

الإعلام التنموي: منظور بنائي - وظيفي

Development Information: A constructivist - Functional Perspective

كنازة محمد فوزي¹، جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3، الجزائر

KENAZA Mohamed Faouzi, University Of Salah Bounider Constantine3, Algeria
kenzaifaouzi@yahoo.fr

ضيف الله وفاء - جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة، الجزائر

DAIFALLAH WAFI, University 20 Aout 1955 Skikda-Algeria
daifallahwafa90@gmail.com

تاريخ النشر: 2018/12/30

تاريخ القبول: 2018/11/25

تاريخ الإرسال: 2018/10/23

ملخص

يهدف هذا المقال إلى إبراز دور الإعلام التنموي في دعم وتفعيل التنمية في المجتمع، من خلال إشراك المجتمع في خدمة متطلبات التنمية وجعله عنصراً فاعلاً في الخطط التنموية بالاستعانة بوسائل الإعلام التي تعمل كمساند دائم لخطط التنمية، لأن التخطيط الإعلامي المبني وفق خطط ومبادئ يساهم في تحقيق ودفع مسار التنمية بما يتفق ومصالحة المجتمع. وذلك من خلال فهم العلاقة القائمة بين الإعلام والتنمية، وتأثير الإعلام التنموي في المجتمع..
الكلمات المفتاحية: الإعلام التنموي- التنمية- التخطيط الإعلامي- المجتمع.

Abstract

The purpose of this article is to highlight the role of development information in supporting and motivating society's development, by engaging the society in the service of development needs with the help of development requirements and make it an active component in the development plans with the help of the media which acts as a permanent supporter of development plans, because the planned information contributes in the progress of development which goes to society's needs. By understanding the relationship between information and development, and its influence on information development on society.

Keywords: development information- development- planning of information- society.

¹ المؤلف الرئيسي: كنازة محمد فوزي¹، جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3، الجزائر

مقدمة

لقد رافق التطور والتقدم الذي شهده العالم حدوث أزمات وصراعات كبيرة شملت جوانب مختلفة عديدة ولا يمكن الخروج منها إلا بالتنمية، وخصوصاً وأننا نعيش الآن في عالم العلم والمعرفة والفكر والانفتاح الذي يتطلب التفاعل مع معطيات المرحلة الراهنة ومواجهة تحدياتها. كما أن عملية التنمية تستهدف تطوير القدرات البشرية وتعبئتها للتغلب على المشاكل والعقبات التي تحول دون الوصول إلى السعادة التي ينشدها، والتنمية كعملية غايتها الناس وأدواتها الناس لذا فالمشاركة العامة في تنفيذها من أهم الأسس للنجاح، إذن أساس النجاح أن يصبح لكل فرد دوراً في عملية التنمية، وأن يكون واعياً بما يجري حوله ودوره في تطوير المجتمع وتنميته، وهذه أمور تحتاج إلى توعية وثقافة متصلين. وتحتاج إلى تعليم وتدريب مستمرين، ومن هنا تبرز أهمية الإعلام في المجتمع وكيفية استخدام وسائله المختلفة بهدف تعبئة الجماهير ذات المصلحة في التغيير والتنمية، وحل المشكلات التي تعترضها عن طريق تقوية وتدعيم وسائل الإعلام المختلفة. فالمجتمع بحاجة إلى إعلام يواكب خططه الإنمائية ويعمل على خلق المشاركة من جانب أفرادها في عملية التنمية، فهو السبيل لنشر المعرفة بخطط السلطة السياسية. وهو الذي يوفر الرغبة في التغيير وينمي اهتمام الناس بتغيير مجتمعهم.²

إنّ الضامن و الناقل لكل العمليات الديناميكية في المجتمع هو الإعلام المتوازن و الخلاق الذي يهدف إلى إحداث التوازن بين مختلف أنساق المجتمع و في الوقت نفسه يحدّد الأولويات لرسم الخطط الكفيلة بتنميته. وفي هذا الصدد أكدّ "ولبر شرام" في كتابه "الإعلام والتنمية" على أهمية الإعلام التنموي من خلال الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في إحداث التحول والتغيير الاجتماعي وصناعة التطوير والتحديث بشكل فعال و يصفه بأنه ذلك الإعلام الذي يُعنى بقضايا التنمية ومخططاتها على سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه.³ ومن هذا المنطلق كان الاهتمام بالإعلام ودوره التنموي، حيث يلعب الإعلام التنموي دور الوسيلة المهمة التي تستخدمها الدول النامية لتحقيق التغيير والأهداف التنموية من خلال ما يقوم به في التعليم وترسيخ قواعد السلوك والحفاظ على البيئة، ومساعدة القرارات التي تساهل التنمية وإحاطة الأفراد علماً بأبعاد التنمية وخططها ومتطلباتها.

وجاءت هذه الدراسة تبحث بالتحليل في علاقة الإعلام بالتنمية، وأهمية الإعلام التنموي في المجتمع إيماناً بأنّ تطور المجتمعات لن يمرّ إلا عبر هذه العملية والإحتكاك بمختلف التجارب التي خاضتها دول مع مراعات السياقات الاجتماعية و السياسية.

1. مدخل مفاهيمي للدراسة

1.1. مفهوم الإعلام

- يعرف بأنه "نشاط إتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي: مصدر المعلومات، الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية، وترجيح الأثر الإعلامي".⁴

- وهو" تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها، والتعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها".⁵
 - و يُعرّف أيضا بأنه "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع والحقائق أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم".⁶
 - كما يعرفه إبراهيم إمام علي أنه " نشر الأخبار والحقائق والأفكار والآراء في وسائل الإعلام المختلفة".⁷
 - "والإعلام هو مجموعة البيانات المنظمة، وهو رسالة حول ظاهرة أو حدث معين. ويمكن للإعلام حل المشاكل واتخاذ القرارات، لأن استخدامه الرشيد هو أساس المعرفة".⁸
- من خلال هذه التعاريف يمكن أن نستشف مايلي:

- هناك من التعاريف التي ركزت على الجانب البنائي للمفهوم ونجد مثلا عن ذلك في التعريف الأول
 - هناك من التعاريف التي ركزت على الجانب الوظيفي للمفهوم ونجد مثلا عن ذلك في التعريف الثاني و
- الرابع

- هناك من جمع بين الجانبين ونجد ذلك في التعريف الثالث
- ويمكن أن نعرف الإعلام بموجب كل أبعاده إجرائيا بأنه عملية نشر الأخبار والأفكار والآراء والمعلومات والحقائق باستخدام وسائل الإعلام، التي تنقل هذه الرسائل إلى الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية، من أجل خلق أثر ذهني مبرمج ومخطط له مسبقا..

