

دور الاعلام ... في دعم خطط التنمية المستدامة

ورقة عمل

فوزية حجاب الحربي

2016.1437م

مقدمة الدراسة

من المؤكد بأن وسائل الإعلام ليست هي القوة الوحيدة التي تؤدي إلى فاعلية التحول والتغير الاجتماعي في المجتمعات ، إنما تُعد عوامل مساعدة بجانب قوة وتأثير الاتصال الشخصي المباشر، الذي يكفل نجاح التنمية وخاصة في الدول والمجتمعات التي تسعى إلى التقدم والنمو حيث إن الترابط بين كل من الاتصال الشخصي ووسائل الإعلام يُعدان أحد أسباب النجاح في تحقيق الإقناع والتأثير المطلوبين في أي عملية تغيير مجتمعي، كما أن وجود صحف ووسائل إعلام مرئية ومسموعة محلية وإقليمية تصل إلى الجمهور يُعد دافعاً لتحقيق هذا الارتباط وتدعيمه أيضاً(الشناوي،1982م،ص90)

وبنظرة تطويرية لدور الاعلام في التنمية يمكن القول أنه لم يُعد دور وسائل الإعلام قاصراً على معالجة القضايا والموضوعات ذات الطابع العلمي أو القومي كما كان قديماً؛ ولكن ومع بداية الثمانينيات من القرن العشرين بدأ الاهتمام بالإعلام التنموي والمتخصص في شتى المجالات العلمية والتطبيقية، وحظيت الصحف والمجلات والإذاعات والقنوات التلفزيونية بنصيب كبير من هذه الاهتمامات على المستوى القومي والدولي واهتمامات مماثلة من منظمات المجتمع المدني والهيئات والمؤسسات الدولية، وذلك بهدف مخاطبة الأفراد الذين يعيشون في المجتمعات الصغيرة وذات السمات والخصائص المميزة، والتي تعاني من مشكلات قد تختلف عن المجتمع كله حتى أصبح لهذه النوعية من وسائل الإعلام دور مهم وأساسي في مراحل التنمية المختلفة وخاصة في البلدان التي تتجه نحو تحقيق التنمية المستدامة على أرضها(عسران،2000م،ص275)

ومما يدل على أهمية الإعلام من خلال أدواته الاتصالية في التنمية بصورة عامة تقرير لوكالة التنمية الأمريكية حول دور وسائل الاتصال في عملية التنمية، أن المدياع المحلي مهم في عملية التنمية، فقد ثبتت فعاليته في المكسيك في التعليم البيئي والاتصال الريفي. وثبت كذلك نجاحه في التدريب المهني في هندوراس (أبوسعيد، ولبد، 2009م، ص233).

ومن هنا يمكن القول: إن الإعلام التنموي المتخصص والفعال عنصر ضروري وأساسي في تطوير المجتمع وتنميته، وتحديدًا في ظل مفهوم التنمية المستدامة، فالإعلام التنموي هو عين الحقيقة التي يجب أن يرى فيها المواطنون ما يحدث من حولهم، ويؤثر على مصيرهم، وحتى لا تتحول ثروات الأمة والمواطنين أنفسهم إلى سلع يُتاجر بها لذا فإن هناك خطوات يجب الاستناد عليها لتحقيق التنمية المستدامة عن طريق الإعلام وخاصة الإعلام التنموي وهو ما ستركز عليه الدراسة الحالية بشئ من التفصيل

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في التأكيد على أهمية العلاقة المتبادلة بين الإعلام والتنمية الاقتصادية وما يرتبط بما يعرف بالتنمية المستدامة والتي تعتبر أحد أهم ثمار التنمية الاقتصادية. ولقد ذكر كل من عبد الوهاب وزينب أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبحت إحدى القوى الاقتصادية وطنيا أو دوليا حيث تمثل في الدول الصناعية نسبة متزايدة الأهمية من الناتج القومي الإجمالي، وتشكل قطاعا ديناميكيا، يتيح آفاقا كبيرة للنمو وإمكانات جديدة للعمالة، وذلك بعد أن أصبح الإعلام والاتصال النشاط الرئيسي في الدول الصناعية المتقدمة، حيث يعمل ما يزيد عن نصف السكان بصورة مباشرة أو غير مباشرة في إنتاج المعلومات ومعالجتها وتوزيعها، ومن المتوقع أن تزيد مجموعة المعاملات في صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في هذه الدول الصناعية المتقدمة إلى عدة أضعاف في السنوات القادمة، فتوجد حاليا في بريطانيا برامج بحوث وطنية حول تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة، وكذلك في فرنسا وهولندا وفلندا بحوث حول تقبل المجتمع للتطورات التقنية وخصوصا

في مجالات الإعلام والاتصال، وقد سارعت المجموعة الأوروبية إلى تشكيل فرق لبحوث الاتصال والإعلام مثل فريق (Euro Media ;Research) (عبد الوهاب وزينب، 2009م، ص 247) إن ثورة الاتصال والمعلومات أهم ما يطبع عالمنا الحديث، لأنها أحدثت التحولات وغيرت المناهج والمقاربات. في الميادين المختلفة علمية وبيئية واقتصادية وحضارية وثقافية وإدارية 000 فمن لم ينخرط في هذه الطفرة المعلوماتية ويحسن توظيفها، سيرجع القهقري وتنحرف به السبل عن التنمية المستدامة التي أضحت هدف الجميع من سكان هذه القرية الكونية المعرفية العولمة أو الكوكبة، أو الأمركة، أو التغريب (شاهدي، وإيفني، 2007م، ص 168).

لقد ربط الإعلام منذ زمن بعيد بالإنتاج والعمل إلا أن الصلة بين الاقتصاد والإعلام أصبحت بارزة الآن أكثر فأكثر وأضحى الإعلام قوة اقتصادية مهيمنة وعاملاً حاسماً من عوامل التنمية الحقيقية في مختلف أنحاء العالم.

وتحتل نشاطات الإعلام مكانة كبيرة في اقتصاد كل بلد ويبرز ذلك من خلال فرص العمل وحجم رؤوس الأموال والصناعات المتصلة بمحطات البث الإذاعي والتلفزيوني وأجهزة التقاط المقابلة والطباعة وإنتاج ورق الصحف والصناعات الإلكترونية، والاتصال مرتبط أيضاً بفروع أخرى عديدة من النشاط الصناعي مثل الأقمار الصناعية والأدمغة الإلكترونية والألياف الضوئية (FIBRES OPTIQUE) وأشعة الليزر وأجهزة الفيديو والراديو 000 إلخ. يقول وليام دافيدسون في كتابه "المسابقة العجيبة" THE AMASING RACE W.DAVIDSAN: إن قيمة الصناعات الإعلامية ستحتل قبل نهاية القرن المنصرم نسبة 40% من مجموع الصناعات ومجموع الأنشطة الإعلامية. كما قدر هذا المؤلف قيمة مجموع الأنشطة الإعلامية الأمريكية بما لا يقل عن 150 مليار دولار. (المصمودي، 1985م، ص 114)

ويذهب البعض إلى أبعد إلى من ذلك في تحليلهم حيث يرون أن قطاع الإعلام يمثل جزءاً كبيراً من الأنشطة الخاصة بالتربية والعلوم والطب الوقائي والخدمات والإدارات العامة والمصالح المالية. وقد

استعملت الأجهزة الإعلامية والتقنيات الجديدة بغزارة في الدول المصنعة وجميع القطاعات ومختلف الأنشطة.

