



منظمة العمل العربية

ورقة عمل حول

إعداد الإعلاميين المهنيين في مجال التنمية الإجتماعية مقدمة

للندوة القومية حول الإستراتيجية العربية للإعلام والاتصال
في مجال التنمية الإقتصادية والإجتماعية وقضايا العمل
(القاهرة - جمهورية مصر العربية، 28 - 30 نوفمبر 2015)

إعداد

الأستاذ الدكتور/ فايز الشهرى
خبير إعلامى - عضو مجلس الشورى
المملكة العربية السعودية

إعداد الإعلاميين المهنيين في مجال التنمية الاجتماعية

ورقة عمل مقدمة لندوة

الاستراتيجية العربية للإعلام والاتصال في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية
وقضايا العمل

التي تنظمها منظمة العمل العربية خلال الفترة 28-30 نوفمبر 2015

بمدينة القاهرة

إعداد د. فايز بن عبد الله الشهري

المملكة العربية السعودية

المحتويات

4.....	مقدمة
5.....	إعلام التنمية أم الإعلام التنموي
6.....	من عوامل نجاح إعلام التنمية
7.....	خصائص الإعلام التنموي هي عوامل نجاحه :
9.....	مهام الإعلام التنموي
10.....	تحديات الإعلام التنموي
10.....	أولاً: تحدي الاستقرار السياسي والأمني
11.....	ثانياً: ضعف دور مؤسسات المجتمع المدني في العالم العربي
12.....	ثالثاً: تحديات التنمية العربية بشكل عام
14.....	رابعاً: تحدي الإعلام الفضائي وعصر المعلومات
14.....	العوامل الإيجابية الجاذبة لإعلام التنمية
17.....	دور مؤسسات الإعلام والإعلاميين في قضايا التنمية
18.....	المنطلقات المهنية للإعلام وفقاً للاستراتيجية العربية
19.....	أولاً: على المستوى المهني
19.....	ثانياً: بناء الاهتمام الإعلامي بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية
20.....	سبل تعزيز الاهتمام الإعلامي بقضايا التنمية
20.....	أولاً: إثارة التساؤلات وطرح الأسئلة
21.....	ثانياً: تأهيل وتدريب الإعلاميين ومنتجي البرامج الإعلامية
23.....	ثالثاً: تبادل التجارب الإعلامية الناجحة مع دول العالم
23.....	رابعاً: رفع نسبة الاعتماد على الإعلام الجديد القائم على المشاركة
24.....	المتطلبات العامة للتدريب الإعلامي
26.....	الخطوات التنفيذية للبرنامج التدريبي للإعلاميين
28.....	متطلبات أساسية للمرشح للعمل الإعلامي في قضايا التنمية
33.....	أساليب معالجة عقبات العمل الإعلامي في قضايا التنمية
33.....	المتطلبات العلمية والمهارية للإعلامي العامل في مجال التنمية

- أولاً: المتطلبات (المعارف) العامة في مجال الإعلام 34
- ثانياً: المتطلبات الخاصة في مجال التنمية الاجتماعية 37
- مخطط استقطاب وإعداد الإعلاميين وتقييم الأنشطة 41
- مراجع تم الاستفادة منها : 42

مقدمة

ظلت وستظل قضية إعداد الإعلاميين المهنيين في مجال التنمية الاجتماعية من القضايا التاريخية في الإعلام العربي. ونعني بالتاريخية هنا هو أن مصطلح التنمية ذاته رافق بكل إشكالاته مشروع الدولة الوطنية العربية التي تشكلت فيما بعد الحرب العربية الثانية.

وحيث أن الإعلام هو الوسيط بين مؤسسات الدولة والمجتمع فقد كان هدف الإعلام التنموي الأساسي هو توسيع دائرة شراكة المجتمع في مشاريع التنمية بوصفه المستهدف النهائي من هذه المشاريع. وبطبيعة الحال لن تحقق كل هذه الطموحات دون الوصول لشرائح المجتمع من خلال وسائط المعرفة والوعي المتعددة.

وقد بدأ التركيز العلمي على دور الإعلام في التنمية حين نشر الباحث "ولبر شرام" أفكاره حول وسائل الإعلام والتنمية في النصف الأول من السبعينيات مؤسساً لمجال جديد من مجالات الإعلام بات يعرف بالإعلام التنموي.

وتأتي هذه الورقة استجابة لتبني منظمة العمل العربية ضمن خططها المستقبلية تبني النهوض بدور الإعلام التنموي في الأقطار العربية. وقد تبنت المنظمة من أجل ذلك إصدار الاستراتيجية العربية للإعلام والاتصال في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية وقضايا العمل. وتحاول هذه الورقة وضع الأساس العلمي والمهني لتدريب الإعلاميين المتخصصين في القضايا ذات العلاقة بمجالات عمل واهتمام المنظمة.

على أن هذه الورقة تتبنى الجزء الإعلامي في التأهيل والإعداد مع أهمية تكامل العملية التدريبية لتغطي المعرفة (Knowledge)، وتعزيز المهارات (SKILLS) ومن ثم دعم

التوجهات والسلوكيات. (ATTITUDES) ليكون الإعلاميون شركاء فاعلون في عملية التنمية الشاملة.

إعلام التنمية أم الإعلام التنموي

يرى بعض الباحثين¹ أن الإعلام التنموي أحد الفروع الأساسية المهمة للنشاط الإعلامي الذي يهتم بشكل خاص بقضايا التنمية. وهو بحسب بعض الباحثين إعلام هادف وشامل، ويفترض أن يكون واقعياً يستهدف غايات اجتماعية تنموية. وهناك من يرى بأن الإعلام التنموي هو تلك: المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية المتخصصة في معالجة قضايا التنمية. بينما يعرفه آخرون بوصفه فرع من فروع الإعلام المتخصص يسهم في 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 العليا².

وبمعنى آخر فإن هذا النوع من الإعلام يعني بالمشاركة الفعالة والبناءة لوسائل الإعلام من أجل تعزيز قدرات كافة أفراد المجتمع من أجل المشاركة الإيجابية في عملية التنمية وجعل الجميع يمارس دوره في دوائره الخاصة والعامة.

ومن الحقائق³ التي أكدتها الأدبيات الإعلامية على اختلاف مناهجها ونظرياتها الدور الفاعل والواضح للإعلام في تنمية المجتمعات ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً وسياسياً، الأمر الذي عزّز مفهوم "الإعلام التنموي".

ويفرق الباحث هنا بين الإعلام التنموي كما هو في الأدبيات الإعلامية ضمن مجالات الإعلام المتخصص وإعلام التنمية الذي يعد جزءا من العملية التنموية يطاله ما يطال التنمية من تطور وتحديات.

وسبب التفريق هنا أن إعلام التنمية يمكن النظر إليه من بعدين مهمين في المجتمعات النامية:

الأول: انه نشاط إنساني مجتمعي لا يفرق في مستواه وإنجازاته عن مجالات التنمية الأخرى وينبغي ألا يحمل وحده تبعات التنمية فهو جزء أصيل منها.

الثاني: أن إعلام التنمية لا يمكن أن يكون مزورا للواقع فهو في أحسن أحواله يعكس المستوى التنموي في مجالاته البشرية وما يرتبط بها من مستويات اقتصادية وثقافية وسياسة.

من عوامل نجاح إعلام التنمية

المنظومة الإعلامية التي تتطلبها التنمية تتطلب الكثير من الاحتياجات حتى يمكن أن يكون للإعلام دورا تعزيزيا ومحفزا للتنمية. ومن هذه العوامل:

1. توفير البنية الإعلامية فنيا وبشريا وماديا بما يمكن من الوصول المقنع والمحترف إلى كافة شرائح المجتمع.
2. استقطاب الكوادر المميزة وتوفير مراكز التدريب الإعلامية المتخصصة.
3. وضع البعد الإعلامي في كل الخطط التنموية سواء لجهة التوعية والتحفيز على المشاركة أو لجهة النشر والتعريف.

4. تفعيل الإعلام الحديث بمختلف قنواته ضمن عملية تفاعلية يكون الجمهور المستهدف جزءا رئيسا في العملية الإعلامية والاتصالية.

