



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة غرداية  
مجلة إسهامات للبحوث والدراسات  
E-ISSN.2543- 3636 / P-ISSN.2543- 3539  
<http://ishamat.univ-ghardaia.dz/index>



## دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة

عزوز نش - جامعة غرداية / [Walid7866@gmail.com](mailto:Walid7866@gmail.com)

حفيظة بوهالي - جامعة الجزائر 3 / [bouhali.hafida@yahoo.fr](mailto:bouhali.hafida@yahoo.fr)

تاريخ الاستلام: 2016/11/22 تاريخ القبول: 2016/12/31

### ملخص:

يتناول هذا المقال أهمية ودور الإعلام التنموي في تحقيق ودعم متطلبات التنمية المستدامة، باعتبار أن الإعلام التنموي يهدف إلى دفع وإشراك كل فئات المجتمع في كامل خطط واستراتيجيات التنمية وتحويل أفراد المجتمع إلى عناصر مساندة للعملية التنموية من خلال منظومة إعلامية مبنية وفق خطط ومبادئ تساهم في تحقيق ودفع مسار التنمية بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصالحة المجتمع.

الكلمات المفتاحية: التنمية، الإعلام التنموي، التنمية المستدامة، التخطيط الإعلامي، حماية البيئة.

### Abstract

This article examines the importance and the role of Media Development in support the requirements of sustainable development, as the of Media Development aims to involvement of all segments of society in the full plans and strategies of development. It seeks to empowerment people to supporting the development process through the media system is built according to the plans and principles contribute to

advancing the development path in line with the the interests of the community goals.

**key words:** Development, Media development, Sustainable development, Media planning, Environment protection.

## مقدمة:

لقد حفلت أدبيات الإعلام والتنمية لسنوات طويلة بنظريات ومفاهيم عديدة حول أهمية ودور الإعلام في تحفيز ورعاية جهود وبرامج التنمية ومؤشرات نشر الوعي التنموي بين المواطنين من أجل دعم أكثر ودفع لأهداف التنمية وفق استراتيجية واضحة ومدروسة. وتشير آخر تقارير الهيئات والمنظمات المعنية بالتنمية المستدامة أن الدول النامية والدول العربية على الخصوص تعاني من تحديات ومعوقات حالت دون تحقيقها لأهداف ومتطلبات التنمية المستدامة بالمستوى المتفق عليه في مختلف المؤتمرات والندوات التي تؤكد على أهمية التنمية المستدامة وإنعكاسها على مستوى الرفاه الإقتصادي والاجتماعي للإنسان.

ومن بين أهم الآليات والأدوات التي تساعد على دفع مسار التنمية يظهر الإعلام التنموي الذي يسير جنباً إلى جنب وفق مخططات وسياسات التنموية، فلا تنمية بدون إعلام ولا إعلام بدون تنمية. وهذا ما أكد عليه عالم الإتصال الشهير ولبرشرام حيث تناول في كتابه " الإعلام والتنمية " مؤكداً فيه على الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في إحداث التحول والتغيير الاجتماعي وصناعة التطوير والتحديث بشكل فعال. وهو ذلك الإعلام الجاد الذي يعني بقضايا التنمية ومخططاتها على سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه. وبمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام وتوجيهها بالشكل المطلوب تتماشى وتتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصالحة المجتمع.

و يؤكد الخبراء في مجال التنمية أن الحكومات والدول مهما توفرت على خطط واضحة ودقيقة في مجال التنمية المستدامة لن تكون قادرة على تنفيذ تلك الخطط دون إعلام متوافق مع مضامين هذه الخطط، فالإعلام في هذا الإتجاه يسعى بلا شك إلى نقل المعلومات والمعطيات والبيانات التي تهتم أفراد المجتمع، بحيث تساهم التغطية الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية المتعلقة بالمنظومة التنموية إلى تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات والحقائق الدقيقة والسعي إلى تنشئة مجتمع قائم على مفاهيم وقيم تنموية تخدم أهداف التنمية المستدامة من جهة وتحقق مصالحهم من جهة ثانية

و على ضوء ما تقدم طرحه يتبين لنا أن للإعلام دور هام وفعال في مجال العملية التنموية

من خلال إتخاذ كل السبل والآليات من أهل خدمة وتحقيق متطلبات التنمية المستدامة وعليه يمكن لنا طرح الإشكالية التالية : إلى إي مدى يساهم الإعلام التنموي في تحقيق وتدعيم متطلبات وأهداف التنمية المستدامة ؟ وماهي المبادئ والآليات التي يركز عليها الإعلام التنموي في سبيل خدمة قضايا التنمية المستدامة ؟.

## 1 - مفهوم التنمية وإرتباطها بالإعلام :

### أولاً - مفهوم التنمية:

يعد مفهوم التنمية من أهم المفاهيم العالمية في القرن العشرين، حيث أطلق هذا المفهوم على عملية تأسيس نظم اقتصادية وسياسية متماسكة فيما يسمى ب "عملية التنمية" ويشير المفهوم إلى التحول والاستقلال في الستينات من القرن الماضي في آسيا وإفريقيا بصورة جلية وتبرز أهمية مفهوم التنمية في تعدد أبعاده ومستوياته وتشابكه مع العديد من المفاهيم الأخرى مثل التخطيط والإنتاج والتقدم. (فاروق خالد الحسنات، 2011، ص 130).

برز مفهوم التنمية (Développement) بصورة أساسية منذ الحرب العالمية الثانية، لكنه لم يستعمل عند ظهوره في عصر الاقتصاد البريطاني البارز "لأدام سميث" إلا في الربع الأخير من القرن الثامن عشر وحتى الحرب العالمية الثانية إلا على سبيل الاستثناء، فالمصطلحان اللذان استخدمهما للدلالة على حدوث التطور المشار إليه في المجتمع كانا التقدم المادي أو التقدم الاقتصادي. (طلعت مصطفى، 2001، ص 13).

كما عرفت الأمم المتحدة التنمية أنها تلك العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديا والمعتمدة بأكبر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلي وإشراكه. (محسن بن عجمي بن عيسى، 2011، ص 22).

و يمكن تعريف التنمية بمعناها العام: بأنها ذلك الكل المعقد من الإجراءات والعمليات المتتالية والمستمرة التي يقوم بها مجتمع ما للتحكم في اتجاه وسرعة التغيير الحضاري بهدف إشباع حاجاته، أي أن التنمية ما هي إلا عملية تغيير مقصود وموجه بهدف إشباع حاجات الإنسان (عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، 2007، ص 9).