2.1. مفهوم التنمية

- يعتبر هذا المفهوم من المفاهيم الزنبقية التي تتعدد تعريفاته وتتقاطع إمتداداته المعرفية على إعتبار أنّ محاولة تطبيقه كنودج أمبريقي حسب سياق معين إنجرّ عنه إسقطات كانت في الكثير من الأحيان تعسفية على المستوى الميداني نتيجة إختلاف الأطر والسياقات الإجتماعية والأيدولوجية للمجتمعات إلا أنه يمكن رصد مجموعة من التعاريف إرتأينا أنها تفي بغرض هذه الدراسة نوجزها كمايلي:
 - يُعرّف "محمد سيد محمد" التنمية بأنها "زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات شاملة ومتكاملة مرتبطة بحركة المجتمع تأثيرا، مستخدمة الأساليب العملية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والإدارة".⁹
 - فهو يرى من خلال هذا التعريف بأنّ التنمية غاية ووسيلة في نفس الوقت مما يخلق نوعا من الضبابية و الإلتباس في إستعاب المفهوم نظريا وتطبيقيا.
 - كما أنّها «محصلة الجهود العلمية المستخدمة لتنظيم الأنشطة المشتركة الحكومية والشعبية في مختلف المستويات لتعبئة الموارد الموجودة أو التي يمكن إيجادها لمواجهة الحاجات الضرورية وفقا لخطة مرسومة و في ضوء السياسة العامة للمجتمع»¹⁰.
- بينما جعل منها هذا التعريف غاية نهائية لتحقيق حاجات المجتمع وأهم الجوانب البنائية للعملية.

- ويعرفها "عبدو الحمصي" بأنها "عملية حضارية شاملة لمختلف أوجه النشاط في المجتمع. إذ هي عملية مجتمعية متشابكة ومتكاملة في إطار نسيج بالغ التعقيد تتفاعل فيه عوامل اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية"¹¹.

و يركز هذا التعريف على السيرورة الديناميكية لعملية التنمية بحيث أنه جعل منها عملية شاملة تضم بداخلها الخطط والإستراتيجيات التي تعتبر أدوات أساسية في تنفيذها.

- كما عرفت الأمم المتحدة التنمية بأنها "تلك العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديا والمعتمدة بأكبر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلي وإشراكه."¹²

هذا التعريف ركز على الأنساق الفرعية والعناصر المشاركة في العملية وأنها تتطلب تخطيط مسبق.

- وترى "شاهيناز محمد طلعت" أن التنمية هي "نوعا خاصا من التغير الاجتماعي، حيث يتم من خلاله إدخال أفكار جديدة إلى المجتمع بهدف زيادة دخل الفرد، والارتفاع بمستوى المعيشة، ويعتقد "باي" أن سريان وسائل الاتصال يحدد اتجاه التنمية الاجتماعية وسرعتها وديناميكيتهما."¹³

أما هذا التعريف فقد أدمج بين التنمية واعتبر أنّ التغير الاجتماعي في المجتمع هو نوعا خاصا يحدث و ينتشر أساسا عن طريق وسائل الاتصال ، وهنا نلاحظ مدى إرتباط وسائل الإتصال بعمليات التغير ودفع عجلة التنمية في المجتمع.

- كما يشير مصطلح التنمية، إلى تحسين ظروف ونوعية حياة السكان، ويشير إلى التنظيم الاجتماعي. والتنمية تعني النمو. هذا الأخير يقيس الثروة المنتجة في إقليم في عام واحد وتغيره من سنة إلى أخرى، حيث يؤخذ في الاعتبار الناتج المحلي الإجمالي.¹⁴

وهنا نسجل أنها أصبحت مرادفا للتنظيم الاجتماعي والنمو من أجل خلق الثروة وزيادته.

تقودنا هذه المفاهيم أن مفهوم التنمية متعدد الأبعاد ومتشابك في الرؤى المعرفية، هذه الأبعاد متداخلة و متقاطعة وتؤثر في بعضها البعض و تسير بالتوازي بحيث أنّ التغير في أحد الأبعاد يؤدي حتما إلى التغير في الأبعاد المرتبطة به ، كما أنّ مفهوم التنمية قد خرج من دائرته الضيقة والكلاسيكية ليشمل جوانب أكثر اتساعا وشمولية.

3.1. مفهوم الإعلام التنموي

دخل هذا المفهوم الأدبيات العلمية في مجال علوم الإعلام و الإتصال و العلوم الاجتماعية ، حيث إرتبط ميكانيكيا بوسائل الإعلام بالدرجة الأولى و مدى تأثيرهم في إنجاح العملية التنموية داخل المجتمعات مهما كان حجمها.

- يعرفه "أديب خضور" بأنه: "المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية التي تعالج قضايا التنمية."¹⁵

- كما يعرف بأنه "فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يعمل على إحداث التحول الاجتماعي بهدف التطوير والتحديث، وهو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا."¹⁶

- ويعرف بأنه "الجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة التي تهدف إلى خلق مواقف واتجاهات ايجابية وصديقه للتنمية، وبذلك فإن الإعلام التنموي غير معني بصناعة التنمية ولكنه يبرئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل أن يستجيبوا للمخطط والبرامج التنموية بشكل فعال".¹⁷
- والإعلام التنموي هو "استخدام وسائل الاتصال من إذاعة مسموعة، وإذاعة مرئية (تلفزيون) وصحيفة وكتاب في تحويل مسار المجتمعات، من حالة هي عليها إلى حالة أفضل وأحسن، وذلك عن طريق الدراسة الموضوعية والإحصائيات والمعرفة التسجيلية للواقع والتخطيط والمتابعة وما شابه ذلك من أصول العلم، إضافة إلى المهارة المهنية والذاتية التي تتطلبها فنون الممارسة في العمل الإعلامي".¹⁸
- من خلال التعاريف السابقة يمكن ملاحظة أساسيات ترتبط بهذا المفهوم الإعلام التنموي هي:
- التنمية من منظور هذا المفهوم مرتبطة أساسا بوسائل الإعلام.
- يفرز واقعيا جهدا ونشاطا إتصاليا له قوانينه المنظمة.
- هو حركة مخطط لها وتنبع إستراتيجية بعينها.
- تتفق غايات هذ المفهوم وأهدافه مع غايات وأهداف عملية التنمية الواسعة لكن تختلف في الوسائل المستعملة.
- يعتبر كمحرك أساسي لعملية التنمية في حد ذاتها.
- وعليه يمكن تعريف الإعلام التنموي بأنه الاستعمال الأمثل/الأقصى لوسائل الإعلام داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية العامة ومصلحة المجتمع مهما كان حجمه و بمختلف أطيافه. وهو الاستخدام الممنهج للإعلام للنهوض بتنمية المجتمعات.

