

الفصل الثالث

وسائل الإعلام وتنمية المجتمع

دور وسائل الإعلام في عملية التنمية الاجتماعية؛

ويمكن ان نشير هنا إلى ان وسائل الإعلام المختلفة تعد قنوات أو أدوات يمكن من خلالها توصيل الأفكار والمعلومات الهامة التي تساعد على تحقيق عملية التنمية إلى أكبر شريحة ممكنة من المجتمع، وذلك بهدف الإسراع في تحقيق عملية التغيير الاجتماعي الشامل والوصول إلى التقدم الاقتصادي والثقافي، بالإضافة إلى تذليل جميع العقبات التي تعوق عملية التنمية.

ويشهد العالم المعاصر تطوراً هائلاً ومتسارعاً في مجال الإعلام والاتصال بمعدل قد يتجاوز التطور في أي مجال آخر من مجالات الحياة فعجلة التقدم في تكنولوجيا الاتصال وفنونه تسير بقفزات ولعة نحو عالم بلا حدود حاملة معها العديد من التأثيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية^(١).

والإعلام باعتباره قوة حضارية ككل القوة التي أنتجها العقل البشري لإقامة حياة حضارية متطورة ولقد أخذت كل وسائل الإعلام المعاصرة هذه الخطى نفسها وإن لم تكن أتمتها بعد وذلك في تنمية المجتمعات بشكل عام والنهوض بالمجتمع والحقيقة أن هذه الصورة تنسحب على فنون الاتصال من إعلام ودعاية وإعلان وعلاقات عامة وكذلك كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية.

كما أن لوسائل الإعلام دوراً هاماً في تنمية القدرات والمهارات البشرية التي تساعد على ارتقاء المجتمع وتقدمه.

مثال: إذا نظرنا إلى دولة نامية مثل مصر على سبيل المثال فإننا نجد أن هناك العديد من الحملات الإعلامية التي تبث عبر وسائل الإعلام المختلفة للمساعدة على التغلب على بعض المشكلات العامة التي تعاني منها مصر مثل الانفجار السكاني وتلوث البيئة وارتفاع نسبة الأمية وانتشار بعض

١- مجلة النيل/مصر وظاهرة العولمة، وزارة الإعلام، الهيئة العامة للاستعلامات، العدد ٧٢، ١٩٩٩، ص٥.

الأمراض مثل الجفاف والبلهارسيا ونقص الوعي الصحي صفة عامة بالإضافة إلى ضرورة مكافحة الإرهاب بمختلف أشكاله وأنواعه.

الخصائص التي تساهم على نجاح استخدام وسائل الإعلام في التنمية؛

١ - اختيار الأولويات الهامة والموضوعات التي تعد موضوعات الساعة، فكل دولة من دول العالم مشاكلها الخاصة وبالتالي فإن لها أولويات معينة في كل مرحلة من المراحل، وعادة ما تعبر وسائل الإعلام بدورها عن هذه الأولويات عن طريق إلقاء الضوء على بعض الموضوعات دون غيرها وهو ما يسمى بأجندة وسائل الإعلام *Mass Media Agenda* أو التي تعتبر انعكاسا مباشرا لسياسة وفكر الدولة في كل مرحلة.

مثال: ترويج وسائل الإعلام في مصر في الخمسينات والستينات لفكر ثورة ١٩٥٢ ومن أهم سمات هذا الفكر الاهتمام بالتصنيع والتسليح وسياسة الإصلاح الزراعي وتشجيع الفكر الاشتراكي. وكلما كانت هذه الأولويات معبرة عن نبض الجماهير واحتياجاتهم الفعلية كلما كانت السياسة الإعلامية أنجح في تحقيق أهدافها حيث كان الهدف في هذه الفترة من إنشاء وزارة الإرشاد القومي ثم انفصالها وتحويلها إلى وزارة منفردة ووزارة الثقافة ووزارة أخرى وتهدف إلى التعرف على اتجاهات ومواقف الرأي العام المحلي والعالمي تجاه القضايا والأحداث^(١).

٢ - التعرف على طبيعة الجمهور المستهدف من حيث ثقافته وأفكار واحتياجاته بصورة فعلية وواقعية لتكون الرسالة الإعلامية معبرة عن هذا الجمهور بصدق وبصراحة وحتى تساعد على حل مشكلاته المختلفة.

١- إبراهيم إمام ، العلاقات العامة والمجتمع ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨١ ، ص ٢٨٤.

إذا أردنا أن نخاطب المرأة الريفية في مصر في موضوع مثل تنظيم الأسرة مثلاً فينبغي علينا أولاً أن نتعرف على هذه الشريحة من المجتمع عن قرب وأن نفهم طبيعتها وأن ندرس مشكلاتها حتى نستطيع أن نوصل لها الرسالة الإعلامية المناسبة والناجحة.

٣ - اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة التي تصل إلى الجمهور المستهدف بصورة ناجحة وفعالة.

مثال: لا يمكننا أن نحل مشكلة محو الأمية مثلاً عن طريق الصحف أو الكتب أو غيرها من وسائل الإعلام المطبوعة لأننا نخاطب في هذه الحالة جمهوراً من الأميين، فلا بد من الوصول إليه عن طريق وسائل الإعلام المسموعة والمرئية.

٤ - الاهتمام برد فعل الجماهير أو ما يسمى بـرجع الصدى. ويزداد هذا الاهتمام في ظل النظام الديمقراطي الذي ينمي المشاركة الشعبية والجماهيرية ولا يعتمد اعتماداً كلياً على الشكل التقليدي القديم في الاتصال الذي يقوم على بث الرسائل الإعلامية من أعلى إلى أسفل فقط أي من الحكومة إلى الشعب دون النظر إل رد فعل الجمهور وتأثير الرسالة الإعلامية عليه.

٥ - توخي الصدق والصراحة والموضوعية في الرسالة الإعلامية بهدف تحقيق أكبر قدر ممكن من المصداقية *Credibility* لدى الجمهور المتلقي لهذه الرسالة.

٦ - الاختيار الواعي والمناسب لمحتوى الرسالة الإعلامية وصياغتها بأسلوب سهل ومبسط يبتعد عن التركيبات الصعبة والمصطلحات المعقدة بحيث تكون مناسبة للجمهور المتلقي وتصبح أكثر فعالية.

مثال: لا يجوز أن نتكلم مع مجموعة من الفلاحين الأميين عن أحد المشاكل الصحية بأسلوب علمي أو طبي معقد ونستخدم مصطلحات متخصصة.