أما الإعلان العالمي للحق في التنمية فقد اعتبر أن التنمية هي: "عملية اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية شاملة تستهدف التحسين المستمر لرفاهية السكان بأسرهم والأفراد جميعهم على أساس مشاركتهم، النشطة والحررة والهادفة، في التنمية وفي التوزيع العادل للفوائد الناجمة

عنها"، في حين يشير آخرون لعملية التنمية على أنها عملية واعية، طويلة الأمد، شاملة ومتكاملة في أبعادها الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والتكنولوجية، والثقافية، والإعلامية، والبيئية. (علي عجوة، 2008، ص43)

### ثانيا - مفهوم التنمية المستدامة:

الاستدامة تعني في مفردات التنمية، النمو المسؤول أي النمو الذي يتحقق عندما يتم التوفيق بين الاهتمامات الاجتماعية والبيئية مع الاحتياجات الاقتصادية للناس والاستخدام الرشيد للموارد الطبيعية. (فرهاد محمد علي الأهدن، 2005، ص36)

وعرف تقرير برونتلاند الذي أصدرته اللجنة الدولية للبيئة والتنمية في عام 1987 بعنوان مستقبلنا المشترك "التنمية المستدامة بأنها التنمية التي تلبى احتياجات الحاضر دون أن يعرض للخطر قدرة الاجيال القادمة على اشباع احتياجاتها (مصطفى كمال طلبه، أسامة الخولي، 2009، ص77)

### ثالثا - مفهوم الإعلام:

هو كافة أوجه النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة. (عبد الله بن جمعان الغامدي، 2007، ص12).

و تعرفه رحيمة الطيب عيساني: أن الإعلام هو تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة (رحيمة الطيب عيساني، 2008، ص15) ويعرفه صالح خليل صقور بأنه ذلك الإعلام الذي يقوم بتزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية بدون تحريف وأنها وسيلة تنوير الرأي العام وتكوين رأي صائب صحيح للجمهور في كافة جوانب الموضوعات والمشكلات. (صالح خليل الصقور، 2012، ص42).

### رابعا - مفهوم الإعلام التنموي:

تعددت التعريفات التي وضعها الباحثون والمختصون في مجال الاعلام حول تعريف الاعلام التنموي فمنهم من يرى بأنه (المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية المتخصصة في معالجة قضايا التنمية) بينما يعرفه آخرون بقولهم "الاعلام التنموي 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 ومصلحة المجتمع العليا. (فاروق خالد الحسنات، 2011، ص 87)

ويعرف أيضا بالجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة التي تهدف إلى خلق مواقف واتجاهات إيجابية وصديقه للتنمية، وبذلك فإن الإعلام التنموي غير معني بصناعة التنمية ولكنه يهئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل أن يستجيبوا للمخطط والبرامج التنموية بشكل فعال. (فوزية حجاب الحربي، 2016، ص 11)

ومن التعريفات الأخرى للإعلام التنموي هو أحد الفروع الأساسية للنشاط الإعلامي الذي يهتم بقضايا التنمية، فهو إعلام هادف وشامل، ويفترض أن يكون إعلاما واقعيا. يهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية تنموية. وهو مرتبط بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويستند إلى الصدق والوضوح والصرحة في التعامل مع الجمهور. إذن الاعلام التنموي هو أحد فروع الاعلام المتخصص ويهدف إلى الإسراع في تحول مجتمع ما من حالة الفقر إلى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي. (فاروق خالد الحسنات، 2011، ص 91).

يعد الإعلام التنموي الجهاز العصبي لعملية التنمية، وهدفه 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. (عبير الرحباني، 2013، ص 160)

## II – المنطلقات النظرية للإعلام التنموي :

بشكل متواز تقريبا مع فترة انطلاقة النظرية الغربية حول تنمية العالم النامي بعد الحرب العالمية الثانية انطلقت الآراء والنظريات في الغرب حول الدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام في التغيير الاجتماعي وتنمية المجتمع. وما كاد عقد الخمسينات من القرن الماضي يصل إلى نهايته حتى ظهرت في عدد من الدول العربية أصداء لهذه النظرية والأفكار التي تتحدث عن الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية في التغيير الاجتماعي والتنمية الوطنية في المجتمعات النامية، وكانت أولى النظريات وأكثرها تأثيرا في هذا تأثيرا في هذا المجال نظرية المفكر والباحث الإعلامي دانييل ليرنر حول العلاقة بين تحضر الإنسان وتمدنه وبين تعرضه لوسائل الإعلام وأفكار كل من الباحثين ولبرشرام وروجرز حول تأثير وسائل الإعلام على أوضاع وسلوك وتفاعل الأفراد ضمن مجتمعهم وحول الفروق الموجودة بين المدينة والريف وعوامل ومراحل تبني الأفكار المستحدثة. (عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، 2007، ص 37) و فيما يلي استعراض لأهم

نظريات في مجال الإعلام التنموي :

### أولا- نظرية دنيال ليرنر:

ينطلق دانيال ليرنر في نظريته حول العلاقة بين التحضر ووسائل الإعلام من مقدرة الإنسان على التقمص الوجداني، هذه المقدرة التي يعتبرها إحدى الخصائص الأساسية اللازمة للانتقال من مجتمع تقليدي إلى مجتمع حديث. التقمص الوجداني حسب ليرنر هو القدرة على تخيل حياة أفضل وهذه القدرة تمثل خبرة أساسية ينبغي توافرها في الإنسان الحديث الذي يعيش الحياة الحديثة. يؤكد ليرنر على العلاقة بين التمدن ومعرفة القراءة والكتابة من جهة، وبين معرفة القراءة والكتابة والتعرض لوسائل الإعلام من جهة أخرى، ويعتبر أن التمدن هو الخطوة الأولى في هذا الاتجاه. نظرية ليرنر في الأصل تكونت أثر النتائج عن خلاصة أبحاث تحليلية أجريت في 73 دولة ومنطقة في الشرق الأوسط وأهم نتائجها:

- أن الناس الأكثر اتصالاً بالعالم الخارجي هم أكثر استعداداً لقبول التغييرات الاجتماعية.
- الاتصالات ومعرفة تجارب الآخرين تساعد على تسهيل التغييرات الاجتماعية.
- يوجد توافق بين انتشار التعليم وتطور وسائل الإعلام والاتصال والنمو الاقتصادي والحضري.
- كلما زاد معدل الدخل القومي للفرد ونمت المدن وزاد التصنيع زادت معه مطالعة الصحف وكثرت وتنوعت وسائل الإعلام.
- يعتبر ليرنر أن التمدن يزيد الحاجة للإعلام وهو قاعدة الانطلاق لتطوير وسائل الإعلام، ويعترف أن وسائل الإعلام ودورها واستخداماتها بشكل عام فاق درجة التمدن نفسها (عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، 2007، ص 40)

### ثانيا- نظرية ولبر شرام :

تنطلق 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. حيث يدعو شرام إلى إجراء أبحاث إعلامية في الدول النامية من أجل زيادة المعلومات

والدراسات المختلفة عنها ولمعرفة الإمكانيات الإعلامية المتوافرة فيها وهي تهدف إلى:

- توضيح الرؤيا في كل ما يتصل بعملية الاتصال وفعاليتها.
- لا تستطيع البلدان النامية إنفاق أموال على حملات غير ناضجة بسبب عدم وجود معلومات وأبحاث.
- جمهور وسائل الإعلام في الدول النامية متنوع الفئات والأحوال ويصعب التنبؤ بردود أفعاله.
- وسائل الإعلام الحديثة تحتاج إلى البقاء وعلى صلة ب جماهيرها والجماهير في الدول النامية تتحول بسرعة.

وحسب نظرية شرام فإن وسائل الإعلام التنموي تقوم بالوظائف التالية وهي:

- الرقيب.
- التعليم.
- توسيع الآفاق الفكرية.
- معرفة أسلوب حياة الآخرين.
- تنمية التعاطف بالتقريب بين الناس.
- التعرف والاطلاع على مختلف الأشياء في البلد. (فاروق خالد الحسنات، 2011، ص103)

كما ربطت نظرية ولبر شرام بشكل معاصر بين الاعلام والعلاقات العامة وبين التنمية، بهدف تعبئة الجماهيرية على تنفيذ الأساليب الجديدة من خلال الربط الثقافي الاجتماعي الشامل للعلاقات والمعتقدات والقيم مع عملية التغير المهارات وضرورة سيرها جنبا إلى جنب مع التنمية. وهكذا لا يمكن أن تتحقق التنمية إلا من خلال الاعلام وأدواته المتجسدة في وسائل الاتصال التي تلعب دورا حيويا في تذليل العقبات التي تواجه التنمية، وتوسيع آفاق الفهم والتعاون وإيجاد المرتكزات المعنوية وإرادة التغيير واللاحاق بركب المعاصرة والتقدم. والتأكيد على مسألة النقاش والحوارات الخاصة بالتنمية من قبل أوسع القطاعات الشعبية في اتجاه المشاركة الوطنية بعملية التنمية وبرامجها وخططها. أي من خلال إنشاء قواعد سلوكية وذوقية رفيعة في أذهان الناس تحث نحو تفعيل التنمية، وقام شرام بدمج بين الأبعاد الاعلامية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية، واعتبر الاعلام كوظيفة متجددة وأساسية ملازمة للنمو الاقتصادي في مرتكزاته وآفاقه الشاملة، اذ

لا يمكن عزل الاعلام وأنشطة وسائل الاتصال العامة عن حركة المجتمع وتطوره ابتداء من خلاياه ووحداته المؤسسية الاقتصادية الأولية وصولاً إلى مؤسسته الكبرى وهي الدولة. (فوزية حجاب الحربي، 2016، ص14)

### ثالثاً – نظرية انتشار المبتكرات :

استحوذ نموذج انتشار المبتكرات " المستحدثات " خلال العقدين السادس والسابع من القرن الماضي على اهتمامات الباحثين الإعلاميين بدرجة فائقة، فقد بلغ عدد الدراسات التي أجريت حتى عام 1987 إلى (2700 دراسة) ويركز نموذج انتشار المبتكرات على إمكانية تصميم الرسائل الاتصالية لزيادة فرص تقبل الأفراد لأنواع من الأفكار مما يساعد على الإسراع بعمليات التغيير الاجتماعي والتنمية.

و يرجع الفضل لانتشار الهائل لنموذج انتشار المبتكرات إلى الدراسة الكلاسيكية التي أجراها روجرز عام 1962، حيث عرف روجرز الابتكار على فكرة أو ممارسة أو موضوع يدركه الفرد على أنه شيء جديد، وقد طرح الباحث عدداً من المفاهيم الأساسية لنظرية انتشار المبتكرات هي الابتكار والاتصال بواسطة بعض القنوات وأعضاء التنظيم الاجتماعي ومن أهم المنطلقات النظرية التي أرساها نموذج المبتكرات الدور المتعاظم الذي يقوم به الاتصال الشخصي في تبني عملية الابتكار حيث يعتبر مروجو النموذج أن قنوات الاتصال الشخصي تعتبر ذات تأثير بالغ في تشكيل وتغيير المواقف نحو المبتكرات بينما تعتبر وسائل الإتصال الجماهيري مهمة في خلق ونشر المعرفة حول المبتكرات. (عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، 2007، ص42)

### رابعاً -النموذج البنوي:

على نقيض نموذج التحديث الذي يرى أن الاتصال يعتبر عاملاً أساسياً ومباشراً لتعزيز برامج التنمية الشاملة، فإن النموذج البنوي ينطلق من فرضة أساسية هي أن الاتصال عامل مكمل للتحديث والتنمية ولكنه يبقى قليل الفعالية إلا إذا أجريت التغييرات البنوية أولاً للبدء في عملية التنمية، ومعنى ذلك أن الإعلام وحدة لا يستطيع أن يحقق التنمية القومية أو الريفية إلا إذا سهلت الأوضاع الاقتصادية والسياسية هذه التنمية وكانت الجماهير مقتنعة بما ينتج عن ذلك من فوائد لهم ولمستوى حياتهم اليومية. (عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، 2007، ص44)