ويقدر بعضهم أن نشاطات الإعلام والاتصال في البلدان التي بلغت درجة عليا من التطور التقني قد فاقت كل النشاطات الأخرى. وبلغت نسبتها حسب تقدير الدكتور حسن صعب 40% في اليابان، وفي ألمانيا الغربية من مجموع القوى العاملة. ويقول السيد فولار (Fowler) رئيس اللجنة الفدرالية الأمريكية للاتصال. إن هذه الأنشطة الإعلامية التي كانت نسبتها في الولايات المتحدة لا تزيد في سنة 1880 عن 2% ضمن الحركة الاقتصادية من تشغيل وإسهام في الإنتاج قد تجاوزت بعد قرن، أي في سنة 1980 نسبة 66% من المنتج القومي الأمريكي (المصمودي، 1985م، ص115)

ويبين توم بأن الإعلام هو الداعم الأساسي لاقتصاديات العالم ، ومن جهة ثانية فإن الإعلام نفسه قد أصبح صناعة متكاملة في عصرنا الحاضر مثلها مثل الصناعات الأخرى ، وهذا يتأتى بسبب قدرة وسائل الاتصال على التأثير على حركة المجتمع بما تمتلكه من إمكانيات تقنية ونفوذ واسع مكنها لأن تكون سلطة لها دورها السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي (توم، 2013م، ص2)

ومن هنا جاءت الدراسة الحالية لكي تناقش العلاقة بين الإعلام والتنمية مع التركيز على التنمية المستدامة

أهمية الدراسة

تتضح أهمية الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية:

على الرغم من أن العديد من الدراسات والبحوث قد أكدت على تفوق تكنولوجيا الإعلام المرئي والمسموع على الصحافة المطبوعة في القيام بدور إيجابي تفاعلي من أجل النهوض بالمجتمعات ومسايرة عمليات التنمية المستدامة في مختلف مجالاتها وخاصة في المجتمعات النامية، فإن خطوات ومراحل التخطيط التنموي للمجتمعات قد تحتاج إلى تضافر وسائل الإعلام والاتصال معاً حتى تحقق أهدافها

مجتمعة، بل إن البعض من الباحثين بالغ في أهمية وسائل الإعلام المسموعة والمرئية وشبكة الإنترنت في التنمية، والتقليل من قيمة الصحافة المطبوعة والدور الذي تقوم به في تطور المجتمعات النامية وحصرها في دائرة المثقفين الذين يحظون بقدرٍ من التعليم والثقافة، وهذا لا توافق عليه الباحثة

عملية التنمية الاقتصادية عملية متكاملة شاملة تنتج عن تضافر الجهود ومن هنا كانت علاقة الإعلام بالتنمية مما يستوجب دراسة وظائف الأجهزة الإعلامية في النشاط الاقتصادي.

لقد انطلقت دعوات لإقرار نظام جديد آخر في مجال الإعلام والاتصال يحتل فيه البعد الاقتصادي مكاناً ممتازاً إلى جانب الاعتبارات السياسية والثقافية والاجتماعية، ويهدف إلى إشعار الرأي العالمي بخطورة تدهور الأوضاع الاقتصادية في الدول النامية، ويسعى إلى إقرار التعاون الدولي على أسس جديدة من التفاهم والعدالة في الوقت الذي يهدف فيه النظام الإعلامي الجديد إلى القضاء على التفاوت واختلال التوازن في مجال الإعلام والاتصال بين البلدان المصنعة والبلدان النامية وإحلال صيغ جديدة لتدفق المادة الإعلامية مكان الصيغ العمودية القائمة والمتحركة في اتجاه واحد (المصمودي، 1985م، ص121) ومن هنا تأتي أهمية دراسة العلاقة بين الإعلام والتنمية الاقتصادية لكي يكون لنا دور في النهضة الاقتصادية على المستوى الدولي أو الأممي.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى ما يلي:

1. أهم النظريات المفسرة لدور الإعلام في التنمية الاقتصادية (التنمية المستدامة)
2. بيان مفهوم التنمية وارتباطها بالإعلام، ومفهوم التنمية المستدامة:
3. شروط تحقيق التنمية المستدامة.
4. تناول قضية الإعلام والتنمية المستدامة ودور التخطيط الإعلامي في هذا الصدد
5. ذكر المهمات والمتطلبات الأساسية لنجاح الإعلام التنموي.
6. ذكر المتطلبات الآنية لتحقيق خطة تنمية إعلامية.

تساؤلات الدراسة

تحاول الدراسة الحالية الإجابة على التساؤلات التالية

1. ما أهم النظريات المفسرة لدور الإعلام في التنمية الاقتصادية(التنمية المستدامة)؟
2. ما بيان التنمية والتنمية المستدامة؟
3. ما شروط تحقيق التنمية المستدامة؟
4. ما طبيعة العلاقة بين الاعلام والتنمية المستدامة وما دور التخطيط الإعلامي في هذا الصدد؟
5. ما أهم المهمات والمتطلبات الأساسية لنجاح الإعلام التنموي؟
6. ما المتطلبات الآنية لتحقيق خطة تنمية إعلامية؟

الإطار النظري والدراسات السابقة

أهم النظريات المفسرة لدور الإعلام في التنمية الاقتصادية(التنمية المستدامة)

لقد حفلت أدبيات الإعلام والتنمية لسنوات طويلة بنظريات ومفاهيم عديدة حول أهمية دور الإعلام في تحفيز ورعاية جهود التنمية ونشر الوعي التنموي بين المواطنين بل وتطرقت بعض أدبيات الإعلام التنموي أيضاً إلى قضايا تنمية وسائل الإعلام ذاتها كشرط موضوعي لتعظيم دور الإعلام في التنمية، لكن كثيراً من نظريات ومفاهيم الإعلام التنموي وتطور وسائل الإعلام تعرضت لإشكالية العولمة ودخلت في أزمة شديدة ارتبطت بحالة الشك والغموض والارتباك التي تعرضت لها النظريات والمقولات التقليدية الخاصة بالتنمية وقدرات الدولة على السيطرة على أسواقها الداخلية وعلى فيض الإعلام والمعلومات والاتصالات العابرة للحدود القومية التي تؤثر في مواطنيها وتدفعهم أحياناً إلى اللحاق بركب التقدم الغربي أو مجرد الانبهار بالعولمة.

وقد تتجسد أزمة الإعلام التنموي في عصر العولمة كون العولمة قد أحدثت ثورة غير محددة النتائج فيما يتعلق بكل من الإعلام نفسه وقدراته ووسائله ومفهوم التنمية ومتطلباتها.

إن الإعلام التنموي في الوقت الراهن يُعد فرعاً أساسياً ومهماً من فروع النشاط الإعلامي والذي يعود

الفضل الأول في استحدثاته إلى عالم الاتصال الشهير «ولبر شرام» صاحب كتاب «وسائل الإعلام

والتنمية» حيث تناول فيه دور الإعلام في إحداث التحول الاجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث، وبشكل عام الإعلام التنموي الفعال الذي يعني وضع النشاطات المختلفة التي تطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة، أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصصلحة المجتمع العليا(الداغر،2012م،ص23)

فالإعلام يشهد اليوم ثورة شاملة في وسائل الإعلام الجماهيري في كل المجالات كأداة للتعليم والتثقيف والتدريب.وإذا ما شبهنا النشاط التنموي في أي مجتمع من المجتمعات بالدورة الدموية في جسم الإنسان،فإننا نشبه الإعلام بالجهاز العصبي في جسم المجتمع(حجاب،2001م،ص323).

النظرية التنموية في الإعلام:

ترتبط هذه النظرية بأوضاع الدول النامية،وتعكس الدور المتوقع من وسائل الإعلام في المجتمعات النامية.ويرى (مكويل 1983،McQuail) أن هناك تقارباً بين الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام وفق النظرية الشيوعية والدور الذي يقوم به الإعلام في الدول النامية في كون النظريتين تسعيان إلى تأكيد قيام الإعلام بواجبات سياسية واجتماعية لخدمة المصلحة العليا في المجتمع،وبعكس ما تشير إليه النظرية الليبرالية،فإن النظرية التنموية تتوخى المعالجة المتأنية للأخبار المثيرة،وترى أن نشرها وبثها ربما يأتي بنتائج سلبية على المجتمع أو على الأوضاع السياسية والاقتصادية بشكل خاص(البشر،1418،ص161).

(Patton,1990)

وقد لا يؤمن الإعلام التنموي بمقولة أن الأخبار السيئة هي أخبار جيدة من وجهة نظر الإعلام Bad News is Good News لأنه يستدعي عناوين كبيرة ومساحات وصفحات كثيرة من التغطية الإعلامية،وفي المقابل تتجه وسائل الإعلام التنموية إلى مفهوم التغطيات الإيجابية،أو ما يسمى بالأخبار الجيدة good news نظراً لكونها تدعم الأوضاع الداخلية في تلك المجتمعات،وتعطي أولويات رئيسة للثقافات المحلية(الداغر،2012م،ص44).

وقد تعرضت النظرية التنموية للنقد من أنصار النظريات الليبرالية على خلفية أم كل ما تقوم به وسائل الإعلام في الدول النامية طبقاً لهذه النظرية ليس إلا رقابة مباشرة وتشويشاً على مصداقية وسائل الإعلام الدولية في إهمال الأخبار والتقارير التي تأتي من وسائل الإعلام في الدول النامية، بحجة أنها مواد دعائية لا تستحق النشر أو البث عبر قنواتها الإعلامية (الداغر، 2012م، ص44).

