

جامعة الإمارات العربية المتحدة  
ومركز تدريب قيادات تعليم الكبار لدول الخليج العربي -  
الحلقة الدراسية في تأصيل مفهوم العون الذاتي،  
العين/ دولة الإمارات العربية المتحدة  
7-10/11/1987م.

دور وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية في تأصيل  
العون الذاتي: نموذج مقترح  
الدكتور صالح أبوأصبع

# دور وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية في تأصيل العون الذاتي: نموذج مقترح

الدكتور صالح أبوأصبع

نشر هذا المقال في مجلة التربية المستمرة العدد الثالث عشر - السنة الثامنة - ديسمبر 1987 .

## مدخل

في مشروع الحلقة الدراسية حول تأصيل مفهوم العون الذاتي فيم جال محو الأمية وتعليم الكبار جاء في مبررات اختيار موضوع الحلقة ما يلي :

- أن الجهود الرسمية وحدها ليست كافية لمحو أمية النسبة الكبيرة من الأميين الذين يتواجدون في قطاعات مختلفة من قطاعات المجتمع.
- ان خير ما يحرك المجتمع العربي نحو تحديثه هو أن ينبغ العمل من الجماهير الشعبية نفسها باعتبارها صاحبة المصلحة الحقيقية في رفع مستواها علمياً وثقافياً واجتماعياً.
- أن بعض الممارسات في منطقة العالم العربي ومنطقة الخليج أظهرت فعالية مساهمة الجماهير والتنظيمات في مواجهة الأمية.
- أن هذه الممارسات وتلك الجهود تحتاج إلى نوع من التقنين والترشيد بحيث تتمكن من تحقيق أهدافها بفعالية وكفاءة.
- ومن المبررات الأساسية التي دعت إلى اختيار هذا الموضوع هو أن المبدأ الخامس للاستراتيجية العربية لمحو الأمية يؤكد على توجيه الجهود الشعبية والجماهيرية المتاحة وتوفير كل الإمكانيات المادية والعلمية اللازمة وفتح الباب على مصراعيه أمام التنظيمات الشعبية لتقديم الإسهامات لأفعاله الممكنة وتشجيع الجهود الذاتية والتطوعية في مواجهة شاملة لمناشط

الحياة تحديثاً للمجتمع باعتبار أن هذا التحديث سيدفع الأميين إلى التحرير من أميتهم.

- وتمثل هذه الجهود جهود التنظيمات العمالية والمهنية والجمعيات الاجتماعية والثقافية والنسوية وتنظيمات الشباب .."

وقد رأى مركز تدريب قيادات تعليم الكبار لدول الخليج بأن أهداف الحلقة تتمثل بما يلي:

- إثارة الوعي بأهمية دون العون الذاتي في تطوير وتوسيع عمل محو الأمية وتعليم الكبار عن طريق مشاركة قطاعات المجتمع المختلفة في عمل محو الأمية وتعليم الكبار.
- التعريف ببعض أنماط وأدوار المؤسسات والتنظيمات الشعبية والجماهيرية في حركة محو الأمية وتبادل الخبرات بين المشاركين في الحلقة عن الممارسات الفعلية والواقعية لجهود العون الذاتي في مكافحة الأمية في دولهم.

ويمثل هدفا الحلقة جوهر العملية الاتصالية في دورها المتوقع لتأصيل مفهوم العون الذاتي:

ومن خلال استعراضنا لوظائف الاتصال يقف على رأس هذه الوظائف.

- تكوين الآراء والاتجاهات.
- تزويد الجمهور بالمعلومات والأخبار.
- والقيام بمهمة التعليم.

ولقد أشار باحثون عديدون إلى الدور التحفيزي الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام في تحريك الجماهير نحو أهداف محددة وخاصة فيما يخص قضايا التنمية

ويمكننا القول أنه في سياق النموذج الذي سنطرحه فإننا نتوقع أن تعمل تلك الوظائف الثلاث السابقة معا لتحقيق الهدفين التاليين:

- تحفيز الجماهير أو الجمهور المستهدف للمشاركة في العون الذاتي في مجالي محو الأمية وتعليم الكبار.
- التعريف ببعض الممارسات الناجحة لمساهمة الجماهير والتنظيمات الشعبية في مواجهة الأمية.

ونرى أن هذين الهدفين يتحققان من خلال ما يلي:

"رسالة إعلامية واضحة الأهداف، تستند إلى الأسس العلمية في مخاطبة الجمهور المستهدف، فتؤدي إلى معرفة الجمهور بالرسالة ووعي بأبعادها والتزام لتحقيق أهدافها".

أن نجاح وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية في تحقيق ذلك يستلزم النظر إلى العلاقة بين الاتصال والثقافة الجماهيرية والتعليم، والمؤسسات من خلال علاقة تفاعلية تتعامل باعتبار أن هذه جميعاً أنظمة فرعية تؤخذ في سياق نظام كلي وهو النظام المجتمعي.

ولهذا فإننا ونحن نقدم نموذجنا المقترح لتفاعل تلك العناصر الأربعة الاتصال - الثقافة الجماهيرية - التعليم - المؤسسات / الأفراد فإننا نسعى إلى تقديم تصور لسبل نجاح وسائل الإعلام في التأثير لتعميق مفاهيم العون الذاتي.

## - النموذج :

نموذج تفاعل وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة الجماهيرية والتعليم

### 1- وسائل الاتصال :

مع الأخذ في الاعتبار ما طرحنا بشأن مبدأ الاصطياد فيما يتعلق بعناصر عملية الاتصال من مرسل ورسالة ووسيلة وتأثير / وهدف / وتشويش فإنه يجب أن نأخذ في الاعتبار أن الوظائف - الهدف لوسائل الاتصال في العون الذاتي يتمثل فيما يلي :

تحفيز الجهود الذاتية للتنظيمات العمالية والمهنية والجمعيات الاجتماعية والثقافية والنسوية وتنظيمات الشباب والأفراد، للمساهمة في محو الأمية وتعليم الكبار. ونشر الوعي جماهيريا حول هذه المسألة.

