



ورقة معلومات بشأن:

الأهداف ذات الصلة بالإعلام في خطة التنمية المستدامة 2030⁽¹⁾

الخلفية:

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

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

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

(2) راجع: الديباجة الخاصة بقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (A/RES/70/1) الدورة السبعون بتاريخ 25 سبتمبر/أيلول 2015، ص 1.



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

البنية الثلاثية لأهداف خطة التنمية المستدامة 2030:

- 1- الهدف: هو الأساس، ويمثل النتيجة النهائية المراد الوصول إليها، ويتم قياس التقدم والنجاح نسبة إليه.
- 2- الغاية: هو الهدف الوسيط الذي يفترض أن يتم العمل على إنجازه للوصول إلى تحقيق الهدف الأساسي بالتضافر مع الغايات الأخرى.
- 3- المؤشر: هو أداة لقياس التقدم بالنسبة إلى الغاية المحددة بشكل مباشر، وقياس التقدم في تحقيق الهدف بشكل غير مباشر.

مكونات خطة التنمية المستدامة 2030⁽¹⁾:

أن أهداف خطة التنمية المستدامة وغاياتها ستعزز العمل على مدى السنوات الـ15 المقبلة في خمسة مجالات ذات أهمية جوهرية للبشرية ولكوكب الأرض تتجسد في:

المكون الأول: "الناس": يتمثل في عدم ترك أحد خلف ركب التنمية، وهو يشمل جميع الناس، والعمل على إنهاء الفقر والجوع بجميع صورهما وأبعادهما، وكفالة أن يمكن لجميع البشر تفعيل طاقاتهم الكامنة في إطار من الكرامة والمساواة وفي ظل مناخ صحي.

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

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

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

(1) راجع: الديباجة الخاصة بقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (A/RES/70/1) الدورة السبعون بتاريخ 25 سبتمبر/أيلول 2015، ص2.



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

المكون الخامس: "الشراكة": يتمثل في حشد الوسائل اللازمة لتنفيذ خطة التنمية المستدامة من خلال تنشيط الشراكة العالمية من أجل التنمية المستدامة على أساس روح من التضامن العالمي، مع التركيز بخاصة على الفئات الأشد فقراً والأكثر ضعفاً، وبمشاركة من كل البلدان وجميع أصحاب المصلحة وجميع الشعوب.

وانطلاقاً من الهدف السابع عشر لأهداف التنمية المستدامة 2030 "الشراكة"، يعتبر الإعلام شريك في مشروع تحقيق التنمية المستدامة. فهو يلعب دوراً رئيساً في تكوين الرأي الصحيح حول تلك المفاهيم وكيفية تحقيقها للإسراع باتخاذ الإجراءات المناسبة، وهو الوسيلة الأكثر فعالية للوصول إلى الجماهير وصناع السياسات لدعم مسارات التنمية المستدامة. ويهدف الإعلام التنموي الأساسي لتعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية وتحويله إلى مجتمع مساند للعملية التنموية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء التنمية والتغيير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة والوعي.

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

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

هذا وقد أقر مجلس وزراء الاعلام العرب عام 2017 الاستراتيجية الاعلامية العربية، والتي أكدت على أهمية التنمية المستدامة والأخذ في الاعتبار الحاجات المتنوعة لمختلف الدول العربية، مع الالتزام بكافة المعاهدات والاتفاقيات والأنظمة الدولية التي وقعتها هذه الدول. كذلك كلف مجلس وزراء الإعلام العرب الأمانة العامة لوضع خارطة طريق إعلامية عربية لتنفيذ أجندة التنمية المستدامة 2030 تنطلق من أهدافها السبعة عشر وتهدف

(1) راجع الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة.



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

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

أهداف الإعلام التنموي⁽⁴⁾:

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

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

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

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

(4) راجع الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة .



الإعلام والتنمية المستدامة علاقة تكامل وتعاون⁽¹⁾:

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

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

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

ويقصد بالشمولية والتضمين الالتزام الفعلي بالشراكة، وضمان مشاركة حقيقية وفعالة لجميع الأطراف المعنية في التنمية على مختلف المستويات وفي مختلف المراحل. حيث يجد الإعلام مفهوم الشراكة باعتباره شريك أساسي في عملية التنفيذ والمتابعة لأجندة التنمية المستدامة 2030 بكافة أهدافها. وتواجه وثيقة "تحويل عالمنا" في خطة التنمية العالمية 2030 التحدي المثلث الأضلاع: السلم والأمن - الفقر والتفاوت - والتغير المناخي.

(1) راجع الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة.



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

وتقوم وسائل الإعلام الوطني بدور إيجابي في المساعدة على تحقيق الخطط والأهداف التنموية في دولها باعتبارها جزءاً مهماً من التطور القومي، وارتباطها بالنظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في المجتمع الذي تعمل في إطاره .

ان نجاح خطط التنمية المستدامة مرهوناً بالمشاركة الإيجابية للقوى المنتجة من خلال الإعلام المخطط له، ودوره في التوعية والتربية والتثقيف مما يتطلب إعداد سياسات إعلامية وطنية تحدد الأولويات وترسم الوسائل بلوغ الأهداف المرجوة، انطلاقاً من أن الإعلام لا ينتج التنمية بل يمهّد الطريق إليها، وأن الإعلام الرديء قد يعطل مسيرة التنمية في مراحلها كافة . هذا وينطلق التطور القائم بين الإعلام والتنمية من المنظور الذي يؤمن بأن المعرفة ليست عنصراً منفصلاً عن الواقع المادي الذي يفرزها من خلال التفاعل المستمر معها، وأن هذه العلاقة بين الفكر والعمل هي التي توضح وتحدد شكل الصلة بينهما.

أن مسؤولية الاعلام تجاه عملية التنمية المستدامة تلخص بتزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبت من مصدرها، ويقدر ما في الاعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق أهداف التنمية. ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الاعلام في التنمية، ويطلقون على الدور الذي يضطلع به الاعلام في تطوير المجتمعات باسم "الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري"، خاصة وأن هذا الدور ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة الرخاء الانساني.

وتتضح المعادلة التي دعت الى تسمية دور الاعلام "بالهندسة الاجتماعية" اذا عرفنا ان الهدف الجوهرى للتنمية الاجتماعية لا يمكن تحقيقه بدون رفع المستوى الاقتصادي باستخدام برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتوفير الخدمات واشاعة العدالة، تلك التي تثير في نفوس أفراد المجتمع مشاعر الولاء لمجتمعهم، والذي ترتبط به كل مصالحهم الحيوية ارتباطاً قويا .

وما دامت تنمية أفراد المجتمع وبيئتهم المادية من الأهداف الأساسية للتخطيط، فمن الضروري أن يتم انجاز هذه المسؤوليات وفق خطة مدروسة قائمة على تخطيط شامل لكافة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والاعلامية والبيئية.



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

والنقطة الرئيسية في كل من التخطيط الإعلامي والتخطيط للتنمية المستدامة هو أن هذين النوعين من التخطيط، يهدفان أساساً إلى تطوير الشخصية الإنسانية من الجمود إلى الحركة ومن التقليدية إلى التقدمية. فال محور الرئيسي في التنمية هو الناس أنفسهم، والتخطيط للتنمية هو ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح، وإذا كان الإعلام هو محاولة لربط أفكار أفراد المجتمع وتصوراتهم وقيمهم واعتقاداتهم بالتخطيط للتنمية وبأسلوب التنفيذ، ووضع المستويات الاقتصادية والاجتماعية في الاعتبار، فإن التخطيط الاعلامي هو أيضاً ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح. أن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية المستدامة في المجتمعات هو أحداث تغيير في اتجاهات الناس وفي البنية الطبيعية وإنشاء علاقات جديدة بينهم وبين الموارد الاقتصادية وادخال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الانتاج وما يتبع ذلك من تغيرات لأساليب الانتاج ولمفاهيم الثروة والدخل والاستهلاك وادخال مفاهيم علمية جديدة في السلوك والعادات والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسية والتعليم والادارة والصحة وغيرها

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



الإطار العام للمشهد الإعلامي للهدف الأول: القضاء على الفقر

بجميع أشكاله في كل مكان⁽¹⁾

- 1- العمل على تبنى استراتيجية اعلامية للمساهمة في الحد من الفقر والجوع والدعوة للاستثمار في الزراعة وخلق فرص العمل وتوسيع شبكات الأمان الاجتماعي .
- 2- الدعوة لحماية البلدان المعرضة للمعاناة أثناء الأزمات والاحتلال، والعمل على إيصال المعلومات الموثوقة حول مشكلة الفقر والتي تمثل تعدد الآراء والحقائق والأفكار والمساهمة فيها .
- 3- القيام بالتغطية الإعلامية ذات الطابع النقدي التربوي بهدف نشر المعلومات الصحيحة عن الفقر والجوع، وتوعية الجمهور بالحقوق المجتمعية والمسؤوليات المترتبة على هذه الحقوق،
- 4- قيام وسائل الاعلام باشتراك الجمهور في عملية تقييم الموضوعات التي تنشرها وتذيعها بحيث يسهم الجمهور المتلقي في تعديلها وتطويرها .
- 5- حث المؤسسات الإعلامية على رفع قدرات الصحفيين، والتركيز على التنمية الاقتصادية .
- 6- تخصيص نشرة خاصة بالاقتصاد في الصحف اليومية تعمل على ربط المواطن بصناع القرار الاقتصادي والاجتماعي، وجعل القضايا الاقتصادية والاجتماعية أولوية على الصحافة .
- 7- تصدي الإعلام لمشكلة الفقر بتواجدها كقضية رأي عام لكي يتمكن الإعلام الهادف المهتم بالتنمية من التركيز على قضايا المجتمع المختلفة، وعدم إغفال قضية محورية كقضية الفقر .
- 8- القيام بمجلات إعلامية تستهدف تغيير الأنماط الاستهلاكية والانتاجية والتقليدية .
- 9- العمل مع كافة المؤسسات الاعلامية العربية والدولية لمناصرة وحماية الصحفيين في مناطق الصراع والنزاع لأداء رسالتهم الاعلامية خاصة في المجالات التنموية .
- 10- معالجة الإعلام للفقر ومظاهره من منظور الحقوق الاقتصادية والاجتماعية مع التركيز على قضايا تختص بموضوعات لها علاقة مثل تعديل الحد الأدنى للأجور وتقديم المنح للعامل وتحسين النظام التقاعدي .

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



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

- 11- مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز الحكم الجيد، بما تتيحه من إمكانية كشف الحقائق ورصد السلبيات بشكل مبكر وتقديم صورة أقرب ما تكون للواقع عن الاختلالات القائمة في المجالات الصناعية والتجارية والاقتصادية عموماً .
- 12- ابلاغ مجموعة واسعة من الجمهور حول قضايا الحد من الفقر، عن طريق توفير منتدى مفتوح لإبراز الآراء العامة المختلفة .
- 13- إشراك واستكشاف وجهات نظر الاعلاميين في مناقشات حول كيفية تعزيز مستوى ونوعية التغطية للحد من الفقر .
- 14- جعل القضاء على الفقر واحدة من مهام الاعلام على المدى الطويل، إضافة الى لفت انتباه الجمهور باستمرار إلى مشكلة الفقر وخاصة فقر المرأة وضمان التغطية الإخبارية حول الفقر في الصحف والمجلات، والإذاعة والتلفزيون .
- 15- مساهمة وسائل الإعلام في تشجيع تشكيل إجماع سياسي على التحسينات الاجتماعية والإصلاحات الاقتصادية، بهدف المساعدة على خلق بيئة اجتماعية وسياسية أفضل للقضاء على الفقر .



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية



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

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

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



7- إشراك الصحفيين في الجهود الرامية إلى رفع الوعي بشأن التغلب على التحديات المتصلة بالأمن الغذائي ومحاربة الجوع والفقر عبر قصص صحفية وإخبارية قادرة على تناول قضايا المنطقة بشكل أكثر عمقاً وانسجاماً مع اهتمامات الجمهور.

8- تشجيع التواصل الإبداعي خلال "عقد الأمم المتحدة للعمل من أجل التغذية" الذي تبنته الجمعية العامة للأمم المتحدة مؤخراً، والذي يستمر من 2016 وحتى 2025، والذي اعتبرته "الفاو" خطوة كبرى نحو تعبئة الجهود لخفض مستوى الجوع وتحسين التغذية حول العالم.

9- تسليط الضوء اعلامياً على الجهود والقضايا الجديدة بالمتابعة والتي تصب في تحقيق الأهداف المرجوة مثل القضايا المتعلقة بالزراعة والتغذية ومصايد الأسماك والإدارة المستدامة للموارد الطبيعية.



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية



الإطار العام للمشهد الإعلامي للهدف الثالث: ضمان تمتع

الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار⁽¹⁾

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

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



قطاع الإعلام والاتصال
إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

9- تكامل العمل بين وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية لإيصال المعلومة المطلوبة وإحداث التغيير في السلوك.

10- توظيف الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية.



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية



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

- 1- تعليم النشء في المراحل الأولى من حياته التعليمية مهارات التدوين المكتوب والمسموع والمرئي، وكذلك فن عمل الصورة والصوت وموتاج الفيديو خلال الاستخدام لأدوات الإعلام الجديد.
- 2- التواصل مع المجتمع من خلال نشر الأخبار وتزويد الرأي العام بالمعلومات الصحيحة عن البرامج والمشروعات التعليمية والتربوية التي تحقق المسؤولية الجماعية للعمل التربوي.
- 3- تشجيع التجارب التربوية الرائدة من خلال نشر إبداعات المعلمين والمعلمات والطلاب والطالبات، وكافة أفراد الأسرة التعليمية عن طريق القنوات الإعلامية المختلفة.
- 4- وضع برامج ودورات للعاملين في القطاع الإعلامي بجميع صوره وأنواعه وخاصة منها المتعلقة بالأليات الاعلامية التي تسهم في مكافحة الارهاب والتطرف.
- 5- بث الرسائل الإعلامية التي تعمل على تثبيت القيم المجتمعية الداعمة للتسامح ومحاربة التطرف للمساهمة في تعزيز التنشئة الاجتماعية سواءً كانت في شكل خبر أو فكاهة أو برنامج وثائقي.
- 6- العمل على ادخال التربية الإعلامية وإطار الخريطة الاعلامية للتنمية المستدامة حيثما أمكن، ضمن المناهج التربوية الوطنية، وكذلك إدخالها ضمن أنظمة التعليم غير الرسمية، والتعلم مدى الحياة، حيث تعد التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن.
- 7- اقامة منتديات اعلام تربوي في المؤسسات التربوية بهدف المساهمة في نقل التراث الثقافي، وغرس لمشاعر الانتماء للوطن، بحيث تتمكن فئات المجتمع من إدراك المفاهيم، واكتساب المهارات، والتزود بالخبرات، وتنمية الاتجاهات، وتعديل السلوك.

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



الإطار العام للمشهد الإعلامي للهدف الخامس : تحقيق المساواة

بين الجنسين والتمكين لجميع النساء والفتيات⁽¹⁾

- 1- نشر الوعي بأهمية تمكين المرأة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، والعمل على محاربة العادات والتقاليد السلبية .
- 2- تعزيز وتوضيح الصورة الايجابية للمرأة وأهمية دورها الحيوي في المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية باعتبارها عنصرا هاما وفاعلا في المجتمع.
- 3- إبراز الجدوى الاقتصادية لخروج المرأة للعمل للإسهام في رفع مستوى دخل الأسرة واستغلال التوجهات السياسية التي تدعم قضايا المرأة والتنمية.
- 4- مراعاة إعطاء صورة متوازنة وغير نمطية عن المرأة في الإعلام، حيث تعتبر الصحافة والراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والإنترنت وسائل قوية للمطالبة بالمساواة بين الجنسين وإبراز دور المرأة في المجتمع، وذلك بعرض النماذج المشرفة للمرأة في كل المجالات.
- 5- تغيير الصورة النمطية السلبية عن المرأة، فوسائل الإعلام لم تعد فقط المرأة التي تعكس صورة المجتمع وأحداثه. فلقد توسع وامتد تأثيرها ليشمل ترتيب أولويات ومصالح الجماهير المتلقية، وهي بالفعل تؤثر على كيفية تشكيل الجماهير للمعرفة والاتجاهات والمواقف والممارسات.
- 6- الدعوة إلى تمثيل المرأة وإشراكها في السلطة التشريعية وكافة اللجان النقابية والمهنية بهدف تصحيح ثقافة المجتمع نحو دور المرأة وخاصة في المناطق الريفية والقبلية.
- 7- تفعيل دور الاعلام في قضايا محو الأمية وتنظيم الأسرة والقضية السكنية وزواج القاصرات وغيرها من القضايا المجتمعية الهامة.
- 8- الدعوة إلى تبني إنشاء خريطة طريق لتعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة، يحدد التدخلات التي تزيد من الإنتاجية والأرباح لفئات مختلفة من النساء في سياقات البلدان المختلفة.

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



قطاع الإعلام والاتصال
إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

9- انشاء منصة مراقبة (Situation Room) من خلال وسائل الإعلام الإلكتروني، تكون مهمتها الأساسية متابعة ما ينشر لاستقطاب الفتيات للانضمام للتنظيمات الارهابية بهدف حماية الفتيات من الانخراط فيها ليتم اتخاذ التدابير اللازمة حيالها.

10- دعم وسائل الإعلام للآليات الوطنية للوقاية من العنف القائم على أساس نوع الجنس وآليات التصدي له؛ من خلال انشاء مرصد إعلامي الكتروني للعنف ضد النساء يجمع شركاء معنيين وباحثين، بهدف "رصد" العنف ومصادره.



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية



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

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

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



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

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

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



قطاع الإعلام والاتصال
إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية



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

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

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



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

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

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



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

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

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



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

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

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



الاطار العام للمشهد الاعلامي للهدف الثاني عشر: ضمان وجود

أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة⁽¹⁾

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

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



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

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

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



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

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

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



15



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

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

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



قطاع الإعلام والاتصال

إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية



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

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

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



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

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

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



المصادر والمراجع :

- 1- قرار مجلس الجامعة على مستوى القمة رقم ق.ق 741 د.ع (29)، ج3، بتاريخ 2018/4/15.
- 2- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (A/RES/70/1) الدورة السبعون بتاريخ 25 سبتمبر/أيلول 2015، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية.
- 3- الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة.
- 4- قرار مجلس وزراء الإعلام العرب رقم ق/436- د.ع (48) بتاريخ 2017/7/12.
- 5- قرار مجلس وزراء الإعلام العرب رقم ق/420- د.ع (47) بتاريخ 2016/5/25.
- 6- مذكرة توضيحية صادرة عن المنتدى العربي للتنمية المستدامة عام 2019.
- 7- إعلان الدوحة بشأن تنفيذ خطة التنمية المستدامة عام 2016.
- 8- أحمد عارف: دروس مستفادة حول آليات الرصد والمتابعة في ظل الأزمات والأوضاع الإنسانية، ورقة مقدمه إلى المؤتمر الإقليمي حول دور المجتمع المدني في المنطقة العربية في تنفيذ خطة التنمية المستدامة لعام 2030 الدوحة، دولة قطر 20-21 أبريل/نيسان 2016.
- 9- أديب نعمة: دراسة بعنوان: تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030 من الاتساق المفهومي الى التنفيذ التشاركي- المنتدى العربي للتنمية المستدامة، مقدمه إلى بتاريخ الاسكوا 30 مايو/أيار 2015.
- 10- ورقة مفاهيمية حول " دور المجتمع المدني في تنفيذ أجندة التنمية الدولية المستدامة 2030 " - مقدمه في المؤتمر الإقليمي حول دور المجتمع المدني في المنطقة العربية في تنفيذ خطة التنمية المستدامة لعام 2030 الدوحة، دولة قطر 20-21 أبريل/نيسان 2016.
- 11- أهداف وغايات التنمية المستدامة- من الاهداف الانمائية للألفية إلى أهداف التنمية المستدامة 2030 - الجمعية العامة للأمم المتحدة 2015.
- 12- أهداف التنمية المستدامة 2030 - 17 هدفا لتحويل عالمنا - راجع الموقع الإلكتروني:
www.un.org/sustainabledevelopment/ar
- 13- الثقافة وأهداف التنمية المستدامة- اليونسكو، راجع الموقع الإلكتروني:
<http://ar.unesco.org/node/250717>



قطاع الإعلام والاتصال
إدارة البحوث والدراسات الاستراتيجية

14- العمل اللائق وأجندة العام 2030 من أجل التنمية المستدامة- منظمة العمل الدولية، راجع الموقع

الإلكتروني:

www.ilo.org/beirut/publications/WCMS_543664/lang-ar/index.htm