وعلى هذا يستوجب عند دراسة المدخل الوظيفي التمييز بين محتوى وسائل الإعلام، وخصائص الوسيلة نفسها، فهناك وظائف مرتبطة تماماً بالمحتوى الذي تعرضه وسائل الإعلام، وهناك وظائف أخرى مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بنوع الوسيلة المستخدمة، أو بظروف الاستخدام دون ارتباط قوي بالمحتوى على سبيل المثال، عندما يريد فرد من أفراد الجمهور متابعة حدث عالمي وقت حدوثه، فلا يوجد أفضل من القنوات الفضائية أو شبكة الانترنت لإمكانية متابعة التغطية وقت الحدث، وعندما يريد التفصيل والمعلومات الأكثر دقة فتكون الصحافة شريطة الانتظار إلى صباح الغد، وفي هذا المثال المحتوى أهم من الوسيلة (الداغر، 2012م، ص45).

وفي المقابل عند الرغبة في الترفيه والهروب، والبحث عن بديل للتفاعل الاجتماعي، فهو يبحث عن الوسيلة التي تشبع حاجته بغض النظر عن المحتوى الذي تقدمه هذه الوسيلة أو تلك، لكن الإشباع التي تتحقق للجمهور لا يمكن فصلها عن المضامين، فإن لكل من الوسيلة، والمحتوى تأثيراً في الآخر، حيث تشير دراسة سوانسن (Swanson) عام 1987م إلى أن إشباع وسائل الإعلام ترتبط ارتباطاً وثيقاً بما تقدمه من مضامين، فلا يمكن القول إن استخدام وسيلة معينة لذاتها يحقق الإشباع المطلوب دون النظر إلى المضمون الذي تحتويه هذه الوسيلة، والدوافع الخاصة التي تجعل الفرد يتعرض لرسالة معينة أو وسيلة معينة، تتوافق مع مكونات الفرد النفسية والاجتماعية، فيقوم الفرد النفسية والاجتماعية، فيقوم الفرد بتوجيه اهتماماته إلى الوسيلة أو الرسالة تلقائياً دون تكلف في البحث أو الجهد، وعندما تختار فئة من الجمهور نوعاً من الوسائل، أو المضامين فذلك مرتبط بدوافع معينة قد يدركها الجمهور وقد لا يدركها (ديفلير، وروكيتش، 1993م، ص414-415).

مفهوم التنمية وارتباطها بالإعلام:

لم تعد التنمية تقتصر على البعد الاقتصادي فقط. بل أضحى أوسع وأشمل من ذلك بكثير، ويوجد شبه إجماع من قبل الباحثين في شأن الإعلام التنموي على تحديد مفهوم التنمية بمفهومها الشامل، حيث تعد التنمية 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. وهذا ما يؤكد أنها عملية مرتبطة بالظروف الخاصة، والإمكانات والموارد المادية والبشرية، ومن ثم لا يمكن استيرادها أو استعارتها بصورة جاهزة، بل هي مشروع يجب العمل عليه لإيجاد (المحمود، 2004م، ص 247).

وتؤكد الأدبيات الحديثة للتنمية، أن التنمية عملية حضارية شاملة ومستدامة، وتقوم بالأساس على كاهل الإنسان ومن أجل الإنسان ذاته وباعتبار أن الإعلام ركن مهم في عملية التنمية المستدامة والشاملة (أبوسعيد، ولبد، 2009م، ص 225).

ومعنى ذلك أن التنمية ليست عملية اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو تربوية منفردة بل هي مزيج من هذا كله، وربما تعدتها إلى جوانب أخرى غيرها. وهي عملية إنسانية هادفة، وواعية، ودائمة التغيير. وضمن هذا السياق يبين د. محمد حجاب في كتابه (الإعلام والتنمية الشاملة) إلى أن التنمية الشاملة تتعدد وتتسع لتشمل النظام المجتمعي بأسره بكل ما تتضمنه من نظم فرعية كالنظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والإعلامي 000 إلخ. والذي في ضوئها تتسع وتعدد أبعاد التنمية الشاملة لتشمل التنمية الروحية، والذاتية، والاقتصادية، والسياسية، والبشرية، والنفسية، والإدارية والتشريعية (المحمود، 2004م، ص 247-248).

ومعنى ذلك أن التنمية أعمال متكاملة عديدة الأبعاد، والإنسان منطلقها وهدفها. وهي لا تكون إلا نتيجة الجهود المتضافرة التي تضطلع بها القوى الحية للأمة. زما النشاط الاقتصادي إلا محور من محاورها المتعددة.

وتجعل الباحثة شاهيناز محمد طلعت في بحثها (وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية) التنمية نوعاً خاصاً من التغيير الاجتماعي، حيث يتم من خلاله إدخال أفكار جديدة إلى المجتمع بهدف زيادة دخل الفرد، والارتفاع بمستوى المعيشة، ويعتقد باي (Pye) أن سريان وسائل الاتصال يحدد اتجاه التنمية الاجتماعية وسرعتها وديناميكيته (المحمود، 2004م، ص248).

مفهوم التنمية المستدامة:

الاستدامة تعني في مفردات التنمية النمو المسؤول-أي ذلك النمو الذي يتحقق عندما يتم توفيق الاهتمامات الاجتماعية والبيئية مع الاحتياجات الاقتصادية للناس، والاستخدام الرشيد للموارد الطبيعية والطاقة، والتلوث، وتغير المناخ (شافعي، 1998م، ص80).

عرفها مؤتمر التنمية للبيئة والتنمية المنعقد في ريودي جانيرو عام 1992 بأنها "ضرورة إنجاز الحق في التنمية، بحيث تتحقق على نحو متساو الحاجات التنموية والبيئية لأجيال الحاضر والمستقبل 000 ولكي تتحقق التنمية المستدامة ينبغي أن تمثل الحماية البيئية جزءاً لا يتجزأ من عملية التنمية (شاهدي، وإيفني، 2007م، ص161).

فالتنمية المستدامة بهذا المفهوم هي محاولة تلبية حاجات الحاضر دون تعريض أجيال المستقبل للخطر باستنزاف ثرواتهم ومقدراتهم البيئية والتنموية (شاهدي، وإيفني، 2007م، ص162).

وتعريف التنمية المستدامة على أنها: التنمية التي تلبى احتياجات المجتمعات في الوقت الحالي دون المساس بقدرة أجيال المستقبل على تحقيق أهدافها، وبما يسمح بتوفير فرص أفضل للأجيال الحالية لإحراز تقدم اقتصادي واجتماعي وبشري (محمد، 1988م، ص9-12).

وعلى هذا فإن التنمية المستدامة تصبح عملية تراكمية ممتدة في الزمان والأجيال وصولاً إلى مستقبل آمن، وهي تقوم على ثلاثة مكونات متفاعلة ومتكاملة هي النمو الاقتصادي والعدالة الاجتماعية وحماية البيئة (المسلمي، 1996م، ص20).

ويجب التفرقة هنا بين التنمية والتنمية المستدامة إضافة لما ذكر سابقاً

لقد أصبح اصطلاح "التنمية" من أكثر المصطلحات شيوعاً في مجالات الاقتصاد والاجتماع والتربية والثقافة والإعلام، ويقصد به رفع مستوى المجتمعات المختلفة ومساعدتها للتخلص مما تعانيه من أمية ومرض وفقر، حيث كرست هيئة الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة معظم جهودها للعناية بالتنمية المستدامة ودهم الجهود المحلية والدولية لتحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والحضارية في المجتمعات المختلفة والانتقال بها إلى مستويات أفضل وأرفع، وعلى المستوى اللغوي يقصد بـ "التنمية" الازدهار، والتكاثر، والزيادة، والرفاهية، مما يوحي بتغيير إيجابي، وبعبارة أخرى فإن التنمية بالنسبة لمجموعة من السكان أو لبلد بأكمله تعني الطموح إلى غد أفضل على المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية (شكري، 1995م، ص40-45).

وعلى هذا، فقد استحوذ موضوع التنمية المستدامة على اهتمام العالم منذ أن طرح على قمة الأرض (مؤتمر الأمم المتحدة الثاني للبيئة والتنمية "بريودي جانيرو" عام 1992) وقد أحدث ذلك نقلة نوعية في مفهوم العلاقة بين التنمية من جهة والاعتيادات البيئية من جهة أخرى كاستجابة طبيعية لتنامي الوعي البيئي العالمي الذي صار يعي حقيقة أن عملية التنمية ما لم تسترشد بالاعتبارات البيئية والاجتماعية والثقافية والأخلاقية، فإن كثيراً منها سوف يأتي بنتائج غير مرغوبة أو يحقق فوائد قليلة، أو ربما يفشل تماماً بل إن التنمية غير القابلة للاستمرار ستعمل على تفاقم المشكلات البيئية الموجودة حالياً مما يوجب إدراك حقيقة محدودية الموارد وقدرات النظم البيئية (الداغر، 2012م، ص63).

