل الإعلام التنموي في خدمة المجتمع.

أهمية البحث :

نستنتج أهمية البحث من أهمية الإعلام التنموي كمصدر من مصادر التوعية وتنمية المجتمع .

المنهج المستخدم في البحث :

يستخدم البحث الحالي المنهج الوصفي التخصصي.

مصطلحات البحث :

الإعلام التنموي ، التنمية :

أولاً : الاعلام التنموي Developmental Media :

(١) الاعلام Media :

١- الاعلام كلغة: يرجع في أصله الاشتقاقي إلى الفعل الماضي الرباعي (أعلم)، ومعناه قام بالتعريف والإخبار بالشيء لغيره، أي أظهر الخبر وأوصله لطرف لم يكن عالماً به. والفعل الثلاثي منه (علم) أي عرف الخبر أو تم إخباره بالخبر، ويؤسس هذا المفهوم اللغوي لثلاث علاقات في العملية الإعلامية وهي: (الخبر) و(مستقبل الخبر) و(المرسل إليه الخبر)، وهي ثلاثة عناصر يكتمل بها الإعلام.

٢- الاعلام اصطلاحاً: يراد بالإعلام في الاصطلاح أحد أمرين:

الأول: ذلك العلم الذي يبحث ويدرس الوسائل والتقنيات والنظريات التي تتصل بالعملية الإخبارية، من حيث آلياتها وأعراضها، وأطرافها كل ذلك يدرس ضمن تخصص أكاديمي يسمى بالإعلام.

الثاني: يسمى بالإعلام فهو عملية النقل التي يتم بها إيصال خبر، أو فكرة، من طرف ناقل مرسل، إلى طرف منقول إليه أو مرسل إليه أي مستقبل للخبر.

يعرفه بعض خبراء الاعلام والاتصال بأنه (إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من امور وحوادث سواء في الشؤون الداخلية ام الخارجية)، بينما يرى آخرون بان الاعلام هو (تزويد الناس بالاخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة معينة).

ثانياً : التنمية Development :

١. التنمية كلغة: يرجع هذا المصطلح للأصل اللغوي الثلاثي: (ن.م.ى) وهو بمعنى الزيادة، والنقل، فتنمية الشيء تعني إرتفاعه من موضعه إلى موضع آخر أعلى.

٢. التنمية اصطلاحاً: وسيلة تستطيع من خلالها الدول النامية التصدي لعوامل التخلف، بتبني خصائص أو سمات المجتمعات المتقدمة، ويرى بعض علماء التنمية أنها عملية تستند إلى الاستغلال الرشيد للموارد بهدف إقامة مجتمع حديث.

والبعض الآخر يرى بأن التنمية هي: عملية ديناميكية، شاملة، ومعقدة، وعميقة، وواعية، ومقصودة، ومدروسة تتم بالإنسان، ومن أجل الإنسان وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة في المجتمع وفي مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية.

وكما تعرف التنمية بأنها العملية المدروسة والموجهة التي يقوم بها المجتمع من أجل التطوير والتعديل في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والانتقال بها من واقع متخلف إلى واقع متقدم وذلك بواسطة عدد من الوسائل والادوات.

تعددت التعريفات التي وضعها الباحثون والمختصون في مجال الاعلام حول تعريف الاعلام التنموي فمنهم من يرى أنه: (المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية المتخصصة في معالجة قضايا التنمية) .

بينما يعرفه آخرون أنه: (فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يعمل على إحداث التحول الاجتماعي بهدف التطوير والتحديث، أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصالحة المجتمع العليا) .

ومنهم من يعرفه: (بالجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة التي تهدف إلى خلق مواقف واتجاهات ايجابية وصديقه للتنمية، وبذلك فإن الاعلام التنموي غير معني بصناعة التنمية ولكنه يهيئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من اجل أن يستجيبوا للخطة والبرامج التنموية بشكل فعال) .

ومن التعريفات الاخرى للإعلام التنموي: (أحد الفروع الأساسية للنشاط الإعلامي الذي يهتم بقضايا التنمية. فهو إعلام هادف وشامل، ويفترض أن يكون إعلامًا واقعيًا يهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية تنموية. وهو مرتبط بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور) .

اذن الاعلام التنموي هو احد فروع الاعلام المتخصص ويهدف إلى الإسراع في تحول مجتمع ما من حالة الفقر إلى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي.

نظريات الإعلام التنموي :

تستند نظريات الاعلام التنموي على الاسس العلمية لنظريات الاعلام بالتوافق مع نظريات التنمية المتنوعة، وهذا التوافق في الأساس خلق العديد من نظريات الاعلام التنموي، ومن اهم هذه النظريات :

(١) نظرية ولبر شرام Wilbur Schramm's theory :

تتعلق هذه النظرية في دور وسائل الإعلام في التنمية من خلال الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام في المحيط الذي تعمل فيه، ويربط شرام بين واقع تركيز وسائل الإعلام والاتصال، وبالتالي الخدمات الإعلامية التي تقدمها في المدن الكبرى ويوجد نقص شديد في المدن الهامشية أو الأرياف والقرى، وحسب شرام فهذا الأمر موجود في المدن الكبرى والهامشية في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.

يدعو شرام إلى إجراء أبحاث إعلامية في الدول النامية من أجل زيادة المعلومات والدراسات المختلفة عنها ولمعرفة الإمكانيات الإعلامية المتوافرة فيها وهي تهدف إلى:

١. توضيح الرؤيا في كل ما يتصل بعملية الاتصال وفعاليتها.
٢. لا تستطيع البلدان النامية إنفاق أموال على حملات غير ناضجة بسبب عدم وجود معلومات وأبحاث.
٣. جمهور وسائل الإعلام في الدول النامية متنوع الفئات والأحوال ويصعب التنبؤ بردود أفعاله.
٤. وسائل الإعلام الحديثة تحتاج إلى البقاء وعلى صلة بجماهيرها والجماهير في الدول النامية تتحول بسرعة. وحسب نظرية شرام فإن وظائف وسائل الإعلام التنموي هي:

- الرقيب .
- التعليم .
- توسيع الآفاق الفكرية .
- معرفة أسلوب حياة الآخرين .

- ءءمفة ءءءطف بآءقرب ببن الناس .
 - ءءرف واطلاع على مءءلف الأشفاء فف البءء.
- ربطء نظرفة ولبء شرام بشكل معاصر ببن الاعلام والعلاقاء العامة وبن ءءمفة بهءف ءعبءة الجماهرفة على ءءفء الأسالفب الجءفءة من ءلال الربط ءءقافف الاءءماعف الشامل للعلاقاء والمءءقءاء والقفم مع عملفة ءغفر المهارء وضرورة سفرها ءنبا الى ءنبا مع ءءمفة، وهذا لا فمكن ان فءءق الا من ءلال الاعلام وأءواءه المءءسءة فف وسائل الاءصال ءفء ءعب ءورا ءفوفاف فف ءءلف العقباء ءفء ءواجه ءءمفة، وءوسفء آفاق الفهم وءءعاون واءءاء المرءكزاء المعنوفة واءاءة ءءغفر واللءاق بركب المعاصرة وءءءمء، وءءكفء على مسألة النقاش وءءواراء ءءاءة بآءمفة من قبل اوسع القءاعاء الشعبفة فف آءاء المشاركة الوءنفة بعملفة ءءمفة وبرامءها وءطءها، أف من ءلال انشاء قواعد سلوكفة وءوقفة رففءة فف اءهان الناس ءءء نحو ءفعفل ءءمفة، وءقف بالمرصاد ضد الانءرافاء وءءباطوء، قام شرام بالءمء ببن الابعاء الاعلامفة والاقتصادفة والاجءماعفة والسفاسفة، واءءبر الاعلام ءوظففة مءءءة واساسفة ملازمة للنامو الاءءصاءف فف مرءكزاءه وآفاقه الشاملة، اء لا فمكن عزل الاعلام وانشءة وسائل الاءصال العامة عن ءركة المءءمع وءطوره ابءاء من ءلاباه ووءءاءه المؤسسفة الاءءصاءفة الأولى ووصولاف الى مؤسسءه ءبرى وهف ءولة، ءفء لا فمكن لها ان ءسءغف عن هذه الأجهزة بأف ءال من الأءوال، بل ءكون هذه الوءائف الإعلامفة مضاعفة واستءنائفة ونوعفة، فف ءول العالم ءالء الءف ءكون قصفة ءءمفة والاعمار والبناء قصفة بقاء او فناء، قصفة ءفا او موء، قصفة اسءقرار او ءفءك وفوفى.

(٢) نظرفة ءانفل لفرنر Daniel Lerner Theory:

فنطلق ءانفل لفرنر فف نظرفءه ءول العلاقة ببن ءءضر ووسائل الإعلام من مقءرة الإنسان على ءءقص الوءءانف، هذه المقءرة ءفء فءءبرها إءءى ءءائص الأساسية اللازمة للآنءقال من مءءمع ءقلفءف الى مءءمع ءءفء، ءءقص الوءءانف ءسب لفرنر هو القءرة على ءءفل ءفا أفضل وهذه القءرة ءمءل ءبرة أساسفة فنبغف ءوافرها فف الإنسان ءءفء الءف فءفء ءءمفة، فؤء لفرنر على العلاقة ببن ءمءن ومعرفة القراء وءءءابة من ءهة، وببن معرفة القراء وءءءابة وءءعرض لوسائل الإعلام من ءهة آءرف، فءءبر أن ءمءن هو ءءوة الأولى فف هذا الآءاء.

نظرفة لفرنر فف الأصل ءكونء اثر نءاءء ءءاءة الأباءء ءءللفة ءفء آءرف فف (٧٣) ءولة ومنطقة فف الشرق الأوسط وأهم نءاءءها:

١. أن الناس الأكثر اءصالاف بالعالم الآرفف هم أكثر اسءءاءاف لقبول ءءغفراف الاجءماعفة.
٢. الاءصالاء ومعرفة ءءارب الآرفن ءساعد على ءسهفل ءءغفراف الاجءماعفة.
٣. فوءء ءوافق ببن انءشار ءءلفم وءطور وسائل الإعلام والاءصال ونامو الاءءصاءف وءءضرف.
٤. ءلما زاد معدل ءءل القومي للفرء ونامء المءن وزاء ءءصنف زاءء معه مطالعة الصحف وءءرء وءنوعء وسائل الإعلام. فءءبر لفرنء أن ءمءن فزفء ءءاءة للإعلام وهو قاعءة الانءلاق لءطوفر وسائل الإعلام، فءءرف أن وسائل الإعلام وءورها واسءءاءاءها بشكل عام فاق ءرءة ءمءن نفسها.

ءءائص الإعلام ءءموف:

- فءمءع الاعلام ءءموف ببعض ءءائص من اهمها:
١. فءمفز بأنه اعلام ءاءف، فسعى الى ءءفق أهداف المءءمع الأساسية ومصالءه الجوهرفه، فهو فقوم بءهفئة الاجواء المناسبة لءرض انءاء ءءمفة كما فءهءف بالءرءة الأساس الى ءءفز قءراء الجمهور من آءل المشاركة الإفءببفة فف عملفة ءءمفة والقضاف ءفء ءهم المءءمع الءف فءفءون ففه.
 ٢. مبرمء ومءطء فربءب بءطء ءءمفه ومصالء المءءمع.
 ٣. شامل ومءكامل، فهو إعلام شامل فربءب بنواء اقتصادفة وسفاسفة واجءماعفة وءقاففة ءربوففة، فسعى الى اقناع الرأف العام بضرورة ءءغفر الإءءماعف لءءفق أهداف ءءمفه.
 ٤. إعلام مءءء الأبعاء، ءفء ءءءء أبعاءه لءشمل الابعاء الصءبه والاقتصادفه الإءءماعفه والسفاسفة.
 ٥. إعلام واقعى، فهو إعلاماف واقعىاف فف أسلوب معالءفه لمسائل المءءمع وءرءها فءعبء عن هموم الناس وءءلءاءها وقابلاً لمسافرة القضاف المسءءة، فسءءء الى الوضوء فف ءءامل مع الجمهور وءءفة المءبءلة.
 ٦. ءءفء مءطور، فسءءءم أسالفب مشوقه ءءفءه.

٧. مختلف الوسائل، يتخذ الاعلام التنموي وسائل متعددة لغرض تحقيق دوره التنموي اهمها (تلفزيون، اذاعة، صحافة مطبوعة، صحافة الكترونية، لقاءات مفتوحة مع الجمهور المستهدف، إصدارات مطبوعة أو مسجلة، بطاقات بريدية مصورة، مطويات، افلام قصيرة، ملصقات، صحف، ملفات، جداول زمنية، كتيبات، معارض.
٨. منفتح، يستفيد من خبرات وتجارب الدول والمجتمعات الأخرى.

أنواع الإعلام التنموي:

هناك نوعين من الاعلام التنموي وهما:

أولاً: الإعلام الجماهيري Mass media: والذي يشمل وسائل صحافة مطبوعة، صحافة الالكترونية، تلفزيون، إذاعة.

ثانياً: الإعلام المباشر Direct media : أي الاعلام الصادر من منظمات المجتمع المحلي والذي يشمل لقاءات مفتوحة مع أفراد المجتمع المحلي (المستهدف) وإصدارات مطبوعة أو مسجلة.

أهداف الاعلام التنموي:

تتنوع أهداف الإعلام التنموي من مجتمع لآخر وفقاً للظروف التي تحيط بكل مجتمع، فالهدف العام للاعلام التنموي يتمثل في التأثير على الجماهير ومحاولة إقناعهم وتوعيتهم بأهمية التنمية وضرورة الاسراع بها ، ويهدف الاعلام التنموي في الأساس إلى إيجاد وسائل اتصال فاعلة و قادرة على حمل الرسالة الإعلامية ونشرها إلى أبعد المستويات ومخاطبة كافة شرائح المجتمع.

يهدف الإعلام التنموي إلى خدمة قضايا المجتمع ويسعى في تحقيق أهداف وغايات اجتماعية مستوحاه من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الحيوية ويسهم أيضاً في ترسيخ الوعي الحقيقي بالتنمية القائم على المصارحة وتقديم الحقائق ومن ثم تبني الخطط التنموية اللازمة، كما ويهدف إلى تأكيد أهمية مبدأ الوحدة الوطنية وتوسيع دائرة الحوار السياسي، ودفع الناس باتجاه المشاركة السياسية واتخاذ القرار وتوضيح الأبعاد الوطنية للتنمية.

إن أي إعلام لا يبد له من أهداف يعمل من أجلها، ولكي يحقق صفته التنموية لا يبد له من تبني أهداف تحمل في جوهرها ودلالاتها مسؤولية المجتمع الذي ينشط في هذا الإعلام، هذا ويمكننا أن نحدد هنا بعض هذه الأهداف المشروعة للاعلام التنموي أهمها التالي:

١. فهم وإدراك ما يحيط بالإنسان من ظواهر وأحداث.
 ٢. نقل التراث الثقافي من جيل إلى آخر.
 ٣. تنمية الحس الوطني والقومي لدى المواطنين.
 ٤. كشف الأفكار الهدامة والداعية إلى تعميق التخلف في المجتمع.
 ٥. تنمية الحس الديمقراطي وممارسة الديمقراطية.
 ٦. التركيز على دور الشباب وقضاياهم
 ٧. التركيز على الإحساس بالمال العام وتقديره والحفاظ عليه.
٨. وبذلك يتبين ان الهدف الأساس من الاعلام التنموي هو التدخل النشط الإيجابي لتعزيز قدرات كافة أفراد المجتمع المحلي من أجل المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والقضايا التي تشغل المجتمع الذي يعيشون فيه.

عوامل ظهور الاعلام التنموي:

توجد عوامل عديدة أسهمت بشكل كبير في ظهور الاعلام التنموي ومن أهمها:

١. الفجوة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية، حيث خلفت انعكاسات اقتصادية ونفسية وثقافية على سكان أوروبا وقد التفت علماء الإتصال إلى مفهوم المسؤولية الاجتماعية والتي تعني مسؤولية الإعلام لترميم الدمار الذي خلفته الحروب.
٢. استقلال العديد من الدول وخاصة في جنوب العالم، وهذه المجتمعات الجديدة كانت تعاني من فجوة اقتصادية واجتماعية سياسية هائلة بالمقارنة مع دول الشمال ولهذا ظهر ضرورة لقيام الاعلام بدور تقليص هذه الفجوة.

٣. ظهور نظرية التحديث الغربية (Modernization) وهذه النظرية هي التي وقفت في وجه نموذج النمو الاشتراكي في سياق الحرب الباردة بأبعادها الإيديولوجية والإعلامية والصراع أيضا بين النماذج التنموية التي كان يقترحها كل من المعسكرين ويدافع عن خياراته.
٤. التراكم العلمي في بحوث الإعلام والاتصال وظهور مراكز البحوث المتخصصة التي تدرس الإعلام والتجارب العلمية حيث اظهر التراكم العلمي إمكانيات واسعة يتمتع بها الإعلام في الإسهام نحو التغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي الايجابي الذي ينعكس على نوعية حياة الأفراد والجماعات المعوقات الإعلامية للتنمية في المجتمعات المحلية.
٥. ظهور تكنولوجيا المعلومات التي تعد عنصرا أساسيا في الإعلام و صارت من صور التسريع التنموي بفائدة الإعلام الذي تسارع تأثيره بتسارع الابتكارات التكنولوجية والتطور السريع وتعد المجتمعات المدنية البسيطة وظهور المدن الكبيرة وتشابك مصالح المجتمعات فضلا عن المصالح الفردية، أدى ذلك إلى تغير نمط الاتصال بين أفراد المجتمع .

التخطيط الإعلامي التنموي Planning for development information :

التخطيط الإعلامي Media Planning :

يتضمن وضع مجموعة من الخطط للتنبؤ بالمستقبل والاستعداد له .

التخطيط للتنمية Planning for development :

وهي تعبئة وتنسيق الطاقات البشرية والمادية المتاحة حاضرا أو مستقبلا لتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية وثقافية متفق عليها في فترة أو فترات زمنية محددة .

أنواع التخطيط الإعلامي :

(تقسيم وفق الزمن) : قصير المدى ، متوسط المدى ، طويل المدى .

(تقسيم وفق نطاق الخطة) : خطة عامة رئيسية ، خطة فرعية تفصيلية .

(تقسيم وفق الاستمرارية) : مستمرة ، مؤقتة .

التخطيط الإعلامي :

هو حصر وتوجيه القوى الاعلامية في الدولة من طاقات بشرية وأجهزة إعلامية ومؤسسات لتحقيق أهداف خطة التنمية في المجتمع .

مراحل التخطيط الاعلامي :

١. مرحلة التخطيط والتحليل: وتهدف هذه المرحلة إلى جمع البيانات عن مجموعة من المتغيرات ثم تحليلها.
٢. مرحلة تنفيذ الخطة الإعلامية : يجب مراعات مقومات الاتصال الأربع: القائم بالاتصال، الرسائل الاتصالية، سياسات الانتاج الاعلامي (دعم- دفاع) ، الوسائل الاتصالية .
٣. مرحلة متابعة وتقييم سير الخطة الإعلامية : وهي معرفة مدى النجاح في تطبيق الخطة الإعلامية والاستفادة من التجارب والخبرات السابقة .

وظائف التخطيط الإعلامي التنموي:

أجمع الباحثون أن سبب القطاعات الاقتصادية كالزراعة والتعليم والسياسة والبيئة والنقل والسياحة يرجع إلى عدم كفاية خدمات الاتصالات ووسائل الإعلام مما يقتضى استثمار هذه الخدمات ومعرفة استخدامها بشكل أمثل حيث لم تعد وسائل الإعلام المتاحة تقتصر على الوسائل المطبوعه مثل الجرائد والمجلات والكتب والوسائل المرئية كالتلفزيون والراديو وأشرطة الكاسيت والفيديو، وإنما تشمل إلى جانب ذلك كله على تقنيات الحاسبات الالكترونية، وأنظمة النشر الالكترونى والراديو الرقمية، والتلفزيون التفاعلي، والوسائط المتعدده، وبنوك، وقواعد المعلومات فضلا عن المستحدثات والتكنولوجيا كالأقمار الصناعية والطباعة الرقمية، والتصوير ثلاثى الأبعاد بحيث أصبح العالم صغيرا جدا.

أصبحت العلاقة الإرتباطية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعملية الدفع بالتنمية واضحه، وأصبحت كذلك الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي النهوض بخطة التنمية باعتبارها محور الإرتكاز لمباشرة وسائل والاتصال في المجتمع النامي حيث تنقسم وظائف التخطيط الإعلامي إلى ما يلي:

وظائف عامة: وتضم الإعلام والإرشاد والتوجيه والتفسير والتوضيح والتثقيف والتنشئة الاجتماعية والتسليية والترفيه .

وظائف خاصة: وتقوم على تهيئة المناخ الملائم للتنمية وتوفير منتدى للمناقشة ووضع القرار ونشر التعليم والتدريب والأفكار المستحدثة .

علاقة التخطيط الاعلامي بالتخطيط للتنمية المستدامة:

لتحديد علاقة التخطيط الاعلامي بالتخطيط للتنمية المستدامة، ينبغي ان نتوقف قليلا امام مجموعة من النقاط الأساسية التي توضح مدى العلاقة الارتباطية بين الاتصال الجماهيري والتنمية ، ومن خلالها نلقى الضوء علي الدور الهام الذي يضطلع به الاعلام والاتصال في تطوير وتنمية المجتمعات، وهذه النقاط تركز في الوقت نفسه علي توضيح مفهوم التخطيط الاعلامي وعلاقته بالتنمية المستدامة وهذه النقاط هي :

١. العلاقة بين الاعلام والتغير في المجتمع.
٢. كيفية نمو الاعلام الحديث.
٣. العلاقة بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي في برامج التنمية.
٤. الدور الذي يقوم به الاتصال الجماهيري للمساعدة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
٥. متطلبات الاتصال الجماهيري المؤثر بين الدول من حيث درجة التطور والتنمية، والاختلاف في مراحل التنمية نفسها.
٦. أنواع الاستراتيجية الإتصالية التي يمكن إتباعها في تطوير المجتمعات في البلاد النامية. ومن خلال هذه النقاط نستطيع ان نعتمد علي وضع تخطيط إستراتيجي لأوجه النشاط الإتصالي كوسيلة للتأثير في عملية التغيير في البلدان النامية تحديداً وعلي مفهوم هذه البلدان للتنمية وعلي ماهية الاهداف المطلوب تحقيقها بالجهود التنموية.

والتخطيط الاعلامي ليس سوى جزء من التخطيط القومي الشامل للتنمية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي إذا كان متواصلاً بالتنمية المستدامة، ولا يتصل التخطيط الاعلامي فقط بالتغير المادي ولكنه يتصل أيضاً بالمتغيرات النفسية والاجتماعية والمعنوية والثقافية لدى أفراد المجتمع.

ويختلف التخطيط الاعلامي من مجتمع لآخر ومن دولة لآخرى ومن نظام اعلامي الي اخر طبقاً للمفاهيم والفكر والثقافة السائدة، بل ويختلف في البلد الواحد، ومن مرحلة الي اخرى وفقاً للاستراتيجية العامة للمجتمع والتي تتضمن الاهداف العليا التنموية للدولة وللأستراتيجية الاعلامية التي تستوعب هذه الاهداف العليا للسياسة الاعلامية التي تترجم الأستراتيجية الاعلامية الي مبادئ ثابتة، وترتبط معها في اطار السياسات الاخرى السكانية والتعليمية الزراعية والاقتصادية والاجتماعية وتعبّر عنها في شكل خطط اعلامية تمثل الاهداف التي ينشد المجتمع تحقيقها خلال فترة زمنية طويلة. وخطط تفصيلية سنوية تمثل الترجمة التفصيلية لأهداف الخطة في شكل مشروعات وأعمال محددة بتوقيينات زمنية محدد.

ويمثل التخطيط ضرورة مهمة لانتهاء حالة التخلف التي تعيش فيها البلدان النامية سواء بالنسبة للانشطة التنموية او الانشطة الاتصالية، وترجع اهميته الي انه اصبح احد السمات المميزة لعصرنا الحاضر، فكل الدول علي السواء ادركت انه الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية بطريقة علمية وعملية وانسانية لتحقيق الخير للشعوب، وتوفير الرفاهية لهم مع البعد عن العشوائية والتلقائية والارتجال ومن هنا يوصف العصر الحاضر في كثير من الكتابات العلمية بانه عصر العلم وعصر التخطيط.

وهكذا فان التخطيط الاعلامي عامة هام جدا لاجداث التنمية المستدامة ولا يمكن للتنمية ان تسير في مسارها الصحيح بدون تخطيط، وترجع اهميته لاسباب عديدة اهمها:

١. تحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب اولوياتها.
٢. وضع استراتيجية العمل في المجتمع لمقابلة متطلباته واحتياجاته.
٣. تحديد المشكلات التي تواجه المجتمع واختيار انسب الطرق لمعالجتها.
٤. تحقيق التوازن في التنمية بين القطاعات المختلفة.
٥. تحديد مستويات الجهات المختلفة المسؤولة عن التنفيذ.
٦. ربط مجهودات التنمية في مختلف انحاء المجتمع ببعضها.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات و البحوث الهادفة للوصول إلى الوسائل الأكثر فعالية في مجال الاعلام التتموى وسنتاول دراستان عربيتان ودراستان اجنبيتان على سبيل المثال:

(١) دراسة خالد محمد محسن محمد ٢٠١٥م :

