

اتصالات العلاقات العامة: دورها وأهميتها في التنمية

د/ رفيق بوزانة، أستاذ محاضر (أ)

د/ بسمة فنور، أستاذ محاضر (أ)

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

جامعة قسنطينة 03- صالح بوبنيدر

Résumé

Les médias de masse sont un facteur majeur de soutien aux politiques et aux plans de développement, néanmoins la nature de l'environnement politique où elles opèrent, la faiblesse de leur institutions et leur mauvaise réputation publique dans les pays en développement, nous poussent à penser à des organes qui ont pour mission la planification des opérations communicationnelles concentrées et intensives, afin de faire connaître au public l'importance des projets de développement, en se basant sur le nouvel environnement communicationnel créé par les nouveaux médias et les réseaux sociaux. Ces organes sont les relations publiques et leurs techniques de communication pour le développement.

Mots-clés : Relations publiques, communication pour le développement, nouveaux médias, réseaux sociaux.

Abstract

Mass media is a major support for development policies and plans, but the nature of the political environment where these media operate, the weakness of their institutions, and their bad public reputation in developing countries, push us to think about organs that can assume the mission of planning concentrated and intensified communication operations, in order to sensitize the public on the importance of development projects, based on the new communication environment created by new media and social networks; these organs are public relations and the technique of communication for development.

Keywords: Public relations, communication for development, new media, social communication networks.

ملخص

تعتبر وسائل الإعلام الجماهيرية من أبرز عوامل الدعم للسياسات والخطط التنموية، إلا أن طبيعة البيئة السياسية التي تنشط فيها هذه الوسائل وضعف مؤسساتها وصورتها المهزوزة لدى الجمهور في الدول النامية، أدت إلى التفكير في أجهزة يمكن أن تضطلع بهذه المهمة (دعم السياسات والخطط التنموية)، وذلك من خلال اعتمادها على التخطيط لعمليات اتصالية مركزة ومكثفة في آن واحد، بغية تحسيس الجمهور بأهمية المشاريع التنموية وإشراكه في عملية التنمية، معتمدة على البيئة الاتصالية الجديدة التي أوجدتها وسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي. تلك الأجهزة هي العلاقات العامة وتقنيات اتصالها من أجل التنمية.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الاتصال من أجل التنمية، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي.

تمهيد

تعاني الدول النامية ومنها الجزائر من مشكلات متعددة منها ضعف البيئة الاقتصادية، والبيئة الإعلامية، وهشاشة الرأي العام، وتبني حكوماتها سنويا برامج تنموية للنهوض بالمجتمع، وتخصص لها ميزانيات معتبرة، وهي بحاجة ماسة ودائمة لأجهزة تؤثر على الرأي العام لتعزيز ثقة المواطن وتقنعه بأهمية الجهود التي تتكبدتها لتحقيق له الرفاهية وتشركه فيها. وعلى الرغم من الدور المنوط بوسائل الإعلام الجماهيرية للقيام بهذا الدور التوعوي، إلا أن البيئة السياسية والاقتصادية والإعلامية وطبيعة العلاقة التي تربطها بالأنظمة السياسية، وتبعيتها لها في أغلب الأحيان بطريقة مباشرة عن طريق طبيعة الملكية، أو غير مباشرة عن طريق احتكار سوق الإعلانات في هذه الدول، كلها عوامل ساعدت على توسيع الهوة بينها وبين جمهورها، وأفقدتها الكثير من مصداقيتها وبالتالي أضعفت صورتها لدى الجمهور، فهي لم تعد تعبر عن انشغالاته ومشاكله اليومية بقدر انشغالها بالتطبيق للحكومات¹، لذلك تعتبر العلاقات العامة -كجهاز يعنى بالتقريب بين المؤسسات المسؤولة عن المشاريع التنموية والجمهور المستهدف بهذه المشاريع عن طريق التخطيط لجهود الاتصالات من أجل التنمية- أداة تأثير اجتماعية وسياسية، تعمل على التشجيع على المشاركة والتغيير الاجتماعي من خلال استخدام وسائل وأدوات الاتصال المختلفة (الاتصالات الشخصية، وسائل الإعلام التقليدية وتطبيقات تكنولوجيا الوسائط المتعددة) تندرج تحتها مجموعة واسعة من الأدوات والأساليب والقنوات المختلفة عن بعضها البعض، من أجل تسهيل الحوار، مع المستفيدين والشركاء والسلطات والشروع في مناقشات وتنشيط عمليات الاتصال التفاعلي لتعزيز مكانة البرامج التنموية وتحقيق الأهداف التنموية بطريقة مستدامة.

سنحاول من خلال هذه الورقة التعرف على دور العلاقات العامة في التنمية ومنه التعرف على الاتصال من أجل التنمية، وأهم ما يميزه عن اتصال المؤسسة من حيث الخصائص والأهداف والأدوات التي يستخدمها، من أجل تحقيق الأهداف التنموية.

أولاً: العلاقات العامة والتنمية

تعد التنمية من أبرز القضايا التي تهتم بها الدول والحكومات والهيئات والمؤسسات خاصة منها الدولية، وهي تدل عادة على زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات زيادة شاملة ومتكاملة ترتبط بحركة المجتمع تأثيراً وتأثراً مستخدمة الأساليب العلمية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والإدارة. ولقد قدمت الأمم المتحدة عدة تعريفات للتنمية كان أهمها أنها: العمليات التي يمكن فيها توحيد جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاجتماعية

والاقتصادية والثقافية في المجتمعات المحلية ولمساعدتها على الاندماج في حياة الأمة والمساهمة في تقدمها بأقصى قدر مستطاع، كما عرفت أنها العمليات المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديا والمعتمدة بأكبر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلي ومشاركته².

فالتنمية هي 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 وفي ضوء السياسة العامة للمجتمع، وهي تعني نقل المجتمعات من حالة أو مستوى إلى حالة أو مستوى أفضل، وتعني تغييرا أساسيا في كل أنماط الحياة السائدة، يتبعه تغيير نوعي وكمي صور العلاقات الاجتماعية في كافة مجالات النشاط البشري في المجتمع، ولهذا يعرف روجرز التنمية بأنها عملية تغيير مقصود نحو النظام الاجتماعي والاقتصادي الذي تحتاجه الدولة³.

■ **الدول النامية⁴:** الدول النامية هي الدول التي بدأت في بذل جهود في عملية التنمية والتحول الحضاري والاقتصادي والاجتماعي، وتتميز هذه البلدان بما يلي:

✓ معظم المؤسسات في العالم الثالث والدول النامية عبارة عن مؤسسات صغيرة تضم عددا قليلا من العمال، وهي لا ترقى إلى مفهوم المؤسسة إلا في بعض ملامحها.

✓ ضعف البيئة الإعلامية والخطاب الإعلامي، فعلاقة الجمهور بالإعلام بالدول النامية هشّة والإعلام يستعمل كأداة قهر سلطوية لخدمة النظام الحاكم أكثر ما هو وسيلة لتحقيق الرفاهية للمجتمع، كما أن مصداقية الإعلام مهزوزة وضعيفة ولا تعبر عن حقيقة اتجاهات الرأي العام.

✓ تعاني الدول النامية من قيم وعادات متوارثة تقاوم التغيير بشدة، كما يعاني الرأي العام من الشعور بالدونية مقابل الرأي العام في الدول الغربية من خلال استصغار الذات وتقديس الأجنبي، واستصغار القيم الوطنية.

■ **العلاقات العامة والتنمية:** إذا كانت التنمية هي القدرة على إحداث التغيير في طبيعة الرأي العام، هذا

التغيير الذي يقصد به التغيير المادي الذي يسعى إلى رفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والتكنولوجي والثقافي للمجتمع، أو قد يكون معنويا يستهدف تغيير اتجاهات الرأي العام وتقاليدهم وعاداتهم وسلوكهم⁵، فالتغيير المجتمعي هو كل تحول في مجتمع من المجتمعات، وكل تغيير يستهدف تركيبته الطبقية ونظمه الاجتماعية، أو منظومة القيم السائدة فيه أو أنماط السلوك ونوع العلاقات القائمة بين أفرادهم وجماعاته المؤثرة على سيرة التنمية، لذلك فالتغيير المقصود هنا هو ذلك الذي يركز على المنهجية العلمية والمخططة لا الصدفة والانفعال.

فالتنمية بكل أشكالها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية عبارة عن سلسلة مترابطة مع بعضها البعض من التعليم والإعلام والقيم والعادات والتقاليد لأن كل مشكلة من مشاكل التنمية مرتبطة بالأخرى، وأن أساس التنمية وغايتها وفلسفتها وجوهر نشاطاتها هو الإنسان⁶.

