



قطاع الإعلام والاتصال
إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

التقرير العلمي لورشة العمل المتخصصة
بشأن:
دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة

الأمانة العامة - القاهرة
2019/4/30م

الإشراف العام:

السفير / د. بدر الدين علالي / الأمين العام المساعد- رئيس قطاع الإعلام والاتصال.

الإعداد والتحرير:

أ.د. علاء التميمي / وزير مفوض- مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية.
السيدة / نجاه امرابي / سكرتير أول- إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية.

التصميم:

المهندسة / اسلام طاحون -إدارة تكنولوجيا المعلومات.

الطباعة:

مطبعة جامعة الدول العربية- 33 ش14 المعادي- القاهرة.

الآراء الواردة في التقرير العلمي لورشة العمل المتخصصة لا تعبر بالضرورة عن رأي
الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، أو الجهة التي يعمل بها مقدم الورقة

الفهرس

الصفحة 12 - 1	الجلسة الافتتاحية	
الصفحة 76 - 13	جلسة العمل الأولى	
الصفحة 119 - 77	جلسة العمل الثانية	
الصفحة 123 - 120	الجلسة الختامية	
الصفحة 133 - 124	قائمة المشاركين	



الجلسة الافتتاحية

افتتح ورشة العمل السفير/ د. بدر الدين علالي - الأمين العام المساعد رئيس قطاع الإعلام والاتصال بجامعة الدول العربية بكلمة استهل فيها بالتعبير عن سعادته للمشاركة في أعمال هذه الجلسة الافتتاحية، والترحيب بالضيوف الكرام من ممثلي المندوبيات الدائمة لدى جامعة الدول العربية والأكاديميين والخبراء في مجال الإعلام التنموي على المستوى العربي والدولي، كما نقل تحيات معالي الأمين العام لجامعة الدول العربية السيد/ أحمد أبو الغيط وتمنياته بأن تنبثق عن أعمال هذه الورشة توصيات تسهم في تعزيز العمل الإعلامي العربي المشترك. وفيما يلي كلمة سيادته:





نلتقي اليوم في إطار هذه الورشة المتخصصة لمناقشة دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في ضوء النظريات العلمية للباحثين في هذا المجال والتجارب العملية لمؤسسات الاعلام العربي وإبراز الممارسات الفضلى في هذا الشأن على مستوى الدول العربية وغيرها وسبل الاستفادة منها.

كما هو معلوم لقد شكل موضوع التنمية أحد أهم الأولويات لكل دول العالم منذ النصف الثاني من القرن العشرين، وقد حقق الاقتصاد الدولي خلال هذه الفترة نمواً ملحوظاً شمل جل دول العالم. لكن هذا النمو للناتج القومي لم يرقى إلى مستوى التنمية في كل الدول النامية حيث يتطلب ذلك تغييرات اقتصادية واجتماعية وثقافية تجعل من الإنسان الهدف والوسيلة وترقى به وبالمجتمع إلى مستوى عال من الوعي والمسئولية، وتوفر ظروف العيش الكريم لكل إنسان.

ابتداءً من سنة 2000 أطلقت الأمم المتحدة مبادرات تنموية بهدف تركيز جهود الدول الأعضاء على تحقيق بعض الأهداف خاصة الاجتماعية في إطار الخطة الإنمائية للألفية قبل أن تعتمد سنة 2015 خطة التنمية المستدامة للفترة 2015-2030 والتي تشمل، زيادة على الأهداف الاجتماعية، أهدافاً اقتصادية وبيئية، وتشمل أيضاً التزامات مشتركة للدول ووسائل التنفيذ والشراكة. ولا تكتفي هذه الخطة طابعاً إلزامياً للدول من الناحية القانونية بل هي تعهد دولي للعمل التنموي، ويتم متابعة الخطة بصفة دورية كل عام من خلال المنتدى السياسي رفيع المستوى المعني بالتنمية المستدامة "HLPF" الذي يُعقد عادة في شهر يوليو بنيويورك.

وقد اعتمدت كل الدول العربية أهداف التنمية المستدامة في سبتمبر 2015 حيث ساهمت في إطار الجامعة العربية والأمم المتحدة في كل الاجتماعات والمناقشات التي أدت إلى تحديد الأهداف المذكورة مع التأكد من مراعاتها للأولويات والخصائص العربية.

وإذا كان تحقيق أهداف التنمية المستدامة يركز أساساً على جهود الجهات الحكومية فإن جهات غير حكومية داخلية وجهات خارجية يمكن وينتظر أن تقدم مساهمة هامة في هذا المجال.

وهكذا وانطلاقاً من الهدف السابع عشر لأهداف التنمية المستدامة 2030 والمتعلق بـ "الشراكة" يعتبر الإعلام شريك في مشروع تحقيق التنمية المستدامة،



فهو يلعب دوراً رئيسياً في تكوين الرأي العام حول السياسة التنموية وكيفية تحقيقها، وهو الوسيلة الأكثر فعالية للوصول إلى الجماهير، وحلقة وصل بينهم وبين صناع السياسات لدعم مسارات التنمية المستدامة. ويهدف الإعلام التنموي إلى ضمان مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية وجعله مسانداً للعملية التنموية. وفي الفترة الأخيرة ظهر تحدي جديد يتمثل في وسائل الإعلام البديل أو شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تحقق انتشاراً كبيراً، حيث تزايد دورها على نحو غير مسبوق وتوفقت في بعض الحالات في التأثير على بعض الجهات المجتمعية. وهذا يشكل تحدياً أمام الإعلام التنموي التقليدي ودوره في مساندة العملية التنموية، مما يحتم إيجاد حلول مباشرة وعملية ونهج سياسات ملائمة لمواجهة وسائل الإعلام الخارجية عن السيطرة والتي أصبحت سلاحاً في يد جهات تهدد أمن واستقرار المجتمعات وتستهدفها بكم هائل من الشائعات والمعلومات المضللة، وتسعى إلى تعطيل أي إجراءات أو سياسات توضع لتحقيق مسار التنمية المستدامة.

واعترافاً بأهمية الإعلام التنموي حددت الجمعية العامة للأمم المتحدة تاريخ 24 أكتوبر من كل عام يوماً عالمياً للإعلام التنموي. وذلك للفت انتباه الرأي العام لمشاكل التنمية والحاجة إلى تعزيز التعاون الدولي من أجل حلها. كما حدد مجلس وزراء الإعلام العرب يوم 21 أبريل من كل عام يوماً للإعلام العربي.

هذا وقد أقر مجلس وزراء الإعلام العرب عام 2017 الاستراتيجية الإعلامية العربية، والتي أكدت على أهمية التنمية المستدامة واعتبارها من الأولويات التي يجب مواكبتها ودعمها إعلامياً.

وهكذا كلف مجلس وزراء الإعلام العرب الأمانة العامة لوضع خارطة طريق إعلامية عربية لتنفيذ أجندة التنمية المستدامة 2030 تنطلق من أهدافها السبعة عشر، وتهدف إلى تعزيز اهتمام الإعلام العربي بقضايا التنمية المستدامة. وقد وافق مجلس وزراء الإعلام العرب على الخريطة الإعلامية العربية المقترحة لتنفيذ أجندة التنمية المستدامة 2030، ثم اعتمد مجلس الجامعة على مستوى القمة هذه الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.

مما تقدم يظهر جلياً أن المبادرات المتخذة في إطار جامعة الدول العربية مكنت من قطع مراحل أساسية في هذا المجال ويتعين الآن تكثيف الجهود لكي يلعب



الإعلام التنموي العربي دوره كاملاً في المساهمة في تحقيق الأهداف التنموية. ولهذا الغرض نرى، من بين أشياء أخرى، أهمية :

- قيام الإعلام التنموي بحملات ترويجية وتوعوية للرأي العام المحلي.
- التعرف على أفضل الممارسات في مجال الإعلام التنموي.
- التصدي للإعلام الذي يهدف إلى نشر الإشاعات والأخبار المضللة قصد الإساءة إلى السياسات التنموية.
- لجوء الإعلام التنموي إلى أحدث وسائل التواصل الاجتماعي.
- العمل على دعم قدرات الإعلاميين التنمويين خاصة في مجالي تكنولوجيا المعلومات والسياسات الاقتصادية والاجتماعية.

هذا ونتطلع من خلال مساهمات المتحدثين ومناقشات هذه الورشة أن يتم التوصل إلى مقترحات وتوصيات تنير الطريق بالنسبة للخطوات القادمة لتعزيز العمل الإعلامي العربي قصد تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المنطقة العربية. في الختام، أود أن أعرب بهذه المناسبة عن تقدير جامعة الدول العربية لجميع الحضور والمشاركين على مساهمتهم القيمة في هذه الورشة التي تعقدها إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية في إطار خطتها السنوية لعام 2019، والتي تتضمن العديد من الأنشطة والفعاليات العلمية والبحثية لمناقشة الجوانب الإعلامية لشتى المواضيع الراهنة في المنطقة العربية.

أتمنى لأعمالنا التوفيق والنجاح
والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته،



التعريف بورشة العمل المتخصصة وأهدافها

اسمحوا لي أن أرحب بكم في بيت العرب جامعة الدول العربية، ضمن فعاليات وأنشطة إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية لعام 2019. في ورشة العمل المتخصصة بشأن: دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. تؤمن جامعة الدول العربية إيماناً راسخاً بدور الإعلام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وذلك باعتباره وسيلة تكوين الرأي العام العربي، وأحد أهم أدوات صنع السياسات لمعالجة القضايا العربية، ولذا أصدرت الجامعة ميثاق الشرف الإعلامي، والاستراتيجية الإعلامية العربية، والخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030 والتي أطرت دور الإعلام في المحيط العربي. ولا يخفى على أحد، أن الجهود التي بذلتها جامعة الدول العربية في هذا الشأن نجحت إلى حد كبير في وضع الإطار المنظم للممارسة الإعلامية بشكل يحقق التوازن بين المصالح العليا للدول العربية وبين حقوق الإعلاميين وحق كل عربي في التعبير عن رأيه بشأن مسارات التنمية المستدامة عبر وسائل الإعلام، ودعوني أقتبس من ميثاق الشرف الإعلامي ” ضرورة الحرص على التضامن العربي في كل ما يقدمه الإعلام العربي للرأي العام“.

الإطار العام:

في إطار الخطة العلمية السنوية لإدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية يتم تنظيم ورشة عمل متخصصة بشأن: ” دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة “، وذلك في إطار خطة عمل الإدارة السنوية لعام 2019. وتأتي فكرة عقد هذه الورشة انطلاقاً من:

الهدف السابع عشر من الأهداف التنموية ”الشراكة“ حيث يعتبر الإعلام شريك في مشروع تحقيق التنمية المستدامة، فهو يلعب دوراً رئيسياً في تكوين الرأي العام العربي حول تلك المفاهيم وكيفية تحقيقها للإسراع باتخاذ الإجراءات المناسبة، ويعد الوسيلة الأكثر فعالية للوصول إلى الجماهير العربية وصناع السياسات ودعم مسارات التنمية المستدامة.



القرارات الصادرة عن مجلس جامعة الدول العربية على مختلف مستوياته، وما تؤكدته تلك القرارات من حرص على التضامن العربي ودعم العمل العربي المشترك خدمة للمصالح العليا للدول الأعضاء بجامعة الدول العربية، وعلى وجه الخصوص قرار مجلس الجامعة على مستوى القمة رقم ق.ق 741 د.ع (29)، ج3، بتاريخ 2018/4/15، المتضمن اعتماد الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.

قرارات الصادرة عن مجلس وزراء الإعلام العرب، وما تبلوره من رؤية عربية مشتركة لمبادئ العمل الإعلامي العربي ومراكز الخطاب الإعلامي العربي ورسالته في الداخل والخارج، وعلى وجه الخصوص القرار رقم ق/434- د.ع (47) بتاريخ 2017/7/12 المتضمن اعتماد الاستراتيجية الإعلامية العربية، والتي أكدت أن العمليات الاتصالية- ووسائل التواصل الاجتماعي الحديثة في القلب منها- تعد السبيل الأمثل لتوضيح الخطط التنموية للدول الاعضاء بالجامعة العربية والكفيلة لحث الأفراد نحو الانخراط في العملية التنموية.

خلفية الموضوع:

لا يخفى أن للإعلام العربي دور كبير في تنفيذ أجندة التنمية المستدامة وحسب أولويات العالم العربي، لزيادة الوعي بين الجمهور العربي بمختلف قطاعاته ودعم الثقافات، إضافة إلى كونه القطاع الأساسي الذي يربط بين صناع السياسات والقاعدة العريضة من المواطنين في المنطقة العربية.

لقد أهتم علماء الاقتصاد والاجتماع ورجال السياسة بمفهوم التنمية المستدامة، وبات اتجاهًا كاملاً في السياسة الداخلية لدى العديد من الدول المتطورة والنامية خلال القرن الماضي. وقبل 15 عامًا، أصدرت الأمم المتحدة الأهداف الإنمائية للألفية (MDGs) كأحدث مبادرة من جانبها لتسهيل التنمية الدولية في البلدان النامية. لكن الواقع الفعلي لم يتحقق الأهداف الإنمائية للألفية بشكل كامل.

وكاستجابة للتحديات العالمية المتزايدة، أطلقت الأمم المتحدة أحد أكبر برامج التشاور في تاريخها لإيجاد حل جديد، نتج عنه جدول أعمال يتضمن 17 هدفًا من



أهداف التنمية المستدامة (SDGs) والتي تهدف إلى التركيز على التنمية الدولية في أبعاد ثلاث- وهي الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. وقد اعتمدت خلال قمة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة في أيلول/سبتمبر 2015، ودخلت حيز النفاذ في يناير/كانون الثاني 2016 ويعمل بها لغاية عام 2030، وقد حلت محل الأهداف الإنمائية للألفية (MDGs) التي انتهى العمل بها عام 2015.

إن أهداف التنمية المستدامة تتكون من 17 هدفًا و 169 غاية/مقصد و (231) مؤشراً تشكل نموذجاً جديداً يمكن من خلاله للدول الأعضاء في الأمم المتحدة السعي لتحقيق التنمية المستدامة. كما تمثل إطاراً للدول الأعضاء لوضع السياسات التي تكفل تحسين أحوال العالم وسكانه في غضون السنوات الخمس عشر المقبلة. وتقوم الأمانة العامة لجامعة الدول العربية بدور فاعل ومؤثر في وضع الخطوط العامة الإقليمية لتنفيذ أجندة التنمية المستدامة 2030 للتغلب على التحديات والمعوقات التي تعيق التنمية في الدول العربية، حيث قامت من خلال مجلس الجامعة على مختلف مستوياته، والمجالس الوزارية العربية المتخصصة بإطلاق العديد من المبادرات، وإعداد الاستراتيجيات، وإصدار العديد من القرارات والبيانات لدعم العمل العربي المشترك في مجال التنمية المستدامة خدمة للمصالح العليا للدول العربية الاعضاء بالجامعة العربية من خلال تنفيذ أجندة التنمية المستدامة 2030.

الأهداف المرجوة من ورشة العمل:

تهدف هذه الورشة إلى طرح رؤى مستقبلية تسهم في تفعيل دور الإعلام في مجال تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال تحديد الأدوار المنوطة به في إطار الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030. كذلك تهدف إلى:

- بيان النظريات المفسرة لدور الإعلام في مجال التنمية المستدامة؟ وماهية

العلاقة بين الإعلام والتنمية.

- بيان دور وسائل الإعلام العربي في مجال الوعي وتعزيز ودعم قضايا التنمية

المستدامة؟.



- بيان دور التخطيط الإعلامي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة؟ ومسؤولية وسائل الإعلام العربي تجاه عملية التنمية المستدامة.
- بيان متطلبات تحقيق الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.

محاور ورشة العمل:

المحور الأول: مفاهيم ومصطلحات عامة حول:

- الإعلام التنموي- التنمية المستدامة .
- العلاقة بين الإعلام والتنمية المستدامة.
- مسؤولية وسائل الإعلام التنموي تجاه عملية التنمية المستدامة.
- النظرية المفسرة لدور الإعلام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

المحور الثاني: دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة

- دور الإعلام في الوعي بقضايا التنمية المستدامة.
- دور الإعلام في تعزيز ودعم قضايا التنمية المستدامة.
- دور التخطيط الإعلامي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

المحور الثالث: عرض التجارب الناجعة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة

- عرض تجارب الدول العربية في مجال الإعلام التنموي.
- عرض تجربة الأمانة العامة بإنشاء المرصد الإعلامي للتنمية المستدامة.

المحور الرابع: مناقشات مفتوحة (عصف فكري) حول: متطلبات تحقيق

الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



الجهات المعنية بورشة العمل :

- المندوبيات الدائمة للدول الأعضاء لدى جامعة الدول العربية.
- الجهات المعنية بالبحوث والدراسات الإعلامية في وزارات الإعلام بالدول العربية.
- العاملون في الأمانة العامة، وعلى وجه الخصوص:
- قطاع الإعلام والاتصال.
- قطاع الشؤون الاقتصادية.
- قطاع الشؤون الاجتماعية.
- إدارة التنمية المستدامة والتعاون الدولي.
- الباحثون المتخصصون بالإعلام والتنمية المستدامة في الدول العربية.
- مراكز البحوث والدراسات الاستراتيجية في الدول العربية.
- المنظمات والاتحادات الممارسة لمهام إعلامية.
- الإعلاميون العرب المشاركون في ورشة العمل.



جلسة العمل الأولى

المحور الأول: مفاهيم ومصطلحات عامة

المحور الثاني: دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة

وتضمنت الجلسة الأولى ستة أوراق علمية، وعلى النحو الآتي:

1. ورقة علمية بعنوان: رسالة الإعلام والتنمية المستدامة. قدمتها الأستاذة الدكتورة/ حنان يوسف- أستاذة الإعلام وعميدة كلية اللغة والإعلام بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ورئيس المنظمة العربية للحوار .
2. ورقة علمية بعنوان: دور الإعلام في تشكيل الوعي تجاه أهداف التنمية المستدامة. قدمتها الدكتورة/ انجي أبو العز- رئيس شعبة اللغة الإنكليزية بكلية الإعلام جامعة بني سويف.
3. ورقة علمية بعنوان: الإعلام التنموي بين التخطيط والتنفيذ. قدمها الإعلامي/ أحمد ناقد- مدير مركز النيل للإعلام بالقاهرة- الهيئة العامة للاستعلامات.
4. ورقة علمية بعنوان: الإعلام والتنمية المستدامة. قدمها الأستاذ الدكتور/ حسن عماد مكاوي- عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة الأسبق.
5. ورقة علمية بعنوان: الإدارة الاستراتيجية للإعلام التنموي: رؤية واقعية لمواجهة تحديات التنمية المستدامة. قدمها الكاتب الصحفي/ عبد المنعم حلاوة- هيئة الإذاعة البريطانية.
6. ورقة علمية بعنوان: مسؤولية الإعلام في إفساح المجال للعلماء والمثقفين ليشغلوا مساحة في المشهد الإعلامي. يقدمها الكاتب الصحفي/ السيد هاني- نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية المصرية.



الجلسة الثانية:

المحور الثالث: عرض التجارب الناجعة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة -قدم وزير مفوض/ د. علاء التميمي رئيس الجلسة محوري الجلسة، وكذا عرضا موجزا عن تجربة الأمانة العامة بإنشاء المرصد الإعلامي للتنمية المستدامة على موقع الأمانة العامة لجامعة الدول العربية.

المحور الرابع: مناقشات مفتوحة (عصف فكري) حول: متطلبات تحقيق الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.

وقد تم طرح عدة تساؤلات للإجابة عليها في ورشة العمل (طاولة مستديرة)

التساؤل الأول:

ما المقصود بالمفاهيم التالية: «الإعلام التنموي- التنمية المستدامة»؟

التساؤل الثاني:

ما هي النظريات المفسرة لدور الإعلام في مجال التنمية المستدامة؟ وماهية العلاقة بين الإعلام والتنمية؟

التساؤل الثالث:

ما هو دور وسائل الإعلام العربي في مجال الوعي وتعزيز ودعم قضايا التنمية المستدامة؟ وكيف يمكن للتخطيط الإعلامي أن يساعد في ذلك؟

التساؤل الرابع:

هل قدم الإعلام العربي برامج هادفة أسهمت في حل مشاكل التنمية المستدامة؟

التساؤل الخامس:

ما مدى مسؤولية وسائل الإعلام العربي تجاه عملية التنمية المستدامة؟



التساؤل السادس:

ما مدى قدرة الإعلام العربي في تناسق جهود القطاعين العام والخاص لتحقيق أهداف التنمية المستدامة؟

ولما تقدم، تحرص إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية على أن تقدم للقارئ العربي أوراق ووثائق هذه الورشة التي نقلت منهج البحث حول موضوع دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من مدار البحث والدراسة التحليلية الى الغوص في التدابير اللازمة والإجراءات الواجب اتخاذها للتصدي لتفعيل دور الإعلام في متابعة قضايا التنمية المستدامة، وهو ما يجعل من نشرها مساهمة متواضعة في تبادل الأفكار حول هذه التطورات، فضلا عن أن في النشر ما يدعو الى مزيد من فتح الحوار والنقاش مما يحقق عائدا أكبر لورش العمل القادمة.

وزير مفوض / أ.د. علاء التميمي

مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

جلسة العمل الأولى:

المحور الأول: مفاهيم ومصطلحات عامة:

المحور الثاني: دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة.

قدم وزير مفوض / د. علاء التميمي- مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية رئيس الجلسة محوري الجلسة، وكذا عرضا موجزا عما يلي:

1. الدراسات والمقالات السابقة التي تناولت موضوع ورشة العمل.

2. نبذة عن الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.

كما قدمت وزير مفوض/ ندى العجيزي مديرة إدارة التنمية والمستدامة والتعاون الدولي نبذة موجزة عن مهام عمل الإدارة والتعريف بأهداف التنمية المستدامة السبعة عشر وعمل اللجنة الحكومية المشكلة من الدول العربية. وتضمنت الجلسة الأولى ستة أوراق علمية، وعلى النحو الآتي:

3. ورقة علمية بعنوان: رسالة الإعلام والتنمية المستدامة. قدمتها الأستاذة الدكتورة/ حنان يوسف- أستاذة الإعلام وعميدة كلية اللغة والإعلام بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ورئيس المنظمة العربية للحوار .

4. ورقة علمية بعنوان: دور الإعلام في تشكيل الوعي تجاه أهداف التنمية المستدامة. قدمتها الدكتورة/ انجي أبو العز- رئيس شعبة اللغة الإنكليزية بكلية الإعلام جامعة بني سويف.

5. ورقة علمية بعنوان: مسؤولية الإعلام في إفساح المجال للعلماء والمثقفين ليشغلوا مساحة في المشهد الإعلامي. يقدمها الكاتب الصحفي/ السيد هاني- نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية المصرية.

6. ورقة علمية بعنوان: الإدارة الاستراتيجية للإعلام التنموي: رؤية واقعية لمواجهة تحديات التنمية المستدامة. قدمها الكاتب الصحفي/ عبد المنعم حلاوة- هيئة الإذاعة البريطانية.





قدم ورشة العمل وأدار النقاش وزير مفوض / أ.د. علاء التميمي- مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية، مُرحباً بالسادة المشاركين، وقد دارت مناقشات جادة وعميقة ومستفيضة تم من خلالها تبادل الأفكار والرؤى والخبرات العملية من جانب المشاركين كافة، وقد تم التوصل إلى عدد من التوصيات لتفعيل دور مؤسسات الإعلام العربي للتصدي لهذه الظاهرة.

وقدم رئيس الجلسة محوري الجلسة، وكذا عرضاً موجزاً عما يلي:

1- الدراسات والمقالات السابقة التي تناولت موضوع ورشة العمل.

2- نبذة عن الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.

كما قدمت وزير مفوض / ندى العجيزي مديرة إدارة التنمية والمستدامة والتعاون الدولي نبذة موجزة عن مهام عمل الإدارة والتعريف بأهداف التنمية المستدامة السبعة عشر وعمل اللجنة الحكومية المشكلة من الدول العربية. حيث شهدت أعمال الجلسة الأولى تقديم أربعة أوراق علمية من قبل المشاركين، وعلى النحو الآتي:



الإطار العام للمشهد الإعلامي لأهداف التنمية المستدامة 2030⁽¹⁾

الخلفية:

بتاريخ 25 أيلول/ سبتمبر 2015، اعتمدت خطة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة والمعنونة : «تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030»، والتي وافقت عليها الدول الأعضاء في الأمم المتحدة والبالغ عددها 193 دولة، تتألف الخطة من عدة أقسام متكاملة غير قابلة للتجزئة، وتشتمل الخطة على: المقدمة، والرؤية، والمبادئ والالتزامات المشتركة، وأهداف التنمية المستدامة وغاياتها، ووسائل التنفيذ والشراكة العالمية، والمتابعة والاستعراض. وتحتوي الخطة على: إعلان واحد و17 هدفاً من أهداف التنمية المستدامة، و 169 غاية/مقصد، و 231 مؤشر. وبناءً على الأهداف الإنمائية للألفية، توضح خطة التنمية المستدامة نطاقاً وطموحاً لم يسبق لهما مثيل، إذ لا تزال أولوياتها تتمثل في القضاء على الفقر والصحة والتعليم والأمن الغذائي والتغذية، إلا أن أهداف التنمية المستدامة البالغ عددها 17 هدفاً تضم أيضاً طائفة واسعة من الأغراض الاقتصادية والاجتماعية والبيئية⁽²⁾.

ودخلت خطة التنمية المستدامة حيز النفاذ في يناير 2016 لتعمل البلدان على تنفيذ أهدافها حتى عام 2030 ، وهذه الخطة غير ملزمة لدول العالم من الناحية القانونية، بل هي تعهد طوعي للعمل التنموي، ويتم متابعة تنفيذ الخطة بصفة دورية كل عام من خلال المنتدى السياسي رفيع المستوى المعني بالتنمية المستدامة (HLPF). وتجري التنمية المستدامة في ثلاثة مجالات رئيسية هي: النمو الاقتصادي، وحفظ الموارد الطبيعية والبيئة، والتنمية الاجتماعية.

البنية الثلاثية لأهداف خطة التنمية المستدامة 2030:

1. الهدف: هو الأساس، ويمثل النتيجة النهائية المراد الوصول إليها، ويتم قياس التقدم والنجاح نسبة إليه.

(1) إعداد وزير مفوض / أ.د. علاء التميمي- مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية.

(2) راجع: الديباجة الخاصة بقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (1/A/RES/70) الدورة السبعون بتاريخ 25

سبتمبر/أيلول 2015، ص1.



2. الغاية: هو الهدف الوسيط الذي يفترض أن يتم العمل على إنجازه للوصول إلى تحقيق الهدف الأساسي بالتضافر مع الغايات الأخرى.
3. المؤشر: هو أداة لقياس التقدم بالنسبة إلى الغاية المحددة بشكل مباشر، و لقياس التقدم في تحقيق الهدف بشكل غير مباشر.

مكونات خطة التنمية المستدامة 2030⁽¹⁾:

أن أهداف خطة التنمية المستدامة وغاياتها ستعزز العمل على مدى السنوات الـ 15 المقبلة في خمسة مجالات ذات أهمية جوهرية للبشرية ولكوكب الأرض تتجسد في: المكون الأول: «الناس»: يتمثل في عدم ترك أحد خلف ركب التنمية، وهو يشمل جميع الناس، والعمل على إنهاء الفقر والجوع بجميع صورهما وأبعادهما، وكفالة أن يمكن لجميع البشر تفعيل طاقاتهم الكامنة في إطار من الكرامة والمساواة وفي ظل مناخ صحي.

المكون الثاني: «كوكب الأرض»: حماية كوكب الأرض من التدهور، بطرق منها توخي الاستدامة في الاستهلاك والإنتاج، وإدارة موارد الكوكب الطبيعية بصورة مستدامة، واتخاذ إجراءات عاجلة بشأن تغير المناخ، حتى يمكن له دعم احتياجات الأجيال الحالية والمقبلة.

المكون الثالث: «الازدهار»: كفالة أن يتمتع جميع الناس بحياة يظلمها الرخاء تلبي طموحاتهم، وأن يتحقق التقدم الاقتصادي والاجتماعي والتكنولوجي في انسجام مع الطبيعة.

المكون الرابع: «السلام»: يتمثل من خلال تشجيع قيام مجتمعات يسودها السلام والعدل ويوجد فيها الجميع متساعاً لهم، مجتمعات تخلو من الخوف ومن العنف. فلا سبيل إلى تحقيق التنمية المستدامة من دون سلام ولا إلى ارساء السلام من دون تنمية مستدامة.

(1) راجع: الديباجة الخاصة بقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (1/A/RES/70) الدورة السبعون بتاريخ 25

سبتمبر/أيلول 2015، ص2.



المكون الخامس: «الشراكة»: يتمثل في حشد الوسائل اللازمة لتنفيذ خطة التنمية المستدامة من خلال تنشيط الشراكة العالمية من أجل التنمية المستدامة على أساس روح من التضامن العالمي، مع التركيز بخاصة على الفئات الأشد فقراً والأكثر ضعفاً، وبمشاركة من كل البلدان وجميع أصحاب المصلحة وجميع الشعوب. وانطلاقاً من الهدف السابع عشر لأهداف التنمية المستدامة 2030 «الشراكة»، يعتبر الإعلام شريك في مشروع تحقيق التنمية المستدامة. فهو يلعب دوراً رئيساً في تكوين الرأي الصحيح حول تلك المفاهيم وكيفية تحقيقها للإسراع باتخاذ الإجراءات المناسبة، وهو الوسيلة الأكثر فعالية للوصول إلى الجماهير وصناع السياسات لدعم مسارات التنمية المستدامة. ويهدف الإعلام التنموي الأساسي لتعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية وتحويله إلى مجتمع مساند للعملية التنموية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء التنمية والتغيير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة والوعي.