وقد أدى الارتباط الوثيق بين البيئة والتنمية إلى ظهور مفهوم جديد للتنمية يسمى بالتنمية المستدامة Sustainable Development وهي تنمية قابلة للاستمرار والتي تهدف إلى الاهتمام بالعلاقة المتبادلة ما بين الإنسان ومحيطه الطبيعي وبين المجتمع وتنميته، والتركيز ليس فقط على الكم بل

النوع مثل تحسين توزيع الدخل بين أفراد المجتمع وتوفير فرصة العمل والصحة والترفيه والإسكان وتقييم الأثر البيئي والاجتماعي والاقتصادي للمشاريع التنموية، حيث إن البيئة هي المخزون الطبيعي للموارد التي يعتمد عليها الإنسان، وأن التنمية هي الأسلوب الذي تتبعه المجتمعات للوصول إلى الرفاهية والمنفعة؛ لذا فإن الأهداف التنموية البيئية يكمل بعضها البعض (عبدالمجيد، 1986م، ص12).

وقد تعدد أنماط وأشكال التنمية وتشمل الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والصحية والثقافية وغيرها، حيث ترتبط الجوانب المختلفة للتنمية ببعضها البعض بشكل لا يمكن تطوير أحدها بمعزل عن الآخر، الأمر الذي يتطلب توفير الظروف المناسبة لتكون عملية التطوير شاملة، وتستند إلى أسس علمية واضحة ومنهجية مجربة تتضمن آلية فاعلة تتحكم بطبيعة العلاقات الحيوية بين الجوانب التنموية المختلفة (رشقي، 1978م، ص133).

وعلى هذا تُعد المنطقة العربية ضمن المناطق التي تتسم بالعلاقة غير المتوازنة بين النمو الاقتصادي والتنمية الإنسانية، فعلى الرغم من تحقيق معدلات نمو مرتفع خلال العقود الماضية، فإن معظم البلدان العربية مازالت تواجه صعوبات وتحديات عديدة في مجال التنمية المستدامة، وهو ما جعل غالبية الأقطار العربية والإسلامية تقع ضمن مجموعة الدول متوسطة أو منخفضة التنمية الإنسانية خلال عقد التسعينيات (أبو جلال، 1991م، ص125).

والتنمية المستدامة من ثم هي عملية تراكمية ممتدة في الزمان والأجيال وصولاً إلى مستقبل آمن، وهي تقوم على ثلاثة مكونات متفاعلة ومتكاملة هي (النمو الاقتصادي، العدالة الاجتماعية، حماية البيئة) (الداغر، 2012م، ص64)، أما مصطلح التنمية المستدامة ذاته فقد اكتسب اهتماماً عالمياً كبيراً بعد ظهور تقرير "مستقبلنا المشترك" الذي أعدته اللجنة العالمية للبيئة والتنمية في عام 1987 حيث كان صياغة أول تعريف للتنمية المستدامة في هذا التقرير على أنها "التنمية التي تلبي حاجات الجيل الحاضر دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة في تلبية حاجاتهم (الصالح، 1995م، ص48-50).

وانطلاقاً من التعريفات المتعددة للتنمية المستدامة التي تتمحور حول التنمية التي تقابل الاحتياجات الأساسية للجيل الحالي دون أن يكون ذلك على حساب قدرة الأجيال المستقبلية في

مقابلة احتياجاتهم يمكن القول أن التنمية المستدامة تتألف من ثلاثة عناصر رئيسية هي (الداغر، 2012م، ص65):

أولاً: العنصر الاقتصادي، ويستند إلى المبدأ الذي يقضي بزيادة رفاه المجتمع إلى أقصى حد والقضاء على الفقر من خلال الموارد الطبيعية.

ثانياً: العنصر الاجتماعي، ويشير إلى العلاقة بين الطبيعة والبشر والنهوض برفاهية الناس وتحسين سبل الحصول على الخدمات الصحية والتعليمية الأساسية والوفاء بالحد الأدنى من معايير الأمن واحترام حقوق الإنسان والتنوع الثقافي والتعددية السياسية والمشاركة الفعلية في صنع القرار.

ثالثاً: العنصر البيئي، ويتعلق بالحفاظ على قاعدة الموارد المادية والبيولوجية والنظم الإيكولوجية والنهوض بها.

شروط تحقيق التنمية المستدامة:

هناك العديد من المحاولات لوضع مؤشرات لقياس شروط تحقيق التنمية المستدامة، وبشكل عام فإن التنمية المستدامة تقوم على تحقيق التوازن بين التنمية الاقتصادية والحفاظ على الموارد الطبيعية والعدالة بين الأجيال المتعاقبة في تحقيق الحاجات الرئيسية، أما الشروط الواجب توافرها في التنمية المستدامة فيمكن إجمالها في العناصر الآتية (البابا، 1995م، ص101-102):

1- رفع مستوى الإنجاز الاقتصادي أي تحسين مستوى الإنتاجية وزيادة حجم الناتج الوطني داخل نموذج قطاعي متوازن تحتل فيه الزراعة والصناعة التحويلية وضعا متميزا، ويتزامن مع اكتساب فوائد المعرفة والتقدم التقني والعلمي وثورة المعلوماتية والاتصالات.

2- توفير السلع والخدمات لتلبية حاجات السكان الأساسية حيث ينبغي فهم هذه الحاجات ضمن إطار ديناميكي تتحسن فيه نوعية المنتجات ويتسع مدى شموليتها.

3- توفير فرص أكثر للعمالة وتقليص حجم البطالة المقنعة أو الظاهرة، وتوظيف القطاع الأعظم من الموارد البشرية، ولهذا الأمر أهمية اجتماعية وإنسانية، والسبب في ذلك يعود إلى القوة الشرائية التي تستطيع العمالة وضعها بين أيدي السكان.

4- تصحيح نموذج توزيع الدخل عن طريق رفع الحد الأدنى للأجور الذي يتمتع به غالبية السكان، وتوسيع قاعدة ملكية الأصول الإنتاجية، وإعادة توزيع أعباء التنمية والخدمات والمؤسسات الحكومية وفق طريقة تؤدي إلى زيادة المساهمتين المطلقة والنسبية لأولئك الذين يتمتعون بإمكانات مالية كبيرة، ومن ثم إلى اضطلاعهم بقسط أكبر من هذه الأعباء.

5- تقليص فجوة التنمية بين الدول العربية الذي يؤدي بدوره إلى تحسين مستوى الإنتاجية وزيادة حجم الإنتاج الوطني في الدول الأقل نمواً.

6- تطوير قدرة المحيط الاجتماعي والثقافي والسياسي إلى مستوى تستطيع عنده تزويد الاقتصاد بالأفكار والمعرفة والمهارات والمواقف والمؤسسات الضرورية لعمل فعال داخل الاقتصاد وتواصل تحسين منجزات الاقتصاد الوطني.

7- تحقيق درجة عالية من المساهمة الشعبية في عملية التنمية وفي اتخاذ القرارات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المتعلقة بصياغة إستراتيجيات وسياسات التنمية واستعمال الموارد.

8- تحقيق أوسع لقاعدة الاعتماد الجماعي على الذات في عملية التنمية، ليس بمعنى الاكتفاء الذاتي الانعزالي، بل عن طريق اكتساب البلدان العربية قدرة إنتاجية أكبر ونجاحها في توظيف موارده البشرية والطبيعية، وفي تحسين نوعية هذه الموارد، حتى يستفيد منها الإنسان في تحقيق تنمية حقيقية.

وظائف الإعلام التنموي:

يتعاضد دور الإعلام والاتصال التنموي من خلال وظائف عمليات الاتصال المرتبطة بأهداف

التنمية المستدامة، وهذه الوظائف تتمثل فيما يأتي (الداغر، 2012م، ص75):

1- الأخبار: حيث يقوم بنقل الأخبار بمختلف أنواعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية سواء كانت محلية أم عالمية، وقد ساعد التطور التقني لهذه الوسائل وانتشار الفضائيات على جعل العالم قرية كونية فأصبح الإنسان أكثر اتصالاً بالعالم الخارجي فضلاً عن اتصاله بمجتمعه.

