

توظيف التخطيط الإعلامي لخدمة التنمية

د. أيسر خليل إبراهيم

كلية الآداب / قسم الأعلام

المقدمة

يهدف البحث إلى تحديد دور التخطيط الإعلامي في تطوير مفهوم التنمية في إطار ما انتهت إليه تجارب التنمية الفعلية في المجتمعات العربية حيث أثبتت هذه التجارب حتمية البحث عن أسس فلسفية للتنمية تعكس واقع المجتمعات العربية في إطار تحقيق الشمول للتنمية.

والتساؤل الذي يطرح نفسه بقوة في واقع اليوم هو: ما هو النموذج الأمثل للتنمية في العالم العربي؟

ولماذا تكون لنا نظرية إسلامية تنموية في إطار التنمية الاقتصادية؟

وللإجابة على هذا التساؤل علينا أولاً تكوين تصور إسلامي للتنمية أي التصور الذي يعكس واقع البيئة العربية الإسلامية الذي يجمع بين جوانب التنمية المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها وبين الجوانب الأخلاقية والإسلامية لتحقيق التعادلة بين الروح الأخلاقية الدينية وبين الأهداف المادية للإنسان لذا فالعناصر المؤدية إلى التنمية يمكن تلخيصها فيما يأتي:

١- التقدم العلمي والاستفادة منه إلى أقصى الحدود.

٢- العمل الذي يحقق زيادة الإنتاج وتحسين نوعيته.

٣- تحسين المستوى الصحي والاجتماعي للأفراد.

٤- تكوين رأس المال الذي يدفع عجلة التنمية ويسرع بها.

هذه العناصر موجودة في العقيدة الإسلامية ونصت عليها العديد من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية حيث الدعوى إلى تطوير الشخصية الإسلامية بحيث تتعامل مع كل ما هو جديد ومبتكر من علوم الدين والدنيا.

من هنا نستطيع القول إن التنمية هي: مجموعة من الإجراءات المنطلقة من أسس فكرية تعكس واقع المجتمع المسلم وتراثه وعقيدته وتتخذ ضمن إستراتيجية شاملة تستهدف إحداث تغييرات كمية وكيفية متوازنة في كافة قطاعات المجتمع من أجل زيادة المقدرة الإبداعية والكفاءة بين أفراد المجتمع^(١).

والتطور الذي رفع البعض من المجتمعات العربية والإسلامية إلى التنمية والاستقلالية في تفكيرها خلال العقدين الأخيرين هو نفسه الذي أدى إلى تطوير النظرة إلى

دور وسائل الإعلام في تنمية المجتمع حيث أن تطورها يساعد على التقدم في كافة مجالات الحياة الأخرى.

ومن واقع الملاحظات والانتقادات لتجارب الدول النامية في مجال التنمية التي استندت إلى نظريات متعددة نلاحظ ازدياد الفوارق الاقتصادية بين الدول النامية والدول المتقدمة بدلاً من تقلصها وارتفاع الأمية وانتشار الفقر وسوء التغذية وتقلص مستوى الخدمات الصحية وقد تضمن البحث المحاور التالية:

- مفهوم التنمية
- نظريات التنمية (النظرية الإسلامية للتنمية نموذجاً).
- الانتقادات الموجهة للتنمية في الدول النامية.
- مفهوم التخطيط الإعلامي.
- الصعوبات التي تواجه التخطيط الإعلامي للتنمية في الدول النامية.
- أهداف التنمية في التخطيط الإعلامي.
- علاقة التخطيط الإعلامي بالتخطيط للتنمية.
- الصعوبات التي تواجه عملية التخطيط الإعلامي في الدول النامية.
- أوضاع التنمية في العالم الثالث (الدول العربية تحديداً).
- دور الإعلام في التوعية بخطة التنمية.

مفهوم التنمية

ان التنمية عملية شاملة تتناول جوانب الحياة المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أي إنها، «عملية متكاملة حيث لا فرق بين تنمية اقتصادية واجتماعية وسياسية لان التنمية واحدة وهي تعني إلى جانب معالجة الفقر وتوفير فرص العمل ومحو الأمية وتحقيق العدالة في توزيع الثروة القومية وضمان الحرية في التعبير عن الرأي والمشاركة في صنع القرار»^(٢).

كما تتطوي التنمية بمفهومها الشامل على توسع كبير في كل المجالات الإنسانية والنشاط البشري والمجال الفكري والمادي والاجتماعي من أجل تحقيق أهداف متجددة وآراء ووظائف مستحدثة باستمرار ويُعرّف علي خليفة الكواري التنمية بأنها: عملية مجتمعية ذاتية

موجهة وفقاً لإرادة وطنية مستقلة من أجل إيجاد تحولات هيكلية وإحداث تغييرات سياسية واجتماعية واقتصادية تسمح بتحقيق تصاعد داعم لقدرة المجتمع المعني وتحسين مستمر لنوعية الحياة فيه^(٣).

لذلك فإن عملية التنمية هي قضية إرادة تتوجه بموجبها جهود المجتمع وفقاً لأقصى ما تسمح به إمكانياته إلى تحقيق الأمور التالية:

- توفير ضمانات الأمن الشامل على مستوى الفرد والمجتمع.
 - تهيئة البيئة الثقافية التي تسمح بأقصى إمكانيات العطاء والإبداع وتحقيق الذات.
 - تعميق أسس المشاركة السياسية في اتخاذ القرار على جميع المستويات^(٤).
- وحين تتم هذه التنمية فلا بد ان توضع في الاعتبار المتغيرات والعوامل والعوائق

المؤثرة على التنمية وهي:

- الرغبة في التنمية.
- عناصر الإنتاج.
- الظروف الدولية الراهنة.
- طبيعة النظام السياسي القائم.
- التخطيط.
- السياسة البحثية.
- السياسة الاتصالية القائمة^(٥).

نظريات التنمية

(النظرية الإسلامية للتنمية نموذجا)

مع تعاظم المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها العالم ظهرت النظريات المختلفة للتنمية وكلمة نظريات تقابل أساليب التنمية، نماذج التنمية، أنماط وملامح التنمية. والمقصود بنظريات التنمية: النظريات المحددة أو المتخصصة التي تعالج التنمية في الدول المختلفة، أما نظريات النمو الاقتصادي فهي النظريات التي تهتم بدراسة اقتصاديات الدول المتقدمة بهدف توضيح الأخطار والمصاعب التي تتعرض لها ومحاولة التغلب عليها^(٦).

وعلى أساس المنطلق الأيديولوجي لنظريات التنمية فإنها تقسم على نوعين: يسمى القسم الأول بنظريات التنمية والتي تعكس التوجه الغربي والذي يقسم نظريات التنمية على نظريات اقتصادية وأخرى اجتماعية، أما القسم الثاني فيسمى بنظريات البقية والتي تعكس توجهاً شرقياً يجعل النظام الرأسمالي الدولي هو المسؤول عن التخلف في الدول النامية وتجعل التنمية طبقةً لهذا التقسيم تقوم على أساس الطابع الاجتماعي.

ولقد وجهت انتقادات عديدة لنظريات التنمية والتحديث وبنيت عليها مفاهيم جديدة تعتمد تحليل الاقتصاد السياسي للتنمية وإبراز تأثير الرأسمالية الدولية على تخلف الدول النامية وتحديد الأسباب الحقيقية للتخلف، وفيما يتعلق بالدول العربية والإسلامية بصفة خاصة يبرز السؤال التالي: لماذا لا يكون لنا نظرية إسلامية في التنمية الاقتصادية؟ حيث الرابط القوي بين جوانب التنمية الاقتصادية والجوانب الأخلاقية الإسلامية لتحقيق التعادلة بين الروح الدينية الأخلاقية وبين الأهداف المادية للإنسان وهذه التعادلة هي الفلسفة الشرقية التي ستؤدي إلى تحقيق التوازن الإيجابي.

ولذا لابد من التركيز على النواحي الأخلاقية الكامنة في الفرد السليم صاحب العقيدة القرآنية والتركيز أيضاً على مفاهيم التنمية الموجودة في العقيدة الإسلامية وتضمنتها العديد من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية وكلها تدعو إلى تطوير الشخصية الإسلامية بحيث تتعامل مع كل ما هو جديد مبتكر من علوم الدين والدنيا ليتلاشى الجمود الاجتماعي الذي يعتبر من أهم معوقات التنمية.

ولتطبيق النموذج الإسلامي في التنمية الذي يركز على العقل والعمل في إطار البعد الاقتصادي للنظرية الإسلامية نجد ركائز أساسية تتمثل في البعد الفلسفي للتنمية الإسلامية الذي يركز على (فكرة إعمار الأرض، وفكرة الاستفادة من المال)، والبعد التشريعي الذي يركز على (فريضة الزكاة) ودورها في تحقيق عملية توزيع الثروة وتوسيع دائرة المنتجين، والربا المحرم في الإسلام ليحارب ظاهرة تركز الثروات والاحتكار والتضخم.

وبتطبيق النموذج الإسلامي في التنمية تتوالى الملامح الخاصة بالتنمية الإسلامية المتمثلة في إعلاء قيمة العمل حيث أن قواعد الإسلام تُرسخ بصفة كاملة قيم وسلوك المسلمين ليصبحوا منتجين ومن ثم تصبح القيمة الإسلامية محصلة تربية إسلامية بالمعنى الشامل للتربية ويكفي تأمل آيات قرآنية في أمر المسلمين سواء أكان في المجال الفكري أو

العلمي أو السياسي أو الاقتصادي بالانتشار في الأرض والسعي والعمل ﴿وَقُلْ أَعْمَلُوا بِسِرِّ اللَّهِ
عَمَلَكُمْ وَرَسُولَهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾.

وتتميز النظرية الإسلامية للتنمية في أن لها أبعاداً متعددة منها التنمية الاجتماعية والتأكيد على فكرة المشاركة والضبط الاجتماعي وإقرار مبدأ المسؤولية الاجتماعية والعالمية للفرد المسلم والرقابة الذاتية، وفي مجال التنمية البشرية أبرزت النظرية الإسلامية تصورات مختلفة من خلال القواعد التي أرساها القرآن الكريم في قواعد التورث وأنظمة الزكاة وتشجيع الصدقات والحث على العمل والاستثمار والاعمار، وأقرت النظرية الإسلامية العلم والاستخدام السليم لتنمية العقل والنمو العلمي والحضاري والدعوة للتنمية الصحية والروحية والنفسية، كما توفر التنمية من المنظور الإسلامي لقطاعات التنمية المختلفة البعد الأخلاقي المتمثل في الضوابط القيمية التي حددتها الشريعة الإسلامية لكافة مجالات التعامل الإسلامي اقتصادية أو سياسية أو بشرية وغيرها^(٧).

الانتقادات الموجهة للتنمية في الدول النامية

وجهت لعملية التنمية انتقادات عديدة تجاه الاستخدامات الإعلامية للتنمية خلال العقود الماضية والتي عكست اختلالاً في النظرة إلى هذه الوسائل وإلى وظائفها في مجالات التنمية المختلفة ومن أهم هذه الانتقادات:

- * لم تفرق التصورات تجاه التنمية والإعلام بين وظائف وسائل الاتصال في المجتمعات النامية والمجتمعات المتقدمة ولا بين طبيعة تلك الوسائل في كل من هذين المجتمعين.
- * وظائف وسائل الاتصال في المجتمعات المختلفة ليست بدرجة واحدة بخلاف التصورات السابقة فوظائف الاتصال في مجتمع كالصين تختلف عنها في مجتمع مثل الهند وتختلف أيضاً في الدول الأفريقية ولهذا فإن تحديد الأولويات بين هذه الوظائف يختلف وفقاً للاحتياجات المحلية ولدرجة التقدم المتحققة.
- * اختلاف الوظائف وفقاً لوسائل الإعلام المستخدمة فالوظائف التي تحققها الصحافة غير وظائف الإذاعة والتلفزيون والوظائف التي تحققها هذه الوسائل تختلف عن وظائف وسائل الاتصال المحلية وعن وظائف قنوات الاتصال الشخصي والجماعي.

✽ ممارسة وظائف الاتصال عن المجتمعات النامية تختلف عنها في المجتمعات المتقدمة حيث لابد من وظيفة التعليم والترفيه والإخبار مجتمعة في الوسيلة الاتصالية.

✽ لم تهتم التصورات السابقة بالاختلافات النوعية لتحديد دور وسائل الاتصال في تنمية المجتمعات فمجال التنمية السياسية غير التنمية الاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

وهذه الاختلافات الجذرية عند تحديد الوظائف التنموية لوسائل الاتصال في المجتمعات النامية تحث على الابتعاد عن التقسيمات الشاملة وتميل إلى تحديد الوظائف التنموية الاتصالية على أساس الظرف الاتصالي حتى تكون أكثر قدرة على تحقيق فعالية أو دور وسائل الاتصال في تنمية المجتمع، «ومن أجل تحقيق هدف النماذج بين الوسائل الجماهيرية والمحلية والالكترونية وقنوات الاتصال الشخصية في مجال خدمة المجتمع وفي إطار بيئي يتسم بالفهم العميق لطبيعة المجتمع وخصائصه وقدرة الوسائل المتوفرة إلى تلبية الاحتياجات لقطاعات الجماهير النوعية بصفة خاصة»^(٨).

مفهوم التخطيط الإعلامي

يقصد بالتخطيط الإعلامي «مجموعة من الخطوات أو المراحل المترامنة التي تواكب نظيراتها في التخطيط للتنمية ومن أهم تلك الخطوات مرحلة التخطيط التي تهدف إلى جمع البيانات عن مجموعة من المتغيرات وتحليلها ومنها يمكن التعرف على الإستراتيجية التنموية للمجتمع وأهدافه وجمع المعلومات عن الإستراتيجية الإعلامية والاتصال التنموي»^(٩).

ويجب هنا التعرف على الركائز الأساسية للسياسة الإعلامية المنبثقة وتحديد أهداف الخطة الإعلامية بصورة عامة وبالنسبة للقضايا المتعلقة بالتنمية كقضايا الزيادة السكانية والبطالة والإرهاب والتلوث البيئي والوعي الصحي وغيرها فلا بد من تحديد كيفية وأسلوب التكامل بين الوسائل الاتصالية لتحديد الأهداف المتوقعة وتوفير المعلومات والإحصاءات التفصيلية لدى المخططين وتحديد الأساليب والاستراتيجيات لتوجيه النشاط الاتصالي وإعداد الخطة وتوقيات التعيين وإجراءاته وأخيراً مراجعة الخطة وتقويمها مبدئياً، «ولنجاح التخطيط لابد من مقومات تتوافر فيها شمولية التخطيط الإعلامي لكافة المجالات التنموية ولكافة أنواع الجمهور وعناصر العملية الاتصالية وتكامل الخطة الإعلامية مع

الخطط والبرامج التنموية وامتيار تلك الخطط بالمرونة والقدرة على التعديل لمواجهة الظروف غير المتوقعة كذلك يجب توافر مقومات الاستمرارية ووحدة التكلفة وسهولة أداء الخطة الإعلامية وتنفيذها»^(١٠).

«ويقوم التخطيط الإعلامي بصفة عامة على مجموعة من العناصر التي تتمتع بالسمات التالية:

- ضرورة توافر المعلومات الصحيحة بشأن الموارد المادية والبشرية المتاحة عند تنفيذ الخطة.
- توافر المرونة في الخطة والتحسب لأي طارئ من الظروف المحتملة.
- أهمية وضع سياسة إعلامية واضحة ومتكاملة مبنية على نتائج استطلاعات واضحة وصحيحة.
- إعداد خطة عامة وخطط بديلة أو فرعية بجميع القطاعات.
- أخذ التغيرات والتجدد وتطور حاجات الأفراد والجماعات في الاعتبار.
- ضرورة تحديد الأهداف التي سيتم التوصل إليها في إطار زمني معين وفقاً للظروف ونوعية الأهداف المطلوب تحقيقها.
- أهمية متابعة الخطة من أجل اكتشاف معوقات التنفيذ وإزالتها ثم قياس الآثار الناتجة عن التنفيذ»^(١١).

الصعوبات التي تواجه عملية التخطيط الإعلامي للتنمية في الدول النامية:

- * «عدم الاستعانة بالمخطط الإعلامي عند وضع السياسات العامة أو الإعلامية.
- * وبسبب نقص الأبحاث والاستطلاعات فإن المخططون يجهلون احتياجات الجماهير المستهدفة واتجاهاتها وعاداتها النمطية في التعرض لوسائل الإعلام.
- * النقص الحاد في وسائل الاتصال من الإعلاميين والباحثين والأكاديميين في مجال التنمية.
- * إغفال الإعلام المحلي لأهمية الاتصال بالقاعدة الجماهيرية وأهمية ذلك والتركيز على الاتصال بقيادة الرأي والقمة المركزية في السلطة»^(١٢).

* وفيما يتعلق بالعناصر الرئيسية التي يجب أن يعتمد عليها التخطيط الإعلامي التنموي ونجد البحوث التي تعد الأساس المهم لمعرفة المجتمع والتأكد من نجاح الخطة ولتحديد اهتمامات الجماهير ورسم خارطة توزيع وسائل الاتصال والكيفية التي تصل بها المضامين التنموية عبر وسائل الإعلام المختلفة إلى الجمهور فالبحوث في الأصل هي التي تقدم المادة الأساسية للخطة الإعلامية القريبة والبعيدة المدى.

ومن العناصر أو المقومات المهمة لعملية التخطيط الإعلامي التنموي (التدريب) إذا ما أريد لوسائل الاتصال أن تفي باحتياجات تنموية معينة تحدها كل دولة ولا بد أن يكون التدريب عملية مستمرة وعملية شاملة لا تستهدف نوعيات خاصة من العاملين بل تمتد إلى كل ماله صلة بالعمل الإعلامي التنموي... وتبرز البحوث وإعداد العناصر الملائمة ووضع خطة للتدريب على تفاصيل العمل الإعلامي أهمية وجود هيئة تخطيط مركزية كأحد المتطلبات اللازمة والضرورية لإنجاز أي خطة قصيرة المدى أو متوسطة أو طويلة المدى «ويجب أن يتوافر لهذه الهيئة تمثيلها لمختلف الاختصاصات العلمية والخبرات الفنية في حقل الإعلام وأية علوم ذات علاقة بالنشاط التنموي والفكري كما ويجب أن تتمتع هذه الهيئة بسلطة وضع الخطة الإعلامية في إطار سياسات التنمية العامة للدولة وتمثيلها أي الهيئة من الحصول على المعلومات المطلوبة لتعميم الخطة الإعلامية»^(١٣).

أهداف التنمية في التخطيط الإعلامي

إن المنطلق الأساسي للتخطيط الإعلامي هو إدراك الاتجاهات المتعارضة لدى أفراد المجتمع وجماعاته الصغيرة عندما ينجح الإعلام في توحيد الاتجاه بين الأفراد والجماعات حيث تصبح المحصلة توحيد هؤلاء نحو هدف واحد عام للمجتمع، إضافة لذلك فإن التخطيط الإعلامي يعني إتاحة الفرصة لأكثر عدد من الجماهير للتحرك بشكل موحد «ومن هنا فإن من أهداف التنمية حسب ما أتفق عليه علماء التنمية وعلماء الاتصال الجماهيري تنقسم على نوعين من الأهداف الأولى عامة وتتصل بالمجتمع ويتأثر بنتائجها الأفراد بشكل مباشر وأخرى خاصة تتصل بأفراد المجتمع»^(١٤).

وهذه الأهداف الخاصة تتعلق بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية لأفراد المجتمع

ويمكن تحديدها في النقاط التالية:

- ١- مساعدة الأفراد على اكتشاف الفرص المفيدة واستغلالها لصالح الفرد والمجتمع.
 - ٢- تثقيف الأفراد وتوعيتهم بما يحدث من أفكار وأحداث وظواهر على كافة الأصعدة.
 - ٣- تزويد أفراد المجتمع بالمعرفة وتقديم المساعدات الممكنة التي تسهم في زيادة دخلهم وارتفاع مستواهم المعيشي.
 - ٤- تنمية وتطوير الإمكانات الاقتصادية.
 - ٥- الاهتمام بالجوانب الصحية بكافة معالمها.
- أما الأهداف العامة للتخطيط الإعلامي فتنحصر في مجال تنمية المجتمع وتطويره من أجل رفع المستوى العام للمجتمع وخلق المواطن الصالح ودعم ديمقراطية المجتمع وزيادة الدخل العام ويتوضح ذلك بصفة عامة في اتساق التنمية مع الشرائع الدينية ومع قوانين الدول ومع الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها موائيق الهيئات والمنظمات الدولية والمحلية (١٥).

إن مسؤولية الإعلام تجاه تنمية المجتمع هي تزويده بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها ومصدرها وبقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات دقيقة بقدر تحقيق أهداف التنمية «ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الإعلام وعلاقته بالتنمية على هذه المسألة ويطلقون على الدور الذي يضطلع به الإعلام في تطوير المجتمعات اسم (الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري) خاصة وأن هذا الدور ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة الجوانب الإنسانية» (١٦).

وتتضح المعادلة التي دفعت إلى مصطلح الهندسة الاجتماعية للإعلام إذا عرفنا أن «الهدف الجماهيري للتنمية الاجتماعية لا يمكن بدون رفع المستوى الاقتصادي باستخدام برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتوفير الخدمات التي يمكن أن تولد في نفسية الأفراد مشاعر الولاء لمجتمعهم ومادامت تنمية أفراد المجتمع وبيئتهم المادية من الأهداف الأساسية للتخطيط قائمة على تخطيط شامل لكافة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية والبيئية» (١٧).

علاقة التخطيط الإعلامي بالتخطيط للتنمية

قبل الحديث عن هذه العلاقة لابد من تحديد جملة من التساؤلات لبيان العلاقة الارتباطية بين الاتصال الجماهيري والتنمية ومن هذه التساؤلات:

✳ كيف ينمو الاتصال الحديث؟

✳ ما العلاقة بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي في برامج التنمية؟

✳ ما هو الدور الذي يقوم به الاتصال الجماهيري للمساعدة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؟

✳ هل يعني الاتصال الجماهيري توضيح الاختلاف بين الدول من حيث درجة التطور والتنمية؟ أو الاختلاف في مراحل التنمية نفسها؟

✳ ما هي أنواع الإستراتيجية الاتصالية التي يمكن إتباعها في تطوير المجتمعات في البلاد النامية؟

وقبل الدخول في تفاصيل عملية التخطيط الإعلامي لابد من التأكيد على أن رجال الاتصال والإعلام الجماهيري لا يكونوا أصحاب القرارات في عملية التخطيط والتنفيذ رغم انه يجب أن يكون لهم القرار الأول في تحديد المهمة الإستراتيجية والإعلام الجماهيري في أية مرحلة من مراحل الخطة ابتداءً من مرحلة جمع المعلومات حتى نهاية مرحلة التنفيذ.

«ويختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع إلى آخر ومن دولة إلى أخرى ومن نظام إعلامي إلى آخر طبقاً للمفاهيم والفكر والثقافة السائدة بل وتختلف في البلد الواحد من مرحلة إلى أخرى وفقاً للإستراتيجية العامة للمجتمع والتي تتضمن الأهداف العليا التنموية والإستراتيجية والإعلامية التي تستوعب هذه الأهداف العليا للسياسة الإعلامية التي تترجم الإستراتيجية الإعلامية إلى مبادئ ثابتة وترتبط معها في إطار السياسات الأخرى السكانية، والتعليمية والزراعية والاقتصادية والاجتماعية وتعبّر عنها في شكل خطط إعلامية تمثل الأهداف التي ينشد المجتمع تحقيقها خلال فترة زمنية طويلة وخطط تفصيلية سنوية تمثل أهداف الخطة في شكل مشروعات وأعمال محددة بتوقيتات زمنية معينة»^(١٨).

أوضاع التنمية في العالم الثالث (الدول العربية تحديداً)

عند تفسير أزمة التنمية خلال العقود الأخيرة من القرن المنصرم ومعايير الأداء والمفاهيم الاقتصادية وأهداف التنمية المسلم بها في العالم الثالث نجد أنها مفروضة من الخارج ولا تتفق مع ظروف مجتمعاته أو المتطلبات الأساسية للجماهير. «ويعود السبب في أوضاع التنمية العربية المتردية إلى غياب الحلقات التالية- بعضها أو كلها- في الخطط التنموية العربية:

- ١- غياب الرؤيا المتفاعلة المستمرة لأبعاد التنمية الإقليمية والقومية والدولية.
 - ٢- غياب الإستراتيجية المتكاملة للتنمية والتخطيط طويل المدى.
 - ٣- غياب التركيز على المعوقات الاجتماعية وخصوصية الهوية الثقافية العربية»^(١٩).
- ولهذا كانت التجربة الغربية في التنمية ليست هي الشكل الذي يجب أن يقتدى به ولكن بالإمكان الاستفادة من الدروس التي رافقت تلك التجارب وأخذ ما يناسب مجتمعاتهم ومع ذلك يمكن القول:

«أن التنمية ثمرة التفاعل المستمر بين ما هو مادي وفكري».

«التنمية غير قابلة للتقليد إنما هي في الأساس عملية إبداع».

إن بناء حضارة جديدة قوية لا يقع على عاتق دولة واحدة في محيط جغرافي إقليمي واحد إنما هي مسؤولية جماعية وامتداد فكري وممارسة حقيقية في كل جوانب بناء الحضارة. كما أن التنمية عملية تطور في كل جوانب الحياة من قيم وعادات وسلوك وأساليب إنتاج وأوضاع اجتماعية ونظم سياسية وعلاقات أدبية وفنية.

ويؤكد الدارسون في مجال التنمية العربية أن جوانب القصور في خطط التنمية يعود إلى غياب التخطيط الذي يشتمل على:

- ✽ «تحديد الوسائل المتاحة والطاقات المستقبلية لصياغة إستراتيجية التنمية وفق جدول زمني مع وضع التوقعات للوسائل والطاقات المتاحة.
- ✽ تحديد العوامل المؤثرة في إستراتيجية التنمية العربية والموقف من التنمية القومية وتوجه القيادات القطرية للتنمية مع وجود قدر معقول من التغيير الاجتماعي كما يجب أن تتوافر أسس تنمية القوى البشرية والنهضة الزراعية وتطور التكنولوجيا والاهتمام بالتصنيع والمواصلات»^(٢٠).

وإذا ما أخذنا بالاعتبار الفجوات المتعددة التي تصب في أساس مشكلات العالم الثالث (ومنهما الدول العربية) وهي عدم المساواة حيث تجد الفجوة الرقمية والعلمية والتنظيمية وفجوة الفقر وما تتضمنه من مشكلات الدخل والغذاء والرعاية الصحية والتعليم ثم فجوة البنى التحتية وغياب السياسات الرشيدة وعدم توفر شبكات الاتصالات المتطورة بشكل متساوي لكل أبناء المجتمع وعدم إدراك أهمية تأهيل القوى البشرية ولعل «الفجوة الرقمية هي التي تؤثر في فشل أغلب المشاريع الإنمائية العربية حيث تحمل في داخلها بذور التخلف المجتمعي، ومن أهم الإحصاءات المشاعة عالمياً في مجال التكنولوجيا الرقمية ما يمكن وصفه بالتالي:

- إذا أخذنا عدد الحاسبات الالكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً سنجد انه يفوق العدد الموجود في بقية العالم بثلاثة أضعاف.
- يفوق عدد الهواتف في مدينة طوكيو إجمالي عددها في قارة أفريقيا بأسرها (١٤ مليون خط فقط).
- يبلغ نصيب دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD (أي مجموعة أغنى ثلاثين دولة في العالم) ٧٩٪ من إجمالي مستخدمي الانترنت في العالم.
- هناك ١.٢ مليار أي ٢٠٪ من سكان العالم يعيشون في فقر مدقع (أقل من دولار واحد يومياً).
- هناك (٨٥٠) مليون أمي لا يجيدون القراءة والكتابة من إجمالي سكان العالم.
- ٣٣٪ من قوة العمالة في العالم تعاني البطالة.
- يشكل العرب ٤.٥٪ من سكان العالم ووضعتهم من إجمالي مستخدمي الانترنت ٠.٥٪ فقط.
- ينفق العالم العربي في مجال البحوث والتطوير ٠.٢٪ فقط من إجمالي ناتجه العالمي.
- نسبة العالم العربي في مجال النشر العالمي والثقافة هي ٠.٧٪ والناتج من الكتب ١.١٪ من الإنتاج العالمي أما معدل الصحف فهو اقل من ٥٣ صحيفة لكل ألف شخص مقابل ٢٨٥ صحيفة لكل ألفي شخص في الدول المتقدمة»^(٢١).
- ولا يتجاوز الدخل السنوي لدول العالم الثالث ٣٠٪ من الدخل العالمي رغم أن سكان دول العالم الثالث يشكلون ٧٠٪ من سكان العالم، أما نصيبهم من القروض التي

يقدمها النظام المصرفي الدولي فلا يتجاوز ٤٪ فقط إضافة إلى انعدام أي سلطة لإصدار القرارات في الهيئات الدولية لدول العالم الثالث وخضوع هذه الدول في مجال الفكر لتأثيرات الدول الصناعية من خلال البث الفضائي ووسائل الإعلام الأخرى ونظم التعليم المنسوخة من الدول المتقدمة.

كما يعيش أكثر من ألف مليون إنسان في حالة من سوء التغذية المزمنة في حين لم يتلقَ نصف سكان العالم الثالث أي تعليم ولا يجد أطفاله مكاناً في المدارس وتزايد الأقليات الغنية في بلاد العالم الثالث بينما يعيش ٧٥٠ مليون نسمة من أبناء هذه البلاد وتحت مستوى الفقر الذي حدده البنك الدولي وهو (٧٥ دولار في الشهر).

دور الإعلام في التوعية بخط التنمية

تعتبر وسائل الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون) من أفضل الوسائل التي يتعين اتباعها لتوعية المواطن توعية شاملة بأهداف التنمية وإنجازاتها وأهمية دور المواطن في هذه التنمية ذلك لان وسائل الإعلام تتميز بالخصائص التالية:

✳ فهي تغطي أماكن واسعة من البلاد بشكل يزداد عاماً بعد عام وتتزايد بالتالي نسبة التعرض من جانب المواطن.

✳ كما أن الإذاعة والتلفزيون والبث الفضائي بشكل خاص تخاطب قطاعات كبيرة من المواطنين الذين لا يجيدون القراءة والكتابة مما يجعلها الوسيلة المثلى للوصول إلى هذه القطاعات.

✳ وتمتلك (وسائل الاتصال والإعلام الحديثة) العديد من الأساليب الفنية التي تمكنها من تقديم الرسالة الإعلامية بأشكال متنوعة وفي قوالب متعددة مما يزيد من الإقناع بأهدافها الإعلامية والتوجيهية.

✳ تأثيرات الانترنت ومواقعها المتنوعة وتوافر هذه الخدمة في مكان العمل والبيت والمراكز المتخصصة قدم فرصة أكبر لزيادة وعي المواطن بأمور كثيرة ومنها التنمية.

وتؤكد الدروس المستفادة من التجارب الاتصالية في العديد من دول العالم على ضرورة إحداث درجة عالية من التكامل بين وسائل الإعلام الحديثة وطرق وأساليب الاتصال التقليدية في المجتمع، «تأسيساً على مبدأ أن آثار الاتصال لا تحدث نتيجة استخدام وسيلة

اتصالية واحدة، كما أنها لا تتم على أساس خطوة اتصالية واحدة فقط إنما تحدث نتيجة للجهود التراكمية لمجموعة وسائل الاتصال المتاحة في المجتمع، كما يحدث الاتصال وانتشار المعلومات على أكثر من خطوة تتكامل فيها وسائل الإعلام مع طرق وأساليب الاتصال التقليدية وتأثير قادة الرأي في المجتمع»^(٢٢).

وتوجد العديد من الأساليب التي يمكن استخدامها لتعريف المواطنين بخطة التنمية وأهدافها وإنجازاتها وانعكاساتها على حياتهم من أهمها:

١- إعداد مجموعة من الحملات الإعلامية تشترك في تنفيذها كافة وسائل الإعلام وتتركز حول خطة التنمية بصفة عامة وتبرر أهدافها وإنجازاتها.

٢- إعداد ملصقات تبسط أهداف الخطة ومجالاتها وتستخدم الصور كالصور التوضيحية والأرقام بأسلوب مركز ومقنع.

٣- تنظيم استطلاعات منظمة ومستمرة للرأي العام لمعرفة معلومات وآراء وأفكار واتجاهات المواطنين نحو خطط التنمية.

٤- إعداد دراسات تفصيلية حول المعوقات التي تواجه خطة التنمية في بعض المجالات وكذلك حول المهن التي لا يقبل عليها الشباب للتعرف على أسباب إحجامهم عنها لتكون أساساً علمياً لمعالجتها بحيث تتعدى المعالجة الإعلامية من خلال وسائل الإعلام وأشكال وقنوات الاتصال المباشر لهذه المعوقات في محاولة لتغيير الاتجاهات التي تعوق التنمية.

وتشير الدراسات النظرية والميدانية إلى العلاقة الترابطية الوثيقة بين أنشطة الإعلام وأنشطة التنمية الشاملة «حيث يتمثل دور الإعلام في الشرح والتبسيط والتفسير والتوجيه والإرشاد والتحقيق من خلال مضامين البرامج وإعداد بصفة عامة ومن خلال الحملات المتخصصة في مجال محدد من مجالات خطة التنمية»^(٢٣).

ويعتبر تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية عنصراً هاماً ورئيسياً في الخطة الإعلامية مع مراعاة أن يتلاءم شكل ومضمون وأسلوب استمرارية الحملة الإعلامية مع حجم الظاهرة وموضوعها من حيث:

- استخدام الإعلام المباشر.

- الاعتماد على برامج اللقاءات المباشرة مع المواطنين والخبراء والمختصين «وعند تنفيذ الحملات الإعلامية لابد أن يكون لها هدفين.. الأول هدف إعلامي يتلخص في تعريف المواطن بأهداف الخطة التنموية ومجالاتها ويستخدم فيها مزيج اتصالي من خلال وسائل الإعلام المختلفة وكافة الفنون الإعلامية التي تقرب المعلومات إلى أذهان المواطنين، أما الهدف الثاني فهو هدف توجيهي يعمل على تركيز الأضواء على المعوقات المختلفة التي تواجه عملية التنفيذ وتحث المواطن على التخلص من الأفكار التي تعوق التنمية في كافة المجالات»^(٢٤).

وهنا يظهر لنا أهمية الاتصال المباشر الذي يمكن أن تقوم به الوزارات والمؤسسات والهيئات الحكومية والاجتماعية والثقافية كدور مكمل لدور الإعلام وأجهزته من حيث:

- قيام كل جهة من هذه الجهات بتجميع المعلومات التي تساعد على تقديم صورة متكاملة عن الجهود المبذولة ضمن خطة التنمية والاستفادة من هذه المعلومات في كتابة المادة العلمية للموضوعات الصحفية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية وغيرها.

- تدعيم أقسام العلاقات العامة والإعلام بالوزارات والدوائر والهيئات لزيادة كفاءتها في العملية الاتصالية من حيث تطوير أساليب تقديم المعلومات الوافية الدقيقة عن خطط وإنجازات كل قطاع بالتركيز على النشاط التنموي والتعرف عن المشكلات التي تواجه الخطة والعمل على حلها في ضوء الإمكانيات المتاحة واستخدام الاتصال الشخصي في توضيح خطة التنمية وإنجازاتها والدعم للتخلص من معوقاتنا باعتباره من أقوى أشكال الاتصال في البلدان النامية وخاصة في المناطق البعيدة عن مراكز المدن أو المدن البعيدة عن مركز المدينة والتي لا يزال الاتصال الشخصي يلعب دوراً مهماً فيها.

ولا يمكن هنا تجاهل دور (المساجد) في إنجاح خطة الإعلام وبالتالي خطة التنمية، حيث أن للدين دوراً كبيراً في توجيه الرأي العام في كافة ميادين الحياة وتؤدي التوعية المستمدة من تعاليم الدين الإسلامي إلى زيادة مشاركة المواطن في تنفيذ خطة التنمية وحثهم على العمل، وتعتبر المساجد في القرى والمدن من أهم الأماكن التي تتم فيها عمليات الاتصال التقليدية نظراً لعوامل عدة منها: جماعية ممارسة الشعائر الدينية واستمرارية هذه الممارسة الجماعية بصفة يومية أو أسبوعية وخاصة (خطبة الجمعة) مع وجود درجة عالية من الاستعداد الإيجابي لتقبل الأفكار المتضمنة في تلك (الخطب) تأسيساً

على النوازع الدينية لدى المستقبلين مما يزيد من فعالية هذه (الخطب) في عملية الإقناع والتغير ويمكن أن تقوم المساجد بدور هام في التوعية بمتطلبات التنمية استناداً للمتغيرات والتحليلات الخاصة بالقضايا المطروحة في (الخطب) على أسس دينية صحيحة.

الختاتمة

إن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية الشاملة في المجتمعات النامية هو إحداث تغيير في اتجاهات الناس وفي البنية الطبيعية وإنشاء علاقات جديدة بينهم وبين الموارد الاقتصادية وإدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الإنتاج ويتبع ذلك تغيير في أساليب الإنتاج والدخل والاستهلاك مما يؤثر ذلك في التركيب الاجتماعي والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسية والتعليم والصحة وغيرها.

وتسعى الجهود التنموية إلى توفير حلول لمشكلات الدولة في كافة المجالات عن طريق التخطيط لبرامج التنمية والتي تتناول كافة جوانب الحياة وهنا يبرز دور الإعلام.. ليس المساهمة المباشرة في التنمية إنما لأن الإعلام يدفع محيط آخر هو الأهم في عملية التنمية وهو (الفرد) فرغم أن جميع أشكال التطور اللازمة للتنمية تتطلب وقتاً وهي مكلفة إلا أن المطلب الأساسي للتطور في أي مجتمع هو ضرورة تقويم الناس لأنفسهم لأن نجاح التنمية يعتمد على استحداث التغيير الملائم في اتجاهات الإنسان لتصبح ملائمة لقبول اتجاهات الحداثة والمشاركة.

ولعل من أهم المتطلبات الضرورية لزيادة فعالية دور الإعلام ووسائله في خطة التنمية هو ضرورة إيجاد فلسفة واضحة وفق إستراتيجية المجتمع تعتمد عليها وسائل الاتصال الجماهيرية كافة إضافة إلى تطبيق تخطيط شامل للإنماء الاجتماعي والاقتصادي وإيجاد بنية أساسية تكنولوجية تساهم في اعتماد مبادئ عادلة لتوزيع الدخل القومية كما يجب ان تهدف التنمية المجتمع بأسره ولا بد هنا أن يخضع الإعلام بكافة أجهزته لخطة شاملة وفقاً للإستراتيجية المعدة سابقاً وتتضمن الإطار العام والمبادئ الرئيسية ومهمتها التخطيط والتوجيه والمتابعة وإلا يقتصر الإعلام على مجرد القيام بالعملية الإخبارية أو توصيل المعلومات بل يجب أن يمتد إلى تحديد المشكلات واقتراح الحلول والبدائل، وكذلك يسهم الإعلام في تدعيم القيم الإيجابية مع زيادة المضمون التعليمي والإرشادي وبصورة

غير مكثفة والاهتمام بالتكوين العلمي في مجالات الاتصال التنموي ووضع الخطط للتدريب المستمر وتدعيم البحوث في مجال الاتصال الجماهيري التنموي لتحديد نوعية القطاعات المستهدفة في الوسائل المختلفة للوقوف على رجع الصدى وأسس التأثير الفعال وطبيعة المشكلات التي تواجهها وأسس التغلب عليها.

ولابد من تناول وسائل الاتصال التنموي كافة قطاعات التنمية الاجتماعية والاقتصادية والبشرية والاهتمام بالاحتياجات التنموية الفعلية للجمهور واعتبارها المنطلق الأساسي لتخطيط البرامج الإعلامية مع الالتزام بالمعايير الثقافية والاجتماعية السائدة.

إن العالم اليوم في تحول مستمر من مجتمع الإنتاج إلى مجتمع علمي معرفي أي إلى مجتمع إعلامي والمسائل التي يطرحها التوسع المطرد للمعرفة والتعقيد المتزايد للمسار التنموي أعطت دوراً حيوياً للمعلومات الجديدة وإمكانيات إدخالها ومعالجتها بالمراجعة المتواصلة وهذا دور لا يقل أهمية عن دور رأس المال نفسه ولهذا فلا بد من أن تولي الأهمية القصوى والأولية المطلقة لانعكاسات هذه الثورة الإعلامية على البلدان النامية والصناعية على حد سواء باعتبارها الإدارة الأساسية للتنمية، وهنا نؤكد على ارتباط السياسات التنموية بالتطورات التكنولوجية التي تقوم عليها تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال.

هوامش البحث

(١) الإعلاميون وقضايا التنمية الشاملة، مجلة الفكر الإستراتيجي العربي، ١٩٩٣ ولمزيد من التعرف على مفهوم التنمية أنظر جيهان رشتي، دور تكنولوجيا الاتصال الجديدة في التنمية، دراسات إعلامية، عدد ٩ ١٩٨٥.

(٢) إبراهيم إمام، التنمية الريفية المتكاملة، مجلة الدراسات الإعلامية، عدد ٤ ١٩٨٤.

(٣) سلوى سليمان، السكان والتنمية، مجلة النيل عدد ٥٩، ١٩٩٥.

(٤) سعيد لبيب، الإعلام والتوعية البيئية، مجلة النيل، عدد ٤٨، ١٩٩٢، وانظر لمزيد من

التفاصيل: محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٨٨

(٥) نادر فرجاني، البشر والتنمية في الوطن العربي، المستقبل العربي، عدد ١١٣، ١٩٨٨ وانظر:

علي علي حسين، استيعاب التكنولوجيا وتحديات العصر، أكاديمية البحث العلمي، ١٩٩٢.

- (٦) محمود عبد الغني، دراسات في الاعلام وتنمية المجتمع المحلي، كلية الآداب، مصر، ١٩٩٥.
- (٧) محمد احمد إسماعيل، دور الإسلام في التنمية المتواصلة، مجلة الوعي الإسلامي، عدد ٣٧٥، دار العقيدة، ١٩٩٧. وانظر لمزيد من التفاصيل: حامد عمار، في بناء الانسان العربي، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٨.
- (٨) لمزيد من التفاصيل حول التصورات السابقة والحالية لمفهوم التنمية في الدول النامية (الدول العربية تحديداً) انظر: تقرير اللجنة العربية لدراسة قضايا الاعلام والاتصال في الوطن العربي، النظرية والتطبيق، دار الكتاب الحديثة، ليبيا، ١٩٩٤.
- (٩) عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية، دار المعرفة للنشر، القاهرة، ١٩٩٥.
- (١٠) لمعرفة المزيد عن التخطيط الاعلامي انظر: سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٨٤ وكذلك: حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩١.
- (١١) عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي، دار التهانى للطباعة، القاهرة، ١٩٨٨.
- (١٢) لمزيد من التفاصيل للتعرف على صعوبات التخطيط الإعلامي أنظر: جيهان احمد رشتي، نظم الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٧. وكذلك سعاد حسن بدير، حدود استخدام وسائل الاعلام في الحملات القومية لمحو الأمية، مجلة النيل ١٩٨٩.
- (١٣) عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية، مصدر سبق ذكره.
- (١٤) صالح أبو إصبع، دراسات في الاعلام والتنمية العربية، مطابع البيان، ١٩٨٩.
- (١٥) سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد، ١٩٨٤.
- (١٦) السيد رزق الطويل، الإسلام والتنمية البشرية، مجلة الدراسات الإعلامية، ١٩٨٨.
- (١٧) عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية، مصدر سبق ذكره.
- (١٨) محمد قيراط - الاعلام والمجتمع (الرهانات والتحديات) بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ٢٠٠١.
- (١٩) للاطلاع من المزيد من المعلومات والآراء حول أوضاع التنمية العربية يمكن الرجوع إلى:-

يوسف صلبارى، الصناعة العربية والتكامل الاقتصادي العربي، شؤون عربية، عدد ٥١، ١٩٩٧ وكذلك محمود عبد الغني، دراسات في الاعلام والتنمية المجتمع المحلي، مصدر سبق ذكره.

(٢٠) سلوى سليمان، السكان والتنمية، مصدر سبق ذكره.

(٢١) نبيل علي، الفجوة الرقمية- رؤية عربية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت- ٢٠٠٥. وكذلك نسمة البطريق، الاعلام والمجتمع في عصر العولمة، دار غريب للطباعة، القاهرة، ٢٠٠٤.

(٢٢) عاطف عدلي العبد، الاعلام والتنمية، القاهرة، ٢٠٠٤.

(٢٣) عواطف عبد الرحمن، الاعلام العربي وتحديات العولمة، مجلة النهج، العدد ١٤، ١٩٩٨.

(٢٤) محمد قيراط، الاعلام والمجتمع، مصدر سبق ذكره.

المصادر والمراجع

- ١- إبراهيم إمام، التنمية الريفية المتكاملة، مجلة الدراسات الإعلامية، ١٩٨٤.
- ٢- سلوى سليمان، السكان والتنمية، مجلة النيل، عدد ٥٩، ١٩٩٥.
- ٣- سعد لبيب، الاعلام والتوعية البيئية، مجلة النيل، عدد ٤٨، ١٩٩٢.
- ٤- محمد سيد محمد، الاعلام والتنمية، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٨.
- ٥- محمود عبد الغني، دراسات في الاعلام وتنمية المجتمع المحلي، كلية الآداب، مصر، ١٩٩٥.
- ٦- نادر فرجاني، البشر والتنمية في الوطن العربي، المستقبل العربي، عدد ١١٣، ١٩٨٨.
- ٧- علي علي حسين، استيعاب التكنولوجيا وتحديات العصر، أكاديمية البحث العلمي، مصر، ١٩٩٢.
- ٨- محمد احمد إسماعيل، دور الإسلام في التنمية المتواصلة، مجلة الوعي الإسلامي، عدد ٣٧٥، دار العقيدة، ١٩٩٧.
- ٩- حامد عمار، في بناء الإنسان العربي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ١٩٨٨.

- ١٠- تقرير اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي النظرية والتطبيق، دار الكتاب الحديثة، ليبيا، ١٩٩٤.
- ١١- عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية، دار المعرفة للنشر، القاهرة، ١٩٩٥.
- ١٢- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٨٤.
- ١٣- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩١.
- ١٤- عاطف عدلي العبد، التخطيط الإعلامي، دار التهاني للطباعة، القاهرة، ١٩٨٨.
- ١٥- جيهان احمد رشتي، نظم الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٧.
- ١٦- سعاد حسن بدير، حدود استخدام وسائل الإعلام في الحملات القومية لمحو الأمية، مجلة النيل، ١٩٨٩.
- ١٧- صالح أبو أصبع، دراسات في الإعلام والتنمية العربية، مطابع ليبيا، ١٩٨٩.
- ١٨- سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد، ١٩٨٤.
- ١٩- السيد رزق الطويل، الإسلام والتنمية البشرية، مجلة الدراسات الإعلامية، ١٩٨٨.
- ٢٠- محمد قيراط، الإعلام والمجتمع (الرهانات والتحديات) بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠١.
- ٢١- يوسف حلبارى، الصناعة العربية والتكامل الاقتصادي العربي، شؤون عربية، عدد ٥١، ١٩٩٧.
- ٢٢- نبيل علي، الفجوة الرقمية، المجلس للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ٢٠٠٥.
- ٢٣- نسمة البطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة، دار غريب للطباعة، القاهرة، ٢٠٠٤.
- ٢٤- عواطف عبد الرحمن، الإعلام العربي وتحديات العولمة، مجلة النهج، العدد ١٤، ١٩٩٨.