هذا ولقد حددت الجمعية العامة للأمم المتحدة يوم 24 أكتوبر من كل عام يوماً عالمياً للإعلام التنموي. وذلك للفت انتباه الرأي العام العالمي لمشاكل التنمية والحاجة إلى تعزيز التعاون الدولي من أجل حلها. كما حدد مجلس وزراء الاعلام العرب يوم 21 إبريل من كل عام يوماً للإعلام العربي⁽¹⁾.

ويمكن القول بأن هناك ثلاث وظائف للإعلام وللاتصال وخاصة في مجال التنمية الشاملة أولها: وظيفة المراقب لاستكشاف الأفق وإعداد التقارير عن الأخطار التي تواجه المجتمع، وثانيها: الوظيفة السياسية التنموية وتتم من خلال المعلومات التي تتيح اتخاذ القرارات المتعلقة بها وإصدار التشريعات، وثالثها: التنشئة من خلال تعزيز المهارات لأفراد المجتمع وتعريفهم بالمبادئ الاجتماعية الإيجابية.

هذا وقد أقر مجلس وزراء الاعلام العرب عام 2017 الاستراتيجية الاعلامية العربية، والتي أكدت على أهمية التنمية المستدامة والأخذ في الاعتبار الحاجات المتنوعة لمختلف الدول العربية، مع الالتزام بكافة المعاهدات والاتفاقيات والأنظمة الدولية التي وقعتها هذه الدول. كذلك كلف مجلس وزراء الإعلام العرب الأمانة

(1) راجع الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة.



العامة لوضع خارطة طريق إعلامية عربية لتنفيذ أجندة التنمية المستدامة 2030 تنطلق من أهدافها السبعة عشر وتهدف إلى تعزيز اهتمام الإعلام العربي بقضايا التنمية المستدامة⁽¹⁾. وقد وافق مجلس وزراء الإعلام العرب على الخريطة الإعلامية العربية لتنفيذ أجندة التنمية المستدامة 2030⁽²⁾. وقد اعتمد مجلس الجامعة على مستوى القمة الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030⁽³⁾. لذا فالعمليات الاتصالية تعد السبيل الأمثل لتوضيح الخطط التنموية للدولة والكفيل بحث الافراد نحو الانخراط في العملية التنموية وذلك من خلال المشاركة السياسية.

أهداف الإعلام التنموي⁽⁴⁾:

1. تحفيز المواطنين على المشاركة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية.
2. بث الشعور بالمسؤولية الوطنية والاجتماعية لدى القراء والمستمعين والمساهدين والمسؤولين.
3. تعريف الجمهور، وتحديد الشباب، بالفرص الجديدة في مجالات الاستثمار والعمل والإنتاج.
4. نشر الوعي والثقافة المسؤولة والصديقة للتنمية وللتغيير الإيجابي في المجتمع وتحديد وسط الشباب .
5. المساهمة في تغيير الاتجاهات بشكل ايجابي ومحاربه الاتجاهات السلبية في السلوك العام للأفراد.

(2) راجع: قرار مجلس وزراء الإعلام العرب رقم ق/420 د.ع (47) بتاريخ 2016/5/25.

(3) راجع: قرار مجلس وزراء الإعلام العرب رقم ق/436 د.ع (48) بتاريخ 2017/7/12-17.

(3) راجع: قرار مجلس الجامعة على مستوى القمة رقم ق.ق 741 د.ع (29)، ج3، بتاريخ 2018/4/15.

(4) راجع الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة.



الإعلام والتنمية المستدامة علاقة تكامل وتعاون⁽¹⁾:

يحكم مفهوم التنمية عدة مبادئ من بينها: العدالة، وحقوق الإنسان، والاستدامة، والإنتاجية. حيث يعد هذا الإطار مهماً لتحقيق الترابط بين أهداف التنمية المستدامة 2030 والتنمية الشاملة؛ إضافة إلى أنه يساهم في تشكيل إطار تحليلي يبرز تحديات العالم المعاصر بكل أبعاده، ويربطه بتحديات التنمية وصياغة عملية الربط والتكامل بين الأهداف والغايات المتعددة. ومن الضروري أيضاً توجيه اهتمام المجتمع الدولي إلى ركائز التنمية المستدامة الثلاث «الاقتصاد والاجتماع والبيئة»، حيث إن لم يكن اهتمام المجتمع الدولي بكافة قطاعاته والإعلام بشكل خاص بهذه الركائز متساوياً لن تتحقق التنمية المستدامة.

هذا وقد تم صياغة خطة التنمية المستدامة 2030، من منظور مختلف، بحيث تكون الخطة الجديدة أكثر اتساعاً وشمولية؛ ولتكون أيضاً إطاراً لأهداف تنموية ذات طابع كوني شامل، بحيث تصلح لكل الدول، حيث ستحفز الأهداف والغايات التنموية العمل خلال السنوات الخمس عشرة القادمة في المجالات البالغة الأهمية وهي: الناس، وكوكب الأرض، والازدهار، والسلام، والشراكة.

وتنص وثيقة «تحويل عالمنا» على ضرورة الالتزام بثلاثة مبادئ أساسية في مقاربة خطة التنمية المستدامة 2030، وهي: التكامل؛ الملكية والقيادة الوطنية؛ والشمولية والتضمين. ويقصد بالتكامل اعتماد المنظور التكاملي في قراءة وتنفيذ الخطة وأهدافها وغاياتها دون أي تجزئة، باعتبار أن جميع هذه المكونات حزمة مترابطة تشترك في الغاية النهائية الواحدة وهي تحقيق مستويات أفضل من التنمية للجميع، حيث تتضافر نتائجها وآثارها لتحقيق هذا التقدم.

ويقصد بالشمولية والتضمين الالتزام الفعلي بالشراكة، وضمان مشاركة حقيقية وفعالة لجميع الأطراف المعنية في التنمية على مختلف المستويات وفي مختلف المراحل. حيث يجد الإعلام مفهوم الشراكة باعتباره شريك أساسي في عملية التنفيذ والمتابعة لأجندة التنمية المستدامة 2030 بكافة أهدافها. وتواجه وثيقة «تحويل

(1) راجع الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة.



عالمنا» في خطة التنمية العالمية 2030 التحدي المثلث الأضلاع: السلم والأمن - الفقر والتفاوت والتغير المناخي.

وتقوم وسائل الإعلام الوطني بدور إيجابي في المساعدة على تحقيق الخطط والأهداف التنموية في دولها باعتبارها جزءاً مهماً من التطور القومي، وارتباطها بالنظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في المجتمع الذي تعمل في إطاره. ان نجاح خطط التنمية المستدامة مرهوناً بالمشاركة الإيجابية للقوى المنتجة من خلال الإعلام المخطط له، ودوره في التوعية والتربية والتثقيف مما يتطلب إعداد سياسات إعلامية وطنية تحدد الأولويات وترسم الوسائل لبلوغ الأهداف المرجوة، انطلاقاً من أن الإعلام لا ينتج التنمية بل يمهّد الطريق إليها، وأن الإعلام الرديء قد يعطل مسيرة التنمية في مراحلها كافة. هذا وينطلق التطور القائم بين الإعلام والتنمية من المنظور الذي يؤمن بأن المعرفة ليست عنصراً منفصلاً عن الواقع المادي الذي يفرزها من خلال التفاعل المستمر معها، وأن هذه العلاقة بين الفكر والعمل هي التي توضح وتحدد شكل الصلة بينهما.

أن مسؤولية الاعلام تجاه عملية التنمية المستدامة تتلخص بتزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبت من مصدرها، وبقدر ما في الاعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق أهداف التنمية. ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الاعلام في التنمية، ويطلقون على الدور الذي يضطلع به الاعلام في تطوير المجتمعات باسم «الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري»، خاصة وأن هذا الدور ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة الرخاء الانساني. وتتضح المعادلة التي دعت الى تسمية دور الاعلام «بالهندسة الاجتماعية» اذا عرفنا ان الهدف الجوهرى للتنمية الاجتماعية لا يمكن تحقيقه بدون رفع المستوى الاقتصادي باستخدام برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتوفير الخدمات واشاعة العدالة، تلك التي تشير في نفوس أفراد المجتمع مشاعر الولاء لمجتمعهم، والذي ترتبط به كل مصالحهم الحيوية ارتباطاً قوياً.



وما دامت تنمية أفراد المجتمع وبيئتهم المادية من الأهداف الأساسية للتخطيط، فمن الضروري أن يتم انجاز هذه المسؤوليات وفق خطة مدروسة قائمة على تخطيط شامل لكافة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والاعلامية والبيئية. والنقطة الرئيسية في كل من التخطيط الإعلامي والتخطيط للتنمية المستدامة هو أن هذين النوعين من التخطيط، يهدفان اساسا إلى تطوير الشخصية الانسانية من الجمود الي الحركة ومن التقليدية إلى التقدمية. فالمحور الرئيسي في التنمية هو الناس أنفسهم، والتخطيط للتنمية هو ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح، وإذا كان الإعلام هو محاولة لربط افكار أفراد المجتمع وتصوراتهم وقيمهم واعتقاداتهم بالتخطيط للتنمية وبأسلوب التنفيذ، ووضع المستويات الاقتصادية والاجتماعية في الاعتبار، فإن التخطيط الاعلامي هو أيضاً ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح.

أن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية المستدامة في المجتمعات هو أحداث تغيير في اتجاهات الناس وفي البنية الطبيعية وإنشاء علاقات جديدة بينهم وبين الموارد الاقتصادية وادخال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الانتاج و ما يتبع ذلك من تغيرات لأساليب الانتاج ولمفاهيم الثروة والدخل والاستهلاك وادخال مفاهيم علمية جديدة في السلوك والعادات والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسية والتعليم والادارة والصحة وغيرها .

ولأن التنمية، على هذا النحو، ضخمة ومتشعبة، فقد باتت الحاجة ماسة إلى وجود وسائل إعلام فاعلة ومؤثرة تمارس تأثيراً على أفكار وآراء ومعلومات وسلوكيات المجتمع، بما يتفق وخطط التنمية، حتى أن ذلك أدى - كما يقول أحد خبراء الإعلام - "إلى بروز الدور التنموي لوسائل الاتصال الجماهيري". ولما كانت التنمية تستهدف الإنسان في المقام الأول باعتباره المحرك لكل عناصر التنمية فإننا نستطيع أن نلمس دور وسائل الاتصال في إعادة صياغة وتشكيل كثير من الأنماط السلوكية لدى الافراد.



القضاء على
الفقر



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الاول: القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان⁽¹⁾

1. العمل على تبنى استراتيجية اعلامية للمساهمة في الحد من الفقر والجوع والدعوة للاستثمار في الزراعة وخلق فرص العمل وتوسيع شبكات الأمان الاجتماعي.
2. الدعوة لحماية البلدان المعرضة للمعاناة أثناء الأزمات والاحتلال، والعمل على ايصال المعلومات الموثوقة حول مشكلة الفقر والتي تمثل تعدد الآراء والحقائق والأفكار والمساهمة فيها.
3. القيام بالتغطية الإعلامية ذات الطابع النقدي التربوي بهدف نشر المعلومات الصحيحة عن الفقر والجوع، وتوعية الجمهور بالحقوق المجتمعية والمسؤوليات المترتبة على هذه الحقوق،
4. قيام وسائل الاعلام باشارك الجمهور في عملية تقييم الموضوعات التي تنشرها وتذيعها بحيث يسهم الجمهور المتلقي في تعديلها وتطويرها.
5. حث المؤسسات الإعلامية على رفع قدرات الصحفيين، والتركيز على التنمية الاقتصادية.
6. تخصيص نشرة خاصة بالاقتصاد في الصحف اليومية تعمل على ربط المواطن بصنّاع القرار الاقتصادي والاجتماعي، وجعل القضايا الاقتصادية والاجتماعية أولوية على الصحافة.
7. تصدي الإعلام لمشكلة الفقر بتواجدها كقضية رأي عام لكي يتمكن الإعلام الهادف المهتم بالتنمية من التركيز على قضايا المجتمع المختلفة، وعدم إغفال قضية محوريه كقضية الفقر.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



8. القيام بحملات إعلامية تستهدف تغيير الانماط الاستهلاكية والانتاجية والتقليدية.
9. العمل مع كافة المؤسسات الاعلامية العربية والدولية لمناصرة وحماية الصحفيين في مناطق الصراع والنزاع لأداء رسالتهم الاعلامية خاصة في المجالات التنموية.
10. معالجة الإعلام للفقير ومظاهره من منظور الحقوق الاقتصادية والاجتماعية مع التركيز على قضايا تحتضن موضوعات لها علاقة مثل تعديل الحد الأدنى للأجور وتقديم المنح للعامل وتحسين النظام التقاعدي.
11. مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز الحكم الجيد، بما تتيحه من إمكانية كشف الحقائق ورصد السلبيات بشكل مبكر وتقديم صورة أقرب ما تكون للواقع عن الاختلالات القائمة في المجالات الصناعية والتجارية والاقتصادية عموماً.
12. ابلاغ مجموعة واسعة من الجمهور حول قضايا الحد من الفقر، عن طريق توفير منتدى مفتوح لإبراز الآراء العامة المختلفة.
13. إشراك واستكشاف جهات نظر الاعلاميين في مناقشات حول كيفية تعزيز مستوى ونوعية التغطية للحد من الفقر.
14. جعل القضاء على الفقر واحدة من مهام الاعلام على المدى الطويل، إضافة الى لفت انتباه الجمهور باستمرار إلى مشكلة الفقر وخاصة فقر المرأة وضمان التغطية الإخبارية حول الفقر في الصحف والمجلات، والإذاعة والتلفزيون.
15. مساهمة وسائل الإعلام في تشجيع تشكيل إجماع سياسي على التحسينات الاجتماعية والإصلاحات الاقتصادية، بهدف المساعدة على خلق بيئة اجتماعية وسياسية أفضل للقضاء على الفقر.



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الثاني: القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة⁽¹⁾

1. إن الدور الذي يلعبه الإعلام في حياة كل إنسان هو أكثر من دور ترفيهي، بل هو دور تثقيفي أساسي يسهم في تحسين نمط الحياة.
2. تشكيل الوعي لدى الجمهور العام سواء في إطار تزويده بالمعلومات الصحيحة أو في تشكيل اتجاهاته ومواقفه تجاه قضايا وتحديات العصر.
3. تكثيف التغطية الاعلامية المتعلقة بالتعريف بـ«أهداف التنمية المستدامة لعام 2030»، خاصة تلك المتعلقة بالقضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان، والقضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة.
4. تنظيم حملة إعلامية حول موضوعات تتعلق بالمياه، وضمان توافر المياه النظيفة وخدمات الصرف الصحي للجميع وإدارتها إدارة مستدامة، وضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة.
5. رفع الوعي بشأن التغلب على التحديات المتصلة بالأمن الغذائي ومحاربة الجوع والفقر، وتسلط الضوء على هذه الجهود والقضايا الجديرة بالمتابعة والتي تصب في تحقيق الأهداف المرجوة مثل القضايا المتعلقة بالزراعة والتغذية ومصادر الأسماك والادارة المستدامة للموارد الطبيعية.
6. وضع قضية الامن الغذائي ومحاربة الجوع كأحد اولويات وسائل الاعلام بهدف اتخاذ تدابير على المستوى السياسي، كوضع استراتيجية وطنية واضحة وشاملة ومتعددة الأطراف للأمن الغذائي والتغذية باعتباره خطوة أولى على طريق مواجهة تفاقم مشكلة انعدام الأمن الغذائي.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



7. إشراك الصحفيين في الجهود الرامية إلى رفع الوعي بشأن التغلب على التحديات المتصلة بالأمن الغذائي ومحاربة الجوع والفقر عبر قصص صحفية وإخبارية قادرة على تناول قضايا المنطقة بشكل أكثر عمقاً وانسجاماً مع اهتمامات الجمهور.
8. تشجيع التواصل الإبداعي خلال «عقد الأمم المتحدة للعمل من أجل التغذية» الذي تبنته الجمعية العامة للأمم المتحدة مؤخراً، والذي يستمر من 2016 وحتى 2025، والذي اعتبرته «الفاو» خطوة كبرى نحو تعبئة الجهود لخفض مستوى الجوع وتحسين التغذية حول العالم.
9. تسليط الضوء إعلامياً على الجهود والقضايا الجديدة بالمتابعة والتي تصب في تحقيق الأهداف المرجوة مثل القضايا المتعلقة بالزراعة والتغذية ومصائد الأسماك والادارة المستدامة للموارد الطبيعية.



الصحة
الجيدة والرفاه



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الثالث: ضمان تمتّع الجميع بأنماط عيش صحية، بالرفاهية في جميع الأعمار⁽¹⁾

1. تأصيل مفهوم الاعلام الصحي ورفع الادراك بأهمية الثقافة الصحية وتعميمها في المجتمع، فالمجتمع بحاجة إلى وعي صحي تثقيفي لصنع أجندة لإعلام وطني في مجال التعامل مع القضايا الصحية،
2. رفع الوعي بأهمية الإعلام الصحي وتأصيل مفهومه لتجنب التضليل المتحقق في الرسالة الاعلامية وأثرها على الجمهور المتلقي.
3. استخدام وسائل الاعلام باعتبارها أهم الدعامات الاساسية لصناعة الوعي الصحي لإيصال الرسالة الصحية لجمهورها المستهدف، لأن التوعية الصحية تضم التوجيه والممارسة .
4. العمل على ايجاد قاعدة تشاركية بين القطاعين- الاعلام والصحة- لضمان أن تكون الرسائل الصحية واضحة غير ملتبسة وتصل إلى هدفها المنشود، عبر الانفتاح على مصادر الاعلام الصحي لتنويع المعرفة وتوسيع الادراك لدى المواطن.
5. وضع استراتيجية اعلامية صحية تضمن الشراكة مع وسائل الاعلام، وتعالج الاختلالات في التغطية الاعلامية في القضايا الصحية.
6. تعزيز دور وسائل الإعلام في خدمة القضايا الصحية، وإظهار أهمية وسائل الإعلام في تبني برامج المسؤولية الاجتماعية.
7. تعزيز الدور التعليمي لوسائل الإعلام في التثقيف الصحي، ولعب دورا مميزا في بناء سمعة إيجابية للمنجزات الصحية.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



8. تمكين العاملين في وسائل الإعلام بتغيير السلوكيات الصحية الخاطئة وتصميم حملات صحية توعوية وتحديد الطرق المثلى للوصول إلى الجمهور المستهدف ومستويات التوعية الصحية المطلوبة.
9. تكامل العمل بين وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية لإيصال المعلومة المطلوبة وإحداث التغيير في السلوك.
10. توظيف الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية.



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الرابع: ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع⁽¹⁾

1. تعليم النشء في المراحل الأولى من حياته التعليمية مهارات التدوين المكتوب والمسموع والمرئي، وكذلك فن عمل الصورة والصوت ومونتاج الفيديو خلال الاستخدام لأدوات الإعلام الجديد.
2. التواصل مع المجتمع من خلال نشر الأخبار وتزويد الرأي العام بالمعلومات الصحيحة عن البرامج والمشروعات التعليمية والتربوية التي تحقق المسؤولية الجماعية للعمل التربوي.
3. تشجيع التجارب التربوية الرائدة من خلال نشر إبداعات المعلمين والمعلمات والطلاب والطالبات، وكافة أفراد الأسرة التعليمية عن طريق القنوات الإعلامية المختلفة .
4. وضع برامج ودورات للعاملين في القطاع الإعلامي بجميع صوره وأنواعه وخاصة منها المتعلقة بالآليات الاعلامية التي تسهم في مكافحة الارهاب والتطرف.
5. بث الرسائل الإعلامية التي تعمل على تثبيت القيم المجتمعية الداعمة للتسامح ومحاربة التطرف للمساهمة في تعزيز التنشئة الاجتماعية سواءاً كانت في شكل خبر أو فكاهة أو برنامج وثائقي.
6. العمل على ادخال التربية الإعلامية وإطار الخريطة الاعلامية للتنمية المستدامة حيثما أمكن، ضمن المناهج التربوية الوطنية، وكذلك إدخالها ضمن أنظمة التعليم غير الرسمية، والتعلم مدى الحياة، حيث تعد التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



7. إقامة منتديات اعلام تربوي في المؤسسات التربوية بهدف المساهمة في نقل التراث الثقافي، وغرس لمشاعر الانتماء للوطن، بحيث تتمكن مختلف فئات المجتمع من إدراك المفاهيم، واكتساب المهارات، والتزود بالخبرات، وتنمية الاتجاهات، وتعديل السلوك.



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الخامس: تحقيق المساواة بين الجنسين والتمكين لجميع النساء والفتيات⁽¹⁾

1. نشر الوعي بأهمية تمكين المرأة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، والعمل على محاربة العادات والتقاليد السلبية.
2. تعزيز وتوضيح الصورة الايجابية للمرأة وأهمية دورها الحيوي في المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية باعتبارها عنصر هام وفاعل في المجتمع.
3. إبراز الجدوى الاقتصادية لخروج المرأة للعمل للإسهام في رفع مستوى دخل الأسرة واستغلال التوجهات السياسية التي تدعم قضايا المرأة والتنمية.
4. مراعاة إعطاء صورة متوازنة وغير نمطية عن المرأة في الإعلام، حيث تعتبر الصحافة والراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والإنترنت وسائل قوية للمطالبة بالمساواة بين الجنسين وإبراز دور المرأة في المجتمع، وذلك بعرض النماذج المشرفة للمرأة في كل المجالات.
5. تغيير الصورة النمطية السلبية عن المرأة، فوسائل الإعلام لم تعد فقط المرأة التي تعكس صورة المجتمع وأحداثه. فلقد توسع وامتد تأثيرها ليشمل ترتيب أولويات ومصالح الجماهير المتلقية، وهي بالفعل تؤثر على كيفية تشكيل الجماهير للمعرفة والاتجاهات والمواقف والممارسات.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



6. الدعوة إلى تمثيل المرأة وإشراكها في السلطة التشريعية وكافة اللجان النقابية والمهنية بهدف تصحيح ثقافة المجتمع نحو دور المرأة وخاصة في المناطق الريفية والقبلية.
7. تفعيل دور الاعلام في قضايا محو الأمية وتنظيم الأسرة والقضية السكانية وزواج القاصرات وغيرها من القضايا المجتمعية الهامة.
8. الدعوة إلى تبني إنشاء خريطة طريق لتعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة، يحدد التدخلات التي تزيد من الإنتاجية والأرباح لفئات مختلفة من النساء في سياقات البلدان المختلفة.
9. انشاء منصة مراقبة (Situation Room) من خلال وسائل الإعلام الإلكتروني، تكون مهمتها الأساسية متابعة ما ينشر لاستقطاب الفتيات للانضمام للتنظيمات الارهابية بهدف حماية الفتيات من الانخراط فيها ليتم اتخاذ التدابير اللازمة حيالها.
10. دعم وسائل الإعلام للآليات الوطنية للوقاية من العنف القائم على أساس نوع الجنس وآليات التصدي له؛ من خلال انشاء مرصد إعلامي الكتروني للعنف ضد النساء يجمع شركاء معنيين وباحثين، بهدف «رصد» العنف ومصادره.



المياه النظيفة
والنظافة الصحية



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف السادس: ضمان توافر المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع وإدارتهما إدارة مستدامة⁽¹⁾

1. القيام بحملة اعلامية تستهدف تحسين نوعية المياه عن طريق الحد من التلوث ووقف إلقاء النفايات والمواد الكيميائية الخطرة وتقليل تسربها إلى أدنى حد، وخفض نسبة مياه المجاري غير المعالجة إلى النصف، وزيادة إعادة التدوير وإعادة الاستخدام المأمونة.
2. تثقيف النساء والأطفال من خلال برامج الاعلام الصحي بشأن فوائد النظافة الصحية والصرف الصحي لبناء الوعي وتنفيذ التغيير.
3. تبني الاعلام لشعار « المياه تحافظ على الحياة»، وذلك بالتركيز على أهمية المياه في تحسين جودة الحياة ومعدلات طول العمر حتى في بعض البلدان الفقيرة.
4. الاشارة في وسائل الاعلام الى أن الحصول على مياه الشرب النظيفة والمأمونة حق أساسي من حقوق الإنسان وخاصة خلال فترات النزاع والصراع.
5. التأكيد في وسائل الاعلام على أن الماء يأتي في صميم أجندة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فهو عنصر حيوي للحفاظ على الصحة وزراعة المحاصيل الغذائية وتوليد الكهرباء وإدارة البيئة وخلق فرص العمل.
6. توعية المواطن لإدراك ضرورة حسن استهلاك المياه، خاصة وأن ترشيد استهلاك المياه أصبح يُعدّ مؤشراً على المواطنة الصالحة ورمزاً للتحضر وإسهاماً حقيقياً في حماية البيئة.
7. العمل على تبني "ثقافة مائية" للحفاظ على الثروة الكبرى التي تشكّلها المياه واستثمارها بطريقة فعّالة. حيث أن ترشيد استخدام المياه لا يتطلب إمكانيات اقتصادية أو فنية كبيرة.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



طاقة نظيفة
وبأسعار معقولة

V



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف السابع: ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة⁽¹⁾

1. العمل على رفع مستوى الوعي العام حول الطاقة المتجددة وكفاءة استخدام الطاقة وتقليل الاعتماد على الطاقة المستوردة بزيادة مساهمة المصادر المحلية في خليط الطاقة الكلي.
2. تعريف الناس بالخيارات المطروحة أمامهم «إما الاستمرار باستخدام المصادر التقليدية غير المستدامة وغير الصديقة للبيئة أو التقدم نحو مستقبل أكثر استدامة مما يقلل الآثار السلبية للتغير في المناخ إلى ادى مستوى ممكن».
3. الدعوة إلى تبني استراتيجية شاملة للطاقة من أجل تنويع مصادرها مع التركيز بشكل واضح على التنمية المستدامة وهي الطاقة المتجددة وكفاءة الطاقة.
4. تنظيم حملة إعلامية تستهدف الجمهور والإعلام والشباب والمدارس والشركات وغيرها للتوعية باستخدام أدوات متنوعة بما في ذلك التلفزيون والاذاعة وشبكات التواصل الاجتماعي والمنشورات والحلقات الدراسية للتعريف بفوائد استخدامات الطاقة المتجددة وكفاءة استخدام الطاقة.
5. بث رسائل إعلامية بخصوص ترشيد استهلاك الطاقة من خلال التركيز على التهوية الطبيعية للتبريد وذلك لتأمين مستوى مقبول من الهواء النقي ولتأمين جو صحي ومريح مع تقليل الاعتماد على وسائل التكييف الكهربائية المستهلكة للطاقة قدر الإمكان.
6. أهمية دور وسائل الاعلام والصحافة في التوعية بترشيد استهلاك الطاقة وتعديل السلوك الاستهلاكي لدى المواطنين كبديل للتوفير في فاتورة الطاقة.
7. توجيه الإعلام للمواطنين على أهمية ترشيد الاستهلاك في الطاقة ليس فقط كسلوك اجتماعي، وإنما كواجب وطني على الجميع.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



العمل اللائق
ونمو الاقتصاد



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف
الثامن: تعزيز النمو الاقتصادي المطرد
والشامل للجميع والمستدام، والعمالة الكاملة
والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع⁽¹⁾

1. المساهمة في تنمية الاقتصاد من خلال تعزيز شراكة الاعلام والاقتصاد، حيث أصبح الاعلام يلعب دورا مركزيا في عالم الاقتصاد . اضافة إلى اسهام الإعلام الاجتماعي في تطور الاقتصاد الإلكتروني وزيادة التجارة البينية.
2. تشجيع السياحة المستدامة التي توفر فرص العمل وتعزز الثقافة والمنتجات المحلية بحلول عام 2030.
3. مساهمة وسائل الإعلام في نشر الوعي حول ممارسات التنظيمات الارهابية التي تقوم بتجنيد الاطفال واستخدامهم كجنود، إضافة الى استئصال أسوأ أشكال عمل الأطفال وحماية العمال والعمالات المهاجرين.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



الصناعة والابتكار
والهياكل
الأساسية

9



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف التاسع:
إقامة بُنى أساسية قادرة على الصمود، وتحفيز
التصنيع الشامل للجميع، وتشجيع الابتكار⁽¹⁾

1. الدعوة الى إنشاء جائزة للابتكار بهدف تشجيع المخترعين المبدعين والمبتكرين والمستثمرين للعمل على تبني أعمالهم.
2. توجيه وسائل الاعلام المختلفة إلى العمل على تحفيز الشركات على إنشاء مراكز الابتكار والبحث العلمي وتبني التكنولوجيات الجديدة.
3. إرساء بيئة اعلامية محفزة للابتكار من خلال الدعوة على توفير بيئة مؤسسية وتشريعات محفزة وداعمة للابتكار والتوسع في دعم حاضنات.
4. اطلاق حملة إعلامية لتشجيع المنتجات الوطنية وحث المستهلكين المحليين لتفضيل المنتج الوطني على المنتج الأجنبي.
5. العمل على تعزيز ثقة المستهلك في المنتج المحلي ودعم الصناعات الوطنية عن طريق التعريف به في كافة وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون، وإبراز مدى الجودة والمواصفات القياسية التي تتمتع بها المنتجات الوطنية.
6. تعزيز ثقافة استهلاك المنتج الوطني، خصوصاً أنه يحظى بجودة عالية ومواصفات عالمية، وإقناع المستهلك بأهمية هذا السلوك كوسيلة لدعم وتشجيع الصناعة الوطنية.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف العاشر: الحد من التباين داخل البلدان وفيما بينها⁽¹⁾

1. قيام وسائل الإعلام بتوضيح القضايا التنموية المختلفة وخلفياتها وتفاصيلها للمسؤولين والمواطنين.
2. استخدام وسائل الاعلام بهدف إعداد المواطن وتهيئته لسياسات وبرامج تسعى الحكومة إلى تنفيذها وتطبيقها بشأن برامج التنمية المستدامة.
3. قيام الاعلام بفتح باب النقاش والحوار مع المفكرين والمثقفين والمختصين والأكاديميين والمهتمين بهدف استطلاع وجهات النظر والخروج برؤى وملاحم مشتركة تخدم البرامج التنموية، وتفضي إلى نتائج أفضل وأشمل.
4. العمل على تعزيز سبل التواصل والثقة والشفافية بين مختلف الأطراف، وتعزيز الثقة بالإجراءات والسياسات الهادفة الى تعزيز مسيرة التنمية.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



مدن ومجتمعات
محلية مستدامة



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الحادي عشر: جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة للجميع وآمنة وقادرة على الصمود ومستدامة⁽¹⁾

1. تبني وسائل الاعلام استراتيجية اعلامية تدعو الى تمكين الافراد للحصول على سكن آمن وعلى مساحات خضراء وعامة آمنة وسهلة الوصول، ولاسيما للنساء، والأطفال، وكبار السن، والأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة.
2. تفعيل التعاون بين المؤسسات الحكومية وغير الحكومية ووسائل الإعلام من أجل معالجة مشكلات البيئة وتحقيق التنمية المستدامة.
3. دعوة وسائل الاعلام إلى المطالبة بضرورة تطوير ودعم جهود البحث العلمي والتطوير المشترك وإنشاء مراكز بحثية في المجالات البيئية وعلاقتها بالتنمية المستدامة.
4. مناقشة القضايا الحيوية وتعزيز قنوات التواصل بين جميع الفاعلين في إطار تعزيز التعاون وترسيخ ثقافة الحوار البناء.
5. ابراز التحديات إلى تواجه المدن وأبرزها، المشاكل البيئية الناجمة عن النمو السكاني والتوسع العمراني، فضلا عن الأنشطة الاقتصادية والسكنية وما يصاحب ذلك من استنزاف للموارد.
6. الدعوة إلى مشاركة القطاع الخاص في إعداد وتنفيذ المشاريع البيئية في المدن والمساهمة في تمويلها.