وإذا كانت وظيفة إدارة العلاقات العامة هي تقييم السلوك العام وتحديد السياسات والإجراءات لفرد أو لمؤسسة مع الصالح العام وتخطيط وتنفيذ برنامجا من العمل للحصول على الفهم العام المقبول، ففي السنوات الأخيرة عمدت الإدارة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن تطلب من المدراء التنفيذيين للعلاقات العامة مواصلة تحليلهم للاتجاهات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي قد يكون لها تأثيرا على عمليات دور الأعمال أو المعاهد والجامعات حتى يمكن تفادي المشاكل في المستقبل أو تقييمها، ومن هذا المنطلق فإن رجال العلاقات العامة قد يسند إليهم تقييم التنمية في هذه المجالات مثل نشاطات المستهلك، وحماية حركة البيئة، واستجابات الحكومات لمشاكل الأقليات⁷.

ومن هنا فإن دور العلاقات العامة باعتبارها الوسيلة الفعالة التي يمكن عن طريقها تنمية الشعور بالمسؤولية لدى الجمهور وبالتالي تحويله من جمهور سلبي إلى جمهور إيجابي متعاون، ذلك لكون العلاقات العامة نشاط مهني متخصص من مهامه دراسة الجماهير وتحليل آرائها والوقوف على وجهات نظرها، وردود فعلها بالنسبة للنشاطات والبرامج التي تقوم بها المؤسسة أو الحكومة وسياساتها وأنشطتها⁸، باستخدام اتصالات مخططة تهدف إلى التنمية هي نفسها الاتصالات من أجل التنمية.

ثانيا: اتصالات العلاقات العامة من أجل التنمية

هي مجموع تقنيات الاتصالات التي تعتمد على برامج التنمية المستدامة بهدف شرح وتسهيل قبول هذه الأخيرة من طرف الجماهير المستهدفة.

1/ مميزات وخصائص الاتصال من أجل التنمية: تستخدم الاتصالات من أجل التنمية أساليب ومناهج

وتقنيات الاتصال التقليدية والحديثة، ما يسمح بالتعبير المنطقي والأمثل عن المهارات والحاجات للجماهير المعنية، ويعمل على إحداث التكامل من خلال نقل وتبادل المناهج والتقنيات:

✓ تستبعد بذلك الاتصالات التنظيمية الرسمية (من أعلى إلى أسفل والعكس).

- ✓ تطرح مقارنة اتصالية تراعي إنجازات الجمهور المستهدف من أجل خلق جمهور مشارك ومتفاعل مع البرامج.
- ✓ تراعي استخدام الاستدلالات المنطقية ومجموع العوامل الأخرى بما في ذلك مستوى التطور الثقافي الذي من شأنه أن يعرقل فعالية مجموع المعلومات والمعارف المقترحة.
- ✓ تخصص القنوات والتقنيات والمهارات البسيطة للجمهور.
- ✓ تتجنب الرسائل المسبقة والبعيدة عن الواقع المحلي.
- ✓ تتجنب قيادة المعارك التي لا تهم الجمهور المستهدف.
- ✓ تتباعد عن استخدام صيغ التشهير في رسائلها مثل (عدو قيمنا، والمروجين للثقافة الغربية أو الأجنبية أو البعيدة عن ثقافتنا، وليست مفيدة بالنسبة لنا).
- هذا ويهدف الاتصال من أجل التنمية إلى⁹:
- ✓ إعلام الجماهير المستهدفة بالتهديدات والأخطار التي تحيط بهم.
- ✓ اقتراح طرق ووسائل لتجنب الوقوع في فخ هذه التهديدات.
- ✓ اقتراح بعض الحلول التي تمكن من دمج مجموعة من العوامل الرئيسية التي تساعد في التقليل من حجم التهديدات والأخطار.
- ✓ كما يهدف وضع برنامج الاتصال من أجل التنمية لدفع الجماهير إلى تغيير بعض سلوكياتهم وعاداتهم المتصلة بالمشكلة، والتصرف بطريقة معينة ومختلفة، توحيد القوى والجهود مع الآخرين أو الجماعات من الناس لمواجهة المشكلة، ومواجهة المشكلة أو السماح للآخرين بالتعامل معها ومواجهتها.
- 2/ إعداد برنامج الاتصال من أجل التنمية:** يقوم بالاعتماد على استراتيجية مكونة من:
- ✓ استهداف أكبر عدد ممكن.
- ✓ أن تكون مفهومة من أكبر عدد ممكن.
- ✓ إقناع أكبر عدد ممكن بأهمية الخطوات والإجراءات المتخذة.
- ✓ الفوز بتأييد أكبر عدد ممكن بالإجراءات والحلول المقترحة.
- ✓ تعبئة أكبر عدد من الأفراد والجماعات، والمؤسسات والتنظيمات للوقوف إلى جانبك.
- ويعتمد الاتصال من أجل التنمية على عدة استراتيجيات نذكر منها:
- **الاتصال من أجل تغيير السلوك:** عن طريق تشجيع فئات مختلفة من الجماهير المستهدفة لتبني سلوكيات وتصرفات وممارسات جديدة، م نشأنها أن تغير واقعهم المزري وتدفع بهم نحو التطور.