5. تمكين العاملين في المؤسسات الإعلامية من أداء أعمالهم بشفافية وممارسة الدور الرقابي المسئول للإعلام.

خصائص الإعلام التنموي هي عوامل نجاحه :

تورد الأدبيات الإعلامية⁴ للإعلام التنموي العديد من الخصائص التي هي في بعدها الاتصالي الإعلامي من عوامل نجاح هذا النوع من الإعلام على النحو التالي:

الخصائص	عوامل النجاح
• انه نشاط إعلامي هادف يسعى بالدرجة الأولى إلى تحقيق أهداف وغايات اجتماعية مستوحاة من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الجوهرية.	وهو بهذا يحظى بدعم المجتمع ومتابعته في حال نجاحه في ملازمة الأهداف والمصالح.
• إعلام مبرمج مخطط مرتبط بخطة التنمية ويدعم نجاحها.	إذا هو في التخطيط السليم جزء من خطط التنمية وعامل تعزيز لها
• إعلام شامل متكامل الهدف منه مخاطبة الراي العام وإقناعه بضرورة التغيير الاجتماعي الذي تفتضيه التنمية.	ومن هنا فهو ينطلق من هدف تنموي والمفترض أن يكون بعيدا عن الحسابات الإيدلوجية والصراعات الفكرية
• الإعلام التنموي إعلام متعدد الأبعاد بحيث يشمل البعد الاقتصادي والسياسي والتربوي والصحي والمالي والإداري.	إذا هو يتحرك في مجالات متعددة تمنحه الثراء والتنوع بما يحفز الإبداع.
• يجب أن يكون الإعلام التنموي واقعا في الأسلوب والطرح واضحا يقول الحقيقة كما هي بلا تحميل وان يستند على حجج وبراهين منطقية في إقناع	وحيث يتمثل هذه المبادئ تتحقق له المصدقية وبالتالي القدرة على التأثير وإحداث الأثر التنموي المرغوب

	الناس.
--	--------

مهام الإعلام التنموي

يمكن أن تنطلق مهام الإعلام التنموي بشكل عام من خلال الأهداف التالية⁵:

- تحفيز المواطنين على المشاركة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية.
- بث الشعور بالمسؤولية الوطنية والاجتماعية لدى القراء والمستمعين والمشاهدين والمسؤولين.
- تعريف الجمهور وتحديد الشباب بالفرص الجديدة في مجالات الاستثمار والعمل والإنتاج.
- نشر الوعي والثقافة المسؤولة والصديقة للتنمية وللتغيير الإيجابي في المجتمع وتحديد وسط الشباب.
- المساهمة في تغيير الاتجاهات بشكل إيجابي ومحاربة الاتجاهات السلبية في السلوك العام للأفراد.
- تعزيز مكانه المال العام والمرافق العامة وتنمية شعور إيجابي لدى المواطنين نحوها ينعكس في سلوكهم وحياتهم اليومية.
- تنمية الشعور بالالتزام بالقوانين والأنظمة، وتحفيز المواطنين على إتباعها.
- نشر الوعي بحقوق الإنسان باعتباره أساس المواطنة الصالحة، إضافة إلى حقوق الفئات الخاصة، مثل النساء والأطفال، والمعاقين والفئات المهمشة في المجتمع.
- نشر ثقافة النجاح وتعميمها وسط المواطنين، من خلال التعريف بقصص النجاح وب نماذج القدوة.

أولاً: تحدي الاستقرار السياسي والأمني

عانت الدول العربية طوال العقود الماضية من حالة من عدم الاستقرار السياسي والأمني الذي عطل التنمية في أكثر من دولة عربية بشكل كبير. وعلى مرّ العقود الخمسين الماضية كانت هناك دول مستعمرة وأخرى ترزح تحت التغيرات السياسية التي لم تكن كلها سلمية. ففي الخمسينات والستينات كانت الانقلابات والثورات وفي السبعينات هيمن الصراع العربي الصهيوني على المشهد العربي. ثم أتت الحروب والصراعات الإقليمية في لبنان والصومال ثم امتدادات حرب أفغانستان والحرب العراقية الإيرانية. وكل هذه المتغيرات لم تجعل للتنمية وإعلامها نصيباً كام على رأس الأجندة الوطنية العربية.

وحين استفاقت الدول العربية على ذاتها بعد انتهاء الحرب الباردة كانت حادثة 11 سبتمبر لتعيد العرب إلى واجهة الصراع من جديد. وما هي إلا سنوات حتى نشبت حالة القلاقل السياسية والأمنية فيما بات يعرف بالربيع العربي. ومقارنة بما حدث في كثير من الدول العربيّة فقد نعمت دول الخليج بحظ وافر من الاستقرار والسكينة المجتمعية وحالة لا بأس بها من هدوء الأمن العام خلال سنوات عاصفة ما يسمى بالربيع العربي التي بدأت عام 2010 ولم تسكن بعد. وترافق مع حالة الاستقرار السياسي هذه موجة ازدهار اقتصادي وتنموي واضحة جراء ارتفاع أسعار النفط ما انعكس على مشاريع التطوير والتحديث في دول مجلس التعاون بشكل عام. ولكن في الجهة الأخرى فإن دول مجلس التعاون لم تسلم تماماً من تأثيرات القلاقل في المنطقة العربيّة.

ثانياً: ضعف دور مؤسسات المجتمع المدني في العالم العربي

يتكون المجتمع المدني من الهيئات التي تسمى في علم الاجتماع بالمؤسسات الثانوية مثل الجمعيات الأهلية والنقابات العمالية والمهنية وشركات الأعمال والغرف التجارية والصناعية وما شابهها من المؤسسات التطوعية. والمقصود بدور المجتمع المدني هو تمكين هذه المؤسسات الأهلية من تحمل مسؤولية أكبر في إدارة شئون المجتمع. وهكذا يستبعد من المفهوم المؤسسات الاجتماعية الأولية كالأُسرة والقبيلة والعشيرة والطائفة العرقية أو المذهبية أو الدينية⁶ التي تهيمن على الحياة العربية بشكل كبير. وفي العالم العربي لم تظهر تحركات جادة تحت هذا المفهوم إلا بعد انهيار المعسكر الشرقي نهاية الثمانينات⁷. ولهذا فإن مفهوم المجتمع المدني بحسب بعض الباحثين حديث ودخيل⁸ ولم يكن ضمن التراث السياسي والحضاري العربي.

اتفق زعماء العالم وهم يعتمدون إعلان الألفية في سبتمبر 2000 فيما يعرف باجتماع "قمة المدن" على تطوير شراكات مع منظمات المجتمع المدني لتحقيق التنمية الشاملة واستئصال الفقر. وقد أكدت جمعية الألفية أن التزامات زعماء العالم بالعمل كانت جماعية في رؤية سياسية أكثر شمولاً تسمح بالمشاركة الحقيقية لجميع المواطنين في جميع البلدان⁹.

ولم يكد يمر عام على هذه الوعود التي ظن المراقبون أنها ستطلق المجتمع المدني لدور أكبر في إدارة الحياة العامة وتنظيم شئون شرائح العمل ونحو ذلك حتى كانت مشكلة 11 سبتمبر 2001 وما نجم عنها. وكان أن تحول الاهتمام العالمي والعربي تبعاً إلى الإرهاب وقضاياه. وحين تهيأ العالم لتناسي الحدث

ضربت العالم موجة الأزمة المالية عام 2008م فتعطلت الكثير من البرامج الإصلاحية والتنمية ثم كانت أحداث الربيع العربي وما تلاها.

