

الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية

ملخص:

تتناول هذه الورقة مفهوم الإعلام التنموي ودوره في تحقيق وتفعيل التنمية المحلية بصفقتها بوابة التنمية الشاملة، من خلال إشراك المجتمع المحلي في خدمة متطلبات التنمية وجعله عنصرا فاعلا في الخطط التنموية بالاستعانة بوسائل الإعلام التي تعمل كمساند دائم لخطط التنمية المحلية، وهذا بالتطرق لمفهوم الإعلام التنموي وأهم نظرياته مرورا بدوره في التنمية المحلية، ثم الأسس العلمية لاختيار الوسيلة المناسبة للإعلام التنموي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، التنمية، الإعلام التنموي، التنمية المحلية.

فطيمة لبصير

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي
البصري
جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة - 3-
الجزائر

مقدمة:

احتلت التنمية الشاملة موقعا هاما في اهتمامات المختصين في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، هذه الأخيرة التي أدركت ضرورة تطوير مجتمعاتها وانتشالها من وضعياتها المتخلفة إلى وضع أفضل. فبدأ الاهتمام بتنمية المجتمعات المتخلفة منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، وأصبح الآن رائدا في جميع أدبيات وحقول المعرفة، حيث حفلت السنوات الأخيرة من القرن الماضي بظهور عديد الدراسات والأبحاث حول التنمية، وتطور وتوسع مفهومها من مجال الاقتصاد إلى المجالات الأخرى.

Abstract:

This paper examines the concept of media development and its role in achieving and activating local development as a gateway to global development, through the involvement of the local community in serving the requirements of development, and making it an active component in the developmental plans by the usage of media as a permanent proponent of local development plans, by tackling media development concept and its principal theories and its role in the local development, in addition to its scientific background in order to select the appropriate means of development media.

Keywords: Media, Development, Media Development, Local Development.

وقد شكل موضوع التنمية المحلية أحد الركائز الأساسية التي تقوم عليها التنمية الشاملة، والتي تستهدف تحقيق التوازن التنموي بين جميع المناطق، حيث بدأت بوادر الاهتمام بها في البحوث والدراسات العلمية، ومن قِبَل السياسات والحكومات، وبرامج المنظمات الدولية في ستينيات القرن الماضي، من خلال تزايد اهتمام الدول بالتسيير اللامركزي، بهدف القضاء على الفوارق الجهوية بين العاصمة والجهات الأخرى للدولة والانتقال بالمجتمعات المحلية من حالة التخلف والركود إلى وضع التقدم والقوة، من خلال إشراك المجتمع المحلي بجميع أطرافه في وضع البرامج التنموية الهادفة إلى النهوض بهذه المجتمعات بالتعاون مع وسائل الإعلام لإثارة الوعي والإقناع بأهمية البرامج التنموية الخاصة بهذه المجتمعات، وما تعود به على السكان المحليين بصفة خاصة والوطن بصفة عامة.

ولا شك أن الإعلام بوسائله المختلفة، وبصفته السلطة الرابعة والرقابية وأداة التواصل بين صناع القرار والمواطنين، يقوم بدور رئيسي في التنمية من خلال حث الجماهير على الاشتراك في أنشطتها المختلفة، وتعبئة الأفراد بمحاولة إزاحة العوائق التي تحول دون تنفيذها على أرض الواقع، من خلال تعديل الاتجاهات ومحاولة تغيير السلوكات وتوجيهها فأصبح مطلباً حيوياً يقوم بتوصيل وتنفيذ ومتابعة الأهداف الوطنية والتنموية العليا، كما يلعب دور الشريك في تنمية المجتمعات المحلية بمساهماتها في تحديد احتياجات المجتمع وترتيب أولوياته ووضع استراتيجية لتلبية متطلباته، وتحديد المشكلات التي تعيق التنمية، واختيار أنسب الطرق لمعالجتها، ويعمل على أن يكون الفرد ليس مستفيداً من الخدمات فقط بل مساهماً فعالاً في الحفاظ على سلامة المحيط الذي يعيش فيه، لأن خطط التنمية المحلية رهينة بمشاركة جميع القوى المنتجة، ولن تقوم هذه المشاركة ما لم تقم وسائل الإعلام بمختلف أنواعها بتوعيتهم وتنقيفهم وتوجيههم لكل ما يخدم بيئتهم المحلية.

