

تقرير الحلقة الرابعة سيمينار شباب الباحثين

التخطيط الإعلامي والتنمية

عقدت الحلقة الرابعة من سيمينار شباب الباحثين يوم الثلاثاء الموافق 23 يناير 2018 بحضور عدد من السادة اساتذة معهد التخطيط القومي وأعضاء الهيئة العلمية المعاونة. قد تناولت الحلقة الابعاد المختلفة لقضية التخطيط الإعلامي مع التركيز على تأثيره في التنمية بصفة عامة.

المتحدث:

١. أحمد صلاح معيد بمركز التخطيط الإجتماعي والثقافي

ينقسم التقرير إلى قسمين:
القسم الأول: أهم النقاط التي تناولها المتحدث
القسم الثاني: أهم المداخلات والمناقشات

القسم الأول أهم النقاط التي تناولها المتحدث

تعريف مفهوم الإعلام:

- الإعلام لغةً: أعلم أي التعريف والإخبار بالشيء لغيره، أي أظهر الخبر وأوصله لطرف لم يكن عالماً به. أعلمه الأمر / أعلمه بالأمر : أخبره به وعرفه إياه ، أطلعته عليه ، أعلمه بما حدث.
- الإعلام اصطلاحاً: هو نشاط إتصالي يستهدف تزويد الجمهور بالحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية، وبدون تحريف بما يؤدي إلى أكبر درجة من الوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية. بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة.

تعريف مفهوم التنمية:

- التنمية لغةً: (ن م ي) وهو بمعنى الزيادة، والنقل. نَمَى المَالُ : زاد وكثر، نَمَى المَالُ : زَادَهُ ، كَثُرَهُ.
- التنمية اصطلاحاً: عبارة عن التغيير الإرادي الذي يحدث في المجتمع سواءً اجتماعياً، أو اقتصادياً، أو سياسياً، بحيث ينتقل من خلاله من الوضع الحالي الذي هو عليه إلى الوضع الذي ينبغي أن يكون عليه، بهدف تطوير وتحسين أحوال الناس من خلال استغلال جميع الموارد والطاقات المتاحة حتى تستغل في مكانها الصحيح، ويعتمد هذا التغيير بشكل أساسي على مشاركة أفراد المجتمع نفسه.

- **التنمية** ظاهرة مركبة تتضمن النمو الإقتصادي كأحد عناصرها. ولكنها تتضمنه مقروناً بحدوث تغيير في الهياكل الإقتصادية والإجتماعية والسياسية والثقافية والعلاقات الخارجية.
- **التنمية:** هي تلك التغيرات العميقة في الهياكل الإقتصادية والسياسية والإجتماعية للدولة، وفي العلاقات التي تربطها بالنظام الإقتصادي الدولي التي يكون من شأنها تحقيق زيادات تراكمية قابلة للإستمرار في الدخل الفردي الحقيقي عبر فترة ممتدة من الزمن، إلى جانب عدد من النتائج الأخرى غير الإقتصادية.

ما بين الإعلام والتنمية:

- التنمية حرية وكذلك الإعلام.
- معبران عن الخصوصية الثقافية.
- الإنسان هو محور عملية التنمية والهدف الأسمى للإعلام.
- كلاهما مخطط ومدرس ومقصود.
- الشمول والتكامل.
- نشاط هادف.
- مرتبطان بالتغيير.
- القضاء على الفجوات.

مراحل تطور الإهتمام بالعلاقة بين الإعلام والتنمية:

1. مرحلة الإهمال: من بعد الحرب العالمية الثانية حتى نهاية الخمسينيات
2. مرحلة المبالغة: منذ أوائل الستينيات.
3. مرحلة التوازن: سادت منذ أوائل السبعينيات.
4. اليوم العالمي للإعلام الإنمائي (الإعلام التنموي) 24 تشرين الأول/أكتوبر، وهو التاريخ الذي اعتمدت فيه، في عام 1970، الإستراتيجية الإنمائية الدولية الثانية لعقد الأمم المتحدة الإنمائي.

تعريف مفهوم الإعلام التنموي:

تعددت التعريفات التي وضعها الباحثون والمختصون في مجال الاعلام حول تعريف الاعلام التنموي فمنهم من يرى بأنه:

- "المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية المتخصصة في معالجة قضايا التنمية".
- بينما يعرفه آخرون بقولهم الاعلام التنموي فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يعمل على إحداث التحول الاجتماعي بهدف التطوير والتحديث، أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا.

- كما ويعرف بالجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة التي تهدف إلى خلق مواقف واتجاهات ايجابية وصديقه للتنمية، وبذلك فإن الإعلام التنموي غير معني بصناعة التنمية ولكنه يهيئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل أن يستجيبوا للمخطط والبرامج التنموية بشكل فعال.
- ومن التعريفات الاخرى للإعلام التنموي أحد الفروع الأساسية للنشاط الإعلامي الذي يهتم بقضايا التنمية. فهو إعلام هادف وشامل، ويفترض أن يكون إعلامًا واقعيًا. يهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية تنموية. وهو مرتبط بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور.

نظريات الإعلام التنموي

➤ **ولبور شرام:** كتاب وسائل الإعلام والتنمية الوطنية - 1964

➤ **دانيال ليرنر:** The Passing of the Traditional Society (نهاية /تجاوز المجتمع التقليدي).

➤ **النموذج الإتصالي العربي:** إحترام الخصوصية التاريخية والثقافية.

تعريف مفهوم التخطيط الإعلامي:

- اتخاذ التدابير العملية للاستفادة المثلى من الامكانيات والقوى والكفاءات الاعلامية المتاحة لتحقيق أهداف واضحة معينة مستقبلية في إطار سياسة إعلامية محددة وباستخدام خطط إعلامية متكاملة يجري تنفيذها تنفيذًا فاعلاً بأجهزة إدارية وتنظيمية قادرة.
- توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة الإعلامية أو الاتصالية مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات.
- جهود عملية وإدارية منظمة تقوم على حشد كافة الإمكانيات المتاحة وتطويعها لخدمة الإحتياجات الحالية والمستقبلية لتحقيق الأهداف التي ينبغي الوصول إليها في إطار زمني محدد.

أهداف التخطيط الإعلامي

الهدف الرئيسي للتخطيط الإعلامي هو "تنمية المجتمع وتطويره"

يتم ذلك من خلال:

- 1 - وضع سياسية إعلامية تقوم على أساسها خطط تنفيذ برامج مرحلية.
- 2 - حشد الطاقات الاعلامية البشرية والمادية في المؤسسات الاعلامية.
- 3- التصدي للآزمات والتحديات الداخلية والخارجية.
- 4- وضع أهداف استراتيجية متكاملة.
- 5- الحصول على أجهزة ادارية وتنظيمية قادرة على التنفيذ الفعال للمخطط.
- 6- تقديم رؤية مستقبلية من أجل تحقيق أجندة معينة.

خطوات التخطيط الإعلامي

تتضمن عملية التخطيط الإعلامي العناصر التالية:

1. الإعداد.
2. التنفيذ.
3. المتابعة.
4. التنسيق.
5. التقييم.

عناصر التخطيط الإعلامي

- توفر المعلومات: لا تخطيط بدون معلومات.
- وضع سياسة اتصالية واضحة.
- تحديد الأولويات والأهداف.
- التخطيط الإعلامي عملية مستمرة.
- التخطيط الإعلامي عملية متكاملة.
- التنسيق.
- الإطار الزمني للخطّة.
- المرونة.
- المشاركة.
- متابعة الخطّة الإعلامية

التحديات التي تواجه التخطيط الإعلامي

➤ تحديات مهنية وتنظيمية:

1. الإفتقاد للرؤية المستقبلية.
2. حالة الإنفلات والتردي المهني الملحوظ.
3. تآكل مصداقية الإعلام المصري من قبل قطاعات كبيرة من الجمهور.
4. ضعف التأهيل والتدريب للكوادر الإعلامية.
5. الإعلام المصري يفقد الإطار المهني والأخلاقي (إلزامية موثيق الشرف).
6. عدم الاستعانة بالمخططيين الإعلاميين عند وضع السياسات العامة.
7. غلبة البرامج الترفيهية على البرامج الجادة.
8. كثرة الاعلانات التجارية وتحول إلى المجتمع الإستهلاكي.
9. نقص الإتصال بين الإعلاميين الممارسين والباحثين الأكاديميين.
10. سوء الإدارة والإهمال الذي طال المنظومة الإعلامية.
11. غياب المراكز الإعلامية التي تقيم وتتابع الأداء الإعلامي.

➤ **تحديات سياسية وإقتصادية: الإعلام تابع للسياسة والمال، ولا يتمتع باستقلالية حقيقية.**

1. الإرث السلطوي للإعلام المصري.
2. التوظيف السياسي لوسائل الإعلام.
3. التعثر الإقتصادي.
4. سيطرة رأس المال.
5. إعلام جماعات العنف والإرهاب.

ووجه الباحث عدد من الاسئلة للنقاش:

- الثقافة أم الإعلام ؟
- ما هو التصور الأمثل/الأنسب لدور وسائل الإعلام في التنمية في مصر في ظل الظروف الراهنة؟ ما هي السيناريوهات البديلة بناءً على ما طرح؟
- ما هي سبل دمج التخطيط الإعلامي في التخطيط القومي الشامل في مصر؟
- ما الذي يمكن أن يقدمه المعهد في هذا الصدد؟ مساهمة المعهد (بحوث / دراسات / إستشارات / تدريب.. إلخ).

كما ختم الباحث بمقولة الشاعر العراقي أحمد مطر

يقول: « إنني لم اتجاهل وسائل الإعلام، بل تجاهلت وسائل الإعدام. تلك التي تكتب بالممحاة، وتقدم للناس فراغاً خالياً محشواً بكمية هائلة من الخواء، ولإعلاميين أقول: احذروا أن تعبثوا بالحقائق، واحذروا بلع أطراف الحروف، فالكلمة حساسة جداً، يمكن تحويلها بلمسة بسيطة غير مسؤولة، من أداة إحياء إلى أداة قتل. إن عبثاً هيناً بكلمة "إعلام" يحولها ببساطة إلى "إعدام" ».

القسم الثاني أهم المداخلات والمناقشات

تناولت المداخلات طرح العديد من القضايا التي تتعلق بالإعلام ومدى صلته ودوره في تحقيق التنمية. ومن أهم القضايا التي تم طرحها ما يلي:

- هل الإعلام يعمل لصالح مصلحة الوطن أم ضدها؟
- إن نتيجة الإهتمام بالثقافة والتعليم هو إعلام ناجح ونجاح كل التخصصات الأخرى.
- هناك بعض المصطلحات المتعلقة بالإعلام التي يجب الاهتمام بها ومنها:
 - مصطلح الإعلام البديل Iterative Media: الإعلام لا يقتصر فقط علي قنوات التلفاز، فقد تطور الإعلام من جريدة صفحة واحدة الي قناة في الراديو ثم قناه في التلفاز بمواعيد محدده للبحث ثم زياده القنوات ومؤخراً مع ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ظهر الإعلام البديل. التركيز علي الإعلام البديل في الفترة الأخيرة أصبح أكثر بكثير من الإعلام وذلك من خلال متابعة القنوات علي

يو تيوب او بلوج لشخصيات محدد و غيرها من قنوات التواصل الإجتماعي. تأتي أهمية الإعلام البديل من أنه إعلام حر ليس عليه رقابة وليس تابع لتيار سياسي محدد.

○ المصطلح الثاني هو الإعلام المجتمعي Community Media: مثل القناة السابعة والثامنة والتاسعة التي تركز علي ريف مصر والصعيد لكن ليس لهم جمهور بسبب فقر المعلومات المقدمة. إن الإعلام المجتمعي له دور كبير علي المجتمع المحلي لسببين الاول لانه يعرض له مجموعة من سياسات الدولة والثاني انه يقلص الفجوات فانه يوصل صوت المجتمع المحلي الي صناع القرارات. في مصر ليس هناك اهتمام بالاعلام لمجتمعي وليس له جمهور قوي فاعلم الجمهور يتابعون شخصيات وليس قنوات لان مشكلة الإعلام المجتمعي هي جماعات الضغط واصحاب رؤوس الأموال لان الحكومة لم تصرف علي هذه القنوات مثل الاخرى الاجتماعية وايضا لا يوجد مستثمر يدفع لاعلانات في هذه القنوات.