(2) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



١٢
الاستهلاك
والإنتاج
المسؤولان



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الثاني عشر: ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة⁽¹⁾

1. تبادل الأفكار والتجارب، والقاء الضوء على التحديات التي تعترض عمل المخططيين والمهنيين وكافة المتدخلين في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية والعمرانية في التعامل مع المشكلات البيئية.
2. ضمان أن تتوافر للناس المعلومات ذات الصلة والوعي بالتنمية المستدامة وأنماط العيش في وئام مع الطبيعة.
3. التوعية والتثقيف بأنماط الاستهلاك، وتزويد المستهلك بما يكفي من معلومات من خلال وسائل الاعلام المختلفة.
4. استخدام وسائل الاعلام في تشكيل ثقافة الناس وتوجيهها نحو الاستدامة، عن طريق نشر الوعي تجاه الآثار السلبية لثقافة الاستهلاك، والترويج لسلوكيات وأنماط معيشة مستدامة.
5. التأثير على وعي الناس وسلوكهم بتبني الية سرد الحقائق والتواصل مع الناس وذلك بالاعتماد على وسائل الاعلام المختلفة وغيرها.
6. توجيه سلوك الناس بأن التحديات البيئية التي تواجهها الأرض حقيقة واقعة، فمعظم الناس يدركون وجود التغيرات المناخية والتلوث البيئي وغيرها، إلا أنهم بحاجة لمن يوجه سلوكهم ويرشدهم إلى ما يجب عليهم عمله.
7. استخدام الية التسويق الاجتماعي كأحد وسائل الاعلام الاجتماعية الأكثر انتشارا والتي تعتمد على الإنترنت كمواقع التواصل الاجتماعي والمدونات من أجل نشر الرسالة الإعلامية على نطاق واسع.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الثالث عشر: اتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغير المناخ وآثاره⁽¹⁾

1. تعزيز قدرات الإعلاميين للقيام بدور حيوي في الجهود المبذولة لفهم وتفسير عوامل خطورة تغير المناخ ووجوب الوعي لتغيير السلوك.
2. ضرورة تعاطي الإعلاميين مع ظواهر تغير المناخ من منظور إنساني يتمثل في تقديم وشرح المعطيات للجمهور بدل التعامل مع الإشكال من جانبه الكارثي.
3. تغطية وسائل الإعلام الاجتماعية لظواهر تغير المناخ، تسهم في مواكبة مظاهر التغيرات المناخية وتبادل الخبرات والتجارب بين الخبراء والإعلاميين والباحثين.
4. تشجيع الصحفيين لإعداد تقارير صحفية عن ظواهر تغير المناخ مثل ازدياد الجفاف وارتفاع درجات الحرارة، اضافة إلى مشاكل بيئية خطيرة مثل، التخلص من النفايات.
5. إثارة اهتمام الصحفيين ورؤساء التحرير من موقعهم القيادي لتوفير المزيد من التقارير الصحفية حول البيئة والظواهر المناخية المختلفة لزيادة وعي المواطنين حول المشاكل البيئية .

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الرابع عشر: حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام لتحقيق التنمية المستدامة⁽¹⁾

1. العمل على إعداد فريق إعلامي يتولى مهمة إعداد الوثائق والمعلومات الضرورية عن ملف حفظ المحيطات والبحار بحيث تكون هذه المعلومات بمثابة المرجعية الرئيسية لوضع الأفكار للكثير من القصص الصحفية والإعلامية.
2. تخصيص منصة رقمية بهدف إتاحة الفرصة لتبادل المعلومات، وتوفير باقات من الصور، وقواعد البيانات، والمعلومات الأخرى ذات الصلة بحفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية.
3. إثارة الوعي في وسائل الاعلام المختلفة حول مشكلة تلوث البحار وسفن نقل البترول والنفائيات الذرية والتي تهدد الوجود الحيوي للبحار والمحيطات.
4. التأكيد في وسائل الاعلام على أهمية الشواطئ في مجالات الترويج للسياحة وخاصة للرياضة البحرية.
5. الدعوة الى إقامة المحميات البحرية للحفاظ على الموارد المائية المختلفة من الانقراض نتيجة تلوث البحار والمحيطات.

١(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



الاطار العام للمشهد الاعلامي
للهدف الخامس عشر: حماية النظم
الإيكولوجية البرية وإعادتها إلى حالتها وتعزيز
استخدامها على نحو مستدام، وإدارة الغابات
على نحو مستدام، ومكافحة التصحر، ووقف
تدهور الأراضي وعكس مساره، ووقف فقدان التنوع البيولوجي⁽¹⁾

1. تعزيز قدرات الاعلاميين على كيفية صياغة الخبر البيئي على وجه الخصوص إضافة إلى دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث والموارد الاقتصادية.
2. اثاره الوعي المجتمعي بأهمية الحفاظ على الغابات لقدرتها الكبيرة على فلترة الهواء و ترسيب الغبار والأجزاء المعلقة الضارة على أوراقها.
3. القيام بحملة اعلامية لإلقاء الضوء على دور الغابات والأشجار في تنقية الجو من غاز ثاني أكسيد الكربون والعديد من الغازات السامة والضارة بصحة الإنسان والبيئة.
4. تخصيص نشرة في الصحف اليومية والمواقع الالكترونية لإلقاء الضوء على مخاطر القضاء على الغابات والحد من التصحر وأهمية حماية الموارد الطبيعية.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



السلام والعدل
والمؤسسات
القوية



17

الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف السادس عشر: التشجيع على إقامة مجتمعات مسالمة لا يُهمّش فيها أحد من أجل تحقيق التنمية المستدامة، وإتاحة إمكانية لجوء الجميع إلى القضاء، وبناء مؤسسات فعالة وخاضعة للمساءلة وشاملة للجميع على جميع المستويات⁽¹⁾

1. استثمار مزايا الطفرة الاتصالية والتكنولوجية، وخصوصاً فيما يتعلق بسرعة إرسال واستلام الرسالة، لصالح نشر الخطابات القائمة على ثقافة الحوار البناء والتسامح واحترام حقوق الإنسان على نحو يمكن الشعوب من العيش بأمان بعيداً عن النزاعات والصراعات غير المبررة دينياً وأخلاقياً.
2. تعزيز قيم السلم والتعايش ونبذ العنف وبناء ثقافة المناعة ضد التطرف الديني.
3. تعزيز دور الخطاب الإعلامي المعتدل بمواجهة خطر التطرف.
4. أن السلم الأهلي يقتضي رفض كل أنواع التحريض المادي والرمزي ضد مكونات المجتمع، وخاصة المنشورة عبر وسائل الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب ووسائل التواصل الاجتماعي.
5. مساهمة وسائل الإعلام العربي التقليدي والجديد، في نشر الآراء وإتاحة الفرص لتبادل الأفكار وترويجها وصناعتها.
6. بناء ثقافة المناعة ضد التطرف الديني، حيث أن هذا التوجه عاملاً مساعداً على تثبيت مقومات السلم الأهلي، الذي يواجه تهديدات داخلية ويتم توظيفه إقليمياً.
7. ترسيخ أهمية الحوار الفكري الهادف الذي يعزز من دور الخطاب الإعلامي المعتدل كأحد الآليات الفاعلة في مواجهة ما تعانيه الأمة من خطر التطرف بسبب الانحراف الفكري.
8. تطوير الخطاب الإعلامي بهدف تجاوز كل أشكال العنف والتطرف للتمتع ببيئة آمنة مستقرة.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



عقد الشراكات
لتحقيق
الأهداف

IV



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف السابع عشر: تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل تحقيق التنمية المستدامة⁽¹⁾

1. قيام وسائل الاعلام بالدعوة الى تعزيز ثقافة الشراكة ما بين القطاع العام والخاص والمجتمع المدني باعتبارها مسؤولية مجتمعية، من خلال خلق قيم الولاء والاحترام والتقدير لهذه المؤسسات، نظير ما تقدمه الشراكة لخدمة المجتمع والبيئة.
2. تبني وسائل الاعلام المختلفة تشجيع التعاون بين القطاع العام والخاص والمجتمع المدني في مجال المسؤولية المجتمعية من أجل دعم الخطط الوطنية الرامية إلى تنفيذ أهداف التنمية المستدامة.
3. ايلاء الاهتمام لبرامج المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها مؤسسات القطاع الخاص والمجتمع المدني من خلال قيام وسائل الاعلام المختلفة بعرضها وتوضيحها لما لها من أهمية
4. تعاون القطاعات المختلفة مع الاعلام من خلال تزويدهم بالمعلومات والبيانات بهدف نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى المواطن.
5. على وسائل الإعلام أن تضع نصب أعينها أن عملية توعية المواطن هي جزء من وظائفها الرئيسة وهي واجب تمليه مسؤوليتها الاجتماعية بما يحقق المصلحة العامة بهدف تعريفه بحقوقه وواجباته ليتمكن من المساهمة في برامج التنمية.

(1) راجع: الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.



المصادر والمراجع :

- قرار مجلس الجامعة على مستوى القمة رقم ق.ق 741 د.ع (29)، ج3، بتاريخ 2018/4/15.
- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (1/A/RES/70) الدورة السبعون بتاريخ 25 سبتمبر/أيلول 2015، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية.
- الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة.
- قرار مجلس وزراء الإعلام العرب رقم ق/-/436 د.ع (48) بتاريخ 2017/7/12.
- قرار مجلس وزراء الإعلام العرب رقم ق/-/420 د.ع (47) بتاريخ 2016/5/25.
- مذكرة توضيحية صادرة عن المنتدى العربي للتنمية المستدامة عام 2019.
- إعلان الدوحة بشأن تنفيذ خطة التنمية المستدامة عام 2016.
- أحمد عارف: دروس مستفادة حول آليات الرصد والمتابعة في ظل الأزمات والأوضاع الإنسانية، ورقة مقدمه إلى المؤتمر الإقليمي حول دور المجتمع المدني في المنطقة العربية في تنفيذ خطة التنمية المستدامة لعام 2030 الدوحة، دولة قطر 20 21- أبريل/نيسان 2016.
- أديب نعمة: دراسة بعنوان: تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030 من الاتساق المفهومي الى التنفيذ التشاركي- المنتدى العربي للتنمية المستدامة، مقدمه إلى بتاريخ الاسكوا 30 مايو/أيار 2015.
- ورقة مفاهيمية حول « دور المجتمع المدني في تنفيذ أجندة التنمية الدولية المستدامة 2030 » - مقدمه في المؤتمر الإقليمي حول دور المجتمع المدني في المنطقة العربية في تنفيذ خطة التنمية المستدامة لعام 2030 الدوحة، دولة قطر 20 21- أبريل/نيسان 2016.
- أهداف وغايات التنمية المستدامة- من الاهداف الانمائية للألفية إلى أهداف التنمية المستدامة 2030 - الجمعية العامة للأمم المتحدة 2015.
- أهداف التنمية المستدامة 2030 - 17 هدفا لتحويل عالمنا - راجع الموقع الإلكتروني: www.un.org/sustainabledevelopment/ar



- الثقافة وأهداف التنمية المستدامة- اليونسكو، راجع الموقع الإلكتروني:
• <http://ar.unesco.org/node/250717>
- العمل اللائق وأجندة العام 2030 من أجل التنمية المستدامة- منظمة
العمل الدولية، راجع الموقع الإلكتروني:
• www.ilo.org/beirut/publications/WCMS_543664/lang-ar/index.htm



مداخلة إدارة التنمية المستدامة والتعاون الدولي⁽¹⁾

إن العالم العربي اليوم يواجه تحديات معقدة ومثيرة للقلق أكثر من أي وقت مضى. تأملوا للحظة كيف تغير العالم العربي في ظرف سبع سنوات فقط. ففي عام 2010، لم تكن المنطقة قد شهدت كمية الدمار والتطرف الذي تشهده اليوم نتيجة الأوضاع الخاصة التي تمر بها بعض الدول. وقبل نفس الفترة، لم تكن لدينا أحدث الشواهد المفزعة عن آثار تغير المناخ، مع ارتفاع درجات حرارة الأرض إلى مستويات قياسية.

لقد اتضح بجلاء شديد أن العالم العربي مترابط بشكل عميق. فالقضايا الكبرى التي تثور في دولة تنتقل سريعاً الآن لتؤثر في الدول الأخرى، والعكس صحيح -وبدرجة أكبر من أي وقت مضى: تغير المناخ، والأوبئة، واللاجئون، والإرهاب، وفترات التراجع الاقتصادي، كلها تنتقل بسهولة في مختلف أنحاء العالم. وما يحدث في حلب يُؤثر على القاهرة، وما يجري في مقديشيو يظهر أثره في الرباط. وفي سياق هذه التحديات الهائلة، يجب علينا أن نطرح التساؤل ما الذي ينبغي عمله في هذا الوقت الذي تحتدم فيه الأزمات المتعددة، وتعاني فيه المنطقة العربية من الاحتلال واضطراب الأمن والسلام وزيادة النزاعات المسلحة ؟

(1) وزير مفوض ندى العجيزي- مدير إدارة التنمية المستدامة والتعاون الدولي.



ما هي أولويات المنطقة العربية الآن في ظل ظروف سياسية مضطربة، وانخفاض لمعدلات النمو وعدم توفر الحد الأدنى من الخدمات الأساسية للمواطنين في مناطق النزاعات والحروب.

إن جهود جامعة الدول العربية وجميع أجهزتها تتسق مع الجهود الدولية التي بذلت خلال الفترة الماضية للوصول إلى خطة التنمية المستدامة 2030، حيث أنشأت الجامعة في هذا الإطار إدارة خاصة بالتنمية المستدامة والتعاون الدولي تعمل بالتنسيق مع كافة المجالس الوزارية والمنظمات العربية المتخصصة على تنفيذ هذه الخطة في الدول العربية، كما تعمل على ترسيخ مبدأ التوازن بين أبعاد التنمية المستدامة الثلاثة وربط وسائل التنفيذ بالأهداف، وهو ما عملت عليه الأمانة العامة من خلال إرساء أسس الاستقرار التنموي الضامن لإنهاء الفقر الذي يشكل التحدي الأكبر أمام المجتمع الدولي، لذلك يتعين علينا جميعاً العمل على حشد كافة الجهود الوطنية والإقليمية والدولية لمواجهة كضمان لتحقيق التنمية المستدامة، وأن يتم ذلك في إطار الشراكة العالمية من أجل التنمية.

ستظل أهداف التنمية المستدامة حبيسة الأدراج ما لم يساندها إعلام قوي يعرف ان الهدف الحقيقي لبرامج التنمية في المجتمعات النامية هو احداث تغيير في اتجاهات الناس وانشاء علاقات جديدة بينهم وبين الموارد الاقتصادية وادخال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الانتاج و ما يتبع ذلك من تغيرات لأساليب الانتاج ولفاهيم الثروة والدخل والاستهلاك مما يترتب عليه تغيير في التركيب الاجتماعي والعلاقات ومجموع القيم الاجتماعية وادخال مفاهيم علمية جديدة في السلوك والعادات والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسية والتعليم والادارة والصحة وغيرها، إذ أن عملية التنمية عندما تتم لا تحدث دون تحديات او معوقات، وهذه المعوقات تتمثل في القيم والعادات السيئة المتوارثة من تدهور التعليم وقلة الخبرات العلمية وانخفاض القدرة الابداعية واستمرار الاعتماد علي التكنولوجيا المستوردة، هذا بالإضافة الي المشكلات المرتبطة بوضع المرأة الاجتماعي وقلة انتاجيتها والمشكلة السكانية والتي تتمثل ليس في مجرد ارتفاع معدلات السكان وانما في عدم استثمار الطاقات البشرية الاستثمار الأمثل.



هذه كلها مشاكل تتعلق ببرامج التنمية المستدامة ولا سبيل امثل لحلها سوى من خلال اعلام مستنير وجاد يشخص مشاكل المجتمع ويعالجها العلاج الامثل تماشيا مع الدور الذي يضطلع به الاعلام في المجتمع من خلال اسهامه في عملية التنمية المستدامة بجميع ابعادها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، فهو يقوم برصد ومتابعة ونشر المخطط التنموي وتفعيل الوعي الفردي في المشاركة الفاعلة والهادفة ، وذلك بفضل ما يمتلكه من رؤية واستراتيجية تنموية وتفكير علمي وقدرة على استخدام التقنيات الحديثة.

من هذا المنطلق، تأتي ضرورة تعريف الإعلام التنموي والاستفادة من التجارب التنموية الدولية التي يمكن تطبيقها على الواقع العربي، والسعي الى تحقيق التكامل بين وسائل الإعلام العربي وتطويره حتى يسهم بشكل مستمر في نجاح مشروعات التنمية المستدامة

كما أن هناك ضرورة لتنظيم دورات تدريبية بهدف الارتقاء بمستوى الإعلاميين العرب، وتوظيف البرامج الإذاعية والتلفزيونية في نشر مفهوم التنمية المستدامة، وترتيب حملة اعلامية للتعريف بأهداف التنمية المستدامة 2030 والخطط الوطنية العربية التي تعمل على تحقيق تلك الاهداف.

فنشر ثقافة الفكر التنموي في المجتمعات المحلية وتطوير البرامج التعليمية هما يتلاءم وتطبيق الرؤى الوطنية لأهداف التنمية المستدامة 2030 وقيام الإعلام بدور حيوي في نشر الأفكار المتعلقة بالتنمية المستدامة، والارتقاء بثقافة المواطنين في هذا الشأن والحصول على دعمهم ومشاركتهم في المشروعات التنموية والاهتمام بدور الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في خطط التنمية المحلية، هو السبيل الأنسب لتحقيق خطة وأهداف الأمم المتحدة 2030 للتنمية المستدامة في المنطقة العربية.



رسالة الاعلام وأهداف التنمية المستدامة

تقديم: الأستاذة الدكتورة/ حنان يوسف⁽¹⁾

مقدمة :

إن الكلمة نور، وبعض الكلمات قبور.

حيث إن الحروب وهلاك الإنسانية ما تأتي إلا من جراء كلمة، فالكلمة مسؤولية ومن هنا تأتي أهمية الوسيلة الإعلامية التي تنقل هذه الكلمة. فلا شك أن الإعلام بوسائله المختلفة التقليدية منها والحديثة هو الناتج الذي استحوذ على معظم ثمار التقدم في الحضارة الإنسانية في الوقت الحاضر، فلقد تطورت أدواته واتسعت مساحاته واشتدت تأثيراته حتى بات الناس على دين إعلامهم .

وتعدى الإعلام الدور التقليدي الذي عهدناه عليه على الرغم من تأثيره القوي، إلا انه الآن بات ذو تأثير فتاك، حتى أصبح هو الوسيلة التي تنقل الأفكار والأعمال والأفعال وتملك القدرة على الإقناع وخلق رأي عام مناوئ أو مساند لما يطرحه من قضايا على المشاهد أو المتلقي.

(1) استاذ الاعلام- عميدة كلية اللغة والاعلام بالأكاديمية البحرية «فرع القرية الذكية»- ورئيسة المنظمة العربية للحوار.



رسالة الاعلام العربي :

وبات الإعلام وسيلة وأداة فاعلة سواء في البناء أو الهدم، فهو وسيلة لدعم قيم الإنتاج والتسامح واحترام الآخر، على قدر ما هو وسيلة لزرع الكره والطائفية والعنصرية، ومن هذا المنطلق فإن عليه رسالة ومسئوليات جسام في جعل عموم الناس يتمسكون بقيم الإيجابية والوسطية التي هي ابعد ما يكون عن الغلو وللإعلام دوره أيضا كأداة لدفع عجلة النمو والتنمية المستدامة في عالمنا العربي الذي يشهد في معظم أرجائه تراجعاً في أداء الاقتصاد وانخفاضاً في معدلات النمو والتنمية، وتدنيا لقيم العمل والإنتاج والبعد عن تحمل المسؤولية والميل للتكاسل وزيادة النزعات الاستهلاكية غير الضرورية.

كما أن على وسائل الإعلام المختلفة أن تتحلى في عملها بمدونات السلوك التي توصل إليها العقل البشري في البلدان المتقدمة، من ضرورة وجود المصداقية والموضوعية وان يجعل من مصالح الشعوب والأوطان هدفا ساميا من خلال رفع شأن القيم الإيجابية، وعدم اللعب على دغدة المشاعر العاطفية والبعد عن إذكاء النزعة الطائفية والعرقية والمذهبية وغيرها من عوامل فرقة الشعوب.

ونظرا لما تشهده معظم وسائل الإعلام العربية من حالة من التخطب والتعبوية والتحريض ونشر قيم في غير صالح الشعوب ولا الأوطان، على ضرورة نشر ثقافة وقيم التسامح والعمل على مكافحة التطرف، وذلك في إطار استراتيجية إعلامية شاملة تتضمن توظيفاً جيداً لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة لبناء رأي عام مساند ومؤمن بقيم التسامح وعلى كافة المستويات.

وان هذا يتطلب ضرورة إيجاد خطاب إعلامي معتدل يتسم بالوسطية خاصة في الخطاب الديني، وإطلاق قنوات ومؤسسات صحافية وإلكترونية تعمل على نشر وبناء ثقافة قيم التسامح والتعايش السلمي ومكافحة التشدد والفكر الإرهابي.

فالإعلام التنموي هو عين الحقيقة التي يجب أن يرى فيها المواطنون ما يحدث من حولهم، ويؤثر على مصيرهم، وتتحول ثروات أزمة والمواطنين انفسهم إلى سلع يُتاجر بها لذا فإن هناك خطوات يجب الاستناد عليها لتحقيق التنمية المستدامة عن طريق الإعلام والسبعة عشر هدفا لإنقاذ العالم .



أهداف التنمية المستدامة هي خطة لتحقيق مستقبل أفضل وأكثر استدامة للجميع. وتتصدى هذه الأهداف للتحديات العالمية التي نواجهها، بما في ذلك التحديات المتعلقة بالفقر وعدم المساواة والمناخ وتدهور البيئة والازدهار والسلام والعدالة. وفضلاً عن ترابط الأهداف، وللتأكد من ألا يتخلف أحد عن الركب، فمن المهم تحقيق كل هدف من الأهداف بحلول عام 2030.

أن قضية التنمية المستدامة أصبحت محور اهتمام الحكومات والدول المختلفة، حيث إنَّ التنمية المستدامة عملية تطوير الأرض والمدن والمجتمعات، وكذلك الأعمال التجارية والاقتصادية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة في الحصول على احتياجاتها، إذ هيَّ مفهوم شامل يتضمن البعد الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والقانوني والتشريعي، فضلاً عن البعد التكنولوجي.

كما أن وسائل الإعلام تستطيع أن تقوم بدور فعال في المعاونة على تحقيق خطط وأهداف التنمية المستدامة، حيثُ يصبح نجاح هذه الخطط مرهوناً بالمشاركة الإيجابية للقوى المجتمعية التي يحفزها الإعلام من خلال تنمية الوعي والتثقيف والتربية ونشر المعلومات والمعرفة ومواجهة التحديات والمعوقات التي تقفُ حائلاً دون تحقيق هذه الأهداف.

الحيز الإعلامي لأهداف التنمية المستدامة:

ومن المهم تنظيم الحيز الإعلامي لأهداف التنمية المستدامة في الفعاليات الرفيعة المستوى لإشراك أشخاص من جميع أنحاء العالم العربي في المحادثات المهمة التي تُجرى حول أهداف التنمية المستدامة.

تهدف طريقة البث المباشر للمقابلات، وحلقات النقاش، وغيرها من المحتوى الرقمي إلى تنظيم المبادرات التي يعتمد عليها المجتمع العالمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، والربط بين هذه المبادرات، وتسليط الضوء عليها. ومن خلال الجمع بين الشخصيات المعروفة، والدول الأعضاء، بالإضافة إلى منشئي المحتوى، والجهات المؤثرة، والشركاء الإعلاميين، وتوفر المنطقة الإعلامية لأهداف التنمية المستدامة مساحة دينامية لتعزيز التزام المجتمع العربي والدولي بدعم خطة التنمية المستدامة 2030.



حيث تمثل أهداف التنمية المستدامة خارطة طريق شاملة ، وهي تعالج الأسباب الجذرية للفقر وتوحد الشعوب لإحداث تغيير إيجابي للعالم أجمع. ما يميز أهداف التنمية المستدامة عن غيرها من الأهداف أنها تركز على شمولية الجميع، حيث لا يمكن لدولة أن تعمل لوحدها لتحقيق النمو الاجتماعي والاقتصادي داخل حدودها فقط، بل يجب على الدول أن تتكاتف وتتعاون لضمان تحقيق الأهداف والاستدامة للعالم أجمع .

الإعلام العربي يحتاج إلى مزيد من الوعي بخطط وأهداف التنمية المستدامة والعمل على تقديمها بمهنية وبآليات أكثر جاذبية .كما ان صناعة النمو الواعي من اهم أولويات الاعلام في المرحلة المقبلة ومنها مثلاً مبادرة “ النمو الواعي التي أطلقتها المنظمة العربية للحوار والتعاون الدولي “ لنشر أهداف التنمية المستدامة الـ ١٧ وفي مقدمتها القضاء على الفقر ودعم التعليم والصحة والمرأة وحماية البيئة وتوفير العمل اللائق وتحقيق الأمن والسلم الاجتماعي .

وهنا يجب دعوة كافة وسائل الاعلام والهيئات الاعلامية إلى تبني مفهوم التنمية بشكل أكثر عمقا باعتبارها الطريق نحو الارتقاء بوضع المواطن إلى التقدم نحو اعلام داعم لأهداف التنمية المستدامة :

1. لكي يقوم الإعلام بدوره في التنمية بصورة عامة والتنمية المستدامة بصورة خاصة يجب أن يكون إعلام حر.
2. تتنوع أدوات الإعلام التي تسهم بدور فعال في التنمية المستدامة من مسرح وإذاعة وتلفزيون ووسائل الاتصال الجماهيري.
3. كلما ركزت الرسالة الإعلامية على موضوعات ترتبط بالتنمية المستدامة كلما زاد الاهتمام أو الانتباه، وأن عدم الاهتمام بالرسالة الإعلامية يؤدي إلى عدم الاقتناع بها.
4. نحتاج إلى خطط وبرامج تنموية وسياسات إعلامية ناجحة تضمن من خلالها التوعية والتثقيف لجميع شرائح المجتمع.
5. يجب على وزارتي التخطيط والإعلام أن يتوافر لديهما الدائرة أو الكادر المناسب لكي يكون هناك دور واقعي وملمس لوسائل الإعلام في تحقيق التنمية والتنمية المستدامة.