ثالثا: تحديات التنمية العربية بشكل عام

هناك العديد من التحديات التنموية التي لم تسعف الإعلام العربي ليروج لنماذج متميزة في عدد من المجالات ومن أوضح التحديات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسة والإدارية¹⁰:

أولاً: التحديات الاقتصادي

طبيعة التحدي	الأثر الإعلامي السلبي
انخفاض مستويات الدخل، مما ينتج عنه انخفاض المستوى الصحي والغذائي والتعليمي والإداري.	عكس الإعلام هذه الصور بشكل نمطي مما جعلها أشبه بالقدر المحتوم
ضعف الرقابة المالية والإدارية وعدم ضمان الجودة	أصبح الحديث الإعلامي عن الفساد كحقيقة إدارية مجتمعية.
عدم ترتيب الأولويات عند تخصيص الموارد المالية للأعمال التنموية.	لم يستطع الإعلام بناء صورة ذهنية استراتيجية لتوجهات المؤسسات.
التركيز على إنتاج سلعي واحد في معظم دول العالم الثالث	ومن هنا قام الإعلام بإثارة الرعب من المستقبل أكثر من مناقشة البدائل

ثانياً: التحديات الاجتماعية

طبيعة التحدي	الأثر الإعلامي السلبي
سوء توزيع السكن الجغرافي والتفاوت في الازدهار بين مناطق السكن بحسب شرائح المجتمع.	كون الإعلام صورة ذهنية سلبية عن الأحياء الشعبية والفقيرة
انخفاض مستوى الوعي والتعليم بشكل عام.	عزز الإعلام صورة القروي والفلاح والبدوي الجاهل.

مقاومة العادات والتقاليد الاجتماعية للتغيير.	لم يقيم الإعلام بدور فعال في دعم التغيير الإيجابي واستجاب لما "يرغب" الناس.
--	---

ثانيا: التحديات السياسية والإدارية

طبيعة التحدي	الأثر الإعلامي السلبي
عدم استقرار النظام السياسي العربي ما أدى إلى عدم وضوح غايات التنمية.	أصبح المسرح الإعلامي سيركا سياسيا بين العصور والعهود على حساب التنمية
التبعية السياسية من خلال ممارسة الدول المتقدمة تأثيرات واضحة على الدول النامية.	انشغل الإعلام العربي بالحديث عن المؤامرة أو الترويج للقيم الوافدة.
غياب القيادات الواعية التي تتحمل كل المسؤولية لتحقيق التنمية.	وانسحب ذلك على اختيار القيادات الإعلامية.
التبعية والاعتماد على الخبرات الأجنبية	وأصبحت صورة التنمية مرتبطة بالأجنبي
تضخم الأجهزة الإدارية مع تفشي المحسوبية والبطالة المقنعة.	وامتد ذلك إلى المؤسسات الإعلامية كجزء من الوضع الإداري العام
ضعف أنظمة العمل وغياب الحوافز المادية والمعنوية	هجرة الإعلاميين المميزين إلى الإعلام الخاص المعتمد على عنصري الإثارة والترفيه.

رابعاً: تحدي الإعلام الفضائي وعصر المعلومات

وفي سماوات مفتوحة واتصال جماهيري تفاعلي مترامنا مع اهتمام عالمي بحق الاتصال وديمقراطية الإعلام، تراجعت الوظيفة التنموية للإعلام بينما اتسعت الوظيفة السياسية والترفيهية والإعلانية¹¹.

وهكذا بدا واضحاً خلال العقدین الماضیین التراجع الكبير في دور الإعلام التنويري والتنموي إلى دور تسطيحي ترفيهي خارج النسق الاجتماعي والثقافي للمجتمع العربي.

العوامل الإيجابية الجاذبة لإعلام التنمية

يرى باحث عربي¹² رائد في بحوث الإعلام والتنمية أن وسائل الإعلام تمارس دوراً وطنياً كبيراً، ولا تقتصر على الراديو والتلفزيون فقط وإنما تشمل العديد من الوسائل كالأفلام التثقيفية والإرشادية والملصقات والمعارض وكافة الوسائل السمعية والبصرية التي تتضمنها القوافل الإعلامية والثقافية التي يجب أن تخصص لهذه المهمة الوطنية.

ومن الملاحظ أن الدور الإعلامي مع الوسائط الحديثة للإعلام الجديد لم يكن بالمستوى المأمول. ولعل هذا مرده إلى انتقال الزخم الأكبر لهذه الوسائل من المؤسسات إلى الأفراد. ومن هنا أصبح الانشغال الفردي في منافع اتصال الشخصي وترفيهه الواسع أعلى من حيز الهموم المجتمعية التي عادة ما تهتم لها المؤسسات وحدها. ويعزى السبب الآخر أيضاً إلى ضعف وتقاعس

المؤسسات المعنية بالجوانب التنموية في التواصل وإيجاد علاقة إيجابية مع هذه البيئة الجديدة ترافق مع فقدان الاهتمام بالإعلام التقليدي.

وفي جميع الأحوال فإن هناك العديد من المزايا التي تجذب وسائل الإعلام والإعلاميين إلى هذه القضايا الحيوية لو أمكن استثمارها على الوجه المطلوب. وحتى يمكن للمخطط الاستفادة من الإعلام والإعلاميين عليه أن يستثمر في الجوانب الإيجابية التي يمكن أن تسهم في تعزيز العقة مع الوسائل ومن هذه العوامل:

- أن قضايا التنمية في جوهرها قضايا نبيلة وكل وسيلة إعلامية وإعلامي سيجد في هذه القضايا جانبا مهما من دوره الاجتماعي والإنساني.
- توفر مجالات عمل إعلامي واسع وغني في قضايا التنمية. ومن هنا فهذا الميدان الرحب في الإعلام الاقتصادي والاجتماعي والتنموي والإعلام العمالي سيفتح أفقا جديدة للمؤسسات الإعلامية والمتنسين إليها.
- ثراء المحتوى الإنساني والتراكم المعرفي حول قضايا التنمية. وهي بهذا تشكل مادة إعلامية غنية لمن يتخصص في هذا المجال الحيوي بأبعاده التنموية والإنسانية.
- الدعم الديني والثقافي لقضايا التنمية والعمل. وهذا البعد المهم محفز أساس يتطلب استثماره بحيث يتحرك الحافز القيمي عند الإعلاميين في تعزيز الخيرية والإنسانية في التنمية وحقوق العمال على وجه الخصوص.

- إشباع المشاركة المجتمعية من خلال المؤسسات التنموية المتنوعة. ويمكن بذلك تنظيم انديه إعلامية وروابط مهنية تحت مسمى: "أصدقاء التنمية" "أصوات التنمية" ونحو ذلك.
- المعارف الإنسانية العلمية والتجارب التنموية متشابهة وبذلك يمكن الاستفادة من هذه النماذج العالمية وتقديم Model نموذج إعلامي.

دور مؤسسات الإعلام والإعلاميين في قضايا التنمية

لم يعد هنا مجال للشك في مدى تأثير الإعلام على أفراد المجتمع في المجالات التنموية وحتى يمكن توجيه الوسائل والعاملين فيها لخدمة قضايا التنمية والعمل يمكن أن نوظف الجهود الإعلامية لتحقيق الآتي:

1 - تكثيف برامج التوعية بقضايا التنمية وتحدياتها ودور الفرد والمجتمع في التخفيف من المعوقات.

2-تنفيذ حملات إعلامية مخططة للتوعية بقضايا التنمية وحقوق العمال وأخلاقيات العمل.

3 - عمل البرامج والندوات والفعاليات المتخصصة لتسليط الضوء على الظواهر المرتبطة بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية وقضايا العمل في مختلف أبعادها.

4 - إبراز أهم التحديات عمل المرأة والفئات المحرومة من التنمية.

5 - مناقشة المشكلات التي تواجه ذوي القدرات الخاصة في بيئة العمل وفي النشاطات الاجتماعية المختلفة.

6 - التغطية الإعلامية الفعالة (غير النمطية) للفعاليات والأنشطة ذات العلاقة بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية وقضايا العمل ونشر توصياتها والتعليق عليها وتسويقها.

7 - النشر المكثف عن الإجراءات المعطلة للحقوق والتوعية والتحفيز لكل المهتمين للعمل على تحسين تشريعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

8-تسليط الضوء على تجارب الأمم في رعاية الحقوق الاجتماعية والإنسانية للعاملين بمختلف فئاتهم وشرائحهم العمرية.

9-وضع الأولويات الأبرز وتفعيل الرسائل والجهود الإعلامية لخدمتها.

10-الإشادة والتركيز الإعلامي بالتجارب الناجحة والقذوات والرموز العربية وبناء القذوات في مجالات التنمية وقضايا العمل.