ومن هذا المنطلق كان الاهتمام بالإعلام ودوره التنموي، فظهر مفهوم الإعلام التنموي الذي يلعب 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. فما مفهوم الإعلام التنموي؟ وكيف يساهم في تفعيل التنمية المحلية؟

1- **مدخل مفاهيمي:** إذا أخذنا بالقول الحكيم بأن تأتي الأمور من أبوابها، فلا بد من أن نسعى إلى تعريف محدد لأهم مفهومي هذه الورقة، ألا وهما: التنمية المحلية والإعلام التنموي:

أ- مفهوم التنمية المحلية:

هي تلك العمليات التي توحد جهود الأهالي وجهود السلطات الحكومية لتحسين الأحوال الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية، وتحقيق تكامل هذه المجتمعات في إطار حياة الأمة ومساعدتها على المساهمة التامة في التقدم القومي، وتقوم هذه العمليات على عاملين أساسيين هما مساهمة الأهالي أنفسهم في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم والمساعدة الذاتية والمتبادلة بين عناصر المجتمع وجعلها أكثر فعالية (17).

ويعرفها الأستاذ آرثر دونهام (Arthur Dunham) بأنها نشاط منظم بغرض تحسين الأحوال المعيشية في المجتمع وتنمية قدراته على تحقيق التكامل الاجتماعي والتوجيه الذاتي لشؤونه، ويقوم أسلوب العمل على تعبئة وتنسيق النشاط التعاوني والمساعدات الذاتية للمواطنين، ويصحب ذلك مساعدات فنية من المؤسسات الحكومية والأهلية (17).

فالتنمية المحلية بهذا المعنى تغيير في البنية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع المحلي، بواسطة جملة من السياسات العامة والبرامج الحكومية، تكون للأجهزة المركزية والمحلية للدولة دور فعال في مجال التصميم والإعداد والإشراف على تنفيذ سياسات التنمية المحلية، ويقصد بالسياسات العامة للتنمية المحلية مجموعة الأهداف الملائمة لتحقيق التنمية الفعالة (1).

ب- مفهوم الإعلام التنموي:

تعددت تسميات الإعلام التنموي، فتارة يسمى (الصحافة المتخصصة في مواضيع التنمية)، وتارة (الإعلام للتنمية) وتارة أخرى (الإعلام لمساندة التنمية).

وكيفما كانت التسمية فإنه يحمل معنى واحداً، تحدده نورا كيرال (Nora Queberal) بقولها: "إنه فن وعلم الاتصال الإنساني الذي يستهدف الإسراع في تحويل البلد من الفقر إلى حالة ديناميكية من النمو الذي يوفر إمكانية أعظم للمساواة الاقتصادية والاجتماعية وإنجاز أعظم للإمكانات البشرية" (7). من خلال هذا التعريف نستنتج أن الإعلام التنموي يتضمن كل إعلام يستهدف تحقيق أهداف الخطة التنموية ويعمل على تسهيلها. أو هو وضع النشاطات المختلفة التي تطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة (11). 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 ومصلحة المجتمع العليا.

إذا فالإعلام 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 (41).

2- أهداف الإعلام التنموي

- ينضوي تحت مظلة مصطلح الإعلام التنموي مجموعة من الأهداف، كما حددتها النشاطات العلمية التي تناولت تأثير وسائل الإعلام في التجارب التنموية.
- وقد تم تحديد أهداف الإعلام التنموي في المؤتمر الدولي لسياسات الاتصال للإسراع بتنمية الاجتماعات الذي عقد سنة 1975، وذلك على النحو التالي:
- تحديد حاجات الناس ومنحهم شريحة مصادقية سياسية للتعبير عن تلك الحاجات بتزويد المواطن بمنفذ للنظام الاتصالي ليخدم كمرجع فعال للحكومة فيما يتعلق بأهداف التنمية وخططها.
 - تزويد جميع مستويات المجتمع بروابط اتصالية أفقية ورأسية ويدخل ضمن ذلك تنمية أساليب الاتصال التقليدية لدى المجتمع.
 - دعم الثقافة القديمة للمجتمعات المحلية عبر وسائل الإعلام الجماهيرية والمحلية التي تعتمد على التشجيع الفني للاعتراف القومي بهذه الثقافة.
 - العمل على رفع الوعي لدى الناس بمشاريع وفرص التنمية.
 - العمل على تعزيز الاتجاهات والدوافع التي تساهم في التنمية.
 - التزويد بالمعلومات المناسبة التي تحتاج إليها عملية التنمية في جميع مراحلها.
 - تدعيم التنمية الاقتصادية من خلال إيجاد روابط اجتماعية.
 - توفير الدعم لبعض المشاريع التنموية المحددة والخدمات الاجتماعية بما فيها الرعاية الصحية، التدريب الزراعي والمهني والمصلحة العامة، مشاريع تنظيم الأسرة (7).