2- الإعلام والتعليم: حيث تقدم وسائل الإعلام نوعاً من المعلومات المنهجية لتدعيم عملية التعليم الرسمي أو معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم غير الرسمي.

3-تربط المجتمع: حيث تعمل وسائل الإعلام على ترابط المجتمع والحفاظ على كيانه ومعتقداته وعاداته وتقاليده وتوحيد أهدافه وربط الأفراد بعضهم ببعض وربطهم بحكومتهم، فوسائل الإعلام في المجتمع كالجهاز العصبي في الجسم كلاهما يعمل على تماسك الأعضاء وتنسيق حركاتها.

4-الرقابة: حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً مسانداً للحكومة في الرقابة والإشراف على البيئة التي يتم فيها الاتصال، وذلك لكشف ما يهدد قيم المجتمع ويؤثر فيها، كما تلعب دوراً رئيسياً في الدفاع عن مصالح الناس، وهي وظيفة ملحة في العالم الثالث حيث تحتاج هذه الدول إلى تعبئة جهودها الوطنية من أجل التنمية، وهذا يستدعي كشف كل المعوقات وأشكال الفساد، والمحاباة، والمحسوبية، وعدم الكفاءة، والفشل في إدارة المشاريع وتنفيذها، وهذه وظيفة أساسية لتقدم المجتمعات.

5-تكوين الآراء والاتجاهات: حيث تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في تكوين الرأي العام، وقد يتصل بهذه الوظيفة ترتيب الأولويات ووضع الأجندة حيث تُعد تكتيكاً خاصاً يستخدم لتكوين الآراء، وترتيب الموضوعات لدى الجمهور حسب أولوياتها وحسب التركيز التي تلقاه من قبل وسائل الإعلام.

6-الترفيه: حيث تعمل وسائل الاتصال على تحقيق بعض الإشباع النفسية والاجتماعية لإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع، من هنا لجأت إلى التنوع في برامجها من حيث الشكل والمضمون- ويمهّل العديد من دراسي الإعلام أهمية الدور الترفيهي في العملية التنموية برغم أهميته، حيث يمكن من خلاله بث قيم تنموية ونماذج للاحتذاء تساعد على دعم العمل التنموي، بالإضافة إلى أن الترفيه يعمل على الحفاظ على جمهور الوسيلة الإعلامية بدلاً من تسريه إلى الوسائل المنافسة.

7-الإعلان والترويج: وهي من الوظائف الرئيسية للاتصال لخدمة المنتج والمستهلك والوسيلة التي يتم فيها الإعلان بما ينشط الحركة الاقتصادية والتجارية والوطنية والعالمية.

الإعلام وقضايا التنمية المستدامة

يتطلب تحقيق أهداف التنمية في ظل التطورات المتسارعة في عالم المعرفة والمعلومات، صياغة جديدة لدور الإعلام في مجال التنمية بأنواعها كافة.

وبما أن التنمية الشاملة تقوم على خطط متكاملة واضحة المعالم، فينبغي أن تقابلها خطة إعلامية متكاملة، تسير مع الخطة الشاملة جنباً إلى جنب، وعلى أن تكون لهذه الخطة الإعلامية قاعدة أساسية تتصل بتخصصاتها، ثم تتسع دائرتها إلى التنمية الشاملة (عبدالله، 2000م).

وإذا كان الإعلام هو محاولة لربط أفكار أفراد المجتمع وتصوراتهم وقيمهم واعتقاداتهم بالتخطيط للتنمية وبأسلوب التنفيذ مع وضع المستويات الاقتصادية والاجتماعية في الاعتبار، فإن التخطيط الإعلامي هو أيضاً ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح اعتماداً على أن الإطار الثقافي هو الذي يخلق فكر الأفراد في المجتمع، يقوم على تحديد المبادئ التي ينبغي أن تؤكد السياسة الاتصالية التنموية، بحيث لا يكون هدف الاتصال هو مجرد إخبار الإنسان أو تعليمه فقط، بل لابد أن يتعدى ذلك بإتاحة الفرصة للاتصال بالآخرين، وتنمية قدرته على تكوين الرأي والتعبير عنه، وتأكيد الدور الأساسي لوسائل الاتصال، والالتزام بمفهوم واضح للحرية يحترم هوية كل دولة وحقوق الإنسان وحرية الرأي والتعبير بها، حيث إن ترابط سياسات الاتصال بأهداف التنمية وخططها، والتكامل بين السياسة الثقافية والسياسة الاتصالية، هو تكامل تمليه فلسفة الاتصال ومبدأ ديمقراطية الثقافة والحفاظ على القيم والذاتية الثقافية وحماية الثقافة الوطنية (الداغر، 2012م، ص56).

وتؤدي وسائل الإعلام دوراً إيجابياً في المعاونة على تحقيق خطط وأهداف التنمية باعتبارها جزءاً مهماً من التطور الوطني، وارتباطها الوثيق بالنظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في المجتمع الذي تعمل في إطاره، حيث قد يصبح نجاح خطط التنمية المستدامة مرهوناً بالمشاركة الإيجابية للقوى المنتجة من خلال الإعلام ودوره في التوعية والتربية والتثقيف والوعي البيئي مما يتطلب أيضاً إعداد سياسات إعلامية وطنية تحدد الأولويات، وترسم الوسائل لبلوغ الأهداف المرجوة، انطلاقاً من القاعدة العلمية التي تؤكد أن الإعلام لا ينتج التنمية بل يمهد الطريق إليها، وأن الإعلام الرديء قد يعطل مسيرة التنمية في مراحلها كافة (الداغر، 2012م، ص17)

ويعد الإعلام التنموي في عصرنا الراهن فرعاً أساسياً ومهماً من فروع النشاط الإعلامي، وتكمن أهميته في إحداث التحول الاجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث

ومن الملاحظ بأن الإعلام التنموي الفعال يعني وضع النشاطات المختلفة التي تضطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة. وبمعنى آخر هو العملية التي يمكن بواسطتها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف العملية التنموية ومصلحة المجتمع العليا.

ولهذا يمتاز الإعلام التنموي بالخصائص الآتية (أبوسعيد، ولبد، 2009م، ص232):

- 1- نشاط إعلامي هادف يسعى بالدرجة الأولى إلى تحقيق أهداف وغايات اجتماعية مستوحاة من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الجوهرية.
2. إعلام يرتبط بخطط التنمية ويدعم نجاح هذه الخطط.
3. واقعي الأسلوب والطرح، ويستند على حجج وبراهين منطقية في إقناع الناس كي يحظى بالقبول والاستحسان.
4. إعلام شامل ومتكامل متعدد الأبعاد يشمل البعد الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والتربوي والمالي والإداري.

ويجب أن ندرك أن مسارات التنمية في عالمنا العربي مختلفة ومتنوعة، وليست بالضرورة أن تتم طبقاً للنموذج الغربي الذي يبهز المتخصصين في الدول النامية، ويجعل كثيراً منهم يسعون لتطبيقه في بلادهم. وقد شهدت العلوم الاجتماعية والاتصال الجماهيري اهتماماً مكثفاً بدور وسائل الاتصال في التنمية. ففي دراسة (Lerner) يفترض وجود علاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع، أي أن التنمية لا تتحقق إلا بزيادة اتساع المدينة وانتشار التعليم، مما يؤدي إلى زيادة استخدام وسائل الإعلام، وبالتالي تزداد المشاركة المجتمعية والسياسة للمواطنين. كذلك فإن أجهزة الاتصال مطالبة بأن تمارس أدوار عديدة لتحقيق وظائفها بمختلف أنواعها، وبما يحقق التنمية المطلوبة (أبوسعيد، ولبد، 2009م، ص232).