11-متابعة تنفيذ المقررات والتوصيات والاتفاقيات العربية والتحاو حول معوقات تسريعها والحلول الممكنة باستحضار التجارب العالمية وتوصيات الخبراء.



المنطلقات المهنية للإعلام وفقا للاستراتيجية العربية

حددت الاستراتيجية العربية للإعلام والاتصال في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية وقضايا العمل بعض المنطلقات المهمة في مجال بناء الشخصية الإعلامية وتأهيل الإعلاميين في مجالات التنمية المتعددة. وأمكن من خلال هذه الورقة الاسترشاد بمنطلقين مهمين نصت عليهما الاستراتيجية:

أولاً: على المستوى المهني

- تأهيل) تمكين الإعلاميين وتوفير ظروف وأدوات العمل الإعلامي المهني والمتخصص وتيسير تداول المعلومات، وإيجاد البنيات الإعلامية المتخصصة.
- تخطيط) ملائمة المادة الإعلامية مع أولويات التنمية الاقتصادية والاجتماعية الخاصة بكل بلد والتي تتماشى وتوجهاته العامة.
- تنفيذ): الإبداع والابتكار في التعاطي مع قضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية في بيئة العمل لتجاوز نطاق التغطية المألوفة الروتينية أو النمطية.

ثانياً: بناء الاهتمام الإعلامي بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية

ويأتي هذا الاهتمام من خلال جعل قضايا التنمية موضوع أسئلة ونقاشات للنخب وقادة الرأي وإتاحتها للجمهور العام من خلال الندوات والوسائل والمواقع. ويأتي هذا من خلال بناء القناعة ألا نجاح متكامل للعملية التنموية دون تيسير الانخراط الاجتماعي فيها Social Involvement.

سبل تعزيز الاهتمام الإعلامي بقضايا التنمية
لأن قضايا التنمية تهم الجميع وهم أدواتها وهدفها فإن على المخطط استشعار
ذلك والمبادرة في تنفيذ العديد من البرامج والمشاريع وطرح الأفكار على المهتمين
وفي أواسط النخب والإعلاميين منهم على وجه التحديد ومن الوسائل الممكنة:

أولاً: إثارة التساؤلات وطرح الأسئلة

يؤدي طرح الأسئلة والتساؤلات إلى إثارة دوافع الإعلامي ومؤسسات الإعلام
 للمشاركة والتحفيز. وقد طرحت ندوة¹³ متخصصة مجموعة مهمة من
التساؤلات التنموية الإعلامية في هذا الخصوص رأت أن هذه الأسئلة يمكن أن
تسهم في إثارة وتحفيز الإعلام للمشاركة ومن هذه الأسئلة:

- إلى أي مدى تؤدي وسائل الإعلام في بلدك دوراً مبتكراً من خلال
المبادرات في قضايا التنمية الاجتماعية؟
- كيف يمكن أن تعزز وتروج وسائل الإعلام القضايا الخاصة بالتنمية
الاجتماعية بغية إثارة الرأي العام بصورة أفضل وأعمق؟
- ما الآليات التي يمكن أن تحتّ الإعلام على المشاركة في الشأن الاجتماعي
وبالتالي تغطية القضايا التنموية بحصة كافية في ظل طغيان الأخبار
والنشاطات السياسية والترفيهية عوضاً عن القضايا الخاصة بالتنمية
الاجتماعية.
- ما العوامل – الفردية والمؤسسية – التي تسمح لوسائل الإعلام بالتأثير
على قرارات صانعي القرار والسياسات المعتمدة، وما هي العوامل التي

تحول دون ذلك؟ وكيف يمكن لوسائل الإعلام أن تساهم في فضّ
التراعات، إن لم يكن في الحؤول دون وقوعها؟

- كيف يمكن تحسين دور وسائل الإعلام في مراكز صنع القرار؟ هل لديك
أمثلة لاستراتيجيات، وتجارب ناجحة، وآليات محددة لتعزيز دور الإعلام
في هذا الصدد؟

ثانياً: تأهيل وتدريب الإعلاميين ومنتجي البرامج الإعلامية

هناك العديد من المداخل التدريبية التي ثبت جدواها ولعل أهمها مدخل
الكفايات¹⁴ Competencies Approach. ونعني بالكفايات مجموعة القدرات المكتسبة
والتي تسمح بالسلوك والعمل في سياق معين، ويتكون محتواها من (1) معارف (2)
ومهارات (3) وقدرات (4) واتجاهات مندمجة بشكل مركب¹⁵. والمتوقع أن يقوم المتدرب
الذي اكتسبها، بإثارتها وتوظيفها وقد أتى هذا المدخل من المدرسة التربوية حيث ركز
على امتلاك المعارف والمهارات، ليس لمجرد امتلاكها أو استظهارها، ولكن لاستخدامها
في أداء عمل معين.

ويمكن هنا النظر إلى هذا المدخل كأساس علمي لمنطلقات التدريب وفق المحددات الآتية:

- التأكيد على تحديد نتائج التدريب الإعلامي في صورة أهداف سلوكية.
- التأكيد على تدعيم البرنامج التدريبي بالخبرات الميدانية، التي تتيح أكبر قدر من
العمل الإعلامي في مجالات التنمية.
- استخدام مصادر وموارد الإعلام الجديد والتقليدي المتنوعة في مراحل التدريب.
- التركيز على تقويم الإعلاميين المتدربين أثناء برامج التدريب وبعدها.

وبصفة عامة، يمكن تعديل النموذج التربوي لمواثمة التدريب الإعلامي وفق مدخل الكفايات مع ضبط مدخلات ومخرجات إعداد الإعلاميين المهنيين على أساسين مهمين هما:

- 1- يمكن لأي إعلامي متدرب اكتساب مهارات عالية إذا ما توفر له الوقت الكافي للتدريب والبرنامج التدريبي النوعي.
- 2- الانتباه إلى أن الأخطاء في نظام التدريب قد تفشل المسار التدريبي وينبغي في مثل هذه الحالات اعتماد التقويم الرشيد وعدم إرجاع الفشل لخصائص المتدربين الإعلاميين.

المزج بين المداخل التدريبية

ويمكن البدء في تأهيل الإعلاميين ودعوة مؤسسات الإعلام للمشاركة في تنفيذ الاستراتيجية الإعلامية في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية وقضايا العمل. وهذا التعاون يتم من خلال المبادرات التالية:

- دعوة المؤسسات الإعلامية الكبرى لتقديم عروضها في مجال الخدمة العامة لبرامج الاستراتيجية العربية وفق برامج المسؤولية الاجتماعية.
- دعوة رجال الأعمال العرب لتبني برامج إعلامية طموحة لخدمة أهداف الاستراتيجية من خلال خدمة التنمية في العالم العربي.
- دعوة المفكرين والكتاب وصناع الدراما للتركيز على البعد التنموي في إنتاجهم وإبداعاتهم.
- تبني جائزة سنوية لدعم الجهود الإعلامية التطوعية والمبادرات المميزة.

ثالثا: تبادل التجارب الإعلامية الناجحة مع دول العالم

تكاد المشكلات والتحديات التنموية تتشابه في معظم دول العالم الثالث. وترتبط معظم المشكلات بنقص المعلومات ومستوى الوعي وضعف ثقافة الحقوق والمشاركة.

وتسمح هذه التجارب بتقديم النماذج الناجحة وتوفير الوقت والجهد والأعمال أو التكرار.

وهناك تجارب إعلامية واتصالية مهمة في تشيلي والبرازيل والهند وكذلك في بعض دول إفريقيا. كما دعمت مؤسسات تنموية دولية مشاريع تنموية في مجال الثقافة الحقوقية والمشاركة السياسية في مصر والمغرب وتونس واليمن وربما يمكن الاستفادة من مخرجاتها.

رابعا: رفع نسبة الاعتماد على الإعلام الجديد القائم على المشاركة

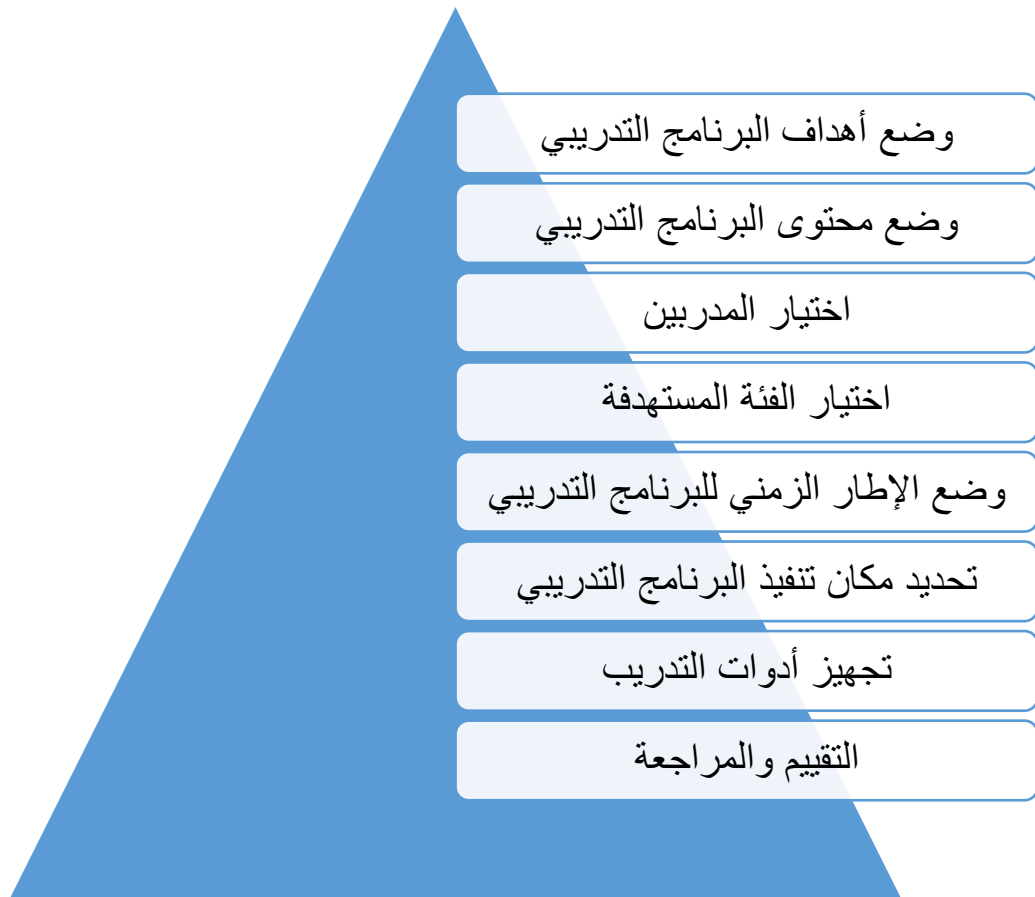
ويمكن في هذا الخصوص إعادة النظر في الاعتماد المكثف على الأنماط التقليدية في التواصل مع شرائح المجتمع. وحيث بات الإعلام الجديد والوسائط الإلكترونية عنصرا مهما في حياة إنسان اليوم فان على المؤسسات المعنية بالتنمية إعادة

تخصيص الميزانيات والموارد البشرية والفنية لجعل الإعلام الجديد شريكا في تحقّي الأهداف. ومن هنا ينبغي التفكير في:

- التواصل مع شرائح معينة من المستهدفين الشبكات الاجتماعية.
- توظيف تأثير الشبكات الاجتماعية لخدمة الأهداف.
- المشاركة المكثفة والحضور القوي عبر الشبكات الاجتماعية.
- توظيف أساليب التشبيك الاجتماعي واستثمار المتابعين بطرق علمية.
- اعتماد الشبكات الاجتماعية كذراع إعلامي في الحملات الإعلامية.
- توظيف الشبكات الاجتماعية في إدارة بعض المناشط الإعلامية.

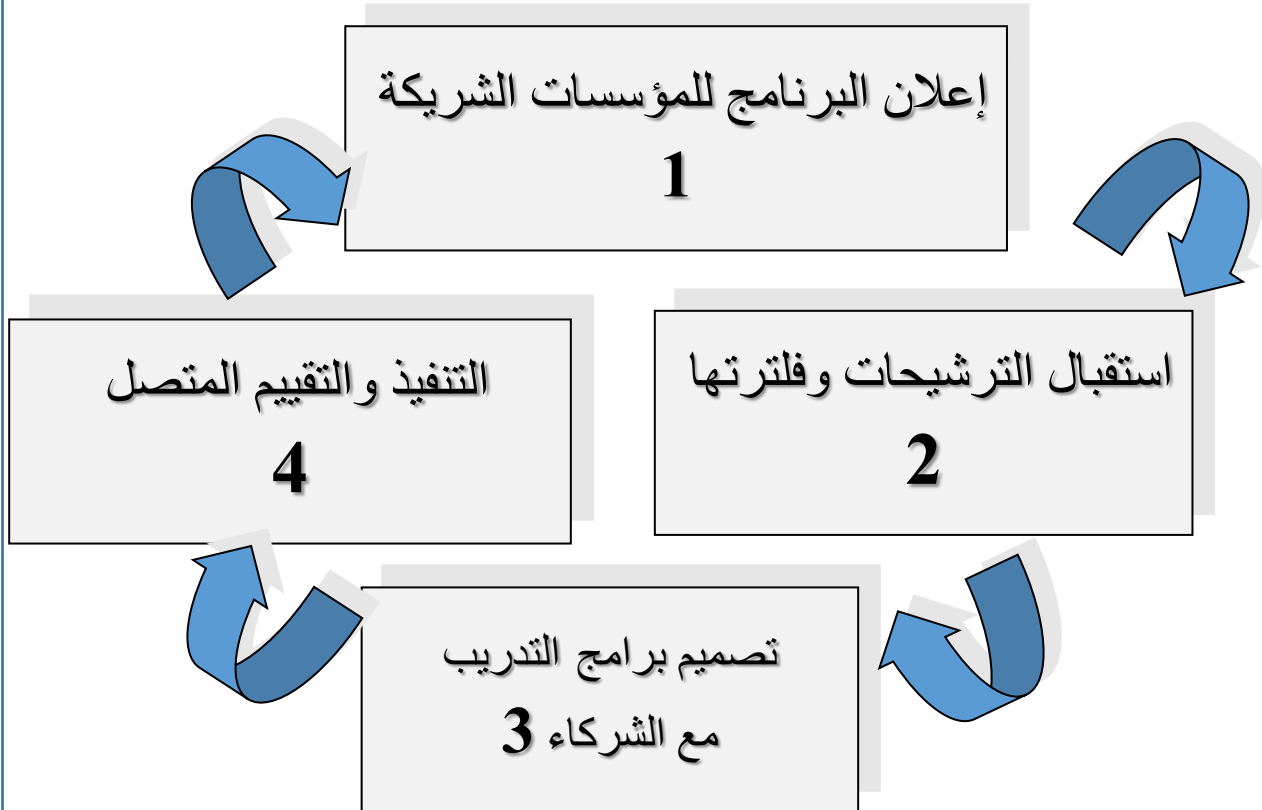
المتطلبات العامة للتدريب الإعلامي

حالما يتم تحديد الاحتياجات التدريبية ووضع الخطة التدريبية يأتي دور التصميم للبرامج الواردة في الخطة التنفيذية للاستراتيجية الإعلامية حيث يتم تحديد المسائل الآتية:



الخطوات التنفيذية للبرنامج التدريبي للإعلاميين

حتى يمكن أن يكون البرنامج التدريبي عمليا يمكن أن يحقق أهدافه فينبغي على المخطط التدريبي أن يضمن تحقق الخطوات الأربع الآتية:



1. إعلان البرنامج للمؤسسات الشريكة

من المهم أن ترسل الجهة التدريبية نشرة البرامج للجهات ذات العلاقة قبل عقد البرنامج التدريبي بوقت كاف حتى يتسنى تحديد الاحتياجات التدريبية المتنوعة. كما أن إعلان البرنامج يساعد الجهات الأخرى على اعتماد ما تحتاجه في خططها المالية والتدريبية وترشيح الإعلاميين الذين يمكن أن يتدربوا في هذا المجال.

2. استقبال الترشيحات وفلترتها

على فريق تنفيذ البرنامج استقبال الترشيحات ودراستها وضمان اتساق العناصر التدريبية في الإعلام بشكل يحقق أهداف البرنامج. ويمكن للجهة التدريبية أن ترفض وتقتصر بعض الأسماء بما يحقق الفائدة ويقلل من الإرسال الروتيني للمتدربين إلى دورات وبرامج تدريب لا تعنيهم أو لن يعملوا في قطاعات تستفيد منها.

3. التصميم النهائي لبرامج التدريب مع الجهات المستفيدة

يفضل في مراحل متقدمة من تصميم البرامج التدريبية عقد اجتماعات عمل مع الجهات المستفيدة لاطلاعها على المحتوى التدريبي وتدارس الاحتياجات. وينبغي في هذه المرحلة التأكد من عدم هيمنة متطلبات مؤسسة على الأخرى وضمان أن تكون البرامج التدريبية الإعلامية في مساراتها العلمية والمهنية.

4. التنفيذ والتقييم المتصل

يتوافق مع تنفيذ البرامج الإعلامية التدريبية نماذج ومشرفي التقييم القبلي والمرحلي والبعدي. ويحقق التقييم المتصل فوائد مهمة في مجال ضمان الجودة وتحقيق الأهداف وتعديل المسار حال ملاحظة أي ضعف أو ملل من هذه البرامج.

متطلبات أساسية للمرشح للعمل الإعلامي في قضايا التنمية

لا بد من إدراك أهمية المتطلبات العلمية والمهنية والإدارية التي ينبغي توافرها في الإعلامي في مؤسسات التنمية وقضاياها تبعاً لأهمية المهمة. حيث سيقوم الإعلامي في مؤسسات التنمية بكافة النشاطات الإعلامية وسيكون منتجا ومصدرا للمعلومات ومستشارا فيما يعزز صورة منظمته وقضيته بشكل إيجابي. ولأهمية السمات الشخصية ومهارات الحديث مكان كبير حيث سيقوم الإعلامي بأعمال تتعلق باستقبال الزوار والضيوف والإشراف على كل ما يتعلق بذلك.

ولمعرفة صورة القضية والمنظمة التي ينتمي إليها الإعلامي فإن عليه أن يقوم بمتابعة ما ينشر عن المؤسسة في مختلف وسائل الإعلام. وكذلك فأن من واجباته إصدار النشرات والمطبوعات عن أنشطة المؤسسة وهذا يتطلب مهارات لغوية وثقافية إضافة إلى مهارات الاتصال والتواصل لتوثيق الصلة مع وسائل الإعلام المختلفة.

ويعتمد العمل الإعلامي أيا كان مجاله في الأساس على التخصص العلمي في أحد مجالات الإعلام إضافة إلى توفر الموهبة والديناميكية التي تتطلبها المهنة الإعلامية.

ولذلك يمكن تحديد بعض المواصفات الأساسية للإعلامي العامل في مجالات التنمية الشاملة وقضايا العمل في الآتي:

أولاً: المتطلبات المهنية الأساسية:

- أن يكون الإعلامي المرشح حاصلًا على مؤهل جامعي في الإعلام أو أحد فروع
- يفضل من لديه خبرة عملية في نفس المجال لا تقل عن خمس سنوات
- المهارة في الكتابة والحديث باللغة العربية
- إجادة اللغة الإنجليزية تحديثاً وكتابة
- إجادة استخدام الحاسب الآلي ووسائل الاتصال الحديثة.
- المهارة في استخدامات الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد
- خبرة لا تقل عن عامين في وظيفة محرر مختص بالشؤون التقنية في واحدة من وسائل الإعلام العربية الإلكترونية، أو المسموعة أو المرئية أو المطبوعة.
- إجادة الكتابة السليمة باللغة العربية بأسلوب إخباري، وإمكانية الفهم الكامل لأي نص إنجليزي مختص بالعالم التقني.
- القدرة على صياغة التقارير الإعلامية وترتيب المقابلات الإعلامية وإدارتها.
- إجادة تحرير وصياغة الأخبار بأسلوب علمي مهني واضح.
- إجادة استخدام أنظمة إدارة المحتوى الإلكتروني.
- يفضل إجادة التعامل مع برامج تحرير الصور والصوت والفيديو.
- البراعة في التعامل مع وسائل الإعلام الاجتماعي استخداماً وتوظيفاً وتسويقاً.

ثانياً: استيفاء البرامج التدريبية في مجالات الإعلام التنموي

ينبغي أن تشمل الحقبة التدريبية المخصصة للعاملين في مجالات الإعلام التنموي على ثلاثة أنواع من التدريب: التدريب الإعلامي التأسيسي والتدريب الإعلامي التنموي والتدريب الإعلامي المتقدم.

ويمكن التفصيل في هذه الأنواع الثلاثة على النحو التالي:

أولاً: التدريب الإعلامي التأسيسي ويشمل:

- الأساليب الحديثة في صياغة الأخبار
- مهارات كتابة القصة الصحفية
- مهارة إعداد التقارير الصحفية المتخصصة.
- أساليب التلخيص واختزال المعلومة
- فن كتابة العناوين الرئيسية.

ثانياً: التدريب العلمي والعمل في قضايا التنمية:

يحتاج العامل في إعلام التنمية وقضايا العمال وما يرتبط بها من إشكالات وتحديات¹⁶ وفرص إلى التزود المستمر بالمعلومات والمعارف ذات العلاقة بالمؤشرات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في مجتمعه. كذلك ينبغي على الإعلامي هنا الإلمام بالعديد من المعارف وطبيعة عمل المؤسسات العربية والعالمية المعنية.

وعليه يفضل أن يشتمل البرنامج التدريبي في هذا المجال على:

- المؤسسات المعنية بقضايا التنمية البشرية في العالم العربي والعالم.
- مؤشرات ومعايير تصنيفات المجتمعات في مؤشرات التنمية والمتغيرات التي تطرأ على هذه المؤشرات.
- مرتكزات التفاوت التنموي بين الشعوب العربية واختلاف الدخل بين المواطنين
- مستوى الخدمات التعليمية والصحية والاجتماعية وتوزيعها بين الأفراد
- خريطة تنمية الموارد البشرية في العالم العربي والإمكانات والتحديات.

ثالثاً: التدريب الإعلامي المتقدم ويشمل:

- تقنيات الصحافة المصورة.
- إنشاء وإدارة قواعد البيانات الإعلامية
- إعداد التقارير حول قضايا التنمية وحقوق العمال
- التحقيقات الصحفية.

رابعاً: تطوير ودعم الإعلاميين المتخصصين في مجالات الاقتصادية والاجتماعية التنموية وقضايا العمل.

ويتهياً ذلك من خلال التركيز على ورش عمل ودورات مركزة في المجالات التالية:

- مجالات السياسات الاقتصادية والسياسات المالية
- مصادر المعلومات والأخبار المالية والاقتصادية
- تقنيات متابعة وكتابة التقارير المالية والاقتصادية
- قراءة البيانات المالية والميزانيات
- قراءة اتجاهات الأسواق المالية وأسواق البورصة
- التعرف على أنظمة المؤسسات المالية والاقتصادية المحلية والدولية
- البنك الدولي والمؤسسات المالية العالمية
- الإلمام بالمصطلحات المالية والاقتصادية المهمة
- قطاع رأس المال وقطاع التأمين

أساليب معالجة عقبات العمل الإعلامي في قضايا التنمية

العقبات	أساليب المعالجة
● عدم اكتراث الجمهور	● إثارة الاهتمام العام بتحليل إعلامي محترف للمكاسب والسلبيات التي قد تعود على الفرد والمجتمع ومن ذلك تنفيذ حملات إقناعية توعوية عامة.
● انصراف الإعلاميين ووسائل الإعلام	● عمل مذكرات شراكة وتنفيذ برامج تتضمن فرق عمل تضم القياديين والمؤثرين.
● عدم وضوح الرؤية الإعلامية لدى الطرفين	● تفعيل الاستراتيجيات الإعلامية لتكون خارطة الطريق
● نقص المتخصصين	● تبني المواهب ودعم برامج ودبلومات متخصصة مع الجامعات
● التركيز على الجانب الدعائي للأشخاص وتجاهل أهداف المؤسسات	● معالجة تضخم الذات القيادية ببرامج اتصال مباشرة والتواصل اعمي مع الخبراء والبرامج
● تشطي الجماهير بين الوسائل	● الانخراط في عالم الإعلام الجديد واستقطاب المؤثرين
● تراجع دور النخبة في مقابل دور الجماهير	● تفعيل برامج الاتصال المباشر مع الجماهير
● الانغماس في الترفيه والتسطيح الإعلامي	● العمل على اتفاقيات ومواثيق شرف عربية تعطي التنمية نصيبها

المتطلبات العلمية والمهارية للإعلامي العامل في مجال التنمية

حتى يمكن تكوين الفرق الإعلامية المهتمة بموضوع التنمية وجعلها جزءا من عملية التنمية ينبغي العناية بعد وضع استراتيجيات باختيار الكفاءات. وفي هذا النوع من الإعلام فان العنصر البشري أهم ركن في العملية الإعلامية حيث ينظر له المجتمع كقائد تنموي ومرشد إصلاح لهماكل ومؤسسات

المجتمع. وحتى يمكن أن نحقق أهداف التنمية وتطلعات الجماهير ممن يقومون على بث روح الوثبة الحضارية نعرض لمجموعة متطلبات أساسية ومساندة ينبغي تحقيقها وتوفيرها حتى يمكن أن نكسب قادة رأي وإعلاميين ينهضون بمتطلبات التنمية. ومن هذه المتطلبات ما يأتي:

أولاً: المتطلبات (المعارف) العامة في مجال الإعلام

لا بد لنجاح الخطط الإعلامية المصاحبة للمشروعات التنموية بمختلف قضايا من أجهزة وخبرات إعلامية متميزة. ولهذا فإن استقطاب المؤهلين إعلامياً من الجامعات والأقسام المتميزة يعد أول خطوات النجاح في تهيئة البيئة للإعلام متخصصة في القضايا ذات العلاقة.

ويمكن أيضاً أن نؤسس لمفهوم تعزيز المهارات والمعارف الإعلامية من خلال تدريب الإعلاميين المتخصصين في فروع الإعلام وهم على راس العمل On Job Training. ويمكن لذلك تنظيم البرامج التالية:

• دبلوم الإعلام المتخصص

وفي برنامج الدبلوم هذا يمكن أن نبدأ في تأسيس المعارف الإعلامية وتحديث معلومات الإعلاميين المنخرطين من خلال مقررات أكاديمية وتطبيقية في المجالات التالية:

- مهارات وسائل الاتصال الحديثة
- مقدمة في علم الاجتماع التنموي وعلم الاجتماع الصناعي
- مقدمة في علم النفس التنموي وعلم النفس الاجتماعي
- مقدمة في اقتصاد التنمية والاقتصاد الزراعي.

- المفاهيم السياسية والنظم السياسية
- مبادئ التسويق والحملات الإعلامية
- مبادئ الإدارة العصرية
- المصطلحات التنموية باللغة الإنجليزية
- مهارات البحث الإعلامي في المصادر الإلكترونية
- مهارات الكتابة الإبداعية للإنترنت
- مهارات تحليل الخطاب الإعلامي
- إنتاج الطباعة والتصوير
- التصميم والانفوجرافيكس
- دراسات في سلوك الجماهير الحديثة
- أسس التخطيط الإعلامي
- أسس بناء الهوية المؤسسية
- التنظيمات الإعلامية وأخلاقيات الإعلام
- مهارات تشكيل الرأي العام وخصائص قاداته
- الإنترنت والشبكات الاجتماعية
- الصحافة الإلكترونية
- مهارات إعداد البرامج الإذاعية
- مهارات الإلقاء والتقديم الإذاعي

• الدبلوم المتخصص في الإعلام الإلكتروني

محتوى البرنامج التدريبي:

- 1- تصميم وإدارة وتسويق المواقع والحسابات الإلكترونية.
- 2- مهارات تشبيك المواقع مع شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وتويتر واليوتيوب).
- 3- مهارات التحرير الإلكتروني وإجراء الاستفتاءات عبر البيئة الإلكترونية.
- 4- تخطيط وإدارة الحملات الإعلامية الإلكترونية
- 5- مهارات إدارة المراكز الإعلامية وفرق العمل.
- 6- مشروعات تطبيقية.

• الدبلوم المتخصص في العلاقات العامة والحملات

محتوى البرنامج التدريبي:

- 1- دورة العلاقات العامة في العصر الرقمي
- 2- الاستراتيجيات الحديثة في تخطيط حملات العلاقات العامة
- 3- دورة بناء شبكات التواصل مع وسائل الإعلام والإعلاميين
- 4- العلاقات العامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي
- 5- فن إقامة وإدارة المعارض والندوات والملتقيات
- 6- الإدارة الإلكترونية للعلاقات العامة
- 7- مهارات العلاقات العامة في مواجهة وإدارة الأزمات
- 8- أصول المراسم والمراسلات عبر التواصل الإلكتروني

9- مهارات الاتصال الإقناعي والتأثيري في الرأي العام

10- مهارات العلاقات الإنسانية في بيئة العمل المعاصرة

ثانيا: المتطلبات الخاصة في مجال التنمية الاجتماعية

تعرف التنمية الاجتماعية بأنها درجة إشباع الحاجات الاجتماعية للإنسان. وتقاس بتحسين المؤشرات الصحية وأمل الحياة، والمؤشرات التعميمية ومؤشرات القدرة الشرائية وتحسين ظروف العيش، وتعزيز قدرات التمكين للأفراد والأسر والتجمعات السكانية.

وتتضمن عملية التنمية ركنين أساسيين هما: العنصر البشري والعنصر المادي. وعلى الرغم من التقدم التقني الهائل نعيشه اليوم إلا أن القناعات المستقرة في الوجدان الإداري تقول بأن العنصر البشري (أو عنصر العمل) يبقى العنصر الأهم في التنمية الحديثة لأن ما يعتبر مورداً اقتصادياً يتوقف إلى حد بعيد على المهارات والخبرات الفنية والإدارية، وهو المسؤول عن تحويل الموارد المختلفة من قوة إلى فعل ومن إمكانية إلى وجود¹⁷.

وحتى ننجح في التأهيل الإعلامي ربما ينبغي أن نعني بما يهم الفرد كونه الركن الأصيل في التنمية وبوصف عملية التنمية تستهدف المجتمع بكافة شرائحه لتحسين أوضاعه الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية وفق منهج تكاملي. وحتى يمكن أن نؤهل هذا الإعلامي المتخصص في قضايا التنمية الاجتماعية ينصح في المرحلة الأولى بعقد ورش عمل متخصصة في مجالات التنمية الاجتماعية المتعلقة بالإنسان في تعليمه ومستوى وعيه بشكل خاص.

ومن خلال هذه الورش يمكن استقطاب المميزين المهتمين والتركيز عليهم ليكونوا الرواد في مجال الإعلام التنموي وقضاياه.

ثالثاً: المتطلبات الخاصة في مجالات التنمية الاقتصادية

تعرف التنمية الاقتصادية في العموم بأنها مجموع السياسات والبرامج والخطط التي تنفذها الدولة لتحسين رفاهية المجتمع من خلال مؤشرات التطور التراكمية في المجالات الإنتاجية والتقنية والاجتماعية والثقافية والتعميمية والصحية والسكانية... التي تقاس بها سنويا درجة التقدم الاقتصادي ودرجة الرقي الاجتماعي.

وتعد وسائل الإعلام شريكا أساسيا في التنمية الاقتصادية حينما نعلم أنها هي نفسها مشاريع لمؤسسات اقتصادية. وفي منظور الإعلام المتخصص فقد أصبح الإعلام الاقتصادي من انشط مجالات الإعلام في عالم اليوم.

وعلى الرغم من هيمنة الإعلام الربحي على نشاط الإعلام الاقتصادي إلا أن هناك مؤسسات إعلامية تحاول أن توازن بين دورها كوسيلة للتوير في قضايا الاقتصاد وبين متطلباتها التشغيلية كمؤسسة ربحية.

ولذلك فإن على الإعلامي في هذا المجال أن يتم دورة تدريبية معرفية تساعد على أن يكون ملما بالقضايا والموضوعات التالية:

- مفهوم "التنمية الاقتصادية" والنظريات والمبادئ المفسرة لها.
- التحديات الاقتصادية وتحديات الموارد التي تواجه الدول النامية.

الاقتصاد الحر والموجه والمتداخل

- فرص الدول النامية في مواجهة التحديات الاقتصادية.

رابعاً: المتطلبات الخاصة بالإعلاميين في قضايا العمل

ظهر مفهوم جديد ضمن المفاهيم الإعلامية الجديدة وهو "الإعلام العمالي" ولكن هذا المفهوم لم يتوسع كثيراً لارتباطه بالطبقة الكادحة من العمال وعدم اهتمام المؤسسات الإعلامية الكبرى بهذا النشاط. وقد تأخر هذا المفهوم في عالمنا العربي لارتباطه بالحقوق المهدرة للعامل العربي في بلاده وخارجها. ويمكن تفسير ذلك نتيجة جهل العامل بحقوقه من جهة وصمته من جهة أخرى حتى لا تضيع منه الفرص المحدودة.

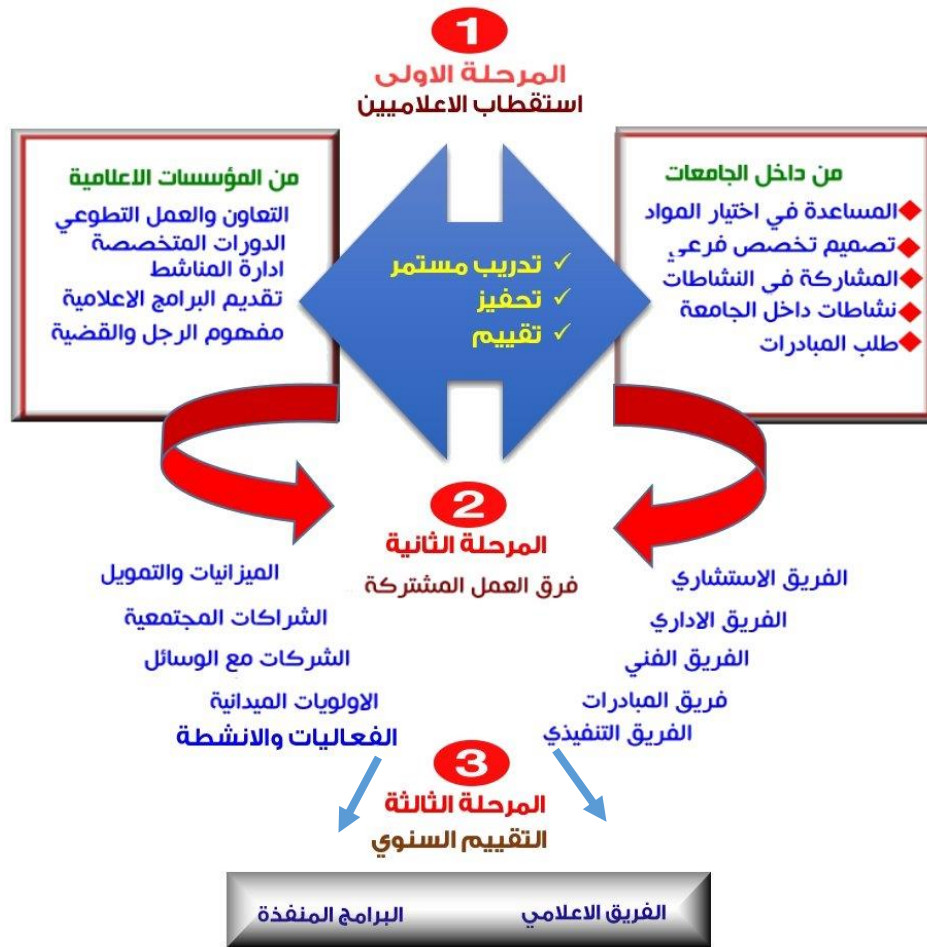
وعلى هذا فإن هذا النشاط الإعلامي سيعني بشكل كبير بحقوق العمال وضماناتهم مثل حق الإنساني العربي في الحصول على العمل والحق الأجر العادل والثقيف بحق الراحة وحق الضمان الاجتماعي والصحي وغير ذلك.

ويمكن أن تنظم دورات متخصصة في هذا المجال العمالي الحقوقي تشتمل على:

- مفهوم سوق العمل وآلياته
- تشريعات والسياسات المرتبطة بحقوق العمال
- تحديات سوق العمل العربي
- دور التقنية السليبي والإيجابي في سوق العمل

- قضايا هجرة العمال العرب الأسباب والإثار
- فرص وتحديات عمل المرأة وذوي القدرات الخاصة

مخطط استقطاب وإعداد الإعلاميين وتقييم الأنشطة



مراجع تم الاستفادة منها:

- 1 الدكتور جمال الجاسم المحمود (1971) دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية- المجلد ٢٠ -العدد الثاني-٢٠
- 2 انظر أميره عبد الله جاف (2012) مفهوم الإعلام التنموي ودوره في المجتمع ا
- 3 د. جليل وداي حمود (2014) معوقات الدور الإعلامي في تشكيل ثقافة التغيير في العراق جامعة ديالى / العراق مجلة الباحث الإعلامي كلية الإعلام - جامعة بغداد عدد 25 سنة 2014
- 4 انظر موسوعة الإعلام الجديد على: <http://newmediawiki.com/page/5>
- 5 مطبوعات جامعة الحسين بن طلال (2013) أهداف الإعلام التنموي: من اجل مواطنه فاعله مركز الدراسات وتنمية المجتمع
- 6 عبد الغفار شكر (2012) نشأة وتطور المجتمع المدني: مكوناته وإطاره التنظيمي مجلة الحوار المتمدن
- عبد الغفار شكر
- 7 د. أماني قنديل، المجتمع المدني في العالم العربي، منظمة التحالف العالمي لمشاركة المواطن، دار المستقبل العربي، القاهرة، 1994. ص 68، 69.
- 8 د. الحبيب الجنحاني: (المجتمع المدني بين النظرية والتطبيق)، عالم الفكر، الكويت، العدد 3 مارس 1999م، ص: 31
- 9 برنامج الأمم المتحدة للمستوطنات البشرية (2004) إشراك المجتمع المدني في تحسين أسلوب الإدارة المحلية وثيقة صادرة في 21 ديسمبر 2004م.
- 10 للاستزادة حول المعوقات انظر جوهره اليامي (2014) محاضرات في التنمية - جامعة الملك سعود <http://faculty.ksu.edu.sa/ALyamie>
- 11 عبد الله بن مسعود الطويرقي (1997) صحافة المجتمع الجماهيري: سيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، الرياض، مكتبة العبيكان، ص 272 — 273
- 12 انظر د. سمير محمد حسين الإعلام والتنمية الوطنية في المملكة العربية السعودية. الناشر: مؤسسة الملك خالد / نادي جدة الأدبي. سنة النشر: 1397هـ/1977م
- 13 ندوة الإعلام والتنمية نظمته المفتوحة للنقاش الكترونيا باشراف "اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا (الاسكوا) خلال الفترة من 1 أغسطس ولغاية 30 سبتمبر 2010،
- 14 انظر - غريب عبد الكريم (2001): "الكفايات واستراتيجيات اكتسابها"، منشورات عالم التربية، النجاح الجديدة، الدار البيضاء.
- 15 محمد الساسي / منصور بن زاهي (2013) قراءة في مفهوم الكفايات التدريسية، ورقة علمية في ملتقى التكوين بالكفايات في التربية جامعة قاصدي مرباح. ورقلة (الجزائر)
- 16 د. المصطفى قسباوي (2015) قضايا التنمية البشرية في العالم العربي موقع الشامل: <http://www.achamel.info/Lyceens/cours.php?id=564>
- 17 أحمد علي الحاج: التخطيط التربوي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1992.