○ كما ظهر مصطلح اخر يسمى "ديموقراطية الإعلام" او "الديموقراطية في الإعلام" أي كيف للإعلام أن يصبح غير موجه.

○ منذ عام 2003، تبلور الاهتمام العالمي بدور الاعلام في التنمية من خلال Root Summit of the information society والتي رفعت شعار " shipping information society to human needs"، وجاءت أهداف القمة لبحث سبل ربط مجتمع المعلومات بالتنمية. ومن هذه الأهداف ما يلي:

❖ ربط ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومجتمع المعرفة أو المجتمع المعلوماتي بإحتياجات المجتمع وده يربط الكلام علي الإعلام والتنمية فالهدف الرئيسي هو الإنسان.

❖ خلق إعلام أو مجتمع معلوماتي يركز علي الإنسان وإحتياجاته.

❖ كيفية توجيه مجتمع المعرفة أو الجتمع المعلوماتي الي التنمية.

❖ اعتماد الاعلام على قاعدة بيانات جيدة ومعلومات دقيقة جداً،

❖ ربط الإعلام أو المجتمع المعرفي بأهداف التنمية المستدامة.

■ الثقافة هي أحد العوامل الرئيسية الحاكمة في التنمية وليس الإعلام لأنه عند تناول أي من الموضوعات مثل الإعلام سيتم التركيز علي الإعلام دون الأخذ في الإعتبار الفئات المجتمعية الأخرى أو الموضوعات المجتمعية الأخرى، بينما الثقافة تلزم علي الرؤية الأوضح في جميع الموضوعات المجتمعية.

■ لابد أن ننظر إلى التجانس المجتمعي، فإن كل المجتمعات لابد من إحتوائها علي قدر من التجانس أو فإن اليات التنمية لن تعمل حيث أن الثقافات الفرعية التي ليس بينها تجانس ستطرح من بعضها وتتآكل وتعوق بعضها، لكن الثقافة ستخلق وعي بوجود منظومة متكاملة.

■ الإختلاف مطلوب ولن يكون إعلام دون قدر كبير من الإختلاف لأن العالم أجمع يعاني من ميوعه الأيديولوجية وغياب التنظير الأيدلوجي.

■ لفظ التنمية يعني "التغير المستمر" ومع معدلات التغير التكنولوجي والعلمي والثقافي والحضاري والإقتصادي والإجتماعي وتغيير كل النظريات يومياً، فإن كلمة الحقيقة والخطأ والصواب كلمات متغيرة لا يمكن تحديد مدي

صحة محتواها ومن هنا تأتي أهمية النشاط الفكري الكلي لأن النشاط الفكري الجزئي سيتترك التنبيه إلى معني التغير والتغير المستمر. الحقيقة الوحيدة التي يمكن ان ينطبق عليها حقيقة هي أن "التغير مستمر".

■ في التعامل مع مشاكل الاعلام في مصر، لابد من التعامل مع التغيرات والتحلي بالصبر والإستعداد لدفع ثمن التغير في أي وقت، لأن لا يوجد أي أسلوب آخر للتطوير إلا من خلال الحريات بإئثناء ما يتعلق بقضايا الأمن القومي.

■ عند الحديث عن الإعلام والتنمية، لابد من مراعاة أن الأخطر من معرفة الشيء هو معرفة علاقة بالشيء الآخر "التشابكات" ليس المشترك بينهم وإنما تأثير العلاقات المتداخلة المتبادلة مثل دور الإعلام في الثقافة في ظل الثقافات السائدة ومدى دور وتأثير المؤسسات الدينية والكنائس.

■ الشروط العامة للتنمية هي الحرية. والحرية تعني زيادة عدد الفرص المتاحة للناس من المعرفة والمهنية مع فهم للمنظومة والهدف والفكر.

■ قضايا الإعلام في مصر معقدة مثل الفرق بين الإعلام والإعلان ودرجة التشابك فيما بينهم. الإعلام الجزء المهني هل هو موضوعي أم لا، وهل لديه رسالة تحريرية أم لا؟، الإعلان الجزء التجاري الذي يوفر الميزانية المطلوبة للصرف علي وسائل الإعلام.

■ قضية اخري العلاقة بين الإعلام والإرهاب مثل داعش لها أزرع إعلامية في جنيع أنحاء العالم، فكيف يتم التعامل مع هذه المشكلة في ظل ثورة الاتصالات.

■ هل الإعلام والقنوات المختلفة الآن تحل محل الأحزاب والعمل الحزبي في مصر؟ فمن الملاحظ أن هناك تحزب في الفكر المقدم من خلال القنوات المختلفة وكذلك تماشاهدين أو المتابعين لكل قناة؟.

■ الإعلام هو إفراز مجتمع وكذلك هو إفراز لنظام تعليمي. فالاهتمام بالتعليم هو بداية تطوير الاعلام.

■ متابعة أداء الاعلام في مصر إنما يعكس لفقير التجانس المجتمعي.

■ قسم أحد العلماء وظيفة الإعلام الي ثلاثة وظائف اساسيه وهي الوظيفة الإخبارية والسياسية والتنشئة الإجتماعية؛ وركز الإعلام في مصر علي الوظيفة السياسية وتم اسقاط الوظائف الاخرى لان المجتمع سمح بحدوث ذلك.

■ مطلوب تقوية الفئة المعتمدة علي الإعلام بشكل اساسي فكرياً وعلمياً بحيث تتمكن من فرز الأفكار وتنقيحها للوصول إلى الحقيقة.

■ هناك نوع من أنواع فقدان الثقة بين المجتمع والإعلام مما كرس النظر إلي الإعلام كوسيلة ترفيهية فقط.

■ تتفق كل العلوم علي عدم التنميط ولابد من وجود بدائل وخلق سيناريوهات وتخصصات المعرفة قابلة للتغيير.

■ لم يتغير شيء في طريقة وضع الخطة في مصر، بما في ذلك التخطيط الاعلامي، بالرغم من التطور والتنوع الحادث في المعارف والأساليب والمناهج والمسميات والتطبيقات وطرق التفكير وعمليات إتخاذ القرار.

دور معهد التخطيط القومي في تعزيز الدور التنموي للإعلام:

كما تناولت بعض المداخلات ضرورة انعكاس مثل هذه القضايا الهامة على فعاليات المعهد وبصفة خاصة البحوث. ومن أهم الأفكار التي طرحت للبحث ما يلي:

- لابد من التركيز علي دور الإعلام في جميع بحوث المعهد سواء اقتصادية أو إجتماعية أو غيرها لأن هدف الأبحاث هو تغيير الواقع وإحداث تنمية ولذلك لابد من توضيح دور الإعلام بها.
- دراسة تأثير الإعلام علي التسلسلات الأخرى وصولاً إلي التنمية.
- بحث سبل وآليات بناء جيل ذو عقل نقدي قادر علي التمييز بين الصواب والخطأ، الحقيقة والسراب، ولا ينساق وراء أي آراء.
- بحث سبل توظيف "التوعية الإعلامي" لخدمة قضايا التنمية وبصفة خاصة القضايا المرتبطة بفئات المجتمع المهمشة أو الأكثر إحتياجاً مثل فئة الأطفال وفئة كبار السن.
- آليات حل مشاكل الإعلام في مصر وبصفة خاصة المشاكل المرتبطة بالرقابة، الحريات، عدم التخصص والحرفية.
- بحث سبل وصول الإعلام إلى كل الفجوات التنموية الموجودة في المجتمع من مستوى المحافظة الي مستوى القرية.
- يبحث عن المشاكل الموجودة، لكن يفتقر الإعلام المصري ذلك علي عكس القنوات الأجنبية، وعدم الرقابة علي هذه القنوات في المحتوى المعروض ومدي صحته وأهليته للنشر.
- تشويه الإعلام للحقائق التاريخية وغيرها.
- عدم التحديث أو التطوير في المناهج والوسائل التعليمية المستخدمة في القنوات التعليمية.
- بحث قضية العلاقة بين الإعلام والتكنولوجيا، هناك صلة وثيقة بين الإعلام والتكنولوجيا؛ وإساءة إستخدام التكنولوجيا في الإعلام مثل إستخدام الفيس بوك واليوتيوب كوسائل الإعلام.
- كيفية التعامل مع الأكاذيب وخلط الحقائق الموجودة علي مواقع التواصل الاجتماعي، وبحث أثر ذلك على التنمية.