وهكذا فإن الجمهور المستهدف للرسائل الإعلامية نوعان :

أ- المؤسسات المتوقع أن تساهم في العون الذاتي.

ب- الأفراد الذين يمكن أن يساهموا كمتبرعين أو متطوعين في حملات محو الأمية وتعليم الكبار.

وهكذا فإننا نتوقع من وسائل الإعلام أن نقوم :

أولاً : بنشر الوعي حول أهمية القضاء على الأمية باعتباره هدفا ساميا يؤدي إلى القضاء على الجهل والتخلف.

وثانياً : أن تقوم بنشر الوعي حول أهمية المشاركة الشعبية من خلال الجهود الذاتية التطوعية لحل مشكلات المجتمع.

وثالثاً : أن تقوم بتحفيظ المؤسسات والأفراد على اتخاذ القرارات مشاركة في محور الأمية وتعليم الكبار.

وهذه الأهداف الثلاثة تدخل في دائرة ما يعرف بالعون الذاتي أن وسائل الاتصال مثلها مثل الثقافة والتعلم تخضع لمجموعة من المتغيرات وهي تمثل العوامل الأساسية المؤثرة عليها، إذ توجد هناك العوامل المجتمعية مثل السياسة والاقتصاد والبناء الاجتماعي .. الخ وكذلك هناك العوامل الشخصية التي ترتبط بمجموعة بالعوامل النفسية والبيولوجية والتعليمية والعقلية للأفراد. وكذلك هناك عوامل مرتبطة بالبنى التحتية والمؤسساتية من حيث توافرها وإمكانياتها وكفاءتها.

وفي ظل هذه المتغيرات فإننا نتوقع من المتصل الذي سيوجه الرسائل التي تحمل مضامين العون الذاتي أن يتوافر لديه ما يلي :

أولاً : الوعي بأهداف المجتمع وفلسفته والالتزام بمصالحه.

ثانياً : الخبرات الاتصالية والمناسبة والتي تتطلب منه مراعاة قواعد التأثير والتي ذكرناها بالتفصيل عند حديثنا عن مبدأ الاصطياد.

وهذه القواعد تتمثل فيما يلي :

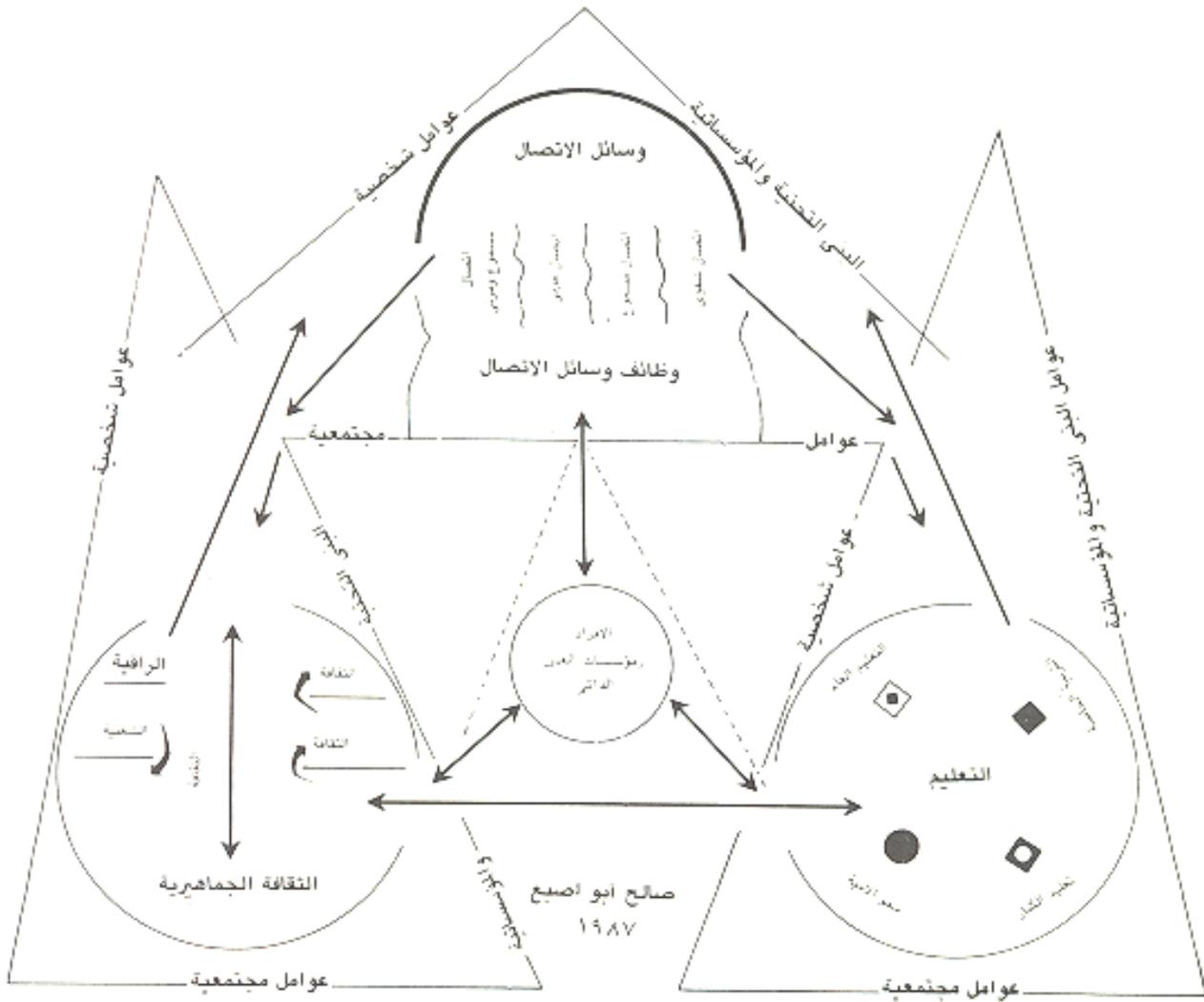
أ- فهم عناصر عملية الاتصال وإمكانياتها، مما يمكنه من الاستخدام الأمثل لرسائله.