3- مهامه:

- توفير المعلومات للسكان عن التنمية وشروط نجاحها، وكيفية إنفاق المال العام، وشرح القوانين وتبسيط الإجراءات، وذلك من خلال تنشيط وتوسيع الحوار وإتاحة الفرص أمام الناس للتعبير عن آرائهم وأفكارهم بخصوص كل مشاريع الحكومة، وكذلك الاستماع لأقوالهم وآرائهم والأخذ بالجادة منها.
- 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 الجراة وانتقاد الخطأ وانتقاد المسؤول الذي يخطئ، وعدم الخوف من المدير والوزير وأعضاء القيادة

لأن كل هؤلاء يتعرضون للمساءلة، وتعتبر وسائل الإعلام أهم سلاح في مساءلة الخارجين عن القانون والنظام العام وذلك من خلال نشر أعمالهم وأفعالهم المخالفة للنظام العام (10).

4- نظريات الإعلام التنموي:

انبثقت مجموعة من النظريات التي قدمها باحثون عالجت دراساتهم علاقة الإعلام بالتنمية، وتدخل في إطار مصطلح الإعلام التنموي، ومن أبرزها:

أ- نظرية التحضر عند دانيال ليرنر (Daniel Lerner):

تعتبر نظرية ليرنر عن التحضر من أشهر النظريات الإعلامية في التنمية، وركزت على دور وسائل الاتصال في التحضر، ويحدد ليرنر مفهومه عن التحضر بالحضارة الغربية التي يعتبرها الأساس والهدف الذي يتطلع له أبناء الشرق الأوسط شأوا أم أبوا، وتعتبر الحالة النفسية التي أطلق عليها ليرنر التقمص الوجداني (Empathy) هي أساس نظريته التنموية، فالأشخاص المتقمصون هم أولئك الذين يملكون قدرة عالية للاستجابة لكل جديد في بيئة متغيرة، ويرتبط بقوة هذا الحراك (Mobility) الذي يعني القدرة العالية على التغيير (16). وهنا يأتي دور وسائل الإعلام وهو مضاعفة الحراك الذهني للأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة وبالتالي نشر اتجاهات محابية للتغيير الاجتماعي.

ويوضح ليرنر أن النظم الإعلامية والاجتماعية تسير جنباً إلى جنب، ويقول إن وسائل الإعلام أكبر عامل فعال في التنمية، فعن طريقها يتعلم الناس المشاركة وذلك باختيار مواقف غريبة وجديدة عليهم، ويتدربون على الاعتماد على سلسلة من الآراء يكون لهم حرية الاختيار بينهما. كما أن وسائل الإعلام تصور مستويات متعددة لأنواع من المعيشة أكثر ثراء، وتقدم الحلول من أجل الوصول إلى هذه المستويات (4).

وقد دفع الاتجاه النفسي الذي أوحى به ليرنر العديد من علماء الاتصال لفحص العلاقة السببية بين انتشار وسائل الإعلام وإمكانية القراءة والتعليم والتحديث والتطور الاقتصادي وقدموا اقتراحاتهم حول ذلك أمثال عالم السياسة مككنرون (McCnron) و (Charles Cnudde) في عام 1967، أنموذجاً للتنمية السياسية الديمقراطية بتنبأ بزيادة في التمدن تؤدي إلى زيادة في التعليم الذي يؤدي بدوره إلى الزيادة في الإعلام وأخيراً زيادة في النمو السياسي والديمقراطي.

نقد نظرية ليرنر: يمكن تلخيص الانتقادات التي قدمت لنظرية ليرنر في الآتي:

- سلم ليرنر بشكل قاطع بأن التخلف هو أحد مراحل التطور في الوقت الذي أغفل فيه العوامل التي أدت إلى السكن في المدن وكيف حدث ذلك؟ وهل يمكن أن يحدث ذلك بنفس الطريقة وب نفس السرعة؟ كما أنه لم يناقش نسبة التعليم في العواصم الكبرى التي أطلق عليها مدن الصفح، وهل أدى تعرضهم لوسائل الإعلام إلى التعلم؟ وما مضمون ما تعلموه؟ ولم يقدم تعليلاً لتلك التساؤلات (7).

- لم يفرق ليرنر بين التحديث والتنمية واعتبرهما شيئاً واحداً، فالتنمية عملية شاملة، بينما التحديث يمكن أن يكون المظهر المادي للتنمية.

- أغفل ليرنر الجانب التاريخي الذي أدى إلى التقدم في بعض المناطق من العالم والتخلف في الجانب الآخر، كما أغفل التبعية كإفراز من إفرازات السيطرة الاستعمارية.

- إن ليرنر بدعوته تحطيم البنى الاجتماعية التقليدية للبلدان النامية وبالتالي تقمص الأدوار والأنماط الاجتماعية الغربية فإنه يحطم أي محاولة نهوض حضارية ذاتية ما دفع العديد من الباحثين في هذا المجال إلى وصفه بالعرقية.

- اختزال التنمية في نظرة سيكولوجية وإغفاله للأبعاد التاريخية والسياسية والاجتماعية والثقافية فضلاً عن تحيزه للنموذج الغربي وطرحه لنموذج وحيد قابل للتكرار في دول العالم الثالث (13).