2. نظريات الإعلام التنموي

1.2. نظرية "دانييل ليرنر" (Daniel Lerner) أو نموذج التحديث

ينطلق "دانييل ليرنر" في نظريته حول العلاقة بين التحضر و وسائل الإعلام من مقدرة الإنسان على التقمص الوجداني ، هذه المقدرة التي يعتبرها إحدى الخصائص الأساسية اللازمة للانتقال من مجتمع تقليدي إلى مجتمع حديث.¹⁹ حيث يشير التقمص الوجداني إلى عمليات التغيير والتحديث عند الإنسان والتي تتمثل في الحركة الاجتماعية والنفسية، ويرى بأنه آلية داخلية تمكن الأشخاص من العمل بكفاءة في عالم متغير.²⁰ وهنا يأتي دور وسائل الإعلام وهو مضاعفة الحراك الذهني للأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة و بالتالي نشر اتجاهات محابية للتغيير الاجتماعي ويشير في هذا الصدد: إن وسائل الإعلام أكبر عامل فعال في التنمية ، فعن طريقها يتعلم الناس المشاركة و يتدربون على الإعتماد على سلسلة من الآراء يكون لهم حرية الاختيار بينها، كما أنّ وسائل الإعلام تقدّم الحلول من أجل الوصول إلى هذه المستويات.²¹

و من أهم نتائج هذه النظرية :²²

- أنّ الناس الأكثر اتصالا بالعالم الخارجي هم أكثر استعدادا لقبول التغيرات الاجتماعية .
- أنّ الاتصالات ومعرفة تجارب الآخرين تساعد على تسهيل التغيرات الاجتماعية .
- هناك توافقا 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" أنّ التمدن يزيد الحاجة للإعلام وهو قاعدة الانطلاق لتطوير وسائل الإعلام. في الأخير نستخلص أنّ هذه نظرية "دانييل ليرنر" تمتلك في شق كبير منها الكفاءة النظرية ؛ إلا أنّ محك الصدق الأميركي يبقى رهن السياقات الاجتماعية والسياسية للبنى الاجتماعية لكل دولة وكل نظام إعلامي.

2.2. نظرية "ولبر شرام"

أشار "شرام" إلى العلاقة القوية بين وسائل الاتصال وعمليات التنمية المختلفة، ويرى أنه مثلما يشكل الاقتصاد رأس الرمح في عمليات التنمية فإن الاتصال يشكل الدور الفاعل في الإسراع بعمليات التنمية وركز على ضرورة تنمية وسائل الاتصال لتؤدي واجباتها في مضمار عمليات التنمية، والتي لخصها في عدة وظائف وهي:²³

- الرقابة، التعليم ، توسيع الآفاق الفكرية، معرفة أسلوب حياة الآخرين، تنمية التعاطف بالتقريب بين الناس، التعرف والاطلاع على مختلف الأشياء في البلد، تقديم قيادة الإدارة الحكومية لشعبها لبث أفكارها ومعتقداتها وخطوات عملها، بعث الطموح والتطلع إلى حياة أفضل وإيجاد مناخ فكري يحفز الناس على التغيير والتطور.²⁴

أي أنّ جوهر نظرية "ولبر شرام" هي ضبط العلاقة الوظيفية والبنائية في العملية الإتصالية للإسراع بهيوض المجتمع تنمويا ، و لا تتوقف هذه العملية على العامل الإقتصادي فقط كما يعتقد الكثير من الباحثين، بل تتعداه إلى ضبط العلاقة بين كلّ من وسائل الإتصال ومختلف الدوايب المسؤولة عن تنمية في المجتمع..

3.2. نظرية انتشار المبتكرات

ترى هذه النظرية أنّ الإعلام عامل أساسي لحدوث القفزة التنموية، فاستعمال الإعلام بشكل مدروس يساعد في الإسراع في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية بحيث تضيق الفجوة القائمة بين الدول النامية والدول المتقدمة.²⁵

وقسم "روجرز" الأفراد حسب سرعة تبنيهم للأفكار والمبتكرات إلى خمس فئات على النحو التالي:

- المبتكرون (المغامرون): مستعدون لخوض المصاعب، ويملكون مراكز مرموقة، وأثرياء، ويتمتعون بالقيادة الفكرية، ولهم صلة بالمصادر العلمية، ويمثلون 2.5%.²⁶

- المتبنون الأوائل: وهم الرياديون، والمندمجون اجتماعيا، والمعروفون بحسن استعمالهم للمبتكرات، ويمثلون 13.5%.

- الغالبية المتقدمة: هم متفاعلون اجتماعيا وتبرز أهميتهم في مرحلة التبني، ويمثلون 34%.²⁷

- الغالبية المتأخرة (مشككون): وتتبنى الاستحداث بعد الفرد العادي، لأن هذه الأغلبية نزاعة إلى الشك، وتنتظر قرار جماعاتها الأولية ونفوذها لتساير بقية أفراد المجتمع، وتمثل 34%.

- البطيئون (المتكئون): وهم أكثر الأفراد تقليدا، ويحافظون على الأوضاع القائمة، ومهمشون، ويمثلون 16%.²⁸

حيث أعاد "روجرز" التأكيد على الدور المتعاظم والمتسارع لوسائل الإعلام الذي أشاد به "ولبر شرام"، و أقر بأن الإستعمال المخطط لها يساعد في ترقية ونمو هذه الدول ويساهم في سدّ الفجوة المعرفية السحيقة بينهما.

4.2. نموذج التبعية

بشير أهمّ منظري هذه النظرية "شيلر" و "ماتلارات" و "بويد باريت" أن التكنولوجيا والأنظمة الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي، وتسهم في خلق الثقافة المهجنة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي.²⁹

ويمكن حصر فرضيات نموذج التبعية في ارتباط النظام الداخلي للأقطار النامية بالسوق العالمي، تأثير تدفق التقنية والرسائل الاتصالية الغربية على عمليات التنمية، التركيز على القوى والعوامل الخارجية التي توجه وتدعم الحفاظ على التخلف في العالم الثالث، والشركات عبر الوطنية تعتبر معوقة للجهود التنموية لدول العالم الثالث.³⁰

إنّ المنطق الكلاسيكي التي تعتمد عليه هذه النظرية منذ نشأتها أثبت إلى حدّ كبير صدقه الأمبريقي، ولكن أثبت عدم كفاءة نظرية بالنظر إلى تجارب العديد من الدول التي كانت محلّ إستعمار وإستغلال، إلا أنّ القاعدة المتفق عليها لدى أصحاب هذا التيار، وكما أقرت وأكدت عليه مدرسة فرنكفورت أنّ هناك علاقة وطيدة بين تكنولوجيايات الإتصال الحديثة والإقتصاد والآثار اللامتناهية لها و الناجمة عنها في المجتمعات الضعيفة التي ما فتئت تستعملها بطريقة تعسفية خلقت لديها نوع من إغتراب زاد من تخلفها.