### III- خصائص ووظائف الإعلام التنموي :

- أولا- خصائص الإعلام التنموي: يتمتع الإعلام التنموي ببعض الخصائص من أهمها:
  - يتميز بأنه إعلام هادف، يسعى إلى تحقيق أهداف المجتمع الأساسي واستخداماتها بشكل عام فاق درجة التمدن نفسها. ومصالحه الجوهرية، فهو يقوم بتهيئة الأجواء المناسبة لغرض إنجاح الخطط التنموية كما يهدف إلى تعزيز قدرات الجمهور من أجل المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والقضايا التي تهم المجتمع الذي يعيشون فيه.
  - يتميز بأنه إعلام شامل يرتبط بنواح اقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية تربية، ويسعى إلى اقناع الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي لتحقيق أهداف التنمية، و هو إعلام يرتبط بخطط التنمية ويدعم نجاح هذه الخطط.
  - إعلام متعدد الأبعاد، حيث تتعدد أبعاده لتشمل الأبعاد الصحية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية.
  - إعلام واقعي، فهو إعلاما واقعيًا في أسلوب معالجته لمسائل المجتمع وطرحها ويعبر عن هموم الناس وتطلعاتها وقابلا لمسيرة القضايا المستجدة، و هو يستند إلى الوضوح في التعامل مع الجمهور والثقة المتبادلة.
  - يتخذ الإعلام التنموي وسائل متعددة لغرض تحقيق دوره التنموي أهمها التلفزة، الإذاعة، صحافة مطبوعة، صحافة الكترونية، لقاءات مفتوحة مع الجمهور المستهدف، إصدارات مطبوعة أو مسجلة، بطاقات بريدية مصورة، مطويات، أفلام قصيرة، ملصقات، صحف، ملفات، جداول زمنية، كتيبات، معارض.
  - إعلام شامل ومتكامل ومتعدد الأبعاد يشمل البعد الإقتصادي والإجتماعي والسياسي والتربوي والبيئي.
  - متفتح يستفيد من خبرات وتجارب الدول والمجتمعات الأخرى. (جمال الجاسم محمود، 2004، ص251)

ثانيا -وظائف الإعلام التنموي: يقوم الإعلام التنموي بمجموعة من الوظائف والمهام نذكر منها:

- يقوم بوظيفة الرقابة والتوعية والإرشاد والتثقيف، والإخبار فهو يقوم بنشر المعرفة التنموية بين أفراد المجتمع وتزويد بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة عن التنمية وتشجيع الجمهور للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم وتوعيتهم ليكونوا على إدراك ووعي بمشكلاتهم.
- يعمل على توسيع الآفاق الفكرية ولفت انتباه الناس إلى القضايا العامة باعتبار التنمية تتطلب قيما ومعايير ومعتقدات اجتماعية متجددة، فنظام الاتصال هو أداة للتغيير نحو نظام اجتماعي شامل.
- يقوم بتعليم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التنمية، وترسيخ التطورات الإيجابية في مجال التعليم، والاهتمام بالتربية جنبا إلى جنب مع التطور الاقتصادي والاجتماعي ودعم التعليم والتدريب في المجال التنموي ونشر الأفكار المستحدثة.
- تقديم قيادة الإدارة الحكومية لشعبها لثب أفكارها ومعتقداتها وخطوات عملها.
- بعث روح الطموح والتطلع إلى حياة أفضل وإيجاد مناخ فكري يحفز الناس على التغيير والتطور.
- البحث الحثيث عن مكامن الخلل الذي يعترى المجتمع، سواء في بعده البيئي، أم التعليمي، أم الاجتماعي، أم الثقافي، أم التنظيمي، وما إلى ذلك، فلا يكتفي الإعلام التنموي بوصف المشكلة، وإنما مدعو إلى التنقيب في العوامل المؤدية إليها، ثم تقديم الحلول الناجحة والممكنة لها.
- التأثير في اتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استشعارا بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية وأكثر استعدادا للمساهمة في حلها. وفي هذا الشأن يمكن لوسائل الاتصال بأساليبها ورسائلها تعديل وتغيير المفاهيم والسلوكيات السلبية إلى إيجابية. (فوزية حجاب الحربي، 2016، ص16)

#### IV – ركائز ومتطلبات نجاح الإعلام التنموي :

أولا- ركائز الإعلام التنموي: يقوم الإعلام التنموي على أربع ركائز أساسية:

- الاعتراف المتزايد بالدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع بغض النظر عن طبيعته ومن هنا يأتي التعليم بالدور الهام الذي تؤديه وسائل الإعلام في مختلف المجتمعات سواء المجتمعات

## التقليدية أو النامية

- اختلاف الاحتياجات الإعلامية للدول النامية والمجتمعات التقليدية عن الاحتياجات الإعلامية للدول المتقدمة والمجتمعات المتحضرة.

- عدم وجود حدود لجدوى وسائل الإعلام في التنمية الوطنية حيث تفرض طبيعة التنمية الاقتصادية والاجتماعية مهام متعددة تستطيع وسائل الإعلام الاضطلاع بالكثير منها وجود فروق جوهرية بين المجتمعات التقليدية والحديثة. (عاطف عدي العبد، نبى عاطف العبد، 2007 ص89)

ثانياً- متطلبات نجاح الإعلام التنموي : من أجل تحقيق خطة تنموية إعلامية وأجندة عمل وتحقيق دور نشاط لوسائل الإعلام للمشاركة في التنمية لابد من تحقق مجموعة من المتطلبات نذكر أهمها فيما يلي :

- ضرورة انطلاق وسائل الاتصال الجماهيرية من أهداف واضحة تضمن المشاركة الفاعلة للجمهور في عملية اتخاذ القرارات وإشباع حاجاتهم بصورة متزايدة.

- تحديد المعوقات لدى القائمين بالاتصال وتحديد الأدوار لكل شخص قائم بالاتصال وفق خطة اتصالية برامجية محكمة ومن ثم تحديد الجمهور المستهدف من حيث مناطق توزيعه الجغرافي وتحليله والتعرف على الوقت المناسب لتحقيق الرسالة التنموية.

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

- تحديد الإمكانيات البشرية والمادية اللازمة لإنجاح الرسائل الإعلامية التنموية. (مجدي محمد عبد الجواد، 2008، ص20).

- الاتفاق على تحديد للوسائل الاتصالية بما يناسب القائم بالاتصال وبما يناسب الجمهور المستهدف وبما يناسب المضمون الاتصالي من حيث المصدقية والدقة والأخذ بعين الاعتبار الظروف المحيطة الداخلية والخارجية.