ب- روجرز وانتشار المستحدثات (Diffusion of Innovation):

في عام 1962 أصدر روجرز (Everett Rogers) كتابه نشر الأفكار المستحدثات (Diffusion of innovations)، وفيه لخص ما يزيد على 500 بحث ومقالة أعدت خلال سبع سنوات من الدراسات التطبيقية عن تقديم ونشر الأفكار الجديدة داعماً بذلك ظهور نظرية عامة عن انتشار الأفكار المستحدثات

(61). وتعتبر دراسة روجرز المبكرة من أشهر الدراسات في هذا الصدد (7)، إذ ركز على دور وسائل الإعلام في نشر الأفكار والمستحدثات الجديدة، وانتهى روجرز، إلى أن معرفة القراءة والكتابة، والتعليم والمرتبة الاجتماعية والعمر والتفتح على ثقافات مختلفة، ترتبط بطرق التفكير والطموحات والتعاطف والقدرة على الابتكار، كما انتهى روجرز إلى أن التفتح على وسائل الإعلام هو المتغير المؤثر بالإضافة إلى التعليم، ويعتبر ذلك مؤشرا للتنمية، وذهب أيضا إلى أن ذلك يقوي حوافز الإنجاز ويقفل من الإيمان بالقدرة، وأدى ذلك بدوره إلى رغبة أقوى من تجربة المنتجات والمناهج الجديدة ويشجع الطموحات.

وقسم روجرز الأفراد حسب سرعة تبنيهم للأفكار إلى خمس فئات على النحو الآتي: المبتدعون للأفكار، المتبنون الأوائل، الغالبية المتقدمة الغالبية المتأخرة، المتكئون (7).

نقد النظرية: الملفت للنظر أن روجرز قد انتقد نظريته في مرحلة متأخرة، واعتبر أنها قد ساهمت في توسيع الفجوة الاقتصادية والاجتماعية بين سكان الأرياف وسكان المدن. كما اعتبر روجرز الأفكار المستحدثة فكرة تكنولوجية تناسب النموذج القائم على إدخال التكنولوجيا وعلى نموذج اتصالي يمتد من القمة إلى القاعدة (7). وأشار إلى أن الأبحاث التي جرت في العالم النامي برهنت على دور انتشار الأفكار المستحدثة في توسيع الفجوة بين الاقتصادية والاجتماعية بين سكان الأرياف (16).

وأشار بعض الدارسين الإعلاميين في حقل التنمية أن نموذج روجرز قد أهمل الظروف الخارجية في إعاقه قبول المستحدثات لدى الفلاحين، وأكد بعضهم على عدم كفايته من منطلق أن التكنولوجيا الجديدة لا تناسب وضع الفلاحين، ومن منطلق أيضا عدم الاهتمام بالموارد المحلية التي يستخدمها الفلاح التقليدي. كما لم يفرق بين الأفكار الضارة وغير الضارة، وتصور الاتصال كعملية رأسية تركز على المستقبل ودوافعه تجاه تبني أو رفض الأفكار ونتيجة لذلك تجاهل الباحثون رجع الصدى ولم يحاولوا معرف ما إذا كان يرفض الفكرة راجعا إلى عدم جدواها أو لقصور المعلومات المقدمة للجماهير. كما وجه هيدبيرو انتقادا لهذه النظرية لاعتمادها على المفهوم الغربي للتنمية في العالم الثالث، ذلك أن التنمية لدى روجرز في مراحلها الأولى هي التحديث على مستوى النظام الاجتماعي، وكل ما تحتاج له دول العالم الثالث تقنيات جديدة، قيم جديدة، منتجات جديدة ونظاما اجتماعيا جديدا، وبذلك لم يخرج من عرقية ليرنر (7).

كما أهمل روجرز أيضا العلاقات الاقتصادية الدولية في القرن التاسع عشر وما اقترفته من تبعية للغرب وبالتالي تفاقم الفجوة الاقتصادية بين البلدان النامية والبلدان الفقيرة.

ج- شرام والتنمية الوطنية:

يعتبر كتاب **ولبر شرام (Schramm)** عن وسائل الإعلام ودورها في التنمية الوطنية (mass media and national development) من أكثر الكتب شهرة في حقل الاتصال والتنمية. وفيه يؤكد "شرام" حاجة الدول النامية إلى نظام إعلامي وطني قوي، ويعبر عن تفاؤله بدور وسائل الإعلام في التنمية الوطنية بقوله: "إن وسائل الإعلام هي الأدوات الكبرى لتضخيم الأحداث وأفضل أمل للأمة في تعويض بعض تخلفها الإعلامي، والحفاظ بالقدر الذي يمكن للمعلومات أن تساعد به على الالتزام بالجدول الزمنية للتنمية الوطنية، ولهذا السبب فإن على الدول النامية أن تنظر بعناية إلى الفائدة التي تحققها من استخدام وسائل الإعلام" (19).