وحين ندرس العلاقة بين دور الإعلام وقدرته على تحقيق التنمية المستدامة لا بد من التأكيد كما أشار أساتذة الإعلام على أن الإعلام الحديث ينطلق أساساً من الجمهور ويتوجه إليه، ويعتمد في

استمراره ونجاحه على استقطابه والحصول على دعمه وتأييده، وقد تكمن المشكلة في هذا الإطار في أن كثيراً مما يطلق عليه البعض صفة الإعلام التنموي هو في الحقيقة نشاطات ناقصة وغير مكتملة تعتمد في خططها على منظمات وحكومات وليس على الجمهور، وقد يبرر هذا النقص في أن الإعلام التنموي ما يزال في بداية الطريق على المسار التنموي الصحيح والاعتراف الدولي بأهمية التنمية المستدامة الذي يقابله اهتمام مماثل بموضوعات ومشكلات التنمية في وسائل الإعلام يُعبر عنه من خلال تزايد عناوينها في وسائل الإعلام على مختلف سياساتها وتوجهاتها، ولكن قد يصبح من المطلوب ترجمة هذه العناوين إلى موضوعات جدية وعملية، ومن ثم تحويل وسائل إعلام التنمية إلى عمل تنموي ينهض بالمجتمع في مختلف مجالاته وبكل فئاته، حيث إن التقدم والسعي نحو تحقيق التنمية الشاملة واستخدام التقنية الحديثة في مجال الإعلام والاتصال لم يعد قاصراً على مجتمع من المجتمعات دون غيره، وأصبح استخدام أحدث ما وصل إليه العلم من أدوات ووسائل تكنولوجية وإعلامية في خدمة التنمية في المجتمعات من الضرورات الملحة لإحداث التنمية الشاملة التي تبدأ عادة بالتنمية البشرية، ويأتي على قائمة هذه الوسائل الصحافة المطبوعة (رشتي، 1985م)

وعلى هذا فإن الإعلام يقوم بأدوار أخرى على عكس ما سبق، فهو يعتمد على المعلومات وتحليل البيانات بعيداً عن المواعظ والافتراضات، ففي قضايا التنمية المستدامة تجاوز الإعلام مرحلة إقناع الناس بأهمية الحفاظ على البيئة السليمة والنظيفة والحالية من الملوثات والأمراض، إلى مرحلة تحديد الأساليب الناجعة لتحقيق هذا الهدف، وهذا يعني معاملة التنمية إعلامياً كقضية مجتمعية حيوية وليس كأخبار وتقارير في صفحات البيئة والأنشطة الاجتماعية أو من خلال حملات إعلانية مدفوعة الثمن.

ويجب التأكيد على وجود دور هنا للتخطيط الاعلامي في تحقيق التنمية المنشودة ويتطلب ذلك مناقشة التخطيط الاعلامي من حيث أهميته ووظائفه

أهمية التخطيط الاعلامي:

يعد التخطيط الإعلامي جزءاً من التخطيط القومي الشامل للتنمية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي حيث لا يتصل التخطيط الإعلامي فقط بالتغير المادي، بل بالمتغيرات النفسية والاجتماعية والمعنوية والثقافية لدى أفراد المجتمع أيضاً (الداغر، 2012م، ص57).

وقد يختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع لآخر طبقاً للمفاهيم والثقافة السائدة ووفقاً للإستراتيجية العامة للمجتمع، والتي تتضمن الأهداف العليا للمواطن والوطن، ولالإستراتيجية الإعلامية التي تستوعب هذه الأهداف، حيث يمثل التخطيط أيضاً ضرورة مهمة لإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها البلدان النامية، وقد ترجع أهميته في كونه الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية بطريقة علمية وإنسانية لتحقيق الرفاهية والتقدم لكل أفراد المجتمع (حمزة، 1965م، ص56) (الداغر، 2012م، ص57).

وظائف التخطيط الإعلامي:

أجمع الباحثون على أن سبب تخلف القطاعات الاقتصادية كالزراعة والتعليم والسياسة والبيئة والنقل والسياحة يرجع إلى عدم كفاية خدمات الاتصالات ووسائل الإعلام في هذه الدول مما يقتضي استثمار هذه الخدمات ومعرفة استخدامها بشكل أمثل. حيث لم تُعد وسائل الإعلام المتاحة تقتصر على الوسائل المطبوعة مثل الجرائد والمجلات والكتيبات والوسائل المرئية كالراديو والتلفزيون وأشرطة الكاسيت والفيديو، وإنما تشمل إلى جانب ذلك كله على تقنيات الحاسبات الإلكترونية وأنظمة النشر الإلكتروني والراديو الرقمي، والتلفزيون التفاعلي، والوسائط المتعددة، وبنوك وقواعد المعلومات فضلاً عن المستحدثات والتكنولوجيا كالأقمار الصناعية والألياف البصرية والطباعة الرقمية، والتصوير ثلاثي الأبعاد بحيث أصبح العالم صغيراً (الجوهر، 1986م).

وأصبحت العلاقة الارتباطية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعملية الدفع بالتنمية واضحة، وأصبحت كذلك الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي النهوض بخطى التنمية باعتبارها محور

الارتكاز لمباشرة وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع النامي وقد تنقسم وظائف التخطيط الإعلامي إلى ما يلي (الداغر، 2012م، 58):

• **وظائف عامة:** وتضم الإعلام والإرشاد والتوجيه والتفسير والتوضيح والتثقيف والتنشئة الاجتماعية والتسلية والترفيه.

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

وتأكيداً على ما ذكر حول أهمية وسائل الإعلام في التنمية المستدامة فقد أجرى الداغر (2012م) دراسة تناولت دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية، دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005 – 2007 وقد قام الباحث بتحليل (724) موضوعاً صحفياً جاءت موادها في كبريات الصحف العربية اليومية (الأهرام، القبس، الخليج، الصحافة، والسفير) عن قضايا التنمية المستدامة في بلدان العالم العربي في الفترة من 2005 – 2007، وهي تمثل ذروة الأحداث التنموية في المنطقة العربية، وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن التنمية البشرية على قائمة اهتمامات الصحف العربية اليومية عموماً وذلك بنسبة (25.7%)، كما جاءت جريدة «جريدة السفير اللبنانية» الأعلى اهتماماً على مستوى الصحف العربية اليومية وذلك بنسبة (37.4%)، كما تصدرت جريدة الصحافة التونسية قائمة الصحف العربية اليومية اهتماماً بالتنمية السياسية وذلك بنسبة (32.2%)، بينما جاءت جريدة الخليج الإماراتية في صدارة وسائل الإعلام العربية اهتماماً بقضية التنمية الاجتماعية وذلك بنسبة (31%)، أما جريدة القبس الكويتية فقد تصدرت الصحف العربية اليومية عند طرح التنمية الثقافية والتعليمية بنسبة (9.5%)، كما جاءت جريدة الخليج الإماراتية هي الأكثر تناولاً واهتماماً بقضية التنمية الاقتصادية وذلك بنسبة (26%)، وأخيراً جاءت جريدة القبس الكويتية هي الأعلى اهتماماً بقضية التنمية الإدارية وذلك بنسبة (10.2%).

المهام والمتطلبات الأساسية لنجاح الإعلام التنموي:

تقوم متطلبات عملية التخطيط لإعلام التنموي في إطار التنمية المستدامة على قائمة من المتطلبات أهمها (طلعت، 1980، ص 154-255):

1. ضرورة انطلاق وسائل الاتصال الجماهيرية والصغيرة والشخصية فلسفة واضحة تحدد أهداف العملية الإعلامية وتكون ترجمة إستراتيجية عامة للمجتمع، تركز على المشاركة الفاعلة للجمهور في عملية اتخاذ القرارات وإشباع حاجاتهم بصورة متزايدة، وتصفية أنماط التخلف لخدمة عملية التنمية، وهذه الإستراتيجية تركز أيضاً على اعتماد مبادئ عادلة لتوزيع الدخل القومي وتصفية سيطرة رأس المال الأجنبي على التجارة الخارجية، وعلى استخدام الموارد الطبيعية للبلدان النامية، وإقامة رقابة فاعلة على أنشطة الحركات غير القومية وإيجاد بنية أساسية تكنولوجية.

2. تحديد أهداف إستراتيجية ناجحة للتنمية تعتمد على مقومات أساسية تعمل وسائل الاتصال على تحقيقها، وهي كما يأتي:

- أن تكون موجهة نحو تحقيق الاستقلال الاقتصادي وضمان السيادة والسيطرة على الثروة القومية وتعزيز قضية السلام والتقدم الاجتماعي، وأن تكون موجهة ضد كل أشكال الاستغلال الاستعماري والعنصرية والعدوان.
- أن تكون موجهة لخدمة السكان، وتتيح النمو السريع للتقنيات الحديثة وتوفير العمل التنموي المناسب للجمهور، ووقف استنزاف العقول المهاجرة إلى الخارج.
- أن توفر الظروف الاعتماد الجماعي على النفس بحيث لا تقتصر على مجرد النمو الاقتصادي.

ومن أهم متطلبات نجاح الإعلام التنموي أيضاً ما يلي: (أبوسعيد، ولبد، 2009م، ص 233-234)

- توفير المعلومات للسكان عن التنمية وشروط نجاحها وكيفية إنفاق المال العام وشرح القوانين وتبسيط الإجراءات، وذلك بتنشيط الحوار وتوسيعه وإتاحة الفرص أمام الناس للتعبير عن آرائهم وأفكارهم حول مشاريع الحكومة، والاستماع لقواهم والأخذ بالأقوال والآراء الجادة منها.

- اختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من اجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية في تحقيق الأهداف التنموية المنوطة بها.
- تعليم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التحديث والتطوير، لاسيما المرأة وانتقاد الخطأ، وانتقاد المسؤول الذي يحظى وعدم الخوف من المدير أو الوزير، لأن ظل هؤلاء يخضعون للمساءلة. حيث تعد وسائل الإعلام أهم سرح في مساءلة الخارجين عن القانون والنظام، وذلك من خلال نشر أعمالهم وأفعالهم المخالفة للنظام العام.
- توفير وسائل الإعلام والاتصال المتطورة، فمن خلال هذه الوسائل يمكن تعريف الناس بحقيقة مشكلاتهم ونقل أفكارهم لتحقيق التطوير المنشود.
- توزيع وسائل الإعلام المتعلقة بالتنمية بشكل جغرافي يتناسب مع مساحة البلد بحيث تشمل كل المناطق والنواحي، وحتى القرى ذات الكثافة السكانية العالية.
- تأمين الكادر الإعلامي المتخثث من خلال الاعتماد على خريجي كليات الإعلام والصحافة وتقنية الصناعة الإعلامية وتوفير الكادر اللازم لإعداد البرامج الإعلامية التنموية.
- توسيع الآفاق الفكرية عند الناس من خلال منظور جديد يتطلب منهم اعتماد وسائل جديدة أكثر عصرية، واعتماد أنماط سلوكية وأساليب عمل أكثر تطوراً، وإشعارهم بأن التحديث والتطوير، وما يتضمنه من أهداف ومبادئ هو الكفيل بتلبية حاجاتهم.

متطلبات آنية لتحقيق خطة تنمية إعلامية:

- من أجل تحقيق خطة تنمية إعلامية، وأجندة للعمل، وتحقيق دور نشط لوسائل الإعلام للمشاركة في التنمية لابد من تحقيق الآتي (أبوسعيد، ولبد، 2009م، ص242):
1. تحديد المعوقات لدى القائمين بالاتصال وتحديد الأدوار لكل شخص قائم بالاتصال وفق خطة اتصالية براجمية محكمة، ومن ثم تحديد الجمهور المستهدف من حيث مناطق توزيعه الجغرافي وتحليله، ومن ثم التعرف على الوقت المناسب لتحقيق أهداف الرسالة التنموية.

2. تحديد الحجج والبراهين والأدلة الاتصالية والإقناعية بما يساعد على المشاركة المجتمعية في عملية التنمية.

3. تحديد الإمكانيات البشرية والمادية اللازمة لإنتاج الرسائل الإعلامية التنموية.

4. الاتفاق على تحديد الوسائل الاتصالية، بما يناسب القائمين بالاتصال، وبما يناسب الجمهور المستهدف، وبما يناسب المضمون الاتصالي من حيث المصدقية والدقة، والأخذ بالاعتبار الظروف المحيطة الداخلية منها والخارجية.

5. تحديد حجم وطبيعة مصادر الثروة الموجودة في المجتمع، والبيئة التنموية الممكن استخدامها، حتى يمكن معرفة حدود العمل الإعلامي.

6. توفير المعلومات والإحصاءات التفصيلية لدى المخططين أمام الإعلاميين وغير الإعلاميين عن المناطق التي تُخطط لتنميتها تنمية الشاملة، بما يساعد المخطط الإعلامي على إعطاء القدر المناسب من الاهتمام والمعالجة الإعلامية اللازمة.

7. تحديد العادات والتقاليد التي تساهم في توجيه الرسالة الإعلامية اللازمة لعملية التنمية.

8. تجهيز الخطط وتحديد التوقيت المناسب لتنفيذها، مع مراعاة أن تكون خاضعة لمبدأ المرونة، بما يتناسب مع الظروف والتغيرات المتلاحقة.

9. أن ترتبط خطط التنمية بخطة إعلامية ارتباطاً عضوياً، أي أن الخط الذي يوصلنا إلى شكل معين من أشكال التنمية، هو الخط نفسه الذي يقودنا إلى الخطة الإعلامية.

والنقاط الآتية إذا ما استخدمت جيداً فإنها ستساعد على إيجاد تكامل بين خطة الإعلام

والتنمية (أبوسعيد، ولبد، 2009م، ص 242-243):

1. ضرورة أن تتسع وسائل الإعلام للتعبير الحقيقي والأحسن عن آراء الشعوب وفتاته، وأن تشجع الحوار البناء فالحرية لا تتمثل فقط في عدم الرقابة والقيود على الصحف، بل تشمل عدم تدخل الحكومة فيما تنشره الصحف.

2. إعادة النظر في القوانين والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي، بما يجعلها أكثر مونة، وبما يشجع المنظمات الإنمائية والنقابات على التعبير بشكل جاد وبناء، وبما لا يجعل التشريعات والقوانين الإعلامية قيوداً تحد من حرية الفكر والتعبير.

3. التطوير المستمر للعاملين في الإعلام، وذلك بالتدريب ومدتهم بالإحصاءات والمعلومات، وإتاحة الفرصة الكافية أمامهم للتزود بالمعرفة، حتى يمكن نقلها إلى الجمهور.

4. مساعدة أجهزة الإعلام بتطويرها وتدعيمها بالتكنولوجيا، ومع ضرورة قيام صناعة متقدمة للاتصال الجماهيري وخفض الرسوم على وارداتها من وسائل وأدوات الاتصال الجماهيري بحيث تعد وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون وصحافة مكتوبة وإلكترونية من أكثر الوسائل انتشاراً وتأثيراً في هذا العصر.

5. تخطيط حملات إعلامية لجذب رؤوس الأموال العربية والدولية للاستثمار في بعض البلدان ففي ذلك عمل قومي وإسلامي.

6. تحقيق التوعية الشعبية التي لن تؤتي ثمارها، إلا إذا كانت مقرونة بالعمل الصادق والتجربة الواقعية التي تستطيع أن تقنع المواطن بمعنى التعاون والتغيير، وتحقيق حاجاته ومطالبه، وهذا ما يمكن أن تقوم به وسائل الاتصال الجماهيري كالإذاعة والتلفاز والعروض الفيلمية المحكمة الإنتاج والإخراج، والمجلات والصحافة المكتوبة والإلكترونية وغيرها.

7. إن الدور الأكبر في مجال التنمية يجب أن تقوم به وسائل الإعلام والاتصال في المجال الثقافي، حيث تعد التنمية الثقافية بعداً مكملاً وأساسياً للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، باعتبار أن الثقافة هي المظهر التعبيري للسلوك الإنساني الروحي والمادي.

8. إن الظروف السيئة التي يعيشها المواطن تتطلب الاهتمام بتوصيل الخدمات الثقافية بمختلف وسائل الاتصال الجماهيري الشخصي، إلى المناطق النائية، على قدم المساواة مع الخدمات الأخرى، مما تتطلب ما يأتي (أبوسعيد، ولبد، 2009م، ص 243-244):

● تبني خطة إعلامية، يمكن من خلالها إداد محاضرات ومؤتمرات ومجموعات نقاشية وجولات وزيارات للجمعيات التعاونية والصناعية والتجارية والزراعية 000 إلخ، يصاحبها خطط إعلامية

تساهم فيها جميع وسائل الإعلام بالعمل على نشر الدعوة إلى التنمية وتعميق أبعادها التربوية والثقافية، والتأكيد على القيم المثالية والاجتماعية التي تتضمنها، إلى جانب عرض الإنجازات في مختلف أنواعها المادية والأدبية للحركة التنموية.

- تنوع مجالات العرض الإعلامي لزيادة جاذبية البرامج التي تعرض الأفكار والإنجازات، وعلى وجه الخصوص من خلال الدراما الوظيفية في القصة المكتوبة أو التمثيليات والأفلام، وكذلك المسابقات الثقافية والبرامج الثقافية.

- تركيز الاهتمام على الأنشطة التنموية المحددة، بما يحقق التعاون والولاء والإحترام والإستقلالية والاعتماد على النفس ونشر التعليم الصناعي والزراعي.

- أهمية أن تمثل الاتحادات الصناعية والزراعية والفكرية في مجالس المؤسسات الإعلامية، مثل الإذاعات والتلفزيون والصحف والمجلات، بما يحقق التركيز على الجوانب التنموية.