5.2. النموذج البنوي

ينطلق النموذج البنوي من فرضية أساسية هي: أنّ الإتصال عامل مكملّ للتحديث والتنمية ولكنه يبقى قليل الفعالية، إلا إذا أجريت التغيرات البنوية؛ أولاً للبدء في عملية التنمية، أي أنّ الإعلام وحده لا يستطيع أن يحقق التنمية القومية أو الريفية إلا إذا سهلت الأوضاع السياسية والإقتصادية هذه التنمية، وكانت الجماهير مقتنعة بما ينتج من ذلك من فوائد لهم ولحياتهم.³¹

فللعناصر البنوية دورا هاما في الإقلاع التنموي، ولا يكون هذا الإقلاع ذو فعالية إلا إذا تضافرت كلّ العناصر الداخلية المكونة للبناء كالنظام السياسي، والإقتصادي، والإتصال وتكون هذه الجهود والأنشطة مسيرة ومخططة في تناغم وتوازن مع حاجات البناء العام.

على اعتبار أنّ فرضيات النظرية البنوية في أنه يجب البدء بالقضاء على القيود الهيكلية أو المعوقات البنوية قبل البدء في عملية التنمية. ويجب التركيز على التنمية في الريف باعتباره أكثر المواقع حرمانا من الموارد واحتياجا للبنية التحتية. وإشراك الجماهير في العمليات التنموية لأنها المنتفعة من الجهود التنموية الوطنية.³²

يقوم الإعلام التنموي بوظائف متعددة بوصفه مجالا حيويا لعملية التنمية، حيث يسرّع فيها وبوجهها إل وجهتها الصحيحة بالتوافق و طلبات المجتمع ويمكن أن نذكر منها ما يلي:

- حسب "هارولد لاسويل" تحقق العملية الإتصالية ثلاث وظائف رئيسية في المجتمع:³³

- مراقبة المحيط و تقديم إنذارات حول المخاطر الوشيكة على نظام قيم الجماعات وأقسامها.
- ربط أجزاء المجتمع وفق متطلبات البيئة.
- نقل التراث الإجتماعي من جيل إلى جيل آخر أو ما يعرف بالنقل الثقافي.
- بالإضافة إلى وظيفة التسلية التي أضافها كل من "بول لازرسفيلد و روبرت كينغ ميرتن" و يندرج تحت هذه الوظائف كل مخرجات العملية الإتصالية سواء الكلاسيكية او ما تعلق منها بإفرازات وسائل الإعلام و الإتصال الجديدة ويمكن أن نرصد منها الوظائف التالية :
- الإخبار: حيث يقوم الإعلام التنموي بنقل الأخبار بمختلف أنواعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية سواء كانت محلية أو عالمية، وقد ساعد التطور التقني لهذه الوسائل وانتشار الفضائيات على جعل العالم قرية كونية فأصبح الإنسان أكثر اتصالا بالعالم الخارجي فضلا عن إتصاله بمجتمعه.
- الإعلام والتعليم: حيث تقدم وسائل الإعلام نوع من المعلومات المنهجية لتدعيم عملية التعليم الرسمي أو معلومات تكسب المرء مهارات جديدة.³⁴
- حيث أصبحت هذه الوسائل مدارس و جامعات مفتوحة على المجتمع و أصبح الكثير من الجمهور يعتمد عليها في تلقيه المادة العلمية.
- تعمل على توسيع الآفاق الفكرية ولفت انتباه الناس على القضايا العامة باعتبار التنمية تتطلب قيم ومعايير ومعتقدات إجتماعية متجددة، فنظام الاتصال هو أداة للتغيير نحو نظام اجتماعي شامل و التأثير في إتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استشعارا بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية أكثر استعدادا لحلها.³⁵
- فالكثير من المشكلات قد واجهتها وسائل الإعلام بكل حزم و قللت من وطأتها أو ساهمت في أفولها ، و نذكر هنا على سبيل المثال لا الحصر ظاهرة الأمية و تنظيم النسل ، فلولا برامج الراديو و التلفزيون ما كان لدول عديدة أن تخطوا خطوات جبارة في هذا المجال.
- التأثير في اتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استشعارا بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية وأكثر استعدادا لحلها ، كما تعلم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التحديث والتطوير لاسيما الجرأة وانتقاد الخطأ وانتقاد المسؤول الذي يخطئ، وعدم الخوف منه ، كما تساعد على إختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية.³⁶
- وقد أثبتت العديد من التجارب في الكثير من الدول و المجتمعات أنّ وسائل الإعلام كانت أنجع وأحسن وسيلة رافقت التنمية و بالأخص في دول نامية في أمريكا اللاتينية و أفريقيا ، حيث سهلت للجماهير الولوج و التآلف مع المعلومات النابعة من هذه الوسائل أحسن من سردياتها عن طريق فنون أخرى و بالتالي فهي تنمي المهارات و نصقل التجارب.
- اختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية.

- تعليم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التحديث والتطوير لا سيما الجرأة وانتقاد الخطأ وانتقاد المسؤول الذي يخطئ، وعدم الخوف منه.³⁷

وهنا تبرز وظيفة على غاية من الأهمية لوسائل الإعلام وهي خلق حس نقدي واعي داخل المجتمع ، بحيث بها ترافق المسؤول وترافق المواطن في الرفع من مستوى وعيه ويكون سلاحه في ذلك منبر وسائل الإعلام.

3. وظائف الإعلام التنموي

يقوم الإعلام التنموي بوظائف متعددة بوصفه مجالا حيويا لعملية التنمية ، حيث يسرّع فيها ووجهها إل وجهتها الصحيحة بالتوافق و طلبات المجتمع ويمكن أن نذكر منها ما يلي:

- حسب "هارولد لاسويل" تحقق العملية الإتصالية ثلاث وظائف رئيسية في المجتمع:³⁸
- مراقبة المحيط وتقديم إنذارات حول المخاطر الوشيكة على نظام قيم الجماعات وأقسامها.
- ربط أجزاء المجتمع وفق متطلبات البيئة.
- نقل التراث الإجتماعي من جيل إلى جيل آخر أو ما يعرف بالنقل الثقافي.
- بالإضافة إلى وظيفة التسلية التي أضافها كل من "بول لازرسفيلد وروبرت كينغ ميرتن"
- و يندرج تحت هذه الوظائف كل مخرجات العملية الإتصالية سواء الكلاسيكية او ما تعلق منها بإفرازات وسائل الإعلام والإتصال الجديدة ويمكن أن نرصد منها الوظائف التالية :
- الإخبار: حيث يقوم الإعلام التنموي بنقل الأخبار بمختلف أنواعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية سواء كانت محلية أو عالمية، وقد ساعد التطور التقني لهذه الوسائل وانتشار الفضائيات على جعل العالم قرية كونية فأصبح الإنسان أكثر اتصالا بالعالم الخارجي فضلا عن إتصاله بمجتمعه.
- الإعلام والتعليم: حيث تقدم وسائل الإعلام نوع من المعلومات المنهجية لتدعيم عملية التعليم الرسمي أو معلومات تكسب المرء مهارات جديدة.³⁹

حيث أصبحت هذه الوسائل مدارس و جامعات مفتوحة على المجتمع و أصبح الكثير من الجمهور يعتمد عليها في تلقيه المادة العلمية.