٧ - اختيار أسلوب الإقناع المناسب الذي يتلاءم مع طبيعة الشريحة المستهدفة بما يحقق الهدف بصورة أفضل.

ويجب أن يوجه المضمون الإعلامي في تلك الحالة ليكون أحد الوسائل في تدعيم ثقافة وفكر الأمة والتوجيه وإرشاد الفرد لتنمية قدراته المعرفية بإيضاح الأمور ذات الأهمية من الناحية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بثقافة ووضوح^(١).

مثال: استخدام أسلوب الحقائق والأرقام *Facts and figures* أثبتت بخاصة بالنسبة للمتعلمين والمتقنين ولكنه قد لا يؤثر في الفئات الأقل تعليماً، والذين قد يؤثر فيهم أكثر الأسلوب العاطفي والذي يعتمد على القصص الإنسانية المؤثرة أو أسلوب التخويف والترهيب *Fear Appeal* الذي يستخدم في حملات مكافحة شلل الأطفال والتدخين وسرعة قيادات السيارات بصورة جنونية ومحاربة مرض الإيدز

٨ - المرونة والاستعداد لتغيير الأسلوب الإعلامي إذا أثبت فشله.

أهداف عملية تنمية المجتمع:

تهدف عملية تنمية المجتمع إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- ١- البحث عما يمكن عمله لتحسين ظروف المعيشة في حدود وإمكانات المتاحة، ويتوقف مدى هذا التحسين وعمقه على استعداد أعضاء المجتمع لتبني مشروع كبير أو صغير، وعلى إمكانية تواجده أو تكوين خبرات ناجحة في مجالات عمل وإدارة هذا المشروع الذي يقره المجتمع ويشارك الإعلام

١- نسمة البطريق/ الإعلام العربي ضرورة الإصلاح في عصر العولمة. جريدة الأهرام العدد ٢٢٩٩٦ السنة ١٢٩ - ٢٠٠٤/٨/٢٥ ص ١٠.

في تنمية وتوعية المواطنين المشاكل القومية وحثهم على المشاركة الإيجابية في حلها بالتنسيق مع أجهزة الدولة^(١).

٢- استثمار وتنمية الموارد البشرية في المجتمع، وزيادة قدرة المجتمع على حل مشكلاته في المستقبل عن طريق تدريب الأهالي على مواجهة المشكلات وتعليمهم أساليب ومهارات جديدة مما يزيد من ثقتهم في إمكانية حل مشكلاتهم المحلية، والقيام بدور أكثر إيجابية وفاعلية في المجتمع، والتأكيد على استمرار هذه الجهود مع مراعاة تحسين نوعية مشاركة المواطنين وليس المهم كمها أو أعدادها الكبيرة.

ويمكن تحقيق ذلك عن طريق مراعاة أوجه التالى:

- خلق الطليعة المناسبة للعمل الجماعي.
- دعم روح التعاون والتضامن.
- العمل على زيادة إسهام الأفراد في المجتمع.
- تجديد فكر القيادات التقليدية، وأيضا مؤسسات المجتمع.
- اكتشاف وتدريب قادة جدد.
- المساعدة في تكوين مؤسسات ومنظمات جديدة لدعم المشاركة الجماعية.

٣- مساعدة المجتمع المستهدف ليتحول من شبه كيان اجتماعي ينقصه الكثير من التكامل إلى كيان مترابط يزداد التواصل بين أبعاده ومؤسساته، ويتم فيه عملية اتخاذ القرارات بطريقة فعالة يسيطر فيها الناس على تلك القرارات، فبقدر التكامل بين أجزاء المجتمع وبين فئات المواطنين وبين المؤسسات العاملة في المجتمع بقدر نجاح الحلول للمشاكل

١- مصطفى حجاج، موسوعة مصر الحديثة، الإعلام، المجلد الم ع، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٦٩.

المحلية، وهو ما يتطلب التنسيق اللازم بين كل قطاعات المجتمع، ومراعاة مبدأ الشمول والتوازن والمشاركة الأهلية.

٤- ربط حياة المجتمع المحلي بحياة الوطن، والعمل على إشباع الحاجات الرئيسية لغالبية أفراد المجتمع، وتأكيد التعاون بين الحكومة والهيئات الأهلية لمنع تكرار الخدمات وازدواجها ولتحقيق التكامل في مختلف المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للمجتمع، حتى لا يطغى جانب على الآخر أثناء تنفيذ مشروعات التنمية وكذلك حث ومساعدة الجماهير على اتخاذ القرار من جانبهم ويجب أن تتاح لهم عملية اتخاذ القرار ويجب أن يتم الحوار بحيث يضم جميع من يجب أن يتخذوا القرار الخاص بالتغيير تجاه قضاياهم المحلية^(١).

كما يتم تقسيم الأهداف التنموية وفقاً للعامل الزمني إلى:

أولاً: هدف نهائي وهو تحسين ظروف المعيشة في المناطق الريفية، ورفع المستوى المعيشي لسكان الريف والمناطق الشبه حضرية.

ثانياً: أهداف طويلة الأجل وهي زيادة الدخل من المصادر الموجودة في المناطق التي يطبق بها برنامج التنمية في مجالات التجارة والزراعة والصناعة وتحسين المستويات الاجتماعية والبيئية والثقافة وذلك بالتوعية بالأساليب الصحية السليمة وطرق التغذية الأفضل والتأكيد على الحريات الشخصية مثل حرية الديانة والفكر والرأي والانتماء للجماعات المختلفة، وتوفير سبل الترفيه مثل إنشاء المراكز والأندية الترفيهية والرياضية، وتوفير وسائل الإعلام والترفيه مثل الراديو والتلفزيون، وأيضاً العمل على دعم جهود التنمية الذاتية من خلال تشجيع الاعتماد على الذات.

١- إبراهيم عبد الله المسلمي / الإعلام والمجتمع ، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٦ ، ص ٢٠٦ .

ثالثاً: أهداف قصيرة الأجل وتكون عاجلة وسريعة مثل زيادة الإنتاج واستثمار الفائض من الإنتاج في المجالات الزراعية والتجارية والصناعية في المناطق التي يطبق بها برنامج التنمية، وزيادة فرص العمل في المشروعات العامة والخاصة، وتحسين مستوى الخدمات العامة، والاهتمام بالتربية والتعليم وبمحو الأمية وتدريب وتعليم الكبار، ورفع مستوى الخدمات الاجتماعية والصحية والغذائية، والتأكيد على زيادة اللامركزية من خلال المشاركة الفعالة من جانب المواطنين في صياغة القرارات وتطوير المشروعات.

أسس ومبادئ تنمية المجتمع:

نشاهد أن كثير مما نقوم به من سلوك يكون موجهاً لإرضاء دوافع اجتماعية يعتمد تحقيقها على وجود الآخرين ومن هذه الدوافع الاجتماعية الشعور بالحب وتقدير الآخر الاحترام^(١).

ولكي نتحقق تنمية المجتمع لابد من مراعاة مجموعة من المبادئ والأسس والمتطلبات الأساسية، والتي تتمثل في:

١- **الاعتماد على الذات:** والتأكيد على استخدام الموارد المحلية المتاحة سواء البشرية أو المادية، وبفقد ذلك في التقليل من المعونات والمساعدات الأجنبية واستخدام التكنولوجيا الملائمة، وتحقيق الاكتفاء الذاتي من خلال إنتاج السلع التي تشبع الاحتياجات المحلية، كما يساعد مبدأ الاعتماد على الذات على الاستفادة من فائض العمالة وخلق فرص العمل وخاصة في المناطق الريفية، ويمكن من خلال الاعتماد على الذات والاستفادة بالمعرفة الموجودة بالفعل فتقل الحاجة إلى تنظيم حملات تعليمية على نطاق جماهيري لتعليم أفراد المجتمع أساليب استخدام التكنولوجيا الحديثة، كما لاعتماد على

١- عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٠، ص ٧٧.

الذات فكرة التعاون وأن الفرد يتعاون مع الآخرين بفعل الشيء الكثير تجاه المشاكل التي تواجه مجتمعه.

٢ - المشاركة الجماهيرية: فمن أولى دعائم نجاح تنمية المجتمعات أعضاء البيئة المحلية تفكيراً وعملاً في وضع وتنفيذ البرامج الرامية بهم وذلك مرع
علاوة:

- ✓ إثارة الوعي بمستوى أفضل من الحياة يتخطى حدود حياتهم.
- ✓ إقناع المواطنين بالحاجات الجديدة.
- ✓ تدريبهم على استعمال الوسائل الحديثة في الإنتاج.
- ✓ تعويدهم على أنماط جديدة من السلوك.
- ✓ إقناع المواطنين بالتغيير عن طريق اشتراكهم في برامج التنمية، بحيث يحدث التغيير دون ضغط ويقول تلقائياً من مجرد مشاركتهم في هند البرامج التنموية.
- ✓ وتلعب وسائل الإعلام دور هام في جعل الأفراد يشعرون بالانتماء إلى الأمة بدلا من الانتماء إلى الجماعات المحلية والقطرية المحدودة وبما يتعلق بدور وسائل الإعلام فإن لها دور هام جداً في تماسك الأفراد وجعلهم يشاركون بعضهم البعض في خلق نوع من المشاركة المجتمعية^(١).
- مفهوم المشاركة في التنمية إلى "مشاركة المواطنين مباشرة كأفراد في مشاركة القيادات الشعبية على اختلاف أنواعها، ومشاركة مختلف الأجهزة والمنظمات الموجودة في المجتمع" والمشاركة لا تعني مشاركة كل سكان المجتمع في كل مراحل والعمليات وفي كل الأوقات، وإضا هناك أفراد سيشاركون أكثر في مرحلة ما وآخرون سيشاركون أكثر في مرحلة أخرى وهكذا، كما أن هناك من

١- محمد سعد أبو عامود/ الوظائف الميضية للإعلام في المجتمع المعاصر، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة العدد ٥٠ يناير/ مارس ١٩٨٨ ص ١٥.

سيشاركون بصفتهم الشخصية آخرون سيشاركون بحكم أنهم يمثلون غيرهم (قادة المجتمع) وهكذا..

وهناك مجموعة من الفوائد التي تتحقق نتيجة المشاركة الجماهيرية فيتم تكوين القادة المحليين وتدريبهم على العمل وقيادة الجماهير، وتؤدي المشاركة إلى تجنيد واستثمار الطاقات المتاحة في المجتمع، وتوسيع فرص العمل لتشمل الشباب والنساء.. كما أن مشاركة الأهالي في المشروعات سوف تقلل من نفقات المشروعات التي تتم إقامتها ومشاركة الناس في المشروعات تجعلهم يشعرون بملكيتهم لها مما يدفعهم إلى المحافظة عليها والتعود على صيانتها وتجديدها والدفاع عنها فالمشاركة تعتبر عملية تعليمية تساعد على تنمية الموارد البشرية حيث تغرس في الناس المزيد من الثقة في قدراتهم على تشكيل حاضرهم ومستقبلهم، ومشاركة الجماهير في مشروعات التنمية تؤدي إلى إتمام الكثير منها في حينها، حيث يسعى الأهالي إلى جني ثمار ومزايا هذه المشروعات بأسرع ما يمكن، ومن خلال المشاركة يصبح للمواطنين دور في عملية الرقابة والضبط على هذه المشروعات.

ويجب أن يشتمل العمل الإعلامي على كافة طوائف المجتمع والقطاعات المختلفة (عمال - فلاحين - شباب - نساء - أطفال) للتعرف على نبض الجماهير عن قرب وردود أفعالها إزاء القرارات التي تتخذها القيادات السياسية وإبداء الرأي في المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وتتعدى ذلك إلى درجة المساهمة في رفع الفكر والمستوى الثقافي^(١).

١- نبيل عثمان الإعلام المصري وتحديات القرن الحادي والعشرين، مجلة النيل، العدد ٧٥، ٢٠٠٠، ص ٢.

نجاح المشاركة الجماهيرية يتوقف على عدة اعتبارات:

- ١- لا تتم المشاركة الجماهيرية إلا إذا كانت برامج ومشروعات التنمية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً باهتمامات الأفراد ومصالحهم.
- ٢- ضرورة التعرف على مستوى العلاقات الاجتماعية القائمة بين أفراد المجتمع وجماعاته ومختلف مكونات ثقافته، حتى لا نضمن برامج التنمية ومشروعاتها ما يتناقض مع تلك العلاقات والمكونات الثقافية.
- ٣- تختلف أساليب المشاركة باختلاف المساهمة التي يقوم بها الفرد وتدرج من:
 - المشاركة واقتسام المعلومات.
 - الاستشارة في القضايا الرئيسية دون المشاركة فعلاً في التنفيذ.
 - المشاركة في صناعة القرار وتصميم وتنفيذ المشروعات.
 - المشاركة في التنفيذ وبدء العمل وتحديد الاحتياجات والمشاكل.
- ٤- العدالة في التوزيع سواء للمزايا الاقتصادية والاجتماعية، بمعنى أن يكون لفقراء الريف والحضر الأولوية في برامج التنمية، والعمل على تضييق الفجوات الاجتماعية الاقتصادية بين الجماعات المتميزة والجماعات غير المتميزة.
- التكامل بين جوانب التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- التكامل بين الريف والحضر.
- التكامل على مستوى خطط ومشروعات التنمية، بحيث لا يكون هذا تكرر أو تناقض به.

والهدف من التكامل هو إيجاد الأفراد المشاركين في قضايا بيئتهم التي يعيشون فيها وتصور شكل أكثر فاعلية في التكامل وأهمية الاتفاق على المفاهيم حجر الزاوية في التأثير على المتلقي^(١).

٥- مراعاة حق تقرير المصير أو المبدأ الديمقراطي بمعنى ألا تفرض مشروعات التنمية فرضا على أفراد المجتمع، وإنما لابد أن تنبع من داخله أي تنبع من القاعدة إلى القمة، وذلك حتى يشارك فيها أعضاء المجتمع بإرادتهم وباختيارهم.

٦- الإسراع بالوصول إلى النتائج المادية المحسوسة ذات النفع للمجتمع وذلك من خلال الاهتمام بالبرامج التي يضمن خدمات سريعة النتائج مثل الخدمات الطبية والصحية بحيث يمكن كسب ثقة أبناء المجتمع الذي تطبق فيه برامج التنمية.

٧- التنمية الريفية المتكاملة وهو ما يتحقق من خلال وجود هدف تنموي واحد الأمر الذي يتطلب تصميم مشروعات للتنمية بطريقة متكاملة يمكن من خلالها التأثير في القطاعات الزراعية والاجتماعية والتعليمية في وقت واحد وهي كطريقة تسعى إلى استخدام وتوريط جميع الأفراد الريفيين وجميع مجالات الحياة الريفية. والتنمية الريفية المتكاملة كعملية تحاول تغيير الثقافات الريفية القديمة والتقليدية بحيث تقبل وتعتمد بدرجة أكبر على العلم الحديث والتكنولوجيا، كما تسعى إلى تحقيق مستوى معيشي مرتفع للريفيين وتوفير مؤسسات اجتماعية واقتصادية وخدمات مشابهة لتلك المتوفرة للحضرين، بحيث تتكون في النهاية من وقف تدفق الهجرة

١- مصطفى عيد / التكامل الإعلامي بالمحليات (صحافة - إذاعة - تلفزيون) ورقة عمل مقدمة لمؤتمر الإعلام الداخلي، ١٩٩٥، ص ٧٩، ٨٠.

من الريف إلى المدن بإيجاد فرص عمل في الريف، وتوزيع الخدمات الصحية والتعليمية والترفيهية على أنحاء البلد، فتجعل بذلك الريف صالحا للمعيشة والاستقرار وتعتمد التنمية الريفية أساسًا على إحساس الفرد في هذه المجتمعات الريفية بمشاكلهم واشتراكهم فعليًا في الخطة التي يمكن بها مقابلة هذه المشكلات والوصول إلى حل مرضي لها وتنبعث برامج النهوض بالمجتمع الريفي من أفراد المجتمع ذاته^(١).

٨- إيجاد قيادة رأي جديدة حيث تتطلب تنمية المجتمعات الوقوف على القيادات المحلية المؤثرة في أفرادها، وتنمية قيادات محلية جديدة فالقيادات المحلية هي جواز المرور لأي حملة إعلامية تنموية موجهة لأعضاء المجتمع. ويشير مفهوم قائد الرأي إلى "شخص في الجماعة يبحث أعضاؤها عن الخبرة والنصيحة وعادة ما يكون ذلك في موضوعات متخصصة". والوظيفة الرئيسية لقائد الرأي هي التنسيق بين أنشطة الأفراد ومساهماتهم في تنفيذ مشروعات وبرامج التنمية وتوضيح فائدتها وعائدها بالنسبة لهم. وليس من الضروري أن يكون قائد الرأي من القيادات الرسمية في المجتمع أو من الأشخاص الذين يحتلون مراكز هامة لها هيبتها الاجتماعية، وإنما يوجد في كل طبقة في المجتمع قيادة الرأي الخاصة بها، وهناك عدة خصائص يتسم بها قادة الرأي هي:

• كثرة التعرض لوسائل الإعلام.

١- سوسن عثمان عبد اللطيف، التنمية المحلية للمجتمعات الريفية الحضرية والصحراوية المستخدمة، مكتبة عين شمس، القاهرة، ١٩٩٥، ص ١٢٢.

- الاتصال بدرجة أكبر بالمسؤولين عن برامج التنمية والمسؤولين الرسميين.
- المشاركة الاجتماعية أكثر من أتباعهم.
- طول فترة بقائهم في المجتمع.
- ارتفاع الدخل.
- قوة وجاذبية الشخصية والذكاء الاجتماعي.
- قدر مرتفع من التعليم والثقافة والقدرة على التأثير والرغبة فيه.

ويشير د/ عبد الفتاح عبد النبهج إلى المهارات الانصالية التي يجب أن يتمتع بها القائم بالاتصال أو قادة الرأي الممارسين الفعليين للعملية الإرشادية والتي بدونها لن يستطيع أن يمارس دوره في ظل التغييرات الجديدة^(١).

٩- الاهتمام بالحاجات الأساسية، والحاجة إلى أية أشياء ضرورية وموضوعية لحفظ حياة الإنسان وتأمين رفاهيته، وهي إما حاجات مادية يحتاج إشباعها إلى استخدام موارد بشرية أو طبيعية، وتحدث بشكل مباشر أو غير مباشر آثار يمكن قياسها بالنسبة للفرد مثل الغذاء والملبس والسكن والتعليم والصحة، وقد تكون حاجات غير مادية مثل توفير وسائل الترفيه المناسبة للفرد.

وتختلف المجتمعات فيما بينها من حيث احتياجاتها، لذا لا بد أن توضع المشروعات والبرامج في ضوء تلك الاحتياجات مع مراعاة الاحتياجات الملحة وغير الملحة، فالخطيوط للتنمية يقوم على أساس تلك المعرفة، ويتطلب تحديد

١- عبد الفتاح عبد النبي / المرشد الزراعي ، تقويم ميداني للأداء الاتصالي ، المطبعة التجارية الحديثة ، القاهرة ، ١٩٩٢ ، ص ٥ ، ٦.

الاحتياجات للمجتمع المحلي ضرورة العمل على تلاشي العزلة النسبية التي قد يتميز بها المجتمع المحلي، وتوجيه الجهود لتعليم الأفراد الأسس التخطيطية سواء على المستوى القومي أو المحلي.

١٠- تشجيع المنظمات المحلية من أجل التنمية وخاصة تلك التي تعتمد على المشاركة الجماهيرية وتهدف هذه المنظمات إلى إشراك الفقراء في المناطق الريفية في البرامج المخطط من أجل تنميتهم وهناك خمس وظائف تستطيع هذه المنظمات المساهمة فيها هي:

- تحديد أهداف التنمية.
- إثارة وتهييج المواطنين من أجل إنجاز الأهداف المحددة.
- تشكيل برنامج للعمل.
- تحريك الموارد.
- التنظيم من أجل تنفيذ العمل.

وتأخذ هذه المنظمات شكليين: الأول تقيمه الحكومة من أجل مشاركة الجماهير في برامج التنمية التي تضعها الحكومة، والثاني يعتمد على مبادرات الجماهير بأنفسهم بالإقامة منظمات تشارك في تنفيذ أجزاء من خطة التنمية.

وتستطيع المنظمات المحلية تحقيق الإنجازات التالية:

- توفير شبكة لنقل الموارد من المدن للمناطق الريفية.
- تحقيق وتشجيع التوزيع العادل للثروة داخل المجتمعات المحلية.
- تنظيم المبادرات المحلية والمهارات بشكل قد تعجز الدولة عن تحقيقه بنفسها.

• توفير بنية أساسية تنظيمية بدونها لا يمكن أن تستمر تنمية فقرا.
الريف.

ومع الازدياد بأهمية المشاركة الجماهيرية في عملية التنمية الشاملة بمفهومها الاقتصادي والاجتماعي والسياسي وازدياد الإحساس بأهمية الإعلام المباشر الذي يستكمل الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجماهيرية^(١).

وعلى الرغم من هذه الإنجازات التي يمكن أن تساعد المنظمات المحلية على تحقيقها، إلا أنها قد يكون لها بعض العيوب فقد تؤدي إلى عدم المساواة فتساعد جماعات معينة في الحصول على نصيب أكبر من الخدمات والامتيازات. كما قد تساعد القادة فيصبحوا أكثر قوة، ويمكن تفادي هذه السلبيات بمراعاة الآتي:

• ضرورة ارتباط المنظمة المحلية بمراكز القرار في المستوى العلمي من خلال قنوات متعددة وبذلك تنفيذ المنظمة من مزايا التخصص في الاتصال كما تدعم بالوسائل البديلة للتأثير، مما يقلل من أخطار القنوات الشخصية التي تحتكرها المصالح الثابتة.

• توقيع الجزاء على قادة الرأي، فحينما يكون قادة الرأي^(٢) مسئولين عن مجتمعاتهم من خلال الانتخابات والمشاركة في المشروعات الريفية والاجتماعات الجماهيرية وغيرها من الأنشطة المماثلة ويمكن إخضاعهم للمحاسبة من المركز من خلال التقارير والتفتيش والسيطرة الإعلامية المنظمة.

1-Mass Media in Changing-George Gerbner / Cultures / first Ed. U.S.A.
Johannesburg and Sous . INC. 1997.p.240

٢- قادة الرأي المقصود بهم هم الأفراد الأكثر تعليماً أو الأكثر نفوذاً لما يتمتعون به من احترام ومكانة وكذلك هم الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام وكذلك يعتبرون أكثر من غيرهم في بيئتهم المحلية وهم الأكثر استطاعة على حل مشكلات بيئية أو اجتماعية داخل نطاقهم المحلي

- العدالة في توزيع المعونات والدخل وهو شرط هام من أجل التنمية الشاملة والمنظمة والفعالة.

مراحل تنمية المجتمع:

تمر عملية تنمية المجتمع بعدة مراحل تبدأ بالمرحلة التمهيديّة ثم التخطيطية والتنفيذية وتنتهي بالمرحلة التقويمية:

أولاً : تحتاج مرحلة التمهيّد لتنفيذ برامج ومشروعات التنمية إلى بعض الإجراءات تتمثل في:

- التعرف الدقيق على البيئة الطبيعية وما يتوفر فيها من موارد، وكذلك خصائصها الجغرافية ومواردها وخاماتها الأولية، حيث يهدف ذلك لتنفيذ الاستغلال المثل لتلك الموارد، كما يساعد على إدراك نوع التأثير الذي تمارسه البيئة على الأفراد وسلوكهم وتفكيرهم.
- دراسة السكان وتركيبهم من حيث السن والنوع ونسبة العاملين إلى إجمالي السكان ومعدل الزيادة السكانية وعادات الملابس والمأكل وغيرها من جوانب الاستهلاك مما يمكن من التعرف على الطاقات البشرية التي يمكن توجيه برامج التنمية إليها.
- التعرف على النظم الاجتماعية السائدة والخواص الحضارية والقيم والعادات والتقاليد والنظم السياسية والإدارية والمالية والقانونية ونظام الملكية والصناعات والحرف وأسلوب قضاء وقت الفراغ، وأهم المشكلات السائدة في المجتمع.
- ويوجد اتفاق عام بين المؤلفين في العلوم الاجتماعية والمشتغلين بقياس الرأي العام أن المسح الشامل للجمهور يمكن التعرف من خلاله على آراء

الجمهور تجاه قضايا معينة موضع القياس ولذلك يتم تطبيق استمارة استبيان لعمل مسح شامل (١).

• دراسة النشاط الاقتصادي من حيث الإنتاج والتوزيع والاستهلاك والادخار والموارد والطاقات المتاحة، وأوجه الصور في الاستفادة منها.

فمن خلال هذا المسح الاجتماعي الشامل يمكن معرفة احتياجات المجتمع وموارده الأساسية وتحديد المشكلة، ثم تبدأ المناقشة المنظمة مع الجماهير، حيث يتم شرح المشروع للمواطنين بالطريقة التي تناسب مجتمعهم من حيث طبيعته وظروفه، ومناقشة الناس فيه، وتوضيح فائدته وأهدافه ودورهم في إنجازه والصعوبات التي يمكن أن تواجههم أثناء التنفيذ، ورأيهم في كيفية التغلب على تلك الصعوبات، ولكي تكون هذه المناقشات والأحاديث مفيدة لابد أن تكون منظمة ويشترك فيها مختلف الفئات والجماعات داخل المجتمع من خلال الاتصال بالمواطنين كلهم وبالقيادات المحلية التي تمثلهم ليعرفوا دورهم في المشروع المقترح وواجبهم تجاهه، ولا بد من العمل على كسب ثقة الأهالي من جانب العاملين في مجال تنمية المجتمع، وكذلك تقوم جهود التنمية السابقة، والمشروعات التي تمت في هذا المجتمع، ومدى تحقيق أهدافها، ومدى مشاركة المواطنين فيها، ثم تشكيل الجهاز المسئول عن تنفيذ برنامج التنمية والتأكد من كفاءته، والعمل على خلق المزيد من التطلعات لدى المواطنين.

ثانياً : مرحلة تخطيط مشروعات التنمية، فبعد عرض نتائج المسح الاجتماعي على سكان المجتمع وإدراك أكبر عدد منهم لاحتياجاته ومشاكله يبدأ الأهالي أنفسهم بالمطالبة بمواجهة احتياجاتهم وإعطاء الأولوية لمشاكل دون أخرى ويشترعون في عرض حلول للمساعدة في معالجتها، وتعد

١- محمد شومان/ إشكاليات قياس الرأي العام مصر نموذجاً- القاهرة دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ١٩٩٩ ص ١٠٩.

الاجتماعات في المجتمع بين جماعات لهم آراء مختلفة، ثم يتوصل المجتمع أخيرا إلى رأي حول أي المشكلات يبدأ بمعالجتها، وأي الاحتياجات تلي بعد ذلك بناء على ترتيب يتفق عليه الأهالي وفقا للأهم فالأقل أهمية، وهنا يبدأ الأهالي في تشكيل لجان مختلفة لتقوم بعملية التخطيط، ويتم تحديد الأهداف التي قد تشمل:

- إحداث تغييرات اجتماعية واقتصادية في المجتمع وتغيير العلاقات والقيم الاجتماعية التي قد تعوق برامج التنمية.
- إشباع حاجات المواطنين وحل مشاكلهم ومساعدة الأفراد والجماعات على مواجهة حاجاتهم وتحقيق رغباتهم المشروعة حتى يمكنهم الإسهام الفعال في مشروعات التنمية.

ونشير هنا إلى أنه عند تحديد أولوية مشروعات التنمية، تكون الأولوية للمشروعات المرتبطة بالإنتاج الاقتصادي، حيث أنها تؤثر على أكبر عدد من الناس ولا تحتاج إلى جهد أو مال كثير، كما يتم تحديد الأماكن والأحياء التي تقام بها حيث تأتي في المقدمة مشروعات تنمية المجتمع الصناعي (حيث أنها تحرم كثافة سكانها أعلى) تليها مباشرة مشروعات تنمية المجتمعات الريفية والحضرية، وأيضا يتم الاهتمام بالمشروعات التي تعني بالأحياء المتخلفة وتلك التي تهتم بصحة المواطنين.

كما يتم في هذه المرحلة تحديد الجهات التي ستقوم بالتنفيذ، واختيار الأسلوب الأمثل للتنمية، إما عن طريق التنسيق بين الخدمات القائمة بالفعل، أو من خلال التغيير الشامل، أو عن طريق الاهتمام بإنشاء مؤسسات جديدة تتولى هذه المهمة.

وهناك نتيجة مهمة بين النتائج المحتملة لثورة الاتصال وهي أن وسائل الاتصال الجماهيري (صحافة - إذاعة - تليفزيون) تؤدي إلى تدعيم الآراء عامة أكثر مما تؤدي إلى تغييرها وكانت التغييرات وما زالت تتحقق بصورة أكبر عن طريق الاتصالات الشخصية^(١).

ثالثا : مرحلة تنفيذ برامج ومشروعات التنمية : وتكون على نحو يراعى فيه الإلزام قدر الإمكان بالخطط الموضوعية، وتعتمد هذه المرحلة على تعبئة الإمكانيات المادية والموارد البشرية التي يقدمها الأفراد والجماعات داخل المجتمع ويجب هنا ألا تتوقع مشاركة كل المواطنين في المجتمع بنفس الدرجة من الحماس والإيجابية، ونشير هنا إلى وجود ثلاث فئات في المجتمع :

- فئة رجعية تقاوم التغيير يتم التركيز عليها.
 - فئة متحررة وهي الأمل في إحداث التغيير فيمكن مساعدتها على المشاركة بوعي أكثر.
 - فئة تابعة وهي تلك التي تقبل التنفيذ إذا ثبت لها بالتجربة أنه في صالحها.
- ويراعى في مرحلة التنفيذ توزيع مسئوليات العمل على المواطنين حسب رغباتهم واستعداداتهم ومهاراتهم، كما يراعى عدم التداخل أو التضارب في توزيع المسئوليات، وتتضمن هذه المرحلة أيضا اختيار القادة المحليين وتدريبهم واستشارة الرغبة في سكان المجتمع للمشاركة في تطوير مجتمعهم.

رابعا : مرحلة المتابعة والتقييم لبرامج ومشروعات تنمية المجتمع، وتهدف المتابعة إلى التأكد من أن البرامج تنفذ بالوسائل التي تم الاتفاق عليها في الخطة، والتعرف على المشكلات والمعوقات التي تعترض سير العمل، حتى يمكن معالجتها في حينه، فلا يحدث خلل في التنفيذ، كما تهدف إلى توفير

١- عدد العزيز شرف/ نماذج الإتصال الفنون والإعلام والتعليم وإدارة الأعمال. القاهرة. النازر المصرية اللبغائية. ٢٠٠٢ ص ٨٧

بجانب ذلك قد لا تكون متوفرة عند إعداد الخطة، كما قد نفيذ المتابعة في التقوية
الثقة بين المواطنين والأجهزة التنفيذية.

أما التقديم فهو عملية أساسية لمعرفة ما حققه المشروع من الأهداف التي
رسمت برامجها لتحقيقها، وذلك لمعرفة نقاط الضعف في التنفيذ لتلافيها
في المراحل التالية. ويوضح التقييم العوامل الاقتصادية والاجتماعية الموجودة
في المجتمع والتي قد تعرقل برامج التنمية. كما يبين التقييم أي المشروعات أكثر
قبولاً لدى الأهالي والعكس. وما هي أحسن الأساليب التي يجب إتباعها في معاملة
الأهالي، وأي الطرق أجدى في الإصلاح، كما يوضح التقييم مدى مساهمة الأهالي
وتعاونهم مع السلطات العامة في إنجاز برامج التنمية.

ويمكن أن يتم تقديم برامج التنمية بالاستعانة بالدراسة القبلية للمجتمع
بحيث يتم مقارنة المجتمع مع نفسه قبل وبعد تنفيذ البرامج. مع قياس اتجاهات
المواطنين للكشف عن مدى التقدم من خلال الدراسات المقارنة بحيث يتم مقارنة
المجتمع الذي تطبق فيه برامج التنمية بمجتمع ضابط يتشابه معه في كل المتغيرات
عدا هذا المتغير (برنامج التنمية)، كما يمكن الاستعانة بتقارير المشرفين على مراحل
العمل في البرامج التنموية ويتم دراستها للتعرف على جوانب القوة والضعف
في تلك البرامج.

برامج تنمية المجتمع:

توجد ثلاث أنواع من برامج تنمية المجتمع وهي:

- البرامج المتكاملة وهي تلك البرامج المخططة على نطاق قومي وتهدف لتنمية
المجتمع في كل قطاعاته، وهي تهتم بسدال الجهد على مستوى عام أو شامل
بالتنسيق مع الخدمات الحكومية، وهي تؤدي في مراحلها الأولى إلى تغييرات

جوهريّة في النظم الإداريّة والحكوميّة القائمة ووظائفها. وقد يتطلّب تنفيذها إنشاء مناطق إداريّة جديدة إلى جانب المناطق القائمة بالفعل.

• البرامح المتوافقة وهي عبارة عن برامح قومية من حيث أهدافها، لأنها تعمل على المستوى القومي لكنها تركز على تنظيم المجتمع، وتعمل على توجيه الجهود التطوعية لتحقيق أهداف محددة، كما تعمل على جذب أجهزة الخدمات الفنيّة القائمة وتشجيع التعاون معها، وهي تسمى برامح متوافقة لأنها تتوافق مع التنظيم الحكومي القائم بالفعل وتحرص على التنسيق مع الأجهزة الحكوميّة القائمة بحيث يتمّ التنسيق بين المستوى المحلي والقومي مثل ترشيد استخدام المياه والكهرباء وتعظيم الاستفادة من الموارد المائيّة على سبيل المثال ويكون البيئّة والتعريف بالأضرار التي قد تلحق بالمجتمع المصري مثل الغزو الثقافي الخارجي والمخدرات ومحاولة تكوين رأي عام محلي مساند وكذلك على مستوى قومي^(١).

• برامح المشروعات وتتميز بأنها من حيث الأهداف ذات أغراض متعدّدة ومن حيث المجال يكون لها نطاق جغرافي وتهتم بقطاع معين من قطاعات المجتمع.

مجالات تنمية المجتمع:

هناك ثلاث مجالات أساسيّة يمكن أن تساهم فيها برامح التنمية، وتتمثل في:

• الخدمات ذات الصلة الحيويّة الدائمة بحياة المجتمع وبنشاطه فإذا كان المجتمع زراعياً فهناك الخدمات الزراعيّة، والإرشاد الزراعي، ومقاومة الآفات، واختيار البذور المحسنة والأسمدة، وإقامة الجسور والسدود

١- محمد علي أبو العاز / الوطنيّة الاتصاليّة للهيئة العامّة للاستعلامات / دراسة تقيميّة وتصور مستقبلي ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، قسم الإعلام ، ٢٠٠٧ ، ص ١٠٠

واستحداث محاصيل أكثر ربحا والتنوع فيها، والعناية بالصناعات الراحبة، وارببة الثروة الحيوانية وتنظيم وسائل وقايتها وعلاجها وتحسين سلالاتها. ونصنيع منتحاتها من الألمان والأصواف، وتنشيط تطوير الصاعات الراحبة وتسويقها، وإشاء المؤسسات المصرفية مثل بنك القرية... وهناك أيضا الخدمات الصحية والطبية والتنقيف الصحي ومحاربة الأمراض المستوطنة ونشر الوعي الغذائي وبت العادات الصحية السليمة في السلوك الاجتماعي، كذلك الاهتمام بتنظيم أوقات الفراغ لربيات البيوت وتدريبهن على بعض المهارات الاقتصادية النافعة وممارسة نشاط تعليم الكبار، ومحو الأمية بينهم، وإقامة الطرق التي تربط المجتمع المحلي بالمواصلات العامة، تشمل أيضا هذه الخدمات النشاط الترويحي الاجتماعي مثل الأندية الثقافية والرياضية والاجتماعية وإقامة الساحات الشعبية والمكتبات العامة وتنظيم الندوات والمهرجانات.

- ولا ترتبط التنمية الزراعية والحيوانية بالعوامل الاقتصادية فقط بل ترتبط بشكل قوي بالأحوال السياسية والاجتماعية^(١).
- خدمات تديمية وتهدف إلى إعداد العاملين الاجتماعية والأخصائيين في تنمية المجتمع، وتدريبهم في مختلف مستويات العمل، ويتضمن ذلك إجراء الأبحاث التي يمكن تطبيق نتائجها في مجالات نشاط المجتمع والاستفادة من هذه الأبحاث في توفير أكثر الوسائل ملائمة لدفع عملية التنمية.

١- عد الرءوف الصبغ/ اعتبر الاجتماعي، الإسكندرية المكتبة المصرية ٢٠٠٢ ص ٢٢٧.

- الخدمات العامة للتنمية، وتتم على المستوى المحلي سواء على مستوى إقليمي أو قومي مثل مد الطرق العامة والسكك الحديدية وإقامة المصانع الإنتاجية فهذه النوعية من الخدمات ذات أثر فعال في برامج التنمية.

معوقات تنمية المجتمع :

هناك بعض المعوقات التي قد تواجه عملية تنمية المجتمع، ويعتبر المعرف على العوامل المعيقة لتنمية الدول المتخلفة أمراً ضرورياً لمحاولة تدارك هذه المعوقات وهي تتمثل في:

- عدم توافر الإمكانيات اللازمة للشروع بعملية التنمية الشاملة في الدول المختلفة، لأن تحقيق التنمية يتطلب وجود ثروات قومية وطاقات علمية ورؤية مستقبلية. فمعظم تحليلات التخلف تعتبر فقدان الرأسمالية المادي والتقني بمثابة المصدر الأول للنشر" هذا هو أصل الفكرة التي نجدها في أساس كل سياسة تنمية. والقائلة بضرورة إيجاد مصدر للتدفق المالي في البداية، حتى تتمكن الدولة من الخروج من حالة الركود ومباشرة عملية التوسع الاقتصادي.

- غياب الديمقراطية وأكبريات الفريضة العامة والاعتماد على الأنظمة الشمولية والاتجاهات ذات اللون الواحد مما يؤدي إلى تجميد قوى اجتماعية كان يمكن أن تكون فعالة ومؤثرة اجتماعياً وحضارياً لو أعطيت هامشاً من حرية الحركة، ولكن واقع الأمر يجعلها خارج إطار العمليات الاجتماعية بذلك يخسر المجتمع بعض فئاته الفعالة بل قد تنقلب عليه في بعض الحالات.

- انتشار الأمية بصورة كبيرة بين السكان وما يتبعه من انتشار التخلف العلمي والثقافي مما يعد معوقاً للتنمية، لا سيما وأن الأمية تقترن بظاهرة

- جهل التكنولوجيا ومعادة أدواتها ووسائلها وحتى إذا تم التعامل معها فهو يتم بصورة فردية ولا نصصح جزءاً منها.
- ومشكلات ذات طبيعت إستراتيجية تترك مواجعتها للجهات المعنية ويقتصر دور وسائل الإعلام على الأنشطة التي تتم في شأن معالجتها مثل المشكلة الخاصة بانخفاض مستوى دخل الفرد^(١).
 - الواقع المعاش أو أداة موظفة في سبيل تحسين ظروف معيشة السكان.
 - عدم توافر البنية الأساسية المناسبة.
 - عدم التكامل والتنسيق بين جوانب التنمية المختلفة.
 - نقص الموارد البشرية ذات الكفاءة العالية أو الموارد المالية أو الموارد المادية مثل عدم توافر المعدات اللازمة.
 - عدم الاهتمام بالمشاركة الشعبية المحلية وإعطاء الموظفين في الحكومة مسئولية تخطيط وتنفيذ برامج تنمية المجتمع.
 - عدم الفهم الكافي لظروف وأوضاع وأساليب المعيشة والتي تختلف من مجتمع محلي لآخر.
 - سوء الإدارة وتخلف الأجهزة الإدارية.
 - نقص الوعي التخطيطي والتنموي من حيث عدم وضوح الأهداف، وعدم الدقة في اختيار الوسيلة الملائمة وعدم المتابعة.
 - عدم ثقة الفقراء في المسئولين نتيجة اتجاهات موظفي الحكومة السيئة والصورة الذهنية المتكونة عنهم، والفارق الاجتماعي الموجود بينهم وبين الفقراء.
 - القيم الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع، فعملية التنمية تحتاج إلى تبني أنماط سلوكية جديدة، فإذا كانت القيم الاجتماعية السائدة

١- محمد علي أبو العلا/ الوظيفة الاتصالية للهيئة العامة للاستعلامات، دراسة تقييمية وتصور مستقبلي، مرجع سابق، ص ٦٤

متخلفة كان ذلك عائقاً لعملية تنمية المجتمع ومن أمثالها: الانعزالية والتوكل والقدرية والخوف من الجديد ... وغيرها.
ويمكن أن تحددان مفهوم تماسك الجماعة مؤداه أنه تعاون أعضاء الجماعة بشكل إيجابي وفي ترابط وثيق ومشاعر رضاء ويروح الفريق لتحقيق أهداف الجماعة مع الالتزام بمعاييرها السائدة باعتبارها موضوعاً جاذباً لهم^(١).

مقومات نجاح التخطيط :

ويعد التخطيط من الأمور الضرورية لنجاح أي نشاط إذ كثير ما يتردد ولماذا فشلت رغم توفر كل الظروف والإمكانات المساعدة ولذلك لا بد أن تتم وأن تتم الحملة بناء على خطوات وإجراءات هامة^(٢).

ولنجاح هذا التخطيط هناك مقومات لا بد من توافرها هي:

- الشمول: وهو شمول التخطيط الإعلامي لكافة المجالات التنموية ولكافة أنواع الجمهور وكذلك لكافة عناصر العملية الاتصالية المرسل والرسالة والجمهور والأثر.. لأن كل عنصر يعتبر مؤثراً ويؤثر في العناصر الأخرى.
- التكامل: ويعني التكامل مع الخطط والبرامج الإعلامية السابقة ومع الخطط والبرامج التنموية.
- المرونة: ويعني القدرة على التعديل الطارئ لمواجهة الظروف غير المتوقعة للقائم بالاتصال.
- الاستمرارية: بمعنى أن نتصور أن كل مرحلة تتصل بما قبلها وتؤدي إلى ما بعدها. فمرحلة الإعداد والتصميم لا تنفصل عن مرحلة التخطيط ولا عن مرحلة التنفيذ. وهذه الأخيرة لا تنفصل عن مرحلة التقويم، أي أن الخطة كلا متكاملًا مرتبطة ببعضها بطريقة عضوية ضمانًا لاستمرار العمل ووفاته بالغايات المنشودة.
- التكلفة: على أساس وحدة التكلفة لاستخدام وسائل الإعلام المختلفة

١- محمد شنيق / السلوك الاجتماعي ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠٠٦ ، ص ١٧٩
٢- فزاده عبد المسمم البكري. التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات. القاهرة عالم الكتب ٢٠٠٧ ص ٧٣

• يسر الأداء : أي أن تتوافر جميع وسائل سهولة الخطة الإعلامية وتنفيذها.
وأخلاصت : تبيين مما سبق أن هناك مجموعة من المتغيرات التي تساهم
في نجاح عملية التخطيط من أهمها :

- ١- التعرف على الإستراتيجية التنموية للمجتمع وأهدافها
- ٢- جمع المعلومات عن الإستراتيجية الإعلامية عامة وإستراتيجية الاتصال
التنموي.
- ٣- التعرف على الركائز الأساسية للسياسة الإعلامية المتبعة.
- ٤- تحديد أهداف الخطة الإعلامية بصورة عامة.
- ٥- تحديد أهداف الخطة الإعلامية بالنسبة للقضايا المتصلة بالتنمية
كالقضايا الزيادة السكانية - البطالة - الإرهاب - التلوث البيئي -
الوعي الصحي.
- ٦- تحديد الأهداف بالنسبة للشرائح الاجتماعية المختلفة.
- ٧- تحديد الأهداف السابقة وفقا للوسائل الاتصالية المختلفة.
- ٨- وتحديد المتطلبات العاجلة التي يقوم الإعلام بمعالجتها من أجل دفع
عملية تنمية وتطوير المجتمع.
- ٩- تحديد كيفية وأسلوب التكامل بين الوسائل الاتصالية لتحديد الأهداف
المتوقعة.
- ١٠- تقسيم الأهداف وفقا للمراحل الزمنية المحددة للخطة.
- ١١- تحديد حجم ومصادر الثروة الموجودة في المجتمع والبيئة والممكن
استخدامها في التنمية وفي مقابلة الاحتياجات العامة لهذه البيئة. وحتى
يكون هناك حدود للعمل الإعلامي لا يتعدها أو يقصر عنها.