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

- توفير المعلومات والإحصائيات التفصيلية لدى المخططين الإعلاميين وغير الإعلاميين عن المناطق التي خطط لتنميتها تنمية شاملة.
- تحديد العادات والتقاليد التي تساهم في توجيه الرسالة الإعلامية اللازمة لعمية التنمية.
- تجهيز الخطط وتحديد التوقيت المناسب لتنفيذها مع مراعاة أن تكون خاضعة لمبدأ المرونة بما يتناسب مع الظروف والتغيرات المتلاحقة.
- أن ترتبط خطط التنمية بخطة إعلامية ارتباطا عضويا أي أن الخط الذي يوصلنا إلى شكل معين من أشكال التنمية هو الخط نفسه الذي يقودنا إلى الخطة الإعلامية. (فاروق خالد الحسنات، 2011، ص132)

#### V-منظور مساهمة الإعلام التنموي في تدعيم قضايا التنمية المستدامة:

أولا - علاقة الإعلام بالتنمية : إن وسائل الإعلام تؤدي دورا محوريا في حياة الفرد والأسرة والمنظمة والمجتمع، وفي بناء الدول والحضارات والمجتمعات، وهي بذلك تساهم في عملية التنشئة الاجتماعية وفي تشكيل الرأي العام والذاكرة الجماعية للمجتمع. كما أنها تؤدي دورا استراتيجيا في التنمية المستدامة بمختلف مجالاتها وقطاعات، ويؤكد الخبراء في هذا الشأن على أن هناك علاقة وثيقة بين الإعلام والتنمية ويستند أصحاب هذا الرأي مجموعة من القواعد العامة التي ترى بأنه "لا يوجد إعلام بدون تنمية ولا يوجد تنمية بدون إعلام وكل تنمية متواصلة تحتاج إلى إعلام متواصل". (رضا عبد الجواد أمين، 2008، ص18) وهذا يعني أن دور الإعلام في مجال التنمية هو بمثابة نشاط شامل ومخطط ومتعدد الأبعاد يخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية التنمية وعمليات الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي، عبر تقديم صورة عن طبيعة التوجهات المستقبلية للدولة والمجتمع في هذا المجال والتعريف بالنشاطات والفعاليات التنموية والطاقات والموارد والفرص المتاحة. وتشجيع حركة التبادل التنموي بشتى مجالاته وصوره من خلال ما يسمى بـ (الاتصال المعزز للتنمية)، الذي يهدف إلى نشر ثقافة التنمية بعرض وتبسيط وشرح وتفسير وتحليل المضامين التنموية في قوالب إعلامية مهنية جاذبة لخدمة أهداف التعليم والتثقيف ونشر المعلومات وتنشئة المجتمع على مفاهيم تنموية تخدم مصالحهم، وتمس حياتهم اليومية ومستقبل أجيالهم. (الأمم المتحدة، 2006، ص18)

ثانيا - دور الإعلام في التنمية : لقد شخص مؤتمر " التنمية البشرية والإعلام " الذي نظمه برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في سنة 2000 بنيويورك الوضع الراهن للإعلام بمتغيراته الجديدة وحدد الركاز الأساسية لدعم الإعلام للتنمية من خلال تشخيص المعوقات التي تواجهه عبر دراسة محاور محددة، ومن ثم رسم استراتيجيات للبرامج وإشراك الجهات المعنية لتذيل المعوقات والنهوض بدور الإعلام لدعم قضايا تنمية المجتمع، كما عرف عرف المؤتمر الأهداف الإنمائية للألفية ونشر ثقافتها كركيزة أساسية للتنمية المستدامة وتفعيل دور الإعلام في تحقيق الأهداف الإنمائية وتحليل المعوقات التي تواجهها وتبني قضية تحقيق الأهداف الإنمائية كقضية إنسانية ملحة وإبراز إنجازات وإخفاقات الإعلام في مجال دفع عجلة التنمية المستدامة. (سنا محمد جبور، 2011، ص ص 83-84) حيث تتسم العلاقة المركبة بين الإعلام والتنمية بالتداخل والتفاعل لدرجة يصعب معها وضع تعريفات محددة للإعلام والتنمية خصوصا في الدول النامية، فالتنمية عملية تهدف إلى إنضاج وتهيئة الأساس المادي والموضوعي للتطور المجتمعي الشامل من خلال التأثير على سلوك الأفراد والجماعات، ومن هنا يبدأ دور الإعلام الذي يظل محكوماً بقدرة التطور الاقتصادي على خلق الشروط الجديدة والعلاقات والعادات الجديدة، وقد اكتسب الإعلام أهمية قصوى في عملية التنمية من خلال كونه أبرز أداة تستطيع أن تعكس الصراع الإيديولوجي والسياسي بين التيارات الفكرية والقوى السياسية المختلفة وكذلك من خلال التطور الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام وبروز الشبكات العالمية للمعلومات (الأنترنت) الأمر الذي ضاعف من قوته وتوسع وشموله وذلك جعل الإعلام قوة عظيمة تمارس تأثيرا غير محدود في مجال التنمية من حيث تهيئة الشروط الموضوعية لتنفيذ برامجها وتقويمها وتحديد اتجاهاتها من خلال التوعية السياسية والثقافية والفكرية والاجتماعية. (أحمد السيد الكردي، 2008، ص 2)

ويركز محور الإعلام ودوره في عملية التنمية كما يحدده منظور المدرسة الاشتراكية في مدة تأكيد على وحدة النظرية والتطبيق من خلال تمثل الإعلام واستعبابه لمحتويات خطط التنمية بأهدافها العامة الكمية والنوعية والأهداف التفصيلية والاجتماعية والاقتصادية المرتبطة بما ثم نقل هذا المحتوى إلى الجمهور، فالإعلام يمارس عملية إقناع الجماهير بصحة هذه الأهداف من خلال تحليل النظام الاقتصادي وطبيعة التركيب الطبقي للمجتمع، فعملية التوعية التي يقوم بها الإعلام في إطار التنمية هي أساسا تحويل الفكر إلى قوة مادية ملموسة من خلال الارتفاع وعي الجماهير إلى مستوى فهم السياسة وتطبيقها.

