

الاتصال التنموي بالوطن العربي الأسس - الوظائف - الاستراتيجيات دراسة وصفية تحليلية

فندوشى ربيعة^(*)

مقدمة:

تعرف التنمية على أنها تلك الإجراءات والعمليات المتتالية التي يقوم بها المجتمع للتحكم في اتجاه التغيير الحضارى وسرعته، بهدف إشباع حاجاته من أجل الانتقال من مرحلة التخلف إلى مرحلة التقدم.

ولا يفنى هذا إلا بعد أن يتشخص أوضاعه الاجتماعية والاقتصادية والسياسية... لتحديد ما يجب تغييره. ونجاح المسار التنموي مرهون بتضافر الجهود الشخصية والجماعية، وتكامل مختلف المؤسسات على كافة الأصعدة، ولعل وسائل ومؤسسات الإعلام والاتصال تعد من أبرز عوامل الدعم للسياسات والخطط التنموية.

فالدول التي تسعى إلى إرساء سياسات تنموية ناجعة، وإحداث إصلاحات فعالة، تعتمد على خطط إعلامية واتصالية محكمة. فالعلماء والمختصون يرون أن دور الإعلام والاتصال لا يبدأ فقط عندما تبدأ التنمية، وإنما ينبغي أن يبدأ قبلها، وهذا لقدراته على جمع المعطيات اللازمة لبناء الاستراتيجيات والسياسات التنموية من قبل القادة السياسيين. لاسيما وأن وسائل الإعلام والاتصال تساهم

(*) أستاذ علوم الإعلام والاتصال - كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الدكتور يحيى قارس - المدية - الجزائر.

في توضيح الصورة العامة للحياة في المجتمع، وتبرز المشاكل التي تواجهها، وتفتّح سبل مواجهتها. كما يمكنها التعريف بالأراء والاتجاهات السائدة بين الجماهير وفي الأوساط الرسمية على حدّ سواء.

من هذا المنطلق يمكن تسليط الضوء على إشكالية التنمية ببعدها الاتصالي، من خلال إبراز دور وسائل الإعلام والاتصال في تحقيق التنمية بمجالاتها المختلفة: (الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية...) ومدى الاستغلال الأمثل لهذه الوسائل من طرف الجهات الرسمية؛ لدفع المسار التنموي في ظل التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال، وتوفير البدائل الاتصالية المختلفة من: صحف، وإذاعات، وقنوات تليفزيونية وإنترنت...

ماهية الإعلام والاتصال:

- الإعلام: هو النقل الموضوعي للمعلومات من مرسل إلى مستقبل قصد التأثير الواعي على عقل الفرد من أجل تكوين رأي عام، وبذلك فالعملية الإعلامية تجري عبر مراحل متتالية تبدأ بالمرسل الذي يقوم بإرسال مضمون معين (الرسالة) عبر قناة محددة (وسيلة الإعلام) إلى المستقبل (الجمهور)⁽¹⁾.

- الاتصال: هو تبادل الأفكار والمعلومات والمعاني بين طرفين أو أكثر وفق منظومة من الكلمات والصور والرسومات والرموز والإشارات من خلال قنوات متعددة.

إن مفهوم الاتصال أشمل وأوسع من مفهوم الإعلام؛ لأنه يتعدى مجال تدفق المعلومات في اتجاه واحد إلى الاتجاهين مع بعض في شكل أخذ ورد. كما أنه يتعدى في مكوناته عناصر: المضمون التبادلي ووسيلة النقل والجمهور المستقبل إلى عناصر أخرى تتعلق بالإنسان ذاته، ومجموعته البشرية والطبيعة والمحيط بصفة عامة. وهو بذلك ظاهرة إنسانية واجتماعية مرتبطة بجميع النشاطات اليومية للفرد والمجتمع وبأهدافها السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية،

التربوية، العلمية... إلخ^(١). وبهذا فالإتصال يخدم عملية التنمية بشكل أوسع؛ لأنه يشمل من الأساليب والوسائل والأشكال ما يجعله أكثر فعالية، بالإضافة إلى أن الإعلام هو جزء من الإتصال، وبذلك يشكل عنصرًا ضمنيًا فيه.

أشكال الإتصال:

تتمثل في:

- الإتصال الذاتي: يتم في ذات الشخص من خلال التفكير والتدبير في الأمور عبر القيام بعمليات نفسية داخلية مثل: الشعور والتذكر...

- الإتصال الشخصي: يتمثل في تبادل المعاني بين شخصين أو أكثر، ويستعمل فيه الكلام والإشارات والإيماءات لتوصيل الرسالة بين أطراف العملية الإتصالية.

- الإتصال الجمعي: يتمثل في اتصال شخص مع جماعة أو اتصال جماعة مع جماعة، وهذا ما تجسده المحاضرات والتجمعات، ويستعمل فيه المرسل قنوات مساعدة لتوصيل الرسالة للمتلقين مثل: مكبرات الصوت أو الميكروفونات...

- الإتصال الجماهيري: تكوّن فيه الرسالة موجهة لجمهور عريض باستخدام وسائل الإعلام مثل: الصحف والإذاعة والتلفزيون. ويكون الإتصال هنا مصدره المؤسسة الإعلامية أو الفرد الذي يعمل فيها^(٢).

وبتطور التكنولوجيات الحديثة زادت العملية الإتصالية تعقيدًا، خصوصًا الإتصال الجماهيري الذي عرف انقعاشًا بتضاعف عدد محطات الإذاعة والتلفزيون، وزيادة ساعات البث، لاسيما مع انتشار الأقمار الصناعية التي كثفت من دائرة البث. كما ظهرت وسائل اتصال حديثة مختلفة مثل: الإنترنت بخدماته المختلفة، والفيديو تليكس، والياتف النقال، والأقراص المضغوطة...

الاتصال والتنمية:

مما لا شك فيه أن العالم يمر في السنوات الأخيرة بمرحلة تغيرات سريعة وعميقة، ولعل التنمية تعتبر من أبرز القضايا التي يهتم بها الساسة والقادة في مختلف الدول. حيث وضعت الحكومات لنفسها خططاً وبرامج تنموية تتفق وفلسفاتها الاجتماعية واتجاهاتها الإيديولوجية وثقافتها الوطنية، من أجل القضاء على التخلف، والرفع من مستوى المعيشة.

وبما أن جوانب التنمية الشاملة تتعدد وتتسع، لتشمل النظام المجتمعي بأسره بكل ما يتضمنه من نظم فرعية مثل: الجانب السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والاتصالي...؛ فإن مسئولية أجهزة الإعلام والاتصال في أى مجتمع كبيرة جداً، خصوصاً أنها تملك من الإمكانيات والسمات والأساليب ما يجعلها تؤثر في محيطها بفعالية واضحة.

ومن أجل رصد دور وسائل الإعلام والاتصال في مجال التنمية فمن الضروري التعريف بالتنمية، ومدى ارتباطها بعالم الاتصال.

تعريف التنمية:

عرف مصطلح التنمية العديد من التعريفات والمفاهيم يذكر منها:

"التنمية هي محصلة الجهود العلمية المستخدمة لتنظيم الأنشطة المشتركة الحكومية والشعبية في مختلف المستويات لتعبئة الموارد الموجودة أو التي يمكن إيجادها لمواجهة الحاجات الضرورية وفقاً لخطة مرسومة، وفي ضوء السياسة العامة للمجتمع".

"التنمية تعنى نقل المجتمعات من حالة أو مستوى إلى حالة أو مستوى أفضل، ومن نمط تقليدي إلى نمط متقدم كماً ونوعاً، وتُعدُّ حلاً لا بديل عنه في مواجهة المتطلبات الوطنية في ميدان الإنتاج والخدمات".

و"تعنى التنمية من الناحية الحضارية تغييراً أساسياً في كل أنماط الحياة السائدة، ويتبع هذا تغيير نوعي وكمي في صور العلاقات الاجتماعية في كافة مجالات النشاط البشري في المجتمع... الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والإدارية... ولهذا يعرف روجرز التنمية بأنها: عملية تغيير مقصود نحو النظام الاجتماعي والاقتصادي الذي تحتاجه الدولة"^(٤).

بدأت التنمية كمفهوم نظري وتطبيق عملي يظهر على مسرح الفكر العالمي بوصفه إدارة أو كوسيلة من خلالها تستطيع الدول النامية مواجهة عوامل التخلف، والسعي إلى تبني بعض خصائص المجتمعات المتقدمة وسماتها. وعلى الرغم من شيوع المصطلح والاهتمام به فإن مفهومه لا يزال محاطاً بالالتباس؛ لتعدد وتباين الاتجاهات النظرية الخاصة به. حيث اهتم بعض العلماء بالتنمية بناءً على البعد الاقتصادي، وفريق آخر ركز على الجانب الاجتماعي، وهناك من اعتمد في تحليلاته لهذا المفهوم على البعد الثقافي أو اللغوي...

ويتضح من هذا أن مفهوم التنمية نال اهتمام الكثير من علماء الاقتصاد والاجتماع والسياسة والسكان، وأصبح ينظر إليه الآن من الناحية الشمولية، خاصة بعد التطورات والتغيرات التي تعرض لها المجتمع الدولي. وأن التركيز على بعد أو جانب واحد من جوانب التنمية لا يفيد المجتمع بالمعنى الشامل.

وعلى هذا الأساس اهتمت هيئة الأمم المتحدة بتحليل مفهوم التنمية على أنه عبارة عن:

"مجموعة الوسائل والطرق التي تستخدم من أجل توحيد جهود الأهالي والسلطات العامة بهدف تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي في المجتمعات القومية والمحلية"^(٥).

دور الاتصال الجماهيري في مجال التنمية:

تطورت وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري مؤخراً بشكل ملحوظ مؤثر في حياة الأفراد والمجتمعات، ليدرك المهتمون بالتنمية بأنه يمكن استخدام هذه الوسائل في دفع برامج التنمية لتحقيق أهدافها. ويشير بعض علماء الاجتماع والإعلام والسياسة إلى أن دور الإعلام والاتصال لا يبدأ فقط عندما تبدأ التنمية، وإنما ينبغي أن يبدأ قبلها. وقد حاول بعض علماء النفس والاجتماع والإعلام التركيز على دور وسائل الإعلام والاتصال في عملية التنمية، وذلك من خلال إحداث تغييرات في اتجاهات الأفراد وسلوكهم وميولهم. وتأتي أهمية استخدام وسائل الإعلام والاتصال في تعبئة الجماهير من أجل التغيير والتنمية، وهي حقيقة فطنت إليها منظمة الأمم المتحدة؛ فأوصى المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع لها بحل المشكلات التي تعترض طريق الجهود التي تبذلها الدول من أجل تقوية وسائل الإعلام المختلفة وتدعيمها. فالدول النامية في حاجة إلى إعلام يواكب خططها الإنمائية، ويعمل على خلق المشاركة من جانب أفرادها في العملية التنموية. فهو السبيل لنقل اهتمامات المواطن ومشاكله للمسؤولين والسلطات الحكومية، كما أنه يمثل أداة لنشر المعرفة بخطط الدولة، وهو الذي يجمع جهود الجميع (حكومات وأفراد) في تنفيذ المشاريع التنموية.

وقد أكد "والبر شرام" هذه الحقيقة في مقدمة كتابه "أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية" عندما تحدث عن الدور المهم الذي يمكن أن تقوم به أجهزة الإعلام في التنمية، وكيف أن الاهتمام بالنظم الخاصة بالاتصال هو ضرورة من ضرورات التقدم للمجتمع.

إن البلدان النامية والناهضة يهتما بنوع خاص في تنمية إعلامها ناحية معينة، تلك هي المساهمة التي يستطيع الإعلام القادر أن يؤديها في التنمية^(١).

وتستطيع وسائل الإعلام والاتصال إحداث التغيير في اتجاهات الناس، وإحداث علاقات بينهم وبين محيطهم من: أفكار وموارد ووسائل وتكنولوجيات،

ويمكنها تحقيق أساليب إنتاج واستهلاك جديدة، وإدخال مفاهيم علمية حديثة في السلوك والعادات والتقاليد لتبني أنماط مبتكرة في مجال العمل الفردي أو الجماعي والإدارة والتنظيم... وهذا كله بواسطة رسالة ما تتخذ أشكالاً ووسائلاً مختلفة تتناسب مع موضوع الرسالة والشريحة المقصودة بهدف إحداث التأثير اللازم تجاه المشكلات والقضايا التنموية، في إطار أهداف ووظائف معينة تتمثل في: الإخبار والتنقيف والتحفيز على المشاركة الإيجابية لتعزيز السلوك المحقق للتنمية المتواصلة. وهذه العمليات تتدرج ضمن استراتيجيات مدروسة في إطار ما يسمى "بالاتصال التنموي".

وللإشارة يمثل هذا المصطلح مفهوماً واسعاً وشاملاً لمختلف العمليات والأساليب والوسائل الرامية لنقل المعلومات والأخبار، وكل ما يتعلق بمجال التنمية ومشكلاتها إلى الأفراد قصد المشاركة في التنمية، والبحث عن أساليب التغلب على معوقاتها، وهذا في إطار ما يعرف بالاتصال الإعلامي. ويجب أيضاً الاستعانة بقدرات الاتصال في مجال إثارة اهتمام الأفراد بالسلوك الجديد، وإقناعهم بممارسته من خلال الاتصال التثري. ولاكتمال الحلقة الاتصالية والوصول إلى جدواها كاملة فمن الضروري الاعتماد على الاتصال المساعد من الجماهير إلى القيادات المخططة؛ من أجل التعرف على آراء الناس واتجاهاتهم، والتقويم المستمر والسليم للمواقف، ووضع الخطط العلمية التي تكفل زيادة فاعلية التنمية^(١).

الوظائف الاتصالية في مجال التنمية:

إن الإعلام والاتصال من الظواهر الإنسانية والاجتماعية المرتبطة بجميع النشاطات اليومية، وهما أيضاً من الآليات الناجعة في التأثير على الأفراد. ومهما حاول الإنسان الابتعاد عن هذا التأثير في شخصه يجد نفسه في احتكاك دائم مع الآخرين يتواصل معهم، كما يجد نفسه عرضة لما تقدمه وسائل الإعلام والاتصال بدرجة أو أخرى، فينتقل ضمنونها؛ لأنه حتماً يستمع ويشاهد

ويتابع كل ما يتم تداوله عبرها. فيحدث التعديل أو التغيير أو التحفظ في تفكيره وسلوكه. ولكن يكون هذا طبعاً بمستويات مختلفة ترتبط بسنه وثقافته وتربيته ومحيطه... وترجع القدرة على التأثير في سلوك الأفراد أيضاً إلى الاستغلال الأمثل لقدرات وسائل الاتصال. فوسائل الاتصال الشخصية والجماهيرية تملك من الإمكانيات ما يؤولها للقيام بدور فعال؛ لتوعية أوساط المجتمعات من أجل توحيد الجهود، والتعاون بين السلطات العامة والأهالي بهدف تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي...

وتصنف وظائف وسائل الإعلام والاتصال في مجال التنمية حسب المعطيات التالية:

١- من حيث الوظائف:

تحقق وسائل الإعلام والاتصال وظائفها في المجتمعات من خلال:

- وظائف عامة: مهما تعددت الوسائل الاتصالية وتنوعت، فإنها تؤدي وظائفاً معينة يذكر منها:
 - الإخبار: تتمثل هذه العملية في جمع المعلومات والبيانات والصور، ونقلها بعد معالجتها.
 - التعليم والتكوين: بتلقين الخبرات للناس وتنمية المهارات المعرفية لديهم.
 - الإقناع والتأثير: في آراء ومعتقدات واتجاهات الأفراد.
 - تكوين الرأي العام: بتدعيم التوافق وبناء إجماع على بعض القضايا لدى الرأي العام.
 - الإرشاد والتوجيه لأجل اتخاذ القرارات المناسبة: من خلال تغذية المناقشات بالمعلومات وإظهار رأي القادة.

- نقل الثقافات والقيم: من خلال التواصل بين الأجيال.
- التنشئة الاجتماعية: بتربية الأفراد وإعدادهم لكسب سلوكيات ومعتقدات واتجاهات معينة.

- الترفيه والتسلية: بالترويح عن النفس وإنقااص التوتر لدى الأفراد.

- وظائف خاصة:

- تهيئة المناخ الملائم للتنمية بتوفير منقديات للمناقشة، ووضع القرارات.
- إعلام الناس بكل ما يخص القضايا التنموية، بجمع المعلومات المناسبة ومعالجتها ونشرها بين الأفراد لاكتساب معطيات جديدة تساعد على اكتشاف وفهم ما يدور بينهم.

- نشر المعرفة التنموية، بتلقين الفرد مجموعة من المعاني والمفاهيم والمهارات للإمام بالمشاكل التي تعاني منها الدولة (سلطة ومجتمعاً)، وإدراك كيفية معالجتها.

- دعم التعليم والتدريب في المجال التنموي، ونشر الأفكار المستحدثة.

- تكوين رأى عام يلتف حول مسار التنمية، ويوازر الجهود المبذولة من أجل تحسين الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية...

- التأثير في اتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استشعاراً للمشكلات التي تواجه عملية التنمية، وأكثر استعداداً للمساهمة في حلها. وفي هذا الشأن يمكن لوسائل الاتصال بأساليبها ورسائلها تعديل وتغيير المفاهيم والسلوكيات السلبية إلى مفاهيم وسلوكيات إيجابية.

- إشعار القيادات والسلطات الحكومية وأصحاب المشاريع بالمشاكل الفعلية والنقائص التي يعاني منها الوطن والمواطن.

- خلق التواصل التنموي في أوساط المجتمع الواحد من جهة وبين

الأجيال المتعاقبة من جبهة أخرى، بنقل القيم من المواطنين الحاليين إلى المواطنين القادمين من أجل استمرارية العملية التنموية.

٢- من حيث المتغيرات:

هي مجموعة العوامل التي تؤثر على ممارسة وسائل الاتصال في مجتمعات معينة مثل:

- البعد البيئي: يشمل الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية الخاصة بالبيئة التي تمارس من خلالها وسائل الاتصال لوظائفها. وهي - وفقاً لها - تختلف هذه الوظائف من مجتمع لآخر، بل تختلف حتى في المجتمع الواحد من فترة زمنية لأخرى. ويتضمن البعد البيئي المتغيرات الدولية أو العالمية وكذا مقومات السياسة الإعلامية والتنموية...

- البعد الحضري: حيث تختلف طبيعة وظائف الإعلام في المجتمعات الريفية عنها في المجتمعات الحضرية.

- البعد التنموي: يشمل على الجوانب المختلفة للتنمية الشاملة أهمها: التنمية الروحية - التنمية الذاتية - التنمية الاقتصادية - التنمية الاجتماعية - التنمية النفسية - التنمية البشرية - التنمية البيئية - التنمية الثقافية - التنمية التكنولوجية والعلمية - التنمية السياسية - التنمية الإدارية...

- بُعد الوسائل: تختلف الوظائف وفقاً لطبيعة الوسيلة المستخدمة؛ فالصحافة غير الإذاعة وغير التليفزيون...

- بُعد الجمهور: تختلف الوظائف وفقاً للجماهير النوعية مثل: العمال - المزارعين - المهنيين - الحرفيين - الموظفين^(١)...

إن البحث عن تصور واقعي لوظائف الاتصال في مجال التنمية يحتاج إلى دراسات واعية لتحديد الملامح الأساسية للمجتمع بكل منظوماته، وكذا

إمكانية تفاعله مع العملية الاتصالية باستراتيجياتها ووسائلها وأساليبها وتقنياتها...

العملية الاتصالية في مجال التنمية:

إن معالجة الظواهر اتصاليا تتطلب تسخير العديد من الجهود والوسائل من أجل تحكّم أفضل في الأداء الاتصالي، وتحقيق النتائج المسطرة بكل كفاءة وفعالية. وكل عمل اتصالي - على غرار النشاطات والمشاريع الأخرى - يحتاج إلى تخطيط محكم عن طريق جمع المعلومات الواقية وتحديد الهدف، وحصر المتطلبات، وتوضيح كيفية العمل وأسلوبه...

والعملية الاتصالية في مجال التنمية تتطلب تحديد عناصرها على النحو التالي:

عناصر العملية الاتصالية:

١- القائم بالاتصال: يتمثل المرسل في العملية الاتصالية الخاصة بقضايا التنمية في السلطات الحكومية - أصحاب المشاريع - المستثمرين - الإعلاميين -... ومهما كان هذا المصدر يجب أن يكون مستوعبا ومقتنعا وملما بموضوعه، أو يستعين بخبير في مجال الاتصال حتى تتم العملية في أحسن الأحوال. وقد يكون المرسل هو المواطن الذي يعبر عن انشغالاته الخاصة بقضية تنموية معينة من خلال شكاوى أو تقارير أو عملية سير آراء تنشر في الصحف والمجلات، أو تبث من خلال الإذاعة والتلفزيون وحتى الإنترنت.

٢- الجمهور: هو المتلقي للرسالة الاتصالية التنموية الذي يجب معرفة معالمه بدقة، بتحديد أبعاده واتجاهاته وانتماءاته ومستواه الثقافي وموقعه الجغرافي... وهذا لصياغة الرسالة الاتصالية وفقا للأهداف المسطرة. فمثلا: في الجزائر يجب معرفة الجمهور المستهدف إن كان من الريف أو المدينة، من منطقة صحراوية أو ساحلية، هل غالبيته من المتعلمين أم من الأميين؟... وهذا

لمعرفة كيفية إعداد الرسالة المناسبة التي يفهمها وتوجيهها له. وإن كان المستقبل يتمثل في الجهات الحكومية في إطار ما يعرف بالاتصال الصاعد فيجب تحديد مهام ومجال اختصاص كل جهة أو مسئول في قطاع معين لمخاطبته وفق اختصاصه.

٣- الرسالة الاتصالية: تتناول الرسالة الاتصالية في مجال التنمية الموضوع المقصود بعدة أشكال، فتكون مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، مختصرة أو مطولة، شفوية أو مقروءة... ويجب إعدادها وفق حجج وأدلة ومعطيات مقنعة مراعاة للمتلقى بكل خصوصياته.

٤- الوسائل الاتصالية: هي القناة التي يستخدمها المرسل من أجل توصيل أفكاره، فهي تتنوع وتتعدد بشكل واسع. يجب اختيارها وفق اعتبارات تناسب القائم بالاتصال، وإمكاناته وطبيعة الجمهور المستهدف، ومضمون الرسالة... كاستعمال الإذاعة لمخاطبة الجمهور العام، واستعمال الاتصال الشخصي مع جماعات محلية قليلة العدد، وإقامة المعارض مع الشباب أو الطلاب في المدارس والجامعات...

٥- رجوع الصدى: إن التغذية العكسية هي دليل على وصول الرسالة إلى المتلقى وردود أفعاله في تبنى سلوكيات معينة، واتخاذ مواقف حيال المشاريع التنموية التي هي من الأهداف التي يرمى إليها المرسل، لذا من المفروض فتح مجالات استقبالها عن طريق فتح خطوط هاتف مجانية على مستوى المنظمات الحكومية أو المستثمرين... لاستقبال مكالمات المواطنين للاستفسار، أو إبداء الرأي، أو بفتح مواقع إلكترونية عبر الإنترنت خاصة بمجال التنمية لتلقى الرسائل، وفقاً للقدرات التفاعلية التي توفرها هذه الوسيلة، وهذا لخلق الشعور بالمشاركة في القضايا التنموية.

ولأن الوسيلة الاتصالية تقوم بالدور الأساسي في نجاح العملية الاتصالية التنموية، فمن المهم التفصيل فيها فيما يلي:

تصنيفات وسائل الاتصال التتموى:

تتعدد وسائل الاتصال وتتنوع وتتطور بشكل لا يمكن حصره تمامًا، وقسمها علماء الاتصال إلى أنواع كثيرة، حسب التقنيات المعتمدة عليها أحيانًا وحسب خصائصها الاتصالية أحيانًا، وحسب نوعية جمهورها أو حسب الحاسة التي تخاطبها. وهذه الوسائل يمكن استخدامها في مجال الاتصال التتموى. ويمكن تقديم نماذج لهذه التصنيفات على النحو التالي:

١- حسب القناة والواسطة التي تربط المرسل بالمستقبل، مثل: الحديث وجهًا لوجه، أو الاتصال الهاتفي، أو الاتصال عن طرق التليفزيون والاذاعة والصحف، أو عن طريق لوحة الإعلانات، أو التقارير الرسمية...

٢- حسب الحاسة التي تدرك بها هذه الوسائل، تتمثل في:

- وسائل اتصال مباشرة أو شخصية، مثل: المقابلة وجهًا لوجه، حيث إدراك الرسالة يكون بمشاركة جميع الحواس.

- وسائل اتصال بصرية: تعتمد على حاسة البصر، مثل: الصور والكتابات (الصحف، المجلات...).

- وسائل اتصال سمعية: التي تعتمد على حاسة السمع، مثل: الهاتف، الإذاعة، الأشرطة...

- وسائل بصرية سمعية: هي التي تعتمد على حاستي السمع والبصر مجتمعتين، مثل: التليفزيون، السينما.

٣- حسب حجم المتلقى تنقسم إلى:

- وسائل شخصية، مثل: المحادثة والرسالة والهاتف...

- وسائل جمعية، مثل: الخطب والمحاضرات...

- وسائل جماهيرية، مثل: التليفزيون والاذاعة...

- ٤- حسب الدعامة الخاصة بنقل رسائلها، مثل:
- وسائل مطبوعة، مثل: المجلات، الصحف، الكتب، الملصقات....
 - وسائل كهرومغناطيسية، مثل: الراديو والتلفزيون...
 - وسائل إلكترونية، مثل: الحاسبات، الهواتف النقالة، بنوك المعلومات، الوسائل المتعددة الوسائط^(١).

هذا التنوع في وسائل الاتصال يجعل مجال استعمالها في مجال الاتصال التنموي أكثر ثراء ومرونة، ويسمح للقائمين بالعملية الاتصالية الخاصة بالقضايا التنموية بسعة أكثر في التفكير والجهد والاختيار بين ما يلائم طرح الموضوع، وذلك باختيار الوسيلة المناسبة للجمهور المناسب بقصد توصيل الرسالة المناسبة في الوقت اللازم.

الأسس العلمية لاختيار وسائل الاتصال التنموي:

هناك العديد من الدراسات والبحوث الهادفة للوصول إلى الوسائل الأكثر فعالية في مجال الاتصال التنموي. ويقوم المسنول عن التخطيط الإعلامي التنموي بدراسة جميع الوسائل المتاحة حتى يمكن تحديد الوسائل المناسبة على ضوء قدراتها الذاتية وقدرتها على حل المشكلات القائمة، وعلى التأثير في الجمهور المستهدف أي في ضوء النتائج المتوقعة. ويتم اختيار الوسيلة الاتصالية في المجال التنموي وفقا للاعتبارات التالية:

- ١- الوسيلة الاتصالية المناسبة للفكرة التي قد تأخذ أشكالا مختلفة: لفظية أو فعلية، أو تأخذ شكل أشياء أو لغة الإشارات...
- ٢- الوسيلة الاتصالية المناسبة للأهداف المتوقعة التي تتأثر إلى حد كبير بحاجات الجمهور المستقبل لهذه الرسالة، فهناك وسائل تحدث تأثيرات انية أو طويلة المدى...

٣- قدرة الوسيلة على إشباع احتياجات الجمهور ذي الاختلافات والخصائص المتعددة: السن - الجنس - التوزيع الجغرافي - المستوى التعليمي - الميولات والسمات النفسية...

٤- مناسبة الوسيلة للقدرات الاتصالية للقائم بالاتصال من خلال توفر فيه بعض المهارات والإمكانيات الاتصالية، ومدى إلمامه بأصول العملية الاتصالية...

٥- الخصائص العامة للوسيلة من حيث: عمرها الافتراضي، ومكانتها بين المتلقين، وخصائصها الفنية والإنتاجية، وإمكاناتها في التغطية الجغرافية، وسرعتها في توصيل الرسالة، وقدراتها التأثيرية....

واقع الاتصال التنموي بالوطن العربي:

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال في الوطن العربي - ولو نسبيًا - عن المشاكل التي يعانيها المواطن العربي في مجالات مختلفة. وماتنشره الصحف العمومية والمستقلة خير دليل على ذلك من خلال الصفحات المخصصة لمواضيع تتعلق برصد القرارات والمشاريع الحكومية في مختلف المجالات، ونشر المشاكل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية... وتأتي هذه المواضيع في شكل (روبرتاجات) أو تقارير أو تحقيقات أو أي جنس إعلامي يعده الإعلاميون بأنفسهم، بناء على معلومات وتصريحات تأتيهم من الجهات الرسمية، أو من خلال تغطياتهم للظواهر والأحداث المرصودة في المجتمع، وقد تأخذ المادة الإعلامية شكل شكاوى أو كتابات يساهم بها القارئ من خلال الصفحات الحرة والمنابر الإعلامية المتاحة له، فتكشف عن اهتمامات معينة في مجال أزمة السكن والبطالة ونقص المشاريع الفلاحية أو السياحية أو الصناعية...

ونفس المنحى تأخذه الوسائل السمعية البصرية (الإذاعة والتلفزيون). لكن بفعالية أقل، لقلة القنوات الإذاعية والتلفزيونية المتخصصة في الإعلام

التنموى: تعليمية - ثقافية - اقتصادية... وإن وجدت فهي موجهة من قبل السلطات العمومية، فلا تكشف إلا نادراً عن الواقع المعيش، والمعاناة التي يتخبط فيها المواطن العربي، بالرغم من أن تحديات التنمية في العالم العربي عديدة فهي تتركز في: أزمة المياه والغذاء والبطالة، وعدم تنفيذ المشاريع التنموية، والأزمات السياسية المستمرة، وارتفاع النمو الديمغرافي، وتدنى مستوى الخدمات، وتزايد المديونية الخارجية، وانهيار أسعار بعض المواد الأولية. إضافة إلى تحديات أخرى جديدة، تتمثل في:

١- الثورة الصناعية الثالثة (ثورة المعلوماتية ووسائل الاتصال والإلكترونيات النقية).

٢- ظاهرة التكتلات الاقتصادية الكبرى والنظم الإقليمية الوظيفية (أوروبا الموحدة، والتكتل الآسيوي، واتفاقية دول أمريكا الشمالية "نافتا"...) .

٣- تعاظم دور الشركات الكبرى متعددة الجنسيات، التي تسعى إلى المزيد من الأسواق العالمية.

٤- تفاقم حالة استنزاف الموارد المالية والبشرية العربية، فأموالنا مستمرة في التدفق نحو المراكز العالمية الكبرى، إما ردًا لديون متراكمة وإما تسديدًا لثمن سلاح، أو بقصد الاستثمار هناك.

كما أن التنمية المستدامة التي تسعى إلى تحقيق حاجات العالم العربي حاضراً وتأمين استمرارها مستقبلاً، بما هي نمط ثقافي له أبعاد اجتماعية واقتصادية وبيئية ومؤسسية، تواجه اليوم تحديات وعقبات على مستوى ثقافة التنمية المائدة، وعلى مستوى المؤسسات وإدارة الشؤون العامة في كل قطر عربي، وهذه التحديات هي:

١- أزمة المشاركة في العالم العربي؛ لأنه من أول شروط تحقيق التنمية واستدامتها، مشاركة أبناء المجتمع كافة فيها، مشاركة الناس في نقاش الخيارات

المتاحة، وشعورهم بأن لهم دوراً ورائياً وحضوراً في هذه المسألة، بل شعورهم بأن هذه العملية تمثل تطلعاتهم ومصالحهم في الحاضر والمستقبل.

٢- ضعف هيئات المجتمع المدني، فبالرغم من وجود العديد من المؤسسات المهنية والنقابية والعمالية والبيئية والاجتماعية والثقافية، التي تقوم بنشاطات قيمة في مجال الحفاظ على البيئة وحقوق الإنسان ومسائل اجتماعية واقتصادية مختلفة، فإن هذه المؤسسات ما زالت دون حجم التحديات والحاجات القائمة.

٣- هيمنة المركزية وضعف الحياة البلدية أو المجالس المحلية، إذ تتميز الأنظمة الإدارية العربية - بشكل عام - بهيمنة أجهزة الدولة المركزية على حياة الهيئات المحلية من بلديات ومجالس أو إدارات مستقلة، وبضعف اللامركزية الإدارية.

٤- ضعف حضور دولة الحق والقانون، فمسألة تعادل الفرص والمساواة أمام القانون مسألة حيوية جداً، وهي تشعر المستثمرين والمواطنين بالطمأنينة والاستمرار في عملية التنمية، وبدونها يسيطر جو من انعدام الثقة بين المواطنين وأجهزة الدولة، وهو ما يولد قلقاً اجتماعياً عميقاً يعيق أية عملية تنموية فعلية.

٥- الطبيعة الريعية للاقتصاديات العربية، وهي أحد مظاهر الضعف ومصادر أزمة التنمية العربية، الأمر الذي يتطلب صياغة استراتيجية فعالة لنقل الاقتصاديات العربية من طبيعتها الريعية إلى الطبيعة الإنتاجية، القائمة على أساس تنوع الدخل وزيادة القدرة التنافسية في الاقتصاديات العربية.

أما الجوانب الأخرى التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار فهي السياسة الاقتصادية الكلية لهذه البلدان، التي تعاني ضعف المساءلة وضعف الرقابة وعدم توفر آليات لرسم سياسات اقتصادية سليمة، وهي جزء من أزمة المؤسسات في العالم العربي^(١١).

سمات الاتصال التنموي بالوطن العربي:

إن إدراك أهمية الاتصال التنموي وتأثيراته تكاد تكون مفقودة لدى صنّاع السياسة ومخططي التنمية، وهذه ظاهرة عامة ليست في الوطن العربي فحسب، بل تَمْتَرِك فيها دول العالم الثالث كله. ويتحدث ويليام ميلودي Melody عن هذه المشكلة إذ يقول:

"لسوء الحظ كان المحللون وصنّاع السياسة، ومخططو التنمية يعرفون القليل حول تأثيرات أنواع محددة للاتصال الممتد على التنمية لأى دولة، فى أى حلقة من حلقات تطورها، وكذلك فإن توسع أنواع محددة لتسهيلات الاتصال، والخدمات أو الفرص، على أساس من الإخلاص فقط، هى فى أحسن الأحوال سياسية مجازفة. إن المشكلة الأساسية تكمن فى أن دور الاتصال فى التنمية لم يتم جعله كعملية مندمجة فى خطط التنمية؛ فلم يتم بعد تطوير العلاقات بين قطاع الاتصال والقطاعات الأخرى فى المجتمع، وكذلك فإن إسهامات أنظمة الاتصال على المدى القصير والمدى البعيد لم يتم قياسها. ولم تقيم الطرق البديلة لاندماج الاتصال فى خطط التنمية القومية. إن إسهامات الاتصال فى التنمية فى الماضى والحاضر والإسهامات الممكنة لا يمكن مقارنتها بفعالية بالنسبة للقطاعات الأخرى فى المجتمع. ومن ثم فليس من المعروف كيف يجب أن يقيم الاتصال فى قرارات الحكومة القومية وذلك عند تخصيص الموارد"^(١١).

وانطلاقاً من هذه المعطيات يمكن استنتاج بعض سمات الاتصال التنموي فى الدول العربية على النحو التالى:

- ينبثق الاتصال التنموي فى الوطن العربي من الممارسة الإعلامية والاتصالية ككل التى تعرف طابع المركزية خصوصاً فى مجال السمعى البصرى، وهذا ما يؤثر على الأداء الاتصالي الجيد فى مجال التنمية الذى يجب أن يبنى على جانبين يتمثلان فى إعلام الجماهير وإقناعها بأهداف الخطط التنموية من جهة، وإتاحة الفرصة للجماهير لكى تعبر عن رأيها، وطرّح

مشاكلها الفعلية بكل شفافية حتى يتم التفاعل بينها وبين القيادة. وقد أتاحت بعض الجرائد المستقلة هذه الفرصة من خلال صفحاتها، مثل: صفحات بريد القراء مثلاً.

ويظهر التمرکز أيضاً في وجود المؤسسات الإعلامية في العاصمة أو المدن الكبرى والمحافظات، وهذا ما يحرم المناطق النائية والمعزولة الحصول على إعلام تنموي جوارى، بسبب عدم توفر الجرائد المحلية إلا نادراً. وبخصوص السمعى البصرى فالتقنوات التليفزيونية والإذاعات معروفة بكونها وطنية ولا يوجد قنوات محلية كافية. وإن وجدت فلا تساهم في تكريس الإعلام والاتصال المحلى. ومجال الاهتمام الإعلامى التنموى سطحى لا يتعمق في محليات المناطق المترامية الأطراف عبر المساحات التاسعة للوطن العربى.

ومن سليات التمرکز هو توجيه وإعداد برامج خاصة للريف مثلاً أو لمناطق صحراوية لكن بسطحية، بعيداً عن الوعى الحقيقى بواقعها ومتطلباتها الفعلية...

- استثمار القطاع الخاص في مجال السمعى البصرى (إذاعة وتليفزيون) موجه خصوصاً للتقنوات والمخططات الترفيهية والغنائية والموسيقية... بعيداً عن الاهتمام بقضايا التنمية. وما يظهر منها يومياً خير دليل على ذلك، وهذا راجع لعدة اعتبارات: تجارية (ربحية) - سياسية - ثقافية - اجتماعية...

- إن القائم بالاتصال - سواء في التليفزيون أو الإذاعة أو الصحيفة - عندما يفقد الخبرة في مجال الاتصال التنموى؛ فإنه يقدم رسالة تنموية لا تتسم بالجاذبية اللازمة، فنقدم حصص تليفزيونية عن الواقع الإقتصادى مثلاً، دون الغوص في معالمة، ولا بأساليب تحليلية معمقة، ولا بالاعتماد على منشط ذى خبرة؛ ليساهم في دفع عجلة الحوار نحو معلومات مركزة، ولا تحضر أطراف معارضة لتقديم البدائل... وهذا ما لا يلبي احتياجات الجمهور المتنوعة التى تتحرك نحو التغيير.

وحتى هذا الإنتاج لا يعتمد على بحوث ودراسات علمية أعدت سابقاً
للإحاطة بالاهتمامات الفعلية للجمهور (قراء - مشاهدين - مستمعين).

- يعرف الاتصال غالباً اتجاهها واحداً من القمة إلى القاعدة. وعدم
الاهتمام بمرجع الصدى من قبل المواطنين في إطار ما يعرف بالاتصال
الصاعد. وإن كانت هناك مجالات للكتابة الحرة في بعض الجرائد لعرض
بعض الاهتمام، لكنها لا تلقى الصدى المناسب وفي الوقت الأني.

- نقص التنسيق والتكامل بين الهيئات والمؤسسات المعنية بالتنمية (سواء
كانت قطاع عام أم خاص) وبين المؤسسات الإعلامية، فنادرًا ما تقدم الصحف
(لاسيما المستقلة) والتلفزيون والإذاعة مع بعض حملات إعلامية مشتركة
لتحقيق بعض أهداف التنمية الاجتماعية أو الثقافية...

- عدم توفر حرية التعبير بالشكل الكامل الذي يسمح بنقد المشاريع
الفاشلة أو التي لا تتلاءم وطبيعة المجتمع العربي أو تشخيص السلبيات،
والأخطاء التي قد تنجم عن البعض منها، خصوصاً إذا ما كانت الجهات
الحكومية أو القيادات من ورائها. وهذا ما يجعل وسائل الإعلام تغيب أو تُغيب
عن هدفها الحقيقي في تنوير الرأي العام وخدمته.

- نقص الخبرة والتخصص للقائمين بالعملية الاتصالية التنموية، فأغلبية
الكتابات أو البرامج الإعلامية المتعلقة بمجال التنمية هي في شكل معالجات
سطحية للواقع التنموي بعيداً عن التحليل المعمق والدراسات المستفيضة لإيجاد
الحلول المناسبة.

سبل تفعيل الاتصال التنموي بالوطن العربي:

لقد ظلت النظرة الموضوعية إلى دور الاتصال في التنمية هي الشغل
الشاغل للإعلاميين، أما باحثو التنمية العرب - بأوجهها السياسية والاقتصادية
والاجتماعية - فإن تركيزهم على هذا الدور كان باهتاً، ولكننا لا نعدم أن نجد

بعض الباحثين الذين يرون أن تأثير الإعلام لا يقل عن تأثير التربية والتعليم، أو تأثير نظام الحوافز في المجتمع كما يرى د. علي خليفة الكواري الذي يحدد دور الإعلام كما يلي:

"لا بد أن يكون للإعلام دور إيجابي في التنمية ووظيفة اجتماعية محددة لا بد أن يؤديها. إن الوظيفة الراهنة للإعلام، والتي لا تتعدى التسلية وتجميل الصورة الرسمية، لا بد أن يعاد النظر فيها، ولا بد أن يوظف الإعلام من أجل رفع المستوى الثقافي، وتغيير العادات الضارة، وبلورة نسق إيجابي للقيم الاجتماعية، وتوجيه الإنسان نحو الإنتاج، وإتاحة وسائل النمو الذاتي، وربط الفرد بمشكلات مجتمعه، وحماية ثقافته، وصيانة مقومات هويته العربية الإسلامية، من غزو ما يتم اختياره وتقديمه من الثقافة الغربية الرديئة والمعادية أحياناً، فضلاً عن توعية الإنسان بالمتغيرات المعاصرة، وتبصيره بالتحديات المحيطة به".

وقد رأى بعض الباحثين أن هذا الاتصال يجب أن يشتمل على أربعة عناصر:

- ١ - أن يكون حاجة إنسانية يماثل في أهميته الحاجات الأساسية الأخرى. ولذا فإن يكون للإنسان حق في أن يُعلم الآخرين وأن يُحاط بالمعلومات هو أحد حقوق الإنسان يمارس فردياً وجماعياً.
- ٢ - إن الاتصال نابع من البيئة الثقافية والسياسية والاقتصادية والتاريخية، ولذا تنشأ بنى تنظيمية اتصالية مختلفة.
- ٣ - إن الاتصال وجه من أوجه العملية التربوية. فالمسئولية الاجتماعية لأجهزة الاتصال الجماهيري مسئولية عظيمة. وهي قادرة على أن تنقل المعلومات الصحيحة أو تحرقها، وتكشف الحقائق الهامة أو تخفيها، وتفسر الأحداث على نحو إيجابي أو سلبي.

٤ - إن الاتصال ينطوي على حقوق وواجبات. ولما كانت وسائل الاتصال الجماهيرى تقوم فى حقيقة الأمر بخدمة عامة، فلا بد لها أن تؤدى واجبها ملتزمة بالمسئولية الاجتماعية والقانونية التى تعكس الإجماع الذى ارتضته الأمة^(١٦).

ومن أجل التعامل مع قضايا التنمية بحكمة ورشد لا بد من تفعيل النظام الاتصالى لما له من قدرات. فالدراسات العلمية برهنت على الدور الفعال لوسائل الإعلام والاتصال التى لا يخفى على أحد إمكاناتها فى التأثير على الأشخاص فكرياً وتعليمياً ونفسياً...

لذا يجب الاستغلال التام لهذه الإمكانيات فى إحداث نقلة نوعية فى العمل الاتصالى التنامى؛ للإسهام فى دفع عجلة التنمية بمختلف مجالاتها، ولا يتأتى هذا إلا بتضافر جهود الأفراد والجماعات والمنظمات الحكومية وغير الحكومية فى هذا الشأن.

ويمكن دعم وتعزيز مسار الاتصال التنامى بانتهاء السبل التالية:

١ - وضع استراتيجية اتصالية حكومية واضحة تتضمن الاستغلال الأمثل للإمكانيات والعناصر والأساليب والتقنيات الاتصالية؛ لبناء النمط التفكيرى للفرد العربى واستثمار الوعى لديه، بإشراك جميع المؤسسات الاتصالية والاقتصادية والاجتماعية، بحيث يصبح الاتصال والإعلام جزءاً من الخطة التنامية.

٢ - وضع تخطيط إعلامى تنموى وفقاً للأسس العلمية المتعارف عليها، التى يمكن ذكر أهمها:

- التعرف على الاستراتيجية التنامية للمجتمع وأهدافها فى ظل تقديرات حجد ومصادر الثروة الموجودة فى المجتمع مقابل الاحتياجات العامة للأفراد ومتطلباتهم.

- تحديد أهداف الخطة الإعلامية المتصلة بقضايا التنمية.

- تحديد الجمهور المستهدف من العملية الاتصالية (عمال - فلاحين - ...)
والتعرف على خصائصه بدقة، وتحديد أوجه الاختلاف بين المناطق المختلفة.
- اختيار الوسائل الاتصالية الملائمة للأهداف التنموية المسطرة، وطبيعة
الجمهور، ونوع الرسالة المحضرة...

- إحداث التكامل بين الوسائل الاتصالية المختلفة (السمعي البصري -
المكتوب) من أجل تحقيق التأثير اللازم.
- إعداد إجراءات التنفيذ ومراجعة الخطة وتقويمها.

- التركيز على مقومات النجاح، وهي: الشمول، التكامل، المرونة،
الاستمرارية، التكلفة، ويسر الأداء^(١٣).

٣- من الضروري توافر وسائل الاتصال الجماهيري المركزية، ووسائل
اتصال أخرى محلية وإقليمية، الأولى: تخاطب الاهتمامات العامة وتعمل على
بث روح الانتماء الوطني. والثانية: توجه الجماهير في كل إقليم من خلال القضايا
التنموية الخاصة بهذا الإقليم وربطها بالقضايا العامة، وكلاهما يشجع الجماهير
على التغيير وتعلم المهارات الجديدة، والمساهمة بالرأي البناء في الشؤون العامة
والقضايا الوطنية والإقليمية.

٤- التنوع في استخدام الاتصاليين: الجماهيري والشخصي، لما لهما من
مزايا في الوصول إلى الجماهير الواسعة، ومخاطبة الأفراد في الوقت نفسه.

فالالاتصال الشخصي أكثر قدرة على إثارة التقبل للأفكار والإقناع. عند
تقديم المعلومات للمتلقى يجب أن تكون في شكل بسيط وسلس يفهمه الجميع. مع
ضرورة استخدام الاتصال الشخصي المباشر في الأرياف أو في المجتمعات
غير المتعلمة لضمان وصول الرسالة. أي الاعتماد على الاتصال الشخصي
بقدر الاتصال الجماهيري؛ لأنه أكثر ملاءمة للمجتمعات المحلية.

والكلمة المقروءة من خلال مطبوعات (ككتيبات - ملصقات - جرائد - مطويات...) تسمح بتقديم التفاصيل والرسوم والبيانات، وتسمح للقارئ بالقراءة المتأنية والمراجعة المتكررة. والكلمة المذاعة تسمح بتجميع الجماهير، وبث روح الاهتمام بالمسائل الهامة بما أنها تخاطب شريحة واسعة من الجمهور. والتلفزيون باعتماده على الصورة والحركة والألوان بإمكانه تقديم مادة إعلامية واضحة يفهمها الجميع. وبالاعتماد على وسائل النقل المباشر (الأقمار الصناعية)، والوسائط السمعية البصرية والإلكترونية (الفيديو - الأقراص المضغوطة...) فيمكن وصول المعلومات والمواضيع التي تخدم التنمية إلى أي مكان وفي زمن قياسي.

٥- التنوع في البرامج التلفزيونية، من: أفلام قصيرة، وحصص إرشادية بلغة بسيطة حتى يفهمها جميع شرائح الجمهور، مثل: أفلام عن طرق الزراعة الحديثة أو كيفية الاهتمام بالنباتات، فيستفيد الفلاح والمواطن العادي من معلومات قد يسخرها في تزيين المحيط به.

٦- الاهتمام بالاتصال التنموي من قبل السلطات المركزية واللامركزية بإنشاء خلايا ولجان اتصال على مستوى الهيئات الرسمية، وتفعيل دورها للتقرب من المواطن أكثر من أجل تزويده بالمعلومات والمعارف. على أن تقوم بدورها بالتنسيق تام مع نوعية المشاريع المنفذة.

٧- رفع مستوى الوعي لدى القيادات الإعلامية لخلق الشعور بأهمية التنمية قصد تبنى وسائل الإعلام القضايا التنموية بشكل دائم عبر مواد إعلامية قارة. فالمواضيع الخاصة بالتنمية يجب ألا تكون مناسباتية، بل من المفروض أن تحظى باهتمام الإعلاميين دوماً.

٨- التنسيق والتعاون بين الوسائل الاتصالية للعمل في اتجاه واحد من خلال خطة مدروسة، وهذا بتكامل المحتويات والقنوات الاتصالية، حتى يتمكن

الفرد من الحصول على معلومات عن المشاريع التنموية المحلية والوطنية والإقليمية بشكل دقيق.

٩ - إحياء المناسبات وإقامة النشاطات التحسيسية بأهمية المشاركة في مجالات التنمية على اختلافها، مثل: محاربة الأمية والتوعية البيئية والحفاظ على المحيط في المناسبات أو بشكل دائم لإيقاظ الوعي لدى المواطن العربي، وهذا عن طريق المعارض المفتوحة، إحياء الاحتفالات، تنظيم الرحلات (لاكتشاف أهم الإنجازات والحفاظ عليها)...

١٠ - الاستعانة بالحملات الإعلامية والإعلانية - على الخصوص - في مجال التنمية بشكل علمي من أجل التأثير الفعال في المتلقين. مع مراعاة خصوصية المجتمع عند إعدادها؛ فاتباع الرسالة مع النسق القيمي في ضوء السمات العامة لفئات المجتمع أمر ضروري.

١١ - الاعتماد على أسلوب المسابقات العملية (مثل: حملات النظافة وخلق مساحات خضراء) أو الفكرية (مثل: الرسوم والصور الفوتوغرافية المقالات والبحوث العلمية الخاصة بتعاش مجالات التنمية...) لفتح مجال التنافس بين المواطنين لتبني سلوكيات سليمة، مثل: الوعي الادخاري والتأمين والترشيد الاستهلاكي. وتقديم الجوائز والهدايا على العلن، وبإشراك وسائل الإعلام من إذاعات وصحف للترويج للحدث...

١٢ - إقامة مجسمات ولافتات كبيرة على الطرقات في شكل رسومات أو صور للتزيين وللتحسيس بحث على ضرورة تبني اتجاهات وسلوكيات تخدم مجالات التنمية فلفت الانتباه إلى ضرورة المشاركة في عملية التنمية أمر في غاية الأهمية (مثل: التأكيد على قيمة العمل - تنمية الوعي الصحي - الاهتمام بالأرض...).

خلاصة:

إن مساهمة المنظومة الاتصالية في تكريس الوعي التنموي بمجالاته المختلفة على المستوى الإقليمي والوطني والمحلي ضرورة حتمية للتمكن من التوفيق بين مطامح تحسين نوعية الحياة للمواطن العربي، والسير في المشاريع التنموية بطريقة فعالة وناجعة. فالاتصال هو الذي يفسح للفرد في المجتمع المساحة الكاملة للتواصل مع غيره من الأفراد، ومع القياديين.

وتحقيق المشاريع والبرامج التنموية مرهون بالتنسيق والتكامل بين وسائل الاتصال على اختلافها والمؤسسات والهيئات الحكومية والخاصة.



الهوامش

- (١) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي فى علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٣، ص ٢٠.
- (٢) نفس المرجع، ص ٢٤.
- (٣) عبده إبراهيم السوقي، التليفزيون والتنمية، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ص ٣٨-٣٩.
- (٤) محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية، الطبعة الثالثة، دار الفجر، القاهرة، ٢٠٠١، ص ص ٣٢-٣٣.
- (٥) السوقي عبده إبراهيم، التليفزيون والتنمية، مرجع سبق ذكره، ص ص ١٧٤-١٨٠.
- (٦) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص ٨٤.
- (٧) عوجة على، الإعلام وقضايا التنمية، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ص ٣-٤.
- (٨) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص ص ١٤٤-١٤٩.
- (9) Marie-hélène Westphalem, communicator, 4^e edition, dunod, paris, 2004, pp 119, 188.
- (١٠) صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والتنمية المستدامة فى الوطن العربى، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، ١٩٩٩، ص ص ٣٧، ٣٨.
- (١١) نفس المرجع، ص ١٧٦.
- (١٢) نفس المرجع، ص ١٧٧.
- (١٣) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص ١١٦.

المراجع

- ١ - أبو أصبع: صالح خليل، الاتصال والتنمية المستدامة في الوطن العربي، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩م.
- ٢ - الدسوقي: عبده إبراهيم، التليفزيون والتنمية، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، ٢٠٠٤.
- ٣ - بن مرسل: أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٣.
- ٤ - حجاب: محمد منير، الإعلام والتنمية، الطبعة الثالثة، دار الفجر، القاهرة، ٢٠٠١.
- ٥ - عجوة: علي، الإعلام وقضايا التنمية، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤.
- 6 - Westphalem Marie-hélène, communicator, 4^e edition, dunod, paris, 2004.