- تعمل على توسيع الآفاق الفكرية ولفت انتباه الناس على القضايا العامة باعتبار التنمية تتطلب قيم ومعايير ومعتقدات إجتماعية متجددة، فنظام الاتصال هو أداة للتغيير نحو نظام اجتماعي شامل و التأثير في إتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استشعار بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية أكثر استعداد لحلها.⁴⁰

فالكثير من المشكلات قد واجهتها وسائل الإعلام بكل حزم و قللت من وطأتها أو ساهمت في أفولها ، و نذكر هنا على سبيل المثال لا الحصر ظاهرة الأمية و تنظيم النسل ، فلولا برامج الراديو و التلفزيون ما كان لدول عديدة أن تخطوا خطوات جبارة في هذا المجال.

- التأثير في إتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استشعارا بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية وأكثر استعداد لحلها ، كما تعلم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التحديث

والتطوير لاسيما الجرأة وانتقاد الخطأ وانتقاد المسؤول الذي يخطئ، وعدم الخوف منه ، كما تساعد على إختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية⁴¹.

وقد أثبتت العديد من التجارب في الكثير من الدول والمجتمعات أنّ وسائل الإعلام كانت أنجع وأحسن وسيلة رافقت التنمية وبالأخص في دول نامية في أمريكا اللاتينية وأفريقيا ، حيث سهلت للجماهير الولوج والتألف مع المعلومات النابعة من هذه الوسائل أحسن من سريانها عن طريق قنوات أخرى وبالتالي فهي تنمي المهارات ونصل التجارب.

- اختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية.

- تعليم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التحديث والتطوير لا سيما الجرأة وانتقاد الخطأ وانتقاد المسؤول الذي يخطئ، وعدم الخوف منه⁴².

وهنا تبرز وظيفة على غاية من الأهمية لوسائل الإعلام وهي خلق حس نقدي واعي داخل المجتمع ، بحيث لها تراقب المسؤول وترافق المواطن في الرفع من مستوى وعيه ويكون سلاخه في ذلك منير وسائل الإعلام.

4.متطلبات نجاح الإعلام التنموي

لنجاح العملية التنموية الهادفة المرتكزة أساسا على وسائل الإعلام وجب توفر عناصر هيكلية لإنجاح البناء العام ويمكن أن نوجزها في :⁴³

1.4. طلبات هيكلية: وتتمثل في:

- توفير وسائل إعلام وإتصال متطورة مختلفة سمعية بصرية مقروءة- مسموعة- مرئية- إنترنت، فمن خلال هذه الوسائل يمكن تعريف الناس بحقيقة مشاكلهم ونقل أفكارهم لتحقيق التطور المنشود.

- تأمين الكوادر الإعلامية المتخصصة وذلك من خلال الاعتماد على خريجي كليات الإعلام والصحافة وتقني الصحافة الإعلامية وتوفير الكادر الإعلامي اللازم لإعداد البرامج الاعلامية.

2.4. طلبات لوجستية: وتتمثل في:

- توزيع وسائل الإعلام المتعلقة بالتنمية بشكل جغرافي يتناسب مع مساحة البلد بحيث تشمل كل المناطق والنواحي والقرى ذات الكثافة السكانية العالية.

- التنسيق ما بين توجهات الدولة التنموية ومؤسسات الإعلام، كوضع الخطط والبرامج المشتركة لتحقيق الأهداف المطلوبة.

- فسح المجال واسعا أمام مشاركة الجماهير وبشكل مباشر في طرح قضاياهم ومساءلة المسيئين عبر حوارات جادة وعقلانية وشفافة وديمقراطية.

- استخدام أدوات البحث العلمي لزيادة المقدرات الإعلامية على التحليل والاستقراء، والمهنية والمصداقية واحترام الحرية الصحافية والاستقلالية في تحديد مشكلات وقضايا وتحديات التنمية، والاستفادة من العلم

والتكنولوجيا الإعلامية والثورة التقنية، لبناء قاعدة معلومات وتحليلات يستفاد منها في وضع استراتيجيات وتحليل السياسات.

ونشير إلى أنه من أجل إنجاح هذه الخطط يجب أن نعرف بأنه هناك نوعين من الإعلام التنموي وهما:

- الإعلام الجماهيري: والذي يشمل وسائل صحافة مطبوعة، صحافة الالكترونية، تلفزيون، إذاعة.
- الإعلام المباشر: أي الإعلام الصادر من منظمات المجتمع المحلي والذي يشمل لقاءات مفتوحة مع أفراد المجتمع المحلي (المستهدف) وإصدارات مطبوعة أو مسجلة.⁴⁴

من خلال معالجة متطلبات نجاح الإعلام التنموي نستشعر أن نجاح الخطط التنموية يستجيب حتما لما أسمىناه بالطلبات الهيكلية و الطلبات اللوجستكية وهذا في أي بلد مهما كانت أيديولوجية نظامه الإعلامي ومهما كانت الفلسفة التي تؤطره.

5. موقع الإعلام وعلاقته بالعملية التنموية

من دون شك أن كل عملية أو تجربة تنموية في أي دولة كانت تعطي لنظام الإعلام موقعا ومكانة خاصة ، سواء كانت في أعلى المراتب كما نشهده في الديمقراطيات العريقة أو في أدناها كما هو الحال في الدول العربية والدول المتخلفة عموما في العالم ، فهو لا يعد -النظام الإعلامي- أن يكون بوقا للنظام الذي إختلقه من أجل تغذية وتوفير ظروف إنجاح الفشل وليس إنجاح التنمية.