-**التعبئة الاجتماعية:** عن طريق إشراك الجميع، كل الأسر والفئات والجماعات بغض النظر عن انتماءاتها أم لا إلى الجمعيات/المنظمات في جهود البرامج المعنية، ووضع شبكة من الأطراف الفاعلة في مجالات محددة، من أجل التنسيق وبالتالي اتخاذ قرارات متزامنة على نطاق واسع.

- **تعليم الآباء:** من خلال تحسين معارف ومهارات الأولياء خاصة فيما يتعلق بضرورة العمل على إدماج الطفل في الأسرة والمجتمع التي تقع على عاتقهم، الاتصالات الشخصية والتقليدية التي تراعي الواقع الثقافي، أن تجمع في صفوفها الأولى الصفوة والنخبة من هذه الفئات التي تحفز الاتصالات من أجل تغيير السلوك، خلايا الاتصال المحلية، أو مجالس الصحة وقادة الرأي.

-**الدعوة:** من خلال تشجيع السياسيين وصناع القرار وقادة الرأي والقطاع الخاص لاستخدام سلطاتهم، ووسائلهم للتأثير في السياسات العامة، وتعبئة الموارد البشرية والمادية والمالية الضرورية لإنشاء البرنامج التنموي المطلوب.

3/ كيفية تحديد مضمون الاتصالات الفعالة: وذلك بمحاولة الربط بين العناصر التالية في الأفق:

- ✓ سلوك/موقف تجاه مشكلة معينة.
- ✓ سلوك يجب تعزيزه.
- ✓ الأهداف الاتصالية والنتائج المرجوة.
- ✓ المناهج المستخدمة.
- ✓ الجماهير المشاركة أو الجماهير المستهدفة.
- ✓ النشاطات.
- ✓ الرسائل.
- ✓ القنوات المستخدمة.
- ✓ مؤشرات النتائج.
- **تصميم الرسائل:** بالاعتماد على ضرورة:
- ✓ أخذ المشكلة من زوايا مختلفة ومحددة.
- ✓ مراعاة خصوصية كل فئة من فئات الجماهير المستهدفة (جميع الأطراف المعنية).
- ✓ تصميم الرسائل مع مراعاة طبيعة العلاقة بين موضوع الرسالة والجمهور المستهدف.
- ✓ تصميم الرسالة التي تحتوي على العناصر الثلاثة التالية: الدفع إلى اتخاذ سلوك معين، الربح، والهدف.

■ **تصميم الوسائل:** تستخدم الوسيلة عموما في إطار النشاط التحسيبي الذي يقوم به الاتصال من أجل التنمية، ويؤثر كل من طبيعة النشاط وخصوصية الجمهور المستهدف وكذا الموضوع الرسالة دورا في تحديد الوسيلة المناسبة لحمل الرسالة.

ويفضل أن تحمل الوسيلة الواحدة رسالة حول موضوع واحد فقط فلا تحتل الوسيلة الواحدة عدة موضوعات مختلفة، كما يجب أن تكون الوسيلة في متناول الجمهور المستهدف من حيث: اللغة والأسلوب والتعرض المنتظم لها،... الخ.

ثالثا: اتصالات العلاقات العامة من أجل التنمية واتصال المؤسسة

من الضروري أن نفهم الفرق بين الاتصالات من أجل التنمية والاتصالات المؤسسية. فإذا كانت هذه الأخيرة على قدر كبير من الأهمية لتقديم ما تقوم به المؤسسة وتوفير المعلومات عن أعمالها، فإن الاتصالات من أجل التنمية تعمل بالتدخل من خلال البرامج المنفذة على مستوى السكان والمواطنين، حيث يسمح هذا التواصل للناس بإسماع أصواتهم والمشاريع المناسبة لهم. ولذلك، فإن هذا النوع من الاتصالات يعزز القدرات التنموية الوطنية. سنحاول فيما يلي التمييز بين نوعين من طرق الاتصال: الاتصال المؤسسي والاتصالات من أجل التنمية من خلال الجدول الموالي:

جدول رقم (1) يبين أوجه الاختلاف بين الاتصال المؤسسية والاتصال من أجل التنمية من حيث الوظائف والأهداف

نوع الاتصال	اتصال المؤسسة	الاتصال من أجل التنمية
الوظائف	إعلام عرض تقارير وتقييم الوضع توضيح الرؤى إقامة علاقات عامة	تسهيل الوصول إلى المعلومات إشراك ومشاركة التمكين (جعلك أقوى) التأثير على السياسة العامة
الهدف	صورة المؤسسة	التأثير الاجتماعي