ب- مراعاة مجموعة من العوامل المساهمة في تأثير وسائل الإعلام وفعاليتها هي :

1. مراعاة الزمن.
2. استخدام مبدأ المحاصرة والشمول.
3. الاستكشاف من خلال البحوث والتعرف على رجوع الصدى.
4. التراكم والتكرار.
5. التدريب.
6. الانسجام.
7. المرونة.
8. المنافسة.
9. نوعية الحافز.
10. استخدام التكنولوجيا.
11. اتصال عبر المؤسسات.

أن النموذج الذي نقترحه يضع وسائل الاتصال ووظائفها في مثلث يتفاعل تداخلاً وتأثيراً مع الثقافة والتي تقع في مثلث آخر ومع التعليم بأنواعه (التعليم العام ومحو الأمية، وتعليم الكبار، والتربية الخاصة) والذي يقع في مثلث ثالث، وهذه المثلثات محاطة بثلاثة أضلاع تمثل مجموعات من العوامل قاعدتها العوامل المجتمعية، وضلعها الأيمن البني التحتية والمؤسساتية والضلع الأيسر يمثل العوامل الشخصية وتفاعل هذه العوامل الثلاثة يشكل مثلثاً داخلياً يحيط بمؤسسات العون الذاتي. وهي المستهدفة من العوامل الثلاثة يشكل مثلثاً داخلياً يحيط بمؤسسات العون الذاتي. وهي المستهدفة من تفاعل المتغيرات الأساسية الثلاث وسائل الإعلام والثقافة، والتعليم (انظر الشكل رقم (1) نموذج تفاعل وسائل الاتصال والثقافة الجماهيرية والتعليم).

شكل (1) نموذج تفاعل وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة الجماهيرية والتعليم



## 2- دور الثقافة الجماهيرية في النموذج المقترح :

أشرنا على أن الثقافة الجماهيرية في جوهرها ثمرة من ثمرات الاتصال الجماهيري، وهي كمنتج ثقافي تشكل وعي الجمهور وتسهم في تحديد تصوراتنا للأشياء والأشخاص والصور النمطية لديه. وتتفاعل الجماهيرية مع الثقافتين الراقية والشعبية. تأثراً وتأثيراً، كما أن الثقافة الجماهيرية تعكس ظلالها سلباً وإيجاباً على التعليم فما تقدمه الثقافة الجماهيرية من قيم وأنماط سلوكية سوف تسهم في تشكيل وعي الجمهور، وإذا كانت الثقافة الجماهيرية في أيامنا هذه - وخاصة ما تبثه وسائل الإعلام المسموعة والمرئية تقدم نماذج وأنماط وقيم سلوكية أقل ما يمكن أن نقوله بأنها بعيدة كل البعد عن تشجيع قيم الاعتماد على الذات، وتعزيز مفهوم العون الذاتي وأن ما تبثه وسائل الإعلام لا تستثير لدى الجماهير قيم تعليم الكبار فما زلنا نسمع في التمثيليات المثل الشعبي "بعد ما شاب ودوه على الكتاب" وما زلنا نشاهد النماذج الجاهلة غير المتعلمة والتي تنجح في الحياة بينما يفشل المتعلم .

لقد أشرنا إلى أن هناك حلقة مفرغة تصل بين وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية، ولأن الثقافة الجماهيرية تؤثر على الأفراد والمؤسسات والتعليم وتؤثر بالتالي على القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية - بوضعهم أفراداً في المؤسسات وبوضعهم أعضاء منتمين إلى شكل من أشكال التعليم أن الدور المنتظر للثقافة الجماهيرية هو دور مرتبط بوسائل الإعلام التي من خلال وظائفها وقوتها والتزامها يمكن أن تقوم بدور كبير لتأصيل مفهوم العون الذاتي في مجال محو الأمية وتعليم الكبار.

ولا يمكن أن تلعب الثقافة الجماهيرية دورها في العون الذاتي إلا في ظل تخطيط واع لدورها في هذا السياق ويتركز هذا الدور من خلال تكريس مفاهيم العون الذاتي في السلوك الإنساني وتقديم نماذج وأنماط وقيم سلوكية جديرة

بالاحتذاء ومن هنا فإن المؤسسات الإعلامية مطالبة أن تنقل ثقافة جماهيرية تقود الجماهير وتحفزها من أجل التغيير.

### 3- التعليم في النموذج المقترح :

يقترح هذا النموذج التفاعل التام بين عناصر النموذج ولأن وسائل الاتصال – كما سبق وشرنا – تقوم بوظيفتين في هذا السياق:

أ - أن تقوم بالمساهمة في التعليم في مجالات التعليم العام ومحو الأمية وتعليم الكبار.

ب - وأن تقوم بعملية تعزيزية لمجالات التعليم السالفة من خلال المعارف والمعلومات المتنوعة التي تقدمها، والثقافة التي تبثها.

وهاتان الوظيفتان تسهمان عمليا في تكوين الأفراد الذين هم في نهاية المطاف أعضاء في النظام الاجتماعي وأعضاء في المؤسسات وهم كأفراد أيضا مستهلكون للثقافة الجماهيرية ولما تقدمه وسائل الإعلام. ومن هنا يتضح لنا التفاعل تأثيرا وتأثرا في العوامل الثلاث. ولأننا ننظر إلى أن بعض أشكال التعليم (محو الأمية – وتعليم الكبار) تحتاج إلى جهود شعبية وجماهيرية بحيث يتم توفير الإمكانيات المادية والإسهامات الآتية والتطوعية من قبل التنظيمات العمالية والمهنية والجمعيات الاجتماعية والثقافية والنسوية وتنظيمات الشباب. فإن تحفيز هذه المؤسسات يصبح محورا للنشاط الاتصالي والثقافية الجماهيرية التي تعمل على تأصيل مفهوم العون الذاتي لدى الأفراد والمؤسسات والجماهير.