يقول خبير الإعلام التنموي الدكتور زكي الجابر "بات من حكم المؤكد أن الإعلام يمكن أن يكون الاتجاهات الايجابية نحو التقدم المنشود للبلدان النامية، وبذلك يسهم في تسريع التنمية بزيادة فعالية الأساليب الأخرى". فتكوين الاتجاهات والمواقف والآراء يتم عن طريق نشر القيم وكل ما يدعو إلى الإيمان بالقدرة على البناء وتصور النماذج الإنسانية المتقدمة حضاريا، وهذا ما تقوم به أجهزة الإعلام الحديثة ، وإن عدم مساهمة الإعلام ووسائله في خطط التنمية يؤدي إلى حصول إخفاقات ومصاعب غير متوقعة تؤثر سلبا على مجرى العملية التنموية ، ومما لا شك فيه أن دور الإعلام في المجتمع ينبع من أهمية ما يعطي الإعلام من ادوار داخل المجتمع خلال عملية البناء التنموي، فالإعلام يساعد على إيجاد اتفاق عام بين فئات المجتمع الواحد ويقوم بحثها على المشاركة في عمليات التنمية المستدامة.⁴⁵

إن وسائل الإعلام تؤدي دورا محوريا في حياة الفرد والأسرة والمنظمة والمجتمع، وفي بناء الحضارات، وهي بذلك تساهم في عملية التنشئة الاجتماعية وفي تشكيل الرأي العام والذاكرة الجماعية للمجتمع. كما أنها تؤدي دورا استراتيجيا في التنمية المستدامة بمختلف مجالاتها، ويؤكد الخبراء أن هناك علاقة وثيقة بين الإعلام والتنمية حيث لا يوجد إعلام بدون تنمية ولا تنمية بدون إعلام وكل تنمية متواصلة تحتاج إلى إعلام متواصل، وهذا يعني أن الإعلام في مجال التنمية هو بمثابة نشاط شامل ومخطط ومتعدد الأبعاد يخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والإصلاح الاقتصادي والاجتماعي، عبر تقديم صورة عن طبيعة التوجهات المستقبلية للمجتمع في هذا المجال والتعريف بالنشاطات التنموية، وتشجيع حركة التبادل التنموي من خلال ما يسمى بـ "الاتصال المعزز للتنمية" الذي يهدف إلى نشر ثقافة

التنمية لتفسير المضامين التنموية في قوالب إعلامية مهنية جاذبة لخدمة أهداف المجتمع وتنشئته على مفاهيم تنموية تخدم مصالحه.⁴⁶

و بناء على ذلك يمكن عزو جزء كبير من تخلف مجتمعاتنا إلى تصورنا القاصر لوظيفة و موقع النظام الإعلامي من بين الأنظمة الفرعية المشكلة للنسق العام.

6. دور وأهمية الإعلام التنموي في تنمية الواقع المجتمعي

من المسلّم به أنّ للممارسة وسائل الإعلام لوظائفها داخل المجتمع إفرازات كثيرة ، و للإعلام التنموي خطوة خاصة بإعتباره عصب حساس يربط بين كافة أجزاء المجتمع.

و تتحدد أهمّ ملامح الإعلام التنموي، بإجماع العديد من الأكاديميين والباحثين والمتخصصين في علوم الإعلام والاتصال في أنّ الإعلام التنموي قد تجاوز الأساليب التقليدية المتمثلة في نقل المعلومة ، إلى المشاركة الفعالة في كافة خطط التنمية، وتتبع سيرها من خلال مختلف الأنشطة والأشكال الإعلامية .ويظهر دور الإعلام التنموي بجلأه أثناء تعرض الواقع إلى أزمات وحالات طوارئ مفاجئة، من خلال اعتماد الإعلام على استفزاز الواقع اليومي وخلق جو من الألفة والتفاعل مع الضحايا والمتضررين. كما يساهم الإعلام التنموي في تلقين الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تقتضيها عملية التحديث والتطور، لاسيما الجرأة وانتقاد المسؤولين وعدم الخوف منهم، كما يشارك الإعلام التنموي في تنمية المجتمع المباشرة من خلال شتى الأنشطة والإسهامات، كمحو الأمية الهجائية، وتنظيم الدورات التكوينية، والتثقيف النسائي، والتربية، وغيرها، فكلما كان الإعلام التنموي متطورا في أدائه ووسائله، كلما أثر ذلك أكثر في الواقع، فالدراسات تجمع على أن ثمة ارتباطا وثيقا بين النمو الاقتصادي ونمو وسائل الإعلام.⁴⁷

نلاحظ من خلال هذا السياق التحليلي الدور التشاركي المحفز والفعال الذي يلعبه الإعلام التنموي داخل المجتمع من أجل خلق مستوى فهم و تجانس ملائم بين وحدات المجتمع المختلفة ، وإنّ كلّ هذه السيرة الديناميكية ترجع بالإيجاب على المجتمع برمته.

في هذا الصدد يمكن لنا أن نترصد الدور الاجتماعي للإعلام التنموي من خلال:⁴⁸

- تحويل وتعديل موقف الناس وتصرفاتهم ازاء مواضيع التحديث والتطوير لا سيما إصلاح الإدارة وإصلاح القضاء وتطوير التشريعات ومحاربة الفساد والمشاركة بالرأي.
- توسيع الآفاق الفكرية عند الناس من خلال منظور جديد يتطلب منهم اعتماد وسائل جديدة أكثر عصرية واعتماد انماط سلوكية واساليب عمل أكثر تطورا واشعارهم بان التحديث والتطوير وما يتضمنه من اهداف ومبادئ هو الكفيل لتلبية حاجاتهم.
- تقوية الاواصر بين القيادة والناس ومن خلال توسيع الحوار بين جميع افراد المجتمع وبين المجتمع والدولة.
- يهدف إلى تأكيد أهمية مبدأ الوحدة الوطنية وتوسيع دائرة الحوار السياسي، ودفع الناس باتجاه المشاركة السياسية واتخاذ القرار وتوضيح الأبعاد الوطنية للتنمية.

- يسعى في خلق الظروف المواتية للتنمية ودعم التحولات الاجتماعية، وترسيخ التطورات الإيجابية في مجال التعليم، والاهتمام بالتربية جنباً إلى جنب مع التطور الاقتصادي والاجتماعي.
 - يسهم في ترسيخ الوعي الحقيقي بالتنمية القائم على المصارحة وتقديم الحقائق ومن ثم تبني الخطط التنموية اللازمة.
 - يؤدي الاعلام التنموي دورا تثقيفيا كبيرا من خلال رفع المستوى الثقافي للناس وتعليمهم .
- وتكمن أهمية الإعلام التنموي كوسيلة فاعلة في عملية التنمية الشاملة، أي بمعنى أن التنمية هي القضية الرئيسية والمحورية والسبيل الوحيد للارتقاء بالإنسان وجعله قادرا على مواجهة تحديات الحاضر ومتغيرات المستقبل حيث ويقوم بمهمة أساسية وهي التخطيط الإعلامي في مجال التنمية و 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، وهذا ما يسمى بالهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري أي أنّ دور التخطيط الإعلامي في التنمية ينصب في تحقيق الأهداف الوطنية والقومية، لأنّ أهمّ الأسس التي يركز عليها منهج تنمية المجتمع، هي توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم، والإسهام بفاعلية في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم، وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم وتوعيتهم ليكونوا على إدراك ووعي بمشكلات بيئتهم، خاصة وأنّ الدور ينصب على كيفية توجيه الجماهير لخدمة الرخاء ويكمن المنطلق الأساسي للتخطيط الإعلامي في إدراك الإتجاهات المتعارضة لأفراد المجتمع وجماعاته الصغيرة. وعندما ينجح الإعلام في توحيد الإتجاه بين الأفراد والجماعات فإنّ المحصلة ستكون توحيد أفراد وجماعات المجتمع نحو هدف واحد عام للمجتمع أو عدة أهداف جزئية.⁴⁹

يمكن وبكل سهولة أن نلمس ذلك الدور الفعال في إرشاد وتوجيه المجتمع عن طريق التخطيط والبرمجة الإعلامية لإنجاح إستراتيجيات تنموية ضخمة من شأنها أن تعود بالرفاهية على الأفراد والمجتمعات. ولإبراز مجالات دور وسائل الإعلام في دعم وتشجيع الخطط التنموية يمكن أن نرجع على أهمّ الجوانب الآتية:

1.6. الإعلام والتنمية السياسية

الإعلام والتنمية السياسية يسيران جنبا إلى جنب، إلا أنّ التوظيف كان دائما لصالح التنمية السياسية؛ حيث قدّم الإعلام في هذا المجال خدمات جليّة وذلك بمرافقة كل المشاريع والنماذج السياسية لأي دولة عن طريق تزويد الفضاء العام بالنقاشات والحوارات التي من شأنها أن تهمّ الرأي العام أو بالأحرى التي تساعد على نشأة وبلورة الرأي العام.

إنّ التنمية السياسية يمكن تلخيصها في رأي عام قوي، ثقافة سياسية حقيقية، مشاركة سياسية فعالة، والاعلام يقع على عاتقه الجزء الأكبر في تحقيق تلك الملامح. فالصحافة الحرة النزّهة هي ضمير الشعب وصوته الجهور وقلبه النابض، فالصحافة الصادقة الموضوعية تكون قادرة على اكتساب ثقة الشعب، فتستطيع بما تعرضه من أحداث وأخبار بشكل موضوعي دون محاباة أو مبالغة أو تقصير تشكيل الوعي السياسي لدى المواطن، كما أن الصحافة لها دور في نشر الوعي بين المواطنين عن ضرورة المشاركة السياسية وأثرها على ارتقاء الحياة السياسية، كما يعتبر التلفزيون للكثير من المواطنين - وبخاصة الاميين - المصدر الوحيد

للمعرفة، فالتليفزيون يقع على عاتقه الى جانب الصحافة تشكيل رأي عام قوي من خلال برامج سياسية تنمي الوعي السياسي لدى المشاهد وتقديم مسلسلات وأفلام تعرض القضايا السياسية بشكل أكثر تعمقا وتفصيلا لكي يكون المشاهد على دراية بكل جوانب القضايا السياسية المختلفة، وبذلك يكون الاعلام بمؤسساته المختلفة قادرا على خلق جيلا جديدا من المواطنين ذو الوعي السياسي القادرين على المساهمة الفعالة في الحياة السياسية.⁵⁰

2.6. الإعلام والتنمية الثقافية والإجتماعية

حسب إحدى الوظائف الكلاسيكية للإعلام و التي اقرّها "هارولد لاسويل" هي نقل الإرث الثقافي و الإجتماعي بين الأجيال ، ولعلّ هذه المهمة كان لها الأثر البالغ في المحافظة على ذاكرة المجتمعات و الموروث الثقافي للمجتمع بمختلف أطيافه بالإضافة إلى التواصل فيما بينها و بين مختلف الحضارات و بالتالي يعتبر الإعلام وعاء و خزاناً للإنسانية على مرّ التاريخ.

فهي قبل كل شيء تنمية بشرية وثقافية تستلزم إحداث تغييرات جوهرية في الفعل والسلوك والآراء والاتجاهات والمعتقدات والقيم وطرق التفكير. والتنمية الاجتماعية والثقافية تعني رفع المستوى الثقافي لدى المواطنين وتأسيس العادات والقيم الاجتماعية الصحيحة، ونبذ تلك القيم والعادات التي لا تتلاءم مع طبيعة المجتمع والتي من شأنها تشويه المجتمع وإخفاء ملامحه الأصلية... من خلال إثارة الاهتمام وتركيز الانتباه على عادات وممارسات وأساليب تكنولوجية جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وأنماط سلوكهم. ولعلّ أهمّ دور يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام محو الأمية الثقافية والمهنية والحفاظ على التراث والثقافة الشعبية، والمساهمة في نفس الوقت في تحديث العقلية، وكذلك الإهتمام بالفنون المحلية وأشكال الإبداع التي تعتبر من المكونات الذاتية الثقافية لكل مجتمع إنساني. وعلى وسائل الإعلام أن تظهر العقبات الاجتماعية التي تقف حائلاً أمام مخططات التنمية كالارتفاع الكبير في معدلات المواليد، التفسير الخاطئ لتعاليم الدين، انخفاض المستويات الصحية وارتفاع نسبة الأميين وتلوث البيئة..⁵¹

3.6. الإعلام والتنمية الاقتصادية

لا يمكن أن نتصور نهوضاً اقتصادياً من دون دعم و تعبئة و ترويج إعلامي مخطط و محكم ، فكثير من التجارب الاقتصادية فشلت لأنها لم تحظ بدعم و مرافقة وسائل الإعلام و لم تكن شريكا فعالا إلى جانبها منذ بدء المشروع أو التجربة الاقتصادية.

و لا شك أنّ التنمية السياسية والتنمية الثقافية والاجتماعية تخلق تنمية اقتصادية ومن خلال دور الإعلام في التنمية السياسية والثقافية فإنه وبلا شك يصبح له دورا في التنمية الاقتصادية.⁵²

فالإعلام يساهم بتعريف الجمهور بخطط التنمية وأهدافها محاولة بذلك تعبئته للمشاركة الفعالة، وتحفيزه على اتباع أنماط سلوك إنتاجية واستهلاكية جديدة ومراعاة العوامل التي تساعد على زيادة الإنتاج والإنتاجية في المجال الزراعي والصناعي وحتى في مجال الخدمات. ويجب التركيز على القطاع الريفي والقروي على الخصوص من خلال توعية مواطنيه بواقعهم وحملهم على تحسين أوضاعهم المعيشي بإرشادهم في

المجال الزراعي وتمكينه من الاستفادة من الوسائل الحديثة للإنتاج، وتدريبه على مهارات جديدة. وعلى الإعلام هنا أن يهتم بعرض المشاكل والحلول الخاصة بعوائق التنمية الاقتصادية في المجتمع⁵³.