و تؤكد المدرسة الغربية على أهمية الإعلام والاتصال باعتباره أبرز مكونات النظام السياسية المعاصر، بحيث يرون أن الاتصال يلعب دورا كبيرا في إطار النظام السياسي ويقترحون تناول التنمية من خلال منطلق اتصالي يركز على ثلاث حقائق أساسية:

إن الإتصال كعملية يتخلل السياسة كمنشأ.

يمكن وصف جوانب الحياة السياسية كأنماط للإتصال.

شمولية عملية الاتصال ومرونة الإطار المرجعي لعلم السياسة. (أحمد السيد الكردي، 2008، ص04).

### VI – بعد التخطيط الإعلامي في سياق التنمية المستدامة :

1- مفهوم التخطيط الإعلامي: هو عبارة عن مجموعة من الخطوات والمراحل المتزامنة التي تواكب نظيرتها في التخطيط للتنمية وتعتبر هذه الخطوات جزئيات متكاملة لا تستطيع جزئية منفردة تحقيق الهدف المنوط به في غياب الجزئيات الأخرى. (محمد منير حجاب، 1998، ص 115)

2- مفهوم التخطيط التنموي: يعتمد التخطيط الإعلامي على أوجه النشاط الإتصالي كوسيلة للتأثير في البلدان النامية على مفهوم هذه البلدان وعلى ماهية الأهداف المطلوب تحقيقها بالجهود التنموية والتخطيط الإعلامي ليس سوى جزء من التخطيط الوطني الشامل للتنمية في المجالين الإقتصادي والاجتماعي ويمثل التخطيط ضرورة مهمة لإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها الدول النامية سواء بالنسبة للأنشطة التنموية أو الأنشطة الإعلامية (منير حجاب، 1998، ص112).

### 3- التخطيط الإعلامي والتنمية المستدامة :

إن مسؤولية الإعلام تجاه تنمية المجتمع هي تزويده بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التأكد من دقتها والثبت من مصدرها وبقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات دقيقة بقدر تحقيق أهداف التنمية في المجتمعات النامية ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الإعلام والتنمية على هذه النقطة. (عواطف عبد الرحمان، 1997، 156)

لهذا يعد التخطيط الإعلامي جزءا من التخطيط الوطني الشامل للتنمية في المجالات

الإقتصادية والاجتماعية حيث لا يتصل التخطيط الإعلامي فقط بالتغير المادي بل بالمتغيرات النفسية والاجتماعية والمعنوية والثقافية لدى أفراد المجتمع. وقد يختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع لآخر طبقاً لمفاهيم المجتمع والتي تتضمن الأهداف العليا للمواطن والوطن والإستراتيجية الإعلامية. وتنقسم وظائف التخطيط الإعلامي إلى ما يلي :

- وظائف عامة: وترتكز على 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 (فوزية حجاب الحربي، 2016، ص 17)

ويختلف التخطيط الاعلامي من مجتمع لآخر ومن دولة لأخرى ومن نظام إعلامي إلى آخر طبقاً للمفاهيم والفكر والثقافة السائدة. بل ويختلف في البلد الواحد ومن مرحلة إلى أخرى وفقاً للإستراتيجية العامة للمجتمع والتي تتضمن الأهداف العليا التنموية للدولة وللإستراتيجية الاعلامية التي تستوعب هذه الأهداف العليا للسياسة الاعلامية التي تترجم الإستراتيجية الاعلامية إلى مبادئ ثابتة وترتبط معها في اطار السياسات الأخرى السكانية والتعليمية الزراعية والاقتصادية والاجتماعية وتعبر عنها في شكل خطط إعلامية تمثل الأهداف التي ينشد المجتمع تحقيقها خلال فترة زمنية طويلة.. وخطط تفصيلية سنوية تمثل الترجمة التفصيلية لأهداف الخطة في شكل مشروعات وأعمال محددة بتوقيات زمنية محددة.

وهكذا فان التخطيط الاعلامي عامة هام جدا لاجداث التنمية المستدامة ولا يمكن للتنمية أن تسير في مسارها الصحيح بدون تخطيط. (جمال الجاسم محمود، 2004، ص 261).

VII- سبل تفعيل الإعلام التنموي تجاه قضايا التنمية المستدامة: إن مسؤولية الاعلام تجاة عملية التنمية المستدامة هي تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبت من مصدرها، وبقدر ما في الاعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق أهداف التنمية، ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الاعلام في التنمية على هذه النقطة ويسمون الدور الذي يضطلع به الاعلام في تطوير المجتمعات باسم "الهندسة الاجتماعية للاعلام الجماهيري"، خاصة وأن هذا الدور ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة الرخاء الانساني.

وبما أن التنمية المستدامة تقوم على خطط متكاملة واضحة المعالم، فينبغي أن تقابلها خطة إعلامية متكاملة تسير على الخطة الشاملة جنباً إلى جنب، على أن تكون لهذه الخطة الإعلامية قاعدة أساسية تتصل بتخصصاتها ثم تتسع دائرتها إلى التنمية الشاملة.

و إذا كان الإعلام هو محاولة لربط أفكار أفراد المجتمع وتصوراتهم وقيمهم وإعتقاداتهم بالتخطيط للتنمية وبأسلوب التنفيذ مع وضع المستويات الاقتصادية والاجتماعية، فإن التخطيط الإعلامي هو أيضاً ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح من خلال الإعتماد على الإطار الثقافي الذي يخلق فكر الأفراد في المجتمع. و يقوم على تحديد المبادئ التي ينبغي أن تؤكدتها السياسة الإتصالية التنموية بحيث لا يكون هدف الإعلام هو مجرد إخبار الإنسان وتعليمه فقط بل لابد أن يتعدى بإتاحة الفرصة للإتصال بالآخرين وتنمية قدرته على تكوين الرأي والتعبير عنه. (عماد السقاف، 2011، ص 07)

وتؤدي وسائل الإعلام دوراً إيجابياً على تحقيق خطط وأهداف التنمية باعتبارها جزءاً مهماً من التطور الوطني، وارتباطها الوثيق بالنظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في المجتمع الذي يعمل في إطاره، حيث قد يصبح نجاح خطط التنمية المستدامة مرهوناً بالمشاركة الإيجابية للقوى المنتجة من خلال الإعلام ودوره في التوعية والتربية والثقيف والوعي البيئي مما يتطلب أيضاً إعداد سياسات إعلامية وطنية تحدد الأولويات وترسم الوسائل لبلوغ الأهداف المرجوة إنطلاقاً من القاعدة العلمية التي تؤكد أن الإعلام لا ينتج التنمية بل يمهد الطريق لها وأن الإعلام الرديء قد يعطل مسيرة التنمية في مراحلها كافة. (فاروق خالد الحسنات، مرجع 2011، ص 284)