بعنوان تطوير الرساله الإعلاميه بالصحف المسائيه لتنمية المواطنه البيئيه لدى القراء فى ضوء أبعاد التتميه المستدامه - دراسه تطبيقيه استهدفت ضروره رصد واقع معالجه الصحف المسائيه المصريه للقضايا البيئيه والتتمويه، والتعرف على رؤي القائمين بالاتصال وتصوراتهم للمستقبل، واتجاهات جمهور القراء نحو القضايا البيئيه والتتمويه، وإيجاد تصورات عمليه لتطوير وتحديث التناول الاعلامي بما يستوعب كافة أبعاد التتميه المستدامه بهدف إحداث تأثير إيجابي لدى القراء يكفل اتخاذ قرارات تدعموتنمي المواطنه البيئيه بمختلف عناصرها ومجالاتها، كما استهدفت ايجاد آليات فاعله لتطوير كافة عناصر الرساله الاعلاميه، وتقديم أسس استراتيجيه لرساله إعلاميه متوازنة تفي بالمتطلبات المهنيه، وتستوعب كافة الاتجاهات العصريه التي تهتم بالبيئه والتتميه المستدامه. مشكله الدراسة: إحساس الباحث بمشكله الدراسه من خلال عمله ومتابعاته المهنيه، ومن خلال ملاحظاته المباشره والدراسه الاستطلاعيه، حيث تبين مدي القصور المهني، والمعالجات العشوائيه وأن الصحف المسائيه المصريه تفتقد التخطيط والرؤيه الاستراتيجيه المحدده وتحتاج للتطوير المهني لبناء رساله إعلاميه بيئيه تربويه متكامله تتضمن خصائص توعويه معرفيه ووجدانيه ومهاريه، وتسهم بفاعليه في معالجه قضايا التتميه والمشكلات البيئيه المزمنه والمستجده وتصحيح العلاقه بين الإنسان والبيئه وترسيخ قيم المواطنه البيئيه لدى الجمهور لتساند التتميه المستدامه بمختلف أبعادها.

أهم نتائج الدراسة: كشفت الدراسة عن

١. قللة اهتمام صحف الدراسة بعناصر وأبعاد المواطنه البيئيه وهو ما اتضح جليا من خلال نتائج الدراسات الميدانيه لتحليل المضمون، والقائم بالاتصال والجمهور.
٢. وجود معوقات المهنيه وإداريه ساهمت في ضعف الرساله بصفه عامه، والبيئيه بصفه خاصه، والتي تتطلب قدرا من التأهيل والاحترافيه والتدريب.
٣. لم تطرح صحف الدراسة رؤيه عميقه لفهم مشكلات البيئه والتتميه المستدامه بصورة شامله ومتكامله، تؤدي لبلوره خطه قوميه، ولم تسهم بفاعليه في خلق رأي عام وصياغه تشريعات عصريه عمليه لمواجهة هذه المشكلات ولم تكن التغطيه علي المستوي الذي يفى بالمتطلبات المجتمعيه والنزوع نحو التتميه والنهوض والطموحات خاصه بعد ثورة يناير.
٤. جاءت جريده المساء في المرتبه الأولي كأكثر الصحف المسائيه اهتماما بقضايا البيئه والتتميه المستدامه وجاءت الأهرام المسائي في المرتبه الثانيه وجاءت "المسائيه" في المركز الثالث، كما حدث زياده نسبيه طفيفه في درجه اهتمام صحيفتي المساء والأهرام المسائي بقضايا البيئه والتتميه المستدامه بعد الثورة، بينما تراجع درجه اهتمام صحيفه المسائيه.
٥. وجود فروق ذات دلالة إحصائيه عند مستوي (٠,٠٥) بين متوسط درجات المجموعتين الضابطه والتجربيه "من القراء" بمقياس اتجاهات "المواطنه البيئيه" وبكافه محاوره في التطبيق البعدي لصالح المجموعه التجربيه، مما يدل علي أن الإهتمام بالإعداد الجيد والتخطيط للرساله وإشراك الجمهور يسهم في تحقيق فاعليه الرساله وفي تغيير اتجاهات القراء .

(٢) دراسة فوزية حجاب الحربي ٢٠١٦م:

بعنوان دور الاعلام في دعم خطط التتميه المستدامه حيث استهدفت الدراسه ضروره رصد واقع معالجه الصحف المسائيه المصريه للقضايا البيئيه.

مشكله الدراسة: تتمثل مشكله الدراسه التأكيد على أهمية العلاقه المتبادله بين الإعلام والتتميه الاقتصاديه وما يرتبط في ما يعرف بالتتميه المستدامه والتي تعتبر أحد أهم ثمار التتميه الاقتصاديه ، وتشكل قطاعا ديناميكيًا، يتيح آفاقا كبيره للنمو وإمكانا تجديده للعماله ، ولقد أصبح الإعلام والاتصال النشاط الرئيسي للدول الصناعيه المتقدمه، حيث يعمل

- ما يزيد عن نصف السكان بصورة مباشرة أو غير مباشرة إنتاج المعلومات ومعالجتها وتوزيعها، ومن المتوقع أن تزيد مجموعة المعاملات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الدول لصناعية المتقدمة .
- أهم نتائج الدراسة: يتعاظم دور الإعلام والاتصال التنموي من خلال وظائف عمليات الاتصال المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة، وهذه الوظائف تتمثل فيما يأتي :
1. الأخبار: حيث يقوم بنقل الأخبار بمختلف أنواعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية سواء كانت محلية أم عالمية.
 2. التعليم: حيث تقدم وسائل الإعلام نوعاً من المعلومات المنهجية لتدعيم عملية التعليم الرسمي من خلال التعليم غير الرسمي لدعم خطط التنمية المستدامة.
 3. ترابط المجتمع : من خلال الحفاظ على كيان هو عاداته وتقاليده ومعتقداته ، وتوحيد أهداف هو ترابط أفراده.
 4. تكوين وتشكيل الآراء والاتجاهات.
 5. الإعلان والترويج ، وهي من الوظائف الرئيسية للاتصال لخدمة المنتج والمستهلك.

(٣) دراسة المركز الديمقراطي العربي ٢٠١٨م:

اعداد الباحثة / ضحى هلال: عن دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة : حيث تناولت الإعلام كأهم وسيلة للمعرفة بالقرن الحالي، وقد فتح النمو السريع في وسائل الاتصال والتوسع الكبير في استخدامه أفقاً جديدة وزاد من حرية الوصول الى المعرفة وخلق بيئة اجتماعية وثقافية جديدة .

وفي الوقت نفسه انعكس هذا النمو على الصحف والإذاعة والتلفزيون والسينما وتفرعت عنها وسائل الاتصال الصغيرة أو المحلية التي اندمجت مع قنوات الاتصال الشخصي التقليدية وأصبحت معاً أداة لمساعدة وسائل الاتصال الجماهيرية في مجال المستحدثات الجديدة والتطوير.

ويعد الإعلام التنموي الجهاز العصبي لعملية التنمية، وهدف الإعلام التنموي الأساسي هو تعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية وتحويله إلى مجتمع مساند للعملية التنموية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء التنمية والتغيير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة والوعي. لذا تستعرض هذه الورقة بشكل رئيسي دور "الإعلام التنموي" في تحقيق التنمية المستدامة.

مجمل القول، أن الإعلام التنموي هو احد فروع الاعلام المتخصص ويهدف إلى الإسراع في تحول مجتمع ما من حالة الفقر إلى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، وذلك عن طريق وسائل الاتصال المختلفة عن طريق التخطيط والتنسيق الجيد، وكذلك عمليات التثقيف والتعليم واكتساب المهارات والرغبة في التحديث وابداع الاستراتيجيات والموارد المتاحة من أجل تحقيق التنمية عبر الرسائل الإعلامية التي تدعو إلي ذلك.

والشرط الأساسي لتحقيق كل ذلك هو أن يكون لدينا إعلام واع ومطلع علي مختلف أفرع المعرفة، إعلام يعترف بأن المعرفة ليس لها حدود بشرط أن تتماشى مع التقاليد والدين. وهنا تظهر أهمية ايجاد مدخل إيجابي يعمل علي تفعيل دور الإعلام التنموي في عملية تحديث المجتمع العربي.

(٤) دراسة شولتز وفواكس 1999 Tanjev Schultz , Paul S.Voakes:

على عدد من الصحفيين من حيث أهمية الصحافه في الحياه العامه إذ أظهرت الدراسات إلى أن الصحفيين أنفسهم يعتقدون أن الصحافة ستكون أقل أهمية في الحياة العامة في السنوات القادمة، وكانت نسبتهم ٥٥% من عينة الدراسة من الصحفيين، وأشارت إلى أن الصحافة ستكون أقل أهمية في الحياة العامة الأمريكية خلال العشر سنوات القادمة، وقد رأى ٤% فقط أن الصحافة ستكون أكثر أهمية من الوضع الحالي، وحوالي ٤٠% يرون نفس الأهمية دون تغيير، وفيما يبدو أن هذا الاتجاه لأصحاب المهنة هو في تنامي مستمر، حيث أشارت دراسة سابقة قبل سنوات من هذه الدراسة إلى أن نسبة من يرى أهمية أقل كانت حوالي ثلاثين في المائة، مما يعكس هذه النزعة التشاؤمية المتنامية عن مهنة الصحافة.

(٥) دراسة ميهالا يون 2009 :

عن التصورات حول فعالية الإتصال بين الجامعات العامه والصحفيين من خلال شبكة التواصل الإجتماع (STYLES OF COMMUNICATION –NO, 1 / 2009)

وهى دراسته تبحث حول قضايا الإتصال والتواصل بين مسئولى العلاقات العامه فى الجامعات والمعاهد العامه وبين الجهات الإعلاميه ممثله فى الصحفيين والمراسلين وحول دورها الجوهرى فى العلاقات العامه فى المؤسسات الصحفيه .

(6) دراسة أماندا جيرنغ 2014:

PACIFIC JOURNALISM REVIEW 20 بعنوان الصحافه الاستقصائيه فى عالم الشبكات الإجتماعيه (1) (2014)

حيث تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على الصحافه الإستقصائيه من خلال شبكات التواصل الإجتماعى والتواصل مع المراسلين وتتبع القضايا الإعلاميه المختلفه.

الإعلام التنموي ودوره في المجتمع:

يمثل الاعلام التنموي عنصرا مهما وحيويا وفاعلا في المجتمع يشتمل على تحقيق أهداف وغايات سياسيه واعلاميه وهي لاكتنفي عند هذا الحد، بل تتعدى ذلك إلى المهمات الأساسية لملاسة حياة الناس والتصدي للظواهر السلبيه والفساد.

تبرز اهمية الإعلام التنموي في المجتمع من خلال اسهامه في عملية التنمية بجميع اشكالها السياسيه والاقتصاديه والاجتماعيه والثقافيه وغيرها، فهو يقوم برصد ومتابعة ونشر المخطط التنموي وتفعيل الوعي الفردي في المشاركة الفاعلة والهادفة، ويرتبط تطور أداء الإعلام التنموي ارتباطاً وثيقاً برغبة الدول في تحسين أوضاعها السياسيه والاقتصاديه والاجتماعيه إلى مستوى أفضل، وتمتلك وسائل الإعلام التنموي مسؤوليه المساهمة في عملية التنمية، وخاصة بعد أن أصبحت وسائل للتأثير في الأفكار والسلوك والاتجاهات، ووسائل مساعدة في التعليم والتوجيه والتثقيف، ونشر الأفكار المستحدثة، وقد حققت بعض المؤسسات التنمويه المحليه نجاحا ملحوظا في استخدام وسائل الإعلام في المساهمة في بعض مجالات التنمية.

ويتميز الاعلام التنموي بتأثيره الايجابي المتعاضم فهو يساهم في بناء العقول والنفوس، وبذلك فقد تعاضم اثره في التنمية فهو يعبر عن هموم الناس وتحدياتهم ويقرب من مشاكلهم ويحظى بثقتهم وقبولهم وبالتالي تقع على عاتق الاعلام التنموي مسؤوليه المشاركة في انضاج مفاهيم تنمويه نابعه من التحديات المرتبطة بالمواطنين والابتعاد قدر المستطاع عن المفاهيم المستورده ونشرها كما هي من دون تطويرها واغنائها لتصبح ملائمة للواقع المحلي. وهو بذلك يؤدي ادوارا متعدده، من سياسيه واقتصاديه واجتماعيه وثقافيه وبيئيه تساهم في انفتاح المجتمع على افكار ومبادئ حديثه، كما تساهم في توعيته على مصالحه وحثه على الاجتهاد بحثا عن البدائل، وتساعد التقنيات الحديثه على تنمية وتطوير هذا الدور وتحسين أدائه، فالاعلام التنموي هو اعلام مسؤول عن طرح القضايا وتوجيه الرساله وتوضيح الاهداف، ويدعو الى التغيير من خلال التثقيف والتوعيه، ومن خلال خطط وبرامج معدة بعناية وبتنسيق مع منظمات المجتمع المدني، ويعتمد على نقل المعلومه والخبر ونشر الآراء بشكل موضوعي، واعداد التحليل.

دور وسائل الإعلام في المجتمع:

يلعب الإعلام في المجتمع دوراً هاماً داخل كل مجتمع، من حيث تثقيف الناس بالأخبار والمعلومات والأفكار، والتي تؤثر على عملية اتخاذ القرار والتنفيذ، حيث تعدّ وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر التوعية وبناء الفكر المجتمعي، وهي ذات تأثير كبير في عملية تكوين الرأي الجماهيري، إلى جانب التأثير في تكوين اهتماماتهم وتوجهاتهم الفكرية والسياسية، وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية تطوير الدول والمجتمعات الإنسانية.

ويمكن تحديد الإعلام بكونه عملية نقل للأخبار والأفكار والمعلومات والأحداث من طرف لأخر، أما وسائل الإعلام فهي جميع الوسائل والمؤسسات والتقنيات من أجهزة وأدوات وبرامج تستخدم في عملية نقل الأخبار وتداول المعلومات ونشرها محلياً ودولياً.