المصدر: إعداد شخصي

كما يمكننا التمييز بين الاتصال من أجل التنمية والاتصالات المؤسسية من خلال مؤشرات نوعية يوضحها

الجدول التالي:

جدول رقم (2) يميز بين الاتصال المؤسسي والاتصال من أجل التنمية من حيث الأساليب والوسائل

نوع الاتصال	الاتصال المؤسسي	الاتصال من أجل التنمية
النموذج أو النوع	صاعد، نازل، (أعلى_ أسفل)	أفقي
اتجاه الاتصال	أحادي الاتجاه	ثنائي الاتجاه، متعدد الاتجاهات
الهدف	السلع والخدمات	العمليات
محتوى الرسالة المنقولة	معلومات ورسائل معرفية تخاطب الفكر	معلومات وأحاسيس ومشاعر، ورسائل تحمل معاني مختلفة
الأهداف الرئيسية	الصورة المؤسسية	التأثير الاجتماعي والسياسي
الوسائل والقنوات المستخدمة	المطبوعات والمناشير الورقية، شبكات الانترنت، النشرات والمؤتمرات	الأحداث العامة، وسائل الإعلام المحلية، الشبكات الاجتماعية والوسائط المتعددة
المسؤولون	الاتصاليون (المسؤولون عن الاتصال) والمسؤولون عن التعاون	المهام المشتركة بين المسؤولين عن التنمية والمسؤولين عن الاتصال

المصدر: إعداد شخصي

رابعا: خصائص الاتصال من أجل التنمية¹⁰:

تضم الاتصالات من أجل التنمية كل من الاتصالات الشخصية، وسائل الإعلام التقليدية والوسائط المتعددة، وتندرج كلها تحت اسم الاتصال من أجل التنمية، فهي تستخدم مجموعة واسعة من الأدوات والأساليب وقنوات مختلفة جدا عن بعضها البعض، ويعتبر نوع الأداة المستخدمة أقل أهمية من طريقة تنفيذه وفي الواقع لا ينبغي اعتبار الاتصال من أجل التنمية نشاطاً فقط، ولكنه أيضا سلوك تميزه مجموعة من الصفات والخصائص التالية:

1/ الاتصال من أجل التنمية يقوم على أساس الحوار: يعتبر الحوار المصطلح الأنسب لتلخيص مفهوم

الاتصال لأغراض التنمية، خلاف الاتصال المؤسسة الذي يقوم على نشر المعلومات للجمهور الواسع الذي يكون في كثير من الأحيان غير متجانس، يسعى الاتصال من أجل التنمية لإنشاء تبادل عادل بين الناس باستخدام الاتصال ذي اتجاهين، وهو يستهدف جمهور معين، ضمن سياق اجتماعي وثقافي واضح المعالم من أجل معرفة اهتماماته واحتياجاته، وتعزيز مشاركته.

2/ الاتصال من أجل التنمية يدعم التغيير الاجتماعي: يمكن للاتصال من أجل التنمية أن يساهم في إبراز

عوامل التنمية، لكنه يواصل خدمة التنمية من أجل المشاركة في التغيير الاجتماعي، ووسائل الاتصال في هذه

العملية وسيلة وليست غاية في حد ذاتها، كما أنه ليس نوع المنتج هو الذي يجعل الفرق ولكن نوعية العملية في حد ذاتها، يهدف البرنامج إلى تنمية المشاركة والملكية، من أجل الوصول إلى إحداث الأثر المطلوب من المشروع التنموي، هذا وتتطلب التنمية البشرية الوقت لتنفيذها ليس فقط نتيجة لاستخدام تقنيات أفضل، ولكن بالاعتماد على استراتيجيات التواصل الاجتماعية بصفة مكثفة وعلى المدى الطويل.

ولا يعمل الاتصال من أجل التنمية بطريقة اتصال محددة، ولكن يعمل على خلق علاقة بين الاتصال وإدارة المشاريع، يستخدم الاتصالات كأداة لتعزيز الأثر الاجتماعي والسياسي للمشروع، ولذلك من الضروري إنشاء تعاون وثيق وتقسيم واضح للمهام بين الخبراء التقنيين للمشروع والمتخصصين في الاتصال، يحدد الطرف الأول الرسائل ومواضيع النقاشات، في حين يعمل الطرف الثاني على تحديد أدوات نشر الحوار.

3/ الاتصال من أجل التنمية يراعي الثقافة المحلية: فهو يبنى دائما بالانطلاق من السياق المحلي والموارد

المحلية لتحقيق الاستفادة المثلى من تأثيره، وكذا من خلال استخدام وسائل وقنوات التوزيع المحلية التي تراعي التقاليد واللغات المحلية، والتي تختلف من منطقة إلى أخرى، فلنأخذ على سبيل المثال حملة ضد العنف المنزلي التي يجب أن يكون لها تأثير دائم، فالرسائل وطرق العرض وأساليب النشر سيكون مختلفا تماما من بلد إلى آخر، فكل ثقافة سياق الحوار، وطرق انتقاله من المعلومات والحساسيات السياسية والدينية، هذه العوامل يمكن أن تختلف أيضا داخل البلد الواحد، بين المدينة والريف، بين الساحل والداخل، بين الجنسين، والطبقات الاجتماعية، والمجموعات العرقية والأديان.

خامسا/ الاتصال من أجل التنمية: الأهداف والمهام

إن التطبيق العملي لعملية الاتصال من أجل التنمية يجب أن ينطلق من خلال الإجابة عن مجموعة من الأسئلة: ما الذي تبحث عنه؟ وما هي التغييرات التي نريد أن تؤديها؟ فنحن نبحث من خلاله عن إحداث تغيير، النشر، التأثير، الإقناع، التحسيس، التحفيز، التعبئة، تعليم، الترفيه، جعله أقوى، التعرف، مناقشة، ومحاربة أسباب ودوافع نشوء المشكلة التي نحن بصدد علاجها. هذا وهناك أربع مهمات رئيسية للاتصال من أجل التنمية:

■ تيسير الوصول إلى المعلومات والمعرفة: بالنسبة للأشخاص والجماعات الذين لا يستطيعون الوصول إلى المعرفة والمعلومات وإمكانياتهم محدودة بخصوص التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال ربط الناس مع عمليات الاتصال والإعلام، يلعب الاتصال دورا أساسيا في عملية التنمية، فيمكن نقل المعلومات عن طريق برامج الإذاعات المحلية، والمسرح التعليمي، والأحداث الثقافية في الفضاء العام أو التدريب المقدم على شبكة الإنترنت،

مهما اختلفت الوسيلة المعتمدة فالمفتاح لنجاح هذه العمليات الاتصالات يتمثل في خصائصها الشمولية وسهولة الوصول إليها، كما يجب علينا تكثيف الجهود المبذولة في هذا الاتجاه حتى لا نهمل أي فئة من فئات المجتمع، فلا يمكن تحقيق أهداف التنمية المستدامة دون التأكيد على العلاقة بين إمكانية الوصول إلى المعلومات والتنمية الاجتماعية والبشرية.

■ **تعزيز المشاركة:** يجب أن يكون لكل مواطن الحق في المشاركة في اتخاذ القرارات التي تؤثر على حياته وتكتسي هذه المشاركة أهمية قصوى في مجال التعاون الإنمائي، فالمشاريع المخطط لها وتنفيذها بمشاركة من سكان لديهم درجة عالية من الوعي مثلاً تضمن قدرتها على الاستمرار والاستدامة، تعزيز مشاركة المواطنين هي الوظيفة الأساسية للاتصال من أجل التنمية، وهو ما يساهم في خلق مساحات للاتصال التي تسهل حوار تشاركي وشفاف بين المواطنين والمؤسسات البلدية، الولاية، أو الوطنية، على سبيل المثال كجزء من عملية اللامركزية، وإدارة الأموال العامة أو الإصلاحات البلدية، الأدوات بالاعتماد على المناقشات العامة ومنتديات الراديو المحلي أو تبادل المنصات على شبكة الانترنت.

■ **إسماع صوت الفئات المهمشة:** تعكس وسائل الإعلام في البلدان النامية عموماً وجهات نظر النخب بما يعكسه رأي الأغلبية منها، حيث تستثني آراء الفئات الاجتماعية المحرومة من الحوار الوطني، ويعتبر إسماع صوت الفئات المهمشة والأقليات واحدة من المهام الرئيسية للاتصال من أجل التنمية وإشراكهم في الحوار الوطني، بطريقة تمكنهم من أن يصبحوا منفتحين على وسائل الإعلام للتعبير عن آرائهم، نشر برامجهم، طباعة صحفهم، وخلق برامج شعبية تجعلهم يصبحون المتحدثين الرسميين لبرامجهم التنموية الخاصة، يصبح الاتصال من أجل التنمية بهذه الطريقة أداة قوية لكسر العزلة من الفئات الفقيرة والمهمشة والمقصية.

■ **التأثير على السياسات العامة:** يسهل الاتصال من أجل التنمية عملية شاملة للاتصال والنقاش حول القضايا البيئية والاجتماعية والسياسات التي تعيق تطور المجتمع، تساهم في تحسيس المواطنين والسلطات لكنه ليس هدفها النهائي، فهي تهدف في المقام الأول إلى تحفيز الطلب على الإصلاح والتأثير على هذه العملية من أجل الوصول إلى وضع السياسات العامة، والإصلاحات والتشريعات الخاصة والجديدة لحل مشاكل المواطنين.

سادسا/ الأدوات والوسائل التي يستخدمها الاتصال من أجل التنمية¹¹:

يستخدم الاتصال من أجل التنمية مجموعة كبيرة من الوسائل والأدوات ومجموعة مختلفة من القنوات، بحيث يعتمد شكل أو وسيلة الاتصال المناسبة للوصول إلى الجمهور المستهدف وكذلك البيئة الاجتماعية والثقافية التي نعمل بها.

علينا أن نميز ثلاثة أنواع من الأدوات (شخصية، جماهيرية، شبكية):

■ الاتصالات الشخصية: ونذكر منها ما يلي:

- ✓ النقاش العام: مع مراعاة فكرة أن الموضوعات المثيرة للجدل للغاية أو الحساسة (الدين والجنس والعنف المنزلي) ليست مناسبة للمناقشة العامة.
- ✓ الزيارات الشخصية بين الفئات المتماثلة (على سبيل المثال زيارة فلاح لفلاح آخر)، حضور وسائل الإعلام (الإذاعة والتلفزيون) أو السلطات قد تعيق حرية التعبير من الذين شملهم الاستطلاع
- ✓ المعارض: بحيث ينبغي تنسيق هذه الأحداث مع الجمعيات والجماعات المحلية لتعبئة الجمهور.
- ✓ منافسة جماهيرية عامة: فمن المناسب أن استغلال الإمكانيات الإبداعية للمجتمع.
- ✓ وسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية تسمح للأحداث الحيوية، للوصول إلى جمهور أوسع وتنتشر الرسالة إلى الناس الذين لم يتمكنوا من الحضور.
- ✓ الحدث الثقافي، والأسابيع الثقافية.
- ✓ إنشاء لوحة جدارية جماعية.
- ✓ معرض للصور الفوتوغرافية، ومسرح الشارع.

■ وسائل الإعلام الجماهيرية: حيث يساعد استخدام صور عالية الجودة ورسومات جذابة وتصميمات مهنية على جذب انتباه القراء، فكل منتج هو عرض من المنظمة أو المشروع على هذا النحو يستحق عناية خاصة، وقبل مرحلة الطباعة لابد من وضع خطة التوزيع وحساب واقعي للتعاقد المطلوبة، وتوزيع النشرات الإلكترونية يسمح لخفض كبير في معدل السحب.

✓ ملصقات/لافتات.

✓ الإذاعة المحلية: مع الأخذ في الحسبان بأنها تغطية إذاعية محلية، أما لتغطية المناطق الكبيرة، فإنه يجب أن تعمل مع المحطات الوطنية.

✓ تلفزيون/ فيديو (سمعية بصرية): عملية الإنتاج طويلة. فهو يتطلب موارد وخبراء من السيناريو، والتصوير، والتحرير، ترجمة الأفلام والتوزيع، فالمتطلبات التقنية العالية تزيد من تكاليف الإنتاج أشرطة الفيديو قبل الإنتاج، فمن المهم حساب نسبة التكلفة/المنفعة: كم عدد سوف يشاهد الفيديو؟ أين سيتم توزيعه؟ هل هناك حلول أكثر فعالية و/أو أقل تكلفة؟

✓ وسائل الإعلام الجديد/ الوسائط المتعددة.

✓ القصة الرقمية والنشرة الإخبارية.

✓ الشبكات الاجتماعية: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب.

✓ رسائل SMS / النص.

✓ بريد إلكتروني والمدونات.

✓ بودكاست.

✓ ألعاب تعليمية على الإنترنت.

■ **شبكات التواصل الاجتماعي:** بداية، يمكن التساؤل عما أضافته شبكات التواصل الاجتماعي. وضع

بعض المفكرين مثل البرازيلي باولو فريري والألماني يورغن هابرماس في السبعينيات منظورا لشبكات التواصل الاجتماعي، يقوم على كونها حوارا أفقيا للتخلص من استراتيجيات السلطة وسيطرتها وهيمنتها. ولقد تحولت هذه الرؤية إلى واقع ملموس مع إطلاق الإنترنت في التسعينيات، حيث خلق الفيسبوك وتويتر شبكات مفتوحة للجميع، تتدفق ضمنها الاتصال بحرية، دون التعرض للرقابة والقيود التي تفرضها السلطات السياسية والاقتصادية.