ومسئولية الاعلام تجاة عملية التنمية المستدامة هي تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبت من مصدرها، وبقدر ما في الاعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق اهداف التنمية، ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الاعلام في التنمية علي هذه النقطة ويسمون الدور الذي يضطلع به الاعلام في تطوير المجتمعات باسم الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري، خاصة وان هذا الدور ينصب علي كيفية توجيه الجمهور لخدمة الرخاء الانساني. (فاروق خالد الحسنات، مرجع 2011، ص 289)

فالاعلام التنموي هو ذلك الذي يدعو إلى التغيير من خلال التثقيف والتوعية، ومن خلال



خطط وبرامج معدة بعناية وبتنسيق مع منظمات المجتمع المدني، ويعتمد على نقل المعلومة والخبر ونشر الآراء بشكل موضوعي، وإعداد التحاليل. باختصار إنه اعلام مسؤول عن طرح القضايا وتوجيه الرسالة وتوضيح الأهداف وهو مساءل من قبل المواطنين في أن واحد.

ويعتمد الاعلام التنموي على مهنية عالية تتوفر لديها رؤية وإستراتيجية تنموية وتفكير علمي وقدرة على استخدام التقنيات الحديثة. إلا أن الاعلام التنموي يحتاج إلى الحرية والاستقلالية والتمتع بسلوكية مستقيمة تساهم في توعية المواطنين وتوفير المعلومات الموضوعية التي تساهم في تحديد الخيارات استنادا إلى مصالحهم.

وعلى الرغم من إشكالية القيود القانونية التي تفرض لاسيما على الاعلام المرئي والمسموع، سواء من حيث شروط الترخيص او من حيث القيود على الممارسة التي تحد من حريته وتجعل منه عرضة للملاحقة وبالتالي تقلص دوره التنموي الفاعل، إلا انه يمكن الحديث عن عدد من التصورات التي قد تساعد وسائل الاعلام على القيام بدور فاعل حيال عمليات التنمية المستدامة. (علي عجوة، 2008، ص 51).

VIII- مساهمة الإعلام التنموي في مواجهة المشكلات البيئية: كان مؤتمر الدولي للبيئة البشرية الذي عقده " الأمم المتحدة " في استكهولم 1972 هو المؤتمر الدولي الأول الذي أصدر صيحة بضرورة الحفاظ على البيئة من أجل حياة أفضل للإنسان (علي عجوة، 2008، ص 119). وإذا كان أسلوب التنمية يستهدف تحقيق تنمية متواصلة ومستدامة تعمل حسابا للأجيال القادمة وتعني بالدرجة الأولى الوفاء بحاجيات الحاضر دون الحد من قدرة أجيال المستقبل على الوفاء بحاجياتها.

حيث تتميز التنمية البيئية أو المتوافقة مع البيئة بأنها تركز على " الإعلام والاتصال " وهي تتطلب قدرا كبيرا من المعرفة ومشاركة جماهيرية أكبر في صنع القرار المتصل بالبيئة كما تتطلب حدوث تغييرات على سلوك الأفراد أكثر مما هو مطلوب في الأحوال والظروف التي تتم فيها التنمية دون مراعاة البيئة الأساسية.. (عيسى محمد حسن، الإعلام والتنمية، 2013، ص 56).

فالعلاقة بين البيئة بقضاياها وإشكالياتها وبين الإعلام هذي ذات العلاقة بين الإعلام وغيره من منظومتنا الاجتماعية والإقتصادية والسياسية وغيرها، (سنا جبور، 2001، ص 23). ومن أهم التحديات التي يواجهها العالم اليوم قضية الحفاظ على البيئة وتنميتها من أجل تحقيق التنمية المستدامة، و إن نجاح التنمية المستدامة بيئيا يتطلب حسن الإدارة البيئية للمشاريع الإنمائية

بحيث يدمج الحفاظ على البيئة في المشاريع التنموية، وهنا نستطيع أن القول أن للإعلام بشتى وسائله المختلفة له دور كبير في توعية والتثقيف البيئي والتربية والتدريب البيئي من أجل المحافظة على البيئة. (سنة جبور، 2001، ص 28). فالإعلام التنموي هو إعلام متخصص يخدم قضايا القضايا والمشكلات البيئية من أجل الإرتقاء بالمستوى البيئي وتعميق أهداف التوعية البيئية من أجل غرسها في سلوك أفراد المجتمع. فالبيئة والإعلام هما وجهان لعملة واحدة، ولذلك فالمسئولية تحتم على الإعلام المحلي والعربي إعطاء قضايا البيئة أهمية قصوى، وكلما أسهمت أجهزة الاعلام في تأصيل دورها البيئي في المجتمع كان حصاد ذلك مزيد من الحيطة والحذر والوعي الاجتماعي. فالإرتقاء بالبيئة وحمايتها أمر لن يتحقق دون الدعم الكامل والتعاون والشراكة بين جميع قطاعات المجتمع ولا سيما الإعلام. (فاروق حسنة، 2011، ص 216)، حيث يهدف الإعلام البيئي إلى تنمية الوعي والمسئولية البيئية لدى الجمهور والمسؤولين وتوجيه سلوكهم وأنشطتهم للوصول إلى حال من الوعي الكامل بالقضايا البيئية، ما يؤدي إلى تغيير في نمط حياة المجتمع وسلوكياته الضارة بالبيئة والطبيعة.

ويلعب الإعلام البيئي دورا هاما في حث وإزكاء سلوك أكثر ملائمة إزاء البيئة وهو إلى جانب دوره الأساسي في تنمية الوعي البيئي يشكل وسيلة مثالية لرفد التربية بتوفير توعية بيئية لشرائح واسعة من المجتمع. الإعلام البيئي من أدوات التغيير الواعي الموجه نحو بلوغ مجتمع متوازن قادر على التفاعل مع بيئته بشكل ايجابي من خلال تنمية مهارات عامة الناس وتنمية شعورهم بالمسئولية حيال بيئتهم مما يكون سبباً في تغيير حقيقي في سلوكهم تجاه البيئة من خلال وعي علمي وإرادة حرة لتحقيق انضباط ذاتي للأفراد. (عصام الحناوي، 2002، ص 16).

