

## سبل تفعيل دور التخطيط الإعلامي في التنمية المحلية

## Ways to activate the role of media planning in local development

توفيق قاسم<sup>1</sup>، نجيب بخوش<sup>2</sup><sup>1</sup> جامعة محمد خيضر بسكرة (مخبر الدراسات النفسية والاجتماعية) (الجزائر)،

toufik.gacem@univ-biskra.dz

<sup>2</sup> جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، n.bekhouche@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2022/08/24 تاريخ القبول: 2022/11/08 تاريخ النشر: 2022/11/14

**Abstract:**

Our study touches on one of the important roles played by the media, which is to contribute to development, and highlights the importance of this role in the fact that the development process is a process connected directly and in multi-faceted contact with the human being and his daily life, and specifically we aim through this study to identify what can be achieved Media planning for this system in order to push people to participate in development, using examples from the reality of media practice.

**Key words:** media, media functions, development media, media planning ,local development.

**المخلص:**

تتطرق دراستنا إلى دور من الأدوار الهامة التي تقوم بها وسائل الإعلام، و هو المساهمة في التنمية، وتبرز أهمية هذا الدور في كون عملية التنمية عملية متصلة اتصالا مباشرا ومتعدد الجوانب بالإنسان وحياته اليومية، وتحديدنا نهدف من خلال هذه الدراسة الى التعرف على ما يمكن أن يحققه التخطيط الإعلامي لهذه المنظومة في سبيل دفع الناس الى المشاركة في التنمية مستأنسين في ذلك بأمتلئة من واقع الممارسة الإعلامية.

**كلمات مفتاحية:** الإعلام، وظائف وسائل الإعلام، الإعلام التنموي، التخطيط الإعلامي، التنمية المحلية.

## 1. مقدمة:

يحتل الإعلام مكانة هامة في حياة الشعوب ويلعب دورا بارزا في تطوير الدول والمجتمعات مهما كانت مستويات تقدمها الاقتصادية والاجتماعية، فكل دولة من دول العالم إلا ونجدها تعتمد على الإعلام ووسائله من أجل بلوغ أهدافها الاقتصادية و الاجتماعية بما يحقق لها الاستقرار والرفاهية والتنمية الشاملة.

كل هذه الأهداف تلتقي في النهاية عند هدف أسمى هو خدمة الفرد وتحقيق تطلعاته إلى حياة كريمة تضمن له الحصول على حاجياته الأساسية في حياته اليومية، من مسكن لائق ومأكل صحي وبيئة نظيفة وتعليم راق وصحة طيبة وأمن مستتب وغيرها من متطلبات التنمية القوية. ولأن الإعلام بات جزءا لا يتجزأ من حياة الشعوب - باعتباره المصدر الأول الذي يلجأ إليه الفرد لاستقاء المعلومات والحصول على تفسيرات لما يدور حوله من أحداث ومنبراً يشارك من خلاله في النقاشات الدائرة حول مختلف القضايا والمستجدات- تمت الاستعانة بوسائل الإعلام للمشاركة في هذه التنمية عبر عمليات مخطط لها من قبل صناع القرار مركزيا و محليا من جهة، ومن خلال القائمين على وسائل الإعلام من جهة أخرى، واصطُح على هذا النوع من الإعلام ب "الإعلام التنموي".

نحاول من خلال هذه الدراسة أن نبحث في ماهية الإعلام التنموي باستعراض جملة من التعريفات التي تطرقت إليه كنوع قائم بذاته من أنواع الإعلام أو شكلا من أشكال الإعلام المتخصص، نفصل بعدها في الوظيفة التنموية لوسائل الإعلام باعتبارها وظيفة من وظائفه مثلما اتفق حول ذلك المختصون الأوائل والمحدثون في مجال الإعلام والاتصال في تحديدهم لأدوار وسائل الإعلام، ثم نبحث في أبعاد الشراكة القائمة بين وسائل الإعلام والتنمية، من البعد الإخباري الإعلاني إلى الرقابي الحواري وانتهاء بالتخطيط الإعلامي وأساسه وعلاقته بالتخطيط التنموي مع تقديم أمثلة من واقع الممارسة الإعلامية ونختم مقالنا برؤيتنا لسبل تفعيل التخطيط الإعلامي ودوره في دعم التنمية في مختلف جوانبها.

### إشكالية الدراسة:

سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:  
ماهي سبل تفعيل دور التخطيط الإعلامي في التنمية المحلية؟

## سبل تفعيل دور التخطيط الإعلامي في التنمية المحلية

وجدنا أنه للإجابة عن التساؤل الرئيسي أعلاه لا بد لنا من أن نجيب عن الأسئلة الفرعية التالية:

- ما طبيعة الإعلام التنموي؟
- كيف يساهم الإعلام في التنمية المحلية؟
- ماهي مكانة التخطيط الإعلامي ضمن جهود التخطيط التنموي المحلي؟
- كيف تدفع وسائل الإعلام الجماهير إلى المشاركة في التنمية؟

### أهداف الدراسة:

- أما الأهداف المتوخاة من هذه الدراسة، فنلخصها في:
- تسليط الضوء على أحد أهم وظائف الإعلام وهي الوظيفة التنموية.
  - البحث في مكانن المشاركة بين الإعلام والتنمية.
  - التعرف على مفهوم التخطيط الإعلامي و دور وسائل الإعلام في دعمه وتفعيله.

### منهج الدراسة:

تندرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية، باعتبارها الأنسب لدراسة الظاهرة الإنسانية في وضعها الراهن سواء كانت متصلة بموقف معين أو بمجموعة من الأشخاص، أو بأحداث محددة أو أوضاع مختلفة، بغية الحصول على معلومات دقيقة كما في الواقع. (مرسلي، 2003، صفحة 51). لذلك نستخدم في دراستنا المنهج الوصفي بهدف فهم موضوعها وجمع بيانات كافية حوله، وهو أسلوب تحليلي يسمح بالوصول إلى نتائج عملية. (عبيدات، أبو نصار، و مبيضين، 1999، صفحة 46)

## 2. مدخل مفاهيمي:

### 1.2 الإعلام:

الإعلام هو عملية تزويد الناس بمعلومات وأخبار تساعدهم على تكوين الآراء السليمة حول مشكلة أو مسألة عامة بمخاطبة العقل، وهو موجود منذ وجود الإنسان، وأول وسيلة كانت الإشارة ثم اللغة. (البناء، 2013، صفحة 39)

تنتم العملية المذكورة بالجماهيرية وسرعة الانتشار وبأنها ذات أبعاد فنية وتقنية تعتمد على الرموز". (عيساوي، 2014، صفحة 35) .

يصف عبد الرزاق محمد الدليمي الإعلام فيقول: " هو عملية تزويد الناس بالأخبار و الحقائق و المعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة أو هو إطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع وبث الثقافة والوعي بين صفوفه". (الدليمي، 2012، صفحة 160)

فالإعلام بحسب ما سبق من تعريفات هو عملية إطلاع الناس على ما يدور حولهم من أحداث ونشاطات تهمهم وتتصل بهم، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وتتولى العملية مجموعة من الوسائل المختصة وهي "وسائل الإعلام".

## 2.2 التنمية المحلية:

التنمية المحلية هي تلك العملية التي تجسد التعاون الفعال بين جهود المواطن والدولة لتحسين المستوى المعيشي للفرد اقتصاديا، اجتماعيا وثقافيا، داخل محيطه المحلي. (رحومة، صفحة 31)

ظهر مفهوم التنمية المحلية في ستينات القرن الماضي، ويعد أن كانت القرية هي الفضاء الأول الذي طبق فيه هذا المفهوم في البداية، تحول بعدها تطبيق المفهوم إلى المدن والأحياء، هذا ما يحيلنا إليه الدكتور عبد الرزاق محمد الدليمي في كتابه "الإعلام والتنمية"، مضيفا أن التنمية المحلية تتم بشكل قاعدي أي من الأسفل وتكون الأولوية فيها - حسبه- حاجيات المجتمع المحلي، بالمشاركة الفعالة لمختلف الموارد المحلية بهدف تحقيق الاندماج والشراكة والحيوية، ما يؤدي في النهاية إلى تحسين مستوى المعيشة داخل هذا المجتمع المحلي. (الدليمي، 2012، صفحة 42)

نرى أن التنمية المحلية هي التنمية التي تتصل مباشرة بالاحتياجات الأساسية للمواطن، من مياه وتهيئة طرقات وتحسين جودة التعليم وترقية الخدمات الصحية وتنظيف المحيط والحفاظ على البيئة، وتضطلع بتوفير هذه الاحتياجات هيئات مختصة تتميز هي الأخرى بالطابع المحلي، كالبلدية والولاية والمجلس الشعبي الولائي وبعض المؤسسات الحكومية عبر ممثلاتها أو وكالاتها المحلية.

## 3.2 الإعلام التنموي:

الإعلام التنموي هو الإعلام الذي يقدم للرأي العام صورة عن البرامج التنموية و المشاريع الاقتصادية والاجتماعية ومختلف أشكال الاستثمارات المنتجة بدفع المواطنين إلى

المشاركة الفعالة في جهود التنمية، باعتبار المواطن عنصرا فعالا في العملية التنموية، ويتم عرض هذه الجهود عبر وسائل الإعلام في قوالب جذابة في سياق الأهداف العامة للإعلام وتجسيدا لوظائفه المعروفة من إخبار وتنشئة وتنقيف. (الدليمي، 2012، صفحة 203)

أما الباحث محمد أبو سمرة، فيركز على التأثير في سلوك الأفراد في تحديده لمفهوم الإعلام التنموي، إذ يعرف هذا الأخير بأنه وسيلة لنقل الأخبار وإعلام الناس عبر مجموعة من الوسائل بمعلومات في شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، لتحقيق تأثير في سلوكيات الأفراد وتشكيل رأي عام يساهم في إحداث التنمية. (أبو سمرة، 2011، صفحة 16)

وإذا ما أردنا أن نتعمق أكثر، فبإمكاننا التطرق إلى مفهوم الأخبار التنموية التي تعتبر جوهر العملية الإعلامية التنموية، حيث يؤكد السيد بخيت أنه لا يوجد اتفاق واضح بين الباحثين حول الموضوع، فربطه البعض بنوعية محددة من الأخبار الاقتصادية و الاجتماعية ذات الصلة المباشرة بموضوع التنمية، فيما اعتبر آخرون أن كل الأخبار مهما كان نوعها هي أخبار تنموية حتى و إن ارتبطت بالرياضة أو الثقافة والترفيه. (بخيت، 1998، صفحة 125)

نعتمد أن الإعلام التنموي هو نوع متخصص من أنواع الإعلام يسلط الضوء على مواضيع التنمية في مختلف المجالات، يقدم وجهة نظر الحكومات في السياسات التنموية ويعرض أولوياتها ومجهوداتها للتكفل باحتياجات الأفراد الحيوية، وهو في الجهة المقابلة يحاكي تطلعات الجماهير ويوصل اهتماماتها وآرائها لصناع القرار لتحقيق ما يعرف بالديمقراطية التشاركية المبنية على الثقة بين المواطن ودولته، هذا النوع من الإعلام يتجسد عبر مضامين كل وسائل الإعلام بمختلف أشكالها تقليدية كانت أو حديثة.

#### 4.2 التخطيط الإعلامي:

التخطيط الإعلامي هو توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتوفرة حاليا أو التي يمكن توفرها مستقبلا لتحقيق أهداف السياسة الإعلامية أو الاتصالية مع الاستعمال الأنسب للإمكانيات المذكورة، وعملية التخطيط مرتبطة دائما بالمستقبل، تقتضي المراجعة لتحديد فعاليتها، وهي محصلة تفاعل عناصر العملية الاتصالية مستندة إلى الأسلوب العلمي، ويقابل التخطيط الإعلامي السلوك العشوائي. (العبد و العبد، 2007، صفحة 73)

بدورنا نرى أن التخطيط الإعلامي عملية عقلية تتسم بالتنظيم والأسلوب المنهجي، يتبناها القائمون بالاتصال في وسائل الإعلام لتحقيق جملة من الأهداف المتوافقة مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية خلال مدة زمنية محددة، تنتهي بعملية تقييم للعملية والتأكد من نجاحها أو فشلها.

### 3. الوظيفة التنموية لوسائل الإعلام:

قبل الحديث عن الوظيفة التنموية لوسائل الإعلام نقوم أولاً بإطلالة ولو مختصرة على الوظائف العامة للإعلام، فمن المعروف أن وسائل الإعلام تضطلع بمجموعة من المهام تتمثل أساساً في:

#### 1.3 الوظيفة الإخبارية:

فالإخبار هو جوهر العملية الإعلامية، إذ تقوم وسائل الإعلام بتزويد الجمهور بالأخبار المتنوعة حول مختلف الأحداث والنشاطات التي تدخل في دائرة اهتمامه، وتستقطب النشرات الإخبارية الإذاعية والتلفزيونية كما هو معروف اهتمام شرائح عريضة من الجماهير، وكذلك هو الحال في الجرائد اليومية التي تشكل الأخبار الجانب الغالب على صفحاتها.

#### 2.3 الوظيفة التعليمية التربوية:

نظراً لأهمية التربية والتعليم يتعين على صناع القرار أن يشركوا جميع الجهود الفعالة في المجتمع في عملية التعليم وتلقي المعارف وتسهيل إيصال المعلومات إلى المتلقين من حيث السرعة والشرح والتبسيط، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى التوجه نحو استغلال وسائل الإعلام في تولي هذه المهمة، وفيها أثبتت هذه الوسائل نجاحها وفعاليتها، والتعليم والإعلام وظيفتان متكاملتان مع بعضهما البعض، فإذا كان التعليم يقدم معلومات منهجية تكسب الإنسان مهارات جديدة، فإن وظيفة الإعلام تبسيط هذه المعلومات وعرضها بشكل ميسر للناس.

#### 3.3 التنشئة الاجتماعية:

يضاعف الإعلام من فرص التماسك الاجتماعي ويعزز العلاقات الاجتماعية ويزرع في نفوس الناس معاني التكافل والتضامن الاجتماعي بواسطة ما يقدمه من مضامين مختلفة، خاصة في فترات الأزمات الإنسانية الناجمة عن الكوارث الطبيعية أو الأزمات

الاقتصادية، كما توجه وسائل الإعلام من خلال الاستعانة بالمختصين نصائح وإرشادات لتجاوز الأزمات النفسية ومحاربة الآفات الاجتماعية.

### 4.3 الوظيفة الديمقراطية :

تساهم وسائل الإعلام في دفع المواطنين إلى المشاركة في الحياة السياسية والتعبير عن آرائهم تجاه القضايا المصيرية للبلاد، ويُعزّز هذا الدور خاصة في المواعيد الانتخابية المحلية والوطنية، حيث نلاحظ كيف تقوم وسائل الإعلام بتحسيس المواطنين بأهمية المشاركة في الانتخابات والمساهمة في البناء المؤسساتي والدستوري للبلاد، سواء بترشحهم في الانتخابات أو الإدلاء بأصواتهم واختيار من يمثلهم في المجالس المنتخبة باختلاف مستوياتها ومهامها.

### 5.3 وظيفة تكوين الآراء و الاتجاهات:

هي وظيفة لا تقل أهمية عن بقية الوظائف التي تضطلع بها وسائل الإعلام، ومعناها أن لوسائل الإعلام القدرة على التأثير في الأفراد بشكل يجعلهم يتبنون آراء ما، تجاه قضايا معينة أو يغيرون آراء كانت متبناة مسبقا. (أبوصبع، 2006، صفحة 208)

### 6.3 الوظيفة التنموية:

تساهم وسائل الإعلام في ترقية المجتمع وتنميته من خلال دفع جمهورها إلى إدراك مدى خطورة مشاكل التنمية وجديتها والتفكير في إيجاد حلول لهذه المشاكل لتجاوز حالة التخلف والتغيير نحو الأفضل. (بخيت، 1998، صفحة 121) ، من جهة أخرى تتجلى أهمية الوظيفة التنموية لوسائل الإعلام في اتخاذها من قبل الحكومات أداة تواصل مع السكان، تخاطبهم بواسطتها لتبرز لهم جهودها في سبيل تلبية حاجاتهم من مشاريع وعمليات تنموية ومن جانب آخر تستقي انشغالاتهم وتتحسس همومهم ومطالبهم عبر هذه الوسائل.

