عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة

دعاء إسماعيل محمد عواودة

رسالة ماجستير

القدس – فلسطين

1442هـ / 2021 م

دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة

إعداد

دعاء إسماعيل محمد عواودة

بكالوريوس إذاعة وتلفزيون من جامعة القدس / فلسطين

المشرف: د. ياسر شاهين

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في بناء المؤسسات والتنمية البشرية– معهد التنمية المستدامة في جامعة القدس – فلسطين

1442 هـ - 2021 م

جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

معهد التنمية المستدامة

إجازة الرسالة

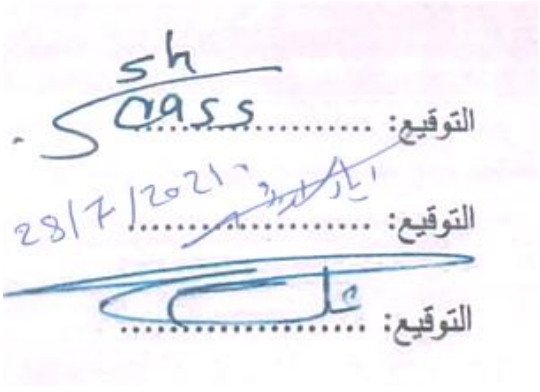
دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة

الاسم: دعاء إسماعيل محمد عواودة

الرقم الجامعي: 21820369

المشرف: د. ياسر شاهين

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ: 29/ 2021/05 وأجيزت من لجنة المناقشة المكونة من الآتية أسماؤهم وتواقيعهم:



1- د. ياسر شاهين : رئيس لجنة المناقشة

2- د. إياد لافي : ممتحناً داخلياً

3- د. علاء عياش : ممتحناً خارجياً

القدس – فلسطين

1442هـ / 2021 م

الإهداء

إلى معلمنا الأول سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام.

إلى والدي ووالدتي أعز الناس على قلبي اللذين كانا عوناً لي.

إلى توأم روحي ورفيق دربي زوجي سندي يوسف.

إلى أبنائي راتب وقيصر، وأعتذر منهم عن غيابي وانشغالي عنهم فترة دراستي.

إلى أخوتي وأخواتي ركن سعادتي، الذين بوجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها.

إلى الزملاء الإعلاميين، أصحاب الفكر الحر، الذين يقبعون في السجون ضريبةً للكلمة المقاومة.

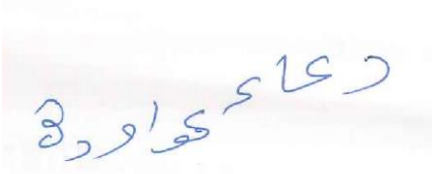
إلى كل هؤلاء أهدي عملي هذا .....

الباحثة:

دعاء إسماعيل عواودة

إقرار

أقر أنا مقدمة الرسالة أنها قدمت لجامعة القدس لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة وأي جزء منها لم يقدم لنيل أي درجة عليا لأي جامعة أو معهد.

التوقيع: 

الاسم: دعاء إسماعيل محمد عواودة

التاريخ: 29/ 05 /2021

الشكر والتقدير

"رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحاً ترضاه وأصلح لي في ذريتي إني تبت إليك وإني من المسلمين" (سورة الأحقاف، الآية15)

الحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، له المنه والفضل في الأولى والآخرة، والصلاة والسلام على سيد المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد:

أتوجه بالشكر إلى الدكتور/ياسر شاهين المشرف على هذه الرسالة، لما قدمه من جهد؛ لإتمام هذه الرسالة، كما وأتقدم بالشكر والتقدير للممتحن الداخلي الدكتور إياد لافي، والممتحن الخارجي الدكتور علاء عياش؛ لتفضلهما بمناقشة رسالتي، وإنه ليسرني أن أستزيد من علمهما وملاحظاتهما القيمة، جزاهما الله خير الجزاء.

كل الشكر لمحكمي الاستبانة الذين لولا جهودهم ما أمكن توزيعها على المبحوثين، وعظيم الامتنان للمبحوثين الذين تعاونوا قدر ما أمكن بالرغم من الظروف الاستثنائية في ظل جائحة كورونا وصعوبة الوصول إليهم والإجابة على الاستبانة إلكترونياً بالرغم من صعوبته على بعضهم، ولا أنسى تقديم الشكر لمن أجريت معهم المقابلات، فلهم جزيل الشكر فلولا إجابتهم وجهودهم ووقتهم ما أمكن إنجاز هذه الدراسة.

ختاماً: كل الشكر والتقدير لكل من ساهم في إنجاز هذا العمل سواء بتعليم أو توجيه أو نصح أو دعاء، فلهم جميعاً مني باقات من الورود، ممزوجة بعبق القدس، وأصالة المسجد الأقصى المبارك، محفورة على أسوار مدينة القدس العتيدة.

دعاء إسماعيل عواودة

جدول المصطلحات:

الإعلام التنموي	"العملية التي من خلالها يمكن التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع ومن ثم توجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا". (لبصير, 2017)
الإعلام الفلسطيني	"هو استثمار كل وسائل الإعلام والاتصال، حيال القضية الفلسطينية ودعمها على كل المستويات الفلسطينية، والعربية، والدولية، بما يحقق توجه الرأي العام نحو الضغط المستمر، والمنظم على القيادة الفاعلة، وأرباب القرار في مختلف أنحاء العالم لاتخاذ القرارات والمواقف التي من شأنها أن تجعل القضية الفلسطينية محوراً دائماً لاهتمام المجتمع الدولي، وتوفير الدعم للشعب الفلسطيني؛ من أجل تحقيق أهدافه الوطنية في الحرية وتقرير المصير وإقامة الدولة المستقلة على أرضه" (أبو شنب, 2014).
التنمية	"عملية تغير مستهدفة أو مقصودة من أجل استغلال كافة موارد المجتمع المتوفرة استغلالاً جيداً، من أجل إحداث تغيرات وتعديلات واعية في جوانب المجتمع كافة الفرعية والأساسية، من خلال بناء أيديولوجي يتلاءم مع الواقع الاجتماعي، الذي يرتبط بالاتجاهات والوعي الاجتماعي المواقف الاجتماعية، ومشاركة الأهالي جنباً إلى جنب مع الحكومة والقضاء على التبعية الخارجية والداخلية". (السالم, 2008)
التنمية المستدامة	"عملية تبديل النمط السائد للنشاط التنموي في استغلال الموارد واستخدام التقنية النظيفة، وبشكل متناسق يحدث التوازن بين الانفجار الديموغرافي من جهة وتلبية حاجيات الأجيال البشرية الحالية والمستقبلية من جهة أخرى". (يخلف ومحامدي ،2016)
التنمية	"العمليات التي تتم عن طريق توحيد جهود السكان مع السلطات الحكومية لتحسين

الاجتماعية	الأوضاع والظروف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للمجتمعات المحلية، ومساعدتها على الاندماج في الحياة". (الحمداني، 2019)، (عبد القادر, 2011)
التنمية الاقتصادية	"عملية شاملة تسعى الدولة لتحقيقها باستخدام أساليب تكنولوجية وفنية متطورة، تعتمد على المورد البشري القادر على إدارة العملية بكفاءة وفاعلية، والمورد المالي الذي يعتبر المحرك الأساسي للعملية التطورية، والمورد الطبيعي المرتبط بالمكان والأرض في المنطقة". (رحال, 2017)

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى إبراز دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، من وجهة نظر العاملين في المؤسسات الإعلامية في الضفة الغربية، استخدم المنهج الوصفي التحليلي بهدف دراسة دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في المؤسسات الإعلامية في الضفة الغربية.

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في القطاع الإعلامي في الضفة الغربية، وتكونت العينة العشوائية الطبقية للدراسة من (283) شخصاً من الإعلاميين العاملين في القطاع الإعلامي في الضفة الغربية، وتم الاعتماد على أداتي الاستبانة والمقابلة الشخصية لجمع البيانات الاولية.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن واقع الإعلام التنموي في فلسطين جاء بدرجة متوسطة، جاءت أبعاد الإعلام التنموي على الترتيب الاتي: المركز الأول المعيقات في مجالات الإعلام التنموي، يليها توفر الموارد والكفاءات، ثم فلسفة الوسيلة الإعلامية، والمحتوى الإعلامي، ثم المسؤولية الاجتماعية، وأخيراً المخرجات الإعلامية، وأن دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين جاء أيضاً بدرجة متوسطة. وتبين وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغيرات الوظيفة لصالح مقدمي البرامج الإعلامية، وتخصص الصحافة والإعلام، والموظفين الذين تزيد خبراتهم العملية عن خمس سنوات، وفروقات لصالح وسائل الإعلام المسموعة والمرئية.

أوصت الدراسة ضرورة إعادة النظر في تعريف الإعلام التنموي من المنظور الفلسطيني، بما ينسجم ومتطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، ووضع خطة إعلامية تتناسب مع الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية القائمة في فلسطين، والإمكانيات المتاحة لوسائل الإعلام، واستخدام الوسائل والبرامج الإعلامية والصحفية من الإعلام الناقل للأخبار الاقتصادية، إلى الإعلام الموجه للسلوكيات والقيم الاقتصادية والاجتماعية الهادفة والإيجابية.

The role of development media in achieving sustainable economic and social development

Prepared by: Doaa Ismail Mohamed Awawda

Supervised by: Yasser Shaheen

Abstract:

The study aimed to highlight the role of development media in achieving sustainable economic and social development, from the point of view of workers in media institutions in the West Bank. The descriptive analytical approach was used in order to study the role of development media in sustainable economic and social development in media institutions in the West Bank.

The study population consisted of all workers in the media sector in the West Bank. The stratified random sample for the study consisted of (283) media professionals working in the media sector in the West Bank. The questionnaire and personal interview tools were used to collect the primary data.

The study found that, the most important of which were: The reality of development media in Palestine came in a moderate degree, and the dimensions of development media came in order, where the obstacles occupied the first place in the fields of development media, followed by the availability of resources and competencies., then the philosophy of the media outlet, media content, then social responsibility, and finally the media outputs, and that the role of the development media in sustainable economic and social development in Palestine from the viewpoint of media professionals also came to a moderate degree. It also showed that there are statistically significant differences in the developmental role of the media in the sustainable economic and social development in Palestine from the viewpoint of the media people, due to the job variables in favor of the providers of media programs, the specialization of the press and the media, and the employees whose experience exceeds five years, as well as in favor of the audiovisual media.

The study recommended the necessity of reconsidering the definition of development media from the Palestinian perspective, in a manner consistent with the requirements of sustainable economic and social development, setting a media plan commensurate with the existing political, economic and social conditions in Palestine, the possibilities available to the media, and the use of media and press tools and programs from the media that transmits economic news, To media targeting positive, purposeful economic and social behaviors and values.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

2.1 مشكلة الدراسة

3.1 أسئلة الدراسة

4.1 أهداف الدراسة

5.1 أهمية الدراسة

6.1 فرضيات الدراسة

7.1 مبررات الدراسة

8.1 حدود الدراسة

9.1 هيكلية الدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

لا شك أن التنمية السياسية والثقافية والاجتماعية تخلق تنمية اقتصادية ومن خلال دور الإعلام الهادف في التنمية السياسية والثقافية المستدامة، فالإعلام والاتصال الجماهيري وفقاً لمدارس الفكر السياسي والاقتصادي والاجتماعي الحديث هو أحد دعائم الديمقراطية بجميع أنواعها، ووسيلة من وسائلها وشرطاً أساسياً من شروطها، ومظهراً من مظاهرها، فالإعلام والاتصال الجماهيري يؤدي وظائفه بطريقة فعالة عن طريق المشاركة والتفاعل حول القضايا الاقتصادية والاجتماعية المحورية المختلفة في المجتمع، والتأثير الاجتماعي وتأكيد القيم والمفاهيم المختلفة وترسيخها، وتثبيت عناصر الهوية القومية. لذا فقد غدقت أدبيات الإعلام والتنمية لعدة سنوات بمفاهيم ونظريات كثيرة حول أهمية ودور الإعلام في رعاية وتحفيز برامج التنمية ونشر الوعي التنموي لدى المواطنين من أجل دعم أهداف التنمية وفق استراتيجية مدروسة وواضحة. (البصير، 2017)

يعتبر الإعلام التنموي الذي يسير جنباً إلى جنب من بين أهم الأدوات والآليات التي تساعد في دفع مسار التنمية وفق سياسات ومخططات تنموية، حيث لا إعلام بدون تنمية ولا تنمية بدون إعلام، وهذا ما قاله عالم الاتصال الشهير ولبر شرام في كتابه" الإعلام والتنمية" حيث يؤكد على الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام في خلق التحول والتغير الاجتماعي وصناعة التطور بشكل فاعل. وهو الإعلام الجاد الذي يعنى بموضوعات التنمية ومخططاتها في سبيل خدمة موضوعات المجتمع وقضاياه وأهدافه. أي هو العملية التي من خلالها يمكن التحكم

بأجهزة الإعلام وتوجيهها بالشكل المرغوب والذي يتماشى مع أهداف ومصلحة المجتمع. (برقوق، رمضان، 2015)

حيث أن الدول والحكومات مهما توفرت لديها خطط دقيقة وواضحة في مجال التنمية المستدامة فإنها لا تستطيع ولا تملك القدرة على تنفيذ هذه الخطط دون إعلام يتوافق مع مضمون هذه الخطط, فالإعلام يسعى إلى نقل البيانات والمعلومات التي تهم المجتمع, بحيث تساهم التغطية الإعلامية سواء المسموعة أم المقروءة أم المرئية أم الالكترونية المتعلقة بالتنمية في إمداد أفراد المجتمع بأكبر نصيب ممكن من الحقائق الدقيقة والمعلومات والسعي إلى إعداد مجتمع قائم على مفاهيم تنموية تخدم أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة من جهة، وتحقيق مصالحهم من جهة أخرى. (الحربي، 2016)

إذن فإن مسؤولية الإعلام تجاه عملية التنمية المستدامة هي تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبت من مصدرها، وبقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق أهداف التنمية ، ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الإعلام في التنمية على هذه النقطة ويسمون الدور الذي يضطلع به الإعلام في تطوير المجتمعات باسم الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري، خاصة وأن هذا الدور ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة الرخاء الإنساني. (أبو عامر، 2018)

انطلاقاً من هذا المفهوم فإن القوى البشرية تمثل أهمية كبرى في التخطيط الإعلامي على اعتبار أن المتلقين من أفراد المجتمع (قراء – مشاهدين – مستمعين)هم هدف التخطيط الإعلامي، من أجل ربطهم بأهداف خطة التنمية بنوعيها الشامل والمحلي، وفي مجاليها الاقتصادي والاجتماعي، وسواء أكان العنصر البشري وسيلة التنمية أو غايتها، والنقطة الرئيسة في كل من

التخطيط الإعلامي والتخطيط للتنمية المستدامة هو أن هذين النوعين من التخطيط، يهدفان أساساً الى تطوير الشخصية الإنسانية من الجمود إلى الحركة ومن التقليدية إلى التقدمية، فالمحور الرئيسي في التنمية هو الناس أنفسهم، والتخطيط للتنمية هو ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح. (أبو شنب، 2015)

2.1 مشكلة الدراسة

لم يعد يخفى على أحد الدور الكبير الذي تؤديه وسائل الإعلام في عصر ثورة المعلومات والتكنولوجيا التي يحياها العالم في القرن الواحد والعشرين، الأمر الذي يجعلها تدخل في تفاصيل العلاقات السياسية والاجتماعية والاقتصادية في جميع المجتمعات المتقدمة منها والنامية ولو بنسب متفاوتة، ولذلك فإن الغياب الذي نشهده ونلاحظه لدور وسائل الإعلام الفلسطينية في تحديد استراتيجيات التنمية، ووضع اليد على مواطن الخلل، والتهميش الحاصل لها في الاستشارات التنموية، يثبت وجود خلل ما في الخطط والاستراتيجيات التنموية في فلسطين، سوى بعض الحالات النادرة في العمل في مجال الإعلام التنموي من بعض المؤسسات الإعلامية في فلسطين. (أبو عامر، 2018)

وعلى ضوء ذلك فإن للإعلام دوراً مهماً وفعالاً في العملية التنموية عن طريق اتخاذ كل الآليات والسبل لتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، وعليه حاولت الباحثة طرح الإشكالية البحثية من خلال: **ما دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة؟**

وتنبثق عنها الأسئلة الفرعية الآتية:

3.1 أسئلة الدراسة

1. ما واقع الإعلام التنموي في فلسطين؟
2. ما دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة؟
3. ما دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة؟
4. هل تختلف تقديرات أفراد عينة الدراسة لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تبعاً لمتغير (المسمى الوظيفي، التخصص، عدد سنوات الخبرة، نوع الوسيلة الإعلامية، ملكية الوسيلة الإعلامية، عمر الوسيلة الإعلامية)؟

4.1 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. معرفة واقع الإعلام التنموي في فلسطين.
2. التعرف على الدور التنموي لوسائل الإعلام الفلسطينية في تدعيم التنمية الاقتصادية المستدامة.
3. التعرف على دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة.
4. التعرف إلى طبيعة الفروق في تقديرات أفراد عينة الدراسة لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تبعاً لمتغير (المسمى الوظيفي، التخصص، عدد سنوات الخبرة، نوع الوسيلة الإعلامية، ملكية الوسيلة الإعلامية، عمر الوسيلة الإعلامية).

5.1 أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة من أهمية الموضوع نفسه، حيث تبرز أهمية الدراسة من خلال:

الأهمية النظرية:

- النقص في الدراسات البحثية والأكاديمية التي تناولت موضوع دور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.
- تستمد هذه الدراسة أهميتها كونها الدراسة الأولى –على حسب علم الباحثة– التي تتناول دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين.
- تعد هذه الدراسة مساهمة متواضعة لتناول موضوع لم يحظ باهتمام كبير على مستوى البحوث والدراسات في فلسطين بحسب اطلاع الباحثة، ليشكل إضافة جديدة للمكتبة الفلسطينية.

الأهمية العملية:

- المساعدة في وضع خطط مستقبلية للسعي إلى تعزيز دور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وتحديد خطوات منهجية عملية فعالة يمكن الاعتماد عليها وتطبيقها من قبل السلطة الفلسطينية.
- لفت نظر المسؤولين في السلطة الفلسطينية لزيادة الاهتمام بالإعلام التنموي الفلسطيني، والعمل على إيجاد حل للمشاكل والعقبات التي يواجهها، بما يحقق أفضل وأنجح مستوى تنموي مستدام.

6.1 فرضيات الدراسة

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير التخصص.
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة.
4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية.
5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير ملكية الوسيلة الإعلامية.
6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية.

7.1 مبررات الدراسة

جاءت هذه الدراسة لأهمية دور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، ومن أهم العوامل التي دفعت الباحثة إلى إعداد هذه الدراسة:

- الحاجة الى استخدام لغة علمية في تقديم المادة الإعلامية لتبرير ضرورة وجود متخصصين في الإعلام التنموي.
- قناعة الباحثة بأهمية دور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.
- قلة الوعي لدى شرائح كبيرة من المجتمع والمؤسسات وخاصة الإعلامية بأهمية الإعلام التنموي ودوره في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.
- غياب مفهوم التنمية بمفاهيمها العامة عن وسائل الإعلام، الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والبشرية، واقتصار الحديث فيها على التنمية الاقتصادية بصورة أساسية.
- عدم إفراد وسائل الإعلام المختلفة مساحات كافية من برامجها وصفحاتها وساعات بثها، لتغطية التنمية وشؤونها المتعددة.
- النقص الكبير في الإعلاميين الذين يمكن أن نطلق عليهم (إعلامي اقتصادي)، إلا في بعض الحالات النادرة، الأمر الذي يجعل الاهتمام بالإعلامي التنموي، مسؤولية تقع على كاهل الباحثين.

8.1 حدود الدراسة

الحدود المكانية: الضفة الغربية

الحدود الزمانية: 2020-2019

الحدود الموضوعية: دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة.

الحدود البشرية: العاملون في قطاع الإعلام الرسمي والخاص في فلسطين.

9.1 هيكلية الدراسة

تتألف هيكلية الدراسة من خمسة فصول مقسمة كما يأتي:

- **الفصل الاول:** الإطار العام للدراسة ويشمل: مقدمة الدراسة، مشكلة الدراسة، أسئلة الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، فرضيات الدراسة، متغيرات الدراسة، حدود الدراسة البشرية والزمانية والمكانية.
- **الفصل الثاني** (الإطار النظري للدراسة): يتضمن محتويات الإطار النظري والدراسات السابقة.
- **الفصل الثالث** (منهجية وإجراءات الدراسة): يتطرق إلى منهج الدراسة، أدواته، والمجتمع الذي أجريت عليه الدراسة، عينة الدراسة، التحقق من صدق اداة الدراسة وثباتها والنتائج التي تتعلق بخصائص المبحوثين.
- **الفصل الرابع** وتم فيه تناول نتائج التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها باستخدام أدوات الدراسة، والإجابة على أسئلة الدراسة بشكل تفصيلي وعرض النتائج ومناقشتها.
- **الفصل الخامس** ويشمل الاستنتاجات التي بنيت على نتائج الدراسة وتقديم المقترحات والتوصيات.

وفي نهاية الفصول تم إرفاق قائمة بأهم المراجع العلمية الموثقة التي تم الاعتماد عليها في الدراسة، وأخيراً الملاحق المساندة للدراسة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1.2 المقدمة

2.2 الإطار النظري

3.2 الدراسات السابقة

4.2 التعقيب على الدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1.2 المقدمة

إن القول إن متطلبات العصر الحديث خاصة في القرنين الماضي والحالي جعلت من التنمية قضية إنسانية ملحة أصبح أمرا واضحا لا مناقشة فيه، وترى الباحثة أن مجرد الإشارة إلى الانفجار السكاني وإلى مشكلة الطاقة والغذاء وإلى مشكلة الفقر والبطالة وإلى الهوة السحيقة بين الدول الغنية والدول الفقيرة تكون دليلا قاطع على أن التنمية مشكلة إنسانية معاصرة وحاجة لا بد منها ولا غنى عنها.

من هنا تأتي وسائل الإعلام المختلفة لتقوم بدوراً أساسيا في مجالات التنمية، حيث يمكن الاستفادة منها في المساهمة في نقل المجتمعات من حالة التخلف إلى التقدم، حيث أصبحت هذه الوسائل ضرورة حتمية يفرضها العصر والواقع المعاش، ولم تعد تعتبر من الكماليات، لا سيما بعد أن أصبح للإعلام في الوقت الراهن أدواراً ومهام أساسية في تطبيق الخطط التنموية الموضوعة من طرف مؤسسات أي دولة، حيث تشير العديد من الدراسات إلى أن هناك ارتباط عضوي بين قضيتين متلازمتين هما الإعلام والتنمية، أدى إلى ظهور الإعلام التنموي، والذي يعود الفضل الأول في استحداثه إلى العالم والباحث ويلبرشرام الذي وضع كتاب عنوانه "وسائل الإعلام والتنمية" حيث بحث في دور الإعلام التنموي وأهميته في إحداث التحول الاجتماعية والتغير والتطوير والتحديث (أبو عامر, 2018).

وبشكل عام الإعلام التنموي الفعال يعني وضع النشاطات المختلفة التي تطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة، أو بمعنى آخر هو العملية التي

يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع، وتوجيهها بالشكل المطلوب من أجل تحقيق والوصول إلى أهداف تتفق مع السياسات التنموية داخل الدولة الواحدة.

2.2 الإعلام التنموي

1.2.2. مفهوم الإعلام

يعرفه صالح خليل صقور بأنه: تزويد الجماهير بكافة الاخبار الصحيحة والحقائق والمعلومات السليمة عن القضايا والمشكلات والموضوعات ومجريات الأمور بطريقة موضوعة وبدون تحريف، وأنها وسيلة تنوير الرأي العام وخلق رأي صائب للجمهور في مختلف جوانب الموضوعات والمشكلات. (الصقور, 2012).

2.2.2. مفهوم الإعلام التنموي:

تعددت تعريفات الإعلام التنموي التي وضعها المختصون والباحثون في مجال الإعلام، فمنهم من يعرفه بأنه (المنظومة الإعلامية الفرعية او الرئيسية المتخصصة في معالجة موضوعات وقضايا التنمية)، بينما يرى آخرون بأنه (فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يقوم بإحداث التحول الاجتماعي بهدف التحديث والتطور. أو بمعنى آخر هو العملية التي من خلالها يمكن التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع ومن ثم توجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا. (الحسنات, 2011)

ويعرف أيضاً بأنه الجهود الاتصالية المقصودة والمخطط لها وتهدف إلى خلق اتجاهات ومواقف إيجابية صديقة للتنمية. ولذلك فالإعلام التنموي ليس معني بصياغة التنمية ولكن يهيئ الظروف

الثقافية والاجتماعية والنفسية للأفراد والجماعات ليستجيبوا للخطط والبرامج التنموية بشكل فاعل. (الحربي,2016)

إن الإعلام التنموي هو الجهاز العصبي لعملية التنمية، وهدفه الأساسي زيادة وتعظيم مشاركة المجتمع في كل عمليات التنمية وتحويل أفراده إلى وكلاء في التنمية والتغيير باستخدام أدوات الوعي والمعرفة. (الرحباني, 2013)

يعتبر الإعلام التنموي في عصرنا الراهن فرعاً مهماً وأساسياً من فروع النشاط الإعلامي، وتكمن أهميته في إحداث التحول الاجتماعي والتطوير والتغيير والتحديث، أما بالنسبة للحالة الفلسطينية فتكمن أهميته في دراسة الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام الفلسطينية من تحويل المجتمع الفلسطيني من مجتمع استهلاكي ومتخلف إلى مجتمع منتج ومتقدم، قادر أن يعتمد على نفسه (الحربي, 2016).

وترى الباحثة أن الإعلام التنموي هو استخدام وسائل الاتصال من إذاعة مسموعة، وإذاعة مرئية (تلفزيون) وصحيفة وكتاب في تحويل مسار المجتمعات، من حالة هي عليها إلى حالة أفضل وأحسن، وذلك عن طريق الدراسة الموضوعية والإحصائيات والمعرفة التسجيلية للواقع والتخطيط والمتابعة وما شابه ذلك من أصول العلم، إضافة إلى المهارة المهنية والذاتية التي تتطلبها فنون الممارسة في العمل الإعلامي.

3.2.2. خصائص الإعلام التنموي:

يمتاز الإعلام التنموي بالخصائص الآتية: (نش، وبوهالي، 2016)

1. يتميز بأنه إعلام هادف، يسعى الى تحقيق أهداف المجتمع الأساسية ومصالحه الرئيسية، فهو يقوم بتهيئة الاجواء المناسبة لهدف انجاح الخطط التنموية ويهدف أيضاً بالدرجة الأساس

إلى تعزيز قدرات الجمهور من أجل المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والشؤون التي تهم المجتمع الذي يعيشون فيه.

2. مخطط ومبرمج يرتبط بخطط التنمية ومصالح المجتمع
3. شامل ومتكامل، فهو إعلام شامل يرتبط بنواحٍ اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية تربوية، ويسعى إلى اقناع الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي من أجل تحقيق أهداف التنمية.
4. إعلام متعدد الأبعاد، تتعدد ابعاده لتشمل الابعاد الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والصحية.
5. إعلام واقعي، فهو إعلام واقعي في أسلوب طرحه لمسائل المجتمع ومعالجته لها ويعبر عن هموم الناس وتطلعاتها وقابلاً لمجاراة القضايا المستحدثة، يستند إلى الوضوح في التعامل مع الجمهور والثقة المتبادلة
6. حديث متطور، يستخدم أساليب مشوقه حديثه.
7. مختلف الوسائل، يتخذ الإعلام التنموي وسائل متعددة لهدف تحقيق دوره التنموي أهمها (تلفزيون، إذاعة، صحافة مطبوعة، صحافة الكترونية، لقاءات مفتوحة مع الجمهور المستهدف، إصدارات مطبوعة أو مسجلة، بطاقات بريدية مصورة، مطويات، أفلام قصيرة، معارض، صحف، ملفات، جداول زمنية، كتيبات).
8. متفتح، يستفيد من خبرات وتجارب الدول والمجتمعات الأخرى.

4.2.2. أهداف الإعلام التنموي:

يندرج تحت مظلة مصطلح الإعلام التنموي مجموعة من الأهداف، كما حددتها النشاطات العلمية التي تناولت تأثير وسائل الإعلام في التجارب التنموية.

تم تحديد أهداف الإعلام التنموي في المؤتمر الدولي لسياسات الاتصال للإسراع بتنمية الاجتماعات الذي عقد سنة 1975، وذلك كما يلي (لبصير, 2017):

- تحديد حاجات الناس ومنحهم شرعية مصداقية سياسية للتعبير عن تلك الحاجات وذلك بتزويد المواطن بمنفذ للنظام الاتصالي من اجل ان يخدم كمرجع فعال للحكومة فيما يخص أهداف التنمية وخططها.
- تزويد جميع مستويات المجتمع بروابط اتصالية رأسية وأفقية ويدخل ضمن ذلك تنمية أساليب الاتصال التقليدية في المجتمع.
- دعم الثقافة القديمة للمجتمعات المحلية عبر وسائل الإعلام المحلية والجماهيرية والتي تعتمد على التشجيع الفني للاعتراف القومي بهذه الثقافة.
- العمل على رفع الوعي لدى أفراد المجتمع بمشاريع وفرص التنمية.
- تعزيز الاتجاهات والدوافع التي تساهم في التنمية.
- التزويد بالمعلومات المناسبة التي تحتاج إليها عملية التنمية في جميع مراحلها.
- تدعيم التنمية الاقتصادية وذلك من خلال إيجاد روابط اجتماعية.
- توفير الدعم للمشاريع التنموية المحددة والخدمات الاجتماعية بما فيها الرعاية الصحية، ومشاريع تنظيم الاسرة والتدريب الزراعي والمهني والمصلحة العامة.

5.2.2. وظائف الإعلام التنموي:

يقوم الإعلام التنموي بعدة وظائف ومهام منها: (داغر, 2012)

- التوعية والرقابة التثقيف والإرشاد والإخبار، فهو ينشر المعرفة التنموية بين أفراد المجتمع ويزوده بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة عن التنمية ويقوم بتشجيع الجمهور على القيام بالدور الفعال في التنمية وتوعيتهم ليكونوا على وعي وإدراك بمشكلاتهم.
- يوسع الآفاق الفكرية ويلفت انتباه الناس إلى القضايا العامة باعتبار أن التنمية تتطلب معايير وقيم ومعتقدات اجتماعية متجددة، حيث أن نظام الاتصال هو أداة للتغير تجاه نظام اجتماعي شامل.
- يقوم بتعليم الناس الأساليب والمهارات اللازمة التي تتطلبها عملية التنمية، والاهتمام بالتربية والتعليم جنباً إلى جنب مع التطور الاجتماعي والاقتصادي، ودعم التدريب والتعليم في المجال التنموي.
- بث روح الطموح والتطلع إلى حياة أفضل، وخلق مناخ فكري يشجع الناس على التغيير والتطور.
- البحث السريع عن مواطن الخلل الذي ينتاب المجتمع، سواء في بعده التعليمي أم الاجتماعي أم الثقافي أم البيئي أم التنظيمي، وغيره، فلا يكتفي الإعلام التنموي بوصف المشكلة وإنما يقوم بالتفتيش في العوامل المؤدية إليها ومن ثم تقديم الحلول الناجحة والممكنة لها.
- يقوم بالتأثير في اتجاهات الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استشعاراً بالمشكلات التي تواجه التنمية وأكثر جاهزية للمساهمة في حلها، وفي هذا الصدد يمكن لوسائل الاتصال تعديل وتغيير المفاهيم والسلوكيات السلبية إلى إيجابية.

6.2.2. ركائز الإعلام التنموي:

يقوم الإعلام التنموي على ركائز أساسية هي: (الحسنات, 2011)

- الاعتراف المتزايد بالدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع بصرف النظر عن طبيعته، حيث يأتي من هنا التعليم بالدور المهم الذي تؤديه وسائل الإعلام في شتى المجتمعات سواء التقليدية أو النامية.
- الاحتياجات الإعلامية للدول النامية والمجتمعات التقليدية تختلف عن الاحتياجات الإعلامية للدول المتقدمة والمجتمعات المتحضرة.
- لا يوجد حدود لجدوى وسائل الإعلام في التنمية الوطنية، حيث تفرض طبيعة التنمية الاجتماعية والاقتصادية مهمات عديدة تستطيع وسائل الإعلام الاضطلاع بالكثير منها.

7.2.2. متطلبات نجاح الإعلام التنموي:

لنجاح الإعلام التنموي لا بد من توفر عدة متطلبات نذكر منها: (أبو سعيد، ولبد, 2009)

1. توفير وسائل إعلام واتصال متطورة مختلفة سمعية بصرية–مقروءة–مسموعة–مرئية–إنترنت، ومن خلال هذه الوسائل يمكن تعريف الناس بحقيقة مشاكلهم ونقل أفكارهم لتحقيق التطوير المنشود.
2. توزيع وسائل الإعلام المتعلقة بالتنمية بشكل جغرافي يتناسب مع مساحة البلد بحيث تشمل كل المناطق والنواحي والقرى ذات الكثافة السكانية العالية..
3. تأمين الكوادر الإعلامية المتخصصة وذلك من خلال الاعتماد على خريجي كليات الإعلام والصحافة وتقنيي الصحافة الإعلامية وتوفير الكادر الإعلامي اللازم لإعداد البرامج الإعلامية.

4. التنسيق ما بين توجهات الدولة التنموية ومؤسسات الإعلام، كوضع الخطط والبرامج المشتركة لتحقيق الأهداف المطلوبة.
5. فسح المجال واسعا أمام مشاركة الجماهير وبشكل مباشر في طرح قضاياهم ومساءلة المسيئين عبر حوارات جادة وعقلانية وشفافة وديمقراطية.
6. إبراز فلسفة التنمية وتوجهاتها، واستخدام أدوات البحث العلمي لزيادة المقدرات الإعلامية على التحليل والاستقراء، والمهنية والمصداقية واحترام الحرية الصحافية والاستقلالية في تحديد مشكلات وقضايا وتحديات التنمية، والاستفادة من العلم والتكنولوجيا الإعلامية والثورة التقنية، لبناء قاعدة معلومات وتحليلات يستفاد منها في وضع استراتيجيات وتحليل السياسات.

8.2.2. نظريات الإعلام التنموي:

زخرت أدبيات الإعلام والتنمية بنظريات ومفاهيم عدة حول أهمية دور الإعلام التنموي من خلال تحفيز ورعاية جهود التنمية ونشر الوعي التنموي بين المواطنين, كما تطرقت بعض أدبيات الإعلام التنموي أيضاً إلى موضوع تنمية وسائل الإعلام ذاتها شرطاً لتعظيم دور الإعلام في التنمية، لكن الكثير من نظريات الإعلام التنموي تعرضت لإشكالية العولمة وكانت في أزمة كبيرة ارتبطت بحالة الشك والارتباك والغموض التي تعرضت لها النظريات التقليدية الخاصة بالتنمية وبمقدرة الدول على السيطرة على أسواقها الداخلية والكمية الهائلة من المعلومات والاتصالات العابرة للحدود التي تؤثر في المواطنين وتشجعهم على اللحاق بركب التقدم الغربي أو الانبهار بالعولمة.

من الممكن أن تتجسد أزمة الإعلام التنموي في عصر العولمة، كونها أحدثت ثورة غير محددة النتائج بالنسبة للإعلام ووسائله وقدراته والتنمية ومتطلباتها. حيث إن الإعلام التنموي في الوقت

الحالي يعتبر فرعاً أساسياً من فروع النشاط الإعلامي والذي يعود الفضل في استحداثه إلى عالم الاتصال "ولبر شرام" مؤلف كتاب" وسائل الإعلام والتنمية" فقد تناول فيه دور الإعلام في إحداث التحول الاجتماعي والتغيير والتطوير والتحديث, وبشكل عام الإعلام التنموي الفعال الذي يعني وضع النشاطات المختلفة التي تطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة, أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا.(الداغر,2012).

فالإعلام يشهد اليوم ثورة شاملة في وسائل الإعلام الجماهيري في كل المجالات كأداة للتعليم والتثقيف والتدريب. وإذا ما شبهنا النشاط التنموي في أي مجتمع من المجتمعات بالدورة الدموية في جسم الإنسان، فإننا نشبه الإعلام بالجهاز العصبي في جسم المجتمع. (الحربي,2016).

1.8.2.2. النظرية التنموية في الإعلام:

تقترن هذه النظرية بأوضاع الدول النامية، وتظهر الدور المتوقع من وسائل الإعلام في المجتمعات النامية.

ويرى (مكويل 1983) أن هناك تقارباً بين الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام وفق النظرية الشيوعية والدور الذي يقوم به الإعلام في الدول النامية في كون النظريتين تسعيان إلى تأكيد قيام الإعلام بواجبات سياسية واجتماعية لخدمة المصلحة العليا في المجتمع، وذلك عكس الذي تشير إليه النظرية الليبرالية، فإن النظرية التنموية تتوخى المعالجة المتأنية للأخبار المثيرة، وترى أن نشرها وبثها قد يأتي بنتائج سلبية على المجتمع أو على الأوضاع السياسية والاقتصادية تحديداً (الحربي،2016).

ومن الممكن أن الإعلام التنموي لا يؤمن بمقولة أن الاخبار السيئة هي أخبار جيدة من وجهة نظر الإعلام لأنه يستدعي مساحات كثيرة وعناوين كبيرة من التغطية الإعلامية، وبالمقابل تتجه وسائل الإعلام التنموية إلى مفهوم التغطيات الإيجابية، أي ما يطلق عليه بالأخبار الجيدة؛ وذلك لأنها تدعم الاوضاع الداخلية في تلك المجتمعات، وتعطي أولويات رئيسة للثقافات المحلية.

فقد تعرضت النظرية التنموية للنقد من أنصار النظريات الليبرالية بسبب أن كل ما تقوم به وسائل الإعلام في الدول النامية وفقاً لهذه النظرية ليس إلا رقابة مباشرة وتشويشاً على مصداقية وسائل الإعلام الدولية في إهمال الأخبار والتقارير التي تأتي من وسائل الإعلام في الدول النامية، بذريعة أنها مواد دعائية لا تستحق البث أو النشر عبر قنواتها الإعلامية (الداغر،2012).

وعلى هذا فإنه عند دراسة المدخل الوظيفي يستوجب التمييز بين محتوى وسائل الإعلام، وخصائص الوسيلة نفسها، فهناك وظائف مرتبطة بالمحتوى الذي تعرضه وسائل الإعلام، وهناك وظائف أخرى مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بنوع الوسيلة المستخدمة، أو بظروف الاستخدام من غير الارتباط القوي بالمحتوى على سبيل المثال، فعندما يرغب فرد من أفراد الجمهور متابعة حدث عالمي في نفس وقت حدوثه، فلا يوجد أفضل من القنوات الفضائية أو الانترنت ليتمكن من متابعة التغطية وقت الحدث، وعندما يريد معلومات اكثر دقة وتفصيلاً فتكون الصحافة شريطة الانتظار إلى صباح الغد، حيث يكون المحتوى أهم من الوسيلة في هذا المثال (الداغر،2012)

ولكن عند الرغبة في الترفيه والحروب، والبحث عن بديل للتفاعل الاجتماعي، يقوم بالبحث عن الوسيلة التي تشبع حاجته بغض النظر عن المحتوى الذي تقدمه هذه الوسيلة أو غيرها، لكن الإشباعات التي تتحقق للجمهور لا يمكن فصلها عن المحتويات، حيث أن كل من الوسيلة

والمحتوى يؤثر كل منهما في الآخر، حيث تشير دراسة سوانسن عام 1987م إلى أن إشباعات وسائل الإعلام ترتبط ارتباطاً وثيقاً بما تقدمه من محتويات، فلا يمكن القول إن استخدام وسيلة معينة يحقق الإشباع المطلوب دون النظر إلى المحتوى الذي تحتويه هذه الوسيلة، فالدوافع الخاصة التي تجعل الفرد يتعرض لرسالة معينة أو وسيلة معينة، تنسجم مع مكونات الفرد النفسية والاجتماعية، فيقوم الفرد بتوجيه اهتماماته إلى الوسيلة أو الرسالة تلقائياً دون بذل جهد، وعندما تختار فئة من الجمهور نوعاً من الوسائل، أو المحتويات فذلك مرتبط بدوافع معينة قد يدركها الجمهور وقد لا يدركها (الحربي، 2016).

2.8.2.2. نظرية ولبر شرام:

إن كتاب **ولبر شرام** عن وسائل الإعلام ودورها في التنمية الوطنية يعتبر من أشهر الكتب في حقل الاتصال والتنمية، وفيه يؤكد "شرام" حاجة الدول النامية إلى نظام إعلامي وطني قوي، ويعبر عن تفاؤله بدور وسائل الإعلام في التنمية الوطنية بقوله: "إن وسائل الإعلام هي الأدوات الكبرى لتضخيم الأحداث وأفضل أمل للأمة في تعويض بعض تخلفها الإعلامي، والحفاظ بالقدر الذي يمكن للمعلومات أن تساعد به على الالتزام بالجداول الزمنية للتنمية الوطنية، ولهذا السبب فإن على الدول النامية أن تنظر بعناية إلى الفائدة التي تحققها من استخدام وسائل الإعلام". (العجمي, 2012)

ويعتبر أن التغيير الاجتماعي أمر ضروري للانطلاق نحو العملية التنموية, بإدراك الناس للحاجات التي لا تستطيع العادات القائمة أن تلبيها ولا السلوك الحالي إشباعها، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام التي تستخدم لجر أقدام الناس لذلك، فالإعلام الذي يتزايد تداوله هو الذي يقوم بوضع بذرة التغيير إذ يهيئ المناخ للتنمية الوطنية، فهو يطوع خبرة الخبراء حيث تقوم الحاجة إليها ويقدم المنبر للمناقشة، وهو يرفع المستوى العام للتطلعات التي تقود إلى عملية التحول

العصري، إذ تقود الفلاح لأن يكون مالكا للأرض وتدفع ابنه لتعلم القراءة والكتابة وليحصل على عمل في المدينة وتدفع زوجة الفلاح لأن توقف الولادة ... الخ). (العبد, 2007).

كما يرى **شرام** أن الإعلام إذا تم استخدامه بشكل سليم يمكن أن يساعد على توثيق عرى البلاد بجماعاتها المتباعدة وثقافاتها الفرعية المتباينة وأفرادها وجماعاتها المنغلقة على نفسها وتنمياتها المنفصلة وأن يجعل خطة التنمية خطة وطنية حقيقية (العجمي, 2012) ويرى أن وسائل الاتصال جماهيري تستطيع أن تؤدي دوراً في تذليل الصعوبات والعقبات التي تواجه التنمية وتسهيلها.

وترى الباحثة أن شرام لم يختلف عن غيره من علماء الاتصال الاجتماعي الغربيين، فقد سلك مسلكهم في اعتبار النمط الغربي هو الأنموذج الأمثل الذي يجب أن يتوجه نحوه أبناء العالم الثالث، وهو بذلك يغفل كغيره من علماء الاتصال استحالة حدوث نفس الشروط والظروف التي أوصلت الغرب إلى تلك الحالة من التطور التكنولوجي والمادي. كما اتفق شرام مع غيره من الباحثين الغربيين في هذا المضمار على ضرورة حدوث التغيير الاجتماعي الشامل وفقا لما يمليه أنموذج التحديث الذي أتى به **ليرنر**، لذا فإن **شرام** لا يدعو البلدان النامية إلى التطوير حسب الشكل السائد في العالم الغربي، دون النظر إلى ظروفها التاريخية التي مرت بها وخلقت منها الوجه الآخر للتقدم الاقتصادي الذي يعيشه الغرب.

3.8.2.2. نظرية دانيل ليرنر:

إن نظرية **ليرنر** عن التحضر تعتبر من أشهر النظريات الإعلامية في التنمية، حيث ركزت على دور وسائل الاتصال في التحضر، **ليرنر** يحدد مفهومه عن التحضر بالحضارة الغربية التي يعتبرها الأساس والهدف الذي يتطلع له أبناء الشرق الأوسط شاؤوا أم أبوا، فالحالة النفسية التي

أطلق عليها ليرنر التقمص الوجداني تعتبر أساس نظريته التنموية، فالأشخاص المتقمصون هم الذين يملكون قدرة عالية للاستجابة لكل جديد في البيئة المتغيرة، ويرتبط بقوة هذا الحراك الذي يعني القدرة العالية على التغيير.(لبصير, 2017) وهنا يأتي دور وسائل الإعلام الذي يكمن في مضاعفة الحراك الذهني للأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة ومن ثم نشر اتجاهات محابية للتغيير الاجتماعي.

ويقول ليرنر أن النظم الإعلامية والاجتماعية تسير جنبا إلى جنب، ويوضح إن وسائل الإعلام أكبر عامل فعال في التنمية، فمن خلالها يتعلم الناس المشاركة وذلك باختيار مواقف غريبة وجديدة عليهم، ويقومون بالتدرب على الاعتماد على سلسلة من الآراء يكون لهم حرية الاختيار بينهما. كما أن وسائل الإعلام تصور مستويات متعددة لأنواع أكثر ثراء من المعيشة، وتقدم الحلول من أجل الوصول إلى هذه المستويات. (لبصير,2017)

حيث دفع الاتجاه النفسي الذي أوحى به **ليرنر** العديد من علماء الاتصال لفحص العلاقة السببية بين انتشار وسائل الإعلام وإمكانية القراءة والتعليم والتطور الاقتصادي والتحديث وقدموا اقتراحاتهم حول ذلك أمثال عالم السياسة مككنرون وتشالرز كنيود في عام1967 أنموذجا للتنمية السياسية الديمقراطية يتنبأ بزيادة في التمدن تؤدي بالتالي إلى زيادة في التعليم الذي يؤدي بدوره إلى الزيادة في الإعلام وأخيراً يؤدي إلى زيادة في النمو السياسي والديمقراطي. (العبد،2007)

وترى الباحثة أن ليرنر بشكل قاطع بأن التخلف هو أحد مراحل التطور في الوقت الذي أغفل فيه العوامل التي أدت إلى السكن في المدن وكيف حدث ذلك؟ وهل يمكن أن يحدث ذلك بنفس الطريقة وبنفس السرعة؟ كما أنه لم يناقش نسبة التعليم في العواصم الكبرى التي أطلق عليها مدن الصفيح، وهل أدى تعرضهم لوسائل الإعلام إلى التعلم؟ وما مضمون ما تعلموه؟ ولم يقدم

تعليلا لهذه التساؤلات، ولم يفرق بين التحديث والتنمية واعتبرهما شيئا واحدا، فالتنمية عملية شاملة، بينما التحديث يمكن أن يكون المظهر المادي للتنمية.

9.2.2. الأسس العلمية لاختيار الوسيلة المناسبة للإعلام التنموي:

تحظى وسائل الإعلام مكانة مهمة بين عناصر عملية الإعلام التنموي، ولذلك فإن التعرف على الوسيلة الإعلامية وتحديد إمكاناتها وخصائصها واستخداماتها يعتبر أحد الجوانب الإستراتيجية التي تهم المسؤول عن الإعلام التنموي. فتحديد الوسيلة يفيد في معرفة التأثيرات التي سوف تحدثها في الجمهور واتجاهاته وسلوكياته، كما تفيد في معرفة التأثيرات الخاصة للوسائل على ما تنقله الرسائل، حيث أن طبيعة المعالجة للرسائل تختلف باختلاف الوسيلة المستخدمة.

وتختار وسيلة الإعلام في المجال التنموي في ضوء مجموعة من الاعتبارات هي: (لبصير, 2017)

المناسبة للفكرة: تكون الفكرة المضمون الأساسي للرسالة الإعلامية التي انتقاها القائم بالاتصال التنموي للتعبير عن أهدافه، فقد تكون لفظية، وقد تستخدم لغة الإشارات المتمثلة في حركات الجسم، أو يعبر عنها في شكل أفعال أو أشياء تحمل المعاني التي نقصدها للآخرين، والألوان للتعبير عن المشاركة الوجدانية للآخرين، وقد يستخدم أكثر من شكل للتعبير عن الفكرة أو المعنى.

المناسبة للأهداف المتوقعة: تعتمد الأهداف على محتوى الرسالة الإعلامية، وتتأثر إلى حد كبير باحتياجات الجمهور المستقبل لهذه الرسالة، ويساعد تحديد الأهداف على اختيار الوسيلة المناسبة، وعلى تحديد ما سوف تسهم به هذه الوسيلة من خلال ترتيب وتنظيم تقديم محتوى الرسالة لتحقيق الهدف المحدد.

قدرة الوسيلة على إشباع احتياجات الجمهور: يعد الجمهور عنصرا أساسيا للتخطيط لاختيار الوسائل، من خلال معرفة خصائصه الخاصة (الحجم والسن والمستوى الثقافي والتعليمي والتوزيع الجغرافي) وكذلك خصائصه النفسية وعاداته واتجاهاته وميوله.

مناسبة وسيلة الإعلام للقدرات الاتصالية للقائم بالاتصال: فالإعلامي الذي يفتقد مهارات الاتصال الشخصي يكون من الأفضل له أن يستخدم الوسائل المطبوعة أو المقروءة للاتصال بجمهوره، وبالعكس فالذي تتوافر فيه القدرات الإقناعية يفضل أن يستخدم القنوات الإذاعية والتلفزيونية.... وينبغي لمسؤول الإعلام التنموي أن تتوافر لديه المهارة في استخدام اللغة اللفظية سواء كانت منطوقة أو مكتوبة، وأن يكون ملماً برسالته عالماً بكيفية تصميمها بطريقة تتوافق مع الوسيلة المستخدمة والجمهور المستقبل لها وذلك ليتمكن من استخدام الوسائل المناسبة استخداما فعالا.

3.2 التنمية المستدامة

1.3.2. مقدمة:

إن التنمية المستدامة تعتبر هدفاً بحد ذاتها من أجل تحقيق العدالة، وشرطاً لنزع الأسباب التي تعيق عملية التنمية، فالإنسان هو محور التنمية المستدامة التي ترتكز على إقامة عالم عادل ومنصف، يتسع للجميع من خلال العمل على تحقيق النمو الاقتصادي الشامل، والتنمية الاجتماعية وحماية البيئة، فالتنمية المستدامة هي ذلك النوع من التنمية التي تلبي احتياجات البشر في الوقت الحالي، دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تحقيق أهدافها، وهي تركز على النمو الاقتصادي المتكامل المستدام، والمسؤولية الاجتماعية والإشراف البيئي.

فالتنمية المستدامة هي مفهوم شامل يرتبط باستمرارية الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والمؤسسية والبيئية للمجتمع، حيث تمكن التنمية المستدامة أفراد المجتمع ومؤسساته من تحقيق

احتياجاتهم، والتعبير عن وجودهم الفعلي في الوقت الحالي، مع العمل على استمرارية واستدامة العلاقات الإيجابية بين النظام البشري والنظام الحيوي، حتى لا يتم المساس في حقوق الأجيال القادمة في العيش بحياة كريمة، وما زالت التنمية المستدامة تهدف إلى رفع المستوى الاقتصادي، والاجتماعي والثقافي لأفراد المجتمع، وهي تحض على تعبئة الموارد لخدمة هذه الغاية، فإنها بذلك تجسد أسمى هدف لأي جهود تنموية، ويتطلب هذا الأمر بناء مؤسسات خاصة بالعمل التنموي، تسعى لإنجاح كافة الأهداف التنموية، ويستدعي هذا مشاركة واسعة من كافة القطاعات، لذلك يسعى الفكر التنموي الحديث إلى إيجاد النهج الأمثل لإشباع رغبات وحاجات المجتمعات، دون هدر حق الأجيال القادمة في تحقيق ذلك، من خلال ترسيخ معالم التنمية المستدامة، باعتبارها منظومة تقوم على المحصلة الثلاثية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية وحماية البيئة.

إن الإعلام بوسائله المختلفة وبصفته السلطة الرابعة والرقابية وأداة التواصل بين المواطنين وصناع القرار, يقوم بدور رئيسي في التنمية من خلال حض الجماهير على الاشتراك في أنشطتها المختلفة, وتعبئة الأفراد بمحاولة إزالة العوائق التي تحول دون تطبيقها على أرض الواقع, من خلال تعديل الاتجاهات ومحاولة تغيير السلوكيات وتوجيهها فأصبح مطلباً حيوياً يقوم بنقل وتنفيذ ومتابعة الأهداف الوطنية والتنموية العليا, كما يلعب دور المشارك في تنمية المجتمعات المحلية بمساهمتها في تحديد احتياجات ورغبات المجتمع وترتيب أولوياته ووضع استراتيجية لتلبية احتياجاته ومتطلباته, وتحديداً المشكلات التي تعرقل التنمية واختيار أنسب الطرق لعلاجها, ويعمل على أن يكون الفرد ليس منتفعاً من الخدمات فقط بل مساهماً فعالاً في الحفاظ على صحة وسلامة المحيط الذي يعيش فيه, لأن خطط التنمية أسيرة بمشاركة جميع

القوى المنتجة, ولن تقوم هذه المشاركة ما لم تقم وسائل الإعلام بمختلف أنواعها بتثقيفهم وتوعيتهم وتوجيههم لكل ما يخدم بيئتهم المحلية.

2.3.2. ماهي التنمية المستدامة

1.2.3.2. نشأة وتطور مفهوم التنمية المستدامة:

مر مفهوم التنمية المستدامة بمراحل عديدة، حتى تبلور الإطار النهائي المعبر عنه في وقتنا الحالي، حيث انصب التركيز على مفاهيم النمو الاقتصادي بصفتها المسلك الرئيس المعبر عن قضايا التنمية في الدول المختلفة، من حيث الإمكانات وذلك خلال عقدي الأربعينات والخمسينات من القرن المنصرم، وقد كان هذا المفهوم يركز على تنمية الدخل الفردي والقومي في الدولة، في الفترة التي سبقت بروز مفهوم التنمية المستدامة، وكان المفهوم الشائع يستند إلى مفهوم التنمية بمعناها التقليدي، وقد برز هذا المفهوم بعد الحرب العالمية الثانية، وذلك بالتزامن مع حركة الاستقلال في الدول النامية، وتركيز الدول المتقدمة على ترويج الفكر التنموي التقليدي الذي يؤكد أن قضايا الجهل والفقر التي تعاني منها الدول النامية، ليست ناتجاً مباشراً لاستعمارها، إنما هو نتاج تخلفها، ومن ثم طرح ذلك الفكر مفهوم التنمية كأداة تمكن من خلالها دول العالم الثالث أن تتجاوز حالة التخلف، وتلحق بالدول المتقدمة (إسماعيل ،2015)

وقد كان الرأي السائد في تلك الفترة بأن تحقيق معدلات مرتفعة من النمو، ينعكس تلقائياً بشكل سلبي على البيئة، وأن الحفاظ على البيئة يعيق عملية النمو الاقتصادي، وبالتالي فإن النمو الاقتصادي وحماية البيئة لا يلتقيان أبداً (الإمام ،2010)، وقد تمكن هذا المفهوم خلال عقد الستينات من إحداث النمو على مستوى الدخل إلى زيادة الناتج المحلي بمعدلات أعلى من معدل الزيادة والنمو في السكان، وذلك بعد مواجهة هذه الدول مشكلة ارتفاع معدلات الفقر

والبطالة، بالرغم من تحقيقها معدلات نمو اقتصادي مرتفعة في مستويات الدخل (عمارة ،2012)، وقد بدأ هذا الاعتقاد بالانتكاس مع تطور المفاهيم المتعلقة بالتنمية المستدامة، بعد تقرير نادي روما في العام 1972 الذي كان عنوانه "حدود النمو"، وقد تم اعتباره نقطة الانطلاق في التفكير نحو القضايا البيئية، وتم البدء في البحث عن الاتصالات بين البيئية والنمو الاقتصادي، وتم الاستنتاج بوجود إمكانية لصياغة وتطبيق استراتيجيات تنموية تربط بين البعدين الاقتصادي والاجتماعي، بحيث تحقق المساوة في توزيع الثروة وتكون أكثر حماية للبيئة (العايب ،2011)

هذا الأمر دفع تلك الدول إلى إعادة صياغة مفهوم التنمية في السبعينات، لتركز بشكل رئيس على تخفيض أو القضاء على معدلات الفقر والبطالة وسوء توزيع الدخل في هذه الدول، ومع حلول عقد الثمانينات شهدت الدول النامية انتكاساً وتدهوراً في مستوى الدخل الحقيقي لأسباب داخلية وخارجية، مما أدى إلى لجوئها إلى الاقتراض الخارجي، ومن ثم استنفاد الكثير من مواردها الطبيعية، للوفاء بالتزاماتها الخارجية، لذلك أصبح اهتمام بمفهوم التنمية التي تظهر أبعادا بشرية وبيئية، وهو ما يعرف بالتنمية المستدامة (السيابي وعبد القادر وزيدان ،2017)

وهو ما شكل نقطة الانطلاق نحو إيجاد مفاهيم التنمية المستدامة، التي ربطت احتياجات النمو الراهن بالقدرة على الموازنة بين الموارد المتوفرة والمستغلة، وحقوق الأجيال القادمة في هذه الموارد، بما لا يساهم في الإضرار بالبيئة، لذلك فقد انطلقت خلال الفترة 1972 و1992 الكثير من المؤتمرات والقمم التي ركزت على قضايا ومواضيع التنمية المستدامة، وقد كان الأساس الذي شرع ببلورة مفهوم التنمية المستدامة هو مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة البشرية، الذي عقد في ستوكهولم عام 1972 وهو أول اجتماع دولي للنقاش حول مفهوم

التنمية المستدامة على نطاق عام، وتم تقديم هذا المفهوم لأول مرة خلال المداولات الخاصة به (الشحي ،2017)

وقد أدى هذا المؤتمر إلى وضع سلسلة من التوصيات التي أدت إلى إنشاء برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP)، وفي العام 1983 اجتمعت الأمم المتحدة مع اللجنة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية برئاسة رئيس الوزراء النرويجي السابق غرو هارلم، وتم تأسيس لجنة لتناول تزايد المخاوف من انهيار البيئة البشرية والموارد الطبيعية، والآثار الناجمة عن هذا الانهيار على التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وبعد أربع سنوات نشرت المجموعة تقريراً لتناول هذه القضايا بعنوان "مستقبلنا المشترك" (المعروف أيضا باسم تقرير برونتلاند)، قدم التقرير تحليلاً دقيقاً للبيئة، بالإضافة إلى نشر تعريف التنمية المستدامة الأكثر استخداماً، والتي نصت على "التنمية المستدامة هي التنمية التي تلبي احتياجات الوقت الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة"، وكان لتقرير برونتلاند علامة بارزة لمؤتمر قمة (ريو) الذي عقد في عام 1992، والذي أضاف على مفهوم التنمية المستدامة طابع الشرعية على المستوى الدولي، عن طريق ربطه للبيئة بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وقد اعتمد العالم كله إعلان ريو بشأن التنمية والبيئة، وجدول أعمال القرن الحادي والعشرين (مبارك، 2016)

واستمر التوجه نحو تدعيم التركيز على قضايا التنمية المستدامة على المستوى الدولي، وتم عقد أول اجتماع للجمعية العامة للأمم المتحدة، والمرتبط بالتنمية المستدامة بهدف تحسين التعاون، وتوحيد القرارات الحكومية المرتبطة بقضايا البيئة، وذلك في العام 1993، وعقب ذلك المصادقة على المواصفة الدولية(Iso 14001) المرتبطة بالنظام الإداري البيئي في المؤسسات المتنوعة في العام 1996، وهو ما ترتب عليه تباعاً توقيع مجموعة من البروتوكولات والاتفاقيات، لتدعيم هذا التطبيق في إطار العمل المؤسسي، ومن ثم عقد المؤتمر

الدولي للتنمية المستدامة في (جوهان زبرق) في جنوب أفريقيا بهدف عرض الفرص والتحديات التي يمكن أن تؤثر على جهود التنمية المستدامة في الدول المختلفة، واستدراك التقدم المتحقق على مستويات تطبيق التنمية المستدامة على المستوى الدولي التي تم إقرارها في جدول أعمال القرن الواحد والعشرين المرتبط بالتنمية المستدامة، حيث خصص الاتحاد الأوروبي خلال هذا المؤتمر 700 مليون دولار لمساعدة ودعم الدول في مشاريع الطاقة المستدامة، كما ساهمت الولايات المتحدة الأمريكية بمبلغ 90 مليون دولار لتعزيز وتدعيم الفلاحة المستدامة، وقد وثق خلال هذا المؤتمر المبادئ العامة غير الملزمة المراد توفيرها، في إطار التنمية المستدامة على المستوى الدولي بحلول العام 2015 (بوعزيز ،2015).

من خلال العرض السابق يتضح للباحثة أن التنمية في بداية ظهورها ركزت على الزيادة في دخل الفرد والناتج القومي، أكثر من غيرها من المؤشرات الأخرى المرتبطة بالقضايا الاجتماعية والبيئية الأخرى، وقد حدث التحول في الفكر التنموي نحو التركيز على القضايا الأخرى المرتبطة بالجوانب الاجتماعية والبيئية، كنتيجة للضغوط المتواصلة والهائلة على الموارد الطبيعية، دون حساب للاحتياجات المستقبلية للسكان، الذين يتزايدون بشكل مستمر في ظل شح هذه الموارد.

3.3.2. مفهوم التنمية المستدامة:

لقد كثرت التعريفات التي تناولت مفهوم التنمية المستدامة، حيث استخدم علماء الاقتصاد تعبير الاستدامة؛ لتوضيح التوازن المطلوب بين النمو الاقتصادي والمحافظة على البيئة، ويمثل مفهوم التنمية الاقتصادية الأساس لفكرة التنمية المستدامة، وقد اعتمد هذا المفهوم منذ أكثر من قرنين من الزمن من الدول المتقدمة، وفق النظريات الاقتصادية السائدة حينذاك مثل المدرسة الكلاسيكية ثم المدرسة الكينزية، ونماذج النمو والتنمية سواء في المجتمعات النامية أو

المتقدمة، وكان تركيز مفهوم التنمية على المجال الاقتصادي حصراً، بوصفها عملية تقود إلى زيادة الدخل القومي الحقيقي (مناتي ومجيد ،2017).

وقد ورد تعريف التنمية المستدامة أول مرة في تقرير اللجنة العالمية للتنمية والبيئة في العام 1987بأنها: "تلك التنمية التي تلبي حاجات الحاضر، دون المساس على قدرة الأجيال القادمة في تلبية رغباتهم واحتياجاتهم" (إسماعيل ،2015)، كما عرفت التنمية المستدامة من هيئة ترونتلاند للتنمية المستدامة بأنها: "التنمية التي تغطي احتياجات الحاضر، دون المساس بقدرة الأجيال المستقبلية على تغطية احتياجاتها" (كربالي وحمداني ،2010)، كما عرفت التنمية المستدامة بأنها: "تحسين جودة الحياة للبشر، دون استنفاد المصادر الطبيعية واستخدام قدرتها الاستيعابية، والمقصود بالقدرة الاستيعابية هي قدرة مصادر الطبيعية على تجديد نفسها لكي تستمر في العطاء" (الحداد ،2014)، هذا ويضيف (الحسن ،2011) أن التنمية المستدامة هي: "إدارة أساس الموارد وصونها، وتوجيه عملية التغير المؤسسي والبيولوجي على نحو يضمن إشباع الحاجات الإنسانية للأجيال الحاضرة والمستقبلة بميزة مستمرة في كل القطاعات الاقتصادية، ولا تؤدي إلى تدهور البيئة، وتتسم بالفنية والقبول.

لهذا كله ترى الباحثة أن مفهوم التنمية المستدامة هو مفهوم جامع لمجموعة من الأبعاد المرتبطة بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، وبذلك فهو يختلف اختلافاً جذرياً عن مفاهيم التنمية الاقتصادية التي تعتبر جزءاً من التنمية المستدامة.

4.3.2. أهداف التنمية المستدامة:

إن الهدف الرئيس للتنمية المستدامة يتمثل في تلبية الاحتياجات الحالية للأفراد مع حفظ حقوق الأجيال القادمة وعدم المساس بها، وهو ما يقترن بالأساس الفكري لظهور مفهوم التنمية المستدامة، وبالنظر إلى التفاصيل التطبيقية لتأويل هذا المفهوم في بيئات العمل المتغايرة،

سواء تعلق الأمر بالدولة أو المؤسسات العاملة فيها، فإن ذلك يتطلب التركيز على تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية على المستوى (الاقتصادي والاجتماعي)، والتي ترتبط وبشكل متبادل في آثارها التطبيقية على مستوى الأفراد، إذ إن تنفيذ هذه الأهداف يساعد في إشباع حاجات الجيل الحالي والأجيال اللاحقة من استغلال الموارد والثروات الاقتصادية المتاحة، وفقاً لمبادئ التوازن والعدالة، وقد أقرت الأمم المتحدة مجموعة من الأهداف للتنمية المستدامة والتي تمثلت في التالي:

جدول (1.2): أهداف التنمية المستدامة

1- القضاء على الفقر.	9- تعزيز الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية.
2- القضاء التام على الجوع.	10- الحد من أوجه عدم المساواة.
3- توفير الصحة الجيدة والرفاه.	11- إيجاد مدن ومجتمعات محلية مستدامة.
4- تعزيز التعليم الجيد.	12- تعزيز الاستهلاك والإنتاج المسؤولين.
5- تعزيز المساواة بين الجنسين.	13- تعزيز التعاون في العمل المناخي.
6- توفير المياه النظيفة، والنظافة الصحية.	14- الحفاظ عل الحياة تحت الماء.
7- توفير طاقة نظيفة، وبأسعار معقولة.	15- الحفاظ على الحياة في البر.
8- توفير العمل اللائق، ونمو الاقتصاد.	16- السلام والعدل والمؤسسات القوية.
	17- عقد الشراكات لتحقيق الأهداف.

المصدر: جيه، ز. وآخرون. (2016): مؤشر أهداف التنمية المستدامة ولوحات المعلومات –التقرير العالمي. نيويورك: مؤسسة برتلسمان وشبكة حلول التنمية.

لقد صنف الباحثون والكتاب أهداف التنمية المستدامة ارتباطاً بأبعادها الرئيسة المختلفة، وقد صنفت هذه الأهداف إلى (اقتصادية واجتماعية وبيئية)، ويمكن توضيح الأهداف الاقتصادية والاجتماعية في النقاط التالية: (مناتي ومجيد ،2017)

5.3.2. أهداف التنمية الاقتصادية:

التنمية الاقتصادية تعتبر أحد أهم أهداف التنمية المستدامة التي تستند، وبشكل رئيسي على إحداث حالة من التطور على المستوى الاقتصادي من خلال مجموعة من الأبعاد المتعلقة بالواقع الاقتصادي داخل الدولة والتي تشمل:

أ- **زيادة معدلات النمو الاقتصادي:** التنمية الاقتصادية تهدف (كأحد الأهداف العملية للتنمية المستدامة) إلى زيادة قيمة الناتج المحلي الإجمالي، والذي يترتب عليه زيادة في نصيب الفرد من هذا الناتج، وهو ما يؤدي بشكل مباشر إلى زيادة دخل الأفراد، مما يسهم في تحقيق الرفاهية الاقتصادية للفرد والمجتمع، بالإضافة إلى تطور القدرة الاقتصادية للدولة، فالتنمية يجب أن توجه نحو معالجة مشاكل القطاعات الكبرى من السكان، الذين يعيشون في فقر مدقع، وهذا يتحقق عبر تنشيط وحفز معدلات النمو الاقتصادي (تسعديت، 2015).

ب- **تعديل الهيكل الاقتصادي:** عملية التنمية الاقتصادية تركز بشكل رئيسي على تنمية وتطوير القطاعات الإنتاجية، التي هدفها جعل الاقتصاد اقتصاداً متطوراً، يخدم التجارة الخارجية، ويقود إلى تطوير البنية التحتية للاقتصاد مثل الطاقة الكهربائية، والمياه الصالحة للشرب، ومياه الصرف الصحي، والطرق والمواصلات والاتصالات (مناتي ومجيد، 2017).

رفع إنتاجية العاملين: يعتبر تطوير مستوى إنتاجية العاملين في القطاعات الاقتصادية المختلفة أحد أهم الأهداف الاقتصادية للتنمية المستدامة، إذ إن تحقيق هذا الهدف سيقود إلى رفع إنتاجية القطاعات الاقتصادية، كالصناعة والزراعة، والتي تؤدي إلى زيادة الناتج

المحلي للدول، وهو ما يترتب عليه تحسين وتطوير المستوى الاستهلاكي للأفراد من خلال توفير السلع والخدمات المنتجة محلياً (مناتي ومجيد ،2017).

6.3.2. الأهداف الاجتماعية للتنمية المستدامة:

لا تقتصر أهداف التنمية المستدامة على البعد الاقتصادي التنموي، وإنما تحقق أهدافاً أخرى، ميزتها عن مفاهيم التنمية التي كانت شائعة خلال الفترات السابقة، التي سبقت ظهور مفاهيم التنمية المستدامة، ويتمثل هذا البعد بالجانب الإنساني بالمعنى المحدود، لأنه يجعل من النمو وسيلة للالتحام الاجتماعي، وضرورة اختيار العدالة بين الأجيال (الدوري وأبو سالم ،2013)، ويمكن حصر الأهداف الاجتماعية للتنمية المستدامة في مجموعة من الجوانب التالية:

أ- معالجة الفقر والبطالة بوصفهما أخطر ظاهرتين تؤديان إلى مشاكل أمنية وسياسية واجتماعية، وهذه المعالجة تتم عن طريق توفير فرص العمل للعاطلين، والذي بدورة يؤدي إلى زيادة الإنتاج وتنمية الاقتصاد، ومن ثم التخفيف من وطأة الفقر على فقراء العالم، من خلال تقديم حياة آمنة ودائمة، مع الحد من اضمحلال الموارد الطبيعية، وتراجع البيئة والخلل الثقافي والاستقرار الاجتماعي (بوعوينة وحمداني ،2018).

ب- تطوير وتحسين الرعاية الصحية والوقائية، وتطوير التعليم بشتى مراحله، والذي من شأنه أن يزيد من تمكين الأفراد العاملين في المجالات المختلفة (خامرة، 2007).

ج- تأمين وتوفير السكن الملائم للسكان وبالأسعار المناسبة، والذي ينعكس إيجاباً على زيادة إنتاجية الأفراد (بابكر، 2009).

من خلال العرض السابق يتضح وجود حالة من التداخل بين أهداف التنمية المستدامة وأبعادها المتنوعة، إذ تنبثق من هذه الأهداف مجموعة الأبعاد التي تركز عليها التنمية المستدامة، إذ أن كلاً من أبعاد وأهداف التنمية المستدامة تعمل صوب تأصيل المفهوم العام للتنمية المستدامة،

بما يحمله من توجه للحفاظ على حقوق الأجيال القادمة، مع ضمان توفير الاحتياجات الحالية للمجتمعات المتنوعة.

وعليه ترى الباحثة أن جميع الأهداف وإن اختلفت في تصنيفاتها وأبعادها واتجاهاتها، فإنها نابعة من إطار واحد يتجسد في القدرة على تحقيق التوازن بين الاحتياجات الحالية والمستقبلية، بإطار يسمح بإتاحة المجال أمام تطوير الجوانب الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات، وفي ذات الوقت يبقي أفقاً مفتوحاً للأجيال القادمة، يمكنهن من العيش الكريم في ظل موارد كافية لتلبية احتياجاتهم ودون التنكر من حقوقهم في العيش الكريم.

7.3.2. خصائص التنمية المستدامة:

تتميز التنمية المستدامة بمجموعة من الخصائص تميزها عن المفاهيم الثانية المرتبطة بالجانب التنموي، كمفاهيم التنمية الاقتصادية أو التنمية الشاملة أو غيرها، نذكر منها:

الاستمرارية: تعتبر التنمية المستدامة تنمية طويلة الأمد؛ فهي تأخذ بعين الاعتبار حقوق الأجيال القادمة في موارد الأرض وتقوم بحمايتها، إذ إن الأصل في التنمية المستدامة الديمومة والاستمرار في العديد من المشاريع والمخططات التنموية، خاصة في الوسط المحلي لتحقيق هذه الاستمرارية، وبالتالي يتطلب ذلك زيادة الدخل بشرط أن يكون مرتفعا لكي يسهل عملية الاستثمار فيه، وحتى يسمح بإجراء التجديد والصيانة للموارد، وهو ما يتطلب الاعتماد المستمر على استغلال الموارد الطبيعية المتجددة لكي تضمن الحفاظ على ثروات الأجيال القادمة (حسيني ،2014).

تنظيم استخدام الموارد الطبيعية: تركز التنمية المستدامة على تأمين تنظيم استخدام الموارد الطبيعية المتجددة وغير المتجددة، بما يضمن مصلحة الأجيال القادمة، حيث تعتمد على

التنظيم بين سلبيات استخدام الموارد، واتجاهات الاستثمارات المتنوعة، حيث تعمل جميعها بتوافق داخل منظومة البيئة؛ بما يحقق التنمية المتواصلة المبتغاة (هاشم ،2011).

8.3.2. شروط تحقيق التنمية المستدامة:

إن تحقيق التنمية المستدامة يتطلب تكافل الجهود المجتمعية، وفقاً لخطط وطيدة يجب الأمر الالتزام الأمين بتطبيقيها، وهذه الخطط يجب أن تتصف بالشمولية حيث ترتبط بتحقيق الأهداف المطلوبة للتنمية المستدامة، لذا فإن عملية تجسيد مفاهيم التنمية المستدامة وتأطيرها في إطار تطبيقي، يتطلب تأمين مجموعة من الشروط المهمة التي يمكن إظهارها كما يلي: (الحربي ،2016)

1- العمل المخطط من الدولة وبالشراكة مع الأطر المختلفة العاملة في إطارها بهدف رفع مستوى الإنجاز الاقتصادي؛ أي تحسين مستوى الإنتاجية وزيادة حجم الناتج المحلي، وذلك في إطار نموذج قطاعي متوازن، ويتزامن مع اكتساب فوائد التقدم التقني والعلمي والمعرفة وثورة المعلومات والاتصالات.

2- ضمان توفير الخدمات والسلع لتلبية حاجات السكان الأساسية، إذ يجب فهم هذه الحاجات ضمن إطار ديناميكي، تتطور وترتقي فيه نوعية المنتجات، ويتسع مدى شموليتها.

3- العمل الدؤوب المستمر من أجل خلق فرص عمل مستدامة، بهدف تقليص المعضلات الاقتصادية الرئيسة، والتي أهمها مشكلة البطالة، لأن ذلك له أهمية كبيرة من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والإنسانية، إذ إن ضمان الاستقرار الاقتصادي للأفراد، سوف يسهم في تلبية احتياجاتهم الأساسية، وتطوير النظم الاجتماعية، ومن ثم القدرة على توفير قاعدة تتفاعل في إطارها منظومة من الخلق والابتكار؛ لمواجهة التحديات الحقيقية التي تواجه الدولة، وتوفير القوة الشرائية التي تستطيع العمالة وضعها بين أيدي السكان.

4- تقويم نموذج توزيع الدخل عن طريق رفع الحد الادنى للأجور، الذي يتمتع به نسبة كبيرة من السكان، وتوسيع قاعدة ملكية الأصول الإنتاجية، وإعادة توزيع أعباء التنمية والمؤسسات الحكومية والخدمات.

5- تقليص الفجوة التنموية بين الدول والتي تقود بدورها إلى تحسين مستوى الإنتاجية، وزيادة الإنتاج المحلي للدول الأقل نمواً.

6- ضرورة الاهتمام بالتنمية البشرية التي تحتوي على عنصر بشري يقوم بتحقيق استمرارية واستدامة التنمية، بما يضمن تطوير قدرة المحيط الثقافي والسياسي والاجتماعي، إلى مستوى تستطيع عنده إمداد الاقتصاد بالأفكار، والمهارات والمعارف، والمؤسسات الضرورية لعمل هادف داخل الاقتصاد، وتواصل تحسين منجزات الاقتصاد الوطني (فراح ،2015).

7- تحقيق درجة عالية من المساهمة الشعبية في عملية التنمية، وفي اتخاذ القرارات الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، المتعلقة بصياغة استراتيجيات وسياسات التنمية، واستعمال الموارد.

8- تحقيق أوسع لقاعدة التعويل الجماعي على النفس في عملية التنمية، ليس بمعنى الاكتفاء الذاتي الانعزالي، وإنما باكتساب البلدان قدرة إنتاجية أكبر، ونجاحها في استثمار مواردها البشرية والطبيعية، وفي تجويد نوعية هذه الموارد، حتى يستفيد منها الإنسان في تحقيق تنمية حقيقية.

9.3.2. أبعاد التنمية المستدامة ومقوماتها:

تعتبر التنمية المستدامة أحد أهم الاتجاهات الحديثة التي ركزت على جوانب أشمل وأوسع من مجرد التنمية الاقتصادية، فقد انتقل المفهوم إلى جوانب أشمل، شملت القضايا الاجتماعية

والبيئية، وأصبح مفهوم التنمية المستدامة، يركز على التوفيق بين الأبعاد الثلاثة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وقد شكلت هذه الأبعاد الأسس الرئيسة للتنمية المستدامة، والتي يمكن توضيحها كما يلي:

1.9.3.2. البعد الاقتصادي:

البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة يركز على تعزيز الإنتاجية للقطاعات الاقتصادية المتنوعة، بما يؤمن جميع حاجيات الإنسان الأساسية، ويحسن رفاهيته ويرفع مستوى عيشه، وهو ما يستدعي تطوير القدرات الإنتاجية والتقنيات المتاحة، من خلال دعم البحث العلمي وتحفيز المقاولات على الاستثمار، وتبني أساليب الإدارة الحديثة والإنتاج، من أجل زيادة الإنتاجية، والتركيز على الجوانب المهمة المرتبطة بعملية اختيار وتحسين وتمويل التقنيات الصناعية في مجال توظيف الموارد الطبيعية، هذا بالإضافة إلى دراسة جوانب الاستدامة الاقتصادية من ناحية النمو، والحفاظ على رأس المال، والاستغلال الفعال للموارد، والحفاظ عليها (حمدان،2017)

أن تحقيق هذه التوجهات يقتضي الاعتماد على فكرة تسمى الاقتصاد المسؤول، بمعنى أن يتم العمل على المواءمة بين الأداء الاقتصادي للمؤسسات، والمبادئ الأخلاقية مثل: المحافظة على العلاقات الاجتماعية وحماية البيئة، أي يجب أن تعكس أسعار السلع والخدمات التكلفة الاجتماعية والبيئية لدورة حياتها، وتعتبر المؤسسات الصناعية في هذا الشأن مطالبة أكثر من غيرها عن قضايا ترسيخ الاقتصاد المسؤول عن تحقيق تنمية مستدامة، عن طريق على إعادة تدوير النفايات، والإصلاح بدلاً من الإنتاج (تسعديت ،2015)

إن البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة يتطلب إيقاف تبذير الموارد الاقتصادية الباطنية وغير الباطنية، الحد من التباين في المداخيل والثروة، والاستخدام العقلاني للإمكانيات الاقتصادية،

والتقليل من الإنفاق العسكري خصوصاً في الدول النامية، كما يرى (بابكر ،2009) أن الهدف الأساسي المرتبط بالبعد الاقتصادي للتنمية المستدامة، يتجلى في ضمان استمرارية تحسن دخل الأفراد، مع الحيلولة دون حدوث مشكلات أخرى مرتبطة بالجوانب المالية والاقتصادية كعجز ميزان المدفوعات والتضخم.

2.9.3.2. البعد الاجتماعي:

يركز البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة على إيجاد نوع من النمو المدمج للجوانب الاجتماعية ،عبر توزيع عادل للثروة وللموارد ومنظومة ضريبية عادلة، وإرساء نظام حماية اجتماعية، يوفر الحق لكل أفراد المجتمع وبدون تمييز، والحق في الحصول إلى الخدمات الاجتماعية كالتعليم والصحة، هذا بالإضافة إلى المشاركة المجتمعية الفاعلة والمساواة، والاستغلال الكامل والأفضل للموارد البشرية، ومن خلال في البعد الاجتماعي الذي يضمن مستوى مقبول من التعليم والتغذية الملائمة والرعاية الصحية، وتوفير العدالة الاجتماعية في فرص العمل التي تضمن تأمين الدخل المناسب، هذا بالإضافة إلى إتاحة الفرصة الكاملة لكافة أفراد المجتمع للمشاركة المجتمعية في اتخاذ القرارات المحلية، والتي تنعكس على الاستراتيجيات الوطنية (علي ،2015)

10.3.2. مؤشرات قياس التنمية المستدامة:

أثارت عمليات جعل مفهوم التنمية المستدامة مفهوماً إجرائياً ومهماً عند وضع السياسات العامة؛ لقياس درجة التغيرات التي تحدث نتيجة التنمية، فبدون مؤشرات كمية ونوعية، فإن سياسات التنمية المستدامة تفقد أساساً متيناً ترتكز عليه لتحدد درجة نجاحها، وفي(ريو دي جانيرو) صدرت أجندة القرن الواحد والعشرين لتحقيق التنمية المستدامة عالمياً والذي تم اعتمد من قبل المجتمع الدولي في مؤتمر الأمم المتحدة المهتم بالبيئة والتنمية، والمعروف باسم (قمة

الأرض) في البرازيل عام 1992، وقد حثت تلك الأجندة الدول لتطوير مؤشرات التنمية المستدامة، بطريقة تشارك في التنظيم الذاتي للتنمية، وتؤدي إلى تكامل النظم التنموية والبيئية، ولقد تمثل الهدف الرئيس من تلك المؤشرات ما يلي: (Stevens, 2005)

1- قياس التبادل الحاصل في عمليتي التأثر والتأثير بين القيم الاقتصادية والاجتماعية.

2- قياس وتقييم الأثر الطويل الأمد لمحتويات القرارات الحالية والسلوكيات المتبعة.

3- مراقبة التقدم الحاصل لتأمين أهداف التنمية المستدامة.

4- توضيح الحال لصانعي السياسات والعلاقات العامة وإدراكه بصورة سليمة.

واستنادا إلى التوجهات العامة بضرورة موافقة المؤشرات الخاصة بقياس التنمية المستدامة استنادا إلى الأهداف المأمولة منها، وقد تعددت الآراء المرتبطة بمؤشرات قياسها في الأدبيات المختلفة التي تناولت هذا الموضوع المهم، فمن الملاحظ اتفاق الكتاب على أبعاد التنمية المستدامة بأبعادها المتنوعة، إلا أن الاختلاف قد ظهر في أطر قياس هذه الأبعاد والمؤشرات المرتبطة بها، وهذه المؤشرات قد تكون اتفقت في بعض الأحيان مع المؤشرات المرتبطة بمقياس التنمية المستدامة التي أقرتها لجنة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة، وقد اختلفت في البعض الآخر معها، ويمكن إظهار مؤشرات مقياس التنمية المستدامة كما أقرتها لجنة الأمم المتحدة، والتي ترتبط بالأبعاد المختلفة لها في المحاور التالية:

جدول (2.2): مؤشرات قياس التنمية المستدامة التي أقرتها لجنة الأمم المتحدة

المؤشرات الاقتصادية		المؤشرات الاجتماعية
نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي. حصة الاستثمار من الناتج المحلي الإجمالي. الميزان التجاري للسلع والخدمات. نسبة الديون إلى الناتج المحلي الإجمالي. نسبة المساعدات الإنمائية المقدمة إلى الناتج المحلي الإجمالي. كثافة استخدام الموارد. نصيب الفرد من الاستهلاك السنوي للطاقة. حصة استهلاك مصادر الطاقة المتجددة. كثافة استخدام الطاقة. توليد النفايات الصلبة. توليد النفايات المشعة. نصيب الفرد من المسافة المقطوعة بحسب وسيلة النقل.		النسبة المئوية للسكان دون خط الفقر. مؤشر جيني القياسي لتفاوت الدخول. معدل البطالة. نسبة متوسط أجور الإناث إلى أجور الذكور. معدل وفيات الأطفال دون سن الخامسة. العمر المتوقع عند الولادة النسبة المئوية للسكان الذين تتوافر لهم مرافق كافية للصرف الصحي. النسبة المئوية للسكان الذين تتوافر لهم مياه الشرب المأمونة. التحصين ضد أمراض الطفولة المعدية. معدل انتشار وسائل منع الحمل. الأطفال الذين يصلون إلى الصف الخامس من المرحلة الابتدائية. مستوى تحصيل البالغين في المرحلة الثانوية. معدل الإلمام بالقراءة والكتابة للبالغين. المساحة الأرضية للشخص الواحد. عدد الجرائم المسجلة لكل 100 ألف نسمة من السكان. معدل النمو السكاني. سكان المستوطنات الحضرية النظامية وغير النظامية.

المصدر: بوزيد (2013) "دور الحكم الرشيد في تحقيق التنمية المستدامة بالدول العربية حالة الجزائر."

من ناحية أخرى فقد اتفقت صورية (2017) ويوسف (2012) بأن أهم المؤشرات المرتبطة بمقياس التنمية المستدامة، تتكثف في مجموعة من الأبعاد التي تشمل البعد الاقتصادي والاجتماعي، حيث يمكن إظهار هذه المؤشرات في الجدول التالي:

جدول (3.2): مؤشرات قياس التنمية المستدامة وفقا لآراء مجموعة من الكتاب والباحثين.

المؤشرات الاقتصادية	المؤشرات الاجتماعية
- نصيب الفرد من الناتج المحلي. - نسبة الاستثمار الثابت الإجمالي إلى الناتج المحلي الإجمالي. - نسبة الصادرات إلى الواردات. - مجموع المساعدات الإنمائية الرسمية كنسبة. إلى الناتج القومي الإجمالي - الدين الخارجي نسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي.	- معدل البطالة. - معدل النمو السكاني. - معدل الأمية بين البالغين. - معدل الالتحاق بالمدارس الابتدائية والثانوية والتعليم العالي. - حماية صحة الإنسان وتعزيزها ويحسب بقسمة عدد السكان الذين لا تتوفر لديهم الخدمات الصحية ومياه الشرب الصحية إلى مجموع السكان.

ترى الباحثة من العرض السابق أن التوجه لإقرار مؤشرات خاصة بقياس التنمية المستدامة قد استند وبشكل رئيس إلى ضرورة تفسير أهداف ومبادئ التنمية المستدامة بشكل إجرائي في الدول المتنوعة، لذا فقد تم إقرار مجموعة من المؤشرات المرتبطة بقياس التنمية المستدامة، سواء من المؤسسات الأممية أو المجموعات المعنية بالشأن الاقتصادي، ولقد تناول الباحثون هذه المؤشرات ارتباطاً بالأبعاد المختلفة لها، لذا ترى الباحثة أن طبيعة الاعتماد على هذه المؤشرات ترتبط بالواقع والظرف المختلف داخل إطار الدول المتنوعة، فالتركيز على المؤشرات الرئيسة المرتبطة بهذه الأبعاد، يعتبر مؤشراً هاماً لقياس مستويات التنمية المستدامة خاصةً في الدول النامية، أما بعض المؤشرات فقد تكون أكثر هامة لبعض الدول وخاصةً المتقدمة، إذ لا يمكن تجاهل هذه المؤشرات فيها، ارتباطاً بحركة النشاط الاقتصادي بها، ومستويات التقدم

والتطور الاقتصادي العام لها، فالدول الصناعية المتقدمة قد تركز على المؤشرات المرتبطة بمؤشرات نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي على سبيل المثال، أما في الدول النامية فقد تكون الأولوية في قياس التنمية المستدامة للمؤشرات الرئيسة المرتبطة بالفقر أو البطالة، أو تلك المرتبطة بالخدمات الاجتماعية الصحية المقدمة للسكان، بالرغم من أهمية التركيز على المؤشرات الأخرى في مراحل النمو اللاحقة لتلك الدول.

11.3.2. دور الإعلام التنموي في تنمية المجتمعات المحلية:

تنمية المجتمعات المحلية في الدول النامية يقصد به اتباع الأساليب الحديثة في العمل الاجتماعي والاقتصادي في مناطق معينة، والتي تقوم على أساس إحداث تغيير حضاري في طريقة التفكير والحياة والعمل، عن طريق إثارة وعي البيئة المحلية به – إن لم يكن ذلك الوعي قائما– أو بتنظيمه إن كان قائما، ثم بالمشاركة في الإعداد والتنفيذ من قبل أعضاء البيئة المحلية جميعا في المستويات الممكنة عمليا وإداريا (العبد, 2007)، يمكن الحديث عن دور الإعلام التنموي في التنمية المحلية من خلال الأبعاد الآتية:

التنمية الاجتماعية: هي تنمية بشرية وثقافية تستلزم إحداث تغييرات جوهرية في السلوك والفعل والآراء والاتجاهات والقيم والمعتقدات وطرق التفكير.

والتنمية الاجتماعية تعني رفع المستوى الثقافي لدى المواطنين وتأصيل العادات والقيم الاجتماعية الصحيحة، ونبذ القيم والعادات التي لا تتلاءم مع طبيعة المجتمع والتي تؤدي إلى تشويه المجتمع وإخفاء ملامحه الأصلية، حيث أن الإعلام المحلي يلعب هنا دورا خطيرا في ذلك النوع من التنمية، فالإذاعة والتلفزيون والصحافة عليها مسؤولية تثقيف الشعب ونشر الوعي بين المواطنين وتنقية العقول, من خلال زيادة الاهتمام وتركيز الانتباه على ممارسات وعادات وأساليب تكنولوجية جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وسلوكهم.

ولعل أهم دور يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام هو المساهمة في رفع الأمية الهجائية، وخاصة محو الأمية المهنية والثقافية والحفاظ على التراث والثقافة الشعبية، والمساهمة في تحديث العقليات، وكذلك الاهتمام بالفنون المحلية وأشكال الإبداع التي تعتبر من المكونات الذاتية لكل مجتمع إنساني (لبصير,2017).

وعلى وسائل الإعلام أن تظهر العقبات الاجتماعية التي تقف مانعاً أمام مخططات التنمية، وأهمها التفسير الخاطئ لتعاليم الدين، الارتفاع الكبير في معدلات المواليد، انخفاض المستويات الصحية وارتفاع نسبة الأميين.

التنمية الاقتصادية: تتم من خلال تعريف المجتمع بخطط التنمية وأهدافها محاولة تعبئته للمشاركة الفعالة، وتحفيزه على اتباع أنماط سلوك استهلاكية وإنتاجية جديدة ومراعاة العوامل التي تساعد على زيادة الإنتاج في المجال الزراعي والصناعي وفي مجال الخدمات.

وعلى الإعلام أن يهتم بعرض المشاكل والحلول الخاصة بعوائق التنمية الاقتصادية في المجتمع، فهناك قضايا الإسكان والمرافق، والصرف الصحي وإدخال مياه الشرب النقية، ومشاكل الزراعة، وكل ما يهم الفلاح من معلومات وإرشادات عن الأسمدة الكيماوية المناسبة والبذور، ومشاكل الري والصرف، ومكافحة الآفات، والثروات الحيوانية (لبصير,2017).

4.2 الإعلام الفلسطيني

1.4.2. مفهوم الإعلام الفلسطيني:

نشأ الإعلام الفلسطيني لتوسيع ثقافات ومدركات المجتمع الفلسطيني بمختلف قضاياه الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، والعسكرية ونقل همومه ومعاناته للعالم الخارجي وتوضيح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي، (أبو شنب,2014)، ويعتبر الإعلام الفلسطيني انعكاساً طبيعياً لتوجهات وسياسات القيادة الفلسطينية، حيث أن الإعلام مقترن بالنظام القائم سياساً واجتماعياً واقتصادياً.

حيث أشارت القيادة الفلسطينية أن مفهوم الإعلام "هو استثمار كل وسائل الإعلام والاتصال، حيال القضية الفلسطينية ودعمها على كل المستويات الفلسطينية، والعربية، والدولية، بما يحقق توجه الرأي العام نحو الضغط المستمر، والمنظم على القيادة الفاعلة، وأرباب القرار في مختلف أنحاء العالم لاتخاذ القرارات والمواقف التي من شأنها أن تجعل القضية الفلسطينية محوراً دائماً لاهتمام المجتمع الدولي، وتوفير الدعم للشعب الفلسطيني؛ من أجل تحقيق أهدافه الوطنية في الحرية وتقرير المصير وإقامة الدولة المستقلة على أرضه" (أبو شنب, 2014).

وقد خطا الإعلام الفلسطيني في مسيرته التي تظهر الوضع القائم من حياة المجتمع الفلسطيني عدة خطوات ومراحل، حيث يقسم حسين أبو شنب، أحمد أبو السعيد، وآخرون مراحل الإعلام الفلسطيني كالآتي: (حسونة,2014)

أ. **مرحلة البناء والظهور (1919):** تعتبر هذه الفترة البدايات الأولى لبناء المنظومة الإعلامية الفلسطينية المتمثلة في ظهور صحيفة فلسطين التي أبدت المؤامرات الغربية التي تحاك ضد الشعب الفلسطيني خاصة والأمة العربية عامة، وبدأت في التحذير من الخطر اليهودي وازدياد وجوده من خلال الاستيلاء على الأراضي الفلسطينية واقامة المستعمرات عليها فخاطبت الفئة المثقفة والأدباء وعامة القراء (أبو شنب،2014).

ب. **مرحلة الإنشاء (1936):** تمثل هذه الفترة الصحوة الشعبية، والتحدي الأدبي والثورات الجماهيرية وظهور الكفاح المسلح ضد الوجود اليهودي من جهة، والاحتلال البريطاني من جهة أخرى حيث اختير الشاعر العربي والأديب الإعلامي إبراهيم طوقان ليكون مديراً لدار الإذاعة الفلسطينية هنا القدس حيث وضع طوقان هدفين له وهما:

- خدمة التراث العربي الأدبي.
- خدمة الشعب الفلسطيني وإثراء معلوماته.

لكن واجه طوقان ضغوطا كبيرة من قبل الاحتلال البريطاني واليهود فتآمروا عليه وتم إجباره على الاستقالة ومغادرة الإذاعة.

ت. **مرحلة التشكيل الوطني:** هذه المرحلة تشير إلى نكبة فلسطين التي حلت بالشعب الفلسطيني من خلال إنشاء الكيان الإسرائيلي، والدعم الكامل من الدول الاستعمارية، وازدياد الهجرة اليهودية، وهذه المرحلة تعتبر مرحلة تشكيل الوعي السياسي الفلسطيني والوعي القومي العربي (حسونة,2014)

ث. **مرحلة التعبئة الوطنية:** تمثلت هذه الفترة في ظهور الكيان الفلسطيني وقيام منظمة التحرير الفلسطينية التي أصبحت الممثل لفلسطين في المحافل الدولية وتوقيع الاتفاقيات والمعاهدات. (حسونة,2014)

ج. **مرحلة التحدي:** كانت هذه الفترة هي ذروة العطاء الإعلامي، والكلمة المسموعة، والكتابة الصحفية، والمواجهة السياسية، والعسكرية مع المحتل الإسرائيلي، وازدياد عدائه للوجود الفلسطيني في كل مكان حيث اشتدت قوى الإعلام الفلسطيني، وتنوعت وسائله، وأشكاله.

ح. **مرحلة الإعلام الحزبي:** تعتبر هذه الفترة هي من أكبر فترات الإعلام الفلسطيني تلامس الوضع الفلسطيني الداخلي، حيث قامت الانتفاضة الفلسطينية الشعبية الأولى، وبرزت الحركات الإسلامية مثل الجهاد الإسلامي وحركة حماس، التي كانتا تأخذ من الإعلام الوجاهي سبيلاً لتوعية الشعب بمخططات المحتل الإسرائيلي وتوعية الشعب الفلسطيني خطر بعد الأمة العربية عن القضية الفلسطينية (سلطان, 2011).

خ. **مرحلة السلطة الفلسطينية:** مع دخول السلطة الوطنية الفلسطينية إلى المناطق التي انسحب منها الاحتلال الإسرائيلي بعد توقيع اتفاق أوسلو، ومنذ ذلك الوقت بدأ العمل الجاد والاستعدادات لإنشاء المحطات التلفزيونية، والإذاعات, والإذاعات، وذلك مظاهر السيادة

الوطنية الفلسطينية على الأراضي الفلسطينية، حيث كانت تجربة فريدة من نوعها، تنقصها الإمكانيات المالية, والفنية، والبشرية، والحرية في الانتشار، وهذه المرحلة تعد مرحلة بناء نظام إعلامي قائم على قواعد وميثاق وأسس إعلامية وفق الدستور الذي يؤسس لبناء الدولة الفلسطينية ويسهم في توعية الشعب للتطور وإضفاء نوع من الحرية والاستقلال، وفي هذه الفترة ظهر الإعلام الفلسطيني بكافة وسائله من مرئية ومقروءة، ومسموعة. (أبو شنب, 2014)

د. **مرحلة الانتشار الفضائي:** في هذه الفترة تم الانضمام إلى الأقمار الاصطناعية والدخول في الإعلام العالمي وتفجر المعلومات من خلال الوسائل المتعددة، وأيضاً الدخول للشبكة العنكبوتية وثورة المعلومات الهائلة. (سلطان, 2011)

2.4.2. وظائف الإعلام الفلسطيني:

يمكن تلخيص وظائف الإعلام الفلسطيني من خلال المفهوم الإعلامي الفلسطيني كما وضعته القيادة الفلسطينية وذلك وفق الآتي: (أبو شنب, 2014)

- توصيل معاناة الشعب الفلسطيني للعالم.
- دعم المقاومة الفلسطينية ضد الاحتلال الإسرائيلي.
- الحاضنة الشعبية.
- حشد الأمة العربية تجاه القضية الفلسطينية.
- فضح ممارسات ومخططات الاحتلال الإسرائيلي والعمل على توعية الشعب لها.

3.4.2. متطلبات آنية لتحقيق خطة تنمية إعلامية في فلسطين:

من أجل تحقيق خطة تنمية إعلامية في فلسطين، وأجندة للعمل، وتحقيق دور نسط لوسائل الإعلام الفلسطينية للمشاركة في التنمية في فلسطين، لبد من تحقيق الآتي (أبو سعيد، ولبد,2009):

1. تحديد المعوقات لدى القائمين بالاتصال وتحديد الأدوار لكل شخص قائم بالاتصال وفق خطة اتصالية برامجية محكمة، ومن ثم تحديد الجمهور المستهدف من حيث مناطق توزيعه الجغرافي وتحليله، ومن ثم التعرف على الوقت المناسب لتحقيق أهداف الرسالة التنموية.
2. تحديد الحجج والبراهين والأدلة الاتصالية والإقناعية بما يساعد على المشاركة المجتمعية في عملية التنمية.
3. تحديد الإمكانات البصرية والمادية اللازمة لإنتاج الرسائل الإعلامية التنموية.
4. الاتفاق على تحديد الوسائل الاتصالية، بما يناسب القائمين بالاتصال، وبما يناسب الجمهور المستهدف، وبما يناسب المضمون الاتصالي من حيث المصداقية والدقة، والأخذ بالاعتبار الظروف المحيطة الداخلية منها والخارجية.
5. تحديد حجم وطبيعة مصادر الثروة الموجودة في المجتمع الفلسطيني، والبيئة التنموية الممكن استخدامها، حتى يمكن معرفة حدود العمل الإعلامي.
6. توفير المعلومات والإحصاءات التفصيلية لدى المخططين أمام الإعلاميين وغير الإعلاميين عن المناطق التي خُطط لتنميتها تنمية شاملة، بما يساعد المخطط الإعلامي على إعطاء القدر المناسب من الاهتمام والمعالجة الإعلامية اللازمة.
7. تحديد العادات والتقاليد التي تساهم في توجيه الرسالة الإعلامية اللازمة لعملية التنمية.

8. تجهيز الخطط وتحديد التوقيت المناسب لتنفيذها، مع مراعاة أن تكون خاضعة لمبدأ المرونة، بما يتناسب مع الظروف والتغيرات المتلاحقة في الأراضي الفلسطينية.
9. أن ترتبط خطط التنمية بخطة إعلامية ارتباطاً عضوياً، أي أن الخط الذي يوصلنا إلى شكل معين من أشكال التنمية، هو الخط نفسه الذي يقودنا إلى الخطة الإعلامية.

4.4.2. محددات ومفردات الخطاب الإعلامي الفلسطيني:

ضمن القانون الأساسي الفلسطيني حرية وسائل الإعلام، بما فيها الإعلام المرئي، حيث نصت المادة (27) منه على الاتي: (الوقائع الفلسطينية, 2003).

1. تأسيس الصحف وكافة وسائل الإعلام حق للجميع يكفله هذا القانون، وترضخ مصادر تمويلها لرقابة القانون.
2. حرية وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة وحرية الطباعة والتوزيع والنشر والبث، وحرية العاملين فيها، مضمونة وفقاً لهذا القانون الأساسي والقوانين ذات العلاقة.
3. تحظر الرقابة على وسائل الإعلام، ولا يجوز تحذيرها أو وقفها أو مصادرتها أو إلغاؤها أو فرض قيود عليها إلا بحسب القانون وبموجب حكم قضائي.

وقامت وزارة الإعلام الفلسطينية بوضع محددات الخطاب الإعلامي الفلسطيني وبنوده ومفرداته، للتعريف على حقيقة ما يجري على أرض الواقع من منظور فلسطيني بحت، وبالتالي إرساء مفاهيم ثقافية ومصطلحات إعلامية ومسميات لها دلالتها.

وسنتطرق هنا فقط للمصطلحات والمفاهيم ذات الطابع التنموي المباشر، وأهمها: (وزارة الإعلام الفلسطينية)

- الاهتمام ببرامج الأطفال، مع التركيز على البعد الوطني، والابتعاد عن الصور والمناظر والقصص العدائية، وصياغة قصص إخبارية حول مذابح الأطفال.
- تشجيع ودعم ورعاية الإبداعات الفلسطينية الشابة في شتى المجالات، وتعميم هذا الإبداع على كافة الأصعدة المحلية والعربية.
- تغطية أنشطة المؤسسات الحكومية وغير الحكومية النافعة والمهمة، بهدف الرد على الأنشطة الإعلامية والثقافية الإسرائيلية وفضحها وتجريدها من مضمونها.
- تشجيع المواطنين على القراءة والاطلاع من خلال تعريفهم بآخر الإصدارات في شتى المجالات، خصوصاً الإصدارات الفلسطينية.
- تعريف المواطنين بالمؤسسات الإعلامية المعادية، أهدافها وتاريخها والحذر في التعامل معها.
- تعزيز دور الإعلام في حماية الممارسة الديمقراطية، وتمتين سيادة القانون، وحماية أمن الوطن والمواطن والحفاظ على المملوكات، والتركيز على صمود وتحدي شعبنا وبطولاته.

5.2 الدراسات السابقة

1.5.2. الدراسات العربية:

دراسة (الحمداني، الخضر، 2019) بعنوان: وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تدعيم التنمية المستدامة والتعرف على درجة أهمية دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة، وتجلت أهمية الدراسة في تحديد أهم الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام لتدعيم التنمية المستدامة، تم التوصل في نتائج الدراسة إلى أن الإعلام يقوم بدوره في تدعيم التنمية المستدامة بدرجة متوسطة من وجهة نظر أفراد العينة. وأشارت النتائج أيضاً إلى أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين التنمية المستدامة والإعلام.

دراسة (عبد الرحمن، 2018) بعنوان: الإعلام اليمني ودوره في التنمية الثقافية والاجتماعية: تطبيقاً على قناتي اليمن وسبأ الفضائيتين: في الفترة من يناير 2016- يناير 2018م

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام اليمني في التنمية الثقافية والاجتماعية، حيث استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والمنهج النظري (التحليلي) والمسحي (الميداني)، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تدني مستوى دور برامج التنمية الثقافية والاجتماعية المقدمة عبر قناتي اليمن وسبأ في غرس الشعور بالانتماء الوطني لدى الشباب الجامعي، وأنه يوجد خلل في مضامين البرامج الثقافية والاجتماعية المقدمة عبر قناتي اليمن وسبأ.

دراسة (لبصير،2017) بعنوان: الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية.

تناولت هذه الدراسة مفهوم الإعلام التنموي ودوره في تحقيق وتفعيل التنمية المحلية بصفتها بوابة التنمية الشاملة، من خلال اشراك المجتمع المحلي في خدمة متطلبات التنمية وجعله عنصراً فاعلاً في الخطط التنموية بالاستعانة بوسائل الإعلام التي تعمل كمساند دائم لخطط التنمية المحلية، وهذا بالتطرق لمفهوم الإعلام التنموي وأهم نظرياته مروراً بدوره في التنمية المحلية ثم الأسس العلمية لاختيار الوسيلة المناسبة للإعلام التنموي.

دراسة (نش، بوهالي، 2016) بعنوان: دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة

تناولت الدراسة أهمية ودور الإعلام التنموي في دعم وتحقيق التنمية المستدامة، على اعتبار ان الإعلام التنموي يهدف إلى دفع وإشراك كل فئات المجتمع في كل خطط واستراتيجيات التنمية وتحويل الأفراد في المجتمع إلى عناصر مساندة للعملية التنموية من خلال منظومة إعلامية مبنية وفق خطط ومبادئ تقود إلى تحقيق ودفع مسار التنمية بما يتوافق مع أهداف الحركة التنموية ومصالح المجتمع.

وخلصت الدراسة على أن الإعلام التنموي المرتبط بمسار التنمية يتركز في مساهمته في تحديد احتياجات المجتمع وترتيب أولوياته وتحديد المشاكل التي تواجهه واختيار أنسب الحلول لمعالجتها، أي أن الإعلام التنموي هو نشاط شامل ومخطط ويخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في العملية التنموية، وأن الاستراتيجيات التنموية لا تستغني عن الإعلام الذي يعتبر العمود الفقري للعملية التنموية.

دراسة (الحربي، 2016) بعنوان: دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم النظريات المفسرة لدور الإعلام في التنمية المستدامة وبيان مفهوم التنمية وارتباطها بالإعلام، ومفهوم التنمية المستدامة، استخدمت الدراسة المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى: لكي يقوم الإعلام بدوره في التنمية بصورة خاصة يجب أن يكون إعلام حر، تتنوع أدواته التي تسهم بدور فعال في التنمية المستدامة من مسرح وإذاعة وتلفزيون ووسائل الاتصال الجماهيري، وكلما ركزت الرسالة الإعلامية على موضوعات ترتبط بالتنمية المستدامة كلما زاد الاهتمام به.

دراسة (برقوق، رمضان، 2015) بعنوان: الإعلام التنموي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة

تناولت الدراسة مفهوم الإعلام التنموي ودوره في التنمية المستدامة وخصائصه ومهام ومستويات تدخل وسائل الإعلام في مجال العمل التنموي ودور التكنولوجيا الحديثة في الإعلام والاتصال وأثرها في تحقيق التنمية المستدامة. وخلصت الدراسة إلى أن الإعلام التنموي في الوقت الراهن فرعاً أساسياً وهاماً من فروع النشاط الإعلامي, وأن الخطة التنموية في أي دولة من دول العالم تتضمن نوعين من الجهد: جهد مادي تتكلف به الدولة من خلال توفير الظروف المادية لإنجاح تلك الخطة, وجهد معنوي يتمثل في التوعية الإعلامية بأهمية الخطط التنموية وتقديمها من قبل وسائل الإعلام الى العاملين في المشروعات التنموية, وأن وسائل الإعلام تساهم بشكل رئيس في عملية التنمية من خلال مستويات: المستوى الرسمي بعرض الواقع الاقتصادي التنموي, بسلبياته وإيجابياته, ومعوقاته وأهدافه, وطرح الحلول للمشكلات التنموية. والمستوى الشعبي بخلق وعي جماهيري بالسياسات التنموية، والتوعية بأساليب النهوض باقتصاد الفرد والجماعة.

دراسة (عبد الله، 2017) بعنوان: دور الصحافة في تعزيز التنمية الاجتماعية في السودان: دراسة تحليلية مقارنة على صحيفتي الرأي العام والصحافة في الفترة من 2010-2012م

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة السودانية في تعزيز التنمية الاجتماعية في السودان، والتعرف على الفنون الصحفية التي تم استخدامها في تناول موضوعات التنمية الاجتماعية الشاملة، والتعرف على المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها صحيفتي الرأي العام والصحافة في تغطية قضايا التنمية الاجتماعية المختلفة.

حيث استخدمت الدراسة المنهج التاريخي، وتحليل المضمون، والمقارن، واستخدمت الملاحظة والمقابلة وتحليل المضمون والاستبانة في جمع المعلومات التي تتعلق بالموضوع.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج مهمة أهمها أن صحيفتي الرأي العام والصحافة ركزتا تغطيتهما الإخبارية على القضايا الصحية في الدرجة الأولى ثم القضايا الاقتصادية والمعيشية، ومعظم تناول قضايا التنمية الاجتماعية في صحيفتي الدراسة كانت إيجابية ومعظم مصادر التغطية الصحفية للصحيفتين موضوع الدراسة كانت تعتمد على المراسلين مع اعتماد ضعيف على وكالات الأنباء.

2.5.2. الدراسات الأجنبية:

دراسة (Waliyi Aransi, 2020): بعنوان: Influence of Mass Media on Sustainable Development in Nigeria.

هدفت الى دراسة تأثير وسائل الإعلام على تحقيق التنمية المستدامة في نيجيريا، تم تعداد ثلاثة أهداف محددة وأسئلة بحث وفرضيتين، والإجابة عليها واختبارها. تم استخدام تقنية أخذ العينات العشوائية البسيطة لاختيار مائتين وسبعين (270) مشاركًا من الفئة المستهدفة، واستخدام

الإحصاء الوصفي والاستنتاجي بالإضافة إلى التحليل الموضوعي لتحليل البيانات الناتجة عن أدوات البحث. كشفت النتائج التجريبية أن هناك وعيًا من خلال وسائل الإعلام تجاه مشاريع تنموية مختلفة تم إنشاؤها عبر المجتمعات قيد التحقيق. فقد استلزم الوعي من أصحاب المصلحة في المجتمع تقديم أيدي داعمة للمشاريع المتعلقة بالفقر. كما تم الكشف عن أن الوعي من خلال وسائل الإعلام سيكون شرطًا ضروريًا ولكنه ليس شرطًا كافيًا لتحقيق أهداف الفقر من هدف التنمية المستدامة ضمن المجالات المدروسة. كان هناك فرق كبير بين الجنسين تجاه الوعي حول التنفيذ ومشاركة أفراد المجتمع والتي كانت لصالح الإناث والذكور على التوالي. أوصت الدراسة بضرورة نشر برامج محو الأمية الأساسية البارزة المزينة بمعلومات التخفيف من حدة الفقر على فترات منتظمة، والتعبئة المستمرة للموارد المادية والمالية اللازمة لتنفيذ البرامج التنموية من قبل أصحاب المصلحة المعنيين، والرصد المنتظم والإشراف على المشاريع ومشاركة الأعضاء.

دراسة (Balaswamy & Ramesh Palvai, 2017): بعنوان: Role of Social Media in Promoting Sustainable Development.

هدفت الدراسة هذه الورقة استكشاف مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المستدامة وكيف أنها توحد الأشخاص المتشابهين في التفكير وتدفعهم إلى اتخاذ إجراءات جماعية. استخدم الباحث المنهج الوصفي وعينة عشوائية من خلال مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

تبين انه يمكن للمواطنين الواعين والمطلعين الاستفادة من برامج التخفيف من حدة الفقر بشكل فعال، مما يؤدي إلى نجاحهم يمكن للمواطنين أيضًا أن يلعبوا دورًا مسؤولًا في تعزيز حماية البيئة

في مختلف مناحي حياتهم. التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدخلت الاتصالات الوسيطة التي في بدوره مكّن عملية تطوير العلاقة ونشر الاهتمام بالتنمية المستدامة. التي سمحت وسائل التواصل الاجتماعي للفرد بالتواصل مع مئات أو حتى الآلاف من أفكار الأشخاص الآخرين، الآراء والمنتجات والخدمات والثقافة في جميع أنحاء العالم. مكنت وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمين من التعرف على أفكار جديدة والحركات الاجتماعية حيث يشارك أصدقاؤهم وزملائهم فيها. وسائل التواصل الاجتماعي تمكّن الفيروس تسويق الأفكار والأحداث والمنظمات من خلال تمكين المشاركة السريعة للمعلومات الواردة من أحد الاتصال بجميع الآخرين. منذ أوائل التسعينيات، لعبت وسائل الإعلام التقليدية دورًا رائعًا في الإبداع الوعي بمفهوم التنمية المستدامة. ومع ذلك، فقد تغير هذا الاتجاه مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي تنشر مفاهيم التنمية المستدامة من خلال التعلم من الأقران.

دراسة (Akash & Pushpa, 2014): بعنوان: **Role of social media on development**. هدفت الدراسة التعرف على دور الإعلام في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، تم إجراء المسح باستخدام 100 عينة كبيانات أولية من خلال كل اشكال وسائل الإعلام. نوصلت الى انه لا يمكن أن تحدث التنمية بمعزل عن غيرها سواء كانت على المستوى الجزئي أو الكلي. لذلك هناك حاجة لأداة قوية لربط الناس على الفور حتى لا ينتهي نقل المعرفة وفوريًا. تستخدم وسائل الإعلام من أجل التنمية لنقل رسائل حول قضايا مثل الرعاية الصحية، والحد من الفقر، والحكم الرشيد، وحماية البيئة وتنمية المجتمع، والتنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية. أصبح العالم اليوم مكانًا صغيرًا للعيش فيه وتبادل المعرفة والأفكار ونقل الثقافة القيمة إلى الجيل التالي، كل الأشياء المذكورة أعلاه ممكنة من خلال الشبكات الاجتماعية ووسائل

الإعلام. كل جانب في المجتمع له عوامل خارجية إيجابية وسلبية، لذلك نحتاج إلى أن نرى كيف يمكن موازنة هذه العوامل الخارجية السلبية وتجاوزها من خلال العوامل الخارجية الإيجابية للوصول إلى التنمية في جميع الأبعاد.

3.5.2. التعقيب على الدراسات السابقة:

تسعى هذه الدراسة لمعرفة دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، لذلك حاولت الجمع بين الإعلام التنموي والتنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية وهما عنصران مهمان في التنمية المستدامة، إذ أن هناك ندرة في الدراسات التي تجمع بينهم في مبحث واحد، لذللك ترى الباحثة أن هذه الدراسة ستكون من أوائل الدراسات في فلسطين، وعليه ستكمل هذه الدراسة ما لم تعالجه الدراسات السابقة.

حاولت هذه الدراسة الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال التنوع في اختيار المواضيع، حيث أن بعض الدراسات اتجهت نحو معرفة دور الإعلام في التنمية حسب وجه نظر الإعلاميين (دراسة عبد الله,2012)، حيث كانت عينة الدراسة تتشابه مع عينة الدراسة الحالية. اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (عبد الرحمن, 2018) في تدني مستوى التنمية الاجتماعية في وسائل الإعلام، وهذا ما أكدته الدراسة الحالية في أن التنمية الاجتماعية تأتي في المرتبة الثانية بعد التنمية الاقتصادية في وسائل الإعلام الفلسطينية. اتفقت دراسة (برقوق، رمضان, 2015) مع الدراسة الحالية في أن الإعلام التنموي فرعاً أساسياً وهاماً من فروع النشاط الإعلامي، وأن الخطة الإعلامية يجب أن تتضمن جهد مادي وجهد معنوي. لذا تتفق الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة على ضرورة ان تنطلق أهداف الإعلام التنموي من أهداف المجتمع وتنسجم

مع مشكلاته وحاجاته. معظم الدراسات استخدمت المنهج التحليلي، بينما اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي.

الاستفادة من الدراسات السابقة

ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد أسئلة الدراسة وفرضياتها، والاستفادة منها لاستخدامها في هذه الدراسة، ومساعدة الباحثة في صياغة المشكلة البحثية لهذه الدراسة، والتعرف على اهداف الدراسة ومتغيراتها، وساعدت كذلك في صياغة استبيان الدراسة.

ساعدت هذه الدراسات في تحديد الخلفية النظرية لموضوع الدراسة.

الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة وربطها بهذه الدراسة بما يثريها ويعزز من أهميتها.

ولأننا نبدأ من حيث انتهى الآخرون ولأن البحث العلمي لابد أن يكون تراكمياً ويكمل ما توصل اليه الآخرون، فإننا بإمكاننا أن نقول أن هذه الدراسة هي استكمال لدراسات أخرى سابقة سعت للكشف عن دور الإعلام التنموي في التنمية وبشكل خاص الاجتماعية والاقتصادية.

الدراسة		الهدف	المتغيرات	المنهج	الأداة	النتائج والتوصيات
الدراسات العربية	دراسة (الحمداني، الخضر) 2019	وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة	وسائل الإعلام– التنمية المستدامة	الوصفي التحليلي	الاستبانة	أن الإعلام يقوم بدوره في تدعيم التنمية المستدامة بدرجة متوسطة من وجهة نظر أفراد العينة. أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين التنمية المستدامة والإعلام.
	دراسة لبصير, 2017	الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية	الإعلام التنموي– التنمية المحلية			

	دراسة نش وبوهالي, 2016	دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة	الإعلام التنموي– أهداف التنمية المستدامة				أن الإعلام التنموي المرتبط بمسار التنمية يتركز في مساهمته في تحديد احتياجات المجتمع وترتيب أولوياته وتحديد المشاكل التي تواجهه واختيار أنسب الحلول لمعالجتها، أي أن الإعلام التنموي هو نشاط شامل ومخطط ويخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في العملية التنموية، وأن الاستراتيجيات التنموية لا تستغني عن الإعلام الذي يعتبر العمود الفقري للعملية التنموية.

	دراسة الحربي, 2016	دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة	الإعلام – التنمية المستدامة	المنهج التحليلي		لكي يقوم الإعلام بدوره في التنمية بصورة خاصة يجب أن يكون إعلام حر، تتنوع أدواته التي تسهم بدور فعال في التنمية المستدامة من مسرح وإذاعة وتلفزيون ووسائل الاتصال الجماهيري، وكلما ركزت الرسالة الإعلامية على موضوعات ترتبط بالتنمية المستدامة كلما زاد الاهتمام به.
	دراسة برقوق، رمضان, 2015	الإعلام التنموي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة	الإعلام التنموي– التنمية المستدامة			أن الإعلام التنموي في الوقت الراهن فرعاً أساسياً وهاماً من فروع النشاط الإعلامي, وأن الخطة التنموية في أي دولة من دول العالم تتضمن نوعين من الجهد: جهد مادي تتكلف به الدولة من خلال توفير الظروف المادية لإنجاح تلك الخطة, وجهد معنوي يتمثل في التوعية الإعلامية بأهمية الخطط التنموية وتقديمها من قبل وسائل الإعلام الى العاملين في المشروعات التنموية, وأن وسائل الإعلام تساهم بشكل رئيس في عملية التنمية من خلال مستويات: المستوى الرسمي

						بعرض الواقع الاقتصادي التنموي, بسلبياته وإيجابياته, ومعوقاته وأهدافه, وطرح الحلول للمشكلات التنموية. والمستوى الشعبي بخلق وعي جماهيري بالسياسات التنموية، والتوعية بأساليب النهوض باقتصاد الفرد والجماعة.
	دراسة عبد الرحمن	الإعلام اليمني ودوره في التنمية الثقافية والاجتماعية: تطبيقاً على قناتي اليمن وسبأ الفضائيتين: في الفترة من يناير 2016- يناير 2018م	الإعلام اليمني- التنمية الثقافية والاجتماعية	المنهج الوصفي والمنهج النظري (التحليل) والمسحي (الميدان)	الاستبانة	تدني مستوى دور برامج التنمية الثقافية والاجتماعية المقدمة عبر قناتي اليمن وسبأ في غرس الشعور بالانتماء الوطني لدى الشباب الجامعي، وأنه يوجد خلل في مضامين البرامج الثقافية والاجتماعية المقدمة عبر قناتي اليمن وسبأ.
	دراسة عبد الله	دور الصحافة في تعزيز التنمية الاجتماعية في السودان: دراسة تحليلية مقارنة على صحيفتي الرأي العام	الصحافة السودانية- التنمية الاجتماعية	المنهج التاريخي - تحليل المضمون - المقارنة	الملاحظة - المقابلة- تحليل المضمون - الاستبانة	أن صحيفتي الرأي العام والصحافة ركزتا تغطيتهما الإخبارية على القضايا الصحية في الدرجة الأولى ثم القضايا الاقتصادية والمعيشية، ومعظم تناول قضايا التنمية الاجتماعية في صحيفتي الدراسة كانت إيجابية ومعظم مصادر

		والصحافة في الفترة من 2010-2012م				التغطية الصحفية للصحيفتين موضوع الدراسة كانت تعتمد على المراسلين مع اعتماد ضعيف على وكالات الأنباء.
دراسة الباحثة			الإعلام التنموي- التنمية الاجتماعية التنمية الاقتصادية	الوصفي التحليلي	الاستبانة المقابلات دراسة المحتوى	ركزت علي الواقع الإعلامي الفلسطيني . من خلال المتغيرات والابعاد التي تناولتها الدراسة، والخصوصية الفلسطينية وعلاقة هذا الواقع بالبعد التنموي الاقتصادي والاجتماعي .
الدراسات الأجنبية						حاولت الباحثة الاطلاع والتعرف علي واقع الإعلام التنموي في بيئات مختلفة ، للاستفادة من نتائج هذه الدراسات في تعميق فهم الباحث في تشخيص الواقع والاستفادة من التجارب المختلفة واغناء التوصيات.

الفصل الثالث

منهج وإجراءات الدراسة

1.3 منهج الدراسة

2.3 مجتمع الدراسة

3.3 عينة الدراسة

4.3 أدوات الدراسة

5.3 متغيرات الدراسة

6.3 إجراءات الدراسة

7.3 المعالجة الإحصائية

منهج وإجراءات الدراسة

تناول هذا الفصل وصفاً كاملاً ومفصلاً لطريقة وإجراءات الدراسة التي قامت بها الباحثة لتنفيذ هذه الدراسة وشمل وصف منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، أداة الدراسة، صدق الأداة، ثبات الأداة، إجراءات الدراسة، والتحليل الإحصائي.

1.3 منهج الدراسة

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وهو طريقة في البحث عن الحاضر، وتهدف إلى تجهيز بيانات لإثبات فروض معينة تمهيداً للإجابة عن تساؤلات محددة– سلفاً– بدقة تتعلق بالظواهر الحالية والأحداث الراهنة التي يمكن جمع المعلومات عنها في زمان إجراء البحث وذلك باستخدام أدوات مناسبة. والهدف من استخدام المنهج الوصفي هو التعرف على "دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة".

2.3 مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع الإعلاميين في فلسطين والبالغ عددهم (1100) إعلامياً وإعلامية.

3.3 عينة الدراسة

أجرت الباحثة دراسة استطلاعية على عينة مكونة من (20) من الإعلاميين والإعلاميات في الضفة الغربية، وذلك من أجل التّحقق من صدق أداة الدّراسة وثباتها.

وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية مكونة من (300) إعلامياً وإعلاميةً من الإعلاميين العاملين في الضفة الغربية، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، حيث تم تطبيق

الاستبانة إلكترونياً بسبب الإجراءات الصحية المتبعة في ظل جائحة كرونا، وبلغ عدد الردود (283) رداً وجميعها صالحة للمعالجة الإحصائية، وتمثل ما نسبته (25.7%) من مجتمع الدراسة، والجدول (1.3) يوضح خصائص أفراد عينة الدراسة:

جدول (1.3): خصائص أفراد العينة الديموغرافية

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة %
المسمى الوظيفي	مذيع أو مقدم برامج	129	45.6
	غير ذلك	154	54.4
	المجموع	**283**	**100.0**
التخصص	الصحافة والإعلام	155	54.8
	غير ذلك	128	45.2
	المجموع	**283**	**100.0**
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	116	41.0
	5 سنوات فأكثر	167	59.0
	المجموع	**283**	**100.0**
نوع الوسيلة الإعلامية	مقروءة	71	25.1
	مسموعة	99	35.0
	مرئية	113	39.9
	المجموع	**283**	**100.0**
ملكية الوسيلة الإعلامية	قطاع خاص	157	55.5
	قطاع حكومي	126	44.5
	المجموع	**283**	**100.0**
عمر الوسيلة الإعلامية	من (1-5) سنوات	47	16.6
	6-10سنوات	62	21.9
	11-15سنة	72	25.4
	أكثر من 15 سنة	102	36.1
	المجموع	**283**	**100.0**

4.3 أداة الدراسة

1.4.3. وصف الأداة:

قامت الباحثة بتطوير استبانة لقياس دور الإعلام في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية من وجهة نظر الإعلاميين. وذلك بالرجوع إلى الدراسات السابقة منها: دراسة (الحمداني والخضر)، ودراسة (لبصير)، ودراسة (نش وبوهالي)، ودراسة (الحربي)، ودراسة (برقوق ورمضان)، ودراسة (عبد الرحمن)، ودراسة (عبد الله)، وتكونت الاستبانة بصيغتها الأولية من (67) فقرة. ثم بعد تحكيم الأداة وإجراء الدراسة الاستطلاعية، تكونت الأداة في صورتها النهائية من (46) فقرة، ملحق (1)، وتم إعطاء كل فقرة وزن متدرج حسب مقياس ليكرت (Likert) الخماسي، فقد أعطي البديل (بدرجة كبيرة جداً) خمس درجات، والبديل (بدرجة كبيرة) أربع درجات، والبديل (بدرجة متوسطة) ثلاث درجات، والبديل (بدرجة صغيرة) درجتين، والبديل (بدرجة صغيرة جداً) درجة واحدة، وأيضاً قامت الباحثة بتطور صحيفة المقابلة، حيث تكونت من عدة أسئلة، تم توجيهها إلى مدراء ثلاث وسائل إعلامية (مسموعة ومقروءة ومرئية).

2.4.3. صدق الأداة:

1.2.4.3. صدق المحكمين:

للتحقق من صدق أداة الدراسة، قامت الباحثة بعرض الاستبانة على ثمانية محكمين من العاملين في الجامعات الفلسطينية ومن ذوي الاختصاص والخبرة، وفي ضوء آراء المحكمين تم تعديل صياغة بعض الفقرات، وبعد التعديلات أصبحت الأداة مكونة من (46) فقرة موزعة على مجالين.

2.2.4.3. صدق الاتساق الداخلي:

تم التحقق من صدق الأداة بحساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لكل فقرة من فقرات المجال الذي تنتمي إليه مع الدرجة الكلية للمجال، وذلك كما هو واضح في الجدول (2.3).

جدول (2.3): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) لمصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات كل مجال من مجالات واقع الإعلام التنموي مع الدرجة الكلية للمجال.

رقم الفقرة	الفقرات	معامل ارتباط بيرسون (ر)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
أولاً: فلسفة الوسيلة الإعلامية			
.1	تدرك الوسيلة الإعلامية أهمية وجود فلسفة مكتوبة وواضحة من خلال الخطة الإعلامية	0.62**	0.00
.2	تتضمن الخطة الإعلامية العديد من البرامج التي تعالج البعد التنموي الاقتصادي والاجتماعي	0.65**	0.00
.3	يتم تطوير الخطة الإعلامية بشكل دوري	0.63**	0.00
ثانياً: المحتوى الإعلامي			
.4	هنالك اهتمام متزايد في وسائل الإعلام بقضايا التنمية	0.68**	0.00
.5	تسهم البيانات والمعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام المختلفة في انجاح العملية التنمية	0.61**	0.00
.6	تلعب وسيلة الإعلامية دوراً مهماً في نجاح السياسات التنموية المعلن عنها من قبل الجهات الحكومية	0.59**	0.00
.7	تدرك وسائل الإعلام أهمية الإعلام في نجاح البرامج والمشاريع التنموية	0.71**	0.00
ثالثاً: توفر الموارد والكفاءات			
.8	الأجهزة والمعدات متوفرة لدى الوسيلة الإعلامية من أجل تحقيق البرامج التنموية	0.65**	0.00
.9	يتمتع موظفو وسائل الإعلام بالكفاءة المناسبة لإنجاح العمل الإعلامي التنموي	0.63**	0.00
.10	يتمتع موظفو وسائل الإعلام بالخبرة المناسبة لإنجاح العمل الإعلامي التنموي	0.67**	0.00
.11	يتوفر لدى العاملين المؤهل العلمي، والتخصص المناسب للعمل الإعلامي التنموي	0.68**	0.00
رابعاً: المخرجات الإعلامية			
.12	تستخدم الوسيلة الإعلامية التكنولوجيا الحديثة بشكل فعال	0.71**	0.00
.13	تواكب الوسيلة الإعلامية بصورة مستمرة التطور في التكنولوجيا	0.74**	0.00
.14	تسهم الوسيلة الإعلامية في بلورة السياسات والتوجهات التنموية	0.69**	0.00

رقم الفقرة	الفقرات	معامل ارتباط بيرسون (ر)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
.15	تسهم الوسيلة الإعلامية في الرقابة على القضايا التنموية	0.68^{**}	0.00
.16	تساهم الوسيلة الإعلامية في نشر الاخبار الاقتصادية والاجتماعية في البلد بشكل شفاف	0.66^{**}	0.00
خامساً: المسؤولية الاجتماعية			
.17	تعمق الوسيلة الإعلامية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى المواطنين	0.64^{**}	0.00
.18	تغرس روح التعاون والتكافل الاجتماعي بين افراد المجتمع	0.61^{**}	0.00
.19	تنمي الوسيلة الإعلامية الدافعية للعمل التطوعي والجماعي	0.71^{**}	0.00
.20	تساهم الوسيلة الإعلامية في التفاعل الوجداني مع الاحداث المحيطة	0.66^{**}	0.00
سادساً: المعيقات			
.21	لا توجد موازنة خاصة لإعداد البرامج والانشطة الإعلامية المتخصصة في البعد التنموي	0.62^{**}	0.00
.22	لا يوجد تقبل من أفراد المجتمع للبرامج التنموية	0.65^{**}	0.00
.23	لا تتوفر القوانين والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي	0.61^{**}	0.00
.24	يسهم الاحتلال في عرقلة المشاريع التنموية الاقتصادية والاجتماعية	0.69^{**}	0.00

**** دالة إحصائياً عند ($\alpha \leq 0.01$)، * دالة إحصائياً عند ($\alpha \leq 0.05$)**

تبيّن من خلال المعطيات الواردة في الجدول (2.3) إلى أن جميع قيم مصفوفة ارتباط فقرات المجال مع الدرجة الكلية للمجال دالة إحصائياً، مما يشير إلى قوة الاتساق الداخلي لفقرات الأداة، وهذا بالتالي يعبر عن صدق فقرات الأداة في قياس ما صيغت من أجل قياسه.

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي للمجالات قامت الباحثة بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الأداة مع الدرجة الكلية للأداة والجدول (3.3) يوضح ذلك.

جدول (3.3): مصفوفة معاملات ارتباط درجة كل مجال من مجالات واقع الإعلام التنموي مع الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي.

المتغيرات	معامل ارتباط بيرسون (ر)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
فلسفة الوسيلة الإعلامية * الدرجة الكلية	0.87^{**}	0.00
المحتوى الإعلامي * الدرجة الكلية	0.92^{**}	0.00

توفر الموارد والكفاءات * الدرجة الكلية	0.95^{**}	0.00
المخرجات الإعلامية * الدرجة الكلية	0.96^{**}	0.00
المسؤولية الاجتماعية * الدرجة الكلية	0.94^{**}	0.00
المعيقات * الدرجة الكلية	0.92^{**}	0.00

**** دالة إحصائياً عند ($\alpha \leq 0.01$)، * دالة إحصائياً عند ($\alpha \leq 0.05$)**

تبيَّن من خلال البيانات الواردة في الجدول (3.3) أن جميع المجالات ترتبط بالدرجة الكلية للأداة ارتباطاً ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.01$)، حيث إن معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين درجة كل مجال والدرجة الكلية للمقياس كان قوياً، مما يشير إلى قوة الاتساق الداخلي لفقرات الأداة وأنها تشترك معا في قياس واقع الإعلام التنموي.

جدول (4.3): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) لمصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات كل مجال من مجالات دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة مع الدرجة الكلية للمجال.

رقم الفقرة	الفقرات	معامل ارتباط بيرسون (ر)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
أولاً: التنمية الاقتصادية			
.1	يلعب الإعلام دوراً مهما في إصدار القوانين والتشريعات التي تسهم في رفع كفاءة قطاع الأعمال	0.71^{**}	0.00
.2	يلعب الإعلام دوراً مهما في تحسين المناخ الاستثماري من خلال الترويج لقطاعات الاعمال	0.68^{**}	0.00
.3	يلعب الإعلام دوراً في مهما ابراز مشكلة البطالة	0.69^{**}	0.00
.4	يلعب الإعلام دوراً في تعزيز الإصلاح الاقتصادي ومكافحة الفساد	0.73^{**}	0.00
.5	يسهم الإعلام في تعزيز الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص	0.67^{**}	0.00
.6	يسهم الإعلام في تعزيز ثقة المواطن بالاقتصاد الفلسطيني	0.65^{**}	0.00
.7	يسهم الإعلام في تغطية الاخبار والموضوعات الاقتصادية وتحليلها بموضوعية	0.69^{**}	0.00
.8	يسهم الإعلام في الرقابة على أعمال الحكومة والمجلس التشريعي بما يخص القضايا الاقتصادية	0.59^{**}	0.00
.9	يسهم الإعلام في توجيه الرأي العام تجاه القضايا الاقتصادية الهامة	0.72^{**}	0.00
.10	يسهم الإعلام في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم الاقتصادية	0.66^{**}	0.00

رقم الفقرة	الفقرات	معامل ارتباط بيرسون (ر)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
.11	يسهم الإعلام في محاربة الاحتكار وغلاء الأسعار والتلاعب بالسوق	0.61**	0.00
.12	يسهم الإعلام في دعم المنتج الوطني	0.72**	0.00
ثانياً: التنمية الاجتماعية			
.13	تسهم وسائل الإعلام في عرض قضايا التنمية الاجتماعية	0.78**	0.00
.14	يسلط الإعلام الضوء على المناطق المهمشة التي تحتاج لتنفيذ مشروعات التنمية الاجتماعية	0.76**	0.00
.15	يعمل الإعلام على رفع الوعي لدى المواطنين في المجال الاجتماعي التنموي	0.76**	0.00
.16	تعمل الوسيلة الإعلامية على فتح قنوات التواصل بين صناع السياسات التنموية وبين افراد المجتمع	0.75**	0.00
.17	تعتبر الوسيلة الإعلامية وسيلة اتصال ناجحة في التأثير على الرأي العام	0.82**	0.00
.18	تساعد وسائل الإعلام على تشكيل جماعات ضغط حيال القضايا الاجتماعية المهمة	0.82**	0.00
.19	تغرس قيم الحرص على التعلم واكتساب المعرفة	0.77**	0.00
.20	تعالج اخطار الاشاعات المروجة في الشارع الفلسطيني	0.76**	0.00
.21	ترسخ قيم الوحدة بين فئات المجتمع المختلفة	0.75**	0.00
.22	تركز على دور الاخلاق في حماية المجتمع	0.79**	0.00

**** دالة إحصائياً عند ($\alpha \leq 0.01$)، * دالة إحصائياً عند ($\alpha \leq 0.05$)**

تبيّن من خلال المعطيات الواردة في الجدول (4.3) إلى أن جميع قيم مصفوفة ارتباط فقرات المجال مع الدرجة الكلية للمجال دالة إحصائياً، مما يشير إلى قوة الاتساق الداخلي لفقرات الأداة، وهذا بالتالي يعبر عن صدق فقرات الأداة في قياس ما صيغت من أجل قياسه.

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي للمجالات قامت الباحثة بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة مع الدرجة الكلية للأداة والجدول (5.3) يوضح ذلك.

جدول (5.3): مصفوفة معاملات ارتباط درجة كل مجال من مجالات الأداة مع الدرجة الكلية للأداة.

المتغيرات	معامل ارتباط بيرسون (ر)	القيمة الاحتمالية (.Sig)
التنمية الاقتصادية* الدرجة الكلية	0.90**	0.00
التنمية الاجتماعية* الدرجة الكلية	0.92**	0.00

** دالة إحصائياً عند ($\alpha \leq 0.01$)، * دالة إحصائياً عند ($\alpha \leq 0.05$)

تبيَّن من خلال البيانات الواردة في الجدول (5.3) أن جميع المجالات ترتبط بالدرجة الكلية للأداة ارتباطاً ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.01$)، حيث إن معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين درجة كل مجال والدرجة الكلية للأداة كان قوياً، مما يشير إلى قوة الاتساق الداخلي لفقرات الأداة وأنها تشترك معا في قياس دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة.

3.2.4.3. الثبات:

قامت الباحثة بحساب الثبات بطريقة الاتساق الداخلي وبحساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا، وكذلك تم حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية، وذلك كما هو موضح في الجدول (6.3).

جدول (6.3): معاملات الثبات لمقياس دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة

المتغيرات	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا	التجزئة النصفية		
		معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل ارتباط سبيرمان المصحح	معامل ارتباط جتمان
فلسفة الوسيلة الإعلامية	3	0.84	0.68	0.82	0.77*
المحتوى الإعلامي	4	0.87	0.73	0.84**	0.84
توفر الموارد والكفاءات	4	0.95	0.91	0.95**	0.95
المخرجات الإعلامية	5	0.94	0.81	0.90	0.83*

المتغيرات	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا	التجزئة النصفية		
		معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل ارتباط سبيرمان المصحح	معامل ارتباط جتمان
المسؤولية الاجتماعية	4	0.92	0.81	0.91**	0.91
المعيقات	4	0.91	0.84	0.91**	0.91
جميع فقرات الإعلام التنموي	**24**	**0.98**	**0.94**	**0.97****	**0.97**
التنمية الاقتصادية	12	0.81	0.60	0.75**	0.75
التنمية الاجتماعية	10	0.85	0.68	0.81**	0.81
جميع فقرات دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية	**22**	**0.89**	**0.64**	**0.77****	**0.77**

(*) يتم اعتماد معامل جتمان في حال عدم تساوي نصفي المقياس// (**) يتم اعتماد معامل سبيرمان براون في حال تساوي نصفي المقياس

تشير المعطيات الواردة في الجدول (6.3) أن قيمة معامل ثبات كرونباخ ألفا لجميع مجالات واقع الإعلام التنموي وللدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي كانت مرتفعة، حيث تراوحت قيم معامل ثبات كرونباخ ألفا لمجالات واقع الإعلام التنموي ما بين (0.84 – 0.95)، وبلغ معامل ثبات كرونباخ ألفا للدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي (0.98)، كذلك تم التحقق من ثبات الأداة بحساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية، حيث تراوحت قيم معاملات الثبات بين (0.82 – 0.95).

كذلك تشير البيانات في الجدول (6.3) أن قيمة معامل ثبات كرونباخ ألفا لجميع مجالات دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة وللدرجة كانت مرتفعة، حيث تراوحت قيم معامل ثبات كرونباخ ألفا لمجالات التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية ما بين (0.81 – 0.85)، وبلغ معامل ثبات كرونباخ ألفا للدرجة الكلية (0.89)، كذلك تم التحقق من ثبات الأداة بحساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية، حيث تراوحت قيم معاملات الثبات بين

(0.75 – 0.81). وهذا يشير إلى أن الأداة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات، ويعد مؤشراً على أن الأداة يمكن أن تعطي النتائج نفسها إذا ما أعيد تطبيقها على العينة نفسها وفى ظروف التطبيق نفسها.

4.2.4.3. تصحيح الأداة:

استخدمت الباحثة أداة خماسية البدائل، حيث تم تصحيح الأداة من خلال إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الأداة، حيث أعطيت إجابتهم بدرجة كبيرة جداً (5) درجات، وأعطيت إجابتهم بدرجة كبيرة (4) درجات، وأعطيت إجابتهم بدرجة متوسطة (3) درجات، وأعطيت إجابتهم بدرجة صغيرة (درجتان)، وأعطيت إجابتهم بدرجة صغيرة جداً (درجة واحدة).

وتم تقسيم طول السلم الخماسي إلى ثلاث فئات لمعرفة درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة من وجهة نظر الإعلاميين، وتم حساب فئات المقياس الخماسي كما يلي:

مدى المقياس = الحد الأعلى للمقياس–الحد الأدنى للمقياس = (5–1) = 4

عدد الفئات = 3

طول الفئة = مدى المقياس ÷ عدد الفئات

= 4 ÷ 3 = 1.33

بإضافة طول الفئة (1.33) للحد الأدنى لكل فئة نحصل على فئات المتوسطات الحسابية كما هو موضح في الجدول (7.3):

جدول (7.3): فئات المتوسطات الحسابية لتحديد درجة الموافقة على دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة

فئات المتوسط الحسابي	دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية
	الموافقة
2.33 فأقل	منخفضة
3.67-2.34	متوسطة
3.68 فأعلى	مرتفعة

5.3 متغيرات الدراسة

المتغيرات المستقلة:

المسمى الوظيفي، التخصص، عدد سنوات الخبرة، نوع الوسيلة الإعلامية، ملكية الوسيلة الإعلامية، عمر الوسيلة الإعلامية.

المتغير التابع: دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة.

6.3 إجراءات الدراسة

- تم الرجوع إلى الأدب التربوي المرتبط بمتغيرات الدراسة، الذي ساعد الباحثة على تكوين خلفية علمية لموضوع الدراسة.
- تم الرجوع إلى بعض الدراسات والأبحاث المحلية والعربية والعالمية ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة للاستفادة منها في بناء أداة الدراسة.
- قامت الباحثة بتجهيز الأداة التي استخدمتها لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة.
- تم تعديل أداة الدراسة بناءً على تعليمات محكمي الأداة، وكذلك بناءً على نتائج صدق وثبات الأداة المستخرجة من بيانات العينة الاستطلاعية، حيث تم تعديل بعض الفقرات، وحذف فقرات أخرى، وتم إضافة أسئة وحذف أسئلة أخرى من أسئلة المقابلة.

- تم الحصول على الموافقات الخاصة ببدء تنفيذ توزيع الاستبانة، وإجراء المقابلات.
- تم جمع إجابات المقابلات والاستبانات من أفراد عينة الدراسة، ثم تم فرزها وتبويبها من أجل إجراء المعالجات الإحصائية اللازمة.

7.3 المعالجة الإحصائية

اعتمدت الباحثة في تحليل بيانات دراستها بعد تطبيق الأداة على أفراد عينة الدراسة، حزمة البرامج الاحصائية للعلوم الاجتماعية، **SPSS: Statistical Package for Social Sciences, Version (26)**

وتم استخدام الاختبارات الإحصائية الآتية:

- المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية.
- اختبار كرونباخ ألفا لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمعرفة صدق فقرات الاستبانة.
- اختبار (ت) (Independent samples T-Test)، لمعرفة الفروق بين متوسطات متغير من عينتين مستقلتين.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of Variance) للمقارنة بين المتوسطات أو التوصل إلى قرار يتعلق بوجود أو عدم وجود فروق بين المتوسطات.
- اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات الثنائية البعدية لإيجاد مصدر الفروق التي ظهرت في متوسطات دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

1.4 عرض نتائج الدراسة

2.4 تحليل المقابلات

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

تضمن هذا الفصل تحليلاً إحصائياً للبيانات الناتجة عن الدراسة، وذلك من أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة وفحص فرضياتها.

1.4 نتائج الدراسة (الاستبانة)

1.1.4. نتائج سؤال الدراسة الأول: ما واقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين؟

للإجابة عن السؤال الأول، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين. وذلك كما هو موضح في الجدول (1.4).

جدول (1.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، مرتبة تنازلياً

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
2	تتضمن الخطة الإعلامية العديد من البرامج التي تعالج البعد التنموي الاقتصادي والاجتماعي	3.67	1.33	73.4	1	متوسطة
1	تدرك الوسيلة الإعلامية أهمية وجود فلسفة مكتوبة وواضحة من خلال الخطة الإعلامية	2.35	1.45	47.0	2	متوسطة
3	يتم تطوير الخطة الإعلامية بشكل دوري	2.24	1.44	44.8	3	قليلة
الدرجة الكلية لفلسفة الوسيلة الإعلامية		**2.76**	**1.41**	**55.2**	**3**	**متوسطة**
7	تدرك وسائل الإعلام أهمية الإعلام في نجاح البرامج والمشاريع التنموية	2.76	1.53	55.2	1	متوسطة
4	هنالك اهتمام متزايد في وسائل الإعلام بقضايا التنمية	2.60	1.31	52.0	2	متوسطة
6	تلعب وسيلة الإعلامية دوراً مهماً في نجاح السياسات التنموية المعلن عنها من قبل الجهات الحكومية	2.56	1.40	51.2	3	متوسطة
5	تسهم البيانات والمعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام	2.17	1.34	43.4	4	قليلة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
	المختلفة في انجاح العملية التنمية					
الدرجة الكلية للمحتوى الإعلامي		**2.52**	**1.40**	**50.4**	**4**	**متوسطة**
9	يتمتع موظفو وسائل الإعلام بالكفاءة المناسبة لإنجاح العمل الإعلامي التنموي	3.61	1.09	72.2	1	متوسطة
11	يتوفر لدى العاملين المؤهل العلمي، والتخصص المناسب للعمل الإعلامي التنموي	3.46	1.31	69.2	2	متوسطة
10	يتمتع موظفو وسائل الإعلام بالخبرة المناسبة لإنجاح العمل الإعلامي التنموي	3.27	1.35	65.4	3	متوسطة
8	الأجهزة والمعدات متوفرة لدى الوسيلة الإعلامية من أجل تحقيق البرامج التنموية	2.85	1.37	57.0	4	متوسطة
الدرجة الكلية لتوفر الموارد والكفاءات		**3.30**	**1.28**	**66.0**	**2**	**متوسطة**
16	تساهم الوسيلة الإعلامية في نشر الاخبار الاقتصادية والاجتماعية في البلد بشكل شفاف	2.58	1.36	51.6	1	متوسطة
13	تواكب الوسيلة الإعلامية بصورة مستمرة التطور في التكنولوجيا	2.28	1.51	45.6	2	قليلة
15	تسهم الوسيلة الإعلامية في الرقابة على القضايا التنموية	2.27	1.32	45.4	3	قليلة
12	تستخدم الوسيلة الإعلامية التكنولوجيا الحديثة بشكل فعال	2.08	1.47	41.6	4	قليلة
14	تسهم الوسيلة الإعلامية في بلورة السياسات والتوجهات التنموية	1.93	1.35	38.6	5	قليلة
الدرجة الكلية للمخرجات الإعلامية		**2.23**	**1.40**	**44.6**	**6**	**قليلة**
17	تعمق الوسيلة الإعلامية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى المواطنين	2.46	1.43	49.2	1	متوسطة
18	تغرس روح التعاون والتكافل الاجتماعي بين افراد المجتمع	2.43	1.40	48.6	2	متوسطة
19	تنمي الوسيلة الإعلامية الدافعية للعمل التطوعي والجماعي	2.36	1.47	47.2	3	متوسطة
20	تساهم الوسيلة الإعلامية في التفاعل الوجداني مع الاحداث المحيطة	2.27	1.50	45.4	4	قليلة
الدرجة الكلية للمسؤولية الاجتماعية		**2.38**	**1.45**	**47.6**	**5**	**متوسطة**
21	لا توجد موازنة خاصة لإعداد البرامج والانشطة	4.26	0.88	85.2	1	كبيرة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
	الإعلامية المتخصصة في البعد التنموي					
24	يسهم الاحتلال في عرقلة المشاريع التنموية الاقتصادية والاجتماعية	4.23	0.88	84.6	2	كبيرة
23	لا تتوفر القوانين والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي	4.16	0.84	83.2	3	كبيرة
22	لا يوجد تقبل من أفراد المجتمع للبرامج التنموية	4.10	0.90	82.0	4	كبيرة
الدرجة الكلية للمعيقات		**4.19**	**0.87**	**83.8**	**1**	**كبيرة**
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي		**2.87**	**1.30**	**57.4**	**متوسطة**	

تشير المعطيات الواردة في الجدول (1.4) أن واقع الإعلام التنموي في فلسطين جاء بدرجة متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي (2.87) ونسبة مئوية (57.4%).

ويتضح من الجدول (1.4) أن **المعيقات** احتلت المركز الأول بمتوسط حسابي بلغ (4.19) ونسبة مئوية بلغت (83.8%)، وحصلت الفقرة (21) على أعلى درجة موافقة بالنسبة للمعيقات، والتي نصها (لا توجد موازنة خاصة لإعداد البرامج والانشطة الإعلامية المتخصصة في البعد التنموي) وجاءت بدرجة موافقة كبيرة، بينما حصلت الفقرة (22) على أقل درجة موافقة بالنسبة للمعيقات، والتي نصها (لا يوجد تقبل من أفراد المجتمع للبرامج التنموية) وجاءت بدرجة موافقة كبيرة.

وجاء في المركز الثاني **توفر الموارد والكفاءات** بمتوسط حسابي بلغ (3.30) ونسبة مئوية بلغت (66.0%)، وحصلت الفقرة (9) على أعلى درجة موافقة بالنسبة لتوفر الموارد والكفاءات والتي نصها (يتمتع موظفو وسائل الإعلام بالكفاءة المناسبة لإنجاح العمل الإعلامي التنموي) وجاءت بدرجة موافقة متوسطة، بينما حصلت الفقرة (8) على أقل درجة موافقة بالنسبة لتوفر الموارد

والكفاءات والتي نصها (الأجهزة والمعدات متوفرة لدى الوسيلة الإعلامية من أجل تحقيق البرامج التنموية) وجاءت بدرجة موافقة متوسطة.

أما المركز الثالث فاحتله **فلسفة الوسيلة الإعلامية** بمتوسط حسابي بلغ (2.76) ونسبة مئوية بلغت (55.2%)، وحصلت الفقرة (2) على أعلى درجة موافقة بالنسبة لفلسفة الوسيلة الإعلامية والتي نصها (تتضمن الخطة الإعلامية العديد من البرامج التي تعالج البعد التنموي الاقتصادي والاجتماعي) وجاءت بدرجة موافقة متوسطة، بينما حصلت الفقرة (3) على أقل درجة موافقة بالنسبة لفلسفة الوسيلة الإعلامية والتي نصها (يتم تطوير الخطة الإعلامية بشكل دوري) وجاءت بدرجة موافقة قليلة.

وجاء في المركز الرابع **المحتوى الإعلامي** بمتوسط حسابي بلغ (2.52) ونسبة مئوية بلغت (50.4%)، وحصلت الفقرة (7) على أعلى درجة موافقة بالنسبة للمحتوى الإعلامي والتي نصها (تدرك وسائل الإعلام أهمية الإعلام في نجاح البرامج والمشاريع التنموية) وجاءت بدرجة موافقة متوسطة، بينما حصلت الفقرة (5) على أقل درجة موافقة بالنسبة للمحتوى الإعلامي والتي نصها (تسهم البيانات والمعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام المختلفة في انجاح العملية التنمية) وجاءت بدرجة موافقة قليلة.

واحتل المركز الخامس **المسؤولية الاجتماعية** بمتوسط حسابي بلغ (2.38) ونسبة مئوية بلغت (47.6%)، وحصلت الفقرة (17) على أعلى درجة موافقة بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية والتي نصها (تعمق الوسيلة الإعلامية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى المواطنين) وجاءت بدرجة موافقة متوسطة، بينما حصلت الفقرة (20) على أقل درجة موافقة بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية والتي نصها (تساهم الوسيلة الإعلامية في التفاعل الوجداني مع الاحداث المحيطة) وجاءت بدرجة موافقة قليلة.

واحتل المركز السادس والأخير **المخرجات الإعلامية** بمتوسط حسابي بلغ (2.23) ونسبة مئوية بلغت (44.6%)، وحصلت الفقرة (16) على أعلى درجة موافقة بالنسبة للمخرجات الإعلامية والتي نصها (تساهم الوسيلة الإعلامية في نشر الاخبار الاقتصادية والاجتماعية في البلد بشكل شفاف) وجاءت بدرجة موافقة متوسطة، بينما حصلت الفقرة (14) على أقل درجة موافقة بالنسبة للمخرجات الإعلامية والتي نصها (تسهم الوسيلة الإعلامية في بلورة السياسات والتوجهات التنموية) وجاءت بدرجة موافقة قليلة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن نجاح الدور التنموي لوسائل الإعلام يتوقف على مدى تحديد ديمقراطية الاتصال، بمعنى تزايد التنوع والتعدد في المضمون، وتزايد المشاركة الشعبية في العملية الاتصالية، وتمثيل كافة التيارات والقوى الاجتماعية والسياسية في وسائل الإعلام كما وكيفاً، كما أن الدور التنموي لوسائل الإعلام ينبغي أن يأخذ في الاعتبار تكامل الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لعملية التنمية، لذا جاء واقع الإعلام التنموي في فلسطين بدرجة متوسطة. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة الحربي (2016)، ودراسة برقوق ورمضان (2015).

2.1.4. نتائج السؤال الثاني: دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين؟

للإجابة عن السؤال الثاني، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين. والجدول (2.4) يوضح ذلك.

جدول (2.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، مرتبة تنازلياً.

الرقم في الاستبانة	المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	درجة الموافقة
1	**التنمية الاقتصادية**	3.01	0.81	60.2	متوسطة
2	**التنمية الاجتماعية**	2.76	1.03	55.2	متوسطة
الدرجة الكلية		2.88	0.92	57.6	متوسطة

تشير المعطيات الواردة في الجدول (2.4) أن دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين جاء بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين (2.88) وبنسبة مئوية بلغت (57.6%). حيث جاء في المركز الأول مجال "**التنمية الاقتصادية**" بمتوسط حسابي بلغ (3.01) ونسبة مئوية (60.2%)، وجاء في المركز الثاني مجال "**التنمية الاجتماعية**" بمتوسط حسابي بلغ (2.76) ونسبة مئوية (55.2%).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الإعلام التنموي في فلسطين يفتقر إلى الخبرة والممارسة اللازمة من أجل أن يكون دوره فاعلاً بشكل كبير في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث أنه يعتبر حديث التأسيس في فلسطين. واتفقت مع دراسة (الحربي، 2016)، واختلفت هذه النتجية مع دراسة (نش، بوهالي، 2016).

أما فيما يتعلق دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين لكل مجال من مجالاته، فقد قامت الباحثة بحساب المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لكل مجال على النحو الآتي:

1.2.1.4. المجال الأول: التنمية الاقتصادية

قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات مجال التنمية الاقتصادية، ويبينه الجدول (3.4):

جدول (3.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، مرتبة تنازلياً.

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الرتبة	درجة الموافقة
1	يلعب الإعلام دوراً مهما في إصدار القوانين والتشريعات التي تسهم في رفع كفاءة قطاع الأعمال	3.74	0.94	74.8	1	كبيرة
6	يسهم الإعلام في تعزيز ثقة المواطن بالاقتصاد الفلسطيني	3.48	1.17	69.6	2	متوسطة
3	يلعب الإعلام دوراً في مهما ابراز مشكلة البطالة	3.47	1.17	69.4	3	متوسطة
8	يسهم الإعلام في الرقابة على أعمال الحكومة والمجلس التشريعي بما يخص القضايا الاقتصادية	3.42	1.21	68.4	4	متوسطة
7	يسهم الإعلام في تغطية الاخبار والموضوعات الاقتصادية وتحليلها بموضوعية	3.18	1.36	63.6	5	متوسطة
11	يسهم الإعلام في محاربة الاحتكار وغلاء الأسعار والتلاعب بالسوق	3.10	1.36	62.0	6	متوسطة
2	يلعب الإعلام دوراُ مهما في تحسين المناخ الاستثماري من خلال الترويج لقطاعات الاعمال	2.93	1.31	58.6	7	متوسطة
10	يسهم الإعلام في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم الاقتصادية	2.65	1.37	53.0	8	متوسطة
9	يسهم الإعلام في توجيه الرأي العام تجاه القضايا الاقتصادية الهامة	2.63	1.33	52.6	9	متوسطة
12	يسهم الإعلام في دعم المنتج الوطني	2.53	1.43	50.6	10	متوسطة
5	يسهم الإعلام في تعزيز الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص	2.50	1.43	50.0	11	متوسطة
4	يلعب الإعلام دوراً في تعزيز الإصلاح الاقتصادي ومكافحة الفساد	2.49	1.36	49.8	12	متوسطة
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية		**3.01**	**1.29**	**60.2**	**متوسطة**	

تشير المعطيات الواردة في الجدول (3.4) أن دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين جاء بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية المستدامة في فلسطين (3.01) بنسبة مئوية بلغت (60.2%)، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المجال بين (2.49 – 3.74).

ويتضح من الجدول (3.4) أن الفقرات (1، 6) قد حصلت على أعلى درجة موافقة بالنسبة لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، وقد تمحورت هذه الفقرات حول: "يلعب الإعلام دوراً مهما في إصدار القوانين والتشريعات التي تسهم في رفع كفاءة قطاع الأعمال"، و"يسهم الإعلام في تعزيز ثقة المواطن بالاقتصاد الفلسطيني".

في حين أن الفقرات (4، 5) قد حصلت على أقل درجة موافقة بالنسبة لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، وقد تمحورت هذه الفقرات حول: "يلعب الإعلام دوراً في تعزيز الإصلاح الاقتصادي ومكافحة الفساد"، و"يسهم الإعلام في تعزيز الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص".

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الإعلام التنموي لا يلعب دوراً فاعلاً في مكافحة الفساد وتعزيز مبادئ الإصلاح الاقتصادي، كما أنه لا يلعب دوراً في تعزيز التواصل والشراكة ما بين القطاع العام والقطاع الخاص. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Akash & Pushpa, 2014).

2.2.1.4. المجال الثاني: التنمية الاجتماعية

قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات مجال التنمية الاجتماعية، ويبينه الجدول (4.4):

جدول (4.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، مرتبة تنازلياً.

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الرتبة	درجة الموافقة
22	تركز على دور الاخلاق في حماية المجتمع	3.89	1.11	77.8	1	كبيرة
20	تعالج اخطار الاشاعات المروجة في الشارع الفلسطيني	3.39	1.25	67.8	2	متوسطة
21	ترسخ قيم الوحدة بين فئات المجتمع المختلفة	2.96	1.38	59.2	3	متوسطة
14	يسلط الإعلام الضوء على المناطق المهمشة التي تحتاج لتنفيذ مشروعات التنمية الاجتماعية	2.64	1.43	52.8	4	متوسطة
15	يعمل الإعلام على رفع الوعي لدى المواطنين في المجال الاجتماعي التنموي	2.55	1.51	51.0	5	متوسطة
13	تسهم وسائل الإعلام في عرض قضايا التنمية الاجتماعية	2.52	1.33	50.4	6	متوسطة
16	تعمل الوسيلة الإعلامية على فتح قنوات التواصل بين صناع السياسات التنموية وبين افراد المجتمع	2.47	1.42	49.4	7	متوسطة
18	تساعد وسائل الإعلام على تشكيل جماعات ضغط حيال القضايا الاجتماعية المهمة	2.41	1.36	48.2	8	متوسطة
17	تعتبر الوسيلة الإعلامية وسيلة اتصال ناجحة في التأثير على الرأي العام	2.37	1.37	47.4	9	متوسطة
19	تغرس قيم الحرص على التعلم واكتساب المعرفة	2.34	1.37	46.8	10	متوسطة
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية		**2.76**	**1.35**	**55.2**	**متوسطة**	

تشير المعطيات الواردة في الجدول (4.4) أن دور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين جاء بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية المستدامة في فلسطين (2.76) بنسبة مئوية بلغت (55.2%)، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المجال بين (2.34 – 3.89).

ويتضح من الجدول (4.4) أن الفقرات (22، 20) قد حصلت على أعلى درجة موافقة بالنسبة لدور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، وقد تمحورت هذه الفقرات حول: "تركز على دور الاخلاق في حماية المجتمع"، و"تعالج اخطار الاشاعات المروجة في الشارع الفلسطيني".

في حين أن الفقرات (19، 17) قد حصلت على أقل درجة موافقة بالنسبة لدور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، وقد تمحورت هذه الفقرات حول: "تغرس قيم الحرص على التعلم واكتساب المعرفة"، و"تعتبر الوسيلة الإعلامية وسيلة اتصال ناجحة في التأثير على الرأي العام".

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى وجود ضعف وقصور لدى الإعلام التنموي في طريقة عرضه لأهمية الحرص على التعلم واكتساب المعرفة لدى أفراد المجتمع، كما أن وسائل الإعلام لم ترقى إلى المستوى المطلوب للتأثير على الرأي العام وتغييره بالاتجاه الإيجابي نحو التنمية المستدامة. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (عبد الله، 2017).

1.3.4. نتائج سؤال الدراسة الثالث: هل تختلف تقديرات أفراد عينة الدراسة لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تبعاً لمتغير (المسمى الوظيفي، التخصص، عدد سنوات الخبرة، نوع الوسيلة الإعلامية، ملكية الوسيلة الإعلامية، عمر الوسيلة الإعلامية)؟

قامت الباحثة بالإجابة عن سؤال الدراسة الثالث من خلال فحص الفرضيات الصفرية المنبثقة عنه:

1.1.3.4 الفرضية الصفرية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.

لفحص الفرضية الصفرية الأولى، استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent-Sample t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، ويبينه الجدول (6.4).

جدول (5.4) نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير المسمى الوظيفي. (ن=283)

المتغير	المسمى الوظيفي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة المحسوبة
فلسفة الوسيلة الإعلامية	مذيع أو مقدم برامج	129	4.16	1.04	1.842	0.066
	غير ذلك	154	3.93	1.01		
المحتوى الإعلامي	مذيع أو مقدم برامج	129	2.41	1.14	1.555	0.121
	غير ذلك	154	2.62	1.18		
توفر الموارد والكفاءات	مذيع أو مقدم برامج	129	3.19	0.94	1.717	0.087
	غير ذلك	154	3.39	0.94		
المخرجات الإعلامية	مذيع أو مقدم برامج	129	2.04	1.17	2.300	0.022*
	غير ذلك	154	2.38	1.31		
المسؤولية الاجتماعية	مذيع أو مقدم برامج	129	2.19	1.23	2.365	0.019*
	غير ذلك	154	2.55	1.34		
المعيقات	مذيع أو مقدم برامج	129	4.17	0.77	0.441	0.659
	غير ذلك	154	4.21	0.66		
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي	**مذيع أو مقدم برامج**	**129**	**2.21**	**1.09**	**2.193**	**0.029***
	غير ذلك	**154**	**2.51**	**1.21**		
التنمية الاقتصادية	مذيع أو مقدم برامج	129	3.03	0.79	0.348	0.728
	غير ذلك	154	2.99	0.83		
التنمية الاجتماعية	مذيع أو مقدم برامج	129	2.76	1.02	0.114	0.909

المتغير	المسمى الوظيفي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة المحسوبة
	غير ذلك	154	2.75	1.04		
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي	**مذيع أو مقدم برامج**	**129**	**2.91**	**0.87**	**0.235**	**0.814**
	غير ذلك	**154**	**2.88**	**0.89**		

*** *دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، * دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، درجات الحرية = 281**

يتبين من الجدول (5.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي تعزى لمتغير المسمى الوظيفي بلغت (0.029) وهي أصغر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية وفي مجالات (المخرجات الإعلامية، والمسؤولية الاجتماعية) لواقع الإعلام التنموي من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، وكانت الفروق لصالح الذين مسماهم الوظيفي ليس (مذيع أو مقدم برامج)، في حين لم تظهر فروق دالة إحصائياً في مجالات (فلسفة الوسيلة الإعلامية، المحتوى الإعلامي، توفر الموارد والكفاءات، والمعيقات) تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.

كما يتضح من الجدول (5.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير المسمى الوظيفي بلغت (0.814) وهي أكبر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير المسمى الوظيفي في الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي ومجالاته.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن المذيع أو مقدم البرامج لا يتدخل في السياسة العامة للوسيلة الإعلامية التي يعمل بها، إنما الذي يضع سياسة الوسيلة الإعلامية إدارتها ورئاسة التحرير، لذا ظهرت الفروق في واقع الإعلام التنموي لصالح الذين مسمياتهم الوظيفية ليست مذيع أو مقدم برامج.

2.1.3.4 الفرضية الصفرية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير التخصص.

لفحص الفرضية الصفرية الثانية، استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent–Sample t–test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير التخصص، ويبينه الجدول (6.4).

جدول (6.4) نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير التخصص. (ن=283)

المتغير	التخصص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة المحسوبة
فلسفة الوسيلة الإعلامية	الصحافة والإعلام	155	4.05	0.96	0.216	0.829
	غير ذلك	128	4.02	1.10		
المحتوى الإعلامي	الصحافة والإعلام	155	2.69	1.17	2.677	0.008**
	غير ذلك	128	2.32	1.14		
توفر الموارد والكفاءات	الصحافة والإعلام	155	3.38	0.95	1.648	0.101
	غير ذلك	128	3.20	0.92		
المخرجات الإعلامية	الصحافة والإعلام	155	2.45	1.32	3.314	0.001**
	غير ذلك	128	1.96	1.13		
المسؤولية الاجتماعية	الصحافة والإعلام	155	2.58	1.32	2.804	0.005**
	غير ذلك	128	2.15	1.25		

المتغير	التخصص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة المحسوبة
المعيقات	الصحافة والإعلام	155	4.18	0.73	0.134	0.893
	غير ذلك	128	4.20	0.69		
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي	**الصحافة والإعلام**	**155**	**2.57**	**1.21**	**3.334**	**0.001****
	غير ذلك	**128**	**2.12**	**1.06**		
التنمية الاقتصادية	الصحافة والإعلام	155	3.18	0.84	4.125	0.000**
	غير ذلك	128	2.80	0.73		
التنمية الاجتماعية	الصحافة والإعلام	155	2.97	1.07	3.942	0.000**
	غير ذلك	128	2.50	0.93		
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي	**الصحافة والإعلام**	**155**	**3.08**	**0.91**	**4.179**	**0.000****
	غير ذلك	**128**	**2.66**	**0.79**		

*** *دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، * دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، درجات الحرية = 281**

يتبين من الجدول (6.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي تعزى لمتغير التخصص بلغت (0.001) وهي أصغر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية وفي مجالات (المحتوى الإعلامي، المخرجات الإعلامية، والمسؤولية الاجتماعية) لواقع الإعلام التنموي من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير التخصص، وكانت الفروق لصالح الذين تخصصهم (صحافة وإعلام)، في حين لم تظهر فروق دالة إحصائياً في مجالات (فلسفة الوسيلة الإعلامية، توفر الموارد والكفاءات، والمعيقات) تعزى لمتغير التخصص.

كما يتضح من الجدول (6.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير التخصص بلغت (0.000) وهي أصغر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية لدور

الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير المسمى الوظيفي في الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي ومجالاته، وكانت الفروق لصالح الذين تخصصهم صحافة وإعلام.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الذين تخصصهم صحافة وإعلام يكون لديهم القدرة على مخاطبة أفراد المجتمع وإيصال الرسالة المطلوبة بطريقة ناجحة أكثر من الذين تخصصاتهم غير ذلك.

3.1.3.4 الفرضية الصفرية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة.

لفحص الفرضية الصفرية الثالثة، استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent-Sample t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة، ويبينه الجدول (7.4).

جدول (7.4) نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة. (ن=283)

المتغير	عدد سنوات الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة المحسوبة
فلسفة الوسيلة الإعلامية	أقل من 5 سنوات	116	4.08	1.14	0.556	0.578
	5 سنوات فأكثر	167	4.01	0.94		
المحتوى الإعلامي	أقل من 5 سنوات	116	2.12	1.10	5.112	0.000**

المتغير	عدد سنوات الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة المحسوبة
	5 سنوات فأكثر	167	2.81	1.13		
توفر الموارد والكفاءات	أقل من 5 سنوات	116	3.19	1.03	1.689	0.092
	5 سنوات فأكثر	167	3.38	0.88		
المخرجات الإعلامية	أقل من 5 سنوات	116	1.72	0.98	6.287	0.000**
	5 سنوات فأكثر	167	2.58	1.31		
المسؤولية الاجتماعية	أقل من 5 سنوات	116	1.91	1.12	5.545	0.000**
	5 سنوات فأكثر	167	2.72	1.32		
المعيقات	أقل من 5 سنوات	116	4.23	0.71	0.860	0.390
	5 سنوات فأكثر	167	4.16	0.71		
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي	**أقل من 5 سنوات**	**116**	**1.92**	**0.98**	**5.880**	**0.000****
	5 سنوات فأكثر	**167**	**2.68**	**1.19**		
التنمية الاقتصادية	أقل من 5 سنوات	116	2.83	0.77	3.165	0.002**
	5 سنوات فأكثر	167	3.13	0.82		
التنمية الاجتماعية	أقل من 5 سنوات	116	2.48	0.90	3.962	0.000**
	5 سنوات فأكثر	167	2.95	1.07		
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي	**أقل من 5 سنوات**	**116**	**2.67**	**0.79**	**3.724**	**0.000****
	5 سنوات فأكثر	**167**	**3.05**	**0.91**		

*** *دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، * دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، درجات الحرية = 281**

يتبين من الجدول (7.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة بلغت (0.000) وهي أصغر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية وفي مجالات (المحتوى الإعلامي، المخرجات الإعلامية، والمسؤولية الاجتماعية) لواقع الإعلام التنموي من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة، وكانت الفروق لصالح الذين عدد سنوات خبرتهم (5 سنوات فأكثر)، في حين لم تظهر فروق دالة إحصائياً في مجالات (فلسفة الوسيلة الإعلامية، توفر الموارد والكفاءات، والمعيقات) تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة.

كما يتضح من الجدول (7.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة بلغت (0.000) وهي أصغر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة في الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي ومجالاته، وكانت الفروق لصالح الذين عدد سنوات خبرتهم (5 سنوات فأكثر).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن العاملين في مجال الإعلام، كلما زادت سنوات خبرتهم كلما أصبح لديهم المعرفة والدراية الكافية في كيفية التأثير على أفراد المجتمع من خلال الخطاب الإعلامي الذي يقدموه، بالتالي يسهل عليهم إيصال رسائلهم الإعلامية وتنمية المجتمع بشكل أفضل من الذين خبرتهم أقل من (5) سنوات.

4.1.3.4 الفرضية الصفرية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية.

لفحص الفرضية الصفرية الرابعة، تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية، وذلك كما هو موضح في الجدول (8.4).

جدول (8.4): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المستجيبين لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية

المتغير	نوع الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
فلسفة الوسيلة الإعلامية	مقروءة	71	4.19	0.99
	مسموعة	99	3.92	1.08
	مرئية	113	4.04	1.00
	المجموع	**283**	**4.04**	**1.03**
المحتوى الإعلامي	مقروءة	71	2.12	1.07
	مسموعة	99	2.53	1.12
	مرئية	113	2.77	1.21
	المجموع	**283**	**2.52**	**1.17**
توفر الموارد والكفاءات	مقروءة	71	3.10	0.96
	مسموعة	99	3.39	0.94
	مرئية	113	3.34	0.92
	المجموع	**283**	**3.30**	**0.94**
المخرجات الإعلامية	مقروءة	71	1.68	0.89
	مسموعة	99	2.26	1.25
	مرئية	113	2.54	1.35
	المجموع	**283**	**2.23**	**1.26**
المسؤولية الاجتماعية	مقروءة	71	1.86	1.07
	مسموعة	99	2.43	1.27
	مرئية	113	2.67	1.37
	المجموع	**283**	**2.38**	**1.30**
المعيقات	مقروءة	71	4.15	0.79
	مسموعة	99	4.20	0.70
	مرئية	113	4.20	0.68
	المجموع	**283**	**4.19**	**0.71**
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي	مقروءة	71	1.87	0.87
	مسموعة	99	2.40	1.14
	مرئية	113	2.66	1.25
	المجموع	**283**	**2.37**	**1.16**

المتغير	نوع الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التنمية الاقتصادية	مقروءة	71	2.88	0.68
	مسموعة	99	3.01	0.85
	مرئية	113	3.09	0.85
	المجموع	**283**	**3.01**	**0.81**
التنمية الاجتماعية	مقروءة	71	2.52	0.87
	مسموعة	99	2.79	1.08
	مرئية	113	2.87	1.07
	المجموع	**283**	**2.76**	**1.03**
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي	مقروءة	71	2.72	0.73
	مسموعة	99	2.91	0.93
	مرئية	113	2.99	0.92
	المجموع	**283**	**2.89**	**0.88**

يتضح من الجدول (8.4) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية. وللتحقق من دلالة الفروق استخدم تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، كما هو موضح في الجدول (9.4):

جدول (9.4) نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	df	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوبة
فلسفة الوسيلة الإعلامية	بين المجموعات	3.073	2	1.537	1.464	0.233
	داخل المجموعات	293.907	280	1.050		
	المجموع	296.980	282			
المحتوى الإعلامي	بين المجموعات	18.569	2	9.284	7.091	0.001**
	داخل المجموعات	366.633	280	1.309		
	المجموع	385.202	282			

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	df	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوبة
توفر الموارد والكفاءات	بين المجموعات	3.770	2	1.885	2.137	0.120
	داخل المجموعات	246.999	280	0.882		
	المجموع	250.769	282			
المخرجات الإعلامية	بين المجموعات	32.976	2	16.488	11.141	0.000**
	داخل المجموعات	414.380	280	1.480		
	المجموع	447.356	282			
المسؤولية الاجتماعية	بين المجموعات	28.909	2	14.454	9.024	0.000**
	داخل المجموعات	448.489	280	1.602		
	المجموع	477.398	282			
المعيقات	بين المجموعات	0.135	2	0.068	0.132	0.876
	داخل المجموعات	142.876	280	0.510		
	المجموع	143.011	282			
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي	**بين المجموعات**	**26.793**	**2**	**13.396**	**10.538**	**0.000****
	داخل المجموعات	**355.936**	**280**	**1.271**		
	المجموع	**382.729**	**282**			
التنمية الاقتصادية	بين المجموعات	1.984	2	0.992	1.511	0.223
	داخل المجموعات	183.852	280	0.657		
	المجموع	185.836	282			
التنمية الاجتماعية	بين المجموعات	5.441	2	2.720	2.591	0.077
	داخل المجموعات	293.999	280	1.050		
	المجموع	299.440	282			
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي	بين المجموعات	3.321	2	1.660	2.155	0.118
	داخل المجموعات	215.678	280	0.770		
	المجموع	218.998	282			

يتبين من الجدول (9.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية بلغت (0.000) وهي أقل من الإحصائية وعليه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية وفي مجالات (المحتوى الإعلامي، المخرجات الإعلامية، المسؤولية

الاجتماعية) لواقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية. في حين لم تظهر فروق دالة إحصائياً في مجالات (فلسفة الوسيلة الإعلامية، توفر الموارد والكفاءات، والمعيقات) تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية.

ولإيجاد مصدر الفروق، استخدمت الباحثة اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية للفروق، وذلك كما يتبين في الجدول (10.4).

جدول (10.4): نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية للفروق بين متوسطات واقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية

المتغير	المقارنات	المتوسط الحسابي	مسموعة	مرئية
المحتوى الإعلامي	مقروءة	2.12	0.41*	0.65*
	مسموعة	2.53		0.24
	مرئية	2.77	-----	
المخرجات الإعلامية	مقروءة	1.68	0.59*	0.87*
	مسموعة	2.26		0.28
	مرئية	2.54	-----	
المسؤولية الاجتماعية	مقروءة	1.86	0.57*	0.81*
	مسموعة	2.43		0.24
	مرئية	2.67	-----	
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي	مقروءة	1.87	0.53*	0.78*
	مسموعة	2.40		0.27
	مرئية	2.66	-----	

*** الفرق في المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى (0.05)**

يتبين من الجدول (10.4) إلى أن الفروق بين متوسطات واقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية، ظهرت في الدرجة الكلية وفي مجالات (المحتوى الإعلامي، المخرجات الإعلامية، المسؤولية الاجتماعية. وكانت الفروق في

تقديرات أفراد العينة بين الوسيلة الإعلامية (المقروءة) من جهة وبين (المسموعة والمرئية) من جهة أخرى، ولصالح وسائل الإعلام (المسموعة والمرئية).

ويتضح من الجدول (9.4) أن أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية بلغت (0.118) وهي أكبر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية في الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي ومجالاته.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أنه بسبب التقدم التكنولوجي الكبير الذي حدث خلال العقدين الماضيين، فإن القراءة لدى الناس ضعفت، بالتالي أثر ذلك على قراءة الصحف والمجالات، لأن الناس أصبحوا يتابعون الأحداث التي تدور حولهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال الفضائيات. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (الحربي، 2016).

5.1.3.4 الفرضية الصفرية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير ملكية الوسيلة الإعلامية.

لفحص الفرضية الصفرية الخامسة، استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent-Sample t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية

المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير ملكية الوسيلة الإعلامية، ويبينه الجدول (11.4).

جدول (11.4) نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير ملكية الوسيلة الإعلامية. (ن=283)

المتغير	ملكية الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة المحسوبة
فلسفة الوسيلة الإعلامية	قطاع خاص	157	3.96	1.04	1.309	0.192
	قطاع حكومي	126	4.12	1.00		
المحتوى الإعلامي	قطاع خاص	157	2.55	1.17	0.344	0.731
	قطاع حكومي	126	2.50	1.17		
توفر الموارد والكفاءات	قطاع خاص	157	3.31	0.94	0.205	0.837
	قطاع حكومي	126	3.29	0.95		
المخرجات الإعلامية	قطاع خاص	157	2.26	1.28	0.551	0.582
	قطاع حكومي	126	2.18	1.24		
المسؤولية الاجتماعية	قطاع خاص	157	2.41	1.28	0.429	0.669
	قطاع حكومي	126	2.35	1.33		
المعيقات	قطاع خاص	157	4.14	0.76	1.291	0.198
	قطاع حكومي	126	4.25	0.65		
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي	**قطاع خاص**	**157**	**2.40**	**1.18**	**0.504**	**0.615**
	قطاع حكومي	**126**	**2.33**	**1.15**		
التنمية الاقتصادية	قطاع خاص	157	2.99	0.86	0.389	0.697
	قطاع حكومي	126	3.03	0.75		
التنمية الاجتماعية	قطاع خاص	157	2.80	1.03	0.817	0.414
	قطاع حكومي	126	2.70	1.03		
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي	**قطاع خاص**	**157**	**2.91**	**0.91**	**0.238**	**0.812**
	قطاع حكومي	**126**	**2.88**	**0.85**		

*** *دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، * دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، درجات الحرية = 281**

يتبين من الجدول (11.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي تعزى لمتغير ملكية الوسيلة الإعلامية بلغت (0.615) وهي أكبر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية وجميع المجالات لواقع الإعلام التنموي من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير ملكية الوسيلة الإعلامية.

كما يتضح من الجدول (11.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير ملكية الوسيلة الإعلامية بلغت (0.812) وهي أكبر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية وجميع مجالات دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير ملكية الوسيلة الإعلامية.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن ملكية الوسيلة الإعلامية لا تؤثر في دورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث أن الذي يرسم السياسات هم الإدارة والتحرير في الوسيلة الإعلامية، لذا لم تظهر فروق دالة إحصائياً تعزى لملكية الوسيلة الإعلامية.

6.1.3.4 الفرضية الصفرية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية.

لفحص الفرضية الصفرية السادسة، تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر

الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية، وذلك كما هو موضح في الجدول (12.4).

جدول (12.4): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المستجيبين لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية

المتغير	عمر الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
فلسفة الوسيلة الإعلامية	من (1-5) سنوات	47	3.85	1.21
	6-10سنوات	62	4.06	0.95
	11-15سنة	72	4.25	0.94
	أكثر من 15 سنة	102	3.95	1.03
	المجموع	**283**	**4.04**	**1.03**
المحتوى الإعلامي	من (1-5) سنوات	47	2.38	1.11
	6-10سنوات	62	2.49	1.15
	11-15سنة	72	2.39	1.21
	أكثر من 15 سنة	102	2.71	1.17
	المجموع	**283**	**2.52**	**1.17**
توفر الموارد والكفاءات	من (1-5) سنوات	47	3.14	0.91
	6-10سنوات	62	3.40	0.87
	11-15سنة	72	3.25	0.95
	أكثر من 15 سنة	102	3.35	1.00
	المجموع	**283**	**3.30**	**0.94**
المخرجات الإعلامية	من (1-5) سنوات	47	2.04	1.20
	6-10سنوات	62	2.32	1.27
	11-15سنة	72	1.94	1.15
	أكثر من 15 سنة	102	2.46	1.32
	المجموع	**283**	**2.23**	**1.26**
المسؤولية الاجتماعية	من (1-5) سنوات	47	2.23	1.19
	6-10سنوات	62	2.54	1.34
	11-15سنة	72	2.10	1.17
	أكثر من 15 سنة	102	2.56	1.38
	المجموع	**283**	**2.38**	**1.30**
المعيقات	من (1-5) سنوات	47	4.21	0.85
	6-10سنوات	62	4.20	0.61
	11-15سنة	72	4.19	0.71

المتغير	عمر الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	أكثر من 15 سنة	102	4.17	0.71
	المجموع	**283**	**4.19**	**0.71**
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي	من (1-5) سنوات	47	2.19	1.09
	6-10سنوات	62	2.45	1.16
	11-15سنة	72	2.14	1.13
	أكثر من 15 سنة	102	2.56	1.20
	المجموع	**283**	**2.37**	**1.16**
التنمية الاقتصادية	من (1-5) سنوات	47	2.82	0.84
	6-10سنوات	62	3.04	0.82
	11-15سنة	72	2.98	0.76
	أكثر من 15 سنة	102	3.10	0.82
	المجموع	**283**	**3.01**	**0.81**
التنمية الاجتماعية	من (1-5) سنوات	47	2.49	1.11
	6-10سنوات	62	2.89	0.98
	11-15سنة	72	2.68	0.98
	أكثر من 15 سنة	102	2.85	1.04
	المجموع	**283**	**2.76**	**1.03**
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي	من (1-5) سنوات	47	2.67	0.94
	6-10سنوات	62	2.97	0.86
	11-15سنة	72	2.84	0.83
	أكثر من 15 سنة	102	2.99	0.89
	المجموع	**283**	**2.89**	**0.88**

يتضح من الجدول (12.4) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية. وللتحقق من دلالة الفروق استخدم تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، كما هو موضح في الجدول (13.4):

جدول (13.4) نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	df	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوبة
فلسفة الوسيلة الإعلامية	بين المجموعات	5.496	3	1.832	1.753	0.156
	داخل المجموعات	291.484	279	1.045		
	المجموع	296.980	282			
المحتوى الإعلامي	بين المجموعات	5.687	3	1.896	1.394	0.245
	داخل المجموعات	379.515	279	1.360		
	المجموع	385.202	282			
توفر الموارد والكفاءات	بين المجموعات	2.280	3	0.760	0.853	0.466
	داخل المجموعات	248.490	279	0.891		
	المجموع	250.769	282			
المخرجات الإعلامية	بين المجموعات	13.321	3	4.440	2.854	0.038*
	داخل المجموعات	434.034	279	1.556		
	المجموع	447.356	282			
المسؤولية الاجتماعية	بين المجموعات	11.404	3	3.801	2.276	0.080
	داخل المجموعات	465.994	279	1.670		
	المجموع	477.398	282			
المعيقات	بين المجموعات	0.089	3	0.030	0.058	0.982
	داخل المجموعات	142.922	279	0.512		
	المجموع	143.011	282			
الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي	**بين المجموعات**	**9.412**	**3**	**3.137**	**2.345**	**0.073**
	داخل المجموعات	**373.317**	**279**	**1.338**		
	المجموع	**382.729**	**282**			
التنمية الاقتصادية	بين المجموعات	2.709	3	0.903	1.376	0.250
	داخل المجموعات	183.127	279	0.656		
	المجموع	185.836	282			
التنمية الاجتماعية	بين المجموعات	5.909	3	1.970	1.872	0.134
	داخل المجموعات	293.531	279	1.052		
	المجموع	299.440	282			

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	df	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوبة
الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي	بين المجموعات	3.873	3	1.291	1.674	0.173
	داخل المجموعات	215.125	279	0.771		
	المجموع	218.998	282			

يتبين من الجدول (13.4) أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية بلغت (0.073) وهي أكبر من الإحصائية وعليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية وفي مجالات (فلسفة الوسيلة الإعلامية، المحتوى الإعلامي، توفر الموارد والكفاءات، المسؤولية الاجتماعية، والمعيقات) لواقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية. في حين ظهرت فروق دالة إحصائياً في مجال (المخرجات الإعلامية) تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية.

لإيجاد مصدر الفروق، استخدمت الباحثة اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية للفروق، وذلك كما يتبين في الجدول (14.4).

جدول (14.4): نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية للفروق بين متوسطات واقع المخرجات الإعلامية من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية

المتغير	المقارنات	المتوسط الحسابي	6-10 سنوات	11-15 سنة	أكثر من 15 سنة
المخرجات الإعلامية	من (1-5) سنوات	2.04	0.28	0.10	0.42*
	6-10سنوات	2.32		0.37	0.14
	11-15سنة	1.94	-------		0.51*
	أكثر من 15 سنة	2.46	-------	-------	

*** الفرق في المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى (0.05)**

يتبين من الجدول (14.4) إلى أن الفروق بين متوسطات واقع المخرجات الإعلامية في فلسطين

من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية، كانت في تقديرات أفراد العينة بين الوسيلة الإعلامية التي عمرها (من 1–5 سنوات)، و(11–15 سنة) من جهة وبين الوسيلة الإعلامية التي عمرها (أكثر من 15 سنة) من جهة أخرى، ولصالح الوسيلة الإعلامية التي عمرها (أكثر من 15 سنة).

ويتضح من الجدول (13.4) أن أن مستوى الدلالة المحسوبة للدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية بلغت (0.173) وهي أكبر من الدلالة الإحصائية (0.05)، وعليه تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية في الدرجة الكلية لدور الإعلام التنموي ومجالاته.

وتعزو الباحثة هذه النتجية إلى أن الوسيلة الإعلامية كلما زاد عمرها، كلما اكتسبت الخبرة اللازمة وزاد عدد متابعيها الذين يثقون برسائلها الإعلامية وبرامجها.

2.4 تحليل المقابلات

السؤال الأول: ما مفهوم الإعلام التنموي من وجهة نظر الإعلاميين؟

اتفق جميع الإعلاميين على أن الإعلام التنموي هو الإعلام الذي يقوم بدوره في التوعية والتنمية ورفد العملية التنموية من خلال توظيف الوسيلة الإعلامية لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية.

ومن ذلك أجاب مدير برامج راديو علم بأن الإعلام التنموي هو:

"هو الإعلام الذي يسعى لتوعية الجمهور سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، توعيتهم بحقوقهم السياسية وفق المفاهيم الديمقراطية، ويتابع المؤسسات العامة وإمكانيات التحقق من الفساد، يسعى لتعميم القيم الإنسانية والقواسم المشتركة، يتابع المجموعات المهمشة وقضاياها، يبادر إلى دعم التعليم والثقافة"

وهو بذلك يختلف مع مدير تحرير صحيفة الحياة الذي اقتصر مفهومه على أن الإعلام التنموي يقتصر على التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث ذكر:

"أن الإعلام التنموي هو الذي يوظف وسائل وأدوات الاتصال والتواصل والمواد الصحفية المتنوعة لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، من خلال التوعية والتوجيه والتثقيف، ونشر المعلومات الصادقة والحقيقية حول مختلف القضايا والموضوعات دون تضليل أو تهويل"

في حين عرفها مدير برامج فضائية معاً بأنها:

"أن يساهم الإعلام في رفد عملية التنمية المجتمعية بكل سبل المساندة والدعم، وذلك من خلال تسخير هذا الإعلام في تنمية وعي المجتمع وتعزيز الانتماء لديه، وهذا يأتي بفعل إبراز الآثار الإيجابية للتنمية في حياة الشعوب، وبالتالي يصبح أفراد المجتمع عنصرا بانيا وفعالا في التنمية والتطور والرقي على كافة المستويات والصعد"

وبذلك فإن مفهوم الإعلام من وجهة نظر الإعلاميين في الوسائل المسموعة والمقروءة والمرئية في الضفة الغربية يقتصر مفهومهم على كون الإعلام التنموي يقتصر دوره على التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتعزيز الانتماء لديه، وتسخير كل الأدوات الإعلامية والوسائل الإعلامية لتحقيق ذلك.

السؤال الثاني: ما هي نسبة مشاركة الوسيلة الإعلامية في وضع الخطط والسياسات والبرامج التنموية من وجهة نظر الإعلاميين؟

يتفق جميع الإعلاميين على أن نسبة مشاركة الوسيلة الإعلامية في وضع الخطط والسياسات والبرامج التنموية كانت ضعيفة وقليلة، ومن ذلك قول إعلامي في صحيفة الحياة:

"حتى الآن لم يساهم بالمستوى الأول في وضع الخطط والسياسات والبرامج التنموية أو في عملية التنمية بمفهومها الأوسع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها"

وفسر ذلك مدير تحرير صحيفة الحياة الجديدة بالتركيز على الأخبار السياسية، وعدم وجود كادر إعلامي مؤهل ومتخصص في التنمية، ومن ذلك قوله:

"واستحواذ الموضوع السياسي على الحصة الأكبر من اهتمامات الإعلام المحلي، وضعف الكادر وعدم وجود كادر متخصص كون الإعلام التنموي يصنف في خانة الإعلام المتخصص وهذا يستدعي وجود صحفيين متخصصين في هذا الحقل"

في حين ربط مدير برامج فضائية معا ذلك التقصير والضعف في وضع الخطط والسياسات التنموية إلى الضعف المادي وغياب الكوادر المؤهلة.

"ذلك بسبب المشاكل المالية والكوادر غير المؤهلة بشكل جيد"

أما مدير برامج راديو علم، فاعتبر أن التنمية وإسهام الإعلام فيها هو وجاب أخلاقي، وذلك بقوله:

"إن على الإعلام مسؤولية أخلاقية في المساهمة في تنمية الجماهير حتى لو لم تقم المؤسسات الرسمية والأهلية بهذا الدور، فعليه أن يسهم في وعي الجماهير في أهمية المشاركة السياسية وتغيير السياسات الخاطئة، وكذا عليه أن يفتح أعينهم على تجارب اقتصادية –فردية وجماعية–

ناجحة تدفع بهم نحو السير بعجلة التنمية.. وهو مسؤول كذلك عن توعية الناس بحقوقهم وتصحيح المفاهيم الخاطئة لديهم وتدعيم المجموعات المهمشة فيهم"

بذلك تظهر أن نسبة مشاركة الوسائل الإعلامية في التنمية كانت نسبة ضعيفة وذلك بسبب التركيز على الجانب السياسي وعدم وجود كادر مؤهل ومتخصص في التنمية، وكذلك ضعف التمويل المالي.

السؤال الثالث: هل تخصص الوسائل الإعلامية برامج متخصصة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؟

يتفق جميع الإعلاميين على أن الوسائل الإعلامية تعمل على تخصيص برامج للتنمية، والعمل على تقديمها، ويظهر ذلك بشكل كبير لدى فضائية معا وهي قناة تلفزيونية، وراديو علم وهي إذاعة مسموعة، في حين تظهر بنسبة أقل لدى صحيفة الحياة.

السؤال الرابع: ما مدى استخدام الوسائل الإعلامية التكنولوجيا الحديثة والإعلام الجديد في عرض موضوعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية؟

يتفق جميع الإعلاميين على استخدام الوسائل الإعلامية للتكنولوجيا الحديثة والإعلام الرقمي في تقديم المحتوى الإعلامي بشكل عام ومن ضمنه موضوعات التنمية الاقتصادية، وأن أبرز تلك الوسائل هي بث البرامج الإذاعية بشكل مباشر على وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام الفيديو جرافيك والانفوجرافك لما لها من دور في تسهيل إيصال المعلومة.

السؤال الخامس: كيف تسهم الوسيلة الإعلامية في تغطية الاخبار والموضوعات الاقتصادية؟

يتفق جميع الإعلاميين على اهتمام الوسائل الإعلامية بتغطية الأخبار الاقتصادية، ومن ذلك ما تقوم به صحيفة الحياة، حيث تم تخصيص ملحق اقتصادي أسبوعي، وكذلك تخصيص صفحات للاقتصاد في الصحيفة التي تصدر بشكل يومي.

أننا الصحيفة الوحيدة التي لديها ملحق اقتصادي صدر لمدة ست سنوات أسبوعيا، بمضمون محلي، وهذا ليس بالإنجاز السهل، إضافة إلى صفحات الاقتصاد التي تصدر مع العدد اليومي للصحيفة

وأما فضائية معاً فإنها تقوم بتغطيتها من خلال بث مباشر، أو إعداد تقارير عن الموضوعات الاقتصادية، إضافة إلى تخصيص زاوية تحت عنوان الاقتصاد.

"للوسيلة الإعلامية أهمية كبيرة في نشر وإيصال المعلومات المتعلقة بالنشاط الاقتصادي، ويكون ذلك من خلال التغطية المباشرة لهذه النشاطات إن كانت على مستوى كبير، أو من خلال إعداد التقارير والبرامج المختلفة، وهناك أيضا البيانات التي تصدر عن المؤسسات المختلفة يتم التعامل معها ونشرها، ولأهمية الخبر الاقتصادي خصصت وسيلتي الإعلامية زاوية بارزة تحت عنوان الاقتصاد لتكون في النهاية مجمع للأخبار الاقتصادية"

أما راديو علم، فهي أقل من الوسائل الإعلامية الأخرى في تغطيتها للموضوعات الاقتصادية، حيث تقتصر تغطيتها على فقرات في برامجها الإخبارية.

السؤال السادس: ما هي أبرز القضايا التنموية التي تعالجها الوسيلة الإعلامية؟

يتفق جميع الإعلاميين على اهتمام الوسائل الإعلامية بالتنمية والتوعية بحقوق المرأة والطفل، ومن ذلك فضائية معا، تخصص برامج تتناول:

"قضايا وحقوق المرأة.. هناك برنامج يومي باسم حواء على الهواء

قضايا الحقوق والحريات.. هناك برنامج أسبوعي باسم القانون في هالبلد يشرح القضايا القانونية المستمعين والمشاهدين.

القضايا التوعية الصحية ..لدينا برنامج مسموع ومرئي باسم الصحة عال"

أما فضائية معاً:

"من أبرز القضايا التنموية التي تعالجها الوسيلة الإعلامية التي أعمل بها، قضايا المرأة والطفل والشباب وذوي الإعاقة والفئات المهمشة من المجتمع، كما أن هناك قضايا مساءلة يتم خلالها محاسبة المؤسسات الرسمية على دورها في خدمة وتطوير المجتمع"

السؤال السابع: ما هو دور المؤسسة الإعلامية في فضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي التي تعيق عملية التنمية؟

يتفق جميع الإعلاميين على قيام الوسائل الإعلامية بتغطية وفضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي جميعها، ومن ضمنها المضايقات والمعيقات التي ترتبط بعملية التنمية، وجميع الوسائل الإعلامية تقوم بذلك بدرجة كبيرة.

السؤال الثامن: ما هي المقترحات والتوصيات لتحقيق إعلام تنموي أفضل؟

- تحقيق التوازن المعني والأخلاقي وان لا تبقى الوسائل الإعلامية رهينة النفاق السياسي أو الشرذمة الحزبية.
- الالتزام بالمعايير الأخلاقية التي تنص عليها المواثيق المحلية والدولية.
- المساهمة الحقيقية في توعية الجماهير بحقوقها وواجباتها.

- أن يتم الاهتمام أكثر بوسائل الإعلام من حيث توفير الدعم لها حتى يتسنى للعاملين فيها القيام بعملهم على أكمل وجه.
- وضع قوانين تعطي الحرية للصحافة خاصة قانون الحصول على المعلومات، وهناك أهمية كبيرة لتدريب وتأهيل الصحافيين في مجال الاعلاك التنموي القادر على التغيير والتصحيح والتوجيه باتجاه المواطنة الصالحة.
- العمل على توفير كادر إعلامي متخصص في هذا المجال، وإخضاعه لتدريب مكثف، وتوفير التمويل اللازم للتطوير في هذا الحقل.
- يقع على عاتق كليات الإعلام في الجامعات التي عليها أن تستحدث مساقات في الإعلام التنموي تدرس للطلبة.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

1.5 مناقشة نتائج الدراسة

2.5 التوصيات والمقترحات

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

بعد إجراء هذه الدراسة والتي هدفت إلى التعرف على دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة، تم التوصل إلى الاستنتاجات التالية:

1.5 الاستنتاجات

أهم الاستنتاجات التي خلصت إليها الدراسة تتمثل فيما يلي:

- غياب مفهوم واضح وهادف للبعد التنموي بمفاهيمه الوطنية عن وسائل الإعلام الفلسطينية، وتحديدا الابعاد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والبشرية، واقتصار الحديث فيها على التنمية الاقتصادية بصورة عامة.

  رغم انهم اتفقوا على أن الإعلام التنموي هو الإعلام الذي يقوم بدوره في التوعية والتنمية ورفد العملية التنموية من خلال توظيف الوسيلة الإعلامية من خلال التكنولوجيا لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية.

- عدم إفراد وسائل الإعلام المختلفة العامة والخاصة مساحات كافية من برامجها وصفحاتها وساعات بثها، لتغطية التنمية وشؤونها المتعددة.

- لم تعمل وسائل الإعلام المختلفة على شرح وتفسير وتحليل المفاهيم والمصطلحات الاقتصادية والمالية ذات الاهمية للمواطن، وكذلك الأهداف والخصائص العامة للتنمية الاقتصادية في فلسطين من خلال الخبراء والمحررين والاقتصاديين والكتاب بشكل سهل وواضح.

- النقص الكبير في الإعلاميين والصحفيين الذين يمكن تصنيفهم وتسميتهم وفق (الإعلام الاقتصادي)، إلا في الحالات النادرة، الأمر الذي يجعل الاهتمام الإعلامي بالتنمية، كواجب إعلامي تقليدي يقع على كاهل الصحفي نفسه.
- عدم التزام غالبية الوسائل الإعلامية، بالدور الذي تحدده لها خطط التنمية المقررة والمنشورة من الجهات المختصة، لكي تتحقق أهداف أي خطة يجب استخدام وسائل الإعلام، والثقافة المختلفة للتعريف بمتطلبات التنمية، ودور المواطنين فيها، مع إشراك تلك الوسائل في تنفيذ الخطة ومتابعتها.
- انخفاض نسبة البرامج والأخبار ذات الموضوعات الجادة والحيوية المتصلة بالتنمية، وعلى صعيد نشر وسائل مساعدة مع المادة الصحفية، كالملاحق التنموية، فقد كانت النسبة ضئيلة جدا.
- نسبة مشاركة الوسائل الإعلامية في التنمية كانت ضعيفة وذلك بسبب التركيز على الجانب السياسي وعدم وجود كادر مؤهل ومتخصص في التنمية، وكذلك ضعف التمويل المالي.
- استخدام الوسائل الإعلامية للتكنولوجيا الحديثة والإعلام الرقمي في تقديم المحتوى الإعلامي بشكل عام ومن ضمنه موضوعات التنمية الاقتصادية، وأن أبرز تلك الوسائل هي بث البرامج الإذاعية بشكل مباشر على وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام الفيديوجرافيك والانفوجرافك لما لها من دور في تسهيل إيصال المعلومة
- اهتمام الوسائل الإعلامية بتغطية الأخبار الاقتصادية، ومن ذلك ما تقوم به صحيفة الحياة، حيث تم تخصيص ملحق اقتصادي أسبوعي، وتخصيص صفحات للاقتصاد في الصحيفة التي تصدر بشكل يومي، وأما فضائية معاً فإنها تقوم بتغطيتها من خلال بث مباشر، أو

إعداد تقارير عن الموضوعات الاقتصادية، إضافة إلى تخصيص زاوية تحت عنوان الاقتصاد

- اهتمام الوسائل الإعلامية بالتنمية والتوعية بحقوق المرأة والطفل، ومن ذلك فضائية معا
- قيام الوسائل الإعلامية بتغطية وفضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي، من مضايقات ومعيقات ترتبط بعملية التنمية المستدامة، حيث تبين ان بعض الوسائل الإعلامية تقوم بذلك.
- غياب مفهوم واضح وهادف للبعد التنموي بمفاهيمه الوطنية عن خلال وسائل الإعلام الفلسطينية، وتحديدا الابعاد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والبشرية، واقتصار الحديث فيها على التنمية الاقتصادية بصورة عامة.
- عدم إفراد وسائل الإعلام المختلفة العامة والخاصة مساحات كافية من برامجها وصفحاتها وساعات بثها، لتغطية التنمية وشؤونها المتعددة.
- لم تعمل وسائل الإعلام المختلفة على شرح وتفسير وتحليل المفاهيم والمصطلحات الاقتصادية والمالية ذات الاهمية للمواطن، وكذلك الأهداف والخصائص العامة للتنمية الاقتصادية في فلسطين من خلال الخبراء والمحررين والاقتصاديين والكتاب بشكل سهل وواضح.
- النقص الكبير في الإعلاميين والصحفيين الذين يمكن تصنيفهم وتسميتهم وفق (الإعلام الاقتصادي)، إلا في الحالات النادرة، الأمر الذي يجعل الاهتمام الإعلامي بالتنمية، كواجب تقليدي إعلامي تقليدي يقع على كاهل الصحفي نفسه.
- عدم التزام غالبية الوسائل الإعلامية، بالدور الذي تحدده لها خطط التنمية المقررة والمنشورة من الجهات المختصة، لأن لكي تتحقق أهداف اي خطة يجب استخدام وسائل الإعلام،

والثقافة المختلفة للتعريف بمتطلبات التنمية، ودور المواطنين فيها، مع إشراك تلك الوسائل في تنفيذ الخطة ومتابعتها.

- انخفاض نسبة البرامج والأخبار ذات الموضوعات الجادة والحيوية المتصلة بالتنمية، وعلى صعيد نشر وسائل مساعدة مع المادة الصحفية، كالملاحق التنموية، فقد كانت النسبة ضئيلة جدا.

2.5 التوصيات

فيما يلي أهم التوصيات التي خلصت إليها الدراسة، حيث توجه هذه التوصيات إلى الجهات ذات الاختصاص سواء كانت حكومية أو خاصة لتعزيز دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة:

- إعادة النظر في تعريف الإعلام التنموي واهدافه، وتبني تعريف أكثر شمولاً بما ينسجم ومتطلبات العصر الراهن، من خلال وضع خطة إعلامية تتناسب مع الظروف القائمة في فلسطين، ومع الإمكانيات المتاحة لوسائل الإعلام، بحيث تنطلق من المبادئ الرئيسة للتنمية المستدامة.
- زيادة الاهتمام باستخدام الفنون الإعلامية، حتى تتحول من إعلام ناقل للأخبار التنموية، إلى إعلام نقل الأخبار والمعلومات وتفسيرها وشرحها والتعليق عليها، وأن تقوم بدور الموجه للسلوكيات والقيم الاقتصادية والاجتماعية الجيدة والإيجابية للإسهام في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

- إصدار ملاحق دورية صحفية تعالج قضايا التنمية في فلسطين، بالتعاون مع المؤسسات التنموية العاملة، وعرض أهم الكتب والدراسات والأبحاث التي لها علاقة بالتنمية، واستكتاب متخصصين في المجال التنموي لرفد وسائل الإعلام بالتحليلات والتعليقات.
- أن تلعب وسائل الإعلام دورها بوعي مع الأفكار المعوقة للنشاط التنموي بشكل مباشر وغير مباشر، وذلك من خلال مناقشة الموروثات الاجتماعية التي تمثل عائقاً أمام تحقيق الأهداف التنموية لأغراضه وأهدافه.
- إسهام الشخصيات الإعلامية الأكثر قبولاً لدى القراء في الكتابة والترويج لأفكار العمل التنموي وأغراضه وأهميته، من خلال ابتكار أشكال جديدة للإعلام، ومهنيون ذوو مستوى عالٍ من الكفاءة والخبرة العالية، لكي تقدم مادة إعلامية مرئية أو مسموعة أو مقروءة، تجذب المتلقي وتشده.
- أن يكون هناك تنسيق مستمر بين وسائل الإعلام، والجهات المختصة بعملية التنمية، من أجل تحديد ودراسة مهام وسائل الإعلام في التنمية.
- قيام وسائل الإعلام بالدور الحقيقي والجدي للتدريب اللازم للعاملين فيها خاصة الإعلام الرقمي، لاسيما أولئك المتخصصين بتغطية الفعاليات الاقتصادية التنموية، بالتنسيق مع الجهات المختصة.
- إصدار ملحق صحفي دوري بهدف طرح مفاهيم واضحة للتنمية المستدامة، بحيث تصبح قريبة من أذهان الناس، وإشراكهم في التعبير عن أفكارهم ووجهات نظرهم، وطرح مقترحاتهم وتطلعاتهم.

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم، سورة الأحقاف الآية: 15.

المراجع العربية:

أبو السعيد، أحمد، ولبد، عماد. (2009). دور الإعلام في دعم عملية التنمية في الأراضي الفلسطينية، **مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات.**

أبو حشيش، حسن. (2015). **الصحافة في فلسطين**، ط1، غزة.

أبو شنب، حسين. (2014). **الإعلام الفلسطيني تجاربه وتحدياته**، غزة، فلسطين: دار الأرقم.

أبو عامر، عدنان. (2018). **دور الإعلام التنموي في التنمية المستدامة: البيدر نموذجا**، العدد 24، تموز.

إسماعيل، م (2015). **دور الاستثمارات في تحقيق التنمية المستدامة سورية أنموذجاً**". (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة دمشق، سوريا.

الامام، حاجة (2010). **أثر هجرة العقول البشرية على استدامة التنمية في السودان – دراسة تطبيقية من عام (1985 –2010)**. (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة الخرطوم. السودان.

بابكر، م (2009). **تقييم الأهداف الإنمائية للألفية الثالثة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة حالة الجزائر في ظل الإصلاحات الاقتصادية.** (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة دالي إبراهيم. الجزائر.

برقوق، سالم، زبيري، رمضان. (2015). الإعلام التنموي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، **مجلة الدراسات**، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة، الجزائر.

برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. **لمحة عامة تقرير التنمية البشرية 2016 تنمية للجميع.** نيويورك.

بوزيد، سايح (2013). دور الحكم الراشد في تحقيق التنمية المستدامة بالدول العربية حالة الجزائر.

بوعزيز سليمة (2015): **السياسات العامة البيئية وأثرها على التنمية المستدامة في الجزائر.** (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة العربي بن مهيدي. الجزائر.

بوعوينة، س وحمداني، ن (2018). **تحديات استخدام الطاقة المتجددة من أجل تحقيق التنمية المستدامة.** الملتقى العلمي الدولي الخامس حول استراتيجيات الطاقات المتجددة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة دراسة تجارب دولية. جامعة البليدة2. الجزائر.

تسعديت، بوسعين (2015). **آثار التغيرات المناخية على التنمية المستدامة في الجزائر– دراسة استشرافية.** (أطروحة دكتوراه غير منشورة.) جامعة امحمد بوقرة. بومرداس. الجزائر.

جيه، ز. وآخرون. (2016). **مؤشر أهداف التنمية المستدامة ولوحات المعلومات.** مؤسسة برتلسمان وشبكة حلول التنمية المستدامة. –التقرير العالمي، نيويورك.

حجاب، محمد. (2003). **الإعلام والتنمية الشاملة،** ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر.

الحربي، فوزية. (2016). **دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة،** الأردن، المؤتمر الدولي للإعلام وقضايا التنمية المستدامة, 21–23 مارس 2016,ص11.

الحسن، عبد الرحمن (2011 نوفمبر). **التنمية المستدامة ومتطلبات تحقيقها.** ملتقى استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة. جامعة المسيلة. المسيلة. الجزائر.

الحسنات، فاروق. (2011). **الإعلام والتنمية المعاصرة**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1.

حسيني، مريم. (2014). **أبعاد التنمية المستدامة وعلاقتها بالتنمية المحلية دراسة حالة بلدية – الحجيرة**. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح. ورقلة. الجزائر.

الحمداني، ربيعة، خضر، وفاء. (2019). **وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة**، جامعة تكريت.

خامرة، الطاهر (2007). **المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة –حالة سوناطراك**. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح. ورقلة. الجزائر.

الداغر، مجدي. (2012). دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية، دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005–2007, **مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية**، الحولية الثالثة والثلاثون، ص8–230.

رحال، إيناس. (2017). "**محددات نجاح وفشل المشاريع الصغيرة في محافظة بيت لحم**". رسالة ماجستير منشورة. جامعة القدس، فلسطين.

الرحباني، عبير. (2013). **الإعلام رسالة ومهنة**، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

سلطان، أسماء. (2011). **الإعلام الحزبي الفلسطيني وأثره على المشروع الوطني الفلسطيني، رسالة وصفية تحليلية، بالتطبيق على النخبة الإعلامية الفلسطينية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

الشحي، هشام. (2017). **حق التنمية المستدامة في قواعد القانون الدولي لحقوق الإنسان.** (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط. عمان. الأردن.

الصقور، صالح. (2012). **الإعلام والتنشئة الاجتماعية،** الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

صورية، شنبي. (2017). **مفاهيم حول التنمية المستدامة.** مذكرات لطلبة ماجستير إدارة أعمال.

العايب، عبد الرحمن. (2011). **التحكيم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة.** (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة فرحات عباس. سطيف. الجزائر.

عبد الرحمن، فهيم. (2018). **الإعلام اليمني ودوره في التنمية الثقافية والاجتماعية: تطبيقاً على قناتي اليمن وسبأ الفضائيتين: في الفترة من يناير2016م- يناير2018م،** (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، السودان.

عبد الله، محمد. (2017). **دور الصحافة في تعزيز التنمية الاجتماعية في السودان: دراسة تحليلية مقارنة على صحيفتي الرأي العام والصحافة في الفترة من 2010-2012م،** (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.

العبد، عاطف، العبد، نهى. (2007). **الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي،** ط5، مصر: دار الفكر العربي.

علي، أسامة. (2015). الإطار العام لمؤشرات التنمية المستدامة-طرق القياس والتقييم. **مجلة المخطط،** الجزائر.

عمارة، نورة. (2012). **النمو السكاني والتنمية المستدامة حالة الجزائر.** (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة باجي مختار. عنابة، الجزائر.

فراح، عماد. (2014). **دور البنوك الإسلامية في تحقيق التنمية المستدامة.** (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة العربي بن مهيدي.

لبصير، فطيمة. (2017). **الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية،** (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، الجزائر.

ميتاني، بلال، الشكري، قدري. (2016). أثر تطبيق مبادئ الحوكمة على المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخيرية – دراسة ميدانية إربد. **مجلة الاقتصاد والمالية** ،3 السداسي الثاني– 59.

نش، عزوز، وبوهالي، حفيظة. (2016). دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة غرداية، **مجلة إسهامات للبحوث والدراسات.**

يخلف، م ومحامدي، و. (2016). **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة في ظل أزمة انخفاض أسعار البترول دراسة حالة الجزائر.** (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة العربي التبسي. الجزائر.

يوسف، محمد. (2012). **دور الجهوية في تحقيق التنمية المستدامة بالمغرب.** كلية التخطيط العمراني والإقليمي. جامعة القاهرة. جمهورية مصر العربية.

المراجع الأجنبية

Akash & Pushpa, (2014). "Role of social media on development". *Journal of Istanbul Aydin University*. Istanbul, Turkey.

Balaswamy & Ramesh Palvai, (2017). "**Role of Social Media in Promoting Sustainable Development**". International Conference People Connect:

Networking for Sustainable Development Nov 2017 | ISSN: 2320-2882 Hosted by St. Claret College, BENGALURU, & IJCRT.

Waliyi Aransi, (2020). "Influence of Mass Media on Sustainable Development in Nigeria". *Journal of Advanced Research*, No: 24:65-2.

Wilbur Schramm, (1964). **Mass Media and national development**, Standford University Press.

المواقع الالكترونية

1. المركز الديمقراطي العربي، دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة جانب التنمية السياسية، تاريخ الزيارة 2020/10/29, الساعة 11 ظهراً.

https://democraticac.de/?p=53391

2. الموقع الرسمي لوزارة الإعلام الفلسطيني، تاريخ الزيارة 2020/9/7, الساعة 1 ليلاً.

/https://www.minfo.ps

3. الموقع الرسمي لجريدة الوقائع الرسمية، تاريخ الزيارة 2020/9/6, الساعة 12 صباحاً.

https://www.lab.pna.ps/newspaper

ملحق رقم (1): الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة القدس

معهد التنمية المستدامة

بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية

أختي الكريمة / أخي الكريم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

تقوم الباحثة بإعداد دراسة بعنوان:

دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة في فلسطين

وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير– معهد التنمية المستدامة – جامعة القدس لذا أرجو منكم التفضل بتعبئة الاستبانة التي أعدت لهذا الغرض، مع تحري الصدق والموضوعية في الإجابة، علما بأن الإجابات ستعامل بسرية تامة وكمجاميع إحصائية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

"شاكرة لكم حسن تعاونكم"

الباحثة:

دعاء إسماعيل عواودة

البريد الالكتروني	**Do3aa.1020@gmail.com**
الهاتف الشخصي	**0598068945**

القسم الأول: البيانات الديمغرافية:

الرجاء وضع رقم الإجابة المناسبة في المربع المقابل، أو أكمل الفراغات بالشكل الذي ينطبق عليك:

	المسمى الوظيفي	مذيع أو مقدم برامج	غير ذلك
	التخصص	الصحافة والإعلام	غير ذلك
	عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	خمس سنوات فأكثر

وسيلة الإعلام

	نوع الوسيلة الإعلامية	1- مقروءة 2) مسموعة 3) مرئية
	ملكية الوسيلة الإعلامية	1) قطاع خاص 2) قطاع حكومي
	عمر الوسيلة الإعلامية	1) من 1-5 سنوات 2) 6-10 سنوات 3) 11-15سنة 4) أكثر من 15 سنه

القسم الثاني:

	واقع الإعلام التنموي	**بدرجة كبيرة جدا**	**بدرجة كبيرة**	**بدرجة متوسطة**	**بدرجة صغيرة**	**بدرجة صغيرة جدا**
1- فلسفة الوسيلة الإعلامية:						
	تدرك الوسيلة الإعلامية أهمية وجود فلسفة مكتوبة وواضحة من خلال الخطة الإعلامية					
	تتضمن الخطة الإعلامية العديد من البرامج التي تعالج البعد التنموي الاقتصادي والاجتماعي					

	يتم تطوير الخطة الإعلامية بشكل دوري					
2- المحتوى الإعلامي:						
4	هنالك اهتمام متزايد في وسائل الإعلام بقضايا التنمية					
5	تسهم البيانات والمعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام المختلفة في انجاح العملية التنمية					
6	تلعب وسيلة الإعلامية دوراً مهماً في نجاح السياسات التنموية المعلن عنها من قبل الجهات الحكومية					
7	تدرك وسائل الإعلام أهمية الإعلام في نجاح البرامج والمشاريع التنموية					

3- توفر الموارد والكفاءات:						
8	الأجهزة والمعدات متوفرة لدى الوسيلة الإعلامية من أجل تحقيق البرامج التنموية					
9	يتمتع موظفو وسائل الإعلام بالكفاءة المناسبة لإنجاح العمل الإعلامي التنموي					
10	يتمتع موظفو وسائل الإعلام بالخبرة المناسبة لإنجاح العمل الإعلامي التنموي					
11	يتوفر لدى العاملين المؤهل العلمي، والتخصص المناسب للعمل الإعلامي التنموي					
4- استخدام التكنولوجيا						
12	تستخدم الوسيلة الإعلامية التكنولوجيا الحديثة بشكل فعال					
13	تواكب الوسيلة الإعلامية بصورة مستمرة التطور في التكنولوجيا					

5- المخرجات الإعلامية						
14	تسهم الوسيلة الإعلامية في بلورة السياسات والتوجهات التنموية					
15	تسهم الوسيلة الإعلامية في الرقابة على القضايا التنموية					
16	تساهم الوسيلة الإعلامية في نشر الاخبار الاقتصادية والاجتماعية في البلد بشكل شفاف					
6- المسؤولية الاجتماعية:						
17	تعمق الوسيلة الإعلامية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى المواطنين					
18	تغرس روح التعاون والتكافل الاجتماعي بين افراد المجتمع					
19	تنمي الوسيلة الإعلامية الدافعية للعمل التطوعي والجماعي					
20	تساهم الوسيلة الإعلامية في التفاعل الوجداني مع الاحداث المحيطة					
7- المعيقات						
21	لا توجد موازنة خاصة لإعداد البرامج والانشطة الإعلامية المتخصصة في البعد التنموي					
22	لا يوجد تقبل من أفراد المجتمع للبرامج التنموية					
23	لا تتوفر القوانين والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي					
24	يسهم الاحتلال في عرقلة المشاريع التنموية الاقتصادية والاجتماعية					

القسم الثالث: دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة

	التنمية الاقتصادية	درجة كبيرة جدا	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة صغيرة	درجة صغيرة جدا
1	يلعب الإعلام دوراً مهما في إصدار القوانين والتشريعات التي تسهم في رفع كفاءة قطاع الأعمال					
2	يلعب الإعلام دوراُ مهما في تحسين المناخ الاستثماري من خلال الترويج لقطاعات الاعمال					
3	يلعب الإعلام دوراً في مهما ابراز مشكلة البطالة					
4	يلعب الإعلام دوراً في تعزيز الإصلاح الاقتصادي ومكافحة الفساد					
5	يسهم الإعلام في تعزيز الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص					
6	يسهم الإعلام في تعزيز ثقة المواطن بالاقتصاد الفلسطيني					
7	يسهم الإعلام في تغطية الاخبار والموضوعات الاقتصادية وتحليلها بموضوعية					
8	يسهم الإعلام في الرقابة على أعمال الحكومة والمجلس التشريعي بما يخص القضايا الاقتصادية					
9	يسهم الإعلام في توجيه الرأي العام تجاه القضايا الاقتصادية الهامة					
10	يسهم الإعلام في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم الاقتصادية					
11	يسهم الإعلام في محاربة الاحتكار وغلاء الأسعار والتلاعب بالسوق					
12	يسهم الإعلام في دعم المنتج الوطني					

	التنمية الاجتماعية	درجة كبيرة جدا	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة صغيرة	درجة صغيرة جدا
1	تسهم وسائل الإعلام في عرض قضايا التنمية الاجتماعية					
2	يسلط الإعلام الضوء على المناطق المهمشة التي تحتاج لتنفيذ مشروعات التنمية الاجتماعية					
3	يعمل الإعلام على رفع الوعي لدى المواطنين في المجال الاجتماعي التنموي					
4	تعمل الوسيلة الإعلامية على فتح قنوات التواصل بين صناع السياسات التنموية وبين افراد المجتمع					
5	تعتبر الوسيلة الإعلامية وسيلة اتصال ناجحة في التأثير على الرأي العام					
6	تساعد وسائل الإعلام على تشكيل جماعات ضغط حيال القضايا الاجتماعية المهمة					
7	تغرس قيم الحرص على التعلم واكتساب المعرفة					
8	تعالج أخطار الإشاعات المروجة في الشارع الفلسطيني					
9	ترسخ قيم الوحدة بين فئات المجتمع المختلفة					
10	تركز على دور الاخلاق في حماية المجتمع					

ملحق رقم (2): صحيفة المقابلة

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة القدس

معهد التنمية المستدامة

بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية

أختي الكريمة / أخي الكريم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

تقوم الباحثة بإعداد دراسة بعنوان:

دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة

وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير– معهد التنمية المستدامة – جامعة القدس لذا أرجو منكم التفضل بالإجابة على الأسئلة التي أعدت لهذا الغرض، مع تحري الصدق والموضوعية في الإجابة، علماً بأن الإجابات ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

"**شاكرة لكم حسن تعاونكم**"

الباحثة

دعاء إسماعيل عواودة

البريد الالكتروني	**Do3aa.1020@gmail.com**
الهاتف الشخصي	**0598068945**

الأسئلة:

1- ماذا يعني لك الإعلام التنموي؟

2- ما هي نسبة مشاركة الوسيلة الإعلامية في وضع الخطط والسياسات والبرامج التنموية؟

3- هل تخصص وسيلتك الإعلامية برامج متخصصة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؟ ما نسبة المحتوى التنموي في تلك البرامج؟

4- ما مدى استخدام وسيلتكم الإعلامية التكنولوجيا الحديثة والإعلام الجديد في عرض موضوعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية؟

5- كيف تسهم الوسيلة الإعلامية في تغطية الاخبار والموضوعات الاقتصادية؟

6- ما هي أبرز القضايا التنموية التي تعالجها الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها؟

7- ما هو دور المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها في فضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي التي تعيق عملية التنمية؟

8- ما هي المقترحات والتوصيات لتحقيق إعلام تنموي أفضل؟

ملحق رقم (3): قائمة بأسماء المحكمين

الرقم	الاسم	مكان العمل
1	د. إياد لافي	جامعة القدس
2	د. سعدي الكرنز	جامعة القدس
3	د. سعيد شاهين	جامعة الخليل
4	أ. صلاح أبو حسن	جامعة الخليل
5	د. عبد الوهاب الصباغ	جامعة القدس
6	د. قيس أبو عياش	جامعة الخليل
7	د. نصر عبد الكريم	جامعة بيرزيت
8	أ. يوسف الشيخ	جامعة القدس المفتوحة

ملحق رقم (4): كتاب تأييد من نقابة الصحفيين الفلسطينيين

Palestinian Journalist Syndicate - Jerusalem
Temporary main head office –Ramallah

نقابة الصحفيين الفلسطينيين- القدس
المقر العام المؤقت- رام الله

التاريخ : 22.11.2020

لمن يهمه الأمر .. .

تهديكم نقابة الصحفيين خالص التحيات، ونؤكد لكم ان عدد الصحفيين المنتسبين في النقابة في الضفة يبلغ 1100 صحفي عامل و 400 صحفي مؤقت .

هاتف الوالد مهيوب : 0599221427

ناصر ابو بكر
نقيب الصحفيين الفلسطينيين
نائب رئيس اتحاد الصحفيين العرب

رام الله – البيرة – حي البالوع – عمارة النعسان – الطابق الاول – تلفاكس 022420332 – الموقع الالكتروني
www.PJS.ps:

ملحق رقم (5): كتاب تسهيل المهمة

بسم الله الرحمن الرحيم

معهد التنمية المستدامة

Institute of Sustainable Development

٢٠٢٠/١٠/٧

لـمـن يـهـمـه الأمـر

الموضوع: تسهيل مهمه

تحية طيبة وبعد،،،

يفيد برنامج بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية – جامعة القدس بأن الطالبة دعاء إسماعيل محمد عواودة الرقم الجامعي (٢١٨٢٠٣٦٩) هي احدى طلاب معهد التنمية المستدامة في جامعة القدس وتقوم حالياً بإعداد دراسة بحثية بعنوان:

"الإعلام التنموي ودوره في التنمية الاقتصادية والإجتماعية المستدامة"

وعليه يرجى مساعدتها بالحصول على المعلومات اللازمة لهذه الدراسة بما تسمح أنظمتكم به، علماً بأن المعلومات والبيانات التي تحصل عليها الطالبة تعامل بسرية تامه ولأغراض البحث العلمي فقط، وقد أعطيت هذه الوثيقة بناء على طلبها .

وتفضلوا بقبول فائق الإحترام والتقدير،،،

مدير الفرع

د.سمير النموره

الدراسات العليا / حرم دورا
Higher Studies/ Dura campus

Jerusalem – Abu Deis
Tel / Fax: 009722790345
P.O.Box: 51000, 20002
email: Info@srd.alquds.edu

القدس- أبوديس
تلفاكس ٠٠٩٧٢٢٧٩٠٣٤٥
ص.ب: ٥١٠٠٠ او ٢٠٠٠٢
البريد الالكتروني: Info@srd.alquds.edu

ملحق رقم (6): قائمة بأسماء الأشخاص الذين تمت مقابلتهم

الرقم	الاسم	الوسيلة الإعلامية	المسمى الوظيفي
1	أمجد التميمي	جريدة الحياة الجديدة	مدير التحرير
2	صلاح أبو حسن	إذاعة علم	مدير برامج
3	كريم عساكرة	فضائية معاً	مدير برامج

فهرس الجداول

جدول (1.2): أهداف التنمية المستدامة 32

جدول (2.2): مؤشرات قياس التنمية المستدامة التي أقرتها لجنة الأمم المتحدة..... 41

جدول (3.2): مؤشرات قياس التنمية المستدامة وفقا لآراء مجموعة من الكتاب والباحثين..... 42

جدول (1.3): خصائص أفراد العينة الديموغرافية..... 65

جدول (2.3): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) لمصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات كل مجال من مجالات واقع الإعلام التنموي مع الدرجة الكلية للمجال. 67

جدول (3.3): مصفوفة معاملات ارتباط درجة كل مجال من مجالات واقع الإعلام التنموي مع الدرجة الكلية لواقع الإعلام التنموي. 68

جدول (4.3): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) لمصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات كل مجال من مجالات دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة مع الدرجة الكلية للمجال. 69

جدول (5.3): مصفوفة معاملات ارتباط درجة كل مجال من مجالات الأداة مع الدرجة الكلية للأداة. 71

جدول (6.3): معاملات الثبات لمقياس دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة..... 71

جدول (7.3): فئات المتوسطات الحسابية لتحديد درجة الموافقة على دور الإعلام الفلسطيني في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة..... 74

جدول (1.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، مرتبة تنازلياً 77

جدول (2.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، مرتبة تنازلياً. 82

جدول (3.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، مرتبة تنازلياً..... 83

جدول (4.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لدور الإعلام التنموي في التنمية الاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين، مرتبة تنازلياً..... 85

جدول (5.4) نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير المسمى الوظيفي. (ن=283) 87

جدول (6.4) نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير التخصص. (ن=283) 89

جدول (7.4) نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة. (ن=283) 91

جدول (8.4): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المستجيبين لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية 94

جدول (9.4) نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية. 95

جدول (10.4): نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية للفروق بين متوسطات واقع الإعلام التنموي في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية 97

جدول (11.4) نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent t-test) لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير ملكية الوسيلة الإعلامية. (ن=283) 99

جدول (12.4): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المستجيبين لدور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية 101

جدول (13.4) نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات دور الإعلام التنموي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في فلسطين من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية. 103

جدول (14.4): نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية للفروق بين متوسطات واقع المخرجات الإعلامية من وجهة نظر الإعلاميين تعزى لمتغير عمر الوسيلة الإعلامية 104

فهرس الملاحق

ملحق رقم (1): الاستبانة 124
ملحق رقم (2): صحيفة المقابلة 130
ملحق رقم (3): قائمة بأسماء المحكمين 132
ملحق رقم (5): كتاب تسهيل المهمة 134
ملحق رقم (6): قائمة بأسماء الأشخاص الذين تمت مقابلتهم 135

فهرس المحتويات

إقرار ..... أ
الشكر والتقدير ..... ب
جدول المصطلحات ..... ج
ملخص الدراسة باللغة العربية ..... هـ
ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية ..... و

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة 2

1.1 المقدمة 2
2.1 مشكلة الدراسة 4
3.1 أسئلة الدراسة 5
4.1 أهداف الدراسة 5
5.1 أهمية الدراسة 6
6.1 فرضيات الدراسة 7
7.1 مبررات الدراسة 8
8.1 حدود الدراسة 8
9.1 هيكلية الدراسة 9

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة 11

1.2 المقدمة 11
2.2 الإعلام التنموي 12
1.2.2. مفهوم الإعلام 12
2.2.2. مفهوم الإعلام التنموي: 12
3.2.2. خصائص الإعلام التنموي: 13
4.2.2. أهداف الإعلام التنموي: 14
5.2.2. وظائف الإعلام التنموي: 16
6.2.2. ركائز الإعلام التنموي: 17
7.2.2. متطلبات نجاح الإعلام التنموي: 17
8.2.2. نظريات الإعلام التنموي: 18
1.8.2.2. النظرية التنموية في الإعلام: 19
2.8.2.2. نظرية ولبر شرام: 21
3.8.2.2. نظرية دانيل ليرنر: 22

9.2.2. الأسس العلمية لاختيار الوسيلة المناسبة للإعلام التنموي: 24
3.2 التنمية المستدامة 25
1.3.2. مقدمة: 25
2.3.2. ماهي التنمية المستدامة 27
1.2.3.2. نشأة وتطور مفهوم التنمية المستدامة: 27
3.3.2. مفهوم التنمية المستدامة: 30
4.3.2. أهداف التنمية المستدامة: 31
5.3.2. أهداف التنمية الاقتصادية: 33
6.3.2. الأهداف الاجتماعية للتنمية المستدامة: 34
7.3.2. خصائص التنمية المستدامة: 35
8.3.2. شروط تحقيق التنمية المستدامة: 36
9.3.2. أبعاد التنمية المستدامة ومقوماتها: 37
1.9.3.2. البعد الاقتصادي: 38
2.9.3.2. البعد الاجتماعي: 39
10.3.2. مؤشرات قياس التنمية المستدامة: 39
11.3.2. دور الإعلام التنموي في تنمية المجتمعات المحلية: 43
4.2 الإعلام الفلسطيني..... 44
1.4.2. مفهوم الإعلام الفلسطيني: 44
2.4.2. وظائف الإعلام الفلسطيني: 47
3.4.2. متطلبات آنية لتحقيق خطة تنمية إعلامية في فلسطين:..... 48
4.4.2. محددات ومفردات الخطاب الإعلامي الفلسطيني: 49
5.2 الدراسات السابقة 51
1.5.2. الدراسات العربية:..... 51
2.5.2. الدراسات الأجنبية:..... 54
3.5.2. التعقيب على الدراسات السابقة: 57

الفصل الثالث: منهج واجراءات الدراسة..... 64

1.3 منهج الدراسة..... 64
2.3 مجتمع الدراسة 64
3.3 عينة الدراسة 64
4.3 أداة الدراسة 66
1.4.3. وصف الأداة: 66
2.4.3. صدق الأداة: 66
1.2.4.3. صدق المحكمين: 66

2.2.4.3. صدق الاتساق الداخلي: 67
3.2.4.3. الثبات: 71
4.2.4.3. تصحيح الأداة: 73
5.3 متغيرات الدراسة 74
6.3 إجراءات الدراسة 74
7.3 الأساليب الإحصائية 75

الفصل الرابع: نتائج الدراسة 77

1.4 نتائج الدراسة (الاستبانة) 77
2.4 تحليل المقابلات 105

الفصل الخامس: الاستنتاجات والتوصيات 113

1.5 الاستنتاجات 113
2.5 التوصيات 116

قائمة المصادر والمراجع 118
المراجع العربية: 118
المراجع الأجنبية 122
المواقع الالكترونية 123
فهرس الجداول 136
فهرس الملاحق 138
فهرس المحتويات 139