

الإعلام التنموي والتخطيط الإعلامي: آليات ضرورية لتحديث المجتمع.

Developmental information and the planning of in formations:

Necessary mechanisms to modernize the society.

د. محمد فوزي كنازة ، جامعة قسنطينة 3، الجزائر

kenzaifaouzi@yahoo.fr

ط. د. وفاء ضيف الله، جامعة سكيكدة، الجزائر.

daifallahwafa90@gmail.com

تاريخ التسليم: (2018/04/03)، تاريخ التقييم: (2018/06/18)، تاريخ القبول: (2018/08/24)

Abstract :

ملخص :

This article tries to search in project and development programmers to achieve their goals, and to link information means in this process. As they are great stimulant, having a great importance in any global development in any country, by the means of stimulation and activation of the interest o the citizen concerning a great number of sensitive causes of the society. Moreover they mobilize the public to accept the processes of development in itself, to achieve and guarantee the intrinsic goal which is the activation and the moving of the non-homogeneous efficient partnership in development inside and outside the country.

Key words: information, development, developmental information, planning of information.

يحاول هذا المقال البحث في مخططات وبرامج التنمية وكيفية تحقيق أهدافها، بإشراك وسائل الإعلام في هذه العلمية بوصفها منبه- مثير على غاية من الأهمية في التنمية الشاملة لأي بلاد، وذلك عن طريق إثارة، وتنشيط اهتمام المواطن بأكبر قدر ممكن من القضايا المجتمعية الحساسة. كما تقوم بتعبئة وتجنيب الجماهير لقبول عمليات التنمية في حد ذاتها، من أجل تحقيق وضمان هدف جوهري ، وهو تفعيل وتحريك التشاركية الفعالة للجماهير الغير متجانسة في التنمية في داخل و خارج البلاد.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، التنمية، الإعلام التنموي، التخطيط الإعلامي.

مقدمة:

إنّ وسائل الاتصال الشخصية والجماعية تملك من الامكانيات ما يؤهلها للقيام بدور فعال لتوعية أوساط المجتمعات من أجل توحيد الجهود والتعاون بين السلطات العامة والأهالي بهدف تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي ، وكذلك تقوم وسائل الإعلام بوظائف خاصة منها تهيئة المناخ الملائم للتنمية بتوفير منديات للمناقشة ووضع القرارات . وإعلام الناس بكلّ ما يخص القضايا التنموية بجمع المعلومات المناسبة و معالجتها ونشرها بين الأفراد لاكتساب معطيات جديدة تساعدهم على اكتشاف و فهم ما يدور بهم، ونشر المعرفة التنموية ودعم التعليم و التدريب في المجال التنموي ونشر الأفكار المستحدثة. كما تقوم بتكوين رأي عام يلتف حول مسار التنمية، ويؤازر الجهود المبذولة من أجل تحسين الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية(صفرة؛ فندوشي، د ت، ص ص7-8)

أصبحت وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتنقيف والإعلام والتعليم، خاصة في ظل العولمة الاتصالية، وما تتميز به من زخم في البث الإذاعي والتلفزيوني، واستعمال واسع للإنترنت، ما ساهم في انهيار البعد الزمني والمكاني بين الحضارات والثقافات والأمم، بحيث صار العالم قرية صغيرة، إذ ازدادت التفاعلات بين الأفكار والمعلومات بشكل سريع، فصار الكلّ يعرف ما يدور لدى الآخرين مهما كانت المسافات، والأزمنة. (شعباني، 2006، ص ف).

مفاهيم للدراسة

مفهوم الإعلام:

هو " 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 . " (علي، 2014، ص36)

ويُعرّف أيضا بأنه "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم 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." (عابد، 2015، ص101) كما يعرفه إبراهيم إمام علي أنه " نشر الأخبار والحقائق والأفكار والآراء في وسائل الإعلام المختلفة." (أبو عرقوب، 2012، ص19)

- ويمكن أن نعرف الإعلام إجرائيا بأنه عملية نشر الأخبار والأفكار والآراء والمعلومات والحقائق باستخدام وسائل الإعلام، التي تنقل هذه الرسائل إلى الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية، وترجيح الأثر الإعلامي.

مفهوم التنمية

وقد عُرِّفت التنمية كعملية وكوسيلة في العديد من المناسبات وفي اتجاهات غير متجانسة نذكر منها :

يعرفها "محمد سيد محمد" على أنها "زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات شاملة ومتكاملة مرتبطة بحركة المجتمع تأثيراً، مستخدمة الأساليب العملية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والإدارة. (العبد عاطف؛ العبد نهى، 2007، ص9)

و هناك من يرى بأنها "مُحصلة الجهود العلمية المستخدمة لتنظيم الأنشطة المشتركة الحكومية والشعبية في مختلف المستويات لتعبئة الموارد الموجودة أو التي يمكن إيجادها لمواجهة الحاجات الضرورية وفقاً لخطة مرسومة و في ضوء السياسة العامة للمجتمع".

أما "عبدو الحمصي" فيعرفها 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 (المحمود، 2004، ص248).

فهو يشير، إلى نوعية حياة المجتمعات بكل المقاييس والأبعاد.

تقودنا هذه التعريفات إلى أنّ عملية التنمية متعدد الأبعاد، منها ما هو متداخل ومنها ما تؤثر في بعضها البعض، كما نشير إلى أنّ مفهوم التنمية، قد خرج من دائرته الضيقة والكلاسيكية ليشمل جوانب أكثر اتساعاً وشمولية.

مفهوم الإعلام التنموي: نقطة الالتقاء

يعرفه "أديب خضور": "المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية التي تعالج قضايا التنمية". (المحمود، 2004، ص251)

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. (البصير، 2017، ص53)

كما يشير إلى أنه "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. (نش؛ بوهالي، 2016، ص66)

وعليه يمكن تعريف الإعلام التنموي إجرائياً بأنه الاستعمال الأمثل لوسائل الإعلام داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العامة. وهو بذلك الاستخدام المنهجي للإعلام للنهوض بتنمية المجتمعات والتأثير في جميع المجالات.

خصائص ووظائف الإعلام التنموي: يتميز الإعلام التنموي بكونه؛

- إعلام شامل يرتبط بالجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية والتربوية، ويسعى إلى إقناع الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي لتحقيق أهداف التنمية، وهو إعلام يرتبط بخطط التنمية ويدعم نجاح هذه الخطط.

- إعلام تتعدد أبعاده لتشمل الأبعاد الصحية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

- إعلام مرتبط بالواقع في معالجته لقضايا المجتمع غير مبالغ أو مزيف أو بعيد عما يهم الناس، فأحد وظائفه الأساسية هي اكتساب ثقة الأفراد في المجتمع في دقة المعلومات والتعبير الصادق الواقعي.

- إعلام متطور ومعاصر، فهو إعلام معاصر لكل التطورات التي تطرأ على الوسائل الإعلامية وتقنياتها الحديثة ويبحث دائماً عن أحدث وأسرع السبل للوصول إلى الجمهور بطرق متنوعة.

- إعلام يتخذ وسائل متعددة لغرض تحقيق دوره التنموي أهمها التلفاز، الإذاعة، صحافة مطبوعة، صحافة إلكترونية، مطويات، أفلام قصيرة، ملصقات، صحف، ملفات. (نش؛ بوهالي، مرجع سابق، ص70)

كما يقوم الإعلام التنموي بوظائف متعددة نذكر منها: الإخبار حيث يقوم بنقل الأخبار بمختلف أنواعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية سواء كانت محلية أم عالمية، وقد ساعد التطور التقني هذه الوسائل وانتشار الفضائيات على جعل العالم قرية كونية. (الحري، فوزية 2016، دور

الإعلام. في دعم خطط التنمية تم إسترجاعها في 2018/02/05 من الموقع الإلكتروني:

https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.../wrq_ml_-_fwzy_lhrby.pdf.)

ويعمل على توسيع الآفاق الفكرية ولفت انتباه الناس على القضايا العامة باعتبار التنمية تتطلب قيماً ومعايير ومعتقدات اجتماعية متجددة، فنظام الاتصال هو أداة للتغيير نحو نظام اجتماعي شامل. والتأثير في اتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استئثاراً بالمشكلات التي تواجه عملية التنمية وأكثر استعداداً لحلها. (نش؛ بوهالي، 2016، ص71). بالإضافة إلى اختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية. وتعليم الناس المهارات والأساليب اللازمة التي تتطلبها عملية التحديث والتطوير لا سيما الجراة وانتقاد الخطأ وانتقاد المسؤول الذي يخطئ، وعدم الخوف منه (البصير، 2017، ص53).

الأسس العلمية لاختيار الوسيلة المناسبة للإعلام التنموي:

تبرز أهمية الإعلام التنموي في المجتمع من خلال إسهامه في عملية التنمية بجميع أشكالها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها. فهو يقوم برصد ومتابعة ونشر المخطط التنموي وتفعيل الوعي الفردي في المشاركة الفاعلة والهادفة. ويرتبط تطور أداء الإعلام التنموي ارتباطاً وثيقاً برغبة الدول في تحسين أوضاعها السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلى مستوى أفضل، وتمتلك وسائل الإعلام التنموي مسؤولية المساهمة في عملية التنمية، وخاصة بعد أن أصبحت وسائل للتأثير في الأفكار والسلوك والاتجاهات، ووسائل مساعدة في التعليم والتوجيه والتنقيف، ونشر الأفكار المستحدثة، وقد حققت بعض المؤسسات التنموية المحلية نجاحاً ملحوظاً في استخدام وسائل الإعلام في المساهمة في بعض مجالات التنمية. (عبد الله جاف، أميرة، مفهوم الإعلام التنموي ودوره في المجتمع تم إسترجاعها في 2018/02/08، من الموقع <http://waseem.sudanforums.net/t595-topic>).

فالإعلام التنموي يمتلك رؤية واستراتيجية تنموية وتفكير علمي وقدرة على إستخدام التقنيات الحديثة، فهو يعتمد على وسائل مهنية عالية الدقة تتوفر لديها الشروط اللازمة لإنجاح العملية التنموية. حيث له دوراً مهماً في التوعية بقضايا التنمية، فهو يعمل على توعية الناس ورفع طموحاتهم وشدّ إنتباههم إلى قضايا محددة وخلق مناخ ملائم للتنمية وصولاً إلى جعل الموضوع التنموي جزءاً من الوعي المجتمعي والفكر المؤسسي. كما أنه يساعد في التركيز على العمل مع المجتمع من خلال البرامج التلفزيونية والإذاعية، وحلقات النقاش التي تنظمها الصحف اليومية والأسبوعية، التي تفيد في نشر الوعي من ناحية، وفي جمع المعلومات من ناحية أخرى. كما يعمل الإعلام التنموي على التمهيد للخطط والبرامج والسياسات التنموية التي تتخذها الدولة، وتواكب عملية تنفيذ الخطط والبرامج، وتعمل على شرح معانيها ومصطلحاتها للجمهور، وتتعبق نتائجها بعد التنفيذ، وتكشف عن مواطن الخلل وتقوم بتصحيح الأخطاء إن للإعلام التنموي أدوار اجتماعية وسياسية وثقافية. وتكمن أهمية الإعلام التنموي كوسيلة فاعلة في عملية التنمية الشاملة، أي بمعنى أنّ التنمية هي القضية الرئيسية والمحورية والسبيل الوحيد للارتقاء بالإنسان وجعله قادراً على مواجهة تحديات الحاضر ومتغيرات المستقبل، أنّ أمام الإعلام مسؤولية كبيرة وأساسية عبر التوجيه والتصدي والمشاركة في كافة القضايا التي تهم المجتمع والارتقاء به فكرياً وثقافياً. تقوم وسائل الإعلام التنموي من وسائل مكتوبة ومقروءة ومسموعة ومرئية من حيث مسؤولياتها في تقديم المعلومات الصحيحة التي تسهم في الدفع والارتقاء بوعي المواطنين وإثراء فكرهم وفهمهم لسياسات التنمية وما تطرحه من مهمات ومسؤوليات وتطوير إسهاماتها إعلامياً وسياسياً، ومن هنا نفهم جلياً أنّ على هذه الأجهزة الإعلامية الارتقاء بمستوى عملها وتقديم المعلومة ذات المضمون العلمي والفكري والتنموي والاقتصادي والسياسي إدراكاً منها لطبيعة دورها الإعلامي في عملية التنمية بشكل إيجابي

وإيجاد رؤية إعلامية تلبي احتياجات العصر ومتطلباته بما يدعم القيم الإيجابية للإعلام وتجعله مسؤولاً مسؤولية مباشرة وقادراً على التحدي ومواجهة المخاطر التي تعيق النشاط الإعلامي. (الرايس، هشام، 2013، الإعلام والتنمية، في 2017/08/16، على http://alfikhir.blogspot.com/2013/05/blog-post_10.html)

وتحتل وسائل الإعلام مكانة هامة بين عناصر عملية الإعلام التنموي، وعلى هذا فإن التعرف على الوسيلة الإعلامية ومعرفة إمكاناتها وخصائصها واستخداماتها يعدّ أحدّ الجوانب الإستراتيجية التي تهتمّ أي مسؤول عن الإعلام التنموي. وتختار وسيلة الإعلام في المجال التنموي من خلال المناسبة للفكرة، حيث تكون الفكرة المضمون الأساسي للرسالة الإعلامية التي إختارها القائم بالإتصال التنموي للتعبير عن أهدافه، وتأخذ عدّة 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. كما يجب أن تختار الوسائل المناسبة للأهداف المتوقعة فالأهداف تعتمد 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. كذلك قدرة الوسيلة على إشباع احتياجات الجمهور لأن الجمهور يعدّ عنصراً أساسياً للتخطيط لاختيار الوسائل، من خلال معرفة خصائصه الخاصة (الحجم والسن والتوزيع الجغرافي والمستوى الثقافي والتعليمي...) وكذلك خصائصه النفسية واتجاهاته وميوله وعاداته. إضافة إلى مناسبة وسيلة الإعلام للقدرات الاتصالية للفئات 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 عالماً بكيفية تصميمها بطريقة تتناسب مع الوسيلة المستخدمة والجمهور المستقبل لها وذلك ليتمكن من استخدام الوسائل المناسبة إستخداماً فعالاً (البصير، 2017، ص 53).

التخطيط الإعلامي: حجر الزاوية في سيرة الإعلام التنموي

يعتبر التخطيط الإعلامي عملية يتم فيها تعبئة وتنسيق وتوجيه كافة الموارد والطاقت الإعلامية المادية والبشرية، من أجل تحقيق أهداف إعلامية محددة بدقة، في فترة زمنية، وتتم هذه العملية بالتفاعل مع البيئة أو المحيط الاجتماعي الذي تتم فيه (عبد الغني، 2006، ص 62).

ويقوم التخطيط الإعلامي على توفر المعلومات بشأن الموارد المادية والإمكانيات البشرية، وعن الخطط الشاملة، والقضايا التي تخص المجتمع، إضافة إلى وضع سياسة اتصالية واضحة المتمثلة في مجموع المعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة أشكال الاتصال لتحقيق أفضل النتائج، كما يجب تحديد الأولويات والأهداف العامة للخطة الإعلامية ووصول الوسائل إليها من خلال توجيه كافة الإمكانيات صوب تحقيقها، والتخطيط الإعلامي عملية مستمرة ومتكاملة إذ لا بد من تتابع الخطط في إطار التخطيط، كذلك ضرورة التنسيق والمرونة بين الخطط الإعلامية ومتابعتها (عدلي؛ عبيد، 2006، ص 131-151)

لذلك يعد التخطيط الإعلامي جزءا من التخطيط القومي الشامل للتنمية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي حيث لا يتصل التخطيط الإعلامي فقط بالتغير المادي، بل بالمتغيرات النفسية والاجتماعية والمعنوية والثقافية لدى أفراد المجتمع أيضا. وقد يختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع لآخر وفقا للمفاهيم والثقافة السائدة ووفقا للاستراتيجية العامة للمجتمع، والتي تتضمن الأهداف العليا للمواطن والوطن، وللاستراتيجية الإعلامية التي تستوعب هذه الأهداف، حيث يمثل التخطيط أيضا ضرورة مهمة لإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها البلدان النامية، وقد ترجع أهميته إلى كونه الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية بطريقة علمية وإنسانية لتحقيق الرفاهية والتقدم لكل أفراد المجتمع. (الحري، 2006، ص 19)

إن العلاقة بين التخطيط الإعلامي وبرامج وخطط تنمية المجتمعات المحلية هي علاقة عضوية لأن أهم الأسس التي يرتكز عليها منهج تنمية المجتمع هي توجيه أفرادها لمساعدة أنفسهم والمساهمة بفاعلية في الجهود التي تبذلها الحكومات المركزية أو المحلية لتحسين مستوى معيشتهم وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم المحلي. ويعتبر التخطيط الإعلامي تخطيطا لجزيئات من كل متكامل هو التخطيط للتنمية الشاملة والمحلية، وهذه الحقيقة تؤكدتها دراسة "ولبر شرام" على مائة دولة من الدول النامية لدراسة العلاقة بين الاتصال بال جماهير والتنمية، وتوصل "شرام" أن معامل الارتباط بين النشاط التنفيذي الذي تجريه وسائل الاتصال بال جماهير وبين نتائج تنفيذ الخطط العامة للتنمية متضمنة برامج التنمية المحلية قد وصل 72% . لذلك فقد أصبحت الدول النامية تتخذ بنفسها القرارات الخاصة بالقضايا الرئيسية بما فيها قرارات التنمية في مجالاتها المختلفة (حجاب، 1998، ص 104 - 106).

مشبطات التخطيط الإعلامي في الدول النامية

من مشبطات التخطيط الإعلامي في الدول النامية مشكلات تتعلق بـ:

- نقل التكنولوجيا واستخدام التقنيات عالية الدقة، لأنّ الدول المتقدمة وضعت صعوبات دون وجود آليات تحدد طرق نقل التكنولوجيا والتعامل معها والتكيف مع مقتضياتها.

- ضعف التمويل وقلة الموارد المخصصة لإدارات التخطيط في الدول النامية.
 - ضعف التنسيق بين أجهزة التخطيط ومراكز الأبحاث العلمية ووسائل الاتصال.
 - عدم وجود خطط استراتيجية بعيدة المدى.
- وحسب "محمد منير حجاب" فيرى أن صعوبات التخطيط الإعلامي في الدول النامية راجع إلى أن قضايا الإعلام في هذه الدول لا تنطلق من الواقع الموضوعي للبلاد ولا تلتزم بالأولويات، والخطة الإعلامية تعبر عن السلطة فقط وتعتمد على الخبرة الخارجية، كما أن التدفق الاتصالي يركز على جماهير المدن دون القرى، كذلك عدم إشراك الجمهور في السياسات الإعلامية (كنزاي، 2012، ص 111-112)
- ومن جملة التأثيرات السلبية للإعلام في عملية التنمية نجد:
- الإفراط في إثارة الطموحات، فالعمل على زيادة المطالب الشعبية أكثر من النمو الاقتصادي والاجتماعي على إشباعها هذا الإفراط في التفاؤل يؤدي إلى أحلام اليقظة أو اليأس.
 - اللامبالاة أو الخمول وتشويه قيمة العمل بعدم الاهتمام بالأفراد وعدم الاعتراف بالمسؤولية الشخصية
 - ترسيخ فكرة فقر الوطن والموارد المحدودة مما تفتت الرغبة للإنسان في طوق التخلف.
 - الإلهاء من خلال الإفراط في تقديم مواد تحول العقل من جهاز استقبال وإرسال إلى استقبال فقط.
 - تهديد الاستقرار والشك السياسي والاعترا بترويد الجمهور ببرامج وأفكار مضادة للتوافق الاجتماعي، مما يشعر الفرد بأن المجتمع والسلطة لا يعنهما أمره مما يؤدي إلى فقدان الحماس والدافع للمشاركة الفعالة. (سويقات، 2010، ص ص 95-96)

خاتمة:

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

فالإعلام التنموي يزود المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها ويقدر ما يقدم الإعلام من حقائق ومعلومات بقدر ما تحقق التنمية أهدافها، خاصة وأن الإعلام نصب على كيفية توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم والإسهام بفعالية في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم وتشجيعهم على القيام بدور فعال في تنمية مجتمعاتهم وتوعيتهم بمشكلاتهم. مما يعني أن الإعلام التنموي نشاط شامل ومخطط ومتعدد الأبعاد يخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الفعالة الإيجابية في ملية التنمية. حيث يعتبر الإعلام العمود الفقري للخطط التنموية لأن

علاقتها علاقة تشابكية موعلة في الترابط على نحو لا يقبل الانفصال. ويقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق أهداف التنمية.

قائمة المراجع:

- أبو عرقوب، إياد عمر (2012)، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني نظرة إعلامية..هندسية..مهنية، ط1، عمان- الأردن: دار البداية ناشرون و موزعون.
- العبد، عاطف عدلي؛ العبد نهى، عاطف (2007)، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط5، دار الفكر العربي.
- حجاب منير، محمد (1998)، الإعلام والتنمية الشاملة، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- رضا، عدلي سيد محمد؛ العبد عبيد، عاطف عدلي (2006)، إدارة المؤسسات الإعلامية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، القاهرة: دار الفكر العربي، دار الإيمان للطباعة.
- عابد، زهير عبد اللطيف (2015)، الإعلام الجماهيري، ط2، عمان- الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
- عبد الغني، أمين سعيد (2006)، إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد المعرفة، ط1، القاهرة: إيتراك للنشر والتوزيع.
- علي، علي عبد الفتاح (2014)، نظريات الاتصال و الإعلام الحديثة، عمان- الأردن: دار الأيام للنشر و التوزيع.
- سويقات، لبنى (2010)، الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران.
- شعباني، مالك (2006)، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، رسالة دكتوراه، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري- قسنطينة.
- كنزاي، محمد فوزي (2012)، الإذاعة الجزائرية من الوطنية إلى المحلية ودورها في المجتمع، أطروحة دكتوراه تخصص علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري- قسنطينة.
- المحمود، جمال الجاسم المحمود (2004)، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (20)، العدد (2)، جامعة دمشق.
- صفر، إلهام؛ فندوشي، ربيعة، الاتصال التنموي بالجزائر الأسس - الوظائف - الاستراتيجيات، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة المدية.

- لبصير، فطيمة(2017)، الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية، مجلة العلوم الإنسانية، م(ب)، ع(47).
- نش، عزوز؛ بوهالي، حفيظة(2016)، دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة، مجلة إسهامات للبحوث والدراسات، م(1)، ع(1)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة غرداية.
- الحربي، فوزية حجاب(2016)، دور الإعلام..في دعم خطط التنمية المستدامة، ص14، تم استرجاعها في 2018/02/05، 15:20 على الموقع الإلكتروني:
https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.../wrq_ml_-_fwzy_lhrby.pdf
- بالرايس، هشام(2013)، الإعلام والتنمية، تونس، تم استرجاعها في 2017/08/16، 20:40، على الموقع الإلكتروني http://alfikhir.blogspot.com/2013/05/blog-post_10.html
- عبد الله جاف، أميرة، مفهوم الإعلام التنموي ودوره في المجتمع، تم استرجاعها في 2018/02/08، 17:10، على الموقع الإلكتروني <http://waseem.sudanforums.net/t595-topic>