6. التنسيق الفعال في مجال الإعلام التنموي مع مؤسسات الدولة ذات العلاقة.
7. يجب الاهتمام بالقدر الكافي بدور وسائل الإعلام الحديثة منها بإعداد وتقديم بعض البرامج التي يمكن تصنيفها بصورة عامة ضمن مجال الإعلام التنموي، وأن تتسم بالاستمرارية.
8. استحداث دوائر متخصصة في مجال الإعلام التنموي لدى وزارات ومؤسسات الدولة في مجال التنمية والإعلام، وتحديدًا لدى وزارتي الإعلام والتخطيط.
9. نشر ثقافة التنمية لدى المجتمع باعتباره جزءًا من عملية التنمية الشاملة، ولما لها من أهمية لتعزيز القيم الحميدة.
10. ضرورة العمل على إيجاد سياسة إعلامية، تتضمن تنفيذ حملات إعلامية جماهيرية متعددة النوعيات، وطويلة النفس، وعميقة المدى مثل: حملات توعية بمفاهيم وقيم متطلبات التنمية.
- وحملات توعية حية في مجال التعاون بين إدارة التنمية المختلفة بما يحقق الخير، والسعي إلى تحقيق ابعاد التغيير من خلال حملات التربية الغذائية والصحية ومحو الامية لإيجاد مجتمع متعلم مثقف. وحملات توعية للمراءة وتثقيفها بمساهمة وسائل الإعلام، باعتبار أن تنميتها متصل للتنمية الشاملة.
- ومن الاهمية ايضا إيصال ثقافة تعليم التعامل مع الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) وتوجيه جهود وسائل الإعلام لتعميم هذه الثقافة. و افساح وسائل الإعلام لمساحات كافية ومناسبة لعرض انجازات الحركات الفكرية والتنموية و الاهتمام ببرامج التنمية المستدامة ومنها قضايا الاهتمام بالبيئة والعمل اللائق والمساواة بين النوعين ومكافحة الفقر وجودة التعليم والصحة وغيره من أهداف التنمية المستدامة الـ ١٧ التي ينبغي ان ينظر اليها الاعلام نظرة تكاملية واضحة في آليات وبرامج تنموية جاذبة وتنافسية تجذب اليها المواطن العربي ليتفاعل معها ويكون مشاركا إيجابيا في دفع عمليات التنمية المستدامة للأمام من اجل رفاهية ورخاء الأمة العربية بإذن الله .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،



دور الإعلام في تشكيل الوعي تجاه أهداف التنمية المستدامة تقديم الدكتورة/ د.إنجي أبو العز⁽¹⁾

مقدمة:

يعد الإعلام من أبرز مؤسسات المجتمع التي تلعب دوراً هاماً في تحديد مستوى المعرفة التي يتلقاها الأفراد، ومستويات إدراك هذه المعارف، من خلال تقديمه لهذه المعارف الجاهزة للأفراد عن طريق المحتوى الإعلامي المقدم في التلفزيون والراديو والصحف والمجلات ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها للجمهور المستهدف، مما يمنحه الفرصة في تشكيل الوعي الاجتماعي. يتعاضد هذا الدور في عصر المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، التي أثبتت الدراسات العلمية إمكانيتها إحداث التأثير المباشر في التوجهات الاجتماعية للأفراد، نحو المعارف الاجتماعية التي يرغبون في تلقيها جاهزة.

وبالتالي تقع عملية تشكيل الوعي بأهداف التنمية المستدامة الـ 17 على عاتق وسائل الإعلام العربية، سواء أكانت وسائل تقليدية أم الجديدة، حيث أن تشكيل الوعي من المهام الأساسية لوسائل الإعلام في المجتمعات، فهي قد الجمهور بالمعلومات اللازمة، بجانب التعليم والتثقيف بالقضايا والموضوعات السياسية

(1) رئيسة شعبة اللغة الإنجليزية، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.



والاقتصادية والاجتماعية والدينية والأمنية والإعلامية والثقافية وغيرها، وبخاصة موضوعات تتعلق بالفقر والتعليم والصحة والطاقة المستدامة، والعدالة. كما تعمل وسائل الإعلام الجديد وتحديدًا شبكات التواصل الاجتماعي، على تمثيل أصوات الفئات المهمشة، والتي تعاني من الحرمان في كثير من قطاعات المجتمع كالمراة، وذوي الاحتياجات الخاصة، والأطفال، وتوفر وسائل الإعلام الجديدة منبرا وساحة للنقاش والتفاعل، مع خلق مجال عام افتراضي يساعد على تحفيز المواطنين ومنظمات المجتمع المدني، بل ووسائل الإعلام المتنوعة في التفاعل والنقاش والتشارك حول القضايا المجتمعية الهامة، كما تساعد على توصيل تلك الأصوات للسلطات والحكومات بالبلاد، وتكون أداة للمساءلة والرقابة أيضا. وتتناول هذه الورقة، عدة محاور تتعلق بكيفية استخدام وسائل الإعلام باختلاف أشكالها، في تشكيل الوعي لدى الجماهير العربية بأهداف التنمية المستدامة، كالتالي:

المحور الأول: تشكيل وعي الجماهير بأهداف التنمية المستدامة والتربية الإعلامية:

يعد انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع، وتنامي قدرتها على جذب الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية، من نقاط القوة التي تحسب لها، حيث لديها القدرة على القيام بدور تربوي مواز لما تقوم به المؤسسة التربوية الرسمية، ومن هنا تبرز الحاجة إلى ما يسمى بالتربية الإعلامية؛ لمحو الأمية الإعلامية لدى الجمهور العربي، ومصطلح التربية الإعلامية يختص بتعليم أفراد الجمهور مهارة التعامل مع الإعلام، وذلك لأن الإعلام ووسائل الاتصال الجديدة أصبحت مؤثرة بشكل كبير على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات الخاصة بالمجتمعات، في مختلف الجوانب، اقتصادياً وثقافياً واجتماعياً.

ولأسف، يتنشر في العالم العربي كثير من المضامين السلبية، أو ما يسمى بالإعلام السلبي، والذي يعتمد على التعميم، ونشر الصور النمطية السلبية (القولبة)، والصور المضللة، والترويج للثقافة الهابطة، والدعاية السلبية، وتقديم المعلومات المنقوصة والمغلوبة. ولكي يتم تشكيل وعي الجماهير بالقضايا التي تعنيهم، يجب



على وسائل الإعلام الاهتمام بتعليم تلك الجماهير مبادئ التربية الإعلامية؛ حتى يتسنى لهم التعامل مع وسائل الإعلام بشكل احترافي وإيجابي. وقد صرحت منظمة اليونسكو أن التربية الإعلامية هي «جزء من الحقوق الأساسية لكل مواطن في كل بلد».

وفيما يتعلق بما تقدمه التربية الإعلامية لأفراد المجتمع، فهي كالتالي:

- العناية بالوعي الإعلامي، مما يؤكد التربية على التفكير النقدي التأملي.
- التعرف على مصادر النصوص الإعلامية وأهدافها السياسية والاجتماعية والثقافية والتجارية، والسياق.
- التحليل وتكوين الآراء الانتقادية حول المواد الإعلامية.
- فهم وتفسير الرسائل والقيم التي تقدم من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
- الوصول إلى الإعلام أو المطالبة بالوصول إليه بهدف التلقي أو الإنتاج.
- اختيار وسائل الإعلام المناسبة وفقاً لفئات الجمهور المستهدف.

كما تساعد التربية الإعلامية على تكوين رأي عام قوي وجمهور مستنير، واعيّاً ببيئته وملماً بقضاياها من خلال اطلاعه على الوسائل الإعلامية، وقادراً على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن ذاته، كما يشجع على المشاركة الفعالة في المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكن الناس من تفسير المواد الإعلامية ومن تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، ونشر ثقافة الحوار.

ومن خلال التربية الإعلامية، يتاح للجمهور تصنيف المحتوى المقدم ونقده موضوعية، مما يدفع وسائل الإعلام إلى تطوير المحتوى المقدم بشكل يتناسب مع الوعي الإعلامي المتقدم لدى الجماهير، ونشر محتويات تهم الجمهور بعيداً عن «الإعلام السلبي»، ومنها ربط الجمهور بأهداف التنمية المستدامة ونشرها على نطاق واسع داخل المجتمع.



المحور الثاني: إتاحة المعلومات وتدفعها وأهداف التنمية المستدامة:

لا تنمية ولا وعي بلا معلومات، وبالتالي فإن أهداف التنمية المستدامة الـ 17 مرتبطة بشكل كبير بتوافر المعلومات وتدفعها عبر الوسائل المختلفة، وتحديدًا وسائل الإعلام المحلية والدولية؛ الأمر الذي يتطلب من الحكومات في الدول العربية التشريع بقوانين تتيح التدفق الحر للمعلومات والمعرفة، وإن هذا بدوره يعتمد على حرية التعبير للجميع عبر منصات الإعلام المختلفة.

إن مسألة تدفق المعلومات توفر المعرفة الدقيقة والموضوعية حول القضايا الجدية والمختلفة والمعنوية بها أهداف التنمية المستدامة مثل: القضاء على الفقر، والقضاء على الجوع، والمساواة بين الجنسين، والعيش في سلام... إلخ، وكما تساعد على قتل الشائعات والأخبار المغلوطة، التي من شأنها الإضرار بتحقيق تلك الأهداف، وخلق حالة من البلبلة والتضارب في المعلومات والمعرفة لدى الجمهور المستهدف.

ويساعد توافر المعلومات عبر وسائل الإعلام في صناعة رسالة إقناعية، ذات حجة قوية، باعتبار المعلومات عنصر من عناصر الإقناع، حيث يتم بناء المصداقية من خلال المعلومات. وقد ذكر «د. عمرو عبد الحميد» في كتابه بعنوان: «العداء لوسائل الإعلام.. التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور»، أن من أهم أسباب عزوف الجماهير عن متابعة المضامين المقدمة في وسائل الإعلام الوطنية هي: فقدان المصداقية في تلك المضامين، وبالتالي تضائل مصداقية تلك الوسائل لدى الجمهور، وانصراف الإعلام في تقديم ومناقشة قضايا وموضوعات تهم المواطنين وتخدمهم بشكل أساسي وانتشار الأخبار الكاذبة، بالإضافة إلى المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدي والجديد، والتي غالبًا ما تصب في مصلحة الإعلام الجديد، وتراجع المشاهدة لصالح المنصات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

وحاول «عبد الحميد» التركيز على أحد أهم الأسباب التي تؤدي إلى فقدان الجمهور المصداقية في وسائل الإعلام المصرية، وهي وجود علاقة بين تنامي ظاهرة «الأخبار المزيفة» في وسائل الإعلام وعبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتزايد الشعور بـ «العداء لوسائل الإعلام». فغياب المعلومات وعدم تدفقها بشكل صحيح وسريع



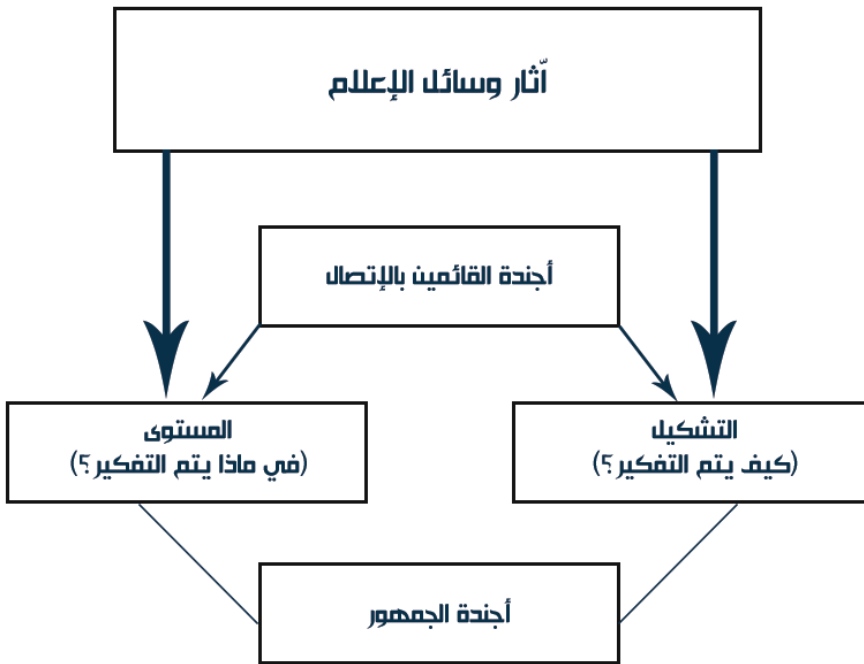
من مصادرها الأساسية وحجبها في كثير من الأحيان يساعد في نشر الأخبار المضللة، والزائفة، والشائعات، التي تتردد عبر وسائل الإعلام سواء صحف أو قنوات تلفزيونية أو مواقع إلكترونية، مما أضرت بمصداقية تلك الوسائل لدى الرأي العام، فخطأ صغير من صحفي في نشر معلومة غير صحيحة يمكن أن يؤدي إلى فقدان حياة الشخص، كما يمكن أن يؤدي التضليل الإعلامي إلى نشوب نزاع مسلح أو عنف طائفي، كما يحدث في إقليم مينا مار- على سبيل المثال. وبالتالي على وسائل الإعلام أن تتكاتف مع منظمات المجتمع المدني والهيئات الإعلامية المنظمة والسلطات المعنية من أجل تسهيل وإتاحة عملية الحصول على المعلومات وتقديمها للجمهور، لأنه وفقاً لما تم ذكره سابقاً، فإن العداء لوسائل الإعلام في المجتمعات العربية يتزايد، ويجعل الكثيرين يعزفون عن متابعة الأحداث الهامة عبر وسائله المتنوعة. وإن كان هناك ممارسات إيجابية من كثير من المحطات الإذاعة التلفزيونية بل والورقية أيضاً، في تقديم تغطية متوازنة وسريعة وثرية بالمعلومات الحقيقية، إلا أن سبب العزوف يأتي في فقدان «المصداقية» في المقام الأول، وهو الأمر الذي يتطلب من وسائل الإعلام -على وجه الخصوص- سرعة التحرك من أجل إنهاء الخصومة بينه وبين جماهيره المستهدفة، والعمل بمهنية وحرفية أكثر، وتحري الدقة في نقل الأحداث، ومحاولة تحقيق سبق ولكن ليس على حساب المضمون، والبعد عن نشر الأخبار الكاذبة، حتى يستعيد ثقة الجمهور، بدلا من لجؤهم لوسائل أخرى، ربما تساعد أكثر في نشر أخبار كاذبة تحقق مصلحة المتربصين بالوطن العربي.

المحور الثالث: وضع وترتيب أجندة وسائل الإعلام وأهداف التنمية المستدامة:

يوجد في الدراسات الإعلامية ما يسمى بنظرية «وضع الأولويات أو ترتيب الأولويات /الأجندة»، وهي تهتم بدراسة العلاقة المتبادلة بين وسائل الاعلام والجمهور الذي يتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية. وتنطلق هذه النظرية من فرضية أن لوسائل الاعلام تأثير في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة.



كما تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون بالاتصال بعض الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها. وفي المقابل تثير هذه الموضوعات اهتمامات الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها ويقلقون بشأنها. ومن ثم تكتسب هذه الموضوعات أهمية لدى الجمهور أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي تطرحها وسائل الاعلام. انظر شكل رقم (1)



شكل (1)

نظرية وضع الأجندة*ترتيب الأولويات



وقد أشار الباحثان ماكومبس وشو MC Combs, Show أيضا لدور الجمهور في ترتيب الأولويات «وضع الأجندة» حيث يقولان: «بينما تلعب وسائل الإعلام دورا رئيسيا في تحديد القضايا العامة اليومية، إلا أنها ليست بالكامل المحددة لأولويات أجندة الجمهور إذ هناك تفاعل بين الصحافة ومصادرها التي تؤثر على أولويات أجندة الصحافة، وأهم من هذا وجود التفاعلات بين الصحافة والجمهور التي تؤثر على ما هو مقبول باعتباره أولويات أجندة الجمهور».

وبناءً على ذلك، تسهم وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام ورؤيته للقضايا التي توجه للمجتمع، فمن خلال التركيز على قضية معينة وتجاهل أخرى تحدد وسائل الإعلام أولويات أفراد المجتمع في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بقطاعات متنوعة في المجتمع، ومن هنا يجب على وسائل الإعلام الوطنية السعي بقوة لطرح أولويات أهداف التنمية المستدامة عبر وسائلها المختلفة، بالإضافة لوسائل الإعلام الجديد، لتشكيل وعي الجماهير لتلك الأهداف وطرحها بقوة على أجندتهم، وأيضا العمل على تطوير محتوى عالي الجودة وإعلام الخدمة العامة، ويمكن للدول العربية السعي لإنتاج محتوى مشترك عابر للحدود فيما يخص أهداف التنمية المستدامة.

كيف يمكن للتخطيط الإعلامي أن يساعد؟

للإجابة على هذا التساؤل، أولا يجب توضيح ما هي الوسائل المعنية التي يمكن التركيز عليها لتحقيق الوعي بقضايا التنمية المستدامة. لا يمكن الفصل بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة؛ لأن لكل جمهوره المتابع له، والذي يثق في المعلومات المطروحة من خلاله، كما لأن لكل وسيلة منهم مزاياها التي يقدرها جمهوره ويتابعها بانتظام، والجمهور أيضا مفتت لعدة قطاعات وفقا لكل وسيلة. إذا، للتخطيط الإعلامي عدة محاور، ومن أبرز ما يمكن أن نوصي به التالي:

- تحديد الوسيلة الإعلامية، سواء أكانت تقليدية أم جديدة، رسمية، أم خاصة.
- لابد من إجراء بحوث للمشاهدين للوقوف على عدة نقاط هامة، وهي تحديد أن يقف الإعلام العربي من قضايا التنمية، وكيف يؤثر ذلك في الجمهور، وما المحتوى الذي يفضلهُ الجمهور، وما أهم وسائل الإعلام



- التي يفضل متابعتها... إلخ، وتلك البحوث هامة جدا إذا ما تمت بشكل علمي سليم، وتم اختيار عينة ممثلة لكل مجتمع.
- الاستعانة بنتائج الدراسات الأكاديمية الخاصة بمجال الإعلام والاتصال، وخاصة والدراسات والأبحاث التي تربط بين الإعلام والتنمية المستدامة، وتلك النتائج ستساعد بشكل كبير في وضع خطة استراتيجية واضحة المعالم، ستساعد في قيام وسائل الإعلام العربية بدورها في تشكيل الوعي وتعزيز ودعم قضايا التنمية المستدامة في الوطن العربي.
- إنتاج محتوى درامي جذاب، ويمكن أن يكون إنتاج عربي مشترك، باعتباره المفضل لدى الجمهور، وهنا يتم المزج بين الترفيه والتعليم والتنوير وربط الدراما بقضايا التنمية المستدامة بشكل غير مباشر من خلال أحداث درامية، والدراما من أكثر القوالب الفنية التي تجذب انتباه الجماهير في مختلف الدول، ولها تأثير مباشر عليهم.
- كما يمكن إنتاج برامج أو نشرات صباحية أو دردشة صباحية عبر الراديو، ويفضل بثها خلال الفترة الصباحية؛ لأن أغلب العاملين في الدولة أو القطاع الخاص يستقلون سياراتهم أو وسائل النقل صباحا، وبالتالي يمكن إرسال رسائل مختصر ومباشرة أو غير مباشرة عبر تلك الوسيلة التي يستخدمها هؤلاء.
- يمكن عمل تطبيقات عبر الهاتف المحمول، وتكون ثرية وجذابة، وتناسب مع مختلف الفئات العمرية، ويكون هدفها تعريف المستخدمين لتلك التطبيقات بأهداف التنمية المستدامة وكيف تؤثر عليهم، ويمكن أن تتضمن تلك التطبيقات مسابقات؛ لجذب أكبر قدر من الجمهور المستهدف في الوطن العربي.

الخاتمة:

من خلال الطرح السابق، يمكن القول أن الجمهور العربي إذا كان «واعيا» بقضاياها، من خلال الارتكاز على المحورين السابقين التربية الإعلامية وتدفق



المعلومات وإتاحتها له، بالإضافة إلى تفاعله مع المؤسسات الإعلامية ووسائلها المختلفة في مجتمعه الداخلي، والمجتمع العربي الخارجي، يمكنه أن يفرض أجندته الخاصة في الموضوعات التي تهمه، والتي تركز عليها في الغالب أهداف التنمية المستدامة، على وسائل الإعلام وصناع القرار.

كما أن وعي الجماهير يساعد وسائل الإعلام على اختيار الموضوعات والقضايا التي تخدم المجتمع، ويطرحها بقوة عبر وسائله المتعددة؛ وبالتالي يمكن إدراج أهداف التنمية المستدامة الـ 17 على أجندة الإعلام العربي لتصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور.

ولا يمكن أن نتغافل عن أهمية وسائل الإعلام الجديدة، التي سحبت البساط من وسائل الإعلام التقليدية، حيث عزف الجمهور عنها بشكل كبير وخصوصا الشباب؛ نظرا لغياب المصداقية، ولأن أولويات تلك الوسائل لا تتماشى مع احتياجات تلك الجماهير، وبالتالي هناك الحاجة لوجود استراتيجية جديدة من وسائل الإعلام لإشراك الجماهير في وضع أجندة وسائل الإعلام، كما على وسائل الإعلام أيضا التفاعل مع أهداف التنمية المستدامة لما فيه تحقيق لرخاء المجتمعات وتطورها، وتوفير محتوى قوي يتمتع بالمصداقية والثراء المعلوماتي والابتكار.



المراجع:

- الأمم المتحدة، أهداف التنمية المستدامة، متاح على: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/sustainable-development-goals>
- ثروت كامل: «الإعلام التربوي كأحد المجالات الحديثة لبحوث الإعلام»، الحلقة الدراسية الثانية لبحوث الإعلام، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة. 1996.
- حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية). 2002.
- عمرو عبد الحميد: العداء لوسائل الإعلام.. التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع)، يناير 2019.
- ليلى البيطار وعلياء العسالي: «مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني»، بحث مقدم في مؤتمر العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014.
- Freedom of Expression, Free Flow of Information, Freedom of Media. Organization for Security and Co-operation in Europe. 1 January 2001.
- Nai Nai, "Hostility Toward Media Can Be A Ticking Time Bomb". Fojo Media Institute, 5 November, 2018, available at: <https://fojo.se/en/news/2458-hostility-toward-media-can-be-a-ticking-time-bomb>
- Sustainable Development Goals for Communication and Information. UNESCO, available at: <https://en.unesco.org/sdgs/ci>



مسئولية الإعلام في إفساح المجال للعلماء والمثقفين لكي يشغلوا المساحة التي يستحقونها في المشهد الإعلامي تقديم الإعلامي/ السيد هاني⁽¹⁾

اسمحوا لي أن أبدأ أولاً بتوجيه الشكر الى معالي الأمين العام لجامعة الدول العربية السيد أحمد أبو الغيط ، على رعايته «ورشة العمل» هذه ، التي تعقد اليوم في رحاب الأمانة العامة للجامعة تحت عنوان «دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة». كما أتوجه بالشكر الى سعادة الوزير مفوض الأستاذ الدكتور علاء التميمي مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية بجامعة الدول العربية، والمسؤولين بقطاع الإعلام والاتصال بالجامعة على الجهود التي بذلوها لتنظيم هذه «الورشة».. التي تتناول واحدة من أهم القضايا الجديرة بالدراسة

(1) نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية الكاتب المتخصص في الشؤون الدولية عضو المجلس المصري للشؤون الخارجية.



والبحث والمناقشة. لعل الحديث عن الدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة .. يجب أن يبدأ من مسؤولية الإعلام في إفساح المجال للعلماء والمثقفين ، لكي يشغلوا المساحة التي يستحقونها في المشهد الإعلامي .. باعتبارهم الركيزة الأساسية لمشروعات التنمية .. فكرا وتخطيطا .. بالتالي فإن على وسائل الإعلام مسؤولية إلقاء الضوء على الجهود التي يبذلها العلماء في البحث العلمي ، والنتائج التي يتوصلون إليها ، حتى يستفيد منها أصحاب القرار .. ويطلع عليها الرأي العام ، فيتفاعل معها بالتمحيص والتطوير والإضافة.

كما أن على وسائل الإعلام إفساح المجال للمثقفين الحقيقيين .. وليس مدعى الثقافة .. لكي يكونوا في مقدمة المشهد الإعلامي .. هديا وتنويرا .. نظرا لأهمية الدور الذي يقوم به المثقفون في صناعة الرأي العام، والارتقاء بالمجتمعات، وبناء الإنسان .. الذي هو أداة التنمية وهدفها. هكذا يكون الإعلام إعلاما تنمويا، فاعلا، ومساهما حقيقيا في تحقيق برامج وأهداف التنمية المستدامة.

لعل بذلك أحاول أن أضع أصبعي على «جرح» برامج التنمية في عالمنا العربي .. الذي أراه في إقصاء العلماء والمثقفين عن صدارة المشهد الإعلامي .. ليحتله بعض مدعى الثقافة الذين يبحثون عن «الوجاهة الاجتماعية» .. أو بعض المتسلقين الذين يسعون الى تولي المناصب.

لا نريد لوسائل الإعلام العربية، أن يصبح حالها أشبه بحال المياه الآسنة.. تطفو فيها الشوائب على السطح ، بينما يستقر في القاع كل ما هو نفيس.. ! وكما أن تجرع «المياه الآسنة» يشكل خطرا على حياة الإنسان.. فإن متابعة الإعلام الذي تطفو فيه الشوائب على السطح ، تشكل خطرا على حياة المجتمعات، فتضل وتسقط ..!

لابد أن نعترف أن «صدمة» مجتمعاتنا العربية كبيرة فيما أصبحت تقدمه وسائل الإعلام العربية .. لأنه في الوقت الذي كانت مجتمعاتنا تنتظر فيه تطورا إيجابيا في الرسالة الإعلامية ، يتناسب مع التطور السريع في التكنولوجيا ووسائل الاتصال الذي شهده العالم في الفترة الأخيرة.. فإن العكس هو الذي حدث.. حيث فوجئنا بالساعين الى الشهرة يتكالبون على تقديم البرامج التليفزيونية..



وفوجئنا بـ «البهلوانات» يقدمن الفتاوى الدينية، ومدعى الثقافة ينتحلون صفة «الكاتب» و «الشاعر» و «الأديب» ..

أما في الإعلام الورقي.. فقد انحدرت اللغة بدرجة كبيرة.. فأصبحت المقالات تكتب بلغة ركيكة ، تختلط فيها أحيانا الفصحى بالعامية.. وتغيب عنها الفكرة الصائبة أو المعلومة المفيدة.. بعد أن احتكر الكتابة في صفحات الرأي أسماء بعينها .. وكأنهم هم وحدهم أصحاب الحق في التعبير عن الرأي، وليس بقية الناس !.. لاشك أن ذلك قد انعكس سلبا على حياتنا الثقافية.. فتراجعت الثقافة خطوات كثيرة الى الوراء.. بعد أن عاشت عصورا ذهبية، عندما كانت مقالات الصحف يكتبها عمالقة الأدب والثقافة، كالكتور طه حسين، وعباس محمود العقاد، وتوفيق الحكيم، وكامل الشناوي.

لابد هنا من الإشارة أيضا الى أن بعض مؤسساتنا الثقافية قد ساهمت هي الأخرى بدور في تراجع الثقافة العربية.. عندما فتحت أبوابها لأنصاف المثقفين الذين يمتلكون شبكة علاقات عامة قوية.. استطاعوا بها شغل قاعات الأوبرا تحت عناوين براقة .. «صالون ثقافي» أو «أمسية شعرية».. بينما الثقافة والشعر منهم براء.. كما استطاعوا جلب كاميرات التلفزيون لتصوير تلك المشاهد الهزلية.. كي يتصدروا بها المشهد الإعلامي تحت عباءة المثقف أو الشاعر.. بينما هم في الحقيقة خصوم الثقافة.. وهم الحشائش الضارة في حقل القمح !..

أقول إنهم «خصوم الثقافة» لأن كل من يسعى عن طريق العلاقات العامة.. أو عن طريق وساطة من أصحاب السلطة.. كي يحتل مساحة لا يستحقها في الإعلام ، فيبدو للناس في «عباءة المثقف» .. هو في الحقيقة يلحق الضرر بالثقافة !..

من هنا تأتي أهمية هذه اللقاءات التي تنظمها إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية بجامعة الدول العربية ، التي لا تقتصر فقط على أهمية الموضوعات التي تطرحها للبحث أمام نخبة من المثقفين والمفكرين العرب.. بل لكونها تأتي في فترة ، أحسب أن حياتنا الثقافية على امتداد الوطن العربي تتعرض فيها الى عواصف ترابية.. محملة بغبار «الغرباء على الثقافة».. الذين ينتمون الى أوساط شتى.. يريدون ارتداء «عباءة المثقف».. لعلها تزيدهم وجاهة وبهاء..



لم يحصلوا عليه من أموال جمعوها ، أو مناصب وصلوا إليها، أو شهرة اقتنصوها من بعض وسائل الإعلام ..!

ستظل «عباءة المثقف» هي أغلى وأثمن ما يمكن أن يقتنيه إنسان .. وسيظل «أهل العلم» في المرتبة الثانية بعد الأنبياء والرسل .. وسيظل فعل الأمر «اقرأ» أول تكليف من الله للإنسان .. كلفه به قبل الصلاة والزكاة وحج البيت ..! لعلنا نلاحظ أن الله سبحانه وتعالى أمر الإنسان بالقراءة .. قال تعالى «اقرأ» .. ولم يأمره بالإيمان .. قال تعالى : «فمن شاء فليؤمن ومن شاء فليكفر» - الآية 29 سورة «الكهف» ..

لعلنا نلاحظ أيضاً أن الله سبحانه وتعالى قد كرم العلماء ، وجعل لهم منزلة خاصة .. قال تعالى في سورة فاطر - الآية 28 : «إنما يخشى الله من عباده العلماء» فأين هي «منزلة» العلماء والمثقفون في وسائل الإعلام العربية ..؟ مهمشون .. ومستبعدون ..!

تلك إذن هي القضية التي تستحق أن نناقشها اليوم ، ونحن نلتقى على مائدة البحث حول «دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة».. لأن الخطر الحقيقي على برامج التنمية، هو «تهميش وإقصاء» العلماء والمثقفين.. بينما هم القادرون على قيادة عمليات التنمية نحو تحقيق أهدافها.

بقي أن أسجل التوصية التي أحسب أنها ضرورية في هذه الفترة التي نمر بها .. وأتوجه بها الى سعادة الوزير مفوض الأستاذ الدكتور علاء التميمي مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية بجامعة الدول العربية.. وهي تنظيم مثل هذه اللقاءات بصورة دورية منتظمة.. في فترات متقاربة.. يشارك فيها نخبة من العلماء والمثقفين والمفكرين العرب.. لعلها تكون بمثابة جبهة جديدة من جبهات العمل العربي المشترك ، في الدفاع عن الثقافة العربية.. من أروقة الأمانة العامة لجامعة الدول العربية.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،



الإدارة الاستراتيجية للإعلام التنموي: رؤية واقعية لمواجهة تحديات التنمية المستدامة.

تقديم/ الباحث والإعلامي عبدالمنعم حلاوة⁽¹⁾

منذ ما يزيد عن أربعة أعوام أطلقت الأمم المتحدة برنامج طموح للتنمية المستدامة تضمن 17 هدفا، تعهدت قادة العالم بالعمل على بلوغ وتحقيق هذه الأهداف، بحلول عام 2030.

وبجانب الأهمية الكبيرة لهذه الأهداف ودورها في تنمية الدول وتوفير رؤية وإطار عمل واقعي نحو المستقبل لتحسين حياة الشعوب، منذ إطلاقها في قمة خاصة بالأمم المتحدة بحضور قادة الدول في سبتمبر 2015، إلا أن تحقيق هذه الأهداف له تبعات تتحملها الأجيال الحالية، والتي قد لا تدرك أهمية ما يجري العمل عليه الآن من برامج وخطط ودورها في بناء مستقبل أفضل.

(1) ماجستير في الإدارة الاستراتيجية للمؤسسات الإعلامية ومدرّب إعلامي متخصص في إعداد الكوادر البشرية الإعلامية والهيكّل الوظيفي وصحفي متخصص في هيئة الإذاعة البريطانية بي بي سي.



وقد يترتب على ذلك أن يتطور الأمر إلى خلق نوع من المقاومة والرفض لبرامج التنمية والتشكيك فيها وعدم الرغبة في تحمل تبعاتها وما تفرضه من سياسات اقتصادية قاسية وإجراءات مالية صارمة.

من يتحمل تكلفة التنمية؟

وبحسب تقارير الأمم المتحدة فقد قدمت 10 دول عربية فقط تصورات واضحة حول برامج التنمية المستدامة، ومن المقرر أن تقدم 7 دول عربية أخرى برامجها في يوليو المقبل.

وتتضمن الرؤى العربية أربعة محاور:

- تعزيز النمو الاقتصادي الشامل لكافة فئات المجتمع بما يسمح بالقضاء على الفقر المدقع.

- تحقيق تنمية اجتماعية شاملة خاصة في التعليم والصحة والخدمات الاجتماعية.

- الاهتمام بقضايا البيئة والتغيرات المناخية وتحسين ظروف الحياة.

- احترام دولة القانون والالتزام بقواعد الحوكمة وتطبيقها دون استثناءات.

وعلى الرغم من أن المحاور الأربعة السابقة أوجزت الرؤى الخاصة بالأهداف إلا أننا نحتاج أيضا لوضع تصور شامل للتنفيذ والمتابعة أيضا ومن الجدير بالذكر أن المتابعة من أهم المراحل لضمان التحسين المستمر.

ويلعب الإعلام دورا هاما بل ربما يكون رأس الحربة في بلوغ هذه الأهداف وتحقيق النجاح وسد الفجوة بين الحكومات والشعوب، وتعزيز الحوار المجتمعي ومد جسور الثقة بين مكونات المجتمع حتى تفهم وتدرك حقيقة وأهمية ما يجري وضرورة تحمل هذه التبعات لبلوغ مستقبل أفضل، وشرح التبعات والفوائد التي ستعود على الجميع من تطبيقها.



صراع الأمم نحو التنمية:

وللأسف مازال هذا الدور غائبا إلى حد ما، إما بسبب قصور في وسائل إعلامنا الوطنية والرسمية، أو بسبب وجود منافسة من وسائل إعلام أخرى، سواء الاعلام الاجتماعي أو إعلام تابع لكيانات وتنظيمات وربما دول تعمل على تشويه الحقائق وتحريض الشعوب ضد حكوماتها، واستغلال الأخطاء والأزمات لبث الفتنة وتعطيل البرامج التنموية والخطط الحكومية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة. وتنتهج بعض الدول هذا السلوك العدواني، لأنها قررت تحويل السباق نحو التنمية إلى صراع من أجل الموارد لتحقيق التنمية لها دون الاكتراث ببقية الدول. وهدفها السيطرة على أكبر قدر من الموارد أو فتح أسواق لمنتجاتها أو جذب الاستثمارات والشركات الأجنبية إليها، وفي نظر الكثير من الدول والقوى الدولية والاقليمية، لا يتحقق هذا إلا بإضعاف الدول الأخرى وتحويلها إلى مستهلك وسوق مفتوحة.

دراسة تكلفة التنمية:

ومن المعروف أن الفئات التي تتحمل تكلفة التنمية وتعاني من ما تفرضه من سياسات وإجراءات ربما تكون هدفا رئيسيا لهذه الحروب والصراعات، نظرا لثقل وطأة هذه التكلفة وعدم تحقيق الثمار المرجوة منها على المدى القصير. وأصدر صندوق النقد الدولي دراسة حديثة حول تكاليف التنمية المستدامة، أجراها على 155 دولة، منها 34 دولة متقدمة و72 دولة ذات اقتصاد ناشئ و49 دولة منخفضة الدخل.

شملت الدراسة خمسة مجالات رئيسية لتحديد تكلفة تطويرها حتى تتوافق مع معايير التنمية المستدامة لعام 2030، وهي التعليم والصحة والطرق والكهرباء والمياه.

وخلصت الدراسة إلى أن الدول منخفضة، والتي تقع الغالبية العظمى من الدول العربية في نطاقها، في حاجة إلى زيادة انفاقها على هذه المجالات بنسبة تصل إلى 15% من إجمالي الناتج القومي.

ويعد التعليم وتحسين الطرق هي المجالات الأكثر احتياجا لزيادة الإنفاق في



هذه الدول، وتتطلب حوالي 4% لكل منها من إجمالي الدخل القومي. ثم تأتي الصحة في المرتبة الثانية وتتطلب 3%، ثم الكهرباء وتحتاج 2%، وأخيرا المياه تحتاج إلى 0.1%

وبعملية حسابية بسيطة للدول الأقل دخلا التي شملتها الدراسة فسنجد أنها تحتاج إلى حوالي 500 مليار دولار (نصف تريليون دولار) سنويا، وهو رقم ضخم ليس من السهل الوصول إليه وتوفيره، وكذلك سيخلف أثارا كبيرة على الشعوب. وهذه الدراسة استرشادية وذات دلالة هامة لإظهار حجم التحدي وضرورة توفير الموارد اللازمة للتنمية، وهو ما يتطلب خطة طموحة من الحكومات لترشيد الإنفاق ومراجعة شاملة لكفاءة الإنفاق العام، وزيادة الإيرادات بشكل سريع والحل الأمثل هو زيادة حصيله الضرائب والإيرادات السيادية للدولة وتقليص الدعم الحكومي، وتطبيق سياسات مالية تقشفية صارمة.

إعلام وطن وليس دولة أو مواطن:

وبناء على هذه الدراسة فإن الوضع صعب ويحتاج إلى تحرك سريع وفعال، وهو ما يستلزم خطة استراتيجية إعلامية لتوعية الشعوب بخطورة الموقف والحاجة إلى تحمل تبعات التنمية وشرح الأهداف والفوائد التي ستعود بالنفع عليهم سواء على المدى القصير أو الطويل.

ويجب أن تفرق المؤسسات الإعلامية بين أن تكون إعلام دولة، تتبع الحكومات بشكل أساسي، أو إعلام مواطن، تهتم فقط بتقديم ما يريده المواطن والمتلقي واللهث وراء مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة التردد والشائعات عليها، وبين أن تكون إعلام وطن يخدم الجميع بلا استثناء وتضع مصلحة الدولة ومصلحة المواطن على قدم المساواة من اهتمامها.

وأن تعد جيدا آلياتها وتحدد رسالتها ورؤيتها وأهدافها، بشكل واقعي وبما يتماشى مع المطلوب منها والمأمول فيها.

ويجب أن يكون هناك برنامج عمل إعلامي واضح وإدارة استراتيجية واعية بتحديات المرحلة وقادرة على مواجهة التحديات وكذلك لعب دور رقابي على الجهات التي تطبق هذه الاستراتيجيات الجديدة وتكون ترمومتر يرصد التقدم على



الأرض، ويتعامل مع الآثار السلبية التي تظهر ويكون حلقة الوصل بين واضعي السياسات ومنتخذي القرار وبين من يطبقونه ومن يتحملون تبعاته وتكلفته.

محو الأمية التنموية:

وبناء على ما سبق إن المؤسسات الإعلامية يجب أن تبدأ أولاً بمحو الأمية التنموية للعاملين فيها، وتدريبهم وتعريفهم بتحديات التنمية المستدامة وأنها لا يمكن فصلها عن كل المجالات، السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والرياضية وحتى الترفيهية، وعندما تمتلك الكوادر الإعلامية المؤهلة والقادرة على القيام بمهام التنمية وتعزيزها، سنستطيع أن ننقل الرسالة الإعلامية ونحقق أهدافنا التنموية بشكل واقعي وقوي.

كما ستمكن المؤسسات الإعلامية من استعادة الثقة المفقودة بعض الشيء بينها وبين الجمهور العربي، والذي بدأ يتجه للبحث عن المعلومات من مصادر أجنبية وخارجية، بعضها يستغل هذا الموقف لبث الإشاعات والأكاذيب والتي تؤدي إلى الفوضى التي تعطل خطط وبرامج التنمية.

فضلا عن وجود بعض وسائل الإعلام العربي التي تعمل وفق أجندات خاصة وهدامة للتأثير على المشاهد العربي ومهاجمة حكومات عربية والتشكيك فيها لمصالح أيديولوجية أو ممارسة نوع من الهيمنة الإعلامية أو التحالف مع قوى إقليمية تضر بمصالح بعض الدول العربية.

مما أشعل حرب مصطلحات وحرب شائعات وحرب أخبار كاذبة وتحليلات وتفسيرات غير واقعية وسيئة لكل القرارات التي تتخذها الحكومات والأنظمة في محاولة للتشكيك فيها، والتأثير عليها، وتحولت وسائل الإعلام هذه إلى صانعة الأزمات والفوضى، وليست صانعة الحدث المفيد والعملي والذي يساعد في تحقيق خطط وأهداف التنمية.

لذلك يجب العمل سريعا على اتخاذ موقف عربي موحد من هذه المؤسسات الإعلامية سواء الأجنبية أو العربية، وفضح ممارساتها والحد من تأثيرها، واتخاذ موقف رسمي وشعبي منها، حتى تعود إلى رشدها وتصطف في الجانب الصحيح الذي يخدم مصالح وقضايا الدول العربية أولا.



خصوصية التنمية في كل دولة:

وانطلاقاً من هذه الرؤية يجب على أن يعمل إعلامنا التنموي الوطني على مراعاة خصوصية كل دولة، في مواجهة قضاياها التنموية بالطريقة التي تتناسب مع طبيعة المجتمع وثقافته وكذلك مواردها المتاحة والإجراءات السريعة التي يجب أن تتخذها لإنقاذ الموقف.

ويجب أن يساعد الإعلام التنموي متخذ القرار في تحديد الأولويات ووضع آلية العمل الجاد لتحقيق الأهداف، والتصدي للسياسات الفاشلة وإبراز نقاط الضعف لمواجهتها ونقاط القوة لتعزيزها، وكشف جرائم الفساد وإهدار المال العام، وأن يكون صوت الجمهور ويوفر منصة قوية ومؤثرة لمشاركة الجمهور في اتخاذ القرار وتصحيح الأخطاء.

فإجراءات مثل زيادة الموارد الضريبية، تتطلب مشاركة مجتمعية لمعرفة أفضل الطرق والتوقيتات لفرض الضرائب وتوزيع العبء الضريبي، وتوصيف جيد للقاعدة الضريبية وتوطين التنمية المستدامة داخلياً بتعبئة الموارد المحلية وحسن إدارتها واستغلالها فيما يعرف بمحلية التنمية.

كما تعمل أيضاً على تعبئة الرأي العام لتحمل مثل هذه الإجراءات، ويمكن للنقاشات والحوار المجتمعي الذي يتم من خلال الإعلام بمنصاته المختلفة (المرأى أو المسموع أو المقروء، أو حتى منصات الاعلام الاجتماعي التفاعلية) أن تلعب دوراً هاماً ومؤثراً في توجيه الصحيح لهذه الإجراءات وشرح أهميتها ودورها وكيفية مواجهة أثارها السلبية على الغالبية العظمى من المواطنين، الذين قد تسحقهم مثل هذه الإجراءات بلا رحمة.

بالإضافة إلى توفير البدائل مثل تيسير القوانين الضريبية وآليات وأساليب التحصيل وتبسيط الإجراءات والتخلص من القوانين واللوائح المعقدة، واستحداث أنظمة تكنولوجية متطورة تقلل التهرب الضريبي. فضلاً عن مواجهة إهدار المال العام ومحاربة الفساد وعدم كفاءة الإنفاق وتسرب أموال الدولة.



الإدارة الاستراتيجية:

وبعد وضع الخطط فإن تطبيقها يستلزم أيضا إدارة استراتيجية فعلا، ونظرا لأن الإدارة الاستراتيجية تهتم بتحقيق رسالة المؤسسة ورؤيتها وأهدافها على المدى القصير والطويل، من خلال وضع خطط شاملة تهتم بدراسة كل عوامل القوة والضعف سواء في الداخل أو الخارج والمؤسسات والكيانات المنافسة، وتوازن ما بين الموارد المتاحة والأهداف المرجوة لقيام المؤسسة. فإن هذا النهج قد يكون مفيدا وتطبيقه ملحا داخل المؤسسات الإعلامية للمساعدة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وذلك من خلال عدة محاور هامة:

1. إتاحة المعلومة والمسؤول:

تمثل إتاحة المعلومات الهامة والضرورية للجمهور حول البرامج التنموية وأهدافها وأهميتها وجدواها لهم، عاملا حاسما في تعزيز خطط التنمية وتحقيق التنمية المستدامة. فضلا عن القدرة على مواجهة وسائل الإعلام المنافسة والاعلام الاجتماعي الذي قد يتخذ اتجاه مضاد لتعطيل مسيرة التنمية، سواء كان مدفوعا من الداخل أو الخارج.

وهذا يكون بإتاحة المسؤول الرسمي القادر على شرح ومتابعة خطط وبرامج التنمية التي يشارك في وضعها، وكذلك الرد على التساؤلات التي تجول بخاطر المواطنين، وتقديم كشف حساب دائم حول مدى نجاعة هذه الخطط وفشلها. وكشفت العديد من الأحداث الأخيرة أزمة وسائل الإعلام العربي في مواجهة الإعلام الغربي، نظرا لنقص المعلومات وتحول إعلامنا إلى رد فعل وتحول إلى منابر للتبرير وتكذيب ما ينشره الآخر سواء كان صحيحا او شائعات، بدلا من أن يأخذ زمام المبادرة ويقود هو الرأي العام ويوجهه في قضايا هامة وملحة.

2. إعلام إدارة الأزمات:

تساعد الإدارة الاستراتيجية الاعلام التنموي في رسم الخطط الواضحة للتصدي لهجمات الإعلام المضلل وسرعة التحرك والمرونة والقدرة على العمل في أي وقت وفي مختلف الظروف وخاصة وقت الأزمات التي تواجه الدول وهجمات الأخبار



الكاذبة وبث الشائعات والاحباط والدعوة إلى الفوضى ورفض جميع الإجراءات التي تتخذها الحكومات.

كما تعمل الإدارة الاستراتيجية على تعزيز التكامل بين الإعلام ومتخذي القرار وبين المجتمع، والبحوث والتطوير واستخدام التكنولوجيا الحديثة لضمان تحقيق الأهداف الإعلامية والرسالة التي يريدها.

لذلك يجب أن يكون هناك وعي إعلامي بكيفية التعامل مع الأزمات والمشكلات التي تخلفها البرامج التنموية وتأثيرها على القطاع الأوسع من المواطنين الذي يعد هدف التنمية وكذلك وقودها وأدواتها.

3. تعزيز دور شباب الإعلاميين:

الشباب هو وقود التنمية والمستفيد منها على حد سواء، وفي الإعلام يمثل الشباب العنصر الحيوي الفاعل في العملية الإعلامية كما أنهم من سيقودون اللواء مستقبلا ويكملون مسيرة التنمية، وتأهيلهم وتدريبهم وإعدادهم جيدا فيظل خطط استراتيجية واضحة ثم منحهم الثقة والانطلاق إلى ميدان العمل بقوة، سيساهم بقوة في تطوير الرسالة الإعلامية التنموية وتحقيق كل الأهداف والتصدي لكل العقبات.

فالاستدامة، تعني ضمان حق الأجيال القادمة من الموارد المتوفرة، وليست لحيل واحد، بما يضمن التوازن والاستمرارية والحفاظ على الموارد من النفاذ والاستهلاك الجائر، وهي نظرة مستقبلية تحتاج إلى شباب قادر على العمل مستقبلا لتحقيقها.

4. التكامل مع التواصل الاجتماعي:

من الأخطاء الشائعة اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي منافسة لوسائل الاعلام التقليدية، وهي معركة خاسرة قبل أن تبدأ، والأفضل هو التكامل معها واستغلالها وادماجها في الخطط الاستراتيجية لإدارة التنمية وتحويلها لأداة فعالة في معركة التنمية.

وأثبتت التجربة أنه على الرغم من أن أمريكا هي مهد وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن دولاً أخرى، مثل روسيا، استغلتها بشكل جيد وفعال وأثرت في أمريكا نفسها إلى الحد الذي جعل الولايات المتحدة تفتح تحقيقاً خاصاً في تأثير روسيا في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2016، ونجاح دونالد ترامب، من خلال



وسائل التواصل الاجتماعي، وهو تحقيق الذي لم ينتهي كليا حتى الآن. إذا يمكن ببعض التخطيط والوعي استغلال وسائل التواصل الاجتماعي وتحويلها من منصات معادية لنشر وترويج الشائعات واستهداف شعوبنا بالشائعات والمعلومات والأخبار المضللة، إلى وسائل فعالة لتحقيق أهداف التنمية والحفاظ على مناخ إعلامي صحي وقوي.

5. التنمية السياسية:

من الركائز المهمة عدم الفصل بين التنمية السياسية والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، والتنمية السياسية تعرف بترسيخ الاستقرار والحياة الدستورية وتدعيم دولة القانون وفصل السلطات، والتنمية السياسية المستقرة القوية تمهد الطريق بفاعلية إلى تنمية اقتصادية ناجحة وفاعلة لسد الحاجات الأساسية للأفراد، وتسد أبواب الفساد والفسوض وإهدار المال العام وتعزز من مبدأ العدالة وتوزيع الثروة والأعباء وكذلك العدالة في توزيع ثمار التنمية وفوائدها.

وجميع ما سبق يعزز من ثقة الفرد في الدولة ومؤسساتها، وينتج عن هذا مشاركة فاعلة في التنمية والقدرة على تحمل تبعاتها ومتطلباتها بصبر ويقين. وتساهم وسائل الإعلام بمختلف أنواعها في تنمية القيم الديمقراطية من خلال تشجيع المشاركة والتعبير عن الرأي والرأي الآخر وتشكيل الرأي العام والمساعدة للوصول إلى النضج والوعي السياسي، وهو المدخل الصحيح لتحقيق ارادة الانسان وتحديدتها ويعتبر من الدعائم الرئيسية التي تركز عليها عملية التنمية في اي مجتمع.

الجلسة الثانية:

المحور الثالث: عرض التجارب الناجعة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة

- تجربة الأمانة العامة بإنشاء المرصد الإعلامي للتنمية المستدامة على موقع الأمانة العامة لجامعة الدول العربية. تقديم وزير مفوض / أد. علاء التميمي - مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية.

المحور الرابع: مناقشات مفتوحة (عصف فكري) حول: متطلبات تحقيق الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030.

المداخلات

1. الدكتور/ محمد النصور- مدير إدارة التفتيش بقطاع الرقابة المالية.
2. الإعلامية/ أمل مسعود- نائب رئيس الإذاعة المصرية.
3. الإعلامي/ عقاب محمد نجم الشمري- وزارة الإعلام- دولة الكويت.
4. الأستاذة/ فتحية أوقيرتي- وحدة الدراسات والمسوحات الميدانية الاجتماعية بقطاع الشؤون الاجتماعية.
5. الإعلامي/ شريف عبد الوهاب- أمين عام شعبة الإذاعين العرب.
6. الدكتور/ ياسر الأنصاري- نائب رئيس مؤسسة الأهرام المصرية.
7. الإعلامية/ ابتسام مصطفى- المدير التنفيذي لمؤسسة صوت النيل الإخبارية.
8. الإعلامية/ فاطمة غندور.
9. الأستاذة/ منال ماهر الجميل- عضو البرلمان العربي المصري.
10. الإعلامية/ منى الوكيل.
11. الصحفي/ محمد جمال.
12. الصحفي/ أحمد داود سلمان.
13. الإعلامي/ يعقوب يوسف الروسي- رئيس إذاعة إمارات (FM) أبوظبي للإعلام- دولة الامارات العربية المتحدة، والأمين العام المساعد لشعبة الإذاعين العرب.





رحب وزير مفوض / أ.د. علاء التميمي- مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية بالسادة المشاركين بأوراق علمية في ورشة العمل المتخصصة، منوها إلى أهمية الورشة والحوار المفتوح والعصف الفكري بين أهل العلم من أساتذة وأكاديميين وسياسيين وشخصيات إعلامية للتنبؤ واستشراف المستقبل بشأن كيفية تفعيل دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، كذلك بيان الخطوات والإجراءات اللازمة للحد من التداعيات الخطيرة لهذه الظاهرة، كما أستعرض التساؤلات المطروحة للنقاش ضمن ورشة العمل، ثم أعطى الكلمة للمشاركين بمداخلات لعرض آرائهم، وعلى النحو الآتي:



مداخلة الدكتور محمد النصور⁽¹⁾

لقد بدى واضحا وأنا أشارك في هذه الورشة المهمة هو التحوار حول كيفية عمل الاعلام التنموي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة ، حيث درج الباحثون في علم الاتصال عموما وعلم الاعلام على وجه الخصوص بالبحث عن العلاقة مع التخصصات والعلوم الأخرى وفهم الدور الذي ممكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تفعيل العلاقات بينها وبين جمهورها خصوصا اذا كان الجمهور بمفهومه العام يمثل عنصرا اساسيا في نجاح الوظائف التي تقوم بها. وحيث أن الاعلام التنموي يعد فرعا هاما من فروع النشاط الإعلامي الذي بالتأكيد يلعب دورا حيويا في إحداث التحول الاجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث حيث ساعدت الظروف الدولية في سعى المجتمعات الى الحصول على استقلالها الذي اصبح جزءا من هذا الاستقلال التنمية الشاملة تزامن مع تعدد وتنوع وسائل الإعلام التي اصبحت تستخدم للتأثير على المجتمعات وتنميتها وتطويرها.

وعلى هذا الأساس تحاول الورشة أن تبحث عن العلاقات التأثيرية للإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة والتي هي بالتأكيد نظره شاملة حول الموارد الموجودة في الارض وكيفية الترشيد باستهلاكها لضمان بقائها وديمومتها للأجيال القادمة اي أهداف التنمية المستدامة والمكونة من 17 هدفاً وُضعت من قبل منظمة الأمم المتحدة، وقد ذُكرت هذه الاهداف في قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة في 25 أيلول/سبتمبر 2015 وفي 1 كانون الثاني / يناير 2016 دخلت حيز النفاذ، كما أدرجت أهداف التنمية المستدامة ال 17 في خطة التنمية المستدامة لعام 2030. وعموما تترابط هذه الأهداف العريضة فيما بينها على الرغم ان لكل منها أهداف صغيرة محددة خاصة به، تمثل في مجموعها 169 غاية.



(1) مدير إدارة التفيتش- الأمانة العامة لجامعة الدول العربية .



وتغطي أهداف التنمية المستدامة مجموعة واسعة من قضايا التنمية الاجتماعية والاقتصادية (الفقر - الجوع - الصحة - التعليم - تغير المناخ - المساواة بين الجنسين - المياه - الصرف الصحي - الطاقة - البيئة - العدالة الاجتماعية ، وعلى الرغم من أن أهداف التنمية المستدامة ليست ملزمة قانوناً، إلا أن الحكومات تأخذ زمام ملكيتها وتضع أطر وطنية لتحقيقها. ولذا فالدول هي التي تتحمل المسؤولية الرئيسية عن متابعة التقدم المحرز واستعراضه، مما يتطلب جمع بيانات نوعية — يسهل الوصول إليها — في الوقت المناسب، بحيث تستند المتابعة والاستعراض على الصعيد الإقليمي والعالمي.

وعلى هذه العلاقة التبادلية قامت هذه الورشة لبحث كيف يمكن توظيف الإعلام في إطاره التنموي نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة أي كيف يؤثر على إقلال معدلات الفقر والجوع من خلال الاعلام وبالتالي تحقيق اهداف التنمية المستدامة على سبيل المثال. وقد يأتي التساؤل هنا عن الخلق والموارد وكيف أن الله عز وجل قد أوضح منذ هبوط سيدنا آدم على الأرض أهمية الكد والتعب في سبيل توفير المأكل والملبس والاحتياجات الأخرى بعد أن كان ينعم في الجنة في نعيم دائم حيث اللزمان واللامكان حيث كان الاثنان يأكلان ويشربان دون قيود تذكر باستثناء الشجرة التي نهاهما الله عنها والتي عصيا بهما أمر الله سبحانه وتعالى حيث هبطا من جنة لا اقتصاد فيها ولا موارد محدودة إلى حيث المكان والزمان والليل والنهار والجوع والعطش والحياة والموت وحينها وجد آدم نفسه في مكان محدود رغم حاجته الظاهرة واكتشف بعد حين أن الموارد المتاحة على وفرتها لن تكفي نسله بسبب تجاوز حاجات ورغبات ذريته حجم تلك الموارد.

وعلى تلك الخطى التي سارت بها البشرية يعيش العالم الحديث اليوم ما شعر به سيدنا آدم من أن الإنسان أصبح يفسد في الأرض ويبالغ في صراع الحاجات والرغبات أمام الموارد المتاحة ومدى وفرتها للأجيال القادمة والتي أصبحت تعرف ضمن أهداف التنمية المستدامة. وقد أتى ذلك حين تنبه البشر عن سوء استغلال البشرية للموارد مما أورثت الجوع والفقر وغيره. ولم تدرك البشرية أن وضع تصورات للحفاظ على الموارد هو العقاب حيث بين القرآن في سورة البقرة 155 قوله تعالى : وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ



وَالثَّمَرَاتِ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ». وفي الوقت ذاته بين الله عز وجل أنه مكلف برزق العباد طالما يعبدونه حق عبادته بل تجاوز ذلك الى الدواب الذي تؤكد سورة هود 6 حين بين الله عز وجل بكتابة بقوله تعالى «وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا وَ كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ»

ومع صراع البشرية في العصر الحديث في الحفاظ على الموارد يأتي قوله تعالى: «وإن تعدوا نعمة الله لا تحصوها» النحل 18 يخبر الله عز وجل عن عجز العباد في تعداد النعم فضلا عن القيام بشكره ، الأمر الذي يبحث نحو أهمية ضرو وجود اقتصاد في الدنيا يقوم على حسن إدارة الموارد في ظل وجود الرغبات اللامتناهية للبشر و الموارد المحدودة والتي أوجدها الإنسان بنفسه نتيجة طمعه وشجعه فتجد شعوبا تعاني التخمة في الوقت الذي تعاني شعوبا أخرى شبح الجوع والموت وما كان ليظهر ذلك دون الانسان نفسه وما كسبت يداها وقد أوضحها الله عز وجل في كتابه «ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ» (الروم41-) وهذا مثال تظهره انتشار ظاهرة التبذير والإسراف في الطعام خصوصاً في السنوات الأخيرة؛ حيث تقدر قيمة الفاقد والهدر الغذائي بالمملكة العربية السعودية بـ«49.833 مليار ريال سنوياً حسب الورقة المقدمة من وزارة الزراعة في ورشة الحد من الفاقد والهدر الغذائي، وعلى الرغم من وجود عدد من الجمعيات الخيرية التي تساهم في حفظ الطعام.

وعموما تظهر قصة سيدنا يوسف أيضا معنى الاعلام التنموي بالتعريف بالمشكلة الاقتصادية لمصر أمام الناس وطرق علاجها وما على المجتمع أن يعمل في الحفاظ على النعم وضمان ديمومة الحياة لمجتمع آمن بالوحدانية وما أرسل الله من معجزات على سيدنا يوسف الصديق حين أوضح كتاب الله في سورة سيدنا يوسف: (يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعُ عِجَافٍ وَسَبْعِ سُنبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَاتٍ لَّعَلِّي أَرْجِعُ إِلَى النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ، قَالَ تَزَرَّعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرَوْهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ)

يوسف -46 47



وقد كان تعبير يوسف لهذه الرؤيا دقيقاً ومحسوباً، حيث كانت البقرة في الكتب الفرعونية القديمة مظهر النعمة والغنى.. وحيث البقرات سماناً فهذا تأكيد دليل على كثرة النعمة، أما عجافاً دليل على الجفاف والقحط، وهجوم السبع العجاف على السبع السّمان يتطلب الاستفادة من ذخائر السنوات السابقة. وسبع سنبلات خضر وقد أحاطت بها سبع سنبلات يابسات يوضحان فترة النعمة وفترة الشدة، إضافة إلى خزن المحاصيل في سنابلها لئلا تفسد بسرعة وليكون حفظها إلى سبع سنوات ممكناً. وهنا تجلى القول الرباني بالعمل المباشر على زراعة القمح في مصر والاقتصاد في مصرفه ليظهر التخطيط الدقيق بما ينبغي عمله في المستقبل و(قال تزرعون سبع سنين دأباً فما حصدتم فذروه في سنبله إلا قليلاً مما تأكلون). ثمّ أنّه يحلّ بكم القحط لسبع سنين متوالية فلا أمطار ولا زراعة كافية، فعليكم بالاستفادة ممّا جمعتم في سنّي الرخاء (ثمّ يأتي بعد ذلك سبع شداد يأكلن ما قدّمتم لهنّ. ولكن عليكم أن تحذروا من استهلاك الطعام (إلا قليلاً مما تحصنون).

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته



مداخلة/ الإعلامية أمل مسعود⁽¹⁾

في البداية تحياتي للأمانة العامة لقطاع الإعلام والاتصال إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية بجامعة الدول العربية على ورشة العمل المتخصصة بشأن دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة .

- الإعلام هو شريك في مشروع تحقيق التنمية المستدامة ويعد الوسيلة الأكثر فعالية للوصول إلى الجماهير وصناع السياسات ودعم مسارات التنمية المستدامة .

- فكلما كان الإعلام قوي كلما تحقق بالفعل التنمية المستدامة ، سأركز في ورقة العمل علي ما تم عمله بالفعل من خلال أفكار خارج الصندوق لدعم الإعلام التنموي والبداية كانت في أهمية إنشاء مكاتب صغيرة للإذاعة المصرية داخل المدن بالإضافة إلى الإذاعات الموجودة في المحافظات وذلك لأن المحافظات الحدودية عندما تشعر أهالي المنطقة بتواجد الإذاعة وعرض مشاكلهم وحلها أيضا هذا يساهم بشكل كبير في زرع الانتماء داخل قلوب المواطنين وبالتالي عمل أكثر وتنمية سريعة .

(1) نائب رئيس الإذاعة المصرية



- وبدأنا في عمل إذاعة سيوة بالرغم من وجود إذاعة مطروح ولكن وجود مكتب بسيوة عمل فرحة كبير بين الأهالي والأطفال والبدو القائمين هناك ، وانتقلنا إلى محافظة الوادي الجديد وبالفعل تم افتتاح عدد من مكاتب الإذاعة - الفرارفة - بلاط - باريس وكان هناك اهتمام كبير من المسؤولين لدرجة وجود إذاعة داخل ديوان المحافظة لسماع مشاكل المواطنين في إنهاء المحافظة وتوجيه كل مسؤول للعمل علي حل المشاكل فوراً وبالتالي تذليل العقبات للمواطنين وشعورهم بان الإذاعة معهم في كل محافظة .

- وأيضاً تم افتتاح مكتب للإذاعة داخل محافظة بورسعيد نظراً للمشروعات القومية والبنية التحتية والمصانع التي تقام في هذه المنطقة ولسهولة وصول صوت كل مواطن إلى المسؤولين .

- وأيضاً قامت الإذاعة بعمل مسابقة لأضواء المدينة لاختيار الأصوات المتميزة من شبابنا من الجامعات والنوادي والمدارس ومن كل مكان حتى يشعر الشباب بأن هناك من يوجههم ويظهر مواهبهم فكل شاب يشعر بان هناك باب مفتوح له يشعره بالسعادة والحب فتوجيه الشباب نحو هوايتهم شيء هام جداً ومطلوب اكتشاف مواهب كل الشباب من شعر وموسيقي وفنون وان تقدم من خلال برامج إذاعية وتليفزيونية .

- أيضاً قدمت برامج في شهر رمضان كمسابقات يومية لخلق فرص عمل للشباب وعمل اختبارات واختيار أفضل واحد منهم للوظيفة المناسبة فكلما كانت الأمة قوية عن طريق الإعلام والموسيقي والدراما والغناء والفن والثقافة والسياحة والتعليم كلما استطاعت أن تجذب الآخرين لنا .

- فمثلا افلام هوليوود تمنعها فرنسا من البث تماما في حين تجد المجتمعات العربية تبثها وأيضاً برامج الأطفال الغربية تعتبر قنابل لأولادنا تغيب العقول وتزيف الأخلاق دون ان نشعر فنجد ان القيم المجتمعية التي تربينا عليها قد انتهت ، ونجد الكتب تبث السم في العسل لأجيال قادمة فعلينا تقوية وتفعيل سلاح القوة الذكية وهي الناعمة في إعلام



قوي وتعليم قوي وتعرفه أطفالنا وشبابنا بتاريخنا العظيم واثار الأجداد وبأهمية الوعي السياحي لدى شعوبنا العربية وأهمية المعرفة فالمعرفة أقوى سلاح لابد وأن تتحلي به الأجيال القادمة بالقوة الناعمة قضية أمن قومي وهي تعد أهم أدوات الدولة المصرية في تنفيذ سياساتها الداخلية والخارجية علاوة علي انها رأسمالها الروحي والمعنوي ليس فقط بالنسبة لهوية البلاد بل ايضا لتشجيع النقاش الجاد لدحر خطاب الكراهية وردء العنف والتطرف وتعزز التعايش بين النسيج المجتمعي .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته



مداخلة الإعلامي/ عقاب محمد نجم الشمري⁽¹⁾

إن الكويت من أوائل الدول التي حرصت على الالتزام بتنفيذ أهداف التنمية المستدامة وتحرص وزارة الإعلام ممثلة بالقيادات الاعلامية على تحقيق تلك الأهداف، وأن القائمين على الوزارة مؤمنون بأهمية دور الإعلام، كما أن الوزارة تسلط الضوء على أهداف التنمية المستدامة من خلال القنوات التلفزيونية والإذاعية ووسائل التواصل الاجتماعي وربطها ببركاز التنمية بشكل عام.

وإيماننا بأهمية دور وسائل الاعلام في تحقيق اهداف التنمية المستدامة، وأهمية نشر الوعي لدى المواطن العربي بأهمية التنمية المستدامة وأهدافها وضرورة تحقيق تلك الأهداف لاسيما أنه المعني بها، وأهمية دور الإعلام في تسليط الضوء على الجانب المحقق للدول العربية في المرحلة الحالية بما من شأن المساهمة في رفع مكانة الدول وتميزها في هذا الجانب.

وضرورة تحديد الدور الاعلامي التنموي المطلوب في هذه المرحلة والشريحة

(1) مراقب البحوث والبيانات قطاع التخطيط الإعلامي - الكويت.



المستهدفة وما إذا كان المستهدف هو المواطن العادي أم القيادات بالدول العربية. وجب تعريف المواطن العربي بماهية التنمية المستدامة وأهميتها وأهدافها والعمل على نشر الوعي بأهمية تحقيقها من خلال المواطن أولاً لأنه المعني بهذه الأهداف في المقام الأول، وضرورة إشراك المواطن في تحقيق أهداف التنمية وتوفير معطيات معرفية لحوار مجتمعي أعمق وأكثر موضوع حول التنمية ودوافعها وافاقها. خطة لعمل حملة إعلامية شاملة لتحقيق أهداف خطة التنمية المستدامة السبعة عشر حتى عام 2030 موزعة على مراحل سنوية.

الاهداف:

- تعريف المواطن بماهية التنمية المستدامة وأهميتها وأهدافها.
- نشر الوعي بأهمية تحقيق هذه الأهداف من خلال المواطن أولاً قبل الدولة لأنه المعني بهذه الأهداف في المقام الأول.
- توفير معطيات معرفية راقية لحوار مجتمعي اعمق واكثر موضوعية حول التنمية وواقعها وافاقها.
- آليات التنفيذ:
- تشكيل لجنة إشرافية تعتمد على العناوين والخطط وأساليب التنفيذ وتشرف على مراحل العمل.
- عمل ورش عمل ودورات تدريبية للإعلاميين يتم تنظيمها من خلال جامعة الدول العربية.
- عمل مراكز إعلامية في الدول العربية لرصد ما تم تحقيقه من أهداف التنمية المستدامة.
- انتاج برامج تلفزيونية وإذاعية لإبراز دور الدول العربية بهذا الجانب.
- انتاج فلاشات قصيرة ذات رسالة واضحة ومحددة بالمحتوى المطلوب إيصاله الى المواطن وتنمية وعيه به.



- إنتاج فواصل إعلامية يتم بثها وإذاعتها من خلال البرامج والنشرات حول أهداف التنمية المستدامة.
- التركيز على الإعلام الجديد (Social Media) من خلال مواقع الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- عمل تقارير تبث من خلال النشرات المحلية والبرامج اليومية.
- إنتاج أفلام قصيرة مدة الفيلم الواحد من 5 إلى 10 دقائق مرتبطة بالأهداف.
- إنتاج أفلام وثائقية عن التنمية المستدامة.
- عمل مطبوعات وبرشورات توضح أهداف التنمية توزع على المواطنين والافراد في الوزارات والمؤسسات الحكومية والمجمعات التجارية والمعارض الداخلية والخارجية.
- الإعلان في الشوارع والأماكن العامة وعبر شاشات السينما ومحطات الوقود والجمعيات العامة .
- الإعلان عبر حافلات النقل العام وخطوط الطيران العربية.
- الإعلان عبر المحطات التلفزيونية والاذاعية الحكومية والخاصة.
- الإعلان عبر وسائل الإعلام الجديد.
- الإعلان بالصحف والمجلات
- المشاركة في المعارض المحلية والخارجية في مجال التنمية.
- عمل زيارات ميدانية وورش عمل للجهات الحكومية والمدارس يتم من خلال نشر الأهداف وتوعية الأفراد.
- نشر أهداف التنمية عبر المواقع الرسمية لوزارات الدولة والمؤسسات الحكومية وعبر الشاشات الداخلية للوزارات والمؤسسات.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته



مداخلة الأستاذة/ فتحية أوقيرتي⁽¹⁾

حددت الأمم المتحدة الرابع والعشرين من شهر أكتوبر/ تشرين الأول من كل سنة يوماً عالمياً للإعلام الإنمائي وذلك منذ 1972 للتأكيد على الحاجة إلى تعزيز التعاون الدولي من أجل حل مشاكل التنمية. ولفت انتباه الرأي العام وخاصة الشباب إلى قضايا التنمية وتحدياتها، واذكاء الوعي من خلال نشر المعلومات وتحسين نوعيتها.



وإذ نلاحظ أن البعد التنموي للإعلام يركز على تحقيق الوعي وتوجيه السلوك لإحداث التغيير الإيجابي وخلق دعم للقضايا التنموية داخل المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء، فإن مسؤولية هذا الإعلام المتخصص كبيرة في مسألة تزويد المجتمع بأكبر قدر من المعلومات الدقيقة والحقائق.

فنحن نتكلم عن إعلام مسؤول وهادف يساهم في تغيير سلوك الأفراد وتبني المواقف الداعمة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، لأن هذه الأخيرة في جوهرها عبارة عن خطة أممية لتحقيق مستقبل أفضل وأكثر استدامة للجميع، بما يشمل ذلك من تصدي للتحديات العالمية المتعلقة بالفقر وعدم المساواة والمناخ وتدهور البيئة والازدهار والسلام والعدالة.

ولقد قامت نظريات الاتصال على قدرة الإعلام على إحداث التغيير والتطوير في المجتمع والدفع نحو تبني الأفراد مواقف داعمة للتنمية. هذا الاتجاه الذي قاده الباحث « ويلبر شرام » من خلال كتابه « وسائل الإعلام والتنمية »، أبرز فيه الأثر الذي تحدثه وسائل الاتصال الجماهيرية في المحيط الذي تعمل فيه، حيث كان لها الفضل في مساعدة الدول النامية على فهم الغير والتطلع إلى حياة أفضل للخروج من دائرة التخلف، مثل ما ساهمت من قبل في الثورات في أوروبا وأمريكا.

(1) وحدة الدراسات والمسوحات الميدانية الاجتماعية



يبقى التغيير المراد احداثه في المجتمع أمرا في غاية التعقيد لما تشابك وسائل الاتصال كنتيجة حتمية للتطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والرقمية، حيث أصبح لدى الأفراد والمؤسسات قدرة على التفاعل السريع والمتواصل مع مختلف القضايا، في عالم تتدفق فيه المعلومة بسرعة هائلة لم يسبق لها مثيل، أدى إلى تغير نمط الاتصال وخلق بيئة اجتماعية ثقافية جديدة.

يفرض هذا التطور صياغة جديدة لوظائف وأدوار الإعلام في مجال التنمية، يكون فيها النصيب الأكبر لمشاركة الفرد الفاعلة والهادفة في اختيار القضايا التنموية التي تعبر عن اهتماماته. كما يجب أن يعتمد أكثر من أي وقت مضى على خطة إعلامية متكاملة تعتمد بالأساس على نقل المعلومة والخبر واعداد التحاليل بشكل علمي. وتكون هذه العملية مجدية أكثر إذا ما تم التنسيق ما بين توجهات الدولة التنموية ومؤسسات الإعلام، مثل وضع الخطط والبرامج المشتركة لتحقيق الأهداف المطلوبة.

وفي إطار تحقيق أجندة التنمية المستدامة 2030، لا بد أن يسهم الإعلام بدور شفاف في نشر الأفكار المتعلقة بأهدافها، والعمل على إيجاد المناخ المؤيد والمساهم في احداث التغيير الإيجابي في المواقف والسلوكيات تجاه هذا المسار التنموي الأممي، وذلك عن طريق نشر وتحليل المفاهيم المرتبطة بأجندة التنمية المستدامة 2030 بشكل مهني وموضوعي مبني على معلومات وبيانات موثوقة بهدف اذكاء الوعي بالتحديات الراهنة والمساهمة في وضع الحلول الممكنة للمشاكل التنموية والسكانية.

نتعرض هنا بالتحديد إلى أهمية التعامل مع الأرقام والبيانات الإحصائية في هذا المجال، وكيفية تعزيز قدرات الاعلاميين في استخدام البيانات من أجل إزاحة العراقيل التي تصادفهم في معالجتهم لتلك المواضيع المرتبطة بالقضايا السكانية بصفة عامة وبأهداف التنمية المستدامة بصفة خاصة، وكيف يمكن للإعلامي تبسيط المعارف من خلال إيجاد الوسائل والبرامج المناسبة.

ومن واقع تجربة عملية امتدت على عدة سنوات عكفت فيها وحدة الدراسات والمسوحات الميدانية الاجتماعية — جامعة الدول العربية — على تدريب عدد كبير



من الإعلاميين، حيث تم منذ سنة 2006 عقد 8 ورشات إقليمية لتعزيز قدرات الإعلاميين العرب في مجال نشر البيانات والمؤشرات الإحصائية في إطار الإعلام التنموي، تم ملاحظة نقص كبير في مجال نشر ثقافة البيانات والمؤشرات وقراءتها بطريقة صحيحة لدى الإعلاميين العرب، حيث عادة ما كانت تنشر أرقام في الصحف والمواقع الالكترونية حول قضايا تنموية مهمة لا تمت للواقع بصلة، وكانت تنجم في معظمها عن عدم دراية كافية بدلالة الرقم الإحصائي ودلالة المؤشر.

إن وحدة الدراسات والمسوحات الاجتماعية الميدانية والتي هي امتداد لما عرف سابقا بالمشروع العربي لصحة الأسرة (PAPFAM)، تعتبر إحدى آليات جامعة الدول العربية لتوفير البيانات والمؤشرات اللازمة لبناء قاعدة بيانات إقليمية تفصيلية في المجالات الصحية والتنموية، ولقد وضعت ضمن خططها السنوية حيزا مهما للإعلاميين وذلك لتعزيز دورهم في نشر ومعالجة القضايا والمشكلات الصحية والتنموية التي تعاني منها الكثير من المجتمعات المحلية في مختلف الدول العربية.

ولقد تضمنت برامج التدريب اهتماما خاصا بعرض المفاهيم النظرية والمداولات العلمية والعملية للمؤشرات وأساليب تفسيرها مع أمثلة تطبيقية، وكذلك أهم القضايا السكانية التي ينبغي للإعلام العربي أن يولي لها اهتمام خاص ويتناولها بكل موضوعية، حيث أشرف على تقديم هذه المواضيع مجموعة متميزة من الخبراء العاملين في مجالات الصحة والتنمية من جهات أكاديمية وبحثة مختلفة.

ولقد حرصت الوحدة خلال انعقاد هذه الدورات على مناقشة احتياجات الإعلاميين وفتح المجال لتبادل الآراء حول آليات تفعيل دورهم في استخدام البيانات وتعظيم الاستفادة منها وتحديد المقترحات اللازمة لتحقيق ذلك.

وتمكن المشاركون في هذه الدورات التدريبية من إدراك عدة قضايا سكانية تدخل في صميم إطار الأهداف الإنمائية للألفية، نذكر على سبيل المثال لا الحصر، الإعلام والصحة العامة والصحة الانجابية، مؤشرات النوع الاجتماعي وتمكين المرأة، العنف ضد المرأة، المشاكل الصحية المرتبطة بالبيئة، التعليم وغيرها من المواضيع التي أثارت اهتمام المتدربين.



وتعتزم الوحدة حالياً المواصلة بالتعريف بالمؤشرات والموضوعات المتعلقة بأهداف التنمية المستدامة 2030، في إطار علمي لبناء قاعدة معلوماتية لدى الإعلاميين العرب في مجال التنمية وذلك من أجل نشرها في رسالة إعلامية واضحة وموضوعية.

كما تعمل الوحدة على رفع كفاءات وحدات الإعلام المتواجدة على مستوى الجهات التي تنشط في مجال جمع البيانات والمؤشرات الإحصائية وإجراء البحوث والدراسات في مجالات الصحة والسكان والتنمية، وخلق شراكة معها لضمان التدريب المستمر للإعلاميين وكذلك ضمان التعاون والاتصال المستمر مع الإعلاميين من مختلف الأجهزة لتفادي مشاكل الحصول على المعلومات غير الدقيقة والتعامل الشفاف في مجال نشر البيانات، لأن الهدف المراد تحقيقه هو إنشاء شبكة إعلامية على مستوى المنطقة العربية مهمتها وضع محاور العمل الإعلامي في مجال السكان والتنمية.

ونشير في الأخير أنه تم انجاز دليل موجز ومبسط للإعلاميين وراسمي السياسات والبرامج والمهتمين بالدراسات السكانية مرفق بأمثلة من واقع بيانات الدول العربية، ولقد تم طبع ونشر الطبعة الخامسة منه وذلك بالتعاون مع المكتب المرجعي للسكان، حيث لاقى هذا الدليل إقبالا شديدا في الأوساط الأكاديمية والإعلامية في مختلف الدول العربية.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته



مداخلة الإعلامي / شريف عبدالوهاب⁽¹⁾ مسئولي الاعلام التفاعلي تجاه عملية التنمية المستدامة.

إن النمو الإعلامي واهتمام الدول العربية بوسائله الكثيرة والمتعددة يقود تلك المجتمعات العربية إلى النمو الثقافي والاجتماعي والاقتصادي. فالإعلام التنموي، هو الجهاز العصبي لعملية التنمية، وهدف الإعلام التنموي الأساسي، هو تعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية، وتحويله إلى مجتمع مساند للعملية التنموية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء التنمية والتغيير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة والوعي.

واسمحوا لي ان اعود بكم الى تاريخ 25 و 27 فبراير عام 1984، حيث عقدت بالرياض الندوة التاريخية، الذي اشترك فيها خبراء الاعلام العرب بالتعاون مع عدد من المؤسسات المالية العربية، مما اعطى للندوة بعدا عمليا جديدا. فكانت هي المرة الاولى من نوعها، على مستوى العالم العربي الذي يلتقى فيها رجال الاعلام مع رجال المال والاقتصاد والاستثمار في الوطن العربي لمناقشة ودراسة علاقه الاعلام بالتنمية، واهميه تنمية وسائل الاعلام العربية ولقد خرجت بنتائج مهمة.

(1) أمين عام شعبه الإذاعيين العرب



واليوم في 30 إبريل 2019 نعم سنستعرض دور "الإعلام التنموي" في تحقيق التنمية المستدامة. فالإعلام التنموي هو عين الحقيقة، التي يجب أن يرى، فهو عنصر ضروري وأساسي للتطور، ولكن اسمحو لي، ان اتناول دور وأهمية الوافد الجديد علينا الا وهو (الاعلام التفاعلي) ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. عفوا ايها الساده، ليس المقصود هنا بالأعلام التقليدي، الذي يناقش موضوعات مع الجماهير من خلال وضع ارقام التليفون على الشاشة ومناقشة وسماع الآراء. فالمقصود بالأعلام التفاعلي هو إعلام- هذه الأيام- آخر طفرة في تكنولوجيا الاتصال، حيث تحقّق نقل البرامج التقليدية (صحافة- إذاعة - تلفزيون - هواتف) عبر الإنترنت، وبذلك أُتيحت الفرصة لجميع الناس للوصول إلى تلك البرامج والتفاعل معها. ويتحقق الاتصال عبر الإعلام التفاعلي من فرد إلى فرد أو من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى جماعة أكثر، بهدف الاستفادة من التكنولوجيا في الإقناع والتوجيه عبر البرامج السياسية والاجتماعية والثقافية، وأيضاً في التسلية، حيث يتمكن الإنسان من الوصول إلى ما هو متوافر، بعيداً عن تدخل أية سلطة، وأن يُشارك إما في الحوار، أو في الشراء والبيع، أو التسلية. كما يُتيح الإعلام التفاعلي فرصة الاستفادة من خاصية استرجاع المعلومات ونشرها في كافة أنواع العلوم والفنون والآداب. ويرى علماء الاتصال أن التفاعلية Interactivity تجاوزت الاتصال الإنساني المعروف، لدرجة توافر التفاعل مع وسيلة الاتصال التي يستخدمونها الآخرون في ذات الوقت عبر ملايين المتفاعلين حول العالم. ولقد كانت الإنترنت الأساس الأول للإعلام التفاعلي، الذي حقق تطوراً مذهلاً في التخلص من رقابة السلطة وزيادة مساحات الحوارات المفتوحة سواء في حلقات النقاش (Online) أو في غرف المحادثة (Chat rooms) أو تبادل الرسائل الإلكترونية (Online E-mail).

وإذا كانت التفاعلية من أهم خصائص الإعلام الجديد، فإن هنالك مظاهر أخرى تتابعت في هذا الاتجاه، وهي (اللاتزامية): أي أنك تستطيع استقبال الرسائل وترد عليها ليس آنياً، بل في وقت آخر، أي في الوقت المناسب للإنسان مستقبلاً كان أو مُرسلاً. وكذلك المشاركة والانتشار، حيث يتيح هذا الإعلام الفرصة للإنسان - بأدوات بسيطة - أن يكون ناشراً أو صحفياً يتفاعل مع الآخرين، وكذلك الحركة والمرونة،



حسب الأجهزة المتوفرة، والكونية: حيث تتخطى الرسائل حواجز الزمان والمكان، واندماج الوسائط، حيث يمكن الوصول إلى النصوص، والصور، والصور المتحركة، والرسوم. ومنها أيضاً الانتباه والتركيز، التفاعل يجعل الإنسان أكثر تركيزاً وانتباهاً لأنه أصبح مشاركاً، وليس متلقياً سلبياً كما هو في الإعلام التقليدي، كما يحقق هذا الإعلام الحفظ والتخزين، حيث يمكن حفظ الرسائل - مهما كان حجمها - مع الصور والأفلام، واسترجاعها في أي وقت بكل سهولة ويسر.

واليوم لابد أن ننتبه إلى أهمية الاعلام التفاعلي، كوسيله إعلامية جديدة، في تحقيق الاهداف التنموية المستدامة. وفي نفس الوقت نحذر كل الحذر من الاستخدام غير السليم للإعلام التفاعلي فهو قادر وبكل سهوله على هدم دور الاعلام التقليدي في التنمية المستدامة خصوصاً وأن من يستخدمون هذا الاعلام هم من الشباب والشباب هم نصف الحاضر وكل المستقبل

والسؤال كيف نجعل الاعلام التفاعلي يسير في خطه التنمية المستدامة للمشاركة من أجل تحقيق اهداف التنمية ؟

اقترح الاتي:

1. توفير المعلومات الصحيحة بجميع الأشكال والإحصاءات التفصيلية لدى المخططين أمام الإعلاميين وغير الإعلاميين، وكذلك أهمية انتشار المعلومات الصناعية والزراعية والصحية، وبما يعطي مساحة أكبر لاستخدامها في الترويج للتنمية الشاملة
2. اهتمام الاعلام التقليدي بتعظيم تحويل بعض البرامج التي تهتم بالتنمية المستدامة إلى إعلام تفاعلي.
3. متابعه المواقع ذات التأثير.
4. تحديد الإمكانيات البشرية والمادية اللازمة لإنتاج الرسائل الإعلامية التنموية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
5. تأمين تخريج وتدريب الكوادر الإعلامية، التي تستطيع أن تستخدم الإعلام الجديد، وذلك من خلال كليات الإعلام والصحافة وتقنية الصناعة الإعلامية وتوفير الكادر اللازم لإعداد البرامج الإعلامية التنموية بالإعلام التفاعلي.



6. تعريف الناس بخطورة نقل أفكارهم لتحقيق التطوير المنشود من خلال مواقع مجهولة.

7. مساعدة أجهزة الإعلام بتطويرها وتدعيمها بالتكنولوجيا، ومع ضرورة قيام هذه الأجهزة بتوسيع أدوات الاتصال الجماهير عبر العلام الجديدة.

8. تحقيق التوعية الشعبية التي لن تؤتي ثمارها، إلا إذا كانت مقرونة بالعمل الصادق والتجربة الواقعية، وإظهار هذا من خلال وسائل الاعلام المكتوبة والإلكترونية وغيرها.

وفي الختام .. كلما ركزت الرسالة الإعلامية الجديدة على موضوعات ترتبط بالتنمية المستدامة كلما زاد الاهتمام أو الانتباه، وأن عدم الاهتمام بالرسالة الإعلامية الجديدة سوف يؤدي إلى فقدان التوعية والتثقيف لشريحة كبيرة من الشباب، و لضمان سياسات إعلامية ناجحة. يجب على وزارات التخطيط وكذلك وزارات الاعلام في الوطن العربي. أن يتوافر لديهما الكوادر القادرة، على أقامه واقع ملموس في الاعلام التفاعلي لتحقيق التنمية والتنمية المستدامة .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته



مداخلة/ الدكتور ياسر الأنصاري⁽¹⁾

تناول دور الإعلام في عملية التنمية من منظور متعدد الإبعاد، يثير العديد من الإشكاليات تتعلق بطبيعة النظم الإعلامية وفقا للإطار التشريعي الذي يحكم أدائها والتي تحصرها أدبيات علوم الإعلام في النظم (المركزية- الليبرالية- المختلطة) والتي تتقاطع بدورها مع الأطر السياسية والثقافية والاجتماعية ، والتي تتفاعل لتحديد الهامش المتاح لهذا الاعلام والدور المنوط به أن يلعبه تأصيلا على ذلك، فأن النظرة السريعة لنظم



الاعلام العربية والاطر المجتمعية التي تعمل من خلالها تشير الى الملامح التالية:

1. غلبة النظام المختلط والاتجاه نحو اضعاف الطابع الليبرالي على تلك النظم والسماح المقنن لرأس المال الخاص للاستثمار في الاعلام كاستجابة غير مدروسة للضغوط الخارجية ، ولعل الممارسة الإعلامية فيما عرف بثورات الربيع العربي كشف عن عمق المسافة بين الحرية والفوضى واللامسؤولية الإعلامية ، فضلا عن متغير تكنولوجي، أحدث تغييرات جذرية في العملية الإعلامية لعل أبسطها انحسار دور الاعلام المطبوع .

ومن ثم فالإشكالية الأساسية التي تواجهنا كيف يمكن للإعلام الخاص الهادف للربح وتعظيم العوائد الإعلانية أن يحقق دورا تنمويا ، كما كيف يمكن للإعلام القومي ان يقوم بدوره التنموي في ظل ضعف موارده المادية والفنية وتخلي الحكومات العربية عن دوره الأساسي في تشكيل وتوعية الرأي العام العربي ؟

وعلى الرغم من قنامة المشهد التي يعمقها تهافت الاداء الاعلامي وحالة الانفلات التي تشهدها الساحة الإعلامية، والتي لا يمكن من خلالها الوصول الى اعلام تنموي ، الا انه ينبغي مراجعة فلسفة الاعلام العربي وتنقية النظم مما شابها وذلك من خلال :

(1) نائب مدير عام مؤسسة الاهرام - مدرس اعلام بالجامعات المصرية



1. تنقية وتنقيح القوانين المنظمة لإطلاق الشركات الإعلامية مطبوعة أو مرئية أو مسموعة أو حتى رقمية ما يضمن حق المجتمع وحق المتلقي من خلال محددات للرسالة الإعلامية واضحة ويمكن قياسها والالتزام بشفافية نشر البيانات عن مصروفاتها ومدخلاتها الإعلانية ويكشف عن رأس المال السياسي الذي أفسد الرأي العام العربي وكافة خطة التنمية.
2. إعداد موثيق إعلامية ملزمة للناشرين وملاك القنوات الفضائية والمواقع.
3. التوصية للجامعات ومعاهد الاعلام لتدريس مقررات التنمية المستدامة في مناهج الاعلام و بعدد مناسب من الساعات.
4. التزام الدولة بدورها في الدعم المادي و الفني للإعلام القومي ليقوم بدوره التنويري في توعية الرأي العام و قضايا التنمية المستدامة
5. انشاء مرصد للإعلام التنموي بتعاون لجنة الاعلام ولجنة التنمية المستدامة بجامعة الدول العربية ، يقوم بالوظائف التالية:
أ- اعداد كود للإعلام التنموي يلائم الرسائل الإعلامية المسموعة والمقروءة والمرئية Developmintary code
ب- تدريب الكوادر الإعلامية علي هذا الكود من خلال الدورات وورش العمل الذي يستطيع الاعلامي من خلالها تحويل الافكار المجردة الى واقع ملموس تستحوذ علي تفكير المتلقي
ج- اعداد تقرير دوري لمراقبه وتقييم المنصات الإعلامية بكافة انواعها ورفعها الى الوزارات والهيئات المعنية في كافة البلدان.
د- دعم المنصات التي تلتزم بدورها التنموي من خلال الاشتراكات والاعلانات التي تنفقها الأجهزة والوزارات والهيئات المملوكة للحكومات العربية .
هـ- التنسيق مع الجهات المعنية ببحوث المشاهدة في الدول العربية حتى يذهب الدعم إلى المنصات الإعلامية الاوسع انتشارا وتأثيرا (وذلك لضمان المهنية مع الالتزام).
و- التوصية بأنشاء مكاتب مراقبة انتشار الصحف في العالم العربي لضمان توجيه الدعم الي الجرائد والمجلات الأكثر انتشارا وتأثيرا .
والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته



مداخلة الإعلامية / ابتسام مصطفى⁽¹⁾

التطبيقات الاقتصادية للنظرية الجوبلزية

وضع جوبلز (وزير الدعاية الألماني إبان حكم هتلر) نظرية إعلامية في السيطرة على العقول التي أصبحت وسيلة مهمة في تمرير السياسات فيما بعد . وتُعرف تلك النظرية بكُلِّ وضوح، أن يعتمد سارد القصة إلى إبراز جوانب من القصة أو الحداث والتّركيز عليها وإغفال أو تجاهل أو طمس أجزاء أخرى؛ حسب هوى المتحدّث وميوله بالنسبة للأشخاص، وحسب موافقتها لسلم الأولويات في القنّة الإعلامية.

الآن أصبح الإعلام الموجه يشكل خطرا على مسارات التنمية الاقتصادية خاصة عندما يكون موجها من قبل أناس لهم مصلحة في إحداث تغيرات هيكليه في اقتصاديات الدول النامية ، وبالتالي يتم تسخير الأصوات والعقول لتغير اتجاهات المستهلكين و تشويه حركة التجارة والاستثمار معتمدة على اللاوعي داخل مجتمعاتنا المنهكة بالجهل و الأمية الاقتصادية .

(1) المدير التنفيذي لمؤسسة صوت النيل الاخبارية



لقد أصبح محتوماً علينا أن نساير الوصفة الإعلامية الغربية للخروج من ذلك السرداب المظلم الذي انساق فيه العرب حتى لا يستطيعوا أن يستكملوا مسيرة التنمية الشاملة .

فإن قدرتنا على تحدي النظرة الإعلامية الغربية للأمور محدودة جداً أولاً لضعف وسائل إعلامنا، وثانياً بسبب الكثرة العددية لوسائل الإعلام الغربية وأساليبها الجوبلزمية المؤثرة، ناهيك عن أنه لدينا أكبر نسبة أمية في العالم. والأنكى من ذلك أن القادرين من الإعلاميين العرب على تحدي المزاعم والحقائق التي يحاول ترويجها الإعلام الغربي فبالإضافة إلى ضعف وسائلهم وقلة حيلتهم فإنهم يتعرضون لضغط وابتزاز كبيرين عندما يحاولون السير عكس التيار الإعلامي الغربي الجارف.

نستطيع أن نقول إنه أشبه بشخص يحمل ميكروفوناً هزياً ويحاول الطواف حول العالم لنشر فكرته بينما الإعلام الغربي أشبه بقوافل تحمل ألوف المايكروفونات الحديثة ومنتشرة في شتى بقاع الأرض و تتحصن في أفضل المواقع ، ولا شك أن حملة المايكروفونات الكثيرة المتطورة سيكونون أصحاب تأثير أكبر بكثير.

لكن هذا لا يعني أن نستسلم لهذا الخلل الفادح في الميزان الإعلامي العالمي بل يجب علينا أن نستحدث منصات إعلامية تكون موجهة نحو تحقيق الاستقلال الاقتصادي وضمان السيادة والسيطرة على الثروة القومية وتعزيز قضية السلام والتقدم الاجتماعي، وأن تكون موجهة ضد كل أشكال الاستغلال الاستعماري والعنصرية والعدوان وختاماً يجب أن نتذكر أن البعوضة يمكن أن تدمي مقلّة الأسد .

حفظ الله وطننا العربي

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته



مداخلة الإعلامية/ فاطمة غندور⁽¹⁾

تجارب الدول العربية في مجال الإعلام
التنموي ليبيا نموذجاً في المصطلح : التنمية-
التنمية المستدامة .



شاع مصطلح «التنمية»⁽²⁾ في منطقتنا العربية مع حصول دولها على الاستقلال، وشقها طريق النهضة في بُناها التحتية، والبشرية، عقب حقبة استعمارية ثقيلة، خرجت منها محملة بتركة ثلاثية البؤس: الفقر والجوع والمرض، وكان من اللازم ومع عقد تشكل منظمات دولية كعصبة الأمم ولاحقاً هيئة الأمم المتحدة أن تتخذ من أهدافها الأساسية رفع مستوى المجتمعات النامية، والعمل على نقلها الى متغير اجتماعي ملائم يضمن لها مستوى أفضل في مجالات تعليمية، وصحية، واقتصادية، واعدة نصب عينها مع تواجد أقسام ولجان متخصصة تبحث وتدرس وترصد مسألة الموارد المتاحة بها بموازاة القدرات البيئية وعلى ذلك عنت التنمية في مفهومها النظري والتطبيقي حصول متغيرات في واقع ضعيف متخلخل، ونقله الى حالة من النمو والتطوير والتحديث على أكثر من صعيد يقارب المواطنين في محيطهم، ما تطلب أداة ووسيلة لمعاضدة واجبة من وسائل الإعلام التقليدية (الاتصال) وقتها من صحافة، وراديو، وتلفزيون التي ستلعب أدواراً كصلة وصل بين ما تقترحه الحكومات بمؤسستها التشريعية والتنفيذية، والجمهور المتفاعل مع ما سينجز لأجله.

(1) كاتبة صحفية وإعلامية- أستاذة بكلية الفنون والأعلام - جامعة طرابلس- ليبيا.

(2) مصطلح التنمية برز على السطح بصورة تدريجية في لغة السياسة والأدب الأمريكية إثر الحرب الباردة، وحقت انتشاراً واسعاً من خلال المنظمات الدولية كالبنك الدولي للتعمير والتنمية، والأمم المتحدة واليونسكو، أنظر: سمير أمين: في مواجهة أزمة عصرنا، سينا للنشر، القاهرة، ط 1، 1997م. كذلك أنظر: أحمد الفيتوري (كاتب ليبي): مقال بعنوان نقد ثقافة التنمية، نشرت على موقع الحوار المتمدن:

www.m.ahewar.org



تشير أغلب الدراسات الى أن مصطلح «التنمية المستدامة» مصطلح حديث، ومن ضمن تعريفاته أنه « عملية مخطط لها، ومقصودة لأحداث تغيير ايجابي في نوعية الحياة للأفراد والمجتمعات من خلال توفير خيارات وفرص أوسع ، تنعكس على نوعية الحياة ، واستدامة الموارد للأجيال القادمة »⁽¹⁾ ، وإعمالا لذلك تولت الامم المتحدة دورها عقب ما عانتها الدول من ظروف الحرب التي خرجت منها بفجوة اقتصادية ، واجتماعية ، وقبلها سياسية، كما تبنت مؤسساتها التابعة لها جهودا قامت على دراسات وبحوث ورصد (اليونسكو، والفاو وغيرها)، كما فعلت ذلك لاحقا منظومة جامعة الدول العربية بلجانها، وبمقاربة آلية في شكل مقترحات، وبرامج لتطبيق مفهوم «التنمية المستدامة» في مختلف مجالاتها، وإن ظلت المتطلبات مع ما نعيشه من متغيرات، جدير بمعاينته، وإحداث مفاهيم منسجمة مع الراهن، وفيه ما يشترط ضمان حقوق الاجيال القادمة من الموارد المتوفرة الذي هو ملك لكل الاجيال، ولعل ذلك ما جرى تداركه في خطة التنمية المستدامة لمجلس جامعة الدول العربية 2030.⁽²⁾

وفي محصلة للجهود البحثية في إيضاح تنظيري لمصطلحي التنمية ثم التنمية المستدامة، تعين الترسخ، كما العمل منذ الخمسينيات على معطى نقل المجتمع من تقليديته الى عصرنة وحداثية، على أن يتم التعويل على وسائل الإعلام لخلق حالة وعي بأهمية قبول حالة النهضة والتغيير، بما تأسست عليه حالة ونماذج دول سابقة، أحدثت نقلة مجتمعية بمشاركة مؤسسات حكومية، ومجتمع مدني، وأفراد فاعلين لأجل توفير حياة حرة كريمة، تضمن لكل جيل حقه في الموارد المتاحة والمستقبلية.

(1) التعريف هنا مصدره المفاهيم التنموية التي تبناها الامم المتحدة ووكالاتها التنموية ، إذ تُعرف هيئة الامم المتحدة التنمية كونه : العمليات التي بمقتضاها توجه الجهود لكل من السكان والحكومة بتحسين الاحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية - وتتعدد تعريفات التنمية المستدامة، ويجري تقديمها كاصطلاح ضمن علوم السياسة ، والاجتماع ، والاقتصاد. وفي الويكيبيديا :هي عملية تلبية حاجات الاجيال الحالية دون التفريط في تلبية حاجات الاجيال المستقبلية، وتجري التنمية المستدامة في ثلاثة مجالات رئيسية : النمو الاقتصادي، حفظ الموارد الطبيعية والبيئية والتنمية الاجتماعية .

(2) القرارات الصادرة عن مجلس جامعة الدول العربية بالخصوص 2018/4/5 المتضمن اعتماد الخريطة الاعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030، وقرارات مجلس الوزراء العرب 2017/7/12 باعتماد الاستراتيجية الاعلامية العربية.



الأعلام التنموي لأجل التنمية المستدامة:

هو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الاعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا، على أن يجري ذلك بالتخطيط المسبق، والتنسيق، وتقديم الرسائل الإعلامية الموجهة وفق الاستحقاقات الأولية التي تنظر لحاجات الأفراد، وقد خرجت نظريات متعددة، تناقش سُبُل تحقيق الصلة، والربط بين خطط التنمية، ووسائل الاعلام ليكون هدفهما الجمهور، ونظرية « ولبر شرام⁽¹⁾، ربطت بين الاعلام المعاصر والتنمية، مؤكدةً على مسألة النقاش، والحوارات الخاصة بالتنمية داخل القطاعات الشعبية، لأجل المشاركة الوطنية في عملية التنمية، وبرامجها وخططها. فالإعلام التنموي ينبغي أن يتوفر بين جمهوره، بنوعيه الإعلام الجماهيري: صحافة مطبوعة، وإلكترونية، ورايو، وتلفزيون، والأعلام المباشر: الذي تُنتجُهُ منظمات المجتمع المحلي عند تواصلها مع جمهورها، من إصدارات مطبوعة، أو مسجلة، أو فيديوهات مصورة. وليصير الأعلام فعالا في القيام بدوره، ينبغي أن يتوافق مع خارطة تنموية تخدم قضايا المجتمع المُلمحة، فعلى الرغم من تحقيق معدلات نمو مرتفع، أرتبط ببلدان نفطية خلال العقود الماضية، وليبيا نموذج لذلك والتي لم تستخدم في اقتصادها غير هذا المورد، رغم ما أظهرته الدراسات من موارد لم تستثمر بعد في صحرائها، ومجمل بيئتها بحرا وواحات، « فإن معظم البلدان العربية، مازالت تواجه صعوبات، وتحديات عديدة في مجال التنمية لمستدامة، وهو ما جعل غالبية الاقطار العربية والإسلامية، تقع ضمن مجموعة الدول، متوسطة أو منخفضة، التنمية الإنسانية خلال عقد التسعينيات⁽²⁾، وللبحث في علة ذلك، سنشير الى ما يمكن القول أنها عناصر أساسية للتنمية المستدامة، مازالت تشهد ضعفا في إيلائها الاهتمام المقصود.

(1) ظهر مفهوم الاعلام التنموي عام 1974م على يد ولبر شرام (Wilbur Shramm) في كتابه «وسائل الاعلام والتنمية، ويُعتبر مؤسسا، وإليه يُحال مفهوم نقد تركز الخدمات الاعلامية في المدن الكبرى، وغايتها عن المدن الصغيرة الهامشية، ولا يقتصر نقده في ذلك على البلدان النامية بل حتى البلدان المتقدمة. (2) أنظر: عبد الله أبو جلال: الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، بيروت: مجلة المستقبل العربي - العدد 147 .



أولاً: العنصر الاقتصادي: و يعني العمل على القضاء على الفقر، من خلال الموارد الطبيعية، وزيادة رفاه المجتمع، بالنظر الى معدلات دخل الفرد، وإتاحة المجال للمشاريع الخاصة.

ثانياً: العنصر الاجتماعي: ويشير إلى العلاقة بين الطبيعة والبشر، والنهوض برفاهية الناس، وتحسين سبل الحصول على الخدمات الصحية، والتعليمية الأساسية، والوفاء بالحد الأدنى من معايير الأمن، واحترام حقوق الإنسان، والتنوع الثقافي، والتعددية السياسية، والمشاركة الفعلية في صنع القرار.

ثالثاً: العنصر البيئي: ويتعلق بالحفاظ على قاعدة الموارد المادية، والبيولوجية، والنظم الإيكولوجية والنهوض بها⁽¹⁾.

ولا مندوحة من الاتفاق على أن الصحف، والراديو، والتلفزيون، ووسائل الاتصال الرقمية، هي الناقل المعبر عما يَـمُوج من نشاط مجتمعي يعمل على أحداث التحول الاجتماعي، بهدف التطوير والتحديث، فالإعلام ووسائطه، من حيث المبدأ غير معني بصناعة خطط وآليات التنمية، بل دوره تهيئة الظروف لأجل الاستجابة لمخطط التنمية بالتوعية، والتثقيف، والتعليم، واكساب المهارات، وخلق روح المبادرة، و تعزيز لأهمية إبراز أدوار العمل المدني التطوعي، و لخلق اعلام واع ومُطلع لما يدور، بما هو كائن وما يستلزم أن يكون، الإعلام عليه أن يُكون الاتجاهات الايجابية نحو المشاريع المُحققة للتقدم المنشود، وبذلك يسهم في تسريع التنمية مع زيادة فعالية أساليبه، والتي في أساسها التواصل مع جمهوره. ومن جملته تقديم خدمات إعلامية معلوماتية، ولا يتوقف ذلك فقط عند منح الخبر، بل ونشر التوعية الحقوقية في كل مكتسبات الحق المدني. ومن ذلك ضرورة تهيئة الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد، من أجل الاستجابة للخطط والبرامج التنموية، أي توفير الوعي ونشره، ليشكل سلوكا واتجاها في مفاعيل الافراد.

(1) أنظر: مجدي محمد عبد الجواد الداغر: دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة- مجلة

حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد 33، ص 8.



الإعلام التنموي المستدام باعتبار الراهن: ليبيا نموذجا :

يجدر الانتباه لنوعية انشغالات الإعلام بالتوعية التنموية في المرحلة التي ترتبط بالانتقال من الثورة للدولة ، كمتغير ساهمت فيه شعوبنا في ميادينها ما حصل لأول مرة في تاريخ بعض دول منطقتنا، فسبقا أرتبطت المشاريع التنموية بما تعلنه السلطة الحاكمة من برامج تجعل من الشعب مُستقبلا لها، وبفرض الاستجابة دون مُقدمات برامجية في التواصل والأقناع بالجدوى، ففي ليبيا جرى إلغاء خطط خماسية تنموية تتوزع على جغرافيا ممتدة.

بَعلة أنها توابع العهد الملكي المباد⁽¹⁾، وفي يومنا هذا، ومع جدة ظروف وأحوال ارتدادات أعقبت الانتفاضات الشعبية، كان على رأس ما حصلت عقبه خلخلة، كشفت معاييب متراكمة، منها فساد اقتصادي مارسه السلطة السياسية، وانعدام العدالة المكانية بإدامة المركزية، و باعتبار سقوط بعض هياكل ومؤسسات لأنظمة ذهبت الى غير رجعة ، وهنا يحضر النموذج الليبي الذي معضلته السلاح، الذي جعله النظام السابق في كل يد ليتحقق له أدامة التناحر والأحتراب. والتنمية اليوم تواجه معرقلات على رأسها الوضع الأمني، والوضع الاقتصادي، أوضاع النازحين والمهجّرين، وممارسات العنف ضد المرأة والطفل، والوضع الاقتصادي المتعلق بالتنمية يتعطل مع إفرازات مناخ فساد مالي، وتجاوزات لمليشيا السلاح أدى الى تقسيم البلاد الى حكومتين وبرلمانين، هي نتائج ثقيلة الوقع على المواطن في حياته اليومية ، كما التركة الثقيلة لنظام اقتصادي ريعي لحكم شمولي أمتد لأربعة عقود، ليبيا دولة النفط ذات الدخل العالي، ولكن لم توجد فيها تنمية فاعلة يندمج فيها المواطن، ويشعر بأثرها فيه، وفي المبدأ هو تحت نظام سياسي منعقد المؤسسة لجذور الممارسة الديمقراطية ، ومُقصي لمجمل الحقوق المدنية، وقد عُرف بتجريمه للنشاط الحزبي، ومنع المدني.

(1) شهدت خطط التنمية الاقتصادية الخماسية (1967-1980-1981-1985)، تقليصا كبيرا للقطاع الخاص حيث أستاذ القطاع العام بـ80%، وتم تأميم المصارف، والتجارة الخارجية، وتجارة الجملة، المفرد والشركات الصناعية، وشركات البناء.



وقد يقع في الأولويات بعد كل ما سبق ذكره، الانشغال اللازم إعلاميا بالضغط على المؤسسات التشريعية والتنفيذية، وبأشراك الجمهور عبر تنظيمات مجتمع مدني، وأهلي، ومع التطور الحاصل في طرائق الاتصال الرقمي، بالمبادرة بمعالجات مقترحة للوضع الامني، والاقتصادي، كمختنقين مركزيين يمان كل راجل صغيرا أو كبيرا، وحتى لا نكون من المتشائمين، لأن هناك جهود تبذل من مؤسسات حكومية، تصنع القرار وتنفذه مع تشارك لمنظمات مدنية ومجتمع أهلي، وأصوات مسموعة رغم الظروف الطارئة، ويظل الاشتغال الإعلامي المدني معول عليه رغم جدته في ليبيا، إذ شهد قطيعة لعقود (1969 - 2010) بعد أن أسس مع الأربعينيات والخمسينيات مشهرا أنبرت فيه قوى وطنية كجبهة معارضة (نموذج جمعية عمر المختار 1943-1950م) التي كان لها صوت عبر جريدتها « الوطن » ، كما وحق التظاهر الذي كان مسموحا به، ونشاطات طلابية بالجامعة الليبية تأسست ببغازي 1955، والتي أصدرت فيها كلياتها مجالات ناهضة ذات رأي وثقافة وفنون ، وكان من رموزها الخريجين من خرج بالراديو والتلفزيون متحدثا في شؤون البلاد السياسية والاقتصادية والفكرية، ومناخ الصحافة الحرة على مستوى البلاد وإن كانت مركزية استقلالا ما حازته صحف بنغازي من تواجد بين الناس، وعلى رأسها صحيفة «الحقيقة» كل ما تم ذكره سيشهد تأميما، وملاحقة صناعه، وأنكفاء وأنضواء تحت محطة الراديو والتلفزيون «الوحيدة» في قلب العاصمة ، مركز السلطة لما يقارب الثلاثة عقود.

الاعلام المحلي التنموي واقع ومأمول:

مع المتغيرات مؤخرا يتوقع أن يتحول الإعلام الدعائي السلطوي الى إعلام معرفي خدماتي يتحرى المصداقية والتوازن، وعلى امتداد جغرافيا ليبيا الواسعة (رابع مساحة أفريقيا، والسابع عشر عالميا)، ويقابلها تعداد سكاني لا يتجاوز السبعة مليون، موزعون في الساحل، والوسط، والجنوب، كما تتوزع فيه محاولات لتنمية مكانية، ونشير هنا الى أنه مع منتصف التسعينات انطلقت محطات الراديو المحلية، عقب خروج محطتي طرابلس وبنغازي ومصراته، لكن أدوار المحطات المنطقية ظلت على الأغلب صورة مصغرة عن المحطة الأم تنتهج نهجها في المصادر



الحكومية المحدودة، ولا يتم بث مواد دون استئذان مركزي، أوتوضع المحاذير على لوحة الاعلانات اليومية، وعلى ذلك أرتهن الاعلام بمربع السلطة لا ينفك عنها، وترتب على ذلك محدودية الانشغالات، وأحتكار مركزي حيث تتمترس السلطة بالدعاية السياسية في محطاتها الرئيسية، ولا تفتح الباب لأي أنطلاق إعلامي مستقل، وأن النظام حمل شعار إعلامي أنه بمعيار تنموي عال ووصفه في خطابه بـ « الفردوس الأرضي » ، فغابت الحملات الإعلامية المرشدة في مجالات تنمية محورية كالـتعليم والصحة، وأقصيت دعوات تؤسس للجهود والمشاريع الاقتصادية الخاصة التي يديرها رجال أعمال حسب خارطة تعتمد توجيه الموارد (غير النفط)، والاستفادة منها على مستوى كل منطقة (مدينة أو قرية).

الاعلام التنموي وفعالية النساء⁽¹⁾

النساء شريك مهم في الاعلام التنموي، ولعلنا لا ننكر أن تغييرا حصل في بعض القيم المجتمعية التي كانت تنبذ وتستهن بعمل المرأة بالإعلام، فقد شهدنا تحولا وقبولا لانخراط وعمل الاعلامية عقب 2011م، وتلقيها للدورات المحلية، والدولية التنشيطية أو المواكبة للتطور في المجال⁽²⁾.

ومراجعة ترصد أعدادهن قبل الثورة وبعدها يثبت ذلك، وخاصة في إعلام المدن الذي كان حكرا على الرجال، أن يجري التوثيق لمُتغير إيجابي في ظل وجود السلاح، ودعاوى التطرف يُمثل مكسبا حققته المرأة في قطاع الاعلام التنموي، حضورها أخباريا، وكمتحدثة في أكثر من مجال، ومُراسلة من مُدنها، ومنهن مُشاركات بصياغة وثيقة السلام 2015م بمبادئ تقارب دور النساء في النشاط

(1) المرأة في الاجندة التنموية (2015-2030) لتحقيق تنمية مستدامة على المدى الطويل، بتمكين المرأة السياسي والاقتصادي، وتحقيق المساواة، وتوفير التكافؤ في الفرص، وفي التعليم والرعاية الصحية واتخاذ القرار.
(2) ترتب على الأنفتاح الاعلامي منذ فبراير 2011 انخراط الموهبات والمهتمات بالمجال الاعلامي، وخاصة ما اتيح من عمل مستقل دون تبعية أو رقابة صارمة الا الالتزام الاخلاقي الذاتي، كما تم ولوجهن القنوات المحلية الحكومية فقد اقتحمت المذيعات ومعدات ومقدمات البرامج ورئيسات أقسام فنية، وفي ادارة الصحف والمجلات ما مثل نقلة في المدن الاطراف: زوارة وسبها والمرج وطبرق، وظهرت المُراسلات من عين المكان يغطين اخبار المدن الليبية، ومنهما ما كان محظورا كالتمعاطي الاعلامي مع القنوات الخارجية وتمكنت اعلاميات مثل: سيرين العمري لقناة 24، نعيمة المصراي لمواقع الكترونية كالصينية، كما وترأست إداريا



التنموي المستدام لخارطة 2030، ويُحسب للنساء الليبيات، أنهن أنطلقن مبادرات بالعمل المدني بمدن الأطراف التي كانت مهمشة، بل ومُجازفات وبعضهن من قلب مناطق النزاع والتوتر حيث مكافحة الارهاب والتطرف (بنغازي ودرنة وسرت كنماذج) وسجلن تقدما ملحوظا في معالجة بعض القضايا التي تُقارب النساء المُهمشات ضحايا ما بعد التغيير نازحات ومهجرات، فما تشرع فيه النساء يقع التأسيس له كما أول وأُس البناء الذي يُولي ويمنح المرأة حضورها المستقل والفاعل في التمكين السياسي والاقتصادي والاجتماعي .

الصعوبات والعوائق لمشهد تنموي إعلامي:

تعالّت بعض أصوات بشرط مراقبة وسيطرة الدولة على وسائل الاعلام كمبرر لإيقاف خطاب الكراهية والعنف الذي تُصّدره بعض القنوات، دون الانتباه الى أن الاعلام الليبي السائد صار ييث من الخارج، فكيف ستتحقق سيطرة دولة واقعا وفعلا، سواء على الاعلام الالكتروني أو القنوات الفضائية التي نتابعها من خارج البلاد! ونزيد على ذلك علام داخلها ما يسمى «بإعلام الدولة» عبارة عن محطة واقعة تحت السيطرة تسمح بخبر ولا تسمح بغيره، وأن وكالات الدولة الاخبارية منقسمة على نفسها. إن إعلام الدولة الحاكم ذو وجهة النظر الأحادية الحامل لأيدولوجيته، والممانع لكل اختلاف، على ذلك من غير المتوقع أن يصدر هكذا متطلب بسيطرة ورقابة وحجب تقوده الدولة، وقد خضنا ثورة تبحث وتناضل من أجل ترسيخ حرية الرأي والتعبير والتجمع، وأعلام مضمونه ومحتواه هو الاعلام الحر والمستقل وفق ضوابط يتعاقد عليها المنضوون على مستوى البلاد. واقع العمل الاعلامي ليؤدي دوره التنموي غُيب فيه ما يتعلق بالالتزام بأخلاقيات المهنة (اللوائح والمعاهدات) التي انخرط فيها المهتمون (ات) والمهنيون (ات)

الاعلامية هدى السراي قناة ليبيا الاحرار، ثم ليبيا 218، ابتسام عبد المولى قناة الشبابية المسموعة، فاطمة غندور مدير جريدة مبادين المستقلة، انتصار البرعصي مدير جريدة قورينا، ريم البركي مجلة لنا، تهاني دربي جريدة الاحوال، سليمة بن نزهة رئيس تحرير جريدة أفسانيا، فريال الدالي رئيسة تحرير أطيفاف، وغيرهن، ولنا أن نسجل البراح الذي أتيح وانبثق لأول مرة في تاريخ ليبيا للمكونات الامازيغية والتبو والطوارق ما أطلق اعلاميتهن في الصحف والراديو والتلفزيون ومنهن فدوى كامل كرئيسة تحرير لجريدة باللغة الامازيغية.



ما انفتحنا عليه وكان مقصيا ومحظورا، يماثل ما هنا تنفيذا لقرار السلم والامن 1325 العالمي، نموذج ذلك تشريعات صحفية وقد تم الخوض فيها وتداولها عبر التدريب، و من أهمها المادة 19 من مبادئ حقوق الانسان، مبدأ حرية الرأي و التعبير، حق منح المعلومة، حماية مصدر المعلومة، عدم الافلات من العقاب، فمتمتهنو الصحافة يعانون من عدم احتواء واستيعاب مؤسسات أمنية وتشريعية لماهية عملهم عند نقل المعلومة الى الجمهور، كما كان من المناسب طرح مشروع الهيئة المستقلة للأعلام والتي يقودوها اعلاميون مستقلون، كما الدعوة الى تشكيل روابط ونقابات للصحفيين تنظم عملهم، و تحفظ حقوقهم (وبالإمكان الاحتذاء بالتجربة التونسية في الهايكا).

ومن آليات المعالجة المفتقدة باعتبار أهمية أدوار القوة الناعمة وتوظيفها إعلاميا، وعلى رأسها استحداث دوائر متخصصة في مجال الإعلام التنموي لدى وزارات ومؤسسات الحكومة في مجال التنمية والإعلام ، للمساهمة في علاج الازمة بل ووقاية لأجيال قادمة مع ما نشهده من تحديات تمثلت في التهريب، وأطلاق الأحكام المسبقة، بحجج ودعاوى دينية متطرفة والدين منها براء، هي شوائب ينشرها خطاب العنف المقدم عبر القنوات الاعلامية، وهو ما يستلزم بالمقابل الدعوة الى بعث الرسائل الثقافية، والادبية، والفنية المؤثرة في أنماط سلوكياتنا المختلفة التي ولدتها حالة الحرب والفوضى حيث يتم العمل على توظيف الانشطة في مجالات الفنون والثقافة والرياضة، ويجري دعوة واحتواء وإشراك نخب ومثقفي وفناني المجتمع (والمرأة عمّدتها لعلاقتها بالنشء والتأسيس لجدوى المعرفة والثقافة) لتساهم في الاقناع والاستقطاب والتوعية التي ترتقي بثقافة السلم، وتوصلها الى من تم محاولة غسل عقولهم بالعنف والتطرف، وادماجهم في مشاريع الارهاب الفكري بدءً من خطاب مُسرب للعنف اللفظي ما نشهده عند قادة الميليشيات ومن ينخرطون تحت مظلتهم ليتحول الى عنف فعلي مع وجود السلاح في كل يد، الى ما أثر في ذوقنا العام، فالعنف تظهر ظلاله في البيت كما في الشارع، والمدرسة كما في مؤسسات الوظائف المختلفة، إن توظيف القوة الناعمة قبل أن يكون بلسما للجراح، نرى ضرورته كونه يُعلي من قيم العلم والمعرفة بمختلف جوانبهما، علينا أن نتخذ موقفنا الحازم إزاء تغييب و فقدٍ لمراكز التثقيف والنوادي



والمسارح ومكتبات القراءة العامة وحلقات الحوار الثقافي والأكاديمي، كلها يجب أن ندعو إلى أحيائها ولتوصيلها بمنابر الاعلام، لمقاومة التطرف والارهاب وهي قوة ناعمة في مواجهة قوى الموت.

و لن نغمر أعيننا عن التجربة الاعلامية التنموية في ليبيا عقب متغير فبراير 2011م، مع أنطلاق قنوات محلية بالمدن الاطراف، مؤدية دورها في نقل المعلومات والمعارف والخدمات كسرا للمركزية التي كانت سائدة لعقود سابقة ، وفضائيات داخل وخارج ليبيا ، ونشاطات مجتمع مدني وتواجد عنصري الشباب والمرأة مبادرين وموظفين قدراتهم في مجالات الاعلام المتعددة ، ونظل بحاجة الى أن نعتمد التخطيط الفاعل، الذي لا ينظر فقط الى المدى القريب فيما يتعلق بتوفير مناخ اجتماعي يدعم المسار التنموي، كما ضرورة وتوفير عنصري التدريب والخبرة لمواكبة الحاصل من تطور تقني معلوماتي وللأرتقاء بالخصائص المهنية لممهني الاعلام الذين من أدوارهم توخي الدقة والموضوعية والحيادية في المعلومات المقدمة للجمهور، الذي هو بالضرورة مساند للعملية التنموية.