سادسا - واقع الإعلام التنموي في الدول النامية : إن المفكرين في الدول النامية ورجال التنمية خاصة لم يهتموا بالإعلام ولم يدركوا دوره في التنمية و صرفوا اهتمامهم إلى الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للتنمية ومتطلباتها ومقوماتها ة احتياجاتها متجاهلين أهمية الإعلام في التنمية ودوره، مفترضين إمكانية نجاح التنمية بلا إعلام، ولم يروا دورا للإعلام إلا في قضايا ثانوية وغير شاملة مثل قضايا السلوم اليومي وقواعد المرور والطب الوقائي والإرشاد الزراعي وتجاهلوا العلاقة الوثيقة بين الجماهير والتنمية من خلال تجاهلهم لدور الجمهور حيث المجال الفعال للإعلام ولأهمية تفاعل الناس مع التنمية وإهمال حق الناس في التعبير عن التنمية وتواصلهم مع قيادات عملياتها وعدم اهتمامهم بمعرفة ورجع الصدى الذي يمكن أن تقدم وسائل الإعلام

خلاصته لهم، ويضاف إلى ذلك عدم اهتمام خطط التنمية في البلدان النامية بتدريب إعلاميين في شؤون الإعلام التنموي وتركزت وسائل الإعلام تجتهد وتتحول إلى أبواق بالمنجزات التي قد تكون وهمية في أحيان كثيرة والتي توهمت وسائل الإعلام بأنها التنمية بعينها، الأمر الذي جعل وسائل الإعلام تهمل تأكيد مفاهيم ثقافية وقيمية وتربوية جديدة ترافق خطط التنمية. (فاروق خالد حسنات، 2011، ص 259).

## الخاتمة :

يلعب الإعلام التنموي دوراً أساسياً من خلال تزويد المجتمع بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها وبقدر ما يقدم الإعلام من حقائق ومعلومات بقدر ما تحقق التنمية أهدافها خاصة أن دور الإعلام ينصب على كيفية توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم والإسهام بفعالية في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم وتشجيعهم على القيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم وتوعيتهم ليكونوا على إدراك ووعي بمشكلات بيئتهم.

و يتركز الإعلام التنموي المرتبط بمسار التنمية في مساهمته في تحديد احتياجات المجتمع وترتيب أولوياته وتحديد المشكلات التي تواجه المجتمع واختيار أنسب الطرائق لمعالجتها وتحديد مستويات الجهات المختلفة المسؤولة عن التنفيذ ما يعني أن الإعلام التنموي نشاط شامل ومخطط ومتعدد الأبعاد يخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية التنمية. والاستراتيجيات التنموية لا تستغني عن الإعلام فهو العمود الفقري للخطط التنموية، حيث إن علاقتها علاقة تشابكية موهلة في الترابط على نحو لا يقبل الانفصال، فحاجة الخطط التنموية للإعلام حاجة ضرورة وملحة ومسئولية الإعلام تجاه عملية التنمية تقتضي تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبت من مصدرها، وبقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق أهداف التنمية.

## المراجع :

1. أحمد السيد الكردي، (2008)، أهمية الدور الإعلامي في التنمية المستدامة، مقال منشور في موقع كنانة أولين، ص 02.

2. الأمم المتحدة، (2006)، تقرير عن دور الإعلام في إثارة الرأي العام بقضايا التنمية المستدامة. (نيويورك).
3. الأهدن فرهاد محمد علي، (2005)، التنمية الاقتصادية الشاملة، القاهرة، مؤسسة التعاون للطبع والنشر.
4. بن عيسى محسن بن عجمي، (2011)، الأمن والتنمية، المملكة العربية السعودية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية
5. الجاسم جمال محمود، (2004)، دور الإعلام في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 20، العدد الثاني، ص 251.
6. الجبور سناء محمد، (2011)، الإعلام البيئي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
7. حجاب محمد منير، (1997)، الإعلام والتنمية الشاملة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع.
8. الحربي فوزية حجاب، (2016)، دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة، الأردن، المؤتمر الدولي للإعلام وقضايا التنمية المستدامة، 21-23 مارس 2016، ص 11.
9. حسن عيسى محمد، (2013)، الإعلام والتنمية، دار الزهران للنشر والتوزيع، مصر.
10. الحسنات فاروق خالد، (2011)، الإعلام والتنمية المعاصرة، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
11. الحناوي عصام، (2002)، قضايا البيئة والتنمية في مصر، مصر، دار الشروق.
12. السروجي طلعت مصطفى، (2001)، التنمية الاجتماعية، المثال والواقع، مصر، دار الناشر للنشر والتوزيع، جامعة حلوان.
13. السقاف عماد (2011)، دور الإعلام في التنمية المستدامة بمحافظة تعز، مجلة الأسرة والتنمية، العدد 42، 2011، ص 07.

14. الصقور صالح خليل، (2012)، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
15. طلبة مصطفى كمال، الخولي أسامة (2009)، البيئة والتنمية، القاهرة، مركز دراسات واستشارات الإدارة.
16. الطيب عيساني رحيمة، (2008)، مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، الأردن، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع.
17. عبد الجواد أمين رضا (2008)، دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في العالم الإسلامي، (جامعة الأزهر) بحث مقدم إلى مؤتمر التنمية المستدامة في العالم الإسلامي، رابطة الجامعة الإسلامية والبنك الإسلامي، ص 18.
18. عبد الجواد مجدي محمد (2008)، 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، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة الكويت.
19. عبد الرحمان عواطف (1998)، قضايا إعلامية معاصرة في الوطن العربي، القاهرة، دار الفكر العربي.
20. العبد عدلي عاطف، العبد نهى عاطف، (2007)، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي، الطبعة الخامسة، القاهرة، دار الفكر العربي.
21. العبير الرحباني، (2013)، الإعلام رسالة ومهنة، الأرن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
22. عجوة علي، (2008)، الإعلام وقضايا التنمية، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.
23. الغامدي عبد الله بن جمعان، (2007)، التنمية المستدامة بين الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة، المملكة العربية السعودية. قسم العلوم السياسية، جامعة الملك سعود.