### 4- الأفراد ومؤسسات العون الذاتي في النموذج المقترح:

في قلب هذا النموذج يقع النشاط الأساسي لتفاعل الاتصال والثقافة الجماهيرية والتعليم .. وما نعنيه هنا بالقلب ما أسميناه "بالأفراد ومؤسسات العون

الذاتي " . والمقصود هنا بالجمهور المستهدف من وسائل الاتصال. وهذا الجمهور يتكون من أفراد ومؤسسات الهدف منها أن تساهم في العون الذاتي هو في واقع الأمر نتيجة تفاعل الثقافة الجماهيرية والتعليم والاتصال.

كما أن جملة العوامل الأخرى المجتمعية والبنى التحتية / الشخصية تؤثر تأثيراً كبيراً على درجة الاستجابة للإسهام في محو الأمية وتعليم الكبار .

ولا شك أن موقف المؤسسات أو الأفراد من الإسهام في العون الذاتي سيرتبط بما يلي:

- 1- وعي المؤسسات أو الأفراد بأهمية العون الذاتي في مجالي محو الأمية وتعليم الكبار وما يحققه ذلك من فوائد ثقافية واقتصادية واجتماعية تعود على الأفراد والمؤسسات والمجتمع.
- 2- توافر الإمكانيات المادية وميزانية مناسبة تسمح بالقيام ببرامج محو الأمية وتعليم الكبار.
- 3- قدرة المؤسسات على إقناع المستفيدين من هذه البرامج للالتحاق بها وهنا يلعب الاتصال دوراً هاماً في تحقيق ذلك.
- 4- ضرورة وجود فلسفة واضحة للمؤسسة بالالتزام بمصالح المجتمع وتحمل المسؤولية تجاهه.
- 5- تنسيق الأنشطة بين المؤسسات المختلفة في وسائل الإعلام والتعليم والمؤسسات العامة من أجل القيام بحملات إعلامية لتدعيم مفهوم العون الذاتي بين الأفراد والمؤسسات.
- 6- تنسيق الأنشطة التعليمية في مجالي محو الأمية وتعليم الكبار بين مختلف المؤسسات ذات العلاقة وهي المؤسسات التعليمية والمؤسسات الإعلامية والمؤسسات العامة.

- 7- القيام بأبحاث لتحديد حاجات الأفراد والمجتمع والتعرف على الإمكانيات البشرية المتاحة والتي يمكن الاستفادة من جهودها التطوعية، وعلى إمكانيات استغلال وسائل الاتصال في هذه العملية.
- 8- دور الاتصال التي يشكل عاملا هاما كعامل تحفيزي وتعليمي.

## 5- مقترح لتطبيق حملة إعلامية :

إن هذا النموذج ليس بديلا للخطة الإعلامية التي يجب أن تعد إعدادا جيدا لتدعيم مفهوم العون الذاتي في مجالي محو الأمية وتعليم الكبار النموذج في حقيقته توضيح لطبيعة التداخل بين مختلف العوامل الهامة والمؤثرة في تأصيل مفهوم العون الذاتي. ويظل نجاح تطبيق هذا النموذج مرهون بمدى النجاح في تطبيق حملة إعلامية شاملة لتعميق مفهوم العون الذاتي بين الجماهير. وفي حقيقة الأمر فإن مشروع دليل الخطة الإعلامية للحملات الوطنية الشاملة يمثل دليلا جيدا يمكن الاستفادة منه في "حملة شاملة لتأصيل مفهوم العون الذاتي في مجالي محو الأمية وتعليم الكبار" ويجب أن يتم تكييف وتعديل مشروع الدليل بحيث يواءم مفهوم العون الذاتي ويواءم الجمهور المستهدف أيضا والظروف التي يتم تطبيق الحملة الإعلامية فيها.

والخطوط العامة للمشروع هي :

- 1- تحديد هدف الخطة الإعلامية (تأصيل مفهوم العون الذاتي لدى الأفراد والمؤسسات).
- 2- تحديد الجمهور المستهدف في الخطة الإعلامية " المؤسسات والأفراد".
- 3- تحديد الوسائل الاتصالية المستخدمة "وسائل الاتصال التقليدية ووسائل الاتصال الجماهيرية مع إمكانية الاستفادة من عربسات".
- 4- الأساليب استخدام الرسائل "ندوات" "مقالات" "أشرطة".

برامج درامية - ملصقات، كتب - أغاني ... إلخ.

- 5- التنسيق بين المؤسسات الرسمية وشبه الرسمية والأهلية والجمعيات الوطنية والتنسيق على مستوى إقليمي أو قومي.
- 6- التنفيذ.
- 7- التقويم (الندوة العربية لمناقشة كيفية وضع مؤشرات الخطة الإعلامية للحملات الوطنية الشاملة لمحو الأمية 1981. ص. ص 357-366).

ولكي تتضح لنا الصورة العملية لتطبيق الحملة من أجل تأصيل دعم العون الذاتي فإنه يمكننا الاستفادة من نموذج الاندماج التبادلي للاتصال التنموي (أبو أصعب 1985). ويمكن تطبيق هذا النموذج من حيث أن الرسائل حول العون الذاتي هي رسائل تنموية وحيث أن الجمهور المستهدف في هذه الحملة التنموية يتمثل بالأفراد والمؤسسات.

وهو يبرز لنا أبعاد انسياب العملية الاتصالية بشكل واضح إذ أنه:

- 1- يوجد هناك حقل للحوافز أو المثيرات وهو نسبة الأمية العالية في الوطن العربي وتأثيرها السلبي على الحياة العربية والرغبة في تخطيها من أجل تحقيق التنمية ومن خلال هذا الحافز يتضح لنا الهدف وهو القيام بحملة للعون الذاتي في مجالي محو الأمية وتعليم الكبار.
- 2- وهناك المتصل التنموي والذي يحدد جمهوره ويقوم بتصميم رسائله لتكون ملائمة لجمهوره ومحقة لأهدافه.
- 3- ويختار بعد ذلك الوسائل الاتصالية الملائمة منسجما بذلك مع واقع الخبرة باستخدام الوسائل الأكثر تأثيراً.
- 4- تصل الرسائل عبر القنوات إلى الجمهور المستهدف .. وهم شريحة أو نوعية خاصة من الجماهير .. ونتوقع أن يتعرض للرسالة جمهور آخر غير المستهدف ... ولكن ما يعيننا هنا الشريحة المتأثرة.