مداخلة النائبة/ منال ماهر الجميل⁽¹⁾

التنمية المستدامة محورها هو بناء الإنسان ولكن للأسف، انصاف المثقفين هم المسؤولين على الإعلام. وبناء الفكر الإعلام الحكومي اندثر للأسف بالرغم من أنه ركيزة الثقافة في مصر والقادر على إحياء منظومة القيم والأخلاق في الثقافة وحماتها من الأفكار المغلوطة والقيم السلبية التي انتشرت في مجتمعنا الآن.



ايضا دور المنظمات الثقافية في نشر الاخبار الإيجابية وعدم نشر الإشاعات بل والتصدي لها وإعادة إحياء منظومة القيم والأخلاق. لابد من تفعيل موثيق الشرف بأخلاقيات المهنة ورقابة المصنفات بما تلائم مع منظومة القيم والاخلاق من ناحية والعادات والتقاليد المصرية الإيجابية من جانب آخر .

والتنمية المستدامة تحث على الحفاظ على الموارد وحق الاجيال القادمة في الموارد الحالية وهذا دور آخر رئيسي لمنظومة الاعلام للحث على ترشيد استخدامات المياه والطاقة بل ايضا والغذاء فما تتخلص منه الدول العربية في رمضان في مكبات النفايات قادر على إقامة دولة بأسرها.

لابد ان يلتزم الإعلام الخاص بالكود الأخلاقي ولابد أن تكون هناك تشريعات ملزمة.والخريطة الإعلامية لابد من اعادة صياغتها لتتضمن برامج خاصة برفع الوعي للتنمية المستدامة وكذلك موجز أنباء خاص بالتنمية المستدامة. وتدريب الصحفيين والإعلاميين على مفاهيم ومبادئ التنمية المستدامة.

إعلام وطن ام دولة ام مواطن...

الإعلامي التنموي القادر على صياغة الرسالة الإعلامية الاثرية التي تثرى وتضاعف وعى وذكاءات المواطن.. لتنشيط الذكاءات الوجدانية وزيادة الوعي بدور الإعلام التنموي في تربية الوجدان وتنشيط العقلي. والاهتمام الإعلامي بصناعة الحدث وليس فقط نقله. أن يكون الإعلام شريك في صناعة التنمية المستدامة وليس مفعول به.

(1) عضو البرلمان العربي المصري



مداخلة الإعلامية/ منى الوكيل⁽¹⁾

بعض المشكلات الحقيقية التي تواجهها الدول العربية والتي لا بد ان تضع أيديها عليها ويتم تحديدها فعليا وتعمل على حلها أو وضع خطط استراتيجية مشتركة بين الدول العربية لحلها ليتحقق دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة



أولاً: النهوض بالاقتصاد ببعض الدول العربية وتحويل

الدول المستهلكة لدول منتجة.

ثانياً: تصحيح كافة المفاهيم الثقافية المغلوطة لدى مجتمعات العربية. ثالثاً: رفض المجتمعات العربية لكافة السلوكيات السلبية وخاصة المتعلقة بالحفاظ على البيئة وأيضا المتعلقة بالفكر الديني المتطرف.

رابعاً: العمل على تنمية حب الوطن والانتماء واحترام الآخر لدى الشباب والفتيات منذ نعومة أظافرهم.

خامساً: تغيير القيم الاستهلاكية غير الضرورية ووضع الأولويات على قائمة احتياجات المواطنين.

سادساً: الارتقاء بالذوق العام للجماهير في كافة مناحي الحياة؛ الفن، المسرح، الدراما، الإعلانات، الدعوة إلى القراءة والتنوير.

سابعاً: لا بد أن تجد الدول العربية نقاط تلاقي فيما بينها للصالح العام وان تلقى المصالح الشخصية جانبا.

ثامناً: لا بد أن يتضامن الإعلام العام مع الإعلام الخاص طالما أصبحت القضية متعلقة بالأمن القومي وذلك من اجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

(1) إعلامية بمكتب وزير التربية والتعليم - جمهورية مصر العربية



مداخلة الصحفي / محمد جمال

مقدمة:

لا شك أن الإعلام له دور رائد في عرض ومناقشة قضايا المجتمع الذي يعد هو أحد ركائزه الأساسية، وكلما زادت التحديات في مجتمع ما زاد اهتمام الحكومات بما يسيطر على عقول الجماهير ويشكل وعيهم ووجهات نظرهم، وهو ما يلقي الضوء على أهمية دور الإعلام الحيوي والفعال تجاه القضايا المجتمعية، لكن الإعلام على مستوى العالم تغيرت آلياته في السنوات الأخيرة ووسائله وهو ما كان له بالغ الأثر في تعامل الجماهير مع وسائل الإعلام التقليدية مما أدى إلى فقدان جزء كبير من الثقة والمصداقية في هذه الوسائل.

محاو المداخلة:

1. أبعاديات الحديث عن التنمية المستدامة تدعو للنظر في محاورها الثلاثة الاجتماعي والاقتصادي والبيئي، والواقع يشير إلى أن الإعلام المحلي لم يبذل جهداً كافياً في تبسيط المصطلحات الاقتصادية ولا في التوعية بأهمية القضايا البيئية، فيما يحاول البعض أن يفعل ذلك على استحياء. ما زال مصطلح «التنمية المستدامة» مبهماً لدى الكثير من الجمهور العربي على الرغم من أن أهدافها وهي القضاء على الفقر والجوع... إلخ هي ذاتها محور حديث العامة، وهنا يجدر الحديث عن ضرورة ترسيخ الإعلام التنموي، إعلام واع ومطلوع على مختلف أفرع المعرفة، وقد لا يؤمن الإعلام التنموي بمقولة Bad News is Good News التي تتطلب تغطيات لعدد كبير من الساعات، حيث تتجه وسائل الإعلام التنموية إلى مفهوم التغطيات الإيجابية نظراً لكون أولويات هذا النوع من الإعلام هو ترسيخ الثقافات المحلية والتوعية بقضايا المجتمعات.



2. تتمثل استراتيجية التنمية المستدامة في بناء اقتصاد تنافسي متوازن يعتمد على الابتكار والمعرفة، وهو ما يتطلب ضرورة تفعيل الهدف السابع عشر وهو الشراكة لتحقيق الأهداف التي يندرج تحتها الإعلام، غير أنه ليس من الأهداف الصريحة ولكنه يتقاطع مع جميعها.

3. يردد الكثير من الباحثين في المجال الإعلامي ما يشير إلى عزوف النسبة الأكبر من الجمهور عن وسائل الإعلام التقليدية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي صارت هي المحرك لكل من الجمهور وصناع القرار وتبعهم في ذلك وسائل الإعلام التقليدية، وهنا أتساءل أليست مواقع التواصل الاجتماعي مازلت تحمل اسم «وسائل اتصال»؟ لماذا جذبت كل هذه الملايين من الجماهير على الرغم من معرفتنا بأن كل وسيلة لا تغطي على الأخرى؟ هل استعادة الثقة في وسائل الإعلام باتت غير ممكنة؟ والأهم من ذلك، ما الآليات التي تعمل وسائل الإعلام بها الآن لاستعادة ثقة جمهورها؟!

4. إدراج التربية الإعلامية ضمن مراحل التعليم الأساسية والجامعية هي وسيلة هامة غايتها تشكيل الوعي لدى الدارسين بأساليب وسائل الإعلام المختلفة في عرض القضايا وتناولها ومعرفة السياسات التحريرية لدى هذه الوسائل مما يعزز من المتابعة النقدية لدى المواطن العربي وليس التلقي فحسب.

المقترحات:

1. تشكيل لجان رصد تابعة للمجالس الإعلامية الوطنية ووزارات الإعلام العربية تتابع كيفية عرض القضايا المجتمعية لدى قنواتهم المحلية، ومن ثم يتم إبلاغهم دورياً بأبرز التقارير التي تقيم أدائهم وأيضاً توفير الدورات التدريبية لتعزيز مهارات العاملين في هذا الشأن.

2. تعزيز إنشاء محطات محلية متخصصة في الشأن الاقتصادي والشأن البيئي، بحيث يكون لديهم القدرة على الوصول لعدد أكبر من فئات المجتمع وتبسيط المعلومات المقدمة في هذه المجالات دون إخلال.

3. تفعيل المبادرة الرائدة من قبل الأمانة العامة وهي المرصد الإعلامي



للتنمية المستدامة بحيث يشكل دورها دوراً محورياً من جانبها تواصلها مع الخبراء والمختصين بقضايا المجتمعات العربية وأيضاً تواصلها مع شرائح أكبر من المجتمع العربي من خلال الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي.

4. ضرورة وضع بنود إعلامية وقواعد أخلاقية من قبل الجهات المنظمة للعمل الإعلامي في الوطن العربي من حيث تناول القضايا المجتمعية.
5. اقترح أن يضع مجلس وزراء العرب في اجتماعه المقبل خارطة طريق تنظم المشهد الإعلامي العربي وخاصة بما وصلت الأمة العربية في الفترة الأخيرة من تحديات مجتمعية لا تتطلب أن يكون الإعلام شريكاً فيها بل يحاول أن يوازن الأمور بمصداقية وقواعد المهنة.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،



مداخلة الصحفي/ أحمد داود سلمان

هناك العديد من الدول العربية تعيش تحت سيطرة الاحتلال الذي يعمق ظاهرة الفقر، فمن المسؤول عن تحقيق أهداف التنمية المستدامة 2030 في تلك الدول؟ اما عن الاعلام التنموي فحتى يتحقق لابد من بناء جيل اعلامي يعي جيدا بمفهوم



التنمية المستدامة واهدافها ويتم ذلك من خلال عقد ندوات وورش عمل داخل كليات ومعاهد الاعلام على مستوى الدول العربية ويتم متابعة ذلك من قبل الامانة العامة بالتنسيق بين قطاع الاعلام وادارة التنمية المستدامة بالجامعة العربية.



مداخلة الإعلامي/ يعقوب يوسف الروسي⁽¹⁾

السادة الأفاضل في الامانة العامة لجامعة الدول العربية،

يطيب لي التواجد بين هذه الكوكبة المميزة في سماء الإعلام العربي جميعنا يعلم أن أهداف التنمية المستدامة هي مجموعة من الأهداف التي وضعتها الأمم المتحدة والتي تعرف أيضاً باسم الأجندة العالمية 2030 وهي رؤية ودعوة عالمية للعمل من أجل القضاء على الفقر وحماية كوكب الأرض وضمان تمتع جميع الشعوب بالسلام والازدهار بحلول عام 2030. وهنا وجب علينا ان نتطرق لدور وسائل الإعلام المتنوعة حيث تقوم بدور إيجابي في المعاونة على تحقيق هذه الخطط والأهداف التنموية من خلال ترسيخ مبادئ ومفاهيم (اهداف التنمية المستدامة) وتمكين رسالتها في المجتمع .

(1) رئيس اذاعة إمارات (FM) أبوظبي للإعلام- دولة الامارات العربية المتحدة، والامين العام المساعد لشعبة الإذاعيين العرب.



حيث يلعب الإعلام دوراً هاماً داخل كل مجتمع من حيث تثقيف الناس بالأخبار والمعلومات والأفكار والتي تؤثر على عملية اتخاذ القرار والتنفيذ حيث تعد وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر التوعية وبناء الفكر المجتمعي وهي ذات تأثير كبير في عملية تكوين الرأي الجماهيري وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية تطوير الدول والمجتمعات الإنسانية.

إن وسائل الإعلام تستطيع أن تقوم بدور فعال في المعاونة على تحقيق خطط وأهداف التنمية المستدامة حيث يصبح نجاح هذه الخطط مرهوناً بالمشاركة الإيجابية للقوى المجتمعية التي يحفزها الإعلام من خلال تنمية الوعي والتثقيف والتربية ونشر المعلومات والمعرفة ومواجهة التحديات والمعوقات التي تقف حائلاً دون تحقيق هذه الأهداف.

ويسعدني أن اتحدث هنا عن تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة حيث تبنت دولة الإمارات أجندة 2030 للتنمية المستدامة في مرحلة مبكرة وأظهرت التزامها بالعمل على تحقيق مستقبل أفضل للجميع. غير أن أهداف التنمية المستدامة لا تتحقق بجهود الحكومة وحدها إذ يتطلب بذل المؤسسات غير الحكومية والقطاع الخاص وحتى الأفراد جهوداً دؤوبة وفعالة لتعزيز استدامة كوكبنا من أجل الأجيال القادمة.

أن علاقة دولة الإمارات العربية المتحدة بمفهوم التنمية المستدامة تعود إلى ما قبل ظهور هذا المسمى وتداوله على نطاق عالمي واسع.. ضمن نهج تطويري متكامل ومستدام أخذ في النضوج عبر السنوات وصولاً إلى رؤية الإمارات 2021 والأجندة الوطنية التي تتطابق في جوانب عديدة منها مع أهداف التنمية المستدامة العالمية. إن الإعلام يحظى باهتمام قيادتنا الرشيدة التي ترى فيه جسراً مهماً يربط المجتمع بالتطورات من حوله ويطلع أفرادها على إنجازات الوطن ويشركهم في استمرارها واستدامتها إذ كان الإعلام وسيطاً شريكاً في بناء دولة الإمارات ومسيرتها التنموية الحافلة ما يضع مسؤولية كبيرة على مؤسساتنا الإعلامية في اتجاه تطوير قدراتها بالاستثمار في المستقبل. وفي ظل الظروف التي تعيشها مجتمعاتنا من تطورات وتحولات سياسية واجتماعية واسعة المجالات حيث يمكن القول إن الإعلام - بوسائله المختلفة (المرئية والمسموعة والمقروءة) - يجب أن يلعب دوراً



بارزاً في تعزيز الوعي بشكل عام، وفي تدعيم قيم المشاركة لدى الأفراد من خلال المعلومات والأفكار والتوجهات المنقولة لهم عبر مختلف البرامج المعروضة وهذا بلا شك يحدث تنمية شاملة تساعد في تشكيل قاعدة من العلم والمعرفة، تعمل على تغيير سلوك الأفراد الواعين للسير على النهج الصحيح وراذعاً لهم في الوقت نفسه للابتعاد عن الصيغ والأساليب التي لا تتفق مع مصالح المجتمع وأهدافه. وختاماًؤكد بأن الإعلام بكل قنواته كان ومازال وسيظل له الدور المهم في البناء والتنمية المستدامة .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته



الجلسة الختامية

ترأس الجلسة الختامية لورشة العمل المتخصصة وزير مفوض / أ.د. علاء التميمي، مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية. حيث تقدم رئيس الجلسة في كلمته بالشكر الكبير للسادة المشاركين سواء الذين تقدموا بأوراق علمية، والسادة الذين شاركوا بمدخلاتهم والتي بلا شك أثرت عملنا هذا، والشكر موصول للسادة ممثلي الدول العربية المشاركين، آملا في أن تشكل هذه الورشة منطلقا جديدا لتفعيل دور الإعلام التنموي في تعزيز ودعم قضايا التنمية المستدامة ، وقد أجمع المشاركون على توصيات

ورشة العمل، وهي على النحو الآتي :





التوصيات:

توصل المشاركون في ورشة العمل إلى إن التنمية المستدامة لكي تتحقق تتطلب التزاما وعملا وعلمًا ومعرفة من المواطنين وصناع القرار على حد سواء. وأهم دور يقوم به الإعلام هو نشر المعرفة التي تسهم في خلق المناخ الاجتماعي الذي يدعم التنمية المستدامة ولا يقف عائقًا أمام تحقيقها وحرى على الإعلام- من الناحية النظرية- أن يعمل بالتناغم مع عناصر النمو الأخرى لينقل الدول العربية إلى التحديث، أما في التطبيق العملي فإن الدول العربية التي استثمرت مبالغ طائلة في البنية الإعلامية الأساسية تنبهت أن هناك فجوة واسعة تفصل أنظمتها الإعلامية عن مثيلاتها في دول العالم الأخرى. فالإعلام الناضج الذي يعتمد على التحليل العميق يستطيع أن يتعامل مع القضايا المعقدة، ويتمكن من توصيل رسالته على المستوي المحلي والدولي.

وفي الختام أوصى المشاركون بما يلي:

1. ضرورة إعادة النظر في تعريف مفهوم الإعلام التنموي بشكل عام، وتبني تعريف أكثر شمولًا بما يتفق مع متطلبات العصر الراهن.
2. ضرورة الاستفادة من التجارب التنموية الدولية، والتي يمكن تطبيقها على الواقع العربي، مع مراعاة الخصوصية التي يتسم بها التجربة العربية.
3. التأكيد على أهمية التخطيط الإعلامي لتحقيق التكامل بين وسائل الإعلام المختلفة في العالم العربي وتطوير الإعلام حتى يسهم بشكل مستمر في نجاح مشروعات التنمية المستدامة.
4. ضرورة تبني الأمانة العامة لخطة بحثية تتناول دور وسائل الإعلام في تشكيل مجتمع المعرفة في الدول العربية، ودراسة دور الإعلام التقليدي والبديل في معالجة قضايا التنمية المستدامة، من خلال استخدام مناهج بحثية وأدوات جمع بيانات حديثة في مجال دراسات وبحوث الإعلام التنموي.
5. ضرورة الاهتمام بـ «الإعلام التشاركي»، بحيث يكون المواطن شريكًا في اختيار القضايا والمضامين التي تشغل اهتمامه، وتعبر عن همومه.



6. ضرورة تفعيل المرصد الإعلامي للتنمية المستدامة على الموقع الإلكتروني للأمانة العامة ليصبح قناة معلوماتية للدول العربية لتحقيق التنسيق والتكامل بين أجهزة الاعلام المختلفة، وبنك للأفكار الاستثمارية والتنموية غير التقليدية، والاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في التركيز على المشروعات التنموية.
7. ضرورة تحديث ميثاق الشرف الإعلامي العربي لضبط الممارسة الإعلامية للإعلاميين في تغطيتهم للقضايا التنموية.
8. ضرورة قيام الهيئات الإعلامية العربية بتنظيم دورات تدريبية بهدف الارتقاء بالمستوى المهني للإعلاميين في المجالات المسموعة والمرئية والمقروءة والإلكترونية.
9. توظيف البرامج الإذاعية والتلفزيونية في نشر مفهوم التنمية المستدامة، ومساندة الإعلام العربي بقطاعيه الحكومي والخاص في إدارة الاقتصاد العربي.
10. توفير البيئة الملائمة للإعلام ليقوم بالدور التنموي الهادف، وتوجيه مؤسسات الإعلام في الدول العربية لدمج الإعلاميين الشباب في عملية التنمية المستدامة مع نشر ثقافة الفكر التنموي في المجتمعات المحلية.
11. ضرورة تقديم الدعم المادي والمعلوماتي للإعلاميين وتسهيل إجراءات الحصول على المعلومات.
12. أهمية تطوير البرامج التعليمية بما يتلاءم مع لغة العصر، من خلال طرح مقررات جديدة تلائم المشهد الراهن الذي نعيشه وتتعامل بشكل فعال مع ما يفرضه من تحديات وإشكاليات.
13. ضرورة أن يسهم الإعلام بدور حيوي في نشر الأفكار المتعلقة بالتنمية المستدامة، والارتقاء بمعارف المواطنين وثقافتهم، والحصول على دعمهم ومشاركتهم في المشروعات التنموية.



14. ضرورة الاهتمام بدور الإعلام في التنمية المحلية في المجالات المختلفة، وتنويع المداخل النظرية المستخدمة في الدراسات الإعلامية، وتقديم رؤى بحثية جديدة حتى يستطيع الجيل القادم من الباحثين البناء عليها في دراساتهم المستقبلية.

15. ضرورة إعداد « دليل مهني » يُرشد أداء الإعلاميين في التعامل مع قضايا التنمية المستدامة.

16. أكد المشاركون على ضرورة استمرار الأمانة العامة بعقد مثل هذه الورش المتخصصة، وضرورة طباعتها على شكل كتيب للاستفادة منها مستقبلاً.

وفي الختام توجه السادة المشاركون بالشكر والتقدير الى الأمانة العامة قطاع الاعلام والاتصال- إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية على حسن إدارتها لورشة العمل المتخصصة، والحوار بين المشاركين وجهودها القيمة في إعداد الوثائق وتنظيم العمل.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته



قائمة المشاركين





قائمة المشاركين في ورشة العمل المتخصصة بعنوان:
دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة
الأمانة العامة-القاهرة: الثلاثاء الموافق 2019/4/30م

م	الدولة	الاسم	الصفة
1	المملكة الأردنية الهاشمية	د. الديب اسليم القرالة	مستشار إعلامي - سفارة المملكة الأردنية الهاشمية
2	دولة الإمارات العربية المتحدة	الإعلامي/ يعقوب يوسف أحمد الروسي الحمادي	رئيس إذاعة إمارات أف أم-أبو ظبي
3	دولة الإمارات العربية المتحدة	الأستاذ/ عبد الله أحمد الزعابي	المدير التنفيذي لشبكة أبو ظبي الإذاعية
4	المملكة العربية السعودية	الإعلامي/ حمد إبراهيم الدوسري	مدير مكتب وكالة الأنباء السعودية
5	جمهورية السودان	السيد/ السيد إبراهيم أحمد	عضو مجلس إدارة وأمين مساعد المنظمة العربية الدولية- السودان
6	جمهورية العراق	الإعلامي/ علي هاشم شندي	مدير مكتب قناة العراقية في القاهرة
7	جمهورية العراق	الإعلامية/ رشا محمد عبد الحميد	مراسلة شبكة الاعلام العراقي
8	دولة الكويت	الإعلامي/ سعد مبارك الزيد	مراقب التوجيه- قطاع التخطيط الإعلامي للتنمية المعرفية- الكويت



قائمة المشاركين في ورشة العمل المتخصصة بعنوان:
دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة
الأمانة العامة-القاهرة: الثلاثاء الموافق 2019/4/30م

م	الدولة	الاسم	الصفة
9	دولة الكويت	الإعلامي/ عقاب محمد نجم الشمري	مراقب البحوث والبيانات قطاع التخطيط الإعلامي- الكويت
10	دولة الكويت	الإعلامية/منى شوشتر	مدير مكتب وكالة الأنباء الكويتية
11	دولة لبنان	الدكتورة/ فرح خالد بعلبكي	مدرس الإعلام بالجامعة اللبنانية
12	دولة ليبيا	الإعلامية/ فاطمة عبد الله الزروق	استاذ بكلية الفنون والاعلام- جامعة طرابلس
13	الجمهورية اليمنية	شايفة أحمد محمد مهدي	سكرتير ثاني مندوبية الجمهورية اليمنية



قائمة المشاركين في ورشة العمل المتخصصة بعنوان:
دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة
الأمانة العامة-القاهرة: الثلاثاء الموافق 2019/4/30م

م	الاسم	الصفة
1	اللواء/ مروان مصطفى محمد	مساعد وزير الداخلية الأسبق
2	الأستاذ الدكتور/ حسين الأمين	أستاذ الصحافة والإعلام بكلية الشؤون الدولية والسياسات العامة- الجامعة الأمريكية بالقاهرة
3	الأستاذة الدكتورة/ حنان يوسف	عميدة كلية اللغة والإعلام- الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري
4	الدكتور/ إنجي عباس أبو العز	مدرس بكلية الإعلام بجامعة بني سويف
5	الدكتور/ حسن عماد عبد المنعم مكاوي	عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة الأسبق
6	الدكتور/ علي الإدريسي	خبير اقتصادي
7	الاستاذة/ منال ماهر الجميل	عضو البرلمان العربي المصري
8	الدكتورة / هالة العبيدي	نائب عميد كلية طب- جامعة أسوان



قائمة المشاركين في ورشة العمل المتخصصة بعنوان:
دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة
الأمانة العامة-القاهرة: الثلاثاء الموافق 2019/4/30م

م	الاسم	الصفة
9	الصحفي/ محمد مطر	نائب رئيس تحرير صحيفة الأهرام المصرية
10	الدكتورة/ فرح خالد بعلبكي	مدرس الإعلام بالجامعة اللبنانية
11	الأستاذ/ محمد نبيل نوار	رئيس الإذاعة المصرية
12	الصحفي/ السيد هاني	نائب رئيس تحرير الجمهورية
13	الصحفية/ منى ع شماوي	صحفية بمجلة روز اليوسف وبقناة الجديد
14	الصحفية/ سالي عاطف	رئيس تحرير جريدة الصباح المصرية
15	الصحفي/ أحمد داود سلمان	العراق
16	الصحفي/ عبد المنعم أحمد حلاوة	صحفي في الهيئة البريطانية (القسم العربي)
17	الصحفي/ اسلام حسوب عبد الحميد	طالب بالمعهد العالي للإعلام- مصر
18	الإعلامي/ أحمد ناقد	مدير مركز النيل للإعلام بالقاهرة بالهيئة العامة للاستعلامات



قائمة المشاركين في ورشة العمل المتخصصة بعنوان:
دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة
الأمانة العامة-القاهرة: الثلاثاء الموافق 2019/4/30م

م	الاسم	الصفة
19	الصحفي/ محمد جمال إبراهيم رجب	صحفي مصري
20	المصور الصحفي/ اندرو أمجد حنا	مصور- مصري
21	الإعلامي/ أحمد عصمت علي عمر	المدير التنفيذي لمنتدى الإسكندرية للإعلام
22	الإعلامية/ ناهد عبد الحميد أحمد سعد	وزارة الثقافة المصرية
23	الكاتب والمفكر / أحمد المسلماني	باحث ومفكر
24	الإعلامية/ منى اسماعيل الوكيل	اعلام مكتب وزير التربية والتعليم
25	الإعلامي/ ياسر عبد العزيز	كاتب وباحث ومحاضر جامعي وعضو المجلس القومي لحقوق الانسان
26	الإعلامي/ شريف عبد الوهاب	أمين عام شعبة الإذاعيين العرب ورئيس الشبكة الثقافية بالإذاعة المصرية
27	الإعلامية/ أمل محمود محمد مسعود	نائب رئيس الإذاعة المصرية
28	الإعلامية / ابتسام مصطفى	المديرة التنفيذية لمؤسسة صوت النيل الاخبارية



قائمة المشاركين في ورشة العمل المتخصصة بعنوان:
دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة
الأمانة العامة-القاهرة: الثلاثاء الموافق 2019/4/30م

م	الاسم	الصفة
29	السيد/ محمد سعد الدين	صحفي
30	الإعلامي/ مجري بن مبارك القحطاني	مدير عام جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدو الخليج العربي
31	الأستاذ/ عبد الله أحمد الزعاوي	المدير التنفيذي لشبكة أبو ظبي الإذاعية
32	السيد/ فراس خضير الشمالي	رئيس مجلس إدارة مركز البحوث للتدريب والتطوير - العراق
33	الصحفي/ أشرف البهي	رئيس تحرير الإذاعة المصرية- صحفي وباحث- مصر
34	الأستاذ الدكتور/ علي عبد الرؤوف عبد العاطي	اس تاذ الاقتصاد بالأكاديمية العربية للنقل البحري
35	الإعلامية/ نيفين محمد سعيد	مدير عام إذاعة صوت العرب
36	الصحفية الدكتورة/ بهية حفني عبد الله	صحفية ورئيس مجلس إدارة جريدة الحوار



قائمة المشاركين في ورشة العمل المتخصصة بعنوان:
دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة
الأمانة العامة-القاهرة: الثلاثاء الموافق 2019/4/30م

م	الاسم	الصفة
37	الصحفية/ عبير عبد الرحمن صالح حسن	مدير تنفيذي ومراسل صحفي لمجلة نهر الأمل
38	الصحفية/ هناء السيد أمين المشتولي	جريدة الأنباء الكويتية
39	المذيعة/ رضا السيد إبراهيم الكرداوي	الاذاعة المصرية
40	المذيعة/ المزون سيف غانم خليفة الحميري	مذيع - الإمارات العربية المتحدة
41	هلا حسام أحمد محمد الجندي	طلبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري
42	سلمى اشرف السيد يوسف	طلبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري
43	شاهنده هشام أبو الذهب	طلبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري
44	هانيا عمرو	طلبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري



قائمة المشاركين في ورشة العمل المتخصصة بعنوان:
دور الإعلام التنموي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة
الأمانة العامة-القاهرة: الثلاثاء الموافق 2019/4/30م

م	الاسم	الصفة
45	نتالي اشرف سمير يوسف	طالبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري
46	هنا محمد أحمد أبو القاسم	طالبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري
47	نورهان حاتم	طالبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري
48	فرح ايهاب	طالبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري
49	فاطمة حسن محمد الكبي	طالبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري
50	عمر مسعد عبد المنعم أبو ليله	طالبة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري



قائمة المشاركين من الأمانة العامة لجامعة الدول العربية

ت	الاسم	الصفة
1	السفير/ بدر الدين علالي	الأمين العام المساعد- رئيس قطاع الإعلام والاتصال
2	د. علاء التميمي	وزير مفوض- مدير إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية
3	ندى العجيزي	وزير مفوض- مدير إدارة التنمية المستدامة والتعاون الدولي
4	د. محمد محمد نسور	وزير مفوض- مدير إدارة التفتيش
5	نسيمة شريط	وزير مفوض - مدير إدارة الإعلام
6	بشير الهرجاني	سكرتير أول - إدارة الإعلام
7	نجاة المرابي	سكرتير أول - إدارة البحث العلمي والدراسات الاستراتيجية
8	نوران يوسف	متعاقدة بإدارة الأمانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب
9	فتيحة أوقيرتي	مكلفة بوحدة الدراسات والمسوحات الميدانية الاجتماعية

