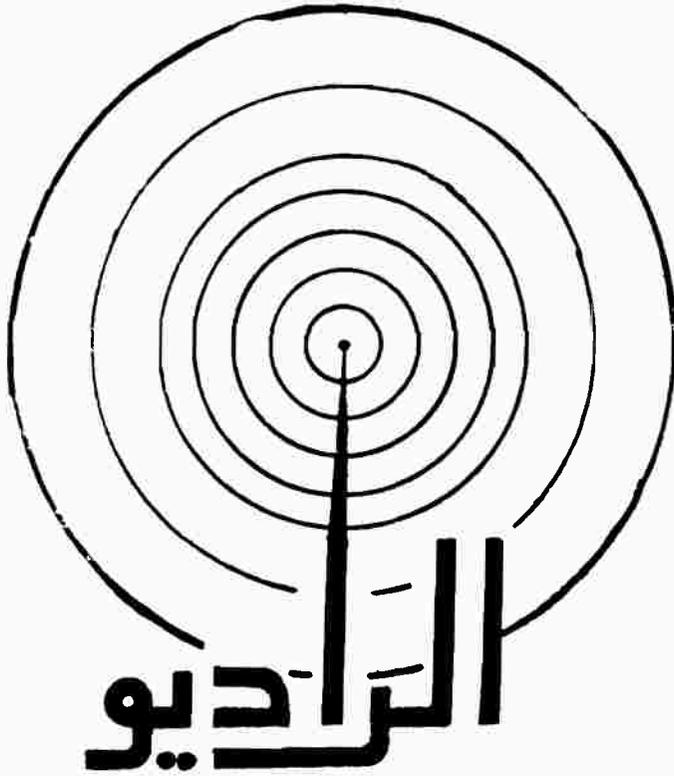


الدكتور
محمد علي العويني



و

التممية السياسية

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

تصدير

تعتبر موضوعات « الاعلام السياسي » من الموضوعات التي في حاجة الى مزيد من الدراسات باللغة العربية ، ويؤخذ في الاعتبار ندرة المتخصصين فيها . ومن هنا كلن اهتمامي بموضوعات الاعلام السياسي ، وقيامى بعمة دراسات في هذا المجال .

وهكلما كان اهتمامى بموضوع « الراديو والتنمية السياسية »

وارجو ان يكون بداية لبحوث اعلامية سياسية اخرى في مجال الراديو والتليفزيون .

وهذه الدراسة وغيرها من الدراسات التي اعدتها ، خلاصة لجهودات متتابة لعمة سنوات ، في مجالات نظرية وتطبيقية ، اخلت منى الكثير .

ارجو ان اكون وفقت فيما اردت ، وهو المساهمة في سد النقص في المكتبة العربية ، في موضوعات الاعلام السياسي التي في حاجة الى مزيد من التعميم .

والله ولى التوفيق ،،

محمد على العوينى

كل حقوق التأليف والنشر محفوظة للمؤلف ، ويجوز الاعتماد على هذا المؤلف وفقا للقواعد العلمية الرعية ، ويمكن التباس بعض الفقرات مع ذكر المصدر بوضوح ، ولا يجوز إعادة نشر أو نقل أى جزء من هذا المؤلف بأى شكل ، أو بأى وسيلة الكترونية أو ميكانيكية ، دون الحصول على إذن كتابى مسبق من المؤلف .

المؤلف

مقدمة

تصميم الدراسة

تبدو أهمية هذه الدراسة للعالم العربي ، نظرا لانه يدخل في اطار الدول النامية ، وبالتالي فان قضية التنمية الوطنية تمثل تحديا يواجهه دول العالم العربي ، وان كان بدرجات متفاوتة ، حيث أن للتنمية الوطنية عدة ابعاد اقتصادية وسياسية واجتماعية وادارية وثقافية وكثيرا ما يكون العامل السياسي مؤثرا بدرجة كبيرة نسبيا ، في العوامل الأخرى ، وان كانت العلاقة بين جوانب التنمية الوطنية علاقة تآثر وتآثر .

ومن هنا تبرز أهمية التنمية السياسية بالنسبة للدول العربية ، حيث انها عامل هام للغاية من عوامل التنمية ، وحيث أن وسائل الاعلام الجماهيري ولا سيما الراديو تقوم بدور بارز في عملية التغيير السياسي والاجتماعي ، ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة الخاصة بدور الراديو في التنمية السياسية ، من ناحية الاعتبارات العملية التي تواجه المنطقة التي نعيش فيها .

وفيما يتعلق بالكتابات التي كتبت في هذا الموضوع ، فكانت ولا زالت اجنبية في المقام الأول ، وعلى حد علمي لم يوجد بعد دراسة بالعربية عن دور الراديو في التنمية السياسية ، ومن هنا كان انشغالي بهذه الدراسة ودراسات أخرى منذ عدة سنوات تمكنت خلالها من الاطلاع على كتابات بالانجليزية والفرنسية عن هذا الموضوع ، بالإضافة الى ملاحظة الظاهرة ، والإشراف على بحوث ميدانية في مصر لها صلة غير مباشرة بهذه الدراسة .

وفي هذا الاطار يتحدد اطار الدراسة في النقاط الاساسية التالية :

- مفهوم التنمية السياسية وما يرتبط بذلك من قضايا وازمات
- الراديو كوسيلة اعلام جماهيري اكثر تأثيرا من غيرها

- دور الراديو في التنمية السياسية ، وهذا يمثل الفكرة الجامعة بين الراديو والتنمية
- العلاقة بين التنمية السياسية وتخطيط البرامج
- العلاقة بين التنمية السياسية وتنفيذ البرامج
- العلاقة بين التنمية السياسية ومتابعة البرامج .
- نتائج الدراسة

الفصل الأول

مفهوم التنمية السياسية

تحدى وجود لدول الجديدة فى اسيا وافريقيا الامكانيات النظرية للعلوم السياسية ، فالمجال الاكاديمى الذى كان محمدا بالمجتمعات الغربية بشكل اساسى اصبح يواجه اشكالا اخرى من العلاقات والمتغيرات .

ومن بين المشاكل التى تواجه هذه الدول الجديدة عملية التنمية . وقد انعكس ذلك بدوره على الاهتمامات العلمية فى مجالات العلوم السياسية والاجتماع والاعلام .

وفيما يتعلق بتعريف التنمية السياسية (1) فيعرفها البعض بأنها الاحتياجات السياسية ، فعندما يركز على مشاكل النمو الاقتصادى ، وتحويل الاقتصاديات الراكدة الى اقتصاديات تتسم بالسمة الديناميكية ، فان الظروف السياسية والاجتماعية لها دور فى زيادة متوسط الدخل الفردى اى ان دور التنمية السياسية يتحدد فى تسهيل النمو الاقتصادى .

وهناك من يعرف التنمية السياسية بأنها التحديث السياسى . **Political modernization** اى تغيير القيم والمعتقدات والبنىات بما يكفل التحول السياسى نحو المجتمعات الحديثة .

وذهب البعض الى ان التنمية السياسية هى عملية قيام الدولة الوطنية **the operation of a nation state** على اساس ان التنمية السياسية تتكون من اطار تنظيمى للحياة السياسية وتعمل على تقديم الوظائف السياسية وفقا للمستويات المتوقعة للدولة الوطنية المتقدمة . ويفترض هذا التعريف ان هناك انماطا متعددة من النظم السياسية من الناحية التاريخية ، وان كل الجماعات لديها انماط سياسية خاصة بها . ومع وجود الدولة الوطنية المتقدمة برزت مجموعة من الاحتياجات السياسية ، مثل المحافظة على مستوى معين من النظام العام وتعبئة الموارد ووجود انماط معينة من الالتزامات الدولية ، ومن هنا تتكون الدولة الوطنية .

ويذهب آخرون الى ان التنمية السياسية هى تعبئة الجماهير وتفاعلهم مع النظام القائم ، وعدم وقوفهم موقف اللامبالاة ، ويتسم ذلك بدرجة من المشاركة الشعبية الموسعة .

(1 Lucian W. Pye, **Aspects of Political Development: An Analytic Study**, Boston : Little Brown and Company, 1966.

ويرى البعض ان التنمية السياسية هي بناء الديمقراطية ، وهذا يرتبط بقيام المؤسسات السياسية ومدى علاقاتها ببعضها البعض ، ومدى ملاءمتها للظروف الاقتصادية والاجتماعية القائمة ، وفي هذا الصدد قال هارولد لاسكي أن النظم السياسية تختلف باختلاف المجتمعات المطبقة فيها ، وشبه ذلك بالأحذية فلا يتصور مثلا أن حذاء معينا يلائم جميع الافراد ، ولكن الصحيح هو اختلافه باختلاف الأفراد .

وهناك من يعرف التنمية السياسية بأنها الاستقرار والتغير المنظم ، ويرتبط الاستقرار بمفهوم التنمية على أساس أن أى شكل من التقدم الاقتصادي والاجتماعى يعتمد على البيئة الملائمة لذلك .

ويلاحظ ان التعريفات السابقة تختلف باختلاف الكتاب وتركيزهم على زاوية معينة من زوايا التنمية السياسية فهناك من يركز على مدى ارتباطها بالتنمية الاقتصادية ، وهناك من يركز على التحديث السياسي ، وهناك من يولى اهتماما بالاستقرار السياسي وهكذا .

وترتبط عملية Process التنمية السياسية بتحقيق تغيرات بنيانية Structural changes فى المؤسسات السياسية تتلائم مع الجسم السياسي والاقتصادى والاجتماعى بمعنى ان المهم ليس نمطا معينا ، ولكن المهم فعالية النمط وتمشييه مع الظروف القائمة ، فاذا كان هناك نمط معين يلائم دولة معينة فهذا لا يعنى انه يلائم دولة اخرى .

ويمكن القول ان هناك عدة ازمات تتعلق بالتنمية السياسية منها ازمة الهوية The identity crisis فافراد الدولة يجب ان يشعروا ان هوياتهم الشخصية تتحدد بمدى العلاقة بوطنهم ، حيث انه فى كثير من الدول الجديدة يسود التنافس فى الولاء مع الدولة اذ هناك الولاء القبلى والولاء اللغوى والولاء العرقى ، وهذا لتمزق فى الولاء يؤثر على التنمية السياسية .

وهناك ازمة الشرعية The legitimacy crisis التى ترتبط بطبيعة السلطة ومسئوليات الحكومة ، وهذا يثير العلاقة المتبادلة بين السلطة المركزية والسلطة المحلية والبيروقراطية ودور الجيش فى الحياة السياسية ، وطبيعة الاهداف الموضوعية ومدى تحقيقها .

The penetration crisis

وهناك أزمة التسرب والاختراق

فالمشاكل الحرجة للادارة في الدول الجديدة تؤدي الى اثاره أزمة الوصول الى المجتمع ، وتنفيذ السياسات الموضوعه . وهذا يرتبط بالتنمية الاقتصادية والتغيير الاجتماعي ، ولكي تنفذ الحكومة سياسات ذات مغزى ، فهذا يتوقف على مقدرتها في الوصول الى مستوى القرية ولمس الحياة اليومية للسكان ، وهذا يثير قضية الثقة بين الحكام والمحكومين ، وصعوبة تغيير القيم والعادات .

اما أزمة المشاركة The Participation crisis فتعني انخفاض

معدل التوسع في تدفق المشتركين الجدد ، وذلك في عملية التفاعل مع المؤسسات القائمة ، والقضية هي محاولة زيادة تفاعل المشتركين مع المؤسسات القائمة .

integration crisis

وهناك أزمة الاندماج

اذ انه يمكن للاندماج ان يعطي الحلول الفعالة . لازمات الوصول الى المجتمع والمشاركة ، ويتوقف اندماج الحكومة مع الشعب والجماعات القائمة على الانجازات التي تقدمها من خلال النظام السياسي .

the distribution crisis

اما أزمة التوزيع

فتبين ان الأزمة النهائية في عملية التنمية تشمل مسائل تتعلق بمدى نفوذ السلطات الحكومية ودورها في توزيع السلع والخدمات ، ومدى وجود نمط من القيم في المجتمع وفي بعض الحالات تلجأ الحكومات الى مواجهة المشاكل بالتدخل المباشر في توزيع الثروة وتقوية فرص وامكانيات الجماعات الغير مستفيدة **disadvantaged groups**

وترتبط التنمية السياسية بعدة قضايا وهي الديمقراطية والشخصية وتغيير القيم والاتصال .

وإذا تعرضنا للديمقراطية فيجب ان يؤخذ في الاعتبار ، الحاجة الى النمو الاقتصادي ، ومدى تعقد هذه القضية ، واحتياجها الى نظام يتسم بالاستقرار ، ويكرس جهوده نحو تحقيق التقدم الاقتصادي ، وما يرتبط به من مسائل اجتماعية وسياسية وادارية وغيرها . مع ملاحظة أن الديمقراطية ذات مفهوم عام يرتبط بحكم الشعب ، وله تطبيقات مختلفة ، وهنا وجدت

كثير من الدول الجديدة أن الطريق هو أنبعا نظام الحزب الواحد أو التجمع الشعبي الواحد ، وثبت صحة هذه الفكرة نظريا ، وقد وجدت هذه الفكرة في اول الأمر في الدول التي تتبع الان نظام تعدد الأحزاب ، ففي الولايات المتحدة الأمريكية هاجم جورج واشنطن الاحزاب السياسية ووصفها بانها مخربة وذلك نظرا للظروف الأولى المتعلقة بقيام الولايات المتحدة بعد تخلصها من الحكم البريطاني ، أى أنه يجب أن يؤخذ في الاعتبار العلاقة بين النظام والظروف القائمة وعدم التركيز على قالب معين ، والمهم أخيرا هو الارتطام الديناميكية للنظام القائم ومدى قدرته العملية .

أما ما يتعلق بقضية الشخصية وتغير القيم ، فقد ركز الدارسون على دور القيم في التحديث modernization process بحيث تتمشى القيم والمعتقدات مع التحديث والتحديث ، ولا تعوقه .

وهناك علاقة بين التنمية السياسية والثقافة السياسية ، والثقافة السياسية هي مجموعة المواقف والمعتقدات المرتبطة بالعملية السياسية ، وتبين الافتراضات والقواعد التي تحكم السلوك في النظام السياسي كما تشمل المثل السياسية .

أما شخصية الزعامة فهي قضية أكثر تعقيدا ، ويتوقف عليها الكثير أو القليل من المنجزات السياسية ، كل هذا يوضح المشاكل المتعلقة بالتنمية السياسية .

وهناك قضية القانون ومدى صلاحيته للإدارة وبناء الأمة ، ودرجة التطبيق ، وما إذا كان القانون مستوردا من الخارج ، أو نابعا من النظام القائم ، والظروف المتعلقة به بالإضافة الى قضايا الثورة والانقلابات والثورة المضادة والعنف أو عدم العنف .

وهناك علاقة بين التنمية السياسية وعملية الاتصال ، فالبشر يتمتعون على نظام الاتصال في الحصول على المعلومات السياسية ، ومن هنا تبدو أهمية أنماط الاتصال وعمما إذا كانت تقليدية أو انتقالية أو حديثة ، ومدى وجود خبراء في الاتصال (١) .

(1) Dominique DESOUCHES, **Information et Développement en coted Ivoire**, These Présentée en vue du Docterat en Sciences Politiques, Universit de Paris 1, 1973.

وهناك عدة ابعاد للتنمية السياسية : وتتحدد في درجة الاستقرار ونمط التنمية والسمة الدولية للتنمية ، ومدى المساهمة الايجابية للدول الجديدة في الثقافة العالمية فلا شك أن درجة الاستقرار تساعد على تنفيذ التنمية بأشكالها المختلفة ، كما أن نمط التنمية يساهم في تحديد ابعاد التنمية من خلال مدى ملاءمته أو عدم ملاءمته ، أما السمة الدولية فتزيد المشكلة تعقيدا نظرا لوجود دول متقدمة وأخرى نامية وثالثة متخلفة كما يؤخذ في الاعتبار درجة مساهمة الدول الجديدة في الثقافة العالمية من خلال ثقافتها .

أى أن التنمية السياسية تتمثل في تهيئة الظروف السياسية الملائمة للتنمية ، وتغيير القيم والمعتقدات بما يكفل التحول السياسي نحو المجتمعات الحديثة ، والمساهمة في تحقيق الاندماج الوطنى *national integration* والوحدة الوطنية *national unity* ونبذ قيم القبيلة والعشائرية والعصبية .

وفي الاطار الوطنى ، تعمل التنمية السياسية على تعبئة الجماهير وتفاعلها مع النظام القائم ، أى زيادة المشاركة الشعبية . وقيام المؤسسات التى تلائم الظروف الاقتصادية والاجتماعية .

وإذا كان التغير الاجتماعى يحتاج الى استقرار سياسى ، وبالتالي فإن تحقيق الاستقرار السياسى من المهام الاساسية للتنمية السياسية .