تبنّت هيئة الأمم المتحدة منذ بداية الستينات من القرن الماضي دراسات تبحث في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والتنمية الوطنية وتبرز دور وسائل الاتصال الجماهيرية في بناء وتطوير المجتمع، في هذا السياق ظهرت مجموعة من الدراسات والتقارير من أبرزها دراسة اليونسكو سنة 1961 التي تناولت العلاقة الارتباطية بين وسائل الإعلام و التنمية الوطنية وفقا لأربع مؤشرات، هي متوسط دخل الفرد، التعلم، السكن، التصنيع.

في سنة 1962 أبرز تقرير للأمم المتحدة أن تطور وسائل الاتصال الجماهيرية يرتبط ارتباطا وثيقا بدرجة تطور المجتمع. وفي سنة 1964 نشر العالم والباحث "ويلبر شرام" كتابه "وسائل الاعلام والتنمية الوطنية" الذي أعده بناء على طلب اليونسكو. (حجاب، 2001، صفحة 86)، لذلك يعتبر العالم والباحث "ويلبر شرام" أول من أشار إلى الإعلام التتموي وبحث حول أهميته في إحداث التحول الاجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث. (الحسنات، 2010، صفحة 206) وركز شرام على مصطلح "وكلاء التغيير الاجتماعي" في تفسيره لدور وسائل الإعلام تجاه التنمية.

في هذا السياق حدد شرام ثلاث مهام وهي وظيفة الإعلام، ووظيفة اتخاذ القرارات ووظيفة التعليم، ويضع لنا شرام ضمن الوظيفة الإعلامية ثلاث وظائف حيوية تلخص لنا رؤيته لأهمية الإعلام في التنمية حيث يذكر لنا:

- **وظيفة توسيع الآفاق** : إذ تستطيع وسائل الإعلام أن تأخذ الأفراد الذين يعيشون في مجتمع تقليدي إلى أفق أسمى يجعلهم يتطلعون إلى ما وراء حدودهم السابقة.
  - **وظيفة تركيز الانتباه** : ويقصد بها تركيز انتباه المتلقين على أهم الأحداث والأشخاص ذوي الصلة المباشرة بعملية التنمية، فالعادات و السلوكات الجديدة التي تؤدي إلى تغيير اجتماعي نحو الأفضل بما يخدم المواطن هي الأولويات التي يجب أن تركز عليها وسائل الإعلام حسب شرام.
  - **رفع تطلعات الجماهير** : يعتقد شرام أن لوسائل الإعلام القدرة على شحذ الهمم على المستويين الشخصي والوطني، فهي بمثابة الدافع إلى البحث عن حياة أفضل ونماذج أنجح بعيدا عن التسليم بالواقع والاستسلام للفشل والتخلف. (العبد و العبد، 2007، صفحة 36)
- وإجمالا يمكن القول أن النظرة إلى دور وسائل الإعلام في التنمية قد تطورت بشكل سريع مواكبة للتطورات التكنولوجية الهائلة التي طرأت على هذه الوسائل، ففي مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية مثلا لم تعر نظريات التغيير الاجتماعي الاتصال بشكل عام اهتماما كبيرا، في مقابل التركيز على تراكم المال والادخار والاستثمار باعتبارها مداخل رئيسية للتنمية، أما في مرحلة الستينات إلى بداية السبعينات فقد تحول الاهتمام - الذي تم وصفه بالمبالغ فيه - إلى دور وسائل الإعلام في تفعيل التنمية والمشاركة في التخطيط الاقتصادي وتعبئة الموارد البشرية، لتعقبها مرحلة أخرى أصبح التركيز فيها منصبا على

العلاقة المعتدلة بين وسائل الاعلام والقوى الفاعلة في المجتمع للمساهمة في الخطط التنموية و تحقيق التغيير المنشود والنهوض بالآمال الوطنية والشخصية على حد سواء. (الضلعين، الشمائلة، اللحام، و كافي، 2015، صفحة 127)

#### 4. الإعلام، شريك أساسي في التنمية:

التنمية عملية معقدة لا يمكن أن تتحقق إلا إذا تضافرت عدة جهود يكمل أحدها الآخر، ولعل أبرز ثنائية قائمة في هذا المجال هي ثنائية الإعلام والتنمية، إذ لا يمكننا أن نتصور تنمية حقيقية دون أن يكون الإعلام طرفا فاعلا فيها ومحركا أساسيا لها. ويبرز هنا دور التخطيط للتنمية، إذ يرى المختصون أن هناك حاجة ملحة إلى وجود تنسيق بين واضعي الخطة التنموية والإعلامية، حيث تكون وسائل الإعلام تحت تصرف واضعي الخطة التنموية. (جربسات، 2012، صفحة 42)، لقد أبانت التجربة الإعلامية بمختلف الأشكال في الإعلام المكتوب أو السمعي البصري أو الإلكتروني على مساهمات فعالة للإعلام، حيث راهنت عليه الحكومات في دعم التنمية بمختلف تخصصاتها وكانت النتائج واضحة وملموسة، فدور وسائل الإعلام لم يعد مقتصرًا على إعطاء المعلومات، بل يتجاوز ذلك إلى القيام بتحفيز الناس ودفعهم إلى تغيير الاتجاهات والمساهمة في عملية بناء المجتمع. (رمضان، 2010)، يتجلى هذا الدور في عدة مستويات، يمكن تلخيصها فيما يلي:

#### 1.4 الإخبار والإعلان:

ذكرنا سابقا أن الوظيفة الإخبارية هي أساس الخدمة الإعلامية بما تقدمه للجمهور من معلومات جديدة وتفصيلات عن أهم الأحداث التي تتصل بحياته اليومية، فعبير وسائل الإعلام مثلا يتم إعلام أفراد المجتمع بالخطط التنموية وتركيز اهتمام هؤلاء الأفراد على الحاجة إلى التغيير نحو الأحسن وتحفيزهم على إيجاد الوسائل والطرق التي توصلهم إلى ذلك، صفحات الجرائد والمواعيد الإخبارية الإذاعية والتلفزيونية تطلعننا يوميا على أخبار حول استفادة مناطق محددة بمشاريع إنمائية للتكفل بمطالب سكان تلك المناطق، وتنقل لنا كذلك الجهود التي تبذلها الدولة لضمان تجسيد هذه المشاريع في مواعيدها المحددة من تعليمات مركزية تصدر عن أعلى السلطات وزيارات ميدانية للوزراء والولاة وغيرها من الجهود.

أما فيما يخص الإعلان، فوسائل الإعلام تخصص حيزاً من مساحاتها لإطلاع مؤسسات الانجاز والمؤسسات الخدمائية بالمشاريع والصفقات المتاحة في السوق لتمكينها من المشاركة في المناقصات الخاصة بهذه المشاريع، من جهة أخرى يلجأ أصحاب المشاريع إلى وسائل الإعلام لإرسال إعلانات لأصحاب المؤسسات أو حتى قرارات فسخ الصفقات في حالات الإخلال بالعقود المبرمة بين الأطراف المذكورة، ومما لا شك فيه أن هذه الخدمات الإعلامية تساهم في تنفيذ المشاريع التنموية في الآجال المحددة ووفق المعايير المطلوبة والمذكورة تطبيقاً لما يعرف لدى أهل الاختصاص بـ "دفاتر الشروط".

#### 2.4 الرقابة:

للرقابة دور هام في العملية التنموية، فمن خلال الرقابة التي تمارسها تفتح وسائل الإعلام الأعين على أوجه النجاح أو الفشل في عمليات التنمية وتنفيذ المشاريع التي تتضمنها، وهذا الدور لا يجب أن يقتصر على كشف العيوب والسلبيات للعمليات التنموية لتقاديها، بل يمتد دوره إلى تبيين الجوانب الإيجابية في ذلك وتعزيزها. (الحري، 2019، صفحة 312)، و عادة ما تتوفر لدى الصحفيين معلومات ومعطيات لا يصل إليها غيرهم، نظراً إلى ما يتاح لهم من إمكانيات الاقتراب والاحتكاك بمصادر المعلومات، ما يسمح لهم بالكشف عن ما يعرف بقضايا الفساد. (كافي، 2016، صفحة 82)

لنا في واقع الممارسة الإعلامية العديد من قضايا الفساد التي كشفها صحفيون، لاسيما الاستقصائيون منهم، وهي قضايا أسقطت في مرات كثيرة رؤوساً كبيرة من المسؤولين ورجال المال والأعمال الفاسدين بعد الكشف عن تورطهم في تبديد المال العام والتلاعب بالصفقات الخاصة بمشاريع تنموية، وفي مرات أخرى تقوم وسائل الإعلام بتتبيه الجهات المختصة بتأخر بعض مؤسسات الانجاز والشركات المقاوله في الانتهاء من المشاريع الموكلة إليها في الآجال المتفق عليها أو إنجازها دون الالتزام بالمعايير التقنية المطلوبة في المشاريع.

#### 3.4 الحوار:

على وسائل الإعلام أن تفعل الحوار وتفتح باب النقاش بين المواطنين وصناع القرار لتقترب من اهتمامات السكان و احتياجاتهم من جهة، ولتطلعهم على الخطط التنموية التي وضعتها لخدمتهم و تحسين ظروف معيشتهم من جهة أخرى، تتجسد هذه الوظيفة خاصة

## سبل تفعيل دور التخطيط الإعلامي في التنمية المحلية

عبر وسائل الإعلام التقليدية لاسيما الإذاعة والتلفزيون، هذا ما يشعر الفرد بأنه مسؤول ومشارك في التنمية. (بارك، 2018)

تقوم وسائل الإعلام بتنفيذ حملات إعلامية من أجل تحقيق التنمية، وتثمر هذه الحملات بخطوات مدروسة، البداية تكون بتعريف الجمهور بالمشكلة موضوع الحملة، يليها تقديم الحجج والبراهين المؤيدة والمعارضة للموضوع، وهذا بهدف تكوين الآراء والاتجاهات. (العبد و العبد، 2007، الصفحات 64-65)

في هذا الباب تساهم وسائل الإعلام في توفير الجو الملائم للنقاش وتبادل الأفكار والآراء بين أفراد المجتمع، ما يتيح لهذه الوسائل النفاذ إلى داخل هذه الجماعات وتغذية مناقشات خطط التنمية بالمعلومات اللازمة من خلال عرض آراء وأفكار صناع القرار والمختصين، ما يجعل المسائل المطروحة للنقاش أكثر وضوحا. (جريسات، 2012، صفحة 139)

يؤكد محمد منير حجاب على أهمية الإذاعات وبالأخص الإقليمية منها في تفعيل المناقشات الجماعية، ما يجعلها تدخل كنظام ضمن الخطة الشاملة للتنمية عندها تصبح عاملا أساسيا في التغييرات الحيوية التي ينشدها الفرد وصانع القرار على حد سواء. (حجاب، 2001، صفحة 250)

### 4.4 التعليم والتوعية:

تقوم وسائل الإعلام بمهمة تعليم الناس وتوعيتهم بأهمية التنمية ونتائجها التي تنعكس إيجابا على مختلف جوانب حياتهم من أجل تهيئتهم لتقبل هذا التوجه وما يحيط به من عمليات ومشاريع ومبادرات تطلقها الجهات المركزية والمحلية، ولن يتأتى ذلك دون الإلمام بعادات وتقاليد الأفراد لتعديل بعض القنوات التي تعرقل جهود التنمية واستبدالها بقنوات أخرى وأفكار جديدة تخدم غاية الإنماء والتطور، وكما هو معروف فإن أي تغيير اجتماعي لا يمكن أن ينجح إلا إذا كان متوافقا مع معايير الجماعة وقيمها المشتركة. (سبتي، 2013)

### 5.4 المساهمة في التخطيط التنموي المحلي:

لكي يتمكن الإعلام ويتاح لوسائله المساهمة الفعالة في التنمية، لا بد من أن يتم استخدام مخرجات العملية الإعلامية في عملية التخطيط للتنمية بكل أبعادها وبذلك تكتمل

دائرة الشراكة التي ينبغي أن تكون قائمة بين وسائل الإعلام والتنمية الشاملة، بمعنى أكثر وضوحاً يتعزز دور وسائل الإعلام قبل الشروع في تنفيذ البرامج التنموية أولاً، ثم أثناء التنفيذ أو ما يعرف بالمرافقة الإعلامية، ثم مرحلة تقييم الخطط والبرامج التنموية وهي المرحلة الثالثة في هذا البناء العام.

لذلك ينبغي أن تدمج السياسات الإعلامية مع السياسات التنموية ليتشكل لنا ما يسمى الخطة التنموية وبالتالي يصبح البعد التنموي للإعلام جزءاً رئيسياً من الخطة التنموية الشاملة. (حجاب، 2001، صفحة 261)

يعتقد الدكتور سعد كامل الحريري في كتابه الإعلام والتنمية المستدامة أنه يستحيل أن تسير التنمية من دون تخطيط، لذلك فالتخطيط الإعلامي -حسبه- يعتبر مرحلة هامة لإحداث التنمية لعدة أسباب، منها أن التخطيط الإعلامي هو من يحدد احتياجات المجتمع ويرتب أولوياته بطريقة علمية وعلى ضوءها تتحدد الاحتياجات والمشاكل القائمة و به يتم تحديد المسؤوليات ومستويات تدخل الجهات المسؤولة، وبالتخطيط الإعلامي يتم تحقيق التوازن في التنمية بين مختلف القطاعات ما يتيح ربط مجهودات التنمية عبر مختلف أنحاء المجتمع فيما بينها. (الحريري، 2019، صفحة 151)

من جهته يقول الباحث علي عجوة: "وسائل الاتصال - يقصد وسائل الاتصال الجماهيري- مسؤولة عن توسيع رقعة الحوار الخاص بالخطة وتقديم البيانات والمعلومات الدقيقة والوافية إلى الجماهير، فقد ثبت أن اشتراك الأفراد في مناقشة أي موضوع واقتناعهم بما يتخذ من قرارات يزيد من مشاركتهم الايجابية وتعاونهم مع القيادات المسؤولة في إنجاح الخطة والتغلب على المشكلات التي تواجهها". (عجوة، 2004، صفحة 65)

## 5. سبل تفعيل التخطيط الإعلامي في دعم التنمية:

### 1.5 بين التخطيط التنموي والتخطيط الإعلامي:

بما أن الإنسان هو محور أي عملية تغيير اجتماعي، توجهت إليه كل الخطط التنموية باعتباره الهدف الحقيقي للتنمية وكل مبادرات التطوير في مختلف المجالات، من خلال إحداث تغييرات في اتجاهات الناس وفي مجموع قيمهم الاجتماعية وإدخال مفاهيم علمية جديدة على سلوكياتهم وخبراتهم التقليدية، ولأن عملية التنمية لا تتم بسلاسة بل تعترض طريقها عدة مشاكل وعقبات، كان لزاماً اللجوء إلى وسائل الإعلام للمساهمة في

إيجاد حلول لهذه المشاكل بالتركيز على العنصر البشري باعتباره العنصر الأهم في عملية التنمية الشاملة. (حجاب، 2001، الصفحات 269-270)

ترتكز المضامين الإعلامية ذات العلاقة بمواضيع التنمية على الإنسان، فنجد هذا الأخير هدفا لوسائل الإعلام، تزوده بالمعلومات الضرورية حول البرامج التنموية والميزانيات المخصصة لها وبأهم المشاريع الانمائية وآجال تسليمها للسكان ودخولها حيز الخدمة وغيرها من المعلومات والمعطيات، كما تتيح وسائل الإعلام للفرد المشاركة في النقاشات الدائرة حول أولويات التنمية، ليقدم أفكاره ويعرض آرائه أمام صناع القرار المركزيين والمحليين وأمام المختصين في القطاعات المختلفة، وسائل الإعلام تشارك أيضا في تعليم الناس وتوعيتهم بالأساليب الناجعة للمساهمة في الفعل التنموي بالحفاظ على المكتسبات والتعرف على طرق التعامل مع المستحدثات، كما يساهم الإعلام في تلقين الناس المهارات التي تجعلهم ينكيفون ويتعاملون مع محيطهم بأكثر عقلانية وإيجابية، كل هذه المكاسب تدخل ضمن الآليات التي يتبناها صناع القرار في التخطيط التنموي بالاستفادة من مخرجاتها وتحديد نقاط القوة والضعف في البرامج التنموية وإيجاد الحلول للمشاكل والعقبات المسجلة لتداركها في الخطط المستقبلية.

ولتقوم وسائل الإعلام بالأدوار المذكورة بأكثر فعالية ونجاعة، يجب أن تكون هناك خطة واضحة تتضمن وضع الأهداف الأساسية التي تحقق تخطي العراقيل المصعبة لعملية التنمية، ثم تحديد الجمهور المستهدف بذلك والتعرف على خصائصه الأولية وما إذا كانت هذه الخصائص تتلاءم و الخصائص العامة للوسيلة المستخدمة ومدى صلاحيتها لنقل الأفكار الجديدة من خلال الانتشار وقوة التأثير، يتطلب الأمر أيضا اطلاعا دقيقا على الاتجاهات السائدة والآراء المسبقة التي تستند إليها هذه الاتجاهات، فمن خلال التخطيط الإعلامي الجيد يمكن إحداث تحول تدريجي في الاتجاهات القديمة بإضعاف الدوافع المؤيدة لها ودعم المضادة لها، بعيدا عن التصدي المباشر لتلك الاتجاهات الراسخة لأنه كلما يأتي بالنتائج المطلوبة، ومن الإجراءات المتخذة في هذا المجال تحديد دور كل وسيلة من وسائل الإعلام بناء على ما تقدم من معرفة للجمهور المستهدف وطبيعة الأفكار المراد نشرها والمدة الزمنية الأمثل لتحقيق الهدف والإمكانيات المالية المسخرة لذلك وتحديد وسائل التقويم

والمتابعة لنتائج الخطة الإعلامية من أجل إدخال التغييرات الضرورية ضمانا لنجاحها. (عجوة، 2004، الصفحات 32-33)

ولضمان نجاح الإعلام في دفع الناس الى الإيمان بأهمية الفعل التنموي وضرورة المشاركة في التنمية الشاملة، لا بد من وجود إستراتيجية واضحة تبرز فلسفة التنمية وأبعادها باستخدام أدوات التحليل والاستقراء العلمية وانتهاج المهنية والمصادقية واحترام الحرية في التعبير وإبداء الآراء والاستقلالية في طرح مشكلات التنمية وتحدياتها، لذلك فإن تطور أداء وسائل الإعلام في مجال التنمية يرتبط ارتباطا وثيقا بمدى رغبة صناع القرار ورسمي الخطط التنموية في توسيع وتفعيل مشاركة الأفراد في هذه الخطط وتحسين درجة الشفافية وتقبل الانتقادات. (الحسان، 2010، صفحة 272)

إن العبرة بإشراك الجماهير في مناقشة المواضيع المرتبطة بالتنمية المحلية ذات الصلة المباشرة بحياة المواطن اليومية لا تتمثل في ملأ البلاطوهات بالأفراد أو حشو صفحات الجرائد بأسماء وصفات فلان وعلان، بل تتجسد هذه المشاركة بفعالية عندما تصغي دوائر القرار إلى آراء هذه الجماهير وتأخذ باقتراحاتها وتتقبل انتقاداتها للسلوكيات التي تعرقل في النهاية جهود التنمية وتحد من جدواها الاقتصادية والاجتماعية، لذلك وجب توفير شروط الحوار الحر والنقاش البناء من دون توجيه أو تحريف أو تزييف للحقائق أو انتقاء غير بريء للأفراد المشاركين في هذه الحوارات والنقاشات.

## 2.5 صناعة إعلامية تنموية:

يطالب الدكتور سعد كامل الحريري بإنشاء ما سماه "صناعة إعلامية" تنموية والنظر إلى الإعلام كقطاع منتج سالكا بذلك الاتجاه الذي سلكه الباحث ولبر شرلم من خلال كتابه المعروف " أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية" حينما دعا إلى صناعة اتصالية تؤسس لاستثمار وشراكة منتجة بين دوائر القرار المسؤولة عن التخطيط التنموي ووسائل الإعلام ومراقبة تدفق الإعلام التنموي داخل حدود الدولة وتفحص القيود المفروضة على المضامين الإعلامية، كما دعا إلى ضرورة تكوين العاملين في مجال الإعلام التنموي ودراسة تجاوب الجمهور مع وسائل الاتصال و علاقة هذه الوسائل بنواحي التنمية الأخرى. (الحريري، 2019، صفحة

(314)

## سبل تفعيل دور التخطيط الإعلامي في التنمية المحلية

من جهتها تدعو الدكتورة عواطف عبد الرحمان إلى تنمية قطاع الإعلام، رأسياً، أفقياً، كميًا و نوعياً وتطوير مهام الإعلاميين والارتقاء بمستوى المضامين الإعلامية مسموعة كانت أو مقروءة أو مرئية، وتمكين وسائل الإعلام من أن تكون وسيلة للتواصل الفعال مع الإنسان و المجتمع بهدف تفعيل الإعلام التنموي. (الضلاعين، الشمايلة، اللحام، و كافي، 2015، صفحة 131)

### 6. خاتمة:

بالرغم من أهمية الدور الذي يلعبه الإعلام التنموي في تفعيل التنمية بشكلها الشامل، إلا أن هذا الدور سيبقى دون فعالية ومن غير أثر ملموس على الحياة اليومية لأفراد المجتمع إذا لم يسند بعمليات وجهود أخرى توفر لوسائل الإعلام المناخ الملائم للعب الأدوار الموكلة إليها، بدءاً بالتخطيط والتنفيذ والمرافقة ثم التقييم، ولعل المسؤولية الأكبر في الدول النامية نجدها ملقاة على الدولة بسبب تحكمها في مفاتيح العملية الإعلامية، مهما تعددت أشكال وسائل الإعلام أو طبيعة ملكيتها، وأول ما ينبغي توفيره في هذا المجال هو استقلالية وسائل الإعلام ما يجعلها تناقش مختلف القضايا التنموية بأكثر شفافية دون ضغوط أو إملاءات ومنه الوصول إلى القرارات السليمة التي تخدم التنمية لا تعرقها، وتمارس حق الرقابة بكل حرية والإبلاغ دون خوف عن كل التجاوزات والخروقات التي تشوب تنفيذ المشاريع التنموية، لتأتي بعدها الشروط التي على وسائل الإعلام توفيرها بنفسها لإنجاح هذا التغيير ، ومنها تكوين العاملين لديها في مجال الإعلام التنموي بما يسمح لهم بإدارة النقاشات حول مواضيع التنمية بأكثر مهنية وسلاسة وفي مختلف القطاعات والانفتاح على الشركاء الاجتماعيين والمختصين دون تمييز والتوغل داخل أعماق المجتمع من دون إقصاء مبني على الجهوية أو العرقية، بتضافر هذه الجهود وتكاملها فقط ، يمكن بناء إعلام تنموي يستند إلى تخطيط إعلامي قوي و جاد يساهم بشكل فعال في جهود التنمية وخدمة أفراد المجتمع.

### 7. قائمة المراجع:

أحمد بن مرسل. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

أحمد عيساوي. (2014). مدخل الى علوم الاعلام والاتصال. القاهرة: دار الكتاب الحديث.

السيد بخت. (1998). الصحافة المصرية ، قيم الأخبار وتزييف الوعي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

- آمال جرجيس جريسات. (2012). دور الاعلام في التخطيط والتنمية. عمان، الأردن: دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.
- خليل البناء. (2013). الإعلام الاجتماعي ركيزة أساسية في مرحلة البناء والتنمية. عمان، الأردن: أمواج للطباعة والنشر والتوزيع.
- زيري رمضان. (2010). الإعلام التنموي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العلمي الأول وسائل الإعلام والمجتمع (الصفحات 1-20). بسكرة: جامعة بسكرة.
- سعد كامل إسماعيل الحريري. (2019). الإعلام والتنمية المستدامة. عمان، الأردن: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- صالح خليل أبوإصبع. (2006). الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (الإصدار 6). عمان، الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- عاطف عدلي العبد، و نهي عاطف العبد. (2007). الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي : الأسس النظرية والنماذج التطبيقية (الإصدار 5). القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الرزاق محمد الدليمي. (2012). الإعلام والتنمية. عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- علي عجوة. (2004). الإعلام وقضايا التنمية. القاهرة: عالم الكتب.
- علي فلاح الضالعين، ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، و مصطفى يوسف كافي. (2015). الإعلام التنموي والبيئي. عمان، الأردن: المكتب العربي للنشر والتوزيع.
- فاروق خالد الحسنات. (2010). الإعلام والتنمية المعاصرة. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- كامل مصطفى رحومة. التنمية المحلية بخيال سياسي، رؤية لتجربة وجيه أباطة. القاهرة: مركز الحضارة العربية.
- محمد أبو سمرة. (2011). الإعلام التنموي. عمان، الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع.
- محمد عبيدات، محمد أبو نصار، و عقلة مبيضين. (1999). منهجية البحث العلمي، القواعد و المراحل و التطبيقات (الإصدار 2). عمان، الأردن: دار وائل للطباعة والنشر.
- محمد منير حجاب. (2001). الإعلام والتنمية الشاملة (الإصدار 3). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- مصطفى يوسف كافي. (2016). الإعلام والفساد الإداري والمالي وتداعياته على العمل الحكومي. عمان، الأردن: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- منير نوري و نعيمة بارك. (2018, 12 31). أجهزة الإعلام التنموي ودورها في حماية البيئة و دعم التنمية المستدامة. مجلة البحوث والدراسات العلمية ، الصفحات 38-58.
- نسبية فريجات و رشيدة سبتي. (2013, 12 01). الاعلام وتعزيز قضايا التنمية المستدامة. مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية ، الصفحات 140-150.