ويرى أن التغيير الاجتماعي أمر ضروري للانطلاق نحو العملية التنموية وذلك بإدراك الناس للحاجات التي لا تستطيع العادات القائمة أن تلبيها ولا السلوك الحالي إشباعها، وهنا يكمن دور وسائل الإعلام التي تستخدم لجر أقدام الناس لذلك، فالإعلام الذي يتراد تداوله هو الذي يضع بذرة التغيير إذ يهيئ المناخ للتنمية الوطنية، فهو يسير خبرة الخبراء حيث تقوم الحاجة إليها ويقدم المنبر للمناقشة، وهو يرفع المستوى العام للتطلعات التي تدفع إلى عملية التحول العصري، إذ تدفع الفلاح لأن يكون مالكا للأرض وتدفع ابنه لتعلم القراءة والكتابة وليحصل على عمل في المدينة وتدفع زوجة الفلاح لأن توقف الولادة ... الخ (7).

كما يرى شرام أن الإعلام إذا أحسن استخدامه يمكن أن يساعد على توثيق عرى البلاد بجماعاتها المتباعدة وثقافتها الفرعية المتباينة وأفرادها وجماعاتها المنطوية على نفسها وتنميتها المنفصلة وأن

يجعل خطة التنمية خطة وطنية حقيقية (16)، ويقر أن وسائل الاتصال جماهيري تستطيع أن تلعب دوراً في تذليل العقبات والصعوبات التي تواجه التنمية.

نقد نظرية شرام:

لا يختلف شرام عن غيره من علماء الاتصال الاجتماعي الغربيين، فقد سلك مسلكهم في اعتبار النمط الغربي هو الأنموذج الأمثل الذي يجب أن يتوجه نحوه أبناء العالم الثالث، وهو بذلك يغفل كغيره من علماء الاتصال استحالة حدوث نفس الشروط والظروف التي أوصلت الغرب إلى تلك الحالة من التطور التكنولوجي والمادي.

كما يتفق شرام مع غيره من الباحثين الغربيين في هذا المضمار على ضرورة حدوث التغيير الاجتماعي الشامل وفقاً لما يمليه أنموذج التحديث الذي أتى به ليرنر، لذا فإن شرام لا يدعو البلدان النامية إلى التطوير حسب الشكل السائد في العالم الغربي، دون النظر إلى ظروفها التاريخية التي مرت بها وخلقت منها الوجه الآخر للتقدم الاقتصادي الذي يعيشه الغرب.

ومن خلال النظريات الثلاث السابقة يتضح أنها تشترك في دعوتها لبلدان العالم الثالث إلى أن تصبح مثل الغرب، وفي ذلك تشويه لبنائها الاجتماعي والثقافي وقتلاً لروح الإبداع والنهوض الذاتي، كما أن تلك النظريات قد أغفلت الظروف التاريخية التي مرت بها شعوب العالم الثالث ممثلة بالاستعمار وآثاره الاقتصادية والثقافية والاجتماعية. كما ركزت على الجانب المادي والتكنولوجي في تنمية بلدان العالم الثالث وهي بذلك تزيد من التبعية ومقدار الفجوة الاقتصادية بين العالم النامي والعالم الصناعي (7).

د- النظرية التنموية: الإعلام التنموي وفق النظام الإعلامي الجديد

نظراً لاختلاف ظروف العالم النامي، وخاصة الدول التي ظهرت للوجود في منتصف القرن العشرين، والتي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لا بد لهذه الدول من أنموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية، ويناسب هذا الأنموذج الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية، فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينيات من القرن الماضي (2)، في إطار جهود اليونسكو، حيث برزت الدعوة إلى إقامة نظام إعلامي دولي جديد باعتباره من اللوازم الأساسية لمواجهة الاختراق الثقافي ودمج سياسات الاتصال في استراتيجية التنمية. وقد اتخذ هذا المفهوم مكانته عام 1976 في اجتماع خبراء الاتصال لدول عدم الانحياز في تونس، وتوجت تلك الجهود بتقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال " تقرير ماكبرايد" الذي قدم لليونسكو في فيفري 1980 (12).

وتقوم النظرية على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة ماكبرايد حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، والذي أكد في تقريره أن "الاتصال يعتبر مورداً رئيسياً من موارد التنمية، ووسيلة لضمان المشاركة السياسية الحقيقية وقاعدة معلومات مركزية لتحديد الاختيارات السياسية، وأداة لخلق الوعي بالأولويات القومية" (5).

وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبلها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي، وتتلخص أفكارها فيما يأتي (5):

- أن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.
- أن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.
- يجب أن تعطى وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.
- أن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى جغرافياً وسياسياً وثقافياً.
- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الإعلام لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.

- أن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.
- كما يحدد مصطفى المصمودي المهام الجديدة للإعلام التنموي في دول العالم الثالث على ضوء مفهوم النظام الإعلامي الجديد في النقاط الآتية (18):
- ضرورة الارتباط بأهداف التنمية الشاملة وخططها، وضرورة التكامل بين السياسات الثقافية والسياسات الاتصالية.
- تدعيم الانتماء القومي والرغبة في المشاركة السياسية، وخلق الوعي لدى الجماهير بأهمية الاكتفاء الذاتي والاعتماد على النفس.
- بناء نموذج اتصالي يقوم على المشاركة ويحقق ديمقراطية الاتصال.
- تشجيع الحوار حول التنمية وتركيز الاهتمام على جهود منطقي التنمية وقادة الرأي، فمن خلال هؤلاء تستطيع وسائل الإعلام التأثير على مجرى الأحداث.
- تحرير المجتمع من التواكل والجمود، وتشجيع المطامح الشخصية، وحث المتساكتين على تحسين ظروف حياتهم بالعمل البناء.
- تشخيص وتسجيل التحولات الاقتصادية ورصد الاكتشافات الجديدة، وكشف الانعكاسات التي قد تكون عائقاً في سبيل التنمية.

نقد النظرية:

لم تسلم هذه النظرية أيضاً من انتقادات المختصين رغم الأهداف التي سطرت من أجل تحقيقها، فالمأمل لواقع الإعلام التنموي سواء في العالم الثالث أو في العالم الغربي، يلاحظ عمق التناقض بين عناصر النظام الإعلامي الدولي الجديد وهذا الواقع، حيث لم تنجح هذه الدول في صياغة سياسات إعلامية تنموية ملائمة لظروفها ومن ثم أصبح الوضع الحالي لوسائل الإعلام من ناحية الشكل (البناء الطبقي لتدفق المعلومات) والمضمون (إعطاء صورة واحدة للتغيير) أمراً يتطلب مراجعة شاملة (18). ويؤكد فاروق أبو زيد التناقض بين حماس الحكومات العربية لإقامة هذا النظام الجديد ورغبتها في وضع حدود على وسائل الإعلام الدولية والمحلية بقوله: "إذا كانت الحكومات صادقة في تحمسها للنظام الإعلامي الجديد، فعليها أن تربط مطالبها الدولية بالنص على تطبيقاته المحلية من خلال تعديل نظام تبادل الأنباء ليكون أكثر عدلاً وتوازناً بين الحكام والمحكومين، ومن خلال معالجة احتكار السلطات السياسية لملكية وسائل الإعلام، وإلغاء القيود المفروضة على ملكية وسائل الإعلام وحرية إصدار الصحف" (10).

ولصياغة سياسات إعلامية تنموية ملائمة يقول محمد سعد إبراهيم (13): "إن المدخل الصحيح، يتمثل في إعادة النظر في الأنظمة الإعلامية المختلطة التي لا تتيح حرية التعبير، ولا تحقق ديمقراطية الاتصال... ففي ظل الاحتكار الحكومي لحق الإعلام، وغياب ديمقراطية الاتصال تصبح الأولوية لتدعيم الأوضاع القائمة، وتراجع التنمية الوطنية خاصة إذا اصطدم التغيير الاجتماعي والسياسي والثقافي بمصالح السلطات السياسية الحاكمة".

ومن خلال استعراض نظريات الإعلام التنموي في دول العالم الثالث يمكن أن نوجز الملاحظات التالية:

- لا يوجد نموذج واحد للاتصال والتنمية يصلح للتطبيق في كافة الدول النامية، ومن ثم تبدو أهمية صياغة نماذج بديلة تلائم واقع المجتمعات المختلفة دون إغفال ما توصلت إليه النظريات والنماذج السابقة من نتائج.
- أن أزمة الإعلام التنموي تكمن في الأساس في الممارسات الإعلامية، وطبيعة العلاقة بين السلطات السياسية ووسائل الإعلام، وما لم تعد صياغة هذه العلاقة على أسس عادلة ومتوازنة، سيظل الإعلام التنموي مجرد شعار للدفاع عن الأوضاع القائمة وتكريسها.
- دور وسائل الإعلام في عملية التنمية دور مساند أو مشارك، يتمثل في المساعدة على تهيئة مناخ موات للتنمية.

• أن نجاح الدور التنموي لوسائل الإعلام يتوقف على مدى تحديد ديمقراطية الاتصال، بمعنى تزايد التنوع والتعدد في المضمون، وتزايد المشاركة الشعبية في العملية الاتصالية، وتمثيل كافة التيارات والقوى الاجتماعية والسياسية في وسائل الإعلام كما وكيفا.

• أن الدور التنموي لوسائل الإعلام ينبغي أن يأخذ في الاعتبار تكامل الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لعملية التنمية (13).

5- دور الإعلام التنموي في تنمية المجتمعات المحلية

يقصد بتنمية المجتمعات المحلية في الدول النامية اتباع الأساليب الحديثة في العمل الاجتماعي والاقتصادي في مناطق معينة، وتقوم على أساس إحداث تغيير حضاري في طريقة التفكير والعمل والحياة، عن طريق إثارة وعي البيئة المحلية به - إن لم يكن ذلك الوعي قائما- أو بتنظيمه إن كان قائما، ثم بالمشاركة في الإعداد والتنفيذ من جانب أعضاء البيئة المحلية جميعا في المستويات الممكنة عمليا وإداريا (8).

ويمكن الحديث عن دور الإعلام التنموي في التنمية المحلية من خلال الأبعاد الآتية:

❖ **التنمية السياسية:** ويمكن تلخيصها في رأي عام قوي، ثقافة سياسية حقيقية ومشاركة سياسية، والإعلام له دور في نشر الوعي بين المواطنين عن ضرورة المشاركة السياسية وأثرها في ارتقاء الحياة السياسية، كما أننا يجب أن نتكلم عن الإذاعة التي تعتبر للكثير من المواطنين المصدر الوحيد للمعرفة، فالإذاعة تقع على عاتقها إلى جانب الصحافة التي تشكل رأيا عاما قويا من خلال البرامج السياسية وتنمي الوعي السياسي لدى المواطن، وبإمكان الإذاعة ببرامجها المتنوعة إيجاد قاعدة عريضة وتطوير الشعور بالانتماء للوطن الواحد، فهي وسيلة للتعليم الجماعي وتوعية المواطنين على المعايير البناءة على الرغم من اختلاف الآراء، وهي كذلك تدريب على المواطنة (6).

❖ **التنمية الثقافية والاجتماعية:** هي قبل كل شيء تنمية بشرية وثقافية تستلزم إحداث تغييرات جوهرية في الفعل والسلوك والآراء والاتجاهات والمعتقدات والقيم وطرق التفكير (9).

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، وسنجد أن الإعلام المحلي يلعب هنا دورا خطيرا في ذلك النوع من التنمية، فالإذاعة والتلفزيون والصحافة عليها مسؤولية تثقيف الشعب ونشر الوعي بين المواطنين وتنقية العقول... من خلال إثارة الاهتمام وتركيز الانتباه على عادات وممارسات وأساليب تكنولوجية جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وأنماط سلوكهم (9).

ولعل أهم دور يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام وخاصة الإذاعة هو المساهمة في رفع الأمية الهجائية، وخاصة محو الأمية الثقافية والمهنية والحفاظ على التراث والثقافة الشعبية، والمساهمة في نفس الوقت في تحديث العقليات، وكذلك الاهتمام بالفنون المحلية وأشكال الإبداع التي تعتبر من المكونات الذاتية الثقافية لكل مجتمع إنساني (3).

وعلى وسائل الإعلام أن تظهر العقبات الاجتماعية التي تقف حائلا أمام مخططات التنمية، وأهمها: الارتفاع الكبير في معدلات المواليد، التفسير الخاطئ لتعاليم الدين، انخفاض المستويات الصحية وارتفاع نسبة الأميين وتلوث البيئة...

❖ **التنمية الاقتصادية:** وذلك من خلال تعريف 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 (6).

وعلى الإعلام هنا أن يهتم بعرض المشاكل والحلول الخاصة بعوائق التنمية الاقتصادية في المجتمع المحلي، فهناك قضايا الإسكان والمرافق، وإدخال مياه الشرب النقية والصرف الصحي،

ومشاكل الزراعة، وكل ما يهم الفلاح من معلومات وإرشادات عن البذور المنتقاة، والأسمدة الكيماوية المناسبة، ومشاكل الري والصرف، والثروات الحيوانية، ومكافحة الآفات...

6- الأسس العلمية لاختيار الوسيلة المناسبة للإعلام التنموي:

تحتل وسائل الإعلام مكانة هامة بين عناصر عملية الإعلام التنموي، وعلى هذا فإن التعرف على الوسيلة الإعلامية ومعرفة إمكاناتها وخصائصها واستخداماتها يعد أحد الجوانب الإستراتيجية التي تهم أي مسؤول عن الإعلام التنموي. فتحديد الوسيلة يفيد في معرفة التأثيرات التي سوف تحدثها في الجمهور واتجاهاته وسلوكاته، كما تفيد في معرفة التأثيرات الخاصة للوسائل على ما تنقله الرسائل، حيث تختلف طبيعة المعالجة للرسائل باختلاف الوسيلة المستخدمة.

وتختار وسيلة الإعلام في المجال التنموي في ضوء مجموعة من الاعتبارات (15) هي:

○ **المناسبة للفكرة:** تكون الفكرة المضمون الأساسي للرسالة الإعلامية التي اختارها القائم بالاتصال التنموي للتعبير عن أهدافه، وتأخذ عدة أشكال فقد تكون لفظية، أو يعبر عنها في شكل أفعال أو أشياء تحمل المعاني التي نقصدها للآخرين، وقد تستخدم لغة الإشارات المتمثلة في حركات الجسم، والألوان للتعبير عن المشاركة الوجدانية للآخرين، وقد يستخدم أكثر من شكل للتعبير عن الفكرة أو المعنى.

○ **المناسبة للأهداف المتوقعة:** تعتمد الأهداف على محتوى الرسالة الإعلامية، وتتأثر إلى حد كبير بحاجات الجمهور المستقبل لهذه الرسالة، ويساعد تحديد الأهداف على اختيار الوسيلة المناسبة من ناحية وعلى تحديد ما سوف تسهم به هذه الوسيلة من خلال تنظيم وترتيب تقديم محتوى الرسالة لتحقيق الهدف المحدد.

○ **قدرة الوسيلة على إشباع احتياجات الجمهور:** يعد الجمهور عنصراً أساسياً للتخطيط لاختيار الوسائل، من خلال معرفة خصائصه الخاصة (الحجم والسن والتوزيع الجغرافي والمستوى الثقافي والتعليمي...) وكذلك خصائصه النفسية واتجاهاته وميوله وعاداته.

○ **مناسبة وسيلة الإعلام للقدرات الاتصالية للقائم بالاتصال:** فالإعلامي الذي يفتقد مهارات الاتصال الشخصي يكون من الأفضل له استخدام الوسائل المطبوعة أو المقروءة للاتصال بجمهوره، وبالعكس فالذي تتوافر فيه القدرات الإقناعية يفضل له استخدام القنوات الإذاعية والتلفزيونية.... وينبغي لمسؤول الإعلام التنموي أن تتوافر لديه المهارة في استخدام اللغة اللفظية سواء كانت منطوقة أو مكتوبة، وأن يكون ملماً برسائله عالمياً بكيفية تصميمها بطريقة تتناسب مع الوسيلة المستخدمة والجمهور المستقبل لها وذلك ليتمكن من استخدام الوسائل المناسبة استخداماً فعالاً.

خاتمة:

مما سبق نخلص إلى أن الإعلام التنموي بخصائصه ومهامه ضرورة ملحة في عالم اليوم، لا تحتاجه الدول المتقدمة فحسب بل هو ضرورة ملحة للدول السائرة في طريق النمو من أجل النهوض بمجتمعاتها خاصة المحلية منها، لأن تنمية المجتمعات المحلية سيؤدي بالضرورة إلى التنمية الشاملة، من خلال إشراك كل فعاليات المجتمع من مواطنين، مجتمع مدني ومؤسسات محلية في خطط التنمية مدعمين طبعاً بترسانة من وسائل الإعلام المناسبة لهذا الغرض.

المراجع

1. إسماعيل قبيرة، علي غربي، سوسيولوجية التنمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
2. سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط 1، 2008.
3. سعد لببيب، الإذاعة المحلية ودورها في التنمية الثقافية للمجتمع المحلي، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية بتونس، 1985.
4. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، 1980.

5. شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغدا "تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر 1981.
6. صالح أبو اصبع، دراسات في الإعلام والتنمية العربية، منشورات مؤسسة البيان، دبي 1989.
7. عاطف الرفوع، الإعلام والتنمية الوطنية في الأردن، دار مجدلاوي، عمان، ط 1، 2000.
8. عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي، دار الفكر العربي، مصر، ط 5، 2007.
9. عواطف عبد الرحمن، إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ت.
10. فاروق أبو زيد، التحديات الإعلامية العربية: مقارنة بين عقدي الخمسينيات والثمانينيات، المستقبل العربي، العدد 128، أكتوبر 1989، بيروت: مركز الوحدة العربية.
11. فاروق خالد الحسنات، الإعلام والتنمية المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2011.
12. فرنسيس بال، وسائل الإعلام والدول النامية، ترجمة حسين العودات، سلسلة دراسات إعلامية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1982.
13. محمد سعد إبراهيم: الصحافة والتنمية السياسية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
14. محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، دار المعارف، القاهرة، 1979.
15. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط 3، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
16. محمد ناجي الجوهر، دور العلاقات العامة في التنمية، دراسة ميدانية على استخدام العلاقات العامة في بعض مجالات التنمية في العراق، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ط 1، 1986.
17. مصطفى الجندي، الإدارة المحلية واستراتيجياتها، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1987.
18. مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، العدد 94 أكتوبر 1985، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
19. Wilbur Schramm, **Mass Media and national development**, Stanford University Press, 1964.