فالشبكات الاجتماعية وبرامج التبادل على شبكة الانترنت لا تتوانى عن الاستمرار في كسب المزيد من الجماهيرية والمستخدمين يمضون المزيد والمزيد من الوقت، فلا يمكن الاستغناء عن الشبكات الاجتماعية في أي مبادرة لنشر المعلومات بسرعة، وحشد الناس والتأثير على الرأي العام. استثمرت المؤسسات الخاصة والعامة في العالم للتعاون في صفحات الفيسبوك الخاصة بهم، وقنوات يوتيوب أو مدونات لتسجيل حضورها في السوق العالمي للمعلومات، وتحسيس الأجيال الشابة واطلاعها على أهدافها وتطلعاتها المستقبلية.

يتم التعرف أكثر فأكثر على إمكانيات وقدرات الشبكات الاجتماعية للاتصال من أجل التنمية واستغلالها، لأنه بالإضافة إلى التنوع الكبير في قنوات الاتصال، تتوسع الفرص للتفاعل مع المواطنين ضمن هذه المنصات التفاعلية، من جهة الاتصال من أجل التنمية تتيح لنا الشبكات الاجتماعية ثلاث وظائف أو فرص:

— تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على دمقرطة تشكل الرأي العام، وتتيح للناس فرصة التواصل بسرعة

أيضا كانوا وبأقل التكاليف.

_ تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التحرر (الأقليات)، فهي تمكن الجماعات التي لم يكن بإمكانهم الوصول إلى وسائل الإعلام التقليدية التي تسيطر عليها النخبة بطرح مشاكلهم، وتنشيط النقاش العام وتنويع مصادر المعلومات المتاحة في البلد.

_ تساعد شبكات التواصل الاجتماعي على حشد الأفراد حول قضية مشتركة، فهي تغذي ثقافة رد الفعل والإنصات الاجتماعي، فأصبح الأفراد يملكون أداة للإعلان دون خوف عن نجاح أو فشل الخدمات العامة ومشاريع التعاون.

خاتمة: تعتبر التنمية بكل أشكالها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية سلسلة مترابطة مع بعضها البعض من التعليم والإعلام والنظم السياسية والقيم والعادات والتقاليد، جوهرها الفرد (الإنسان) وهو هدفها وفلسفتها. ومن هنا فإن دور العلاقات العامة -التي تعتمد في عملها على المسؤولية الاجتماعية، وتعمل على تعزيز تكيف كل من المؤسسة والفرد واندماجها مع المجتمع-، هو دور مسؤول تجاه العمليات التنموية الوطنية، يعتمد على الاتصال كنشاط أساسي لها في شكل الاتصال من أجل التنمية. وتتألف اتصالات العلاقات العامة من أجل التنمية من الاستخدام المخطط والمنظم لتقنيات الاتصال الحديثة ووسائل الإعلام لتعزيز التنمية، من خلال تغيير الموقف أو السلوك، عن طريق نشر المعلومات الضرورية، وتشجيع المشاركة النشطة والواعية من جميع الجهات الفاعلة، بما في ذلك المستفيدين من العملية.

الهوامش

¹ بسمة فنور: المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة صالح بونيندر قسنطينة 3، 2016/2017، ص ص (331،335).

² عبد الرزاق محمد الديلمي: الإعلام والتنمية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012، ص 23.

³ محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر، القاهرة، ط2، 2000، ص ص (32،33).

⁴ سعاد الخطيب: المدخل إلى العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص ص (197، 199).

⁵ بسام عبد الرحمان الجريدة: إدارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013، ص 76.

⁶ المرجع نفسه، ص 77.

⁷ وارن كي جي: وسائل الإعلام، ترجمة ميشيل نيكولا، بدون دار نشر، 1985، ص ص (443،444).

⁸ عبد الناصر جرادات، لبنان الشامي: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2009، ص 57.

⁹ Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia, Atelier régional bilingue, Les méthodologies d'élaboration et de mise en œuvre des stratégies sectorielles de

communication multimédias et des politiques nationales de communication pour le développement Niamey, Niger, 1-5 avril 2002.

¹⁰**Communication for Development Concept Consultancy**, Report Prepared by OneWorld for SDC. May 2004 Edited by Jackie Davies, OneWorld International, Jackie.davies@oneworld.net

¹¹**Communication pour le développement : un guide pratique**, produit par Département fédéral des affaires étrangères, Freiburg st ; Berne SUISSE, Juillet 2016, P20.