ولقد شهد العصر الحديث تطوراً تكنولوجياً متميزاً في وسائل الإعلام، من خلال ظهور تقنيات ووسائل إعلامية جديدة، بحيث لم يعد التلفاز أو الراديو هي المصادر الأولية للإعلام، فقد ظهرت المصادر الإعلامية الإلكترونية واستخدام الإنترنت، بالإضافة لوسائل التواصل الاجتماعي من الفيس بوك واليوتوب وتويتر وغيرها من البرامج، والتي أصبح لها تأثير مهم وفعال داخل المجتمعات المعاصرة وإنجازاتها.

ولوسائل الإعلام في المجتمع فائدة كبيرة للفرد لما تقدمه من خدمات ومعلومات، تتمثل في ربطه بمشاكل وقضايا العالم من خلال ما تثيره من قضايا اقتصاديّة واجتماعيّة، وتواصله مع مختلف المؤسسات والمواطنين،

وبالتالي تعتبر وسائل الإعلام وسيلة لرفع أصوات من لا صوت لهم، من خلال عرض قضايا الشعب و همومه، بالإضافة لتوعية المجتمع و حمايته من الظواهر السلبية التي يواجهها المجتمع، مثل: مكافحة السرقة، والتهرب، والرشوة، والاختلاس، والمخدرات ، بالإضافة لدور الإعلام في بث ونشر البحوث والتجارب العلمية، إلى جانب الاختراعات والاكتشافات، كما يمكن تبادل وجهات النظر والمناظرات السياسية بين الاطراف من خلال وسائل الإعلام وخصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي لنقل المعارف والمعلومات والأفكار وتبادل الخبرات والتنوع الثقافي، مما يساهم في إثراء عقول المستقبلين، و ينمي جودة الرأي العام ويدفعه للأمام، ومن هنا تزداد حجم المعرفة لدى المشاهدين مما يدعم نوعية المعرفة والثقافة المجتمعية، ومن جهة أخرى تساهم وسائل الإعلام في الحملات السياسية، بحيث يتم استغلال وسائل الإعلام لضمان عملية الاتصال والتواصل بين الأحزاب السياسية والحكومة مع الشعب خصوصاً في فترة الانتخابات ، كما وتساهم وسائل الإعلام في عملية التنمية المجتمعية من خلال تطوير الجانب التعليمي والمعرفي.

الدور السياسي للإعلام التنموي:

يقوم الاعلام التنموي بدور سياسي مهم وذلك من خلال تقوية الاواصر بين القيادة والناس ومن خلال توسيع الحوار بين جميع افراد المجتمع وبين المجتمع والدولة فإنه يهدف إلى تأكيد أهمية مبدأ الوحدة الوطنية وتوسيع دائرة الحوار السياسي، ودفع الناس باتجاه المشاركة السياسية واتخاذ القرار وتوضيح الأبعاد الوطنية للتنمية .

الدور الثقافي للإعلام التنموي:

يسعى في خلق الظروف المواتية للتنمية ودعم التحولات الاجتماعية، وترسيخ التطورات الإيجابية في مجال التعليم، والاهتمام بالتربية جنباً إلى جنب مع التطور الاقتصادي والاجتماعي، فالتنمية عملية إنسانية حضارية ونسبية يهدف إلى خدمة قضايا المجتمع وأهداف عامة أخرى فهو يسعى في تحقيق أهداف وغايات اجتماعية مستوحاة من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الحيوية، ويسهم أيضاً في ترسيخ الوعي الحقيقي بالتنمية القائمة على المصارحة وتقديم الحقائق ومن ثم تبني الخطط التنموية اللازمة ، كما يؤدي الاعلام التنموي دورا تثقيفيا كبيرا من خلال رفع المستوى الثقافي للناس وتعليمهم لكي يتمكنوا من المساهمة الجادة في تطوير وتحديث مجتمعهم .

سمات الإعلام العربي التنموي الراهن :

لا يشكل الإعلام العربي التنموي كتلة متجانسة بالشكل المطلوب من حيث البنية والهدف وذلك لتعدد الأنماط السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وحالة التجزئة القومية ، ونزعة الانعزالية والقطرية في معظم الأقطار العربية ويعد تعبيراً عن حالة النظام العربي الراهن ، وما يتسم به من خصوصيات محددة، كما يعبر عن سياسات الأنظمة والقوى السياسية والاقتصادية ، فهو مرتبط بالتطورات التي تطرأ على الوضع العربي، معبر عن دوره الإيديولوجي والسياسي والاقتصادي.

يعد الإعلام العربي التنموي جزءاً لا يتجزأ من المنظومتين الاقتصادية والسياسية في الدول العربية لارتباطه بسلطة الدولة والمال من حيث تبعيته شبه الكاملة للدولة والقوى الاقتصادية الفاعلة والمسيطرة ، ويبدو أن السيطرة الاقتصادية على الوسائل الإعلامية لا يمكن تمييزها عن السيطرة السياسية وأنه تطابقاً بين الاثنين.

لا تتمتع المؤسسات الإعلامية العربية بالمكانة المناسبة كأداة سياسية مهمة في إحداث التغيير السياسي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية كما هو الحال في الدول المتطورة، ويشير الإعلامي الأمريكي (Michael Habte) في بحثه عن دور الإعلام في العالم الثالث بقوله أن المؤسسات الإعلامية الحديثة ليست نابعة من داخل معظم بلدان العالم الثالث، ومع أن نظم الإعلام فيها ليست ذات تاريخ عريق في التجارب السياسية والاقتصادية في مجتمعاتها فإنها تعكس في الوقت نفسه الظروف الحالية، وتقدم نموذجاً لنظم إعلامية واقعة تحت السيطرة الكاملة أو الجزئية للحكومات، كما يتسم الإعلام العربي بالتبعية التكنولوجية والثقافية الإعلامية، وتتجلى هذه التبعية بصور مختلفة منها اعتماد الدول العربية على الدول المتطورة في كل ما يتعلق بتأمين البنية الأساسية للاتصال من مرافق، ومعدات، وتسهيلات في الإنتاج والتوزيع ، واستخدام المواد الإعلامية اللازمة لها من المؤسسات الأجنبية والتي لاتلائمها أحياناً من حيث السياق التاريخي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي من خلال التدفق الإعلامي الحر في اتجاه واحد، والذي يعكس حالة عدم التوازن في النظام الإعلامي الدولي الراهن.