- ضرورة إعداد كوادر إعلامية متخصصة في المجالات الصناعية والزراعية والصحية والثقافية والخدمية، بما يؤكد أهمية انتشار المعلومات الصناعية والزراعية والصحية، وبما يعطي مساحة أكبر للخريجين للمشاركة في التنمية الشاملة.

- أن تجري الاتحادات والنقابات الصناعية والتجارية والزراعية والثقافية مواسم ثقافية في تخصصاتها، يتحدث من خلالها كبار المسؤولين في الدولة ومشاهير الكتاب والخبراء، بما يحقق اكتساب المواطنين أفكاراً وآراء جديدة، وبما يعطي الفرصة لتعريف المسئول أو الكاتب بطبيعة النشاط التعاوني ومضمونه الفكري والاجتماعي، ويحقق مساحة أكبر لمشاركة وسائل الإعلام في هذه التغطية.

- أن تعمل وزارة الإعلام على التوجيه لوسائل الإعلام لنشر إعلانات عن المنتجات، وإمكانات التنمية والاستثمار بأسعار مخفضة ومجاناً في أحيان أخرى.

- إن التنمية أولاً وقبل كل شئ قضية وطنية تعتمد على جهد الشعب نفسه، وكل مساعدة خارجية يجب أن تضاف إلى هذا الجهد، لا أن تكون بديلاً عنه أو عبئاً عليه.

- وبهذا المفهوم يمكن أن تتم التنمية في الإطار القومي والوطني، فلا تتحقق التنمية بمجرد الوعظ والإرشاد، ولا بمجرد التثقيف السياسي، بل بمشاركة المواطنين في الداخل والخارج، وبمساعدة رأس المال في إحداث عملية التنمية خاصة في حالة استقرار الدول وإقامة السلام.

نتائج الدراسة وتوصياتها

1. لكي يقوم الإعلام بدوره في التنمية بصورة عامة والتنمية المستدامة بصورة خاصة يجب أن يكون إعلام حر
2. تتنوع أدوات الإعلام التي تسهم بدور فعال في التنمية المستدامة من مسرح وإذاعة وتلفزيون ووسائل الاتصال الجماهيري وكذلك المسرح.
3. كلما ركزت الرسالة الإعلامية على موضوعات ترتبط بالتنمية المستدامة كلما زاد الاهتمام أو الانتباه، وأن عدم الاهتمام بالرسالة الإعلامية يؤدي إلى عدم الاقتناع بها
4. نحتاج إلى خطط وبرامج تنموية وسياسات إعلامية ناجحة نضمن من خلالها التوعية والتثقيف لجميع شرائح المجتمع.
5. يجب على وزارة التخطيط ووزارة الإعلام أن يتوافر لديهما الدائرة أو الكادر المختص لكي يكون هناك دور واقعي وملمس لوسائل الإعلام في تحقيق التنمية والتنمية المستدامة لمجتمعاتنا.

6. يجب على وزارة التخطيط وهي تقوم بإعداد خطط التنمية وبرامجها، أن تمتلك السياسات الإعلامية أو التنسيق الفعال في مجال الإعلام التنموي مع مؤسسات الدولة ذات العلاقة.
7. يجب الاهتمام بالقدر الكافي بدور وسائل الإعلام خاصة الحديثة منها بإعداد وتقديم بعض البرامج التي يمكن تصنيفها بصورة عامة ضمن مجال الإعلام التنموي، وأن تتسم بالاستمرارية والأهداف التي يمكن من خلالها المساهمة في دعم عملية التنمية المتواصلة.
8. استحداث دوائر متخصصة في مجال الإعلام التنموي لدى وزارات ومؤسسات الحكومة السعودية في مجال التنمية والإعلام، وتحديدًا لدى وزارة الإعلام و وزارة التخطيط وأن تكون هناك آلية للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في هذا الصدد.
9. نشر ثقافة التنمية لدى المجتمع باعتبار ذلك جزءاً من عملية التنمية الشاملة، ولما لها من أهمية في تعزيز القيم الحميدة.
10. ضرورة العمل على إيجاد سياسة إعلامية، تتضمن تنفيذ حملات إعلامية جماهيرية متعددة النوعيات، وطويلة النفس، وعميقة المدى مثل:

- حملات توعية بمفاهيم وقيم متطلبات التنمية.
- حملات توعية صحية في مجال التعاون بين الأطر التنموية المختلفة في شتى المجالات، بما يحقق الخير للمواطنين، والسعي إلى تحقيق الأمل في التغيير وخدمة المجتمع.
- حملات التربية الغذائية والصحية ومحو الأمية لإيجاد مجتمع متعلم مثقف.
- حملات توعية المرأة وتنقيتها بمساهمة وسائل الإعلام، باعتبار أن تنميتها مدخل للتنمية الشاملة.
- إدخال ثقافة تعليم التعامل مع الشبكة الإلكترونية وإدخالها في كل منزل، وتوجيه جهود وسائل الإعلام لتعميم هذه الثقافة.
- إفساح وسائل الإعلام مساحات كافية ومناسبة لعرض إنجازات الحركات الفكرية والتنموية وإبداعاتها في المجالات الصناعية والزراعية والثقافية كافة.
- الاهتمام ببرامج التنمية المستدامة ومنها قضايا الاهتمام بالبيئة

المراجع

- أبو السعيد، أحمد، ولبد، عماد سعيد (2009م). دور الإعلام في دعم عملية التنمية في الأراضي الفلسطينية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، ع16، صص 221-257
- أبو جلال، عبد الله (1991م). الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، بيروت: مجلة المستقبل العربي، ع147.
- البابا، طلال (1995م). قضايا التخلف والتنمية في العالم الثالث، بيروت: دار الطليعة.
- توم، ذوب بحيث محمد (2013م). اقتصاديات الإعلام، مركز الخبراء للتدريب
- الجوهر، محمد ناجي (1986م). دور العلاقات العامة في التنمية، بغداد: وزارة الثقافة والإعلام.
- حجاب، محمد منير (2001م). الإعلام والتنمية الشاملة: القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع
- حمزة، عبد اللطيف (1965م). الإعلام له تاريخه ومذاهبه، القاهرة: دار الفكر العربي.
- الداغر، مجدي محمد عبد الجواد (2012م). دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية، دراسة حول دور الصحافة في معالجة

مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005 – 2007، مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية الثالثة والثلاثون، ص 8-230

- رشتي، جيهان (1978م). الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي.
- رشتي، جيهان (1985م). دور تكنولوجيا الاتصال في التنمية، مجلة دراسات إعلامية، مارس
- شافعي، محمد ذكي (1998م). التنمية الاقتصادية، القاهرة: مكتبة النهضة العربية.
- شاهدي، حسن، وإيفني، سيدي (2007م). الإعلام العربي والتنمية المستدامة في عصر العولمة، مجلة فكر العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع4، يناير، ص 159-169
- شكري، عبد المجيد (1995م). الاتصال الإعلامي والتنمية، القاهرة: العربي للنشر.
- الشناوي، فرج (1982م). الإعلام في خدمة التنمية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 27 يونيو
- الصالحي، عبد الرحمن (1995م). الدور التنموي للأمم المتحدة، القاهرة: الهيئة العامة للاستعلامات، مجلة النيل، عدد أكتوبر.
- طلعت، شاهيناز (1980م). وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- عبد الله، محمد (2000م). دور الإعلام في التنمية الزراعية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 101، أكتوبر، ديسمبر
- عبد المجيد، ليلي (1986م). سياسات الاتصال في العالم الثالث، القاهرة: دار الطباعة العربي.
- عبد الوهاب، بن بركة، و زينب، بن التركي (2009م). أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، الجزائر، ع7، ص 245-257.
- عسران، صابر (2000م). الاتجاهات العالمية الحديثة في استخدام الإذاعة في التوعية الريفية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة
- محمد، محمد سيد (1988م). الإعلام والتنمية، القاهرة: دار الفكر العربي.
- المحمود، جمال الجاسم (2004م). دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، مج20، ع2، ص 245-268
- المسلمي، إبراهيم (1996م). الراديو والتلفزيون وتنمية المجتمع، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- المصمودي، مصطفى (1985م). النظام الإعلامي الجديد، سلسلة كتب عالم المعرفة، العدد 94، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- منى الحديدي، وسلوى إمام (2003م). الإعلام والمجتمع، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

- ميليفين ل.ديفلير،وساندرا بول روكيتش(1993م).نظريات وسائل الإعلام،ترجمة:كمال عبد الرؤوف،القاهرة:الدار الدولية للنشر.