خاتمة

يساهم الإعلام التنموي المخطط بإحكام و المرتبط بمسار التنمية في تحديد احتياجات و إشباعات المجتمع وترتيب أولوياته وتحديد المشكلات الحقيقية التي تواجه المجتمع، مع اختيار أنسب الطرق وأنجعها لمعالجتها في حينها وتحديد مستويات الجهات المسؤولة عن التنفيذ والإنجاز، وهذا يعني أنّ الإعلام التنموي نشاط شامل ومخطط ومتعدد الأبعاد والمراحل يخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية التنمية. ، فالاستراتيجيات التنموية لا تستغني بتاتا عن الإعلام حيث يعتبر العمود الفقري للخطط التنموية، لأن علاقتهما مترابطة لا تقبل الانفصال، فحاجة الخطط التنموية للإعلام ضرورية ، ومسؤولية الإعلام تجاه عملية التنمية تقتضي تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات التي يمكن للمعنيين بالتنمية و الفائمين عليها كمراكز الأبحاث و الدوائر الحكومية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها، وبقدر ما يحويه الإعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر ما تحقق التنمية أهدافها المرجوة.

الهوامش

- ¹ أميرة عبد الله جاف، مفهوم الإعلام التنموي ودوره في المجتمع، 2018/02/08، 10:17، <http://waseem.sudanforums.net/t595-topic>
- ² هشام بالرايس، الإعلام والتنمية، تونس، 2013، 20:40، http://alfikhir.blogspot.com/2013/05/blog-post_10.htmlK
- ³ عزوزنش؛ حفيظة بوهالي، دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة، مجلة إسهامات للبحوث والدراسات، م(1)، ع(01)، جامعة غرداية، 2016، ص63.
- ⁴ رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام و الاتصال المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر و التوزيع، جدار للكتاب للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008، ص19.
- ⁵ علي عبد الفتاح علي، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2014، ص36.
- ⁶ زهير عبد اللطيف عابد، الإعلام الجماهيري، ط2، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2015، ص 101.
- ⁷ إياد عمر أبو عرقوب، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني نظرة إعلامية..هندسية..مهنية، ط1، دار البداية ناشرون و موزعون، 2012، عمان-الأردن، ص 19.
- ⁸ les définition,06/05/18,10:40,<http://lesdefinitions.fr/information>,
- ⁹ عاطف عدلي العبد؛ نهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط5، دار الفكر العربي، 2007، ص9.
- ¹⁰ إلهام صفرة؛ ربيعة فندوشي(د س)، الاتصال التنموي بالجزائر الأسس- الوظائف- الاستراتيجيات ، قسم علوم الإعلام والاتصال، معهد الآداب واللغات، جامعة المدية، (د س)، ص3.
- ¹¹ جمال الجاسم المحمود، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد(20)، العدد(2)، جامعة دمشق، 2004، ص248.
- ¹² عزوزنش؛ حفيظة بوهالي، مرجع سابق، ص64.
- ¹³ فوزية حجاب الحربي، دور الإعلام ..في دعم خطط التنمية المستدامة، 2016، ص10.
- ¹⁴ HYPERGE,06/05/18,10:45<http://www.hypergeo.eu/spip.php?article511>
- ¹⁵ جمال الجاسم المحمود، مرجع سابق، ص 251.
- ¹⁶ عزوزنش؛ حفيظة بوهالي، مرجع سابق، ص 66.
- ¹⁷ بالرايس هشام، مرجع سابق.

- ¹⁸ فطيمة لبصير، الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية، مجلة العلوم الإنسانية، م(ب)، ع(47)، 2017، ص 53.
- ¹⁹ نش عزوز؛ بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص 67.
- ²⁰ عاطف عدلي العبد؛ نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص 34.
- ²¹ فطيمة لبصير، مرجع سابق، ص 54.
- ²² نش عزوز؛ بوهالي حفيظة، مرجع سابق، ص 67.
- ²³ عاطف عدلي العبد؛ نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص 37.
- ²⁴ نش عزوز، حفيظة بوهالي، مرجع سابق، ص 68.
- ²⁵ عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط 8، إثراء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2014، ص 198.
- ²⁶ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص 39-40.
- ²⁷ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTIC/NICT) المفهوم- الاستعمالات - الآفاق، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010، ص 64.
- ²⁸ السعيد بومعزة، أtherosاتل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص 117.
- ²⁹ زهير عبد اللطيف عابد، الإعلام الجماهيري، ط 2، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 165.
- ³⁰ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص 41-42.
- ³¹ عزوز نش، حفيظة بوهالي، مرجع سابق، ص 69.
- ³² عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص 42.
- ³³ محمد فوزي كنازة، الإذاعة المسموعة: رهانات التخطيط والإنتاج الإعلامي في الوطن العربي، دار الإعصار العلمي، الأردن، 2018، ص 47-48.
- ³⁴ فوزية حجاب الحربي، مرجع سابق، ص 14.
- ³⁵ عزوز نش، حفيظة بوهالي، مرجع سابق، ص 71.
- ³⁶ نش، عزوز؛ بوهالي، حفيظة، مرجع سابق، ص 71.
- ³⁷ لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص 53.
- ³⁸ محمد فوزي كنازة، الإذاعة المسموعة: رهانات التخطيط والإنتاج الإعلامي في الوطن العربي، دار الإعصار العلمي، الأردن، 2018، ص 47-48.
- ³⁹ فوزية حجاب الحربي، مرجع سابق، ص 14.
- ⁴⁰ عزوز نش، حفيظة بوهالي، مرجع سابق، ص 71.
- ⁴¹ نش، عزوز؛ بوهالي، حفيظة، مرجع سابق، ص 71.
- ⁴² لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص 53.
- ⁴³ هشام بالرايس، مرجع سابق.
- ⁴⁴ أميرة عبد الله جاف، مرجع سابق.
- ⁴⁵ واقع الإعلام التنموي في العالم العربي، 2018/02/10، 09:51.
- ⁴⁶ عزوز نش، حفيظة بوهالي، مرجع سابق، ص 73.
- ⁴⁷ التجاني بولعوالي، أي دور للإعلام في التنمية المحلية؟، 2018/02/11، 10:48، <https://www.nadorcity.com>.
- ⁴⁸ أميرة عبد الله جاف، مرجع سابق.
- ⁴⁹ أميرة عبد الله جاف، مرجع سابق.
- ⁵⁰ محمد محمود السيد، دور الإعلام في التنمية، الحوار المتمدن، ع(3555)، 2011، 2018/02/08، 17:35، <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=284572>.
- ⁵¹ فطيمة لبصير، مرجع سابق، ص 58.
- ⁵² محمد محمود السيد، مرجع سابق.
- ⁵³ فطيمة لبصير، مرجع سابق، ص 58.