تحديات الإعلام العربي التثموى :

تعرض مسيرة الإعلام العربي تحديات مهنية، وتكنولوجية، وثقافية، وتحمل التحديات المهنية جانباً مهماً في تفكير الإعلاميين لارتباطها بواقع المهنة والتشريعات المنظمة لها، بالإضافة إلى مجمل الخطط الإعلامية، فهي تتمثل في الضغوط المهنية والإدارية التي تؤثر في بيئة العمل الإعلامي سواء من ناحية مشاركة الإعلاميين في وضع السياسات الإعلامية وصنع القرار، أو مستوى الأداء وعلاقات العمل، وغياب المعايير الموضوعية لقياس الأداء المهني، وعدم توافر ضمانات لممارسة المهنة من خلال التشريعات التي تحقق الحماية المهنية للإعلاميين، وعدم مواكبة عصر المعلومات، علاوة على استمرار أنماط الكتابة الصحفية التي تميل إلى المعالجة السطحية، والمبالغة، والإثارة .

ويعد التحدي التكنولوجي تحدياً صعباً نظراً لقلّة الموارد المالية لدى معظم الدول العربية وامتلاك بعضها الآخر لجزء من التكنولوجيا ذات الطابع الاستهلاكي الترفيهي.

ويعد التحدي الثقافي تحدياً خطيراً نظراً لرغبة الدول الكبرى في فرض سياساتها وثقافتها على الآخرين وتحويل ثقافة هؤلاء إلى جزئيات ثقافية مبعثرة.

التوصيات :

١. تركيز الإعلام التثموى على بناء الإنسان والمشاركة في بناء المجتمع، فهو يهدف إلى التطوير الاجتماعي والتغيير الحضاري للمجتمع، ويقوم بعملية التحفيز والتشجيع، وتغيير الاتجاهات، بحيث يدفع الجمهور لمراجعة اتجاهاته وقيمه، وصولاً إلى نجاح خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهنا يتبين بان الاعلام التثموى أحد أهم وسائل (التنمية البشرية) على الإطلاق.

٢. تركيز الإعلام التثموى كوسيلة فاعلة في عملية (التنمية الشاملة) ، أي بمعنى أن التنمية هي القضية الرئيسية والمحورية والسبيل الوحيد للارتقاء بالإنسان وجعله قادراً على مواجهة تحديات الحاضر ومتغيرات المستقبل، تقوم وسائل الإعلام التثموي من وسائل مكتوبة ومقروءة ومسموعة ومرئية من حيث مسؤولياتها في تقديم المعلومات الصحيحة التي تسهم في الدفع والارتقاء بوعي المواطنين وإثراء فكرهم وفهمهم لسياسات التنمية وما تطرحه من مهمات ومسؤوليات وتطوير إسهاماتها إعلامياً وسياسياً، ومن هنا نفهم جلياً أن على هذه الأجهزة الإعلامية الارتقاء بمستوى عملها وتقديم المعلومة ذات المضمون العلمي والفكري والتثموي والاقتصادي والسياسي إدراكاً منها لطبيعة دورها الإعلامي في عملية التنمية بشكل إيجابي وإيجاد رؤية إعلامية تلبى احتياجات العصر ومتطلباته.

٣. تركيز الاعلام التثموي على عملية التخطيط الإعلامي في مجال التنمية بتزويد المجتمع بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها، ويقدر ما يقدم الإعلام من حقائق ومعلومات يقدر ما تحقق التنمية أهدافها، وهذا ما يسمى باسم (الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري)، وذلك لتحقيق الأهداف الوطنية والقومية لأن أهم الأسس التي يرتكز عليها منهج تنمية المجتمع هي توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم، والإسهام بفاعلية في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم، وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم وتوعيتهم.

٤. أن يعمل الإعلام التثموي على إحداث التحول الاجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث لخدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامه بما يتفق مع أهداف الحركة التثمويه ومصحة المجتمع العليا.

٥. لا بد من تبادل المعلومات بصورة حرة من خلال وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، التقليدية منها والحديثة والتداول الحر للمعلومات والأفكار والمعارف والانتفاع الحر والمتكافئ بها، بما يشكل عناصر أساسية لتمكين الناس وضمان مشاركتهم في مجتمعاتهم .

المراجع :

أولا المراجع العربية:

- ١- الجواهر، محمد ناجي، دور العلاقات العامه في التثمويه، بغداد، وزارة الثقافة والإعلام، ١٩٨٦.
- ٢- الداغر، مجدي محمد عبدالجواد، دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التثمويه المستدامه والنهوض بها في البلدان العربية، دراسته حول دور الصحافه في معالجة مشكلات التثمويه المستدامه بالتطبيق على عينه من

- الصحف العربية اليومية فى الفتره من(٢٠٠٥: ٢٠٠٧)، مجلة حوليات الآداب والعلوم الإجتماعيه، الحوايه الثالثه والثلاثون، سنة ٢٠١٢، ص ٨ : ٢٣٠.
- ٣- خالد محمد محسن محمد سنة:تطوير الرساله الإعلاميه بالصحف المسائيه لتنمية المواطنه البيئيه لدى القراء فى ضوء أبعاد التنميه المستدامه - دراسه تطبيقيه عن الصحافه الإستقصائيه، رساله ماجستير، معهد الدراسات والبحوث البيئيه، جامعة عين شمس ٢٠١٥م.
- ٤- فوزية حجاب الحربي: دور الاعلام فى عمخطط التنميه المستدامه ورقه عمل، ص ١٦.
- ٥- محمد محمود السيد: الحوار المتمدن، العدد: ٣٥٥٥، ٢٣/١١/٢٠١١، ص ١٣ : ٤٨.
- ٦- د: جمال الجاسم المحمود، مجلة العلوم السياسيه والقانونيه - المجلد ٢٠ - العدد الثانى- كلية العلوم السياسيه، جامعة دمشق، ص ٢٥٣، سنة ٢٠٠٤.
- ٧- د: جمال الجاسم المحمود: مجلة العلوم السياسيه والقانونيه - المجلد ٢٠ - العدد الثانى- كلية العلوم السياسيه، جامعة دمشق، ص ٢٥٤، سنة ٢٠٠٤.
- ٨- د: جمال الجاسم المحمود، مجلة العلوم السياسيه والقانونيه - المجلد ٢٠ - العدد الثانى- كلية العلوم السياسيه، جامعة دمشق، ص ٢٦١، سنة ٢٠٠٤.
- ٩- إسلام عبد العزيز: الإعلام التنموي، موقع على الانترنت [url]http://forums.selze.net[/url].
- ١٠- د. جمال جاسم محمود: دور الاعلام فى تحقيق التنميه والتكامل الاقصادي العربي، دمشق، ٢٠٠٤، (نسخة الكترونيه).

ثانيا المراجع الأجنبية:

- 1- Trends in Newsrooms 2006.
- 2- Schultz , Tanjev and Paul S.Voakes,"Prophets of Gloom: Why Do Newspaper Journalists Have So Little Faith in the Future of Newspapers?", Newspaper Research Journal: 20:2, 1999.
- 3- Gareth Locksley, the media and Development, The International Bank for Reconstruction and Development Washington 2009