5- أن عملية الاتصال هذه سوف تعاني من وجود رسائل منافسة ... وقد تكون محلية أو إقليمية أو دولية .. وفي الغالب أن تكون رسائل ترفيهية تشد انتباه الجمهور وتؤثر على فاعلية الرسالة الإعلامية. وتعاني العملية من التشويش الذي يؤثر على الرسالة.

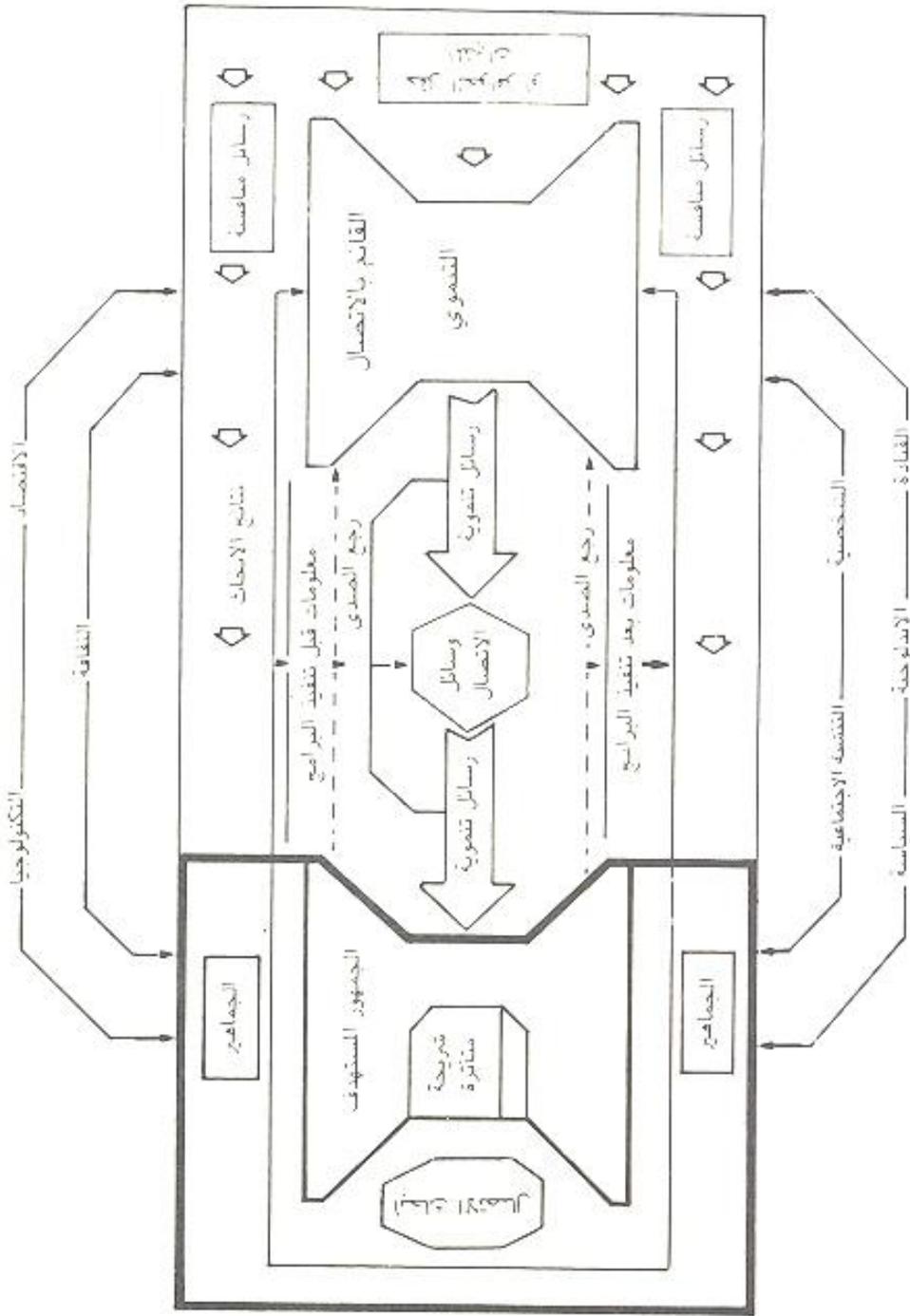
6- يعتمد المتصل التنموي في تصميم رسائله والتخطيط لحملة الإعلامية على الأبحاث العلمية والتي يحصل عليها كمعلومات قبل تنفيذ الحملة الإعلامية، أو من رجع الصدى المسبق أو من خلال المعلومات اللاحقة ورجع الصدى اللاحق.

وينظر هذا النموذج إلى العملية الاتصالية باعتبارها عملية مجتمعية متفاعلة مع عناصر عديدة على مستوى شخصي ومؤسستي وعلى مستوى قومي وعلى مستوى دولي.

ولكن يقدم النموذج رؤية أشمل للعملية الاتصالية فإن النموذج يستفيد علميا مما سبقه من نماذج موضحا عناصر كثيرة من النماذج التي سبقته ومبرزا أهمية المتغيرات غير الاتصالية في التأثير على فعالية الاتصال التنموي. وقد جعل هذه المتغيرات تأتي في دائرتين، الدائرة الأولى لتشمل متغيرات أساسية في التأثير على الإنسان وتشكيل رؤيا للعالم (ووجهة النظر حلو العالم Worldview أساسية في العملية الاتصالية وهذه المتغيرات هي الثقافة والتنشئة الاجتماعية والشخصية وقرب هذه العوامل من العملية الاتصالية يجعلها تكسب الأهمية القصوى في إنجاح أو إفشال العملية الاتصالية.

وأما الدائرة الثانية وهي الدائرة الأشمل فإنها تمثل الظروف أو البيئة التي تحتضن العملية الاتصالية وهي تشمل الاقتصاد والتكنولوجيا والقيادة الأيدلوجية والبنى الأساسية، انظر الشكل التالي:

نموذج الاندماج التبادلية للاتصال التنموي ( الشكل 2)



ويبرز النموذج أنواعاً أخرى من المتغيرات لم يتم التركيز عليها بشكل كبير مثل:

1- المعلومات قبل تنفيذ البرنامج والمعلومات بعد تنفيذه، وهي مرتبطة بنوعين من المعلومات:

أ - ما يتم تحصيله عن طريق رجع الصدى.

ب - ما يتم تحصيله عن طريق البحوث الإعلامية.

وهذان العنصران يؤكدان بطريقة أو بأخرى على أهمية التخطيط للإعلام التنموي.

2- كذلك يبرز النموذج الأهمية للرسائل الإعلامية المنافسة سواء أكانت محلية أو إقليمية أم دولية لأنها تساعد على آفاقه الرسالة التنموية لأهدافها.

3- كما يركز النموذج على الجمهور المستهدف ويظهر على أن الرسالة التنموية الجماهيرية تستقبلها الجماهير ولكن هدفها جمهور معين، ولكن تأثير الرسالة يكون على شريحة معينة.

4- أن عملية التأثير على الشريحة مرتبطة إلى حد كبير بالاستخدام الأفضل للعناصر الاتصالية والاستفادة من عناصر النظريات الإعلامية.

5- يركز النموذج على الوقت باعتباره عاملاً هاماً في العملية الاتصالية ويتم التركيز على مظاهر جريان الزمن ليشمل ذلك الوقت التوقيت والتوقيت والمدة كعناصر هامة في العملية الاتصالية.

6- يركز النموذج على ضرورة الاستفادة من نظريات الاتصال وإدماجها من أجل الحصول على عملية اتصالية فاعلة.

7- يهتم النموذج بالتركيز على مستويات الاتصال ودمج أبنية الاتصال الجماهيرية بأبنية الاتصال التنفيذي.

8- يبرز النموذج أن أي شكل من التغيير في أي وجهة من أوجه التنمية سيكون لها تأثيرها المتبادل على العناصر الأخرى.

## - الخاتمة:

حاولنا في هذه الدراسة أن نتعرف على الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية في تأصيل مفهوم العون الذاتي في مجالي محو الأمية وتعليم الكبار. ولتحقيق هذه الغاية قمنا بتحديد المفاهيم الأساسية التي أتاحت لنا التعرف على خصائص كل من وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية - والتي هي منتج من منتجات وسائل الاتصال الجماهيري.

وكان لابد أن نسير مع وسائل الإعلام في محاولة للتعرف على وظائفها المرتقبة وكذلك التعرف على نظريات تأثير وسائل الإعلام، مما يوفر لنا فرصة لفهم أعمق لدارسة تأثير وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية واستعرضنا خصائص وسائل الإعلام كالإذاعة والتليفزيون واستخدامهما عن طريق القمر الصناعي وخاصة في مجال التعليم. وعند مراجعتنا لنظريات التأثير كنا نبحت عن مدخل نظري أفضل لفهم تأثير وسائل الإعلام ولذا تبينا مبدأ الاصطياد كمحاولة نظرية تنظر إلى وسائل الإعلام باعتبار أن لها قوة كامنة يمكن تحقيقها من خلال فهم أفضل لعناصر العملية الاتصالية وفهم أفضل لطبيعة الجمهور المستهدف ولذا فإن نجاح العملية الاتصالية في حملة تستهدف تأصيل مفهوم العون الذاتي تستلزم حسب مبدأ الاصطياد.

1- متصل Communicator ذو خبرة ووعي والتزام بمسئوليته ومحددة أهدافه.

- 2- رسائل مصممة ملائمة للهدف ومناسبة للجمهور المستهدف.
- 3- وسائل قادرة على الوصول إلى الجمهور المستهدف حيثما يكون.
- 4- جمهور محدد ومعروفة خصائصه الديمغرافية والثقافية والسلوكية.
- 5- الأخذ في الاعتبار البيئة التي تتم بها العملية الاتصالية. ومراعاة ظروف البيئة الاتصالية مثل التشويش والرسائل المنافسة.

وقدمنا نموذجاً يظهر الطبيعة التفاعلية بين وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية والتعليم بأنواعه، ولكن نكون أكثر واقعية في بيان دور وسائل الإعلام في تأصيل مفهوم العون الذاتي، فإننا استناداً إلى ما تم اقتراحه في ندوة قطر بشأن وضع المؤشرات للحملة الشاملة لمحو الأمية، فإننا بينا نموذج الاندماج التكاملي للاتصال التنموي مستفيدين مما اقترحت مؤشرات الحملة بشأن التخطيط لها. وهكذا فإننا رأينا أن دور وسائل الإعلام في حملة مخطط لها جيداً تأخذ في الاعتبار مجموعة من المتغيرات الاتصالية كالمرسال والرسالة والوسيلة والمستقبل إلخ. وكذلك مجموعة من المتغيرات غير الاتصالية كالمتغيرات الشخصية والمجتمعية يمكن أن ننذ أن تنجح وسائل الإعلام في تأصيل مفهوم العون الذاتي لدى الجماهير وتلعب البحوث الإعلامية المسبقة والبحوث المرافقة والمتابعة للحملة دوراً هاماً في إنجاح الحملة الإعلامية وفي هذا الصدد فإن مجالات البحث المسبقة يمكن أن تشمل ما يلي وستكون ذات فائدة جلي للمخططين والاتصاليين في مجالات الحملات الشاملة التي تستهدف الجماهير والمؤسسات.

- 1- التعرف على أنماط الاتصال المفضلة لدى الجماهير.
- 1- التعرف على أكثر قوالب الاتصال شعبية لدى الجماهير مثل الأغنية – الفيلم – المسرحية أو المسلسل الدرامي ... إلخ.
- 2- التعرف على أكثر وسائل الاتصال مصداقية لدى الجماهير.
- 3- التعرف على أكثر المتصلين شعبية وثقة لدى الجماهير.

- 4- دراسة أشكال العون الذاتي في المجالات المختلفة والتعرف على طرق الاتصال بشأن تحقيقها.
- 5- التعرف على حاجات الجمهور ورغباتهم وإمكانياتهم بما يمكن استثماره في الحملات الشاملة.
- 6- التعرف على الخصائص الديمغرافية للجمهور مما يوفر معلومات أساسية للمخطط المتصل.
- 7- دراسة أشكال التكامل والتفاعل والتنسيق والتخطيط والتنفيذ بين المؤسسات الإعلامية والتعليمية مما يسهل وضع تصور لعمل إعلامي تربوي مشترك بشأن الحملات الإعلامية التي تستهدف قضايا تربوية و تعليمية.
- 8- دراسة الثقافة الجماهيرية وما تبثه من قيم وأنماط سلوكية ونماذج تحتذي.

هذه بعض المجالات التي يمكن أن تكون مجالاً لدراسات مستقبلية مما يسهم في توفير معارف أساسية تسهم في إنجاح العمل الإعلامي وخاصة في المجالات التربوية والتنموية بشكل عام. ولكن يظل الجهد الفردي في هذا المجال قاصراً. وكلما تكاتف الجهد محلياً وإقليمياً كلما توقعنا أن نحقق نتائج أفضل وليس أمام التربويين والإعلاميين إلا خيار واحد وهو العمل العربي المشترك كي ينجزوا التقدم ويحققوا التنمية في بلادهم ونحن نخطو على أعتاب القرن الحادي والعشرين.

# المصادر والمراجع

## أولا : باللغة العربية :

- (1) أبو أصبع، صالح : (1987) "عمليات الاتصال : من الاتصال الذاتي إلى الاتصال الجماهيري". مجلة كلية الآداب جامعة الإمارات، عدد 3 ، 1987 .
- (1985) الإعلام والتنمية. دبي : مؤسسة البيان، ط 2، 1985 .
- (1986) "وسائل الإعلام والتنمية في دولة الإمارات العربية المتحدة".
- "مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية العدد 47، يوليو 86. ص 155 – 184 .
- ويعقوب توفيق . (1985) "استخدامات مشاهدة التلفزيون" مجلة جامعة الإمارات العدد الثاني ، 1985.
- (2) الجابر ، زكي : (1984) "الإعلام والمؤسسة التعليمية : إشكالية الرسالة الإعلامية والمنهج المدرسي". رسالة الخليج العربي ، العدد 12 ، سنة 4 – 1984 . ص 127 – 148 .
- (1983) . "الإعلام والمؤسسة التعليمية : الطلاق الذي لم يكتمل الثلاث". رسالة الخليج العربي العدد 7 السنة الثانية ، 1983 ص 35 – 58 .
- الراوي ، مسارع (1987) . استراتيجية محو الأمية بين المبدأ والتطبيق ندوة الرؤى المستقبلية للتعليم في الوطن العربي ، البحرين 3 – 5 أكتوبر 87 ، وثيقة رقم 7.
- (3) رشتي ، جيهان : الأسس العلمية لنظريات الإعلام . القاهرة : دار الفكر العربي د . ت .
- (4) شيفر ، بيير ، (1980) "وسائل الإعلام والمدرسة . ديكارات أم ماك لوهان" مستقبل التربية ، العدد 4 ، 1980 ص 64 – 105 .
- (5) صايغ ، يوسف (1985) "استراتيجية التنمية في العالم العربي" في كتاب السكان والتنمية في الشرق الأوسط ، الأكوأ، بغداد الأكوأ ، 1985 .
- (6) عبد الجواد ، نور الدين (1983) "الإعلام والرسالة التربوية". رسالة الخليج العربي . العدد 7 ، سنة 2 1983. ص 59 – 102 .
- (7) عبد الله ، إسماعيل صبري . (1983) في التنمية العربية . بيروت : دار الوحدة للطباعة والنشر.
- (8) عجاوي ، محمود . (1985) تعليم الكبار . دبي المطبعة الوطنية .
- (9) عطية ، حاج (1981) . "وسائل الإعلام والحملة الشاملة". تعليم الجماهير ، العدد 19 سنة 8 ، 1981 .
- (10) الغنام ، محمد أحمد (1982) . "الإعلام من أجل تربية أفضل . التربية الجديدة العدد 25 ، سنة 9 (ك 2 – نيسان) 1982 ص 4 – 15 .
- (1982) . "التعليم والإعلام من أجل تربية أفضل" رسالة الخليج العربية . العدد السادس ، السنة الثانية ، 82 . ص 8 – 38 .
- (11) فاينفنش : اجناس (1973) . تعليم الكبار بالراديو والتلفزيون : دروس من الخبرة العالمية . اليونسكو ، باريس ، 1973 .

- (12) فرجاني نادر (1984) "عن غياب التنمية في الوطن العربي" في كتاب "التنمية العربية الواقع الراهن والمستقبل". بيروت مركز دراسات الوحدة العربية .
- (13) فيريرون باولو (1976). "محو الأمية والحلم الممكن" مستقبل التربية : المجلد السادس : العدد الأول 1976 ص 68 - 73 .
- (14) قمبر ، محمود (1985) : "اهداف وخطط محو الأمية وتعليم الكبار بدول الخليج العربية" في بحوث ودراسات تربوية ، جامعة قطر ، المجلد 112 ، 1985 . ص 67 - 142 .
- (15) قنديل ، حمدي (1984) . "لا تطلقوا القمر الصناعي العربي" مجلة العربي العدد 313 ، ديسمبر 1984 .
- (16) كامل ، عبد العزيز (1982). "الإعلام الديني والتربية" رسالة الخليج العربي . العدد 7 السنة الثانية ، 1983 ص 103 - 130 .
- (17) كلاجير ، برنار (1982) في استخدام أقمار الاتصال للتعليم والتنمية في بعض دول آسيا وأفريقيا. في كتاب أقمار الاتصال في الخدمات الإذاعية والتلفزيون . تونس / اتحاد إذاعات الدول العربية . سلسلة دراسات وبحوث إذاعية رقم 26 .
- (18) الكواري ، علي خليفة (1985) نحو استراتيجية بديلة للتنمية الشاملة . بيروت . مركز دراسات الوحدة العربية .
- (19) ليستاج ، اندرية (1981) . الأمية ومحو الأمية . اليونسكو . دراسات ووثائق تربوية العدد 42 . باريس : 1981 .
- (20) مكتب التربية العربي لدول الخليج (1986) وقائع ندوة ماذا يريد التربويين من الإعلاميين . (الرياض . ط 2 . 1986 (ثلاثة أجزاء) .
- (21) مكتب اليونسكو الإقليمي للتربية في البلاد العربية (1984) "استخدام التليفزيون في محو الأمية ومرحلة المتابعة" ، التربية الجديدة (العدد 31 ، السنة 11 نيسان 1984 . ص 61 - 77) .
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (1980) . الصورة في عملية الاتصال (بغداد) . مطبعة سلمى الفنية الحديثة) . (1982) .
- (22) مؤشرات الخطة الإعلامية في الحملات الشاملة لمحو الأمية . (بغداد ، الجهاز العربي لمحو الأمية وتعليم الكبار. (1981)
- (23) محو الأمية وخطط التنمية الشاملة . ندوة الخرطوم من 17 - 21 / 8 / 1980 ، بغداد : 1981 .
- (24) المشاط ، على (1983) "الشبكة العربية للاتصالات الفضائية وإمكاناتها" (الرياض : جهاز تلفزيون الخليج) .
- (25) وليام ن ريفرز : بيترسون : تيودور آجنش ، جان (1975) . وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ترجمة إبراهيم إمام (القاهرة ، دار المعرفة) .
- (26) اليونسكو (1983) . مكافحة الأمية في العالم . (باريس ، اليونسكو) .
- (1981) . أصوات متعددة وعالم واحد : الاتصال والمجتمع اليوم وغداً الجزائر : الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، 1981 م .

## ثانياً : المراجع الأجنبية :-

- 1) Ball-Rokeach. S.J. and DeFleur, Melvin (1977) . A Dependency model of mass media effects
- 2) Inter-Media , inter-personal communication in a media world. (eds.) Gerry Gumpert and Roberts cathcart. (oxford Univ. press, pp. 229 – 242)
- 3) Blake and Heroldsen (1979) A Taxonomy of concepts in communication (N.Y. : Hastings House).
- 4) The Carnegie commission (1979) a public trust : the report of the Carnegie commission on the future of public broadcasting (N.Y. bantam books) .
- 5) Cuyno, R.V. (1977) communication systems in the implementation of an integrated Rural Agricultural development program. In perspectives in communication policy and planning. (eds) Sayed Rahim and john Middleton, (Honolulu. Hawaii, east-west center)
- 6) Denis , Everett (1978). The Media society : Evidence about Mass communication in America (Iowa : Dubugue , WM. C. Brown co.)
- 7) Donohew , Lewis and Tipton , Leonard (1973). "A Conceptual Model information : seeking , Avoiding and processing". In New Models for mass communication research (ed) peter Clarke. (Beverly Hills : sage pub)
- 8) Graff , Robert D. (1987). Communications for national Development (Cambridge, Massachusetts : Gunn and Hein pub).
- 9) Hag , Ernest Van den Haag , (1959). "Dissent from the Consensual Society" in Norman vacobr (ed). Culture for the millions : Mass Media in Modern Society, (Boston : Beacon Press. Fourth printing 1971)
- 10) Howitt , Dennis (1982). Mass media and social problems. (Oxford : Pergannon press.)
- 11) Jamison. Dennis. And E.G. Mc. Anany (1978). Radio for Education and Development. (Beverly Hills : sage pub)
- 12) Katz, Elihu (1975). "The Tow step flow of communication", in mass communication. (ed) Wilbur Schramm. Urbana : Univ. of Illinois press. Pp. 364 – 365
- 13) Blumer , Jay and Gurevitch. Michael (1974) . Uses of mass communication by the individual in mass communication research : major Issues future directions (eds) Philips Davidson and Frederic Jr. new York : praeeger pub. 1974.
- 14) Klapper , Joseph (1961). "The effects of mass communication. (curacao : the free press)

- 15) Lasswell , Harold (1977). "The Structure Function of Communication in Society" , in Schramm and Roberts (eds). The process and effects of mass communication (Chicago : Univ of Illinois press)
- 16) Lazarsfeld , Paul (1968). "The effects of radio" in Alan casty (eds.) mass media and mass man. (N.Y : Rinehart and Winston).
- 17) Berelson , Bernard & Gaudet H. (1944). The people's choice : How the voter makes up his mind in presidential campaign. (N.Y. : duell , sloan and peace)
- 18) Macdonald , Dwight. (1975). "A Theory of mass culture" , in Bernard Rosenberg and David white (eds.) mass culture : the popular arts in America (N.Y. : the free press)
- 19) McQuail , Denis (1983). Mass communication theory. (London : SAGE pub.)
- 20) Newman , Noelle (1979). Return to the Concept and Powerful Mass Media, quoted in communication theories : origins , and uses. By Severin and J.W. Tankard. (N.Y. : Hasting house) (1978) quoted in the media society : evidence about mass communication in America. Everett Denis (ed.) (Iowa : brown company pub)
- 21) Parker , Edwin, (1977). "Planning communication technology and institutions for development". In perspectives in communication policy and planning. Sayeed Rahim and John Middleton (eds.) (Honolulu. East – west center)
- 22) Rogers , Everett and shoemaker. Floyd (1971) communication of Innovations. 2<sup>nd</sup> ed (N.Y. : the free press)
- 23) Ronald , Willard, (1976) "Instructional Television : An Agenda for self Analysis" in D. Cater and M. Nyhan (ed). The Future of Public Broadcasting. (N.Y. : Praeger pub)
- 24) Schramm, willbur. (1964) mass media and national development. (Stanford , Stanford univ. press and unesco)
- 25) Severin , Warner and Tankard, James. (1979). Communication theories : origins, methods and uses (N.Y. : Hasting House pub)
- 26) Shaw , Ronald and Mc. Combs , Maxwell , (1977). The emergence of American political Issues : the Agenda setting function of the press. (St. Parcel : west pub. Co.)
- 27) Tan , Alexis , (1981). Mass communication theories & Research (Columbus , Ohio , Grid pub. Inc.)
- 28) World Bank (1981). The Educational Uses of Mass Media. (world Bank Staff working paper. No. 491. Oct. 1981