ومن المهم أن تعمق التنمية السياسية هوية المواطنين ، بحيث يتعمق الولاء للدولة ، وأن لا يكون الولاء الاخير للقبيلة أو العشيرة .

ومن الأهمية أن تستمد السلطات القائمة شرعيتها من رضاء وموافقة المواطنين ، وأن تكون هذه السلطات متفاعلة معهم وليست مستعالية عليهم ، وأن لا تكون أداة قهر وقوة عمياء ، بل أداة اقناع وخدمة فى المقام الاول ، وأن تكون أداة لتحقيق الاندماج والتماثل لا أداة لتحقيق التفرقة وتعميق الانقسامات .

ولا يخفى أهمية وصول النظام القائم فى الدولة الى عمق القرية والتعمق

فيه اذ ان ذلك يرتبط بالقدرة على التحول الى المجتمعات الحديثة . وما يرتبط بذلك من زيادة التفاعل مع النظام القائم .

ومن السياسات الواضحة تدخل النظام في توزيع الثروة وتقوية فرص وامكانيات الجماعات غير المستفيدة ، وذلك في اطار التحول الاقتصادي والاجتماعي والسياسي .

وفيما يتعلق بالزعامة ، فمن الاهمية ايجاد زعامات جديدة أكثر قدرة على تحقيق التغيير ، وان تعكس هذه الزعامة موافقة الأغلبية ، وان لا تستند الى اعتبارات سياسية تتمشي مع خصائص المجتمعات التقليدية ، مثل اعتبارات القبيلة أو الثروة أو النسب التقليدي وأن تستند الى اعتبارات اخرى كالشخصية والثقافة السياسية والوعي بالاحتياجات الجديدة والتعليم .

ومن الاهمية أن يعكس القانون الاحتياجات الوطنية ، وان يتمشي معها ، وان يتطور بتطورها ، حتى لا يكون القانون ضد احتياجات الأغلبية .

وتبدو أهمية تطوير شكل الحكم فيما يحقق درجة من الديمقراطية تكون استجابة للظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية القائمة ، والقضية ليست استيراد أشكال من الخارج ، ولكن القضية الاساسية ان تكون هذه الأشكال والانماط متمشية مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية القائمة ، فاذا كان المجتمع يعاني من مشاكل الأمية والفقير الشديد وانخفاض متوسط الدخل الفردي بشكل ملحوظ وسوء توزيع الثروة فانه في هذه الحالة غير مؤهل لنظام تعدد الأحزاب وقد يكون النظام الأكثر ملاءمة هو نظام الحزب الواحد أو التجمع الواحد الذي يركز جهوده على مواجهة مشاكل الفقر والتخلف والأمية وسوء توزيع الثروة ، ومع التحول من المجتمع التقليدي الى المجتمع الانتقالي أو التحول من المجتمع الانتقالي الى المجتمع الحديث ، يمكن ادخال نظام تعدد الأحزاب حيث تكون الجماهير أكثر ناهيلا للاستجابة لهذا النظام .

الفصل الثاني

الراديو كوسيلة اعلام جماهيرى

يخضع الراديو في كل الدول تقريبا للتشريعات التي تصدرها الدولة ، وهناك عدد من الاعتبارات تدعو الدولة الى ممارسة درجة الرقابة Control على خدمات لراديو ، مثل الاعتبارات الفنية الخاصة بالترددات ، والمحافظة على النظام العام ، بالإضافة الى مقتضيات العلاقات الدولية .

وقد وجدت اتحادات دولية في مجال الاذاعة تجمع الدول الكائنة في اقاليم جغرافية معينة ، أو في المناطق التي تسودها ثقافة معينة ، وذلك لتنمية التعاون الاذاعي في المجالات المختلفة ، ويدخل في هذا الاطار اتحاد اذاعات الدول العربية الذي يضم دول العالم العربي والتي تجمعها الثقافة العربية (١) .

(١) عن الراديو كوسيلة اعلام جماهيري انظر
... **World Communication : A 200 Country Survey of Press, Radio, Television and film, Paris : Gower Press, The Unesco press, 1975. PP. 15-24.**

- عبد اللطيف ماضي ، الاستخدامات المختلفة للاذاعات المسومة والمرئية الاذاعات العربية ، نشرة شهرية يصدرها اتحاد اذاعات الدول العربية القاهرة ، العدد ٨١ ، يوليو ١٩٦٧ ص ص ١٢ - ١٨ .

- عبد اللطيف ماضي ، وسائل الاتصال هل هي وسيلة اللهو والترفيه ام وسيلة للتقدم والتغيير ، **الاذاعات العربية** ، العدد ٨٢ ، أغسطس ١٩٦٦ ، ص ص ٤ - ٨ .

- يوسف مرزوق ، الاذاعة وتأثيرها على سلوك الانسان واتجاهاته ، **الاذاعات العربية** ، العدد ٨٥ ، نوفمبر ١٩٧٦ ، ص ص ٢٦ - ٤٢ .

- د. يوسف مصطفى الحاروني ، دور وسائل الاتصال الجماهيري في التنمية القومية بالبلاد العربية ، **الاذاعات العربية** ، العدد ١٠٠ ، فبراير ١٩٧٨ ، ص ص ٥٦ - ٧٠ .

David K. Berlo, The Process of Communication : Introduction to theory and Practice, New York, Holt, Rinehart and winston 1960, PP 57-59.

- د . جيهان أحمد رشتي ، الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٧٥ .

وإذا كان هناك تعدد في وسائل الإعلام الجماهيرى ، فان للراديو خصائص تميزه عن وسائل الإعلام الأخرى . فاذا كانت وسائل الاتصال هي القنوات التي تربط المرسل بالمستقبل ، وبالتالي فان وسائل الاتصال الجماهيرى تصبح متنوعة ، فهناك الوسائل المطبوعة وتشمل الصحافة اليومية والدورية والمحلية والمجلات والكتب بالإضافة الى الوسائل السمعية والبصرية وتشمل الراديو والتليفزيون والسينما والمسرح . وعلى هذا الأساس يزداد دور الراديو في الدول لنامية ، اذ يمكن أن يسمع من جميع السكان دون التأثير بمعدل الأمية ، كما لا يتأثر بصعوبة المواصلات التي قد تقف حائلا ، ولا يحتاج لمجهود من المستمعين ، وقد يزداد دور الرسالة المذاعة عن غيرها من الوسائل .

ويأتى دور التليفزيون فى المرتبة الثانية بعد الراديو ، فيما يتعلق بالوصول الى مختلف المناطق ، كما أنه أقرب الى الاتصال المواجهى اذ يجمع بين الصورة والصوت وقد يتفوق التليفزيون على الاتصال المواجهى ، وذلك بتكبير الاشياء الصغيرة وتحريك الاشياء الثابتة .

اما الوسائل المطبوعة فيمكن للقارىء أن يتحكم فيها وفقا لظروفه الذاتية ، ويمكن الاحتفاظ بها لمدة طويلة ، وتحتاج الى مجهود من جانب القارىء اكبر من الوسائل الأخرى .

وهكذا نجد أن وسائل الاتصال جزء لا يتجزأ من العملية الاتصالية ،
Communication process
والأخيرة قوامها

- القائم بالاتصال

- مضمون الرسالة

- وسائل الاتصال

- المستقبل

- الفاعلية أو الأثر

ويعد القائم بالاتصال عنصرا بالغ الأهمية فى العملية الاتصالية ويمكن القول أن القائم بالاتصال يعمل على تقديم المعلومات الى الافراد وأضافتها الى مداركهم ، واقناعهم ومحاولة التأثير على مواقفهم واتجاهاتهم .
ويؤخذ فى الاعتبار مدى توفر الكوادر التي تتولى عملية الاتصال .
ومدى توفر الإمكانيات المادية .

وقد يكون القائم بالاتصال فردا أو جماعة أو مؤسسة أو دولة أو منظمة دولية .

وغالبا ما يسير القائم بالاتصال في اطار تحقيق سياسة معينة ، وبالتالي فان عمله يتحدد بهذه السياسة .

ولا شك أن البيئة المحيطة بالقائم بالاتصال تؤثر فيه ، وعليه ان يأخذ في الاعتبار البيئات الاخرى ولا سيما البيئة المرتبطة بالجمهور الذي يتوجه اليه .

ومن المفروض أن يتحكم القائم بالاتصال في مضمون الرسالة ، ووسائل الاتصال والمستقبل .

وفيما يتعلق بمضمون الرسالة فيتحدد ذلك من خلال صياغتها ، وهنا تبرز حجج القائم بالاتصال ، ويتم ذلك من خلال الرموز التي توضع في ترتيب معين يعطى معانى معينة ، ويتطلب فهم الرسالة أن يعرف مستقبلها الرموز المستعملة ، الأمر الذي يوضح أهمية صياغة الرسالة الاعلامية .

ومن اللازم عند صياغة الرسالة الاعلامية ، الاخذ في الاعتبار مستقبلها ، وبالتالي فمن الأهمية معرفة خصائص وطبيعة مستقبل الرسالة الاعلامية ، واختيار المداخل المناسبة للوصول اليه ، وذلك لكي تتكيف الرسالة الاعلامية مع مستقبلها . ولهذا يتعدد المنطق الاتصالي بتعدد مستقبلها الرسالة الاعلامية .

ومن الأهمية ان تراعى الظروف البيئية لمستقبل الرسالة الاعلامية واذا لم يلم رجل الاعلام ببيئية الاتصال فان الرسالة الاعلامية تحرز اخفاقات نظرا لان عدم الالمام ببيئية الاتصال يجعل الرسالة الاعلامية لا تأخذ في اعتبارها ظروف المستقبل ، وبالتالي فان المستقبل لا يستجيب في أغلب الاحيان للرسالة بل ان رد الفعل قد يكون في اتجاه مغاير للعملية الاتصالية .

ويجب ان تأخذ الرسالة في الاعتبار اهتمامات مستقبلها ، وان يجد الاخير مصلحة معينة في استقبالها .

ويراعى أن تتسم الرسالة بالوضوح ، وتقديم أدلة تبرر منطق الرسالة ، ومما يزيد فاعلية الرسالة أن تكون الأدلة منسوبة الى مصادر موثوق بها .

وهذا يساهم في زيادة قدرة الرسالة على الاقناع ويراعى درجة تصديق المصدر ، ومدى قدرة القائم بالاتصال على الاتصال .

وهناك من يرى ان الاقناع يتوقف على درجة تعلم الجمهور وموقف الفرد أو المستقبل الأصلي تجاه موضوع الرسالة ، ووجد ان تقديم الحجج المؤيدة والمعارضة اكثر فاعلية وتأثيرا على الجمهور ، واذا كان الجمهور مترددا فان تقديم الجانبين اكثر تأثيرا واذا كان الفرد اقل تعليما فان تقديم جانب واحد من جوانب الموضوع يعد اكثر فعالية على ان يراعى ترتيب الحجج الاقناعية .

وبلاحظ ان الرسائل التي تردد رأى الاقلية لا يحتمل أن تجذب الكثير من المؤيدين .

ويرى البعض ان تكرار الرسالة من العوامل التي تساعد على زيادة فاعليتها ولا سيما التكرار على فترات ، والتكرار هنا لا يعنى اعادة تقديم الرسالة ، ولكنه يعنى اعادة عرض المضمون بالساليب مختلفة .

وقد يلجأ الى الكذب عند صياغة الرسالة ، ومهما يكن من امر فان الدعاية التي تلجأ الى الكذب هي اسوأ انواع الدعاية ، ويلاحظ ان الدعايات العلمية التي تلجأ الى الكذب تراعى عدم اكتشافه .

وعادة ما تزيد فاعلية الكذب ، اذا كان الجمهور المستهدف قليل الحيلة بسبب المستوى الثقافى او النظام الذى يخضع له .
ومن الاهمية بمكان مراعاة التبسيط عند صياغة الرسالة .

وفيما يتعلق بمستقبل الرسالة ، فيمكن تقسيم الجمهور قطاعيا وفقا للمعايير التي يضعها القائم بالاتصال ، وعادة ما يبرز فى هذا التقسيم دور النخبة أو الصفوة والفئات المهنية ، ورجال الاعمال ، والعمال ورجال الدين .. الخ .

ويمكن ان يتحدد المستقبل على اساس جغرافى ، كان تتوجه الرسالة الاعلامية الى المجتمع الاسرائيلى أو المجتمع الامريكى أو المجتمع الفرنسى ... الخ .

ومن الاهمية الاخذ فى الاعتبار قادة الرأى حيث يتوجه الاعلام اليهم ،

ويتولون بدورهم نقله الى الجماهير بحكم مكانتهم فى المجتمع ، ومن هنا تبرز دور قادة الرأى فى العمل الاعلامى .

ويؤخذ فى الاعتبار خصائص الجمهور من حيث التعليم والسن والجنس والخصائص الشخصية .

وكلما توفرت الدراسات التى تتناول مستقبل الرسالة الاتصالية ، كلما ساعد ذلك مع غيره فى نجاح العملية الاتصالية ، رادى الى تحقيق رد فعل **Feed back** من مستقبل الرسالة الاعلامية تجاه مرسلها بين التوافق مع اهداف القائم بالاتصال .

أما تأثير الرسالة الاعلامية ، فهو عملية صعبة عند القياس . ورغم ذلك فهناك عدة مناهج تدرس تأثير الرسالة الاعلامية ، وهذا ما سنبحثه فيما بعد .

واذا طبقنا عناصر العملية الاتصالية على الراديو ، فان الراديو يعمل على نقل الرسائل الاعلامية الى قطاع عريض من المستقبلين ، وبالتالى تبدو أهمية الراديو بالنسبة لدول العالم العربى ، حيث المعدل المرتفع للاميين ، وحيث لا يجد المستقبل اجهادا فى سماعه على خلاف الوسائل الاخرى ، وحيث لا توجد عوائق تمنع وصول الرسالة الى المستقبل من خلال جهاز الراديو فى الوقت الملائم .

وحيث توجد درجة من الاشراف على الراديو فى مختلف دول العالم ، وان كان هناك تفاوت فى درجة الاشراف ، فان هذا الاشراف يبدو هاما فى دول العالم العربى . باعتبارها دول نامية ، وحيث ان القضية الاساسية هى قضية التنمية ، وللإعلام دور بارز فيها .

وتحاط قضية مضمون رسائل الراديو الاعلامية بعدد من الاعتبارات منها القطاع العريض لمستقبله ولا سيما قطاع الاميين ، مما يجعل التركيز على تكتيك التبسيط **simplification** فى عرض الرسائل الاعلامية ، والتكرار **repetition** اى تكرار الافكار باشكال مختلفة ، وليس المبالغة فى تكرار الافكار بشكل واحد ، لان ذلك قد يؤدى الى اثار عكسية ، وجذب انتباه مستقبل الرسالة والمحافظة عليه ، ومراعاة القابلية للتصديق **credibility** بما يتمشي مع خصائص المستقبلين

ويراعى تجنب تكنيك غريزة القطيع *herd instinct* اى التركيز على الجانب العاطفى ، وتحريك الغرائز ، وذلك للحصول على الارتباط الانفعالى للمستقبلين ، وهذا يؤدى الى خلق « روح القطيع » و « الانقياد الاعمى » و « التقلب » مما يجعل الجماهير غير مؤهلة للحد الأدنى من التفكير العلمى القائم على ربط النتائج بالمقدمات ، والسبب بالنتيجة وعدم التعصب لاراء معينة ، والاستعداد لسماح وجهات نظر متباينة ، ويلاحظ ان النظام الذى يتبع تكنيك غريزة القطيع ، يخلق جماهير تشكل خطرا عليه ، نظرا لانها ستكون سهلة للمجرى وراء الشعارات والانفعالات فى غياب الحد الأدنى من التفكير العلمى الهادى .

ومن الاهمية تجنب تكنيك الكذب عند صياغة مضمون الرسالة الاعلامية ، فالكذب اداة مضادة اذا امكن اكتشافه ، وحيث يمكن سماع الكثير من محطات الاذاعة فى عالم اليوم مما يجعل قضية اكتشاف الكذب اقل صعوبة من ذى قبل ، كما ان الكذب يرتبط بالاساليب غير الاخلاقية فى الاعلام والدعاية ، وهذا فى التحليل النهائى يضر بقضية التنمية الوطنية .

ومن اللازم تجنب تكنيك المبالغة *exaggeration* لانه يضر بالتكوين الفكرى للجماهير ، ويخلق انماط من التفكير والسلوك والمواقف ، تضر التنمية وتوقها .

وحيث تصاغ الرسالة بلغة معينة ، وهى هنا اللغة العربية فمن الاهمية بمكان الاخذ فى الاعتبار دلالات اللفاظ *Semantics* وكيفية فهم هذه اللفاظ من قبل الجماهير ، وحتى يفهم مستقبلو الرسالة المضمون بما يتمشى مع ما قصده مرسلها ، وحيث ينخفض المستوى الثقافى ، ويقل الاطار الدلالى *frame of reference* للفرد تصحح صياغة الرسالة عملية متعددة الابعاد ، حتى يتجنب عدم فهم الرسالة ، او فهمها بشكل عكسي او متناقض .

وهكذا فان العملية الاتصالية تعمل على تحقيق التجاوب مع مستقبلها وذلك من خلال استيعاب مضمون الرسالة ، كما ترتبط بتحقيق التغيير باستخدام اللغة المعبرة عن الافكار المعنية .

ويمكن القول ان الاتصال هو عملية تبادل المفاهيم مع المستقبلين ، باستخدام نظام للرموز متعارف عليه ، اى ان ارسال الرسالة الاعلامية

واستقبالها . يأخذ في الاعتبار صياغة الرسالة وفهمها . ثم مدى التفاعل معها (١) .

وبالتالى فانه من الاهمية ان يؤخذ في الاعتبار درجة التوافق بين المرسل والمستقبل . فقد يكون المرسل بدون دراية كافية لمستوى فهم المستقبل ، وبالتالي يساء استخدام اللغة ، وهنا فان المستقبل يستجيب للمثير من خلال خبراته ومعلوماته وقد يؤدي ذلك الى رد فعل عكسي .

وفيما يتعلق بالبرامج القطاعية التي تتوجه الى فئات معينة ، فان صياغة مضمونها اكثر سهولة من صياغة مضمون البرامج العامة التي تتوجه الى فئات متعددة ، نظرا لانها تتوجه الى قطاع معين اكثر تجانسا من الناحية الفكرية ، وهنا فان صياغة البرامج القطاعية تنمشي مع الفئة التي تتوجه اليها .

وتراعى الظروف البيئية عند توجيه الرسائل الاعلامية : وبرامج الريفية تقتضي مراعاة ظروف البيئة الريفية وقضاياها ، وكلما كان هناك المام اكبر بهذه الظروف ، كلما ساعد ذلك على تزايد امكانيات تأثيرها .

وتكون البرامج الازاعية اكثر فاعلية اذا اخذت في الاعتبار اهتمامات مستقبلها ، بالاضافة الى الوضوح وتقديم الحجج والطرق الملائمة فى الاقناع او الاستمالة ، فاذا كان الجمهور مترددا فى قضية معينة فمن الاهمية تقديم الحجج المؤيدة والحجج المعارضة حتى يمكن الانتقال من التردد الى مواقف محددة ، واذا كان الفرد اقل تعليما فان تقديم جانب من جوانب الموضوع قد يكون اكثر تأثيرا . مع مراعاة ترتيب الحجج الاقناعية .

ويراعى تكرار الرسالة الازاعية على فترات ، وهذا لا يعنى اعادة تقديم الرسالة ولكن يعنى اعادة عرض المضمون بأساليب مختلفة ، ومن خلال برامج مختلفة .

(١) انظر مثلا د. عبد الجبار ولى ، المفاهيم الاساسية لعملية الاتصال اللغوى والتصويرى . الاذاعات العربية ، العدد ٨٤ ، اكتوبر ١٩٧٦ ص ص ٢٨ - ٣٣ .

وقد يكون من المفيد توجه برامج للنخبة ، نظرا لدورهم في المجتمع
وامكانيات تأثيرهم على قطاعات من الجماهير .

وبعد ان كانت الجماهير في عهود ماضية تحكم بالقوة والعنف ،
تغير الوضع ، وان كان باشكال متفاوتة ، واصبحت وسائل الاعلام ،
وسائل افناع واستمالة في المقام الاول .

وقد بين الواقع ان الانسان ليس سلبيًا ، يقتنع بما يسمعه من
الراديو ، بل هو الذى يقرر لنفسه الاقتناع او عدمه وفقا لخصائصه ، اى
ان الانسان بصفة عامة ليس سلبيًا يمكن التأثير عليه وفقا لاهداف القائم
بالاتصال ، وليس مثل جهاز الراديو يحرك بارادة أخرى ، ولكنه يحرك
بارادته ، وليس مستعدا دائما لتقبل كل ما تأتي به وسائل الاعلام .

وتمتاز الاذاعة بالسرعة فى نقل رسائلها ، كما ان موجاتها من الممكن
ان تتخطى كل العقبات ، وتعتمد على حاسة السمع وهنا فانها تتوجه الى
الامى والمتعلم ، كما ان فترات الارسال يمكن ان تكون طويلة نسبيا وهذا
يكثُر من التعرض **exposure** لها ، عكس الوسائل الاخرى كالصحافة
أو المنشورات .

ورغم التقدم الذى اصاب التليفزيون ، فلا زال للراديو خصائص
اخرى ينفرد بها وتمثل فى كثرة التعرض له من قبل الجماهير ، واذا
ضربنا مثلا ذلك فان الاستماع للاذاعة فى لمانيا واليابان منتشر حتى
فى اوقات الندوة فى الارسال التليفزيونى ، وأن جمهور نشرات الاخبار
الاذاعية فى الولايات المتحدة الامريكية ما زال بالغ الضخامة ، حتى بعد
تقديم نشرات الاخبار التليفزيونية فى الصباح ، وقد اثبتت بعض
الدراسات أن برامج الاذاعة تعطي نتائج افضل من نتائج برامج التليفزيون وان
استيعاب الجمهور لها كان افضل (١) .

وتعد الجوانب النفسية للاتصال ، من المسائل التى يتعين اخذها
بعين الاعتبار فى الاعلام الازاعى ، فالتعرف عامل هام فى هذا الصدد ، ويقصد
به رؤية المستقبل لنفسه من خلال الاعلام الازاعى ، فالبرامج الجماهيرية

(١) **الاذاعة فى الثمانينات** ، تقرير عام ، الندوة الثانية ، دراسات
وبحوث اذاعية يصدرها اتحاد اذاعات الدول العربية ، ص ١٥٤ .

التي تشهد الجماهير ، يمكن تفسير بعض دواعيها في ان الجماهير مثلا تشعر بالرضا والارتياح لأنها ترى نفسها في القضايا التي تعرضها هذه البرامج ، لان هذه البرامج تمكس الصراع اللاشعوري الذي يعاني منه الجماهير .

ويعد الانتباه من المسائل المرتبطة ببيكولوجية الاتصال (١) وهناك عوامل موضوعية وعوامل ذاتية تتعلق بالانتباه ، وتعتمد العوامل الموضوعية على طبيعة الرسالة ، ومدى قدرتها على اثارة الانتباه ، أما العوامل الذاتية ، فتتوقف على اهتمامات الفرد وذوقه وحالته النفسية ، وفيما يتعلق بالعوامل الموضوعية ، فالنمب الشديد يجذب الانتباه أكثر من غيره ، والحجم الكبير يثير الانتباه أكبر من الحجم الصغير ، والمتحرك أكثر جذبا للانتباه من الساكن ، كما أن تغيير الطبقة الصوتية أثناء تقديم البرامج يثير انتباه المستقبل ، فقد يكف المستقبل عن الانتباه لصوت متواصل ، ولكن اذا تغير هذا الصوت فسيثير انتباهه ، وهناك التكرار الصوتي فقد تثير ثلاث طرقات الانتباه أكثر من طرقة واحدة ولكن اذا تواصل الطرق فان امكانياته لاثارة الانتباه ستضعف ثم تنعدم ، بالاضافة الى التجديد فكل شيء جديد يثير الانتباه أكثر من القديم أو المؤلف . وكذلك الشيء غير العادي .

وهناك العوامل الذاتية الخاصة بالانتباه كالجوع أو الاهتمامات أو الجنس ، فالعاطل يهتم مثلا باعلانات العمل ، والفئات التي تحصل على رواتب ضئيلة رغم مؤهلاتها تهتم بسياسات الحكومة لتحسين الأجور ، والذين يعانون من تدهور الأوضاع الاقتصادية يهتمون بما يثار عن امكانية مواجهة هذه الأوضاع .

وقد تطورت بحوث الاتصال الجماهيري ، مما أدى الى بروز نظريات معاصرة (٢) يمكن ان تقيّد الاعلام الاداعي المسموع ، وهي نظرية الاختلافات الفردية ، ونظرية الفئات الاجتماعية ، ونظرية العلاقات الاجتماعية ، ونظرية الانماط الثقافية .

وفيما يتعلق بنظرية الاختلافات الفردية

The individual differences theory

وتدخل في اطار تفسير السلوك البشري ، اذ بذلت محاولات لايجاد تفسيرات

(١) عصام عيسى لسامرائي ، سيكولوجية الاتصال - الإذاعات

العربية ، لعدد ٩٢ ، يونيو ١٩٧٧ ، ص ص ٦٨ - ٧٠ .

(2) **Melvin L. De fleur. Theories of Mass Communication. Second**

Edition, New York : David Mc Kay company, inc.. 1970, PP

118-139.

جديدة للسلوك البشرى ، فاذا كانت الطبيعة قد أخفقت في مد الانسان بالقدرة الذاتية لترشيد سلوكه ، فان عليه ان يحصل على هذه القدرة من البيئة التي تحيط به ، ومن هنا يأتى اهتمام علماء النفس بعملية التعليم الانساني .

وأصبح هناك تأكيد على الارتباط association والعادة habit عند تناول السلوك ، مما ساهم في تكوين عدد من نظريات التعليم ، وبرز الدافع motivation باعتباره مرتبطا بهذه العملية .

وقد اادت دراسة الحوافز من خلال التجارب العملية ، الى الاقتناع أن بعض الدوافع يمكن الحصول عليها من خلال التعليم ، ولا يمكن لكل الأفراد أن تحركهم نفس الحوافز ، مع تزايد الاعتراف بالدافع الفردى ، والاختلافات في التعلم ، وقد اعترف على نطاق واسع ، بالاختلافات بين الافراد .

وتشكلت مفاهيم جديدة في علم النفس الاجتماعى لتحل محل فكرة الغريزة ، ولا سيما اصطلاح الاتجاه attitude وتزايدت أهميته كوسيلة لشرح الأبعاد المختلفة للأعمال البشرية .

وتطورت تكتيكات قياس الانجاء ، الأمر الذى أدى الى التركيز على دراسة الاختلافات الفردية وما يتعلق بها .

وإدى ذلك الى القول أن البشر يختلفون بشكل كبير في خصائصهم الشخصية ، وبدأت هذه الاختلافات من خلال الخصائص البيولوجية كما ترجع الى الاختلاف في درجة التعلم اذ يكتسب الفرد من البيئة التعليمية مجموعة من الاتجاهات والقيم والمعتقدات ، وهنا تتضح الاختلافات الفردية ، حتى أن التوائم ذوى الخصائص البيولوجية الواحدة يصبحون أكثر أختلافا في تركيب الشخصية عندما تتم تربيتهم في بيئات اجتماعية مختلفة .

وأصبح هناك اعتراف بأن الاختلافات الشخصية التى يتم الحصول عليها من الوسط الاجتماعى ، تمتد أساسا للنظر أو ادراك الأحداث ، ويختلف ذلك من شخص الى آخر . أى أن الرسائل الاعلامية يجب أن تتفاعل مع الخصائص الشخصية لمستقبلها .

أما نظرية الفئات الاجتماعية the social categories theory

فنفترض أن هناك فئات اجتماعية في المجتمعات الحضرية الصناعية ، ونديها خصائص فيما يتعلق بالعمر والجنس ومستوى الدخل والمستوى

التعليمي والدين ، ومعرفة هذه المتغيرات يساعد في وضع محتوى الاتصال وهذا يساعد على معرفة السلوك تجاه مدى الاستماع للراديو او برامج معينة ، او قراءة الصحف ، او اختيار كتب معينة .

وفي المجتمعات التي يقل فيها تقسيم العمل ، فكثير من الناس يكونون اكثر تشابها في السلوك ، وفي المجتمعات التي يتعقد فيها تقسيم العمل فهناك تطور كبير في مجال الشخصية .

ويؤكد البعض في هذا على أن البشر الذين يشتركون في تركيب اجتماعي واحد ، سيكونون ضمن فئات متجانسة بعض الشيء .

وقد استفاد عالم الاتصال هارولد لازويل استاذ العلوم السياسية المعروف ، من النظريتين السابقتين ، (الاختلافات الفردية والفئات الاجتماعية) عندما ذهب الى أن العملية الاتصالية تتمثل في الاجابة على الأسئلة التالية :

- من الذي ؟ Why ?
- ماذا يقول ؟ Says what ?
- بأى وسيلة ؟ in which channel ?
- لمن ؟ To whom ?
- ما الفاعلية ؟ With what Effect ?

اما نظرية العلاقات الاجتماعية **The social relationships theory**

فتركز على دور العلاقة بين الجماعات في عملية الاتصال الجماهيري ، اذ ان العلاقات الاجتماعية تلعب دورا في تحديد الطريقة التي يتصرف بها فرد معين تجاه رسالة تأتي اليه عن طريق وسائل الاعلام حيث ان اقبال عدد من الأشخاص على وسائل الاعلام يعد محدودا وهنا يحصلون على الاعلام من أشخاص آخرين يقبلون على وسائل الاعلام بشكل مباشر **firsthand** أي ان حركة الاعلام تتحدد من خلال مرحلتين أساسيتين :

١ - حركة الاعلام من الوسيلة **media** الى الأشخاص الذين يقبلون على الاعلام بشكل مباشر .

٢ - تحرك الاعلام من هؤلاء الأشخاص من خلال الاتصال الشخصي الى

الأفراد الذين يتعرضون بشكل أقل للاعلام ، والذين يعتمدون على الآخرين في الحصول على الاعلام .

وهنا أتى ما يسمى بتدفق الاعلام على مرحلتين **two - step flow of communication** وأطلق على الأفراد الأكثر اتصالا بوسائل الاعلام قادة **Opinion leaders** **الرأي**

حيث يلعبون دورا كبيرا في تشكيل الرأي العام وهؤلاء لا يقدمون المعلومات فقط ، ولكنهم يفسرون محتوى الاتصال ، وهذا النوع من التأثير الشخصي أصبح معترفا بأهميته .

اما النظرية الأخيرة فتسمى نظرية الانماط الحضارية
The cultural norms theory

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الاعلام من خلال تقديمها للرسالة الاعلامية بشكل انتقائي وتأكيدا على أفكار معينة تخلق انطباعات بين مستقبلها ، وان الانماط الحضارية المشتركة التي تخص الموضوعات التي تم التأكيد عليها قد حددت ووضعت بشكل معين وعادة ما يوجه سلوك الفرد بالانماط الحضارية فيما يتعلق بموضوع أو وضع معين .

وهناك ثلاث طرق على الأقل تستطيع بمقتضاها الوسيلة الاعلامية أن تؤثر على الانماط والأوضاع الخاصة بالأفراد وتتمثل فيما يلي :

١ - يمكن لمحتوى وسائل الاعلام الجماهيري أن تقوى من الانماط الموجودة ، وتجعل البشر يعتقدون أن الاشكال الثقافية المعطاة ، يعمل المجتمع على المحافظة عليها .

٢ - يمكن للوسيلة الاعلامية أن تخلق اقتناعات جديدة فيما يخص الموضوعات التي كان للجماهير تجارب ضئيلة سابقة بصددها .

٣ - يمكن لوسائل الاعلام أن تغير الانماط القائمة ، وتحول البشر من الوسيلة الاعلامية تعمل في اطار محافظ ، وتتبع الانماط العامة كالقيم فعلى ؟ فقد ذهب لازر سفيد **lazersfeld** ومرتون **Merton** الى القول ان نمط من السلوك الى آخر حسب الأحوال .

وهناك تساؤل عما اذا كانت الوسيلة الاعلامية تؤدي هذه الاشكال بشكل

والمعتقدات ولا تلجأ كثيرا الى اتباع الاشكال الجديدة ، وأن اوسيلة تتبع الأمر الواقع أكثر من لجونها الى خلق أنماط جديدة .

وإذا طبقنا نظرية الاختلافات الفردية ، فيمكن ان تفيد عند قيام الاذاعة بنشر القيم والمعتقدات وتعليم البشر . ومن هنا تساهم الاذاعة في التعبير نحو قيم ومعتقدات تتمشي مع التنمية .

كما تفيد عند دراسة مستقبل الرسالة الاذاعية .

وتفيد نظرية الفئات الاجتماعية ، عند وضع محتوى الاتصال الاذاعي رتداد أهمية هذه النظرية كلما اتجه المجتمع نحو التقدم ، وما يرتبط به من تقسيم العمل والتخصص وهذا يؤدي الى تزايد وضوح الفئات الاجتماعية .

وتفيد نظرية العلاقات الاجتماعية في زيادة فاعلية التدفق الاذاعي ، حيث يمكن في بعض الحالات التركيز على قادة الرأي وهم بلورهم يؤثرون على الجماهير من خلال مكانتهم الاجتماعية .

ويمكن الاستعانة بنظرية الانماط الحضارية وذلك بتقوية انقيم الحضارية الأصيلة من خلال تركيز الاعلام الاذاعي على الحضارة العربية والاسلامية ، والحضارات الانسانية الاخرى ، وتطوير هذه القيم الحضارية بما يتمشي مع روح العصر أي خلق اقتناعات جديدة تستوعب التطور العصري .

واخيرا وليس آخرا وردت في الكتاب الاحصائي السنوي لمنظمة اليونسكو لعام ١٩٧٥ البيانات التالية عن الاذاعة والتليفزيون في العالم :

الإذاعة (١٩٧٥)

عدد أجهزة الاستقبال لكل ألف نسمة		عدد أجهزة المرسلات بالملايين	المناطق الكبرى
٢٩٣	٩١٨	٢٥٥١٨	العالم
٧١	٢٨	٧٠٠	أفريقيا
٧٦	١٠٨	٢٧٣٠	آسيا
١٧٧٩٣	٤٢٤	٨٤٧٠	أمريكا الشمالية
٢٤٠	٧٨	٤٢٧٠	أمريكا اللاتينية
٣٣٤	١٥٨	٥٩٨٠	أوروبا
٢٨٤	٦	٣٣٠	المحيط الهادئ
٤٥٥	١١٦	٣٠٣٠	الاتحاد السوفيتي
١٢٣	١٧	٢٥٠	الدول العربية
٦٧٦	٧٥٨	١٨٨٤٠	الدول المتقدمة
٨٠	١٦٠	٦٦٧٠	الدول النامية

التليفزيون (١٩٧٤) - (حوالى ١٩٧٥)

العالم	٢٤٩٨٠.	٣٦٦	١١٧
أفريقيا	٢٢٠٠	٢٢٤	٦
آسيا	٦٦١٠.	٣٥٥	٢٥
أمريكا الشمالية	٤٣٦٠.	١٢١	٥٥٤
أمريكا اللاتينية	٢٤٥٠.	٢٧	٨٣
أوروبا	١١٢٢٥٠.	١١٢	٢٢٨
المحيط الهادى	٦٦٣٠.	٤٦٦	٢١٦
الاتحاد السوفيتى	١٢٧٥٠.	٥٣	٢٠٨
الدول العربية	١١٩٠.	٣٢٢	٢٣
الدول المتقدمة	٢٣٨٤٠.	٣٢٧	٢٩٢
الدول النامية	١٢١٤٠.	٣٨	١٩

المصدر : مجلة الاذاعات العربية ، العدد ١٠٦ ، أغسطس ١٩٧٨ ،

ص ٥٦

وبين الجدول السابق التفاوت الضخم بين الدول المتقدمة والدول النامية فيما يتعلق بعدد أجهزة الارسل الاذاعى ، وعدد أجهزة الاستقبال الاذاعى ، فبينما يبلغ عدد أجهزة الارسل الاذاعى ١٨٨٤٠ فى الدول المتقدمة ، نجد هذا العدد قد بلغ ٦٦٧٠ فى الدول النامية ، أى ان الدول النامية تملك حوالى ثلث ما تمتلكه الدول المتقدمة « عدد أجهزة الارسل ، وبينما تمتلك الدول المتقدمة ٧٥٨ مليون جهاز استقبال للراديو ، تمتلك الدول النامية ١٦ مليون جهاز استقبال أى ان الدول النامية تمتلك حوالى سبع ما تمتلكه الدول المتقدمة ، وبينما تبلغ عدد أجهزة استقبال الراديو ٦٧٦ لكل الف نسمة فى

الدول المتقدمة ، ويبلغ هذا العدد ٨ لكل ألف نسمة في الدول النامية .
ويلاحظ أن أكبر قارة تمتلك عدد أجهزة إرسال اذاعي هي أمريكا الشمالية
ثم أوروبا يليها أمريكا اللاتينية ثم الاتحاد السوفيتي ، وآسيا وأفريقيا وفيما
يتعلق بأجهزة الاستقبال فإن أكبر عدد يقع في أمريكا الشمالية ثم أوروبا ثم
الاتحاد السوفيتي وآسيا ثم أفريقيا .

وفيما يتعلق بالدول العربية فإن عدد أجهزة الإرسال الإذاعي بلغت
٢٥٠ ، وبلغت عدد أجهزة الاستقبال ١٧ مليون جهاز أي ١٢٣ لكل ألف نسمة .

وإذا أخذنا معيار عدد أجهزة الاستقبال لكل ألف نسمة فنسجد أن
الدول العربية تسبقها أمريكا الشمالية والاتحاد السوفيتي وأوروبا والمحيط
الهادي وأمريكا اللاتينية يليها آسيا وأفريقيا ، أي أن العدد ضئيل نسبيا
إذا قورن بالمعدلات العالمية .

وإذا أجرينا مقارنة سريعة بين الإذاعة والتلفزيون لتبين لنا أن عدد
أجهزة الإرسال الإذاعي في العالم تبلغ ٢٥٠٥١٠ بينما تبلغ عدد أجهزة الإرسال
التلفزيوني ٢٤٩٨٠ ، وبينما تبلغ عدد أجهزة الاستقبال الإذاعي ٩١٨
مليون فإنها تبلغ ٣٦٦ مليون بالنسبة للتلفزيون ، أي أن عدد أجهزة
الاستقبال التلفزيوني يبلغ ثلث عدد أجهزة الاستقبال الإذاعي ، أو أكثر من
الثلث بقليل ، أي أن الإذاعة لازالت تحتل المرتبة الأولى وفقا لهذا المقياس .

وفيما يتعلق بعدد أجهزة الاستقبال لكل ألف نسمة ، فإن عدد أجهزة
الاستقبال يبلغ ٢٩٣ لكل ألف نسمة بالنسبة للإذاعة ، ١١٧ لكل ألف نسمة
بالنسبة للتلفزيون ، ووفقا للمقياس الأخير ، فإن عدد أجهزة الاستقبال
التلفزيوني لكل ألف شخص ، تقدر بحوالي ٤٠٪ من عدد أجهزة الاستقبال
الإذاعي ، أي أنه وفقا لهذا المقياس لازالت الإذاعة تحتل المرتبة الأولى .

الفصل الثالث

دور الراديو فى التنمية السياسية

هناك علاقة ارتباطية بين وسائل الاعلام والتنمية الوطنية (١) اذ ان وسائل الاعلام في الدولة تتقدم مع تقدم الدولة ،وأثبتت كثير من الدراسات الارتباط بين مقاييس النمو الاقتصادي ومقاييس النمو الاعلامي،وعلى سبيل المثال فان دانييل ليرنر لاحظ وجود علاقة ارتباطية قوية بين أربع عوامل وهي التحضير ومعرفة القراءة والكتابة والاقبال على وسائل الاعلام ، والمشاركة السياسية .

وأصبح هناك شبه اتفاق على ان وسائل الاعلام تقوم بدور يعتقد به في تحقيق الوعي الوطني ، وان هناك علاقة وثيقة بين البنيان الاعلامي وبنيان المجتمع وتطوره ، وتعد وسائل الاعلام اداة من أدوات نقل المعلومات للجماهير . وكلما حصلت الجماهير على معلومات أكثر ، كلما زاد اهتمامها بالتنمية السياسية ، ويمكن للاعلام ان يوضح أهداف المجتمع وينشر المعلومات المتعلقة بهذه الأهداف ، ويوسع من درجة قبول الجماهير لهذه الأهداف . ويممق الاعلام من الشعور بالوطنية nation-ness ويعبر عن التخطيط القومي ، ويساعد في تعليم المهارات الضرورية ، ويساعد الجماهير على أخذ المستقبل بعين الاعتبار .

(١) أنظر بالاضافة الى المراجع السابقة .

- John C. Merrill, *Media and National Development* and Leslie G. Meller, *Mass Media and National Goals* and Ralph L. Lowenstein, *Use of foreign Media by Developing Nations* and John Mc Nelly, *Media Exposure in Developing uruban Societies* and Peter Meyer - Dohm, *Investments in Communication and the Development Process in International and Intercultural Communication*, Edited by Heinz - Dietrich Fischer and Joyn Calhoum Merrill, New York Hastings, House publishers Second Edition, 1976. PP. 186-235.
- Francis Balle, *Institutions et Publics des Moyens d'information Presse - Radiodiffusion Television Paris*, Editions Montchrestien, 1973. PP. 372-389.
- Robert Escarpit. *Communication et Developpement*, in *Systemes Partiels de Communication*, Paris, Mouton la Haye. 1972.

ويزداد دور الراديو في التنمية حيث أن ثلثي سكان العالم ينتمون الى
دول جديدة او مختلفة ويسودها التخلف الاعلامي **La Sous - information**

وقد تميزت الدول النامية في الخمسينات ، نظرا لدور وسائل الاعلام
بما يسمى « ثورة التوقعات الصاعدة: **revolution of rising expectations**
ولكن هذه الثورة ما لبثت أن تحولت الى « ثورة الاخفاقات المساعدة » .
revolution of rising frustrations

اذ انه في اول الامر شعر سكان الدول المتخلفة من خلال وسائل الاعلام
انه من الممكن الوصول الى حياة افضل ، ولكن ما لبثوا أن وجدوا أن هذه
المحاولات باءت بالفشل ومن هنا تصاعدت الاخفاقات وحلت محل التوقعات
السابقة .

ويجب ان يؤخذ في الاعتبار الوزن الحقيقي لوسائل الاعلام في التنمية اذ ان
البعض قد بالغ في دور وسائل الاعلام ، وقد اثبتت الدراسات أن الصحافة
والراديو يمكن أن يكون لهما تأثير عميق في التغيير اذا صاحبهما استخدام
الوسائل الأخرى للاتصال الاجتماعي حيث أن التنمية الوطنية السريعة
تستدعي استخدام كل من وسائل الاعلام الجماهيرية والشخصية بالاضافة
الى الاتصال المواجهي .

وقد اثبتت بعض الدراسات انه في المجتمع التقليدي لا توجد وسائل
اعلام جماهيرية **mass media** بشكل حقيقي ، ولكن توجد وسائل اعلام
للفقوة **elite media** حيث يرتفع معدل الامية بالاضافة الى العزلة
القبلية ، وضعف تسهيلات النقل والمواصلات ، وانخفاض المستوى
الاقتصادي ، وفي هذه المرحلة لا يمكن أن تصل وسائل الاعلام الى الجماهير ،
وبالتالي فان المجتمع التقليدي يمتلك وسائل اعلام للفقوة ! و النخبة
ولا يمتلك وسائل اعلام جماهيرية .

ويتحول المجتمع تدريجيا من المجتمع التقليدي الى المجتمع الانتقالي وهنا
تتحول وسائل الاعلام لتصبح وسائل اعلام جماهيرية **mass media** حيث يتم
مواجهة حواجز الفقر والامية ويزداد الاقبال على وسائل الاعلام ، وبالتالي
تتميز وسائل الاعلام بالجماهيرية .

وفي المجتمعات الحديثة تصبح وسائل الاعلام متخصصة **Specialized media**
حيث توجد درجة عالية من التعليم ، والغنى ، وحجم معقول من السكان ؛
واوقات فراغ ، ومن هنا تبدو والحاجة الى وجود منشورات متخصصة ، وبرامج

متخصصة لمواجهة الحاجات المتعددة . كما أن توفر الأموال يساعد على اقتناء وسائل متعددة كما أن الأسرة الواحدة يمكن أن تجد لديها مجموعة من الوحدات المتخصصة داخل الوسيلة الواحدة وعلى سبيل المثال خمس مجلات وأربع أجهزة راديو وثلاثة أجهزة تليفزيون . . . الخ

ويهيئ، الاعلام المناخ اللازم لتحقيق التنمية ، وإذا استخدمت وسائل الاعلام بشكل معقول فيمكن لها أن تساعد في تجميع القوى المنعزلة والقبائل المتناثرة والثقافات المحلية والأفراد والجماعات المختلفة والمساعدة على دمجها في إطار التنمية الوطنية الحقيقية .

ويدخل في هذا الإطار السماح لكل جزء في الدولة بأن يتعرف على الجزء الآخر وتمكين الشعب من نقل آرائه ومواقفه الى الحاكم والعكس بالعكس ، بالإضافة الى تقوية الاتصال وتفاعله بين قوى الشعب في حد ذاتها .
وبوسائل أجهزة الراديو والتليفزيون والصحف ومعدات الاعلام يمكن أن يساعد على تحقيق التغيير الاجتماعي والسياسي . فان الاعتبارات الكيفية الخاصة بطريقة استعمال وسائل الاعلام ونقل السياسة الاعلامية في مضمون يحتوي على المعنى ويتمشي مع مستقبل الرسالة الاعلامية تؤثر كثيرا في فاعلية دور الاعلام في التنمية .

ويدخل في إطار التغيير الانتقال الى عادات وأساليب جديدة ، وأدخال علاقات اجتماعية متطورة ، وما يؤدي إليه ذلك من تحويل في الميول والمعتقدات والأساليب والمعايير الاجتماعية ، وقد اثبتت السوابق التاريخية أن التحولات الاجتماعية والسياسية تحدث ببطء ، وفي حالات أخرى يتحقق التغيير بشكل أسرع عن طريق الاكراه . وذلك عندما يفرض الحكام أساليب جديدة للسلوك .

ويلاحظ أن عملية التنمية ليست سهلة ، فالعادات والأساليب التي يراد الابتعاد عنها أو الأخذ بها تتصل اتصالا وثيقا بعادات ومعتقدات أخرى فالتحول المراد تحقيقه في مجال الزراعة مثلا يوضح أنها أسلوب حياة متكامل ولها جذور تاريخية وتتضمن تقاليد وروابط عائلية وعلاقات اجتماعية سلوكية ، ولذلك فإنه عند التحول في مجال الزراعة يؤخذ في الاعتبار عوامل كثيرة كزيادة الانتاج وتأثير ذلك على الفلاحين وما يرتبط بذلك من تطور القيم والسلوك والعادات ، مما يؤكد التفاعل بين مختلف جوانب التنمية .

وقد يكون الراديو قليل الفاعلية أو سلبيا إذا استخدم بشكل غير علمي ، واستغل لأغراض شخصية ، ولم يركز على صانعي التنمية، وتساهم

وسائل الاعلام في التنمية الوطنية وذلك بنقل ابعاد التنمية للسكان بالأشكال الملائمة ، وما يرتبط بها من تحول اجتماعى وسياسى ، وأن تتاح للسكان المشاركة في عملية اتخاذ القرارات ، وذلك بتوسيع نطاق المشاركة ، وأن يكون الاعلام في اتجاهين من أعلى الى أسفل والعكس بالعكس ، إذ يمكن لوسائل الاعلام أن توفر الاعلام للسكان عن التنمية ، كما يمكن لها أن تساعد في اتخاذ القرارات وأنجازها أى يمكن لها أن تساعد في توسيع الافاق الفكرية للريفيين ، كما أنها ترتفع بطموح الأفراد ، وتزيد الاعتبار للأشخاص الذين يبرزون من خلال عملية التنمية ، وأن تساعد على خلق قيم جديدة خاصة بتشجيع العمل والجد وتقديس الكفاءة ، مع عدم التركيز على المعوقين للتنمية ولفئات الطفيلية ، كما يمكن لها أن تزيد المشاركة السياسية وتحقيق الاستقرار السياسي ، وتغيير المعايير الاجتماعية ، وتطور الأذواق والسلوك بالاضافة الى دورها في التعليم ومحو الامية .

أى أن دور وسائل الاعلام في التنمية السياسية الريفية أمر هام للغاية، ولذلك فمن الأهمية أن يكون هناك نوع من التوازن في توزيع الاعلام بين الريف والحضر ، وأن تعبئ وسائل الاعلام لتحقيق التنمية ، وأن يكون مضمون البرامج في اطار أهداف التنمية بشكل أساسى ، وبالطرق غير المباشرة والمباشرة ، وأن يركز الراديو على الأشخاص الذين يساهمون بشكل أساسى في التنمية ، والذين ينتمون الى فئات متعددة ، وأن تبتعد عن التركيز على الشخصيات الهامشية مع وضع خطط لتنمية وسائل الاعلام ذاتها ، من خلال تطور المعدات الاعلامية والأعتداد على المتخصصين في الاعلام ، والتعاون بين السلطات المسؤولة عن تنمية وسائل الاعلام والأجهزة الأخرى المسؤولة عن تطوير التعليم ومحو الامية والمجالات الأخرى . وتسهيل قيام وسائل الاعلام المحلية مثل صحف الاقاليم ومحطات الاذاعة المحلية ، وإعادة النظر في القيود المفروضة على استيراد المواد الاعلامية ، ودراسة إمكانية قيام صناعات اعلامية كورق الصحف وأجهزة الراديو والتليفزيون وأجهزة العرض والافلام وإيجاد برامج ثابتة لتدريب العاملين في الاعلام ، وإيجاد نظم دقيقة لاختيار العاملين في المجال الاعلامى ، والاستفادة من كليات الاعلام ، والربط بين الدراسة والتطبيق ، حيث أنه لوحظ في الدول النامية أن كثيرا من النظريين يفتقرون الى التطبيق العملى ، بالاضافة الى التركيز على الدراسات التاريخية والوصفية وعدم ملاحقة التطور في علوم الاعلام ، كما لوحظ أن كثيرا من الممارسين يفتقرون الى الدراسة الاكاديمية ، ويفهمون العمل الاعلامى على

انه انطباعات واجتهادات فردية ،ولا يعرفون الكثير عن التطور النظرى والعملى للاعلام فى العالم . ومن الأهمية الاهتمام بدراسات مستقبلى الرسة الاعلامية ، اى المستمعين والمشاهدين والقراء ، والتعاون مع الدول النامية للاستفادة من تجاربها فى مجال الاعلام والتنمية .

ويتحدث بعض الكتاب عن العلاقة بين التغير الاعلامى **communication** والتغير السياسى **change** و**political change**

بمعنى أن الدور الجديد للاعلام وما يرتبط به من وسائل ومضمون وأدوات يؤثر فى التغير السياسى ، وذلك بالتطور فى القيم والمعتقدات السياسية فى اطار الاتجاه نحو المجتمع الحديث - اى أن انماط الاعلام **models of communication** المقدمة تؤثر فى التغير السياسى .

وهناك علاقة بين النمو السريع فى وسائل الاعلام وتزايد المشاركة السياسية اذ ان العامل الأول يسمى من المدركات السياسية للجماهير ، وبالتالي يزداد تفاعلها فى الحياة السياسية .

ويقوم الراديو بدور يعتقد به فى التنشئة (١) ويمكن القول ان التنشئة هى العملية التى بمقتضاها يتعلم الفرد من خلال التفاعل الاجتماعى مجموعة من الأنماط الخاصة بالسلوك والتجارب الاجتماعية ويتزايد دور وسائل الاعلام فى التنشئة لا سيما عند الأخذ بالتصنيع على نطاق كبير ، بالاضافة الى التحديث .

وتعد التنشئة السياسية **Political socialization** جزءا من التنشئة بالمفهوم العام ، وبالتالي فانها تتعلق بانماط السلوك والتجارب السياسية ، وما يرتبط بها من قيم ومعتقدات . (٢)

(١) انظر :

- James D. Halloran, *The Mass Media and Socialization An Introduction to the Theme of the Monograph*, and Robin Mc Cron, *Changing Perspectives in the Study of Mass Media and Socialization* pp. 13-39 in *Mass Media and Socialization*. Edited by James D. Halloran, International Association for Mass Communication Research, 1976.
- Claus, Mueller, *The Politics of communication : A Study of the Political Sociology of languages Socialization and legitimation*, London. Oxford University Press, 1973, PP. 58-72.
- (2) Jean-Pierre cot anr Jean Pierre MOUNER, *Pout une Sociologie Politique Tome 2*, Paris, Editions du Seuil, 1974, pp. 66-72.

وحيث أن الاعلام بالنسبة لشعوب الدول النامية يعد مصدرا أساسيا من مصادر التغيير ، وبالتالي فإنه يؤثر على انماط السلوك ، وهنا يتزايد دور وسائل الاعلام في التنشئة السياسية ، من خلال المساهمة في تكوين قيم ومعتقدات سياسية جديدة .

ويثار في هذا الصدد قضية التحديث modernization لا سيما في المجتمعات التقليدية والمجتمعات الانتقالية ، وتتعلق بايجاد بنىات تلاحق التطور وتأخذ بزمامه وتستجيب له ، بالإضافة الى التطور في القيم والمعتقدات أى أن التحديث ليس بالمظهر الخارجى كالملبس والمأكل والمشرب والعادات الاستهلاكية ولكن الأساس هو الجوهر الذى يطور الجسد السياسى والاقتصادى والاجتماعى والتكنولوجى .

ويرتبط التحديث ببناء الأمة nation building كهدف للسياسة العامة ، وهذا البناء جزء من عملية التغير بالمجتمع للوصول فى النهاية الى المجتمع الحديث ، وفى هذا الصدد يعد الراديو محركا mo ver محركات التنمية بالإضافة الى مساهمته فى تعميق الشعور بالوطنية والقومية . وتوصلت بعض الدراسات الى أهمية النمو فى الولاء الوطنى والوعى به ويلى ذلك الولاء المحلى والوعى المحلى ، فالبشر ذوى الثقافات المختلفة واللغات المتعددة والمعتقدات السياسية والدينية العديدة ، من الأهمية أن يدركوا مصلحتهم المشتركة ، وأهمية العمل جنبا الى جنب لتحقيق الأهداف ، أى تغيير بؤرة الاهتمام من الاهتمامات المحلية الى الاهتمامات الوطنية ، ثم الاهتمامات القومية . (١)

(١) انظر

- Lucian W. Fye, (Editor) **Communications and Political Development**, Princeton : Princeton University press 1972 : pp. 11-12.
- Wilbur Schramm **Communication Development and the Development Process**, in **Communications and Political Development**, op. cit., pp. 30 and 36, 38, 39, 41, 45
- Edward shils, **Demagogues and Cadres in the Political Development of the New States**. in **Communications and Political Development**, Op. Cit., P, 64,
- Herbert Passin, **Writer and Journalist in the Transitional society**, in **Communications and Political Development**, Op. Cit, pp 83, 86, 97. and 101.

ويمكن للراديو أن يستعمل كتعبير عن التخطيط الوطني وكوسيط ينقل أبعاده إلى الجماهير ، بالإضافة إلى دوره في تعليم المهارات الضرورية . مثل المهارات الفنية ، والمهارات اللازمة للإنتاج الزراعي وهنا فإن محور الأهمية عامل أساسي في حصول الفرد على هذه المهارات ، ويمكن أن يساعد البث ليمارسوا مهامهم الجديدة . ويساعد الجماهير ويعددهم ليمارسوا دورهم كأمة بين الأمم .

· **political order** وإذا ارادت النول التامية انشاء نظام سياسي حديث فمن الأهمية انشاء ادارة فعالة ومؤسسات مستقلة للرأى العام ، ونظم اعلامية حديثة ومؤسسات تشريعية ، وتدعيم الحريات العامة .

وقد ذهبت بعض الدراسات إلى انه من الأهمية اختراق ثلاث مجالات لدخول دائرة التحديث ، وهذه المجالات هي .

- الإصلاح السياسي والاجتماعي

- اللغة

- الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية

فالإصلاحات السياسية والاجتماعية تعد جزءا من عملية التغيير وتبدو قضية اللغة في المناطق التي تسودها عدة لغات ومعظمها ينطق ولا يكتب ، ناهيك عن اللهجات ، بالإضافة إلى قلة عدد المتكلمين بكل اللغة ، وعدم قدرة اللغة على الأخذ بالتطور التكنولوجي ، أي انها ليست لغة تكنولوجية .
technological language

-
- Herbert Hyman. **Mass Media and Political Socialization : The Role of Patterns of Communication, in Communication and Political Development, Op. Cit., pp, 128-148.**
- David C. Mcclelland, **National Character and Economic Growth in Turkey and Iran, in Communications and Political Development, op. Cit. pp, 152-181**
- James N. Mosel, **Communicaiton Patterns and Political Socialization. in Communications and Political Development, Op. Cit. p. 184**

أما اللغة العربية فهي لغة عالمية ، كما انها لغة تكنولوجية وفي حاجة الى تدعيم أكثر ، لاسيما أن بعض القائمين على تدريس علوم معينة في العالم العربي غير قادرين على تدريسها بالعربية ولا زالت تدرس بالانجليزية او الفرنسية .

وفيما يتعلق بالصحافة ولا سيما الصحافة المسموعة « الراديو فهي قوة هامة من أقوى التحديث في المجتمعات التقليدية وذلك في اطار الانتقال الى المجتمعات الانتقالية . كما أنها اداة من أدوات انتقال المجتمعات الانتقالية الى المجتمعات الحديثة . كما أن الكتاب يعدون في مقدمة العناصر التي تعمل على تطوير المجتمعات التقليدية أو المجتمعات الانتقالية .

وفي أحيان كثيرة يحدث تناقض بين الالتزام السياسي *political commitment* والموضوعية في مضمون رسالة الراديو في الدول النامية ، نظرا لخصائص مستقبلية الرسالة الإذاعية في الدول النامية حيث ان اطارهم الثقافي محدود نسبيا ، بالإضافة الى الامية ، ومن هنا يبرر الالتزام السياسي لوسائل الاعلام على حساب الموضوعية في بعض الاحيان ، نظرا للتركيز على اهداف التحديث وبناء الامة .

وحيث أن هناك علاقة بين التعرض *exposure* للراديو ، والتغير ، فان الراديو يساهم بدور يعتد به في التغير الاجتماعي والسياسي ، ويزداد هذا الدور حيث ترتفع درجة التعرض للراديو وتفضيله على الوسائل الأخرى .

وهناك أربع قضايا أساسية (١) تتعلق بتطوير الراديو كوسيلة اعلام جماهيرى وهي :

-
- (1) Ithiel de sola pool. the Mass Media and Politics in the Modernization Process, in Communication and Political Development, Op. Cit., p. 234.
 - Frederick T.C, Yu, Communications and Politics in Communist China, in Communications and Political Development, Op. Cit., p. 259,
 - Daniel lerner. Toward a Communication Theory of Modernization : A Set of Considerations in Communications and Political Development, Op. Cit(pp, 327. 342,

- يجب أن تقرر الدول النامية حجم الاستثمار على الراديو وذلك من مواردها النادرة .

- يجب تقرير القواعد الخاصة بدور القطاع العام والقطاع الخاص .

- تقرير درجة الحرية المسموح بها ، ودرجة الرقابة control المفروضة .

- تقرير المضمون الاعلامي في اطار المستوى الثقافى السائد .

وغالبا ما تتشكل صورة الانسان عن بيئته من خلال التجربة ، وينعكس التطور التكنولوجي الذي طرأ على الدول النامية ، على التطور في دور الراديو في التنمية السياسية . وهذا يثير قضية السرعة في نقل الاعلام من خلال الراديو اذا قورن بالوسائل الأخرى، مع الأخذ في الاعتبار درجة التقدم ، ومدى انتشار اجهزة استقبال الراديو فمثلا عندما اغتيل الرئيس كيندى علم ثلثي سكان الولايات المتحدة بالنبا خلال ثلاثين دقيقة (١) .
وقد ذهب عالم السياسة الأمريكي هارولد لازويل الى ان أى مجتمع

يحتاج الى ان يتعرف على بيئته ، والوصول الى الاتفاق على القرارات الهامة ، وتنشئة الأعضاء الجدد وفقا لمقتضيات المرحلة ، وبالتالي فالراديو جزء من انماط التغير الاجتماعى .

ويعد النمو الاعلامي مظهرا من مظاهر التنمية ، فبالإضافة الى وسائل الاعلام الجماهيرى ، هناك وسائل تقليدية للاعلام مثل الأسواق والمقاهى وعروض الألعاب والاجتماعات المحلية ، كما أن وسائل الاتصال الشخصي تقوم بدور يعتد به فى زيادة تأثير وسائل الاعلام حتى فى المجتمعات الاكثر تقدما (٢) .

(1) Max F, Millikan, **The Most fundamentals Technological change, in Daniel lerner and Wilbur Schramm (ed) communication and change in the developing countries, Hawall : An East-West center Book, 1972. 3.**

(2) Waye V. Aladj i. **Information en Afrique Traditionnelle Moded. Expression et de Transmission des Nouvelles en Afrique de 1 Ouest, Mémoire Présenté sous la Direction de M. Robert Hennart, Ecole Supérieure de Journalisme, Lille, 17 Juine 1974.**

ويساهم الراديو بدور يعند به فى تحقيق نوع من التغيير الذى يتمشى مع التنمية اذ انه يهيم المناخ الذى تحدث فيه التنمية ،

ويوجد نوعان من النخبة فى الدول النامية :

modernizing elite	- النخبة الجديدة
traditional elite	- النخبة التقليدية

والنخبة الجديدة صنعها التغيير ، وهى اساس التنمية ، اما الثانية فهى من موارث الماضى ، وقد تعوق التنمية ، ومن الأهمية تطوير مفاهيم النخبة التقليدية لكى لا تعوق التنمية وهناك بعض الفئات التى جمعت بين النخبة التقليدية والنخبة الجديدة ، أى تطورت مع التطور وأصبحت جزءا منه .

ويمكن للراديو أن يعمل بشكل فعال ، مما يساعد على نزايد المشاركة والتفاهم كما يمكن أن يقوم بدور المضاعف **multiplier** أى مضاعفة مصادر المعرفة «to multiply resources of knowledge»

وان أى تغير سريع فى الانماط **norms** والقيم السياسية يحتاج الى عدة حملات من وسائل الاعلام ، كما يحتاج الى تغيير اساسى فى الوضع المحيط ، بالإضافة الى التغيير الثقافى (١) .

وقد يكون من المفيد أن يقوم الراديو بدور المفتس العام **isbestor general**

على سياسة الحكومة ، وأن كان دوره فى هذا الصدد يأتى فى مرتبة لاحقة لدور الصحافة وأن يرشد الجماهير **inspiter of masses** لتشارك فى التنمية ويلاحظ أن مشكلة الدول النامية فى أحد جوانبها مشكلة الكم بلا كيف (٢) .

وقد ربط شرام وروجلز بين وسائل الاعلام ومقاييس النمو الأخرى ، مثل التحضر ومحو الامية . وعدد أجهزة الراديو لكل الف شخص وعدد

1) Lucian W. pye, Communication Institution building and the Beach of Authority. Op. Cit., pp. 35, 36, 43. 49 and 54

(2) Wilber Schramm, Communiucation and Change, in Commu-
nication and Change in the Developing Countries, Op. Cit.,
pdp. 6-27.

الصحف لكل الف شخص وكمية الصلب التي يتم استهلاكها ، وكمية الطاقة التي يستهلكها لكل شخص (١) .

ويعترض دانييل ليرنر (٢) على ما يسمى بالشرق الروحي spiritual East وانغرب المادى material West كما يعترض على الربط بين القيم الروحية والفقر the equation of spiritualite with poverty وهذا رد على محاولات بعض الكتاب محاربة القيم الروحية والربط بين التقدم والمادية علما بان السوابق التاريخية تبين أن القيم الروحية كثيرا ما كانت حافزا لزيادة الانتاج وتحقيق العدالة وتكافؤ الفرص .

- اى ان دور الراديو فى التنمية السياسية يتمثل فى :
يقوم الراديو بدور يعتد به فى تحقيق الوعي الوطنى ، وكلما حصلت الجماهير على معلومات اكثر : كلما زاد اهتمامها بالتنمية السياسية ويمكن للاعلام أن يوضح الأهداف السياسية ، ويوسع من درجة قبول الجماهير لهذه الأهداف .
- يمكن للراديو ان يكون له تأثير عميق فى التغيير لا سيما اذا صاحبه استخدام الوسائل الأخرى للاتصال الاجتماعى .
- يساهم الراديو فى تهيئة المناخ اللازم للتنمية ، ويمكن له ان يساهم فى تجميع القرى المنعزلة والقبائل المتناثرة والثقافات المحلية والأفراد والجماعات المختلفة والمساعدة على دمجها فى اطار التنمية الوطنية .
- اذا كان التزايد فى عدد أجهزة الراديو يساعد على تحقيق التغيير الاجتماعى والسياسى فان الاعتبارات الكيفية الخاصة بالقائم بالاتصال ومضمونه وتوقيته وجمهوره تؤثر كثيرا فى فاعلية دور الاعلام فى التنمية .
- قد يكون الراديو قليل الفاعلية وسلبيا اذا استخدم بشكل غير علمى او استغل لاغراض شخصية ، ولم يركز على صانعى التنمية .

(1) Wilber Schramm and W. Lee Ruggels, How mass media systems grow, in communication and Change in the Developing countries. Op. Cit., pp 59.

(2) Daniel lerner, international cooperation and Communication in National Development, in Communication and Change in the Developing countries. Op. Cit. p. 103.

- يساهم الراديو في التنمية السياسية وذلك بنقل أبعادها الى السكان بالأشكال الملائمة ، ويرتبط ذلك بقضايا التحول الاجتماعى والسياسي وأن تتاح للسكان المشاركة في عملية اتخاذ القرارات ، وذلك بتوسيع نطاق المشاركة وأن يكون الاعلام في اتجاهين من اعلى الى أسفل ومن أسفل الى أعلى .
- يؤثر الراديو فى التغير السياسي وذلك بالتطور فى القيم والمعتقدات السياسية فى اطار الاتجاه نحو المجتمع الحديث .
- هناك علاقة بين النمو السريع فى الصحافة المسموعة والمكتوبة والمرئية وتزايد المشاركة السياسية . اذ أن العامل الأول ينمى من المدركات السياسية للجماهير وبالتالي يزداد تفاعلها فى الحياة السياسية .
- يقوم الراديو بدور يعتد به نحو التنشئة ، ويزداد هذا الدور لاسيما عند الاخذ بالتصنيع على نطاق كبير بالاضافة الى التحديث .
- يعد الراديو بالنسبة للدول النامية ، مصدرا أساسيا من مصادر التغيير وبالتالي فهو يؤثر على انماط السلوك .
- يعد الراديو محركا من محركات التنمية ، ويساهم فى تعميق الولاء الوطنى والوعى به ، ويلى ذلك الولاء المحلى والوعى المحلى .
- يمكن للراديو أن يستعمل كتعبير عن التخطيط السياسى ، وكوسيط ينقل ابعاده الى الجماهير ، بالاضافة الى دوره فى تعليم المهارات الضرورية .
- يقوم الراديو بدور يعتد به فى دخول دائرة التحديث من خلال التغير السياسى والاجتماعى .
- قد يحدث تناقض بين الالتزام السياسى والموضوعية فى مضمون رسالة الراديو ، نظرا للخصائص المرتبطة بهذه المرحلة ومن هنا يبرر الالتزام السياسى لوسائل الاعلام على حساب الموضوعية فى بعض الاحيان نظرا للتركيز على أهداف التحديث وبناء الامة .
- هناك علاقة بين التعرض للراديو والتغير ، فالراديو يساهم بدورا

يعتد به في التغيير الاجتماعي والسياسي ، ويزداد هذا الدور حيث ترتفع درجة التعرض للراديو وتفضيله على الوسائل الأخرى .

- من الأهمية أن يركز الراديو على النخبة الجديدة ويدعم من دورها في التنمية السياسية ، بالإضافة الى تطوير دور النخبة التقليدية بما لا يعوق التنمية .

- يمكن أن يساهم الراديو في مضاعفة مصادر المعرفة .

- يمكن للراديو أن يقوم بدور المفتش العام على سياسة الحكومة وأن كان دوره في هذا الصدد يأتي في مرتبة لاحقة لدور الصحافة .

- يمكن للراديو أن يساهم في ترشيح الجماهير سياسيا لتشارك في التنمية وأن يؤخذ في الاعتبار الاعتبارات الكيفية .

الفصل الرابع

التمية الساسية وتخطيط البراج

يرتبط تخطيط البرامج (١) بالأهداف ، ويمكن تقسيم الأهداف الى أهداف ثابتة وأهداف مرنة ، والأهداف الثابتة محددة الغايات واضحة المعالم والعناصر اما الأهداف المرنة فلا تحتوى على درجة كبيرة من التحديد ، ويمكن تطويرها وفقا للمتغيري الحال .

وهنا عدة جوانب اساسية لعملية التخطيط تتعلق بـ :

- مشكلة الاختيار : حيث يتم الاختيار بين الوسائل المختلفة لتحقيق الاهداف .

- مشكلة التدبير : اى اتخاذ الاجراءات اللازمة التى تسمح بتحقيق الاهداف .

- مشكلة التنفيذ : اى التطبيق الفعلى للتدابير والعمليات التى تؤدى الى تحقيق الاهداف .

وعند وضع الخطة يتم البدء اولا بوضع اطارها *Plane frane* اى وضع الارقام والمؤشرات ، ثم تتم بعد ذلك معالجة المشاكل التى تعترض التنفيذ الفعلى للخطة .

وبعد وضع الاطار الاجمالى للخطة ، يتم وضع الاطار التفصيلى حيث تدرس الجوانب التفصيلية للخطة ، وتتحول الأهداف الاجمالية الى اهداف تفصيلية ، وتحدد الوسائل والامكانيات والمدة الزمنية تحديدا دقيقا .

ومن الناحية الزمنية هناك الخطة السنوية ، والخطة المتوسطة وتتراوح الاخيرة بين اربع وسبع سنوات ، وعادة ما تكون خمس سنوات ، والخطة الطويلة وعادة ما تكون اكثر من سبع سنوات .

وتقسم الخطة المتوسطة الى خطط سنوية ، حتى يمكن الاستفادة من تجربة التنفيذ فى السنة اللاحقة أسترشادا بالسنة السابقة ، وفى تخطيط البرامج تقسم السنة الى دورات بحيث يمكن الاستفادة من السدور السابقة فى الدورة اللاحقة .

(١) انظر كتابنا عن الاعلام الدولى بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٨ ، ص ١٨٠ - ١٩٠ .

الاذاعة فى عشر سنوات ، ٢٣ يوليو ١٩٦٢ ، القاهرة ، مطبعة الاستقلال العربى

١٩٦٢ ص ١٢ - ١٣ .

— A. Horley and A. Sanfridsson, *Communication Policies and planning*, Paris; Unesco April, 1973, pp. 9-11.

وكثيرا ما يكون التخطيط الاعلامى صورة من صور التخطيط السياسي ، أى انه يدخل فى اطار تحقيق أهداف سياسية .

ومن الأهمية تحديد الأساليب الملائمة لتحقيق الأهداف ، ووضع أهداف واقعية وواضحة ، حيث يصبح من الصعب تنفيذ الخطة اذا كانت الأهداف مبهمه ، ويؤخذ فى الاعتبار الامكانيات المتاحة ، ويتوقف نجاح الخطة على التقدير السليم للوسائل والغايات والتناسق بينها ، وأن تكون الغايات متمشية مع الامكانيات .

ومن الأهمية دراسة صلاحية الأهداف ، أى احتمالات تحقيقها بالامكانيات المتاحة ، وهذا يستلزم تحديد الهدف وتحديد الامكانيات المتاحة وتقدير الاحتياجات اللازمة له فى ضوء الامكانيات المتاحة ، وتقييم احتمالات تحقيق الهدف بالامكانيات المتاحة .

ويتم بعد ذلك عملية اختيار الاساليب ، وهنا يجب تحديد البدائل *Alternatives* ووضع مزايا كل بديل وعيوبه ، ومقارنة البدائل بعضها البعض من حيث المزايا والمضار واختيار الاساليب التى تحقق الأهداف بفاعلية أكثر من غيرها ، وتتضمن هذه العملية تحديد الهدف ودراسة البدائل ومقارنة البدائل بعضها البعض واختيار الأساليب الملائمة ، ويلى ذلك وضع الخطة التفصيلية .

وهناك عدة خطوات يجب مراعاتها عند وضع الخطة التفصيلية وهى :

- تحديد الأهداف وأبعادها

وهذا يستلزم توفر معلومات واضحة تسمح بتحديد الأهداف ، ويقوم بذلك فريق من الخبراء ، على أن تكون الأهداف واضحة .

- تحديد مضمون الرسالة

أى تحديد المنطق الاعلامى ، أو المراكز الاعلامية الاساسية أى ترجمة الأهداف الى مضمون اعلامى .

- تحديد مجالات التنفيذ

أى توضيح الوسائل المختلفة التى يتم التنفيذ من خلالها ، ونوعية البرامج ودورها فى التنفيذ مثل البرامج السياسية ، والبرامج الدينية ، والبرامج الثقافية ، والبرامج الترفيهية .

- تحديد اساليب التنفيذ

اي توضيح التكنيكات المتبعة في تنفيذ البرامج .

- تحديد توقيت التنفيذ

اي وضع توقيت دقيق لتنفيذ كل برنامج واذاعته .

- تحديد تتابع وتوافق التنفيذ

اي معرفة العلاقة بين البرامج المتتابعة في توقيت اذاعتها ، مع مراعاة عدم وجود تناقض بين مضمونها قدر الامكان ، وان يكون هناك توافق بين البرامج المتتابعة ، فمثلا من غير الصحيح ان يقطع تمثيلية معينة على قبليات وأحضان ثم يؤذن مباشرة لصلاة العصر ، فهذا قمة التناقض في مضمون البرامج .

- تحديد مستقبل الرسالة الاعلامية

من الأهمية بمكان تحديد مستقبل الرسالة الاعلامية وخصائصه حتى يمكن توجيه برامج تتمشي معه . وحتى يكون رد فعله `feed back` للرسالة الاعلامية متمشيا مع ما عُدف اليه مرسل الرسالة اي أن فهم المستقبل لرموز الرسالة الاعلامية يكون وفقا لما فصدده مرسلها ، وبالتالي اذا لم تراعى خصائص مستقبل الرسالة فقد تكون الرسالة صعبة عليه ، بحيث لا يفهمها ، أو يفهم بعض اجزائها ويفهم الاخر بشكل غير دقيق ، وهذا يوضح أهمية مراعاة خصائص مستقبل الرسالة الاعلامية . ومن هنا فان البرامج العامة تصاغ بشكل يسمح بتفهم قطاع كبير من الجماهير لها ، أما البرامج المتخصصة فتصاغ بشكل يفهمه القطاع الذي يتم توجيهها اليه .

- تحديد المتطلبات المادية والبشرية

اي تحديد تكلفة البرامج ، ومراعاة الحصول على أحسن البرامج وفقا للامكانيات المتاحة ، بالاضافة الى مدى توفر الكوادر المؤهلة لتنفيذ البرامج سواء اكانوا من الاعلاميين أو الفنيين ، ومدى الارتقاء بمستوى الكوادر والاحتكاك بالخبرات العالمية ، ومن هنا تبدو أهمية علوم الاعلام لهذه الكوادر .

- تحديد مسؤولية التنفيذ :

اي توضيح مسؤولية كل جهة بشكل واضح ، حتى يكفل سلامة التنفيذ ، وحتى لا يحدث تضارب في الاختصاصات .

- تحديد مسؤولية المتابعة :

أى تحديد الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ ، والمشاكل المرتبطة به ، والقصور الذى لازمة ، وذلك لتتلافى هذه المسالك فيما بعد .

- تحديد الفاعلية :

أى تحديد اثر هذه البرامج بالطرق العلمية ، وهذه هي الخلاصة النهائية لتخطيط البرامج ، والتي تفيد فى التخطيط اللاحق .

وإذا كانت هناك دعاية مضادة ، فينبغى ان تؤخذ بعين الاعتبار ، مع الاحتفاظ بقدر الامكان باتخاذ زمام المبادرة .

وكلما كانت الخطة مبنية على أساس توفر قدر كبير من المعلومات ، كلما ساعد ذلك على زيادة امكانية نجاحها ، ويلاحظ ان التخطيط الاعلامى فى حاجة الى الاستفادة بفريق عمل من المتخصصين فى مجال الخطة .

ومن الاهمية ان تأخذ كل خطة فى الاعتبار الخطط السابقة عليها ، حتى تستفيد من التجارب السابقة ، وان تتوفر لديها كوادرن من الدارسين والممارسين .

وترتبط الخطة بتحديد مدى قدرتها على تحقيق الاهداف الموضوعية واستمرارية التخطيط والتنفيذ والمتابعة .

وهناك عدة عناصر يجب ان تؤخذ بعين الاعتبار فى عملية التخطيط
Planning process
وهى :

- وصف كامل للاهداف الشاملة Overall objectives بشكل واضح ، حتى يمكن قياس مدى تحقيقها .

- معرفة العوامل التى تؤثر فى التخطيط سواء اكانت مباشرة او غير مباشرة .

- معرفة الموارد المتاحة ، ووضع استراتيجيات بديلة تعبء لتحقيق الاهداف الاساسية .

- تقييم النتائج المحتملة للاستراتيجيات البديلة .

- وضع مقاييس لاختيار احسن البدائل .

- ايجاد نظام ادارى ديناميكى يؤكد التنفيذ الفعال للخطة .

وهناك بعض النماذج المتبعة في تخطيط البرامج ، وذلك بتقسيم السنة الى اربع دورات اذاعية ، ومدة كل دورة ثلاثة أشهر ، وتقوم كل ادارة من ادارات الاذاعة باعداد ما يخصها من برامج الدورة وذلك بان يقدم كل متخصص اقتراحاته الى مدير الادارة ويدرس المدير هذه الاقتراحات ، وتجتمع بعض اللجان لتقييم هذه المقترحات ، ويراعى التجارب السابقة ، والبرامج المستمرة بين الدورة السابقة ، والبرامج الجديدة ، وتصب كل هذه المقترحات عند اللجنة العليا للبرامج . وتبدأ كل ادارة في اتخاذ اجراءات تنفيذ البرامج الخاصة بها ، وبعد برنامجا اسبوعيا يشتمل على تفاصيل المواد ، وترسل هذه البرامج الى ادارة التنسيق لاصدارها ونشرها في البرنامج اليومي وبمقتضاه يتم تسجيل المواد قبل موعد اذاعتها بوقت كاف .

ويراعى عند وضع اقتراحات الدورة الجديدة اراء المستمعين ورغباتهم واقتراحاتهم وبرامج المناسبات وذلك بدراسة قوائم الاحداث التاريخية والاصياد ، ومراعاة ملاحظات المذيعين ومراقبي السهرة وهيئة المكتب الفني .

ومن الاهمية معرفة انواع البرامج ، والزمن الذي تستغرقه اسبوعيا والنسبة المئوية لهذا الزمن ، ويوضح ذلك الجدول التالي :

البرامج	الزمن في الاسبوع	النسبة المئوية
البرامج الترفيهية		
البرامج الثقافية		
البرامج الدينية		
البرامج السياسية		

ووفقا لهذا النموذج تشتمل البرامج الترفيهية الموسيقى والغناء ، والبرامج الغنائية ، والمنوعات الغنائية ، وبرامج المنوعات ، والبرامج الثقافية التي تصاغ في شكل منوعات ، والتمثيلية والبرامج الخاصة .

اما البرامج الثقافية فتشتمل الاحاديث والنسبوات والقراءات والرياضة ، والتمثيلية والبرامج الخاصة . وتشتمل البرامج الدينية . القرآن الكريم والاذان والاحاديث الدينية والاذاعات الخارجية الدينية .

وتحتوى البرامج السياسية على نشرات الاخبار ، وشريط الانباء ، وتقارير المراسلين ، والتعليقات ، والبرامج الاخبارية .

وترتبط البرامج السياسية بالجانب السياسي لرسالة الاذاعة وتشتمل أنشطة البرامج السياسية على الاخبار المحلية ، والاخبار الصوتية ورسائل المراسلين ، وأنشطة الاستماع السياسي ، والتعليقات والتحرير والترجمة ، والاخبار الاجنبية المحلية والموجهة .

وحيث ان تخطيط البرامج يرتبط باهداف ، من المفروض ان تفسر في اطار التنمية الوطنية ، والتنمية السياسية جزء منها ، وبالتالي فان التنمية السياسية يجب ان تترجم في اطار تخطيط البرامج الى واقع ، بالاضافة الى جوانب التنمية الاخرى .

ويمكن ايجازهم نقاط التنمية السياسية التي يتعين ان تنعكس على تخطيط البرامج فيما يلي :

- التحديث السياسي اى تغيير القيم والمعتقدات والبنىات بما يكفل التحول السياسي نحو المجتمعات الحديثة .
- قيام الدولة الوطنية .
- تعبئة الجماهير وتفاعلهم مع النظام القائم ، وعدم وقوفهم موقف اللامبالاة ويتسم ذلك بدرجة من المشاركة الشعبية الموسعة .
- بناء الديمقراطية وما يرتبط بها من قيام المؤسسات السياسية تمثيلا مع الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة .
- الاستقرار السياسي والتغير المنظم .
- تحقيق تغيرات بنيانية في المؤسسات السياسية ثلاثم مع الجسم السياسي والاقتصادى والاجتماعى .
- تعميق الهوية الوطنية والقومية .
- السلطة فى الاساس سلطة الشعب .
- تطوير القيم والمعتقدات بما يتمشي مع التحديث والتمدين .
- تطوير الثقافة السياسية بما يتمشي مع التنمية .
- تهيئة الظروف السياسية الملائمة للتنمية ، وتغيير القيم والمعتقدات بما يكفل التحول السياسي نحو المجتمعات الحديثة والمساهمة فى تحقيق الاندماج الوطنى والوحدة الوطنية وتقدير القبائلية والعشائرية والعصبية .

- ان لا تكون السلطة اداة قهر وقوة عمياء ، بل اداة اقناع وخدمة فى المقام الاول وان تكون اداة لتحقيق الاندماج والتماثل لا اداة لتحقيق التفرقة وتعميق الانقسامات .

- ايجاد زعامات جديدة أكثر قدرة على تحقيق التغيير ، وان لا تستند الى اعتبارات سياسية تتمشي مع خصائص المجتمعات التقليدية ، مثل اعتبارات القبيلة او الثروة او النسب التقليدى ، وان تستند الى اعتبارات أخرى كالشخصية والثقافة السياسية والوعى بالاحتياجات الجديدة والتعليم .

- تطوير القوانين لتعكس الاحتياجات الوطنية . وتتمشي معها وتتطور بتطورها . حتى لا يكون القانون ضد احتياجات الاغلبية .

- السماح بالتعدد فى الآراء . وتقبل الآراء بعضها للبعض بشكل متحضر ، وتقبل الآراء المعارضة حتى ولو كانت آراء الاقلية .

- السماح بنمو قدرات الجماهير حتى تستطيع ان تأخذ بمبادئ التفكير العلمى فى السياسة ، وذلك بعدم التعصب للرأى ، والربط بين السبب والنتيجة ، وبين الفروض والنتائج ، وعدم القطع فى المسائل السياسية .

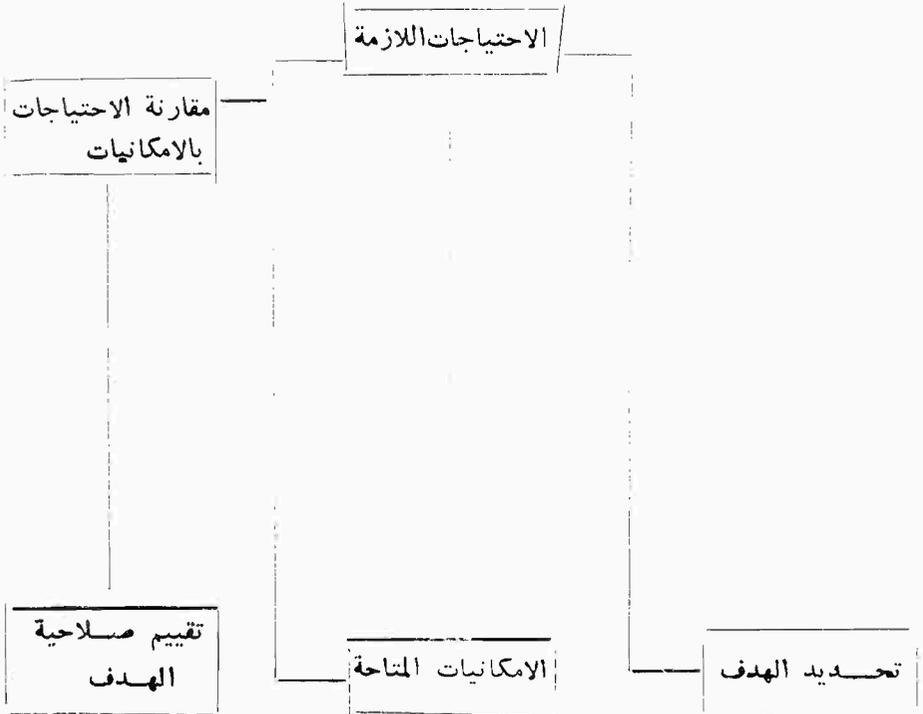
- التركيز على صانعى التنمية من علماء واساتذة وخبراء ومجتهدين من كافة الفئات حتى يكونوا قدوة لغيرهم ، وان يكونوا نجوم الاعلام . والنسبة الغالبة فى الشخصيات التى يعرضها ، وان لا تكون النسبة الغالبة هى مجموعة الفاشلين وغير المتعلمين والذين وصلوا الى ما وصلوا اليه بفضل عدة عوامل أبعد ما تكون عن الموضوعية ، حتى لا تستمر وسائل الاعلام فى خلق بناء قيمي لمستقبلى الراديو يمجد الفئات الهامشية ويعتبرها كل شيء فى الحياة ، أما النجوم الحقيقيون فادراكهم غير واضح ، وبالتالي فاذا استمرت وسائل الاعلام فى نفس الطريق ، استمرت العقبات امام التنمية .

- الربط بين القول والعمل ، مثل المسائل الخاصة بنزاهة الانتخابات ونبد العصبية والقبلية وانتخاب الشخص لذاته فى المقام الاول ، وان يكون الراديو اداة لتدعيم هذه المبادئ .

- تدعيم القيم الانسانية ، ولا سيما قيم التسامح الدينى وعقدتم التعصب ، ونشر القيم الروحية .

وهنا تعتبر هذه النقاط اهدافا يسعى تخطيط البرامج لتحقيقها ويلى ذلك اختيار افضل الوسائل لتحقيق الاهداف ، واتخاذ التدابير والاجراءات اللازمة حتى يمكن تحقيق الاهداف ، ثم التطبيق الفعلى للتدابير والعمليات التى تؤدى الى تحقيق الاهداف .
ثم تتم دراسة صلاحية الاهداف : أى احتمالات تحقيقها بالامكانيات المتاحة أى تحديد الهدف ، وتحديد الامكانيات المتاحة ، وتقدير الاحتياجات اللازمة له فى ضوء الامكانيات المتاحة ، وتقييم احتمالات تحقيق الهدف وفقا لىلى :

- قدرات خاصة للقائم بالاتصال
- صفات « لمضمون »
- « قدرات » لوسائل الاتصال
- » « الراديو »
- دراسة خصائص مستقبل الاتصال
- قياس الاثر
- الامكانيات المادية
- الامكانيات التكنولوجية
- مدى تدعيم الوسائل غير الاعلامية
- لدور الاعلام فى التنمية السياسية



- التحديث السياسي - قيام الدولة - قدرات معينة للقائم
الوطنية بالاتصال
- تفاعل الجماهير مع النظام - بناء - « صفات » معينة لمضمون
الديمقراطية بالاتصال
- الاستقرار السياسي - تعميق الهوية
الوطنية والقومية - « قدرات معينة » للراديو
- تطوير القيم والمعتقدات - دعم
سلطة الشعب - خصائص مستقبل الاتصال
- تطوير الثقافة السياسية - ايجاد
زعامات جديدة - قياس الاثر
- تطوير القوانين - السماح بالتعدد
فى الاراء - الامكانيات المادية
- تنمية التفكير العلمى فى السياسة -
التركيز على صانعى التنمية - الدور الاعلامى
- تدعيم القيم الانسانية - الربط
بين القول والفعل - للوسائل غير الاعلامية

وبلى ذلك عملية اختيار الاساليب اى اختيار الاساليب التى تحقق
الاهداف بشكل فعال عن غيرها ، وتتضمن هذه العملية تحديد الهدف
ودراسة البدائل ومقارنة البدائل بعضها البعض ، واختيار
البدائل الملائمة ، وفقا للشكل التالى :

تحديد الهدف

- اهداف التنمية السياسية
السابق ذكرها

تحديد البدائل

- برامج ترفيهية بانواعها ،
المدة والتوقيت
- برامج ثقافية بانواعها ،
المدة والتوقيت
- برامج دينية ،
المدة والتوقيت
- برامج سياسية ،
المدة والتوقيت

اختيار البدائل الملائمة

- التركيز على البرامج
السياسية بما فيها نشرات
الاخبار وشريط الانباء ،
وتقارير المراسلين ،
والندوات التي يشترك فيها
المتخصصون ، والتعليقات
والبرامج الاخبارية
والصوتية .
- الاخذ في الاعتبار البرامج
الاخرى بشكل غير مباشر

وضع الخطة التفصيلية

والتركيز عليها في مرحلة لاحقة أى أن الأهداف السابق ذكرها يتعين وضع أولويات لها للمراحل المختلفة وخصائص الجماهير ، أما البدائل فتتطلب دراسة أنواع البرامج الترفيحية ، والثقافية والدينية ، والسياسية، ومدة البرامج وتوقيتها ، أما اختيار البدائل الملائمة فيتطلب التركيز على البرامج السياسية بما فيها نشرات الأخبار وشريط الانباء ، وتقارير المراسلين والندوات التى يشترك فيها المتخصصون والتعليقات والبرامج الاخبارية والصوتية وقد يتطلب الامر ايضا التركيز على البرامج الاخرى أو التركيز عليها في مرحلة لاحقة وهذا يتطلب إعادة النظر في مضمون البرامج وأولويات اذاعة الاخبار وترتيبها وطرق التقديم والتكنيكات المتبعة ، وطرق الالقاء ، وربط المستقبل بالاحداث من خلال المؤثرات المختلفة ، وایجاد شبكة قوية من المراسلين في الداخل والخارج ، والاستعانة بأحسن الكفاءات من اذاعين ومقدمى برامج ومحررين و مترجمين ومراسلين وخبراء خارجين ومنافسة الاذاعات الأجنبية الموجهة الى العالم العربى باللغة العربية ، وفيما يتعلق بالدور السياسي غير المباشر للبرامج الاخرى الدينية والثقافية والسياسية فهو هام للغاية .

ويلى ذلك وضع الخطة التفصيلية التى تتحدد في - تحديد الأهداف وأبعادها - تحديد مضمون الرسالة - تحديد مجالات التنفيذ - تحديد أساليب التنفيذ - تحديد توقيت التنفيذ - تحديد تتابع وتوافق التنفيذ - تحديد مستقبل الرسالة الاعلامية - تحديد المتطلبات المادية والبشرية - تحديد مسؤولية التنفيذ - تحديد مسؤولية المتابعة - تحديد الفاعلية .

ويلى ذلك دور التنفيذ ، وعلاقته بالتخطيط .

الفصل الخامس

التمية السياسية وتنفيذ البرامج

يأني تنفيذ البرامج في مرحلة لاحقة للتخطيط . ومن المفروض أن نسند البرامج التي مجموعة من المتخصصين تختلف باختلاف نوعية البرامج ، وأن كنا سنركز في تنفيذ البرامج على الجانب المتعلق بالمضمون .

فالبرامج الترفيهية يمكن أن تحتوى على بعض الرموز المتعلقة بالتنمية السياسية مثل الأغاني ويأتي في مقدمتها الأغاني الوطنية ، بالإضافة إلى المونولوجات ، بل والأغاني الأخرى ، وهذا نوع من الإعلام غير المباشر عن المسائل السياسية وفيما يتعلق بالبرامج الثقافية . فالتمثيليات يمكن أن تكون وسيلة فعالة وغير مباشرة لتحقيق التحديث السياسي وقيام الدولة الوطنية وتفاعل الجماهير مع النظام وبناء الديمقراطية . والاستقرار السياسي . وتعميق الهوية الوطنية والقومية ، وتطوير القيم والمعتقدات ، ودعم سلطة الشعب . وتطوير الثقافة السياسية ، وتطوير القوانين ، وتدعيم دور الزعامات الجديدة وتطوير مفاهيم الزعامات التقليدية ، والسماح بالعدد في الآراء ، وتعمية التفكير العلمي في السياسة ، والتركيز على صانعي التنمية . وتدعيم القيم الإنسانية . والربط بين القول والفعل .

وفيما يتعلق بالأحاديث ، سواء أكانت سياسية أو غير سياسية فيمكن أن تكون أداة من أدوات التنمية السياسية ويراعى الصياغة وطريقة الالتقاء بما يتمشى مع مستقبلها .

ويمكن أن تكون الندوات أداة من أدوات التنمية السياسية من خلال تعدد المشتركين فيها ، وتعدد الآراء والنقاش العلمي . بما يمكن أن يكون صورة عملية للتفكير والنقاش وتعدد الآراء لدى الجماهير ، وهذا يستلزم الإعداد الجيد للندوات وخصائص مناسبة لمقدمي البرامج والمشاركين فيها ، وأن لا تكون القضية مجرد سد فراغ .

أما القراءات فيمكن أن تكون وسيلة من وسائل التنمية السياسية من خلال عرض الكتب الأجنبية والعربية ، والتي تتناول مسائل لها صلة بالتنمية السياسية بشكل مباشر أو شكل غير مباشر .

ويمكن للمسائل المتعلقة بالرياضة أن تساهم في التنمية السياسية من خلال تدعيم قيم التسامح وعدم التعصب والنزاهة في الحكم وترشيد القرارات والسلوك الرشيد للجماهير .

اما البرامج العربية فيمكن أن تقوم بدور كبير للغاية في تدعيم القيم والمعتقدات البناءة التي تدعم التنمية السياسية ، فالقرآن الكريم اذا امكن للجماهير ان تستوعبه يدعم مفاهيم التنمية السياسية الخاصة بالشورى التي ترتبط بالديمقراطية ، وحكم الشعب ، وخضوع الحاكم لارادة الشعب ، والسلام والامن ، ودعم القيم والمعتقدات الروحية ، والمساواة بين البشر وتكافؤ الفرص ، وأن تكون السياسة أخلاقية ، مع نبذ المسائل غير الاخلاقية في السياسة ، وتدعيم القيم الانسانية والتسامح والتقوى والعدالة ومراعاة الضمير .

وينطبق نفس الشيء على الاحاديث النبوية ، والاحاديث التي يقدمها رجال الدين ، وأن كان من المهم مراعاة الاعتبارات الاعلامية عند تقديم الاحاديث الدينية ، وذلك بأن يربط الدين بواقع العصر ومشاكله حتى يشد المستمعين ولا ينفهمهم ، ويركز على نقاط محددة ، ويلقى بطريقة ملائمة وغير تقليدية ، ويربط الدين بقضايا المستمعين ، مع الابتعاد عن الاساليب الانشائية والبلاغية المبالغ فيها ، وهذا يتطلب اعداد دقيق لمقدمى البرامج الدينية مع الالمام بتكنيكات الاعلام وطرق الاقناع والاستمالة .

وفيما يتعلق بالبرامج السياسية فمن الأهمية التركيز عليها ، وفيما يخص نشرات الأخبار فمن الأهمية ان يعاد النظر فيها ، وأن يراعى اذاعتها في اوقات محددة تسمح بالاستماع اليها من قبل عدد كبير من السكان ، وان يتسم التوقيت بالثبات النسبى حتى يتعود المستمعون عليه . اذ ان سرعة التغيير في توقيت اذاعة نشرات الاخبار ، يقلل من عدد المستمعين ، ويجب أن تعطى الاولوية للاخبار التي تهتم الناس وتعلق بمصالحهم فالأخبار التي تهتم المصرى تختلف عن الاخبار التي تهتم الامريكى أو السوفيتى لذلك تعطى الاولوية للاخبار المحلية والعالمية ذات العلاقة بقضايا البشر الموجه اليهم هذه النشرة ، ويلى الاخبار المحلية الاخبار القومية ثم العالمية ، ويجب أن تصاغ النشرة بما ينمى مع مستقبلها ، فاذا كان قارىء الصحافة المطبوعة يمكن أن يلجأ اليها في اى وقت ، فان مستمع الاذاعة لا يجد هذه الخاصية في الراديو ، ولذلك يراعى صياغة النشرات بأسلوب ينفذ الى المستمع بطريقة سهلة ، وعند كتابة موجز النشرة الذى يأتى في المقدمة يراعى جذب انتباه المستمعين والمحافظة عليه ومن الاهمية ان تكون الجمل قصيرة حتى يسهل فهمها ، وان تكون معانى الكلمات واضحة ، وان تستبعد الكلمات الصعبة والتي يمكن أن يفهمها الجمهور بشكل مختلف عما قصده القائم بالاتصال ،

ويراعى أن تكون أولوية الأخبار في النشرات الأخبارية وفقا لأهمية الموضوع وليس وفقا لأهمية الشخصيات وهذا ما تتبعه الاذاعات المؤثرة . ويجب منافسة الاذاعات الأجنبية الموجهة بالعربية في هذا المجال ، لذلك فان سعى الراديو للحصول على القابلية للتصديق credibility من الجماهير يعد أمرا عاما للغاية .

وفيما يتعلق بالتعليقات السياسية ، فمن الاهمية وصف الاحداث بدقة ، وتفسيرها بوضوح ، وأن تكون اللغة سهلة وواضحة ، وأن تعبر اللغة عن الديناميكية اذا أقتضى الامر ذلك ، وأن يتم الاتعاد عن الالفاظ الانشائية الرنانة ، والصيغ التي تهدف الى الانارة والمبالغة ، وأن يتم جذب انتباه المستمعين وأن يلقى بطريقة تتمشي مع المستقبلين ، ويراعى منافسة الاذاعات الأجنبية الموجهة للعالم العربي .

وفيما يتعلق برسائل المراسلين ، فيجب أن تغطي مختلف الجوانب الداخلية والخارجية ، وأن تربط المستقبل بالاحداث في مكانها ، وأن تكون واضحة الصياغة سهلة الفهم ، وأن يكون المراسلون مؤهلين لهذه المهمة .

ويعد بدقة للندوات السياسية ، وأن يكون مقدم البرامج على علم بوظيفته فلا يقاطع المتحدثين ، ويتحدث في حدود الممكن ، وأن يكون المتحدثون من المؤهلين لهذه المهمة من حيث الموضوع المثار ، بالاضافة الى قدرتهم على توصيل ما يعرفونه الى الجماهير . وأن يعتمد الاختيار على الكفاءة ، وليس على أمزجة مقدمى البرامج . وأن يتم كل شيء في الوقت المناسب .

وفيما يتعلق برسائل المستمعين ، فيجب تحرى الدقة في تلبية رغبات المستمعين ، وأن لا تكون الاسئلة والاسماء التي قدمتها مجرد صناعة من صناعات مقدمى البرامج يمكن للمستمع أن يكشفها وأن يكون الخبراء والمتخصصون المؤهلون هم عماد غذا البرنامج ولا تكون القضية مجرد أسماء يختارها مقدمو البرامج وفقا لاهوائهم ومصالحهم ، ويحرم الجمهور من الاستماع الى الكفاءات المؤهلة للاجابة على استفساراته (١) .

(١) ذهبت مجلة الاذاعة والتليفزيون العراقية الى القول

للبرامج الخيرية مثل عروض الانباء - تلك التي تعتمد على التحليل الدقيق للاحداث المهمة والتعليقات السياسية - أهمية كبيرة سواء من زاوية كونها اداة لتعريف المواطن بما يجرى في العالم عموما وما يجرى في الامة العربية على وجه الخصوص ، أو من حيث كونها ، اداة تنقيب وتربية بمبادئ سياسية محدودة تشكل =

يبين العرض السابق مدى القصور في البرامج السياسية التي يطلق عليها أحيانا « البرامج الأخبارية » او « البرامج الخبرية » فهي تقدم بشكل

==بمجموعها اطرا توفر للمواطن فرصة افضل لتقييم الأشخاص الاحداث وتعمق في ذاته - موافق ايجابية وسلبية ضرورية لتكوين ما يسمى بالرأى العام .
« ان مهمة التعريف بالاحداث تظل وظيفة ضيقة وقاصرة ، خصوصا اذا قدمت في اطر غامضة ويمكن التدليل على ذلك ان العديد من عروض الأنباء تتضمن اخبارا عن اماكن وأشخاص لا يعرف عنها المواطن شيئا يذكر منها مثلا ، جمهورية مالديف ، وغينيا الجديدة .. (لخ ان الخير قد لا يتضمن بالضرورة شرحا مفصلا لهذه الاسماء ، ولكن لا بد من توفر الحد الأدنى عن الموضوع لكن يعرف المواطن أين وقع الحدث ، ولكن يربط بينه وبين أحداث أخرى سبق أن سمع عنها ، هذا اذا اهلنا حقيقة ان الخبر ينبغي ان يكون واقيا بحيث يقدم للمواطن فكره عن العلاقات التي تربط بين الاحداث والامكان والأشخاص .

« ان النماذج التقليدية للبرامج الخبرية ينبغي أن تتطور وان تأخذ في اعتبارها الوظائف الممتدة للسياسة الاعلامية باعتبارها اداة تثقيفية وتربوية و تعريفية ايضا .

المصدر / مجلة الاذاعات العربية العدد ١٠١ - مارس (اذار) ١٩٧٨ ، ص ٣٠-٣١ .
وقد اجاب السيد / ابراهيم وهبي وكيل الاذاعة المصرية للشئون السياسية على الاسئلة التالية التي تساعدنا على فهم دور البرامج السياسية .

- هل تمتد ان البرامج السياسية تطورت في السنوات الاخيرة ؟
- منذ ١٠ سنوات كنا نخاطب الجمهور عن طريق الماطفة ، وكنا نلجا الى اختيار اللفظ اكثر من المعنى .. والالقاء اكثر من الموضوعية .. ولكن ماذا حدث ؟
اصبح الجمهور يفهم في السياسة ويعيها لذلك كان لا بد ان يتلاءم اسلوبنا مع تطور الجمهور وتطور الاحداث فاصبحتنا نخاطبة بالعقل والمنطق .

- افهم من هذا ان اسلوبكم في الماضي كان خاطئا ؟
- لا ان تطور الاحداث هو الذي خلق التغيير ، صوت العرب الان غير صوت العرب في بداية عهده من العالم العربي كله بتجارب كثيرة واصبح مستمعا جيدا لكل الاذاعات العربية والاجنبية واصبح من الضروري ان يتغير اسلوبنا .

في الماضي كان الخبر عشر صفحات ، والان اصبح عشرة اسطر .
ما الذي يعنيه نظام الفترة الاخبارية ؟

من خلال اتصالتنا بالاذاعات امجلترا وفرنسا والمانيا الغربية نشأت فكرة الفترة الاخبارية بشرط ان تكون غير ممتدة .. فيها تنوع في الواد .. في المديين .. في المتحدثين مع مراعاة عدم التطويل « ٧ دقائق اخبار - دقيقتان تحليل - ٥ دقائق رسائل المرسلين ثم رسائل المستمعين وأقوال الصحف .

لذلك فانا اطلب بتخصيص اذاعة للاخبار والبرامج السياسية . فلم تمد الاخبار ==

غامض ، وناقص ، وغير مكتمل وقد تم اللجوء في فترات معينة الى تكتيك
الماطفة ، والاثارة ، واختيار الفاظ خالية من المعنى ، ويؤخذ في الاعتبار
دور الإذاعات الاجنبية الموجهة الى العالم العربي ، واذا كانت بعض
الإذاعات العربية قد أخذت بنظام الفترة الاخبارية الا انها اخفقت في أحداث
تفسير جذرى في نشرات الأخبار والتعليقات ورسائل المستمعين ورسائل
المراسلين . . أى أخذت بالشكل نقلا عن الإذاعات الاجنبية ، ولم تأخذ
بالجوهر ، وهناك اعتراف - سبق ذكره - بقصور البرامج السياسية اذا

= مقصورة على الشؤون السياسية فقط بل أصبحت تهتم بالأخبار العلمية والتكنولوجية
والاخبار الانسانية وكذلك اخبار المرأة .

وكيف تتصور اذاعة طوال اليوم بدون موسيقى أو أغنية أو تمثيلية ؟

قال ابراهيم وهبى : ألم تسمع اذاعة لندن الاخبارية ؟ انها مسموعة جدا لانها تهتم
بالحدث مباشرة . . نفرض ان حدثنا مينا وقع لرجل سياسة أو لاعب كرة أو راقصة على
الفور تجد مندوب الإذاعة مع أقربائه . . ومندوبا آخر مع زملائه في العمل . . ومندوبا
ثالثا مع الاوساط المهتمة بهذا الحدث . . وفي وقت قصير جدا تجد المستمع نفسه مع
الحدث كاملا على الهواء . . وكم هناك يوميا من أحداث سواء سياسية أو
ثقافية أو اجتماعية أو علمية تهتم بها الجماهير .

ليس الأفضل ان نصل ببرامجنا ونشراتنا الاخبارية الى ما وصلت اليه الدول المتقدمة
اولا ثم بعد ذلك نفكر في اذاعة منفصلة ؟

ان الخبرات موجودة . . ان برامجنا ونشراتنا متطورة بالقدر الذى تسمح به
الوسائل الهندسية المتاحة . . اننا مستعدون وعندنا أشياء كثيرة تنتظر التطور الهندسى
مثل شبكات الميكروويف وغيرها .

وعلى سبيل المثال عندما اتحت لنا وسائل الاتصال المباشر اثناء زيارات
الرئيس للخارج . . نقلنا جميع الاحداث على الهواء مباشرة لحظة وقوعها . . ونحن
لا نكتفى بنقل الاحداث من آن لآخر بل هناك نظام المراسلين الذين يواظبون بالتفصيلات
عن الاحداث التى تقع في مناطقهم . . سواء فى الخارج أو الداخلى . .

الا ترى متى ان المستمع يصيبه الملل عندما يسمع نشرة الاخبار من اذاعة القاهرة فى
الوقت الذى يسمع فيه من لندن أو مونت كارلو صورة صوتية حية للاحداث ؟
على المستوى الخارجى . . قلت لك انها مشكلة المراسلين . . ولكن على المستوى الداخلى ،
فتوجد نشرة اخبار صوتية تذاق يوميا ، وانا معك فى ان المستمع قد ألف اصوات
المدربين ، فلم يعد يهتم الا بمتنر الجودة فى الخبر أو ما يتعلق باهتمامه الشخصى
لذلك ينبغى التنوع فى المادة السياسية من طريق المسور الصوتية واللغات
مع صامى الاخبار فى اطار النشرة .

قورنت ببرامج الدول المتقدمة ، وان الفرد يصاب بالملل اذا سمع نشرة اخبار من الاذاعات العربية ، في الوقت الذي يسمح فيه من لندن أو مونت كارلو صورة صوتية حية للأحداث ، كما يوجد اعتراف بضمف مستوى المراسلين والمذيعين .

كل هذا يبين أهمية مراعاة جوانب التنمية السياسية عند تنفيذ البرامج، ووضع اعتبار لكل برنامج على حدة ودوره في التنمية السياسية ، وحتى يمكن تحقيق درجة معقولة من أهداف التنمية السياسية من خلال الراديو الأمر الذي يساهم في تحقيق التنمية الوطنية وهذا هو التحدى الذى تواجهه الدول العربية .

الفصل السادس

التمية السياسية ومتابعة البرامج

ترتبط متابعة البرامج باجراء بحوث مستقبلية الرسالة الاعلامية Audience Research ، او ما يسمى بـ بحوث المستمعين والمشاهدين (١) وحيث ان الاعلام الجماهيري ليس اتصالا شخسيا يتم وجها لوجه ، بحيث يكون رد فعل المستقبل واضح نسبيا لدى المرسل ، وبالتالي فهو موجه من طرف واحد ، اى ان رد فعل feed back المستقبل غير معروف لدى المرسل ، وبالتالي فان بحوث مستقبلية الرسالة الاعلامية عامل هام لمعرفة رد فعل المستقبلين .

وهذا يقتضي دراسة فئات مستقبلية الرسالة الاعلامية ، ويمكن تقسيمها وفقا للمعايير التالية :

- يمكن تقسيم المستقبلين وفقا لاساس مقارن ، مثل مقارنة عادات القراءة عند المستقبلين بعادات الاستماع .

(١) انظر :

- Bernard Hennesy, *Essentials of Public Opinion*, Massachusetts : Duxbury Press, 1973.
- Alfred sauvy, *L' Opinion Publique* Paris : Press Universitaires de france, 1971.
- F. Teer and J.D. Spence. *Political Opinion Polls*, London : Hutchinson university Library, 1973.
- J. Stoetzel and A. Girard, *Les Sondages d'Opinion Publique*, Paris, Presses Universitaires de france. 1973.
- Susan Welch and John Comer. *Public Opinion, Its formation, Measurement and impact*, california : mayfield publishing Company, 1973.
- Robert Silvey. *who's Listening ? the Story of HBO Audience Research*, London : Allen and unrivin, 1974.

- د . مصباح محمد الخيرو ، أهمية بحوث الجماهير في التخطيط والتقييم ، مجلة الاعلام

العربية ، العدد ٧٥ ، يناير ١٩٧٦ ، ٣٦ - ٤٩

مؤشرات الاستماع والمشاركة في القاهرة عام ١٩٧٧ ، الاعلام العربية العدد

١٠٢ ، ابريل ١٩٧٨ ، ص ٤٩ - ٥٤ .

- يمكن تقسيم المستقبلين على أساس معايير الجنس والسن والتعليم والمبتوى الاقتصادى .

- يمكن تقسيم المستقبلين وفقا للمعايير السيكولوجية ، وذلك بدراسة خصائص الشخصية من خلال الاختبارات أو قياس الاتجاهات .

وقد استنتجت بعض دراسات لازر فيل أنه كلما قلت درجة التعليم ، كلما زاد الاقبال على الراديو . وأن المواد الترفيهية السريعة تجد تقبلا بين صغار السن ، وكلما قل السن بشكل عام ، كلما قل الاهتمام بالمسائل العامة ، وأن النساء اقل اهتماما بشكل عام من الرجل في الشؤون العامة .

ويمكن تقسيم بحوث المستمعين الى :

- بحوث قياس الراى والاتجاه نحو الراديو .

- بحوث قياس الأثر أو الفاعلية .

- بحوث تقييم تجمع بين قياس الراى والاتجاه وقياس الاثر .

- بحوث تحليل المضمون .

وستعرض لها بشكل عام ، ونأمل أن نعالجها تفصيلىا فى دراسة لاحقة .

- بحوث قياس الراى والاتجاه نحو الراديو :

يتطلب الامر تحديد المشكلة والقضية المثارة ، وأهداف البحث والدراسة ووضع الفروض استرشادا بالدراسات السابقة ، أو النظريات السائدة حتى لا يضع البحث فى متاهات لا تفيد الدراسة ، ثم تحدد مفاهيم البحث ومصطلحاته ، ثم منهج البحث ، ثم يعد الاستبيان ، ثم تحدد طريقة جمع المعلومات ، فإذا كان مجتمع البحث محدود نسبيا يمكن استخدام أسلوب المسح survey، أما إذا كان عكس ذلك فيتبع طريقة العينة، والعينة السائدة فى هذا الصدد هى العينة العشوائية الطبقية ، وذلك باختيار وحدات العينة من كافة فئات مجتمع البحث ، مع الاخذ فى الاعتبار التمثيل النسبى لهذه الفئات فى المجتمع ، وذلك لان المجتمع يتباين فى خصائصه الاقتصادية والثقافية والاجتماعية بالاضافة الى فئاته العمرية والقطاعية .

أما العينة الحصصية غير الاحتمالية فهى شائعة الاستخدام حيث

يقسم مجتمع البحث الى حصص ، ويراعى التمثيل النسبي للمحصص في العينة ، دون وضع القيود على اختيار المفردات الخاصة بالعينة .

ويلى ذلك تفريع البيانات وجدولتها ، ويراعى ايجاد معايير دقيقة للتبويب ، وايجاد جداول تفريع تكرارية ثم تأتي مرحلة تحليل البيانات وتفسيرها ، وهذا يسمح بمعرفة مدى صحة الفروض من عدمه .

بحوث قياس الاثر أو الفاعلية :

يعد قياس الاثر أو الفاعلية (١) من المسائل الصعبة ، ولا يخفى ان التأثير عملية أساسية في الاعلام ، فمن الصعب تحديد الفاعلية بشكل واضح نظرا لتداخل عوامل عديدة في التأثير ، فتحديد الاثر الاعلامي لحملة اعلامية معينة قد يصعب قياسه بدقة نظرا لتداخل عوامل أخرى مع الحملة الاعلامية بالاضافة الى الظروف المحيطة بعملية الاتصال .

وقد تساعد وسائل الاعلام في تدعيم موقف معين أو التشكيك في موقف آخر ، أو التغيير من موقف الى آخر ، وان كان ذلك يرتبط بتكثيف الحملة الاعلامية من عدمه ونوعية الوسائل المستعملة ومدى وضوح الموقف عند مستقبل الرسالة الاعلامية أو تعرضه لموقف متمزق *Cross peessure* والصور النمطية *stereotypes* المرتبطة بمستقبلي الرسالة الاعلامية والتحيز من عدمه .

وهناك عدة معايير خاصة بتحديد فاعلية الاعلام منها القدرة على تحقيق عدد من الأهداف التي يتم السعي لتحقيقها ، وقد يعتبر تحقيق عدد قليل أو كبير من الأهداف نجاحا في نظر القائم بالحملة الاعلامية .

وهناك نوعان من المناهج في قياس الاثر :

- المناهج الاستقرائية .
- المناهج الاستنباطية .

وتركز المناهج الاستقرائية على عناصر العملية الاتصالية ، وهي القائم

(١) انظر بالاضافة الى ما سبق .

— Joseph T. Klapper, *The effects of Mass Communication*, New York, free Press, 1960.

بالاتصال والرسالة والوسيلة ومستقبل الرسالة الاعلامية وفيما يتعلق بالقائم بالاتصال فيزداد تأثير الرسالة الاعلامية اذا كان القائم بالاتصال ينقل موقف تتمشى مع المستقبلين ، وبعد مدة يبدأ المستقبل في نسيان مصدر الرسالة أو القائم بالاتصال وهذا ما يسمى بالآثر النسيان **the sleeper effect** وهناك عوامل أخرى تساهم في زيادة تأثير القائم بالاتصال في ظروف معينة مثل السن والجنس والمظهر .

وتزداد فاعلية الاعلام اذا كانت الرسالة تتمشى مع الاحتياجات التي تؤدي الى تحقيق الهدف ، وتأخذ في اعتبارها القيم السائدة والمواقف والآراء والمعتقدات الخاصة بالمستقبلين . ويلاحظ أن عرض جزء من المشكلة أكثر تأثيراً من عرض الجوانب المختلفة للمشكلة اذا كان مستقبل الرسالة الاعلامية على درجة قليلة من التعليم ، أما عرض الجوانب المختلفة للمشكلة فيكون أكثر تأثيراً اذا كان مستقبل الرسالة الاعلامية على درجة عالية نسبياً من التعليم أو اذا كان يعارض مبدئياً مضمون الرسالة الاعلامية ، وهذا يمكن ان يحصن المستقبل من مضمون ادعائية المضادة ، ويؤخذ في الاعتبار مصادر الرسالة وكيفية تقديمها والتطورات السابقة واللاحقة .

ويركز بعض الكتاب على الوسيلة حتى قيل أن الوسيلة هي الرسالة **medium is the message** بمعنى أن طريقة تقديم الرسالة والظروف المرتبطة بها ذات تأثير قوى الى حد يصل الى اهمية الرسالة في حد ذاتها .

ونظراً للاختلاف في تكلفة وسائل الاعلام ، فان هناك تأكيداً على درجة التأثير الاعلامي لكل وسيلة ، وبوجه عام يمكن القول أن هناك انخفاضاً في انتشار المجالات وانخفاضاً أكبر في انتشار الكتب بين المستويات التعليمية الدنيا ، أي يؤخذ في الاعتبار مدى انتشار وسائل الاعلام .

ويركز بعض الكتاب على اهمية الاتصال المباشر ، وأنه بوجه عام أكثر تأثيراً من الراديو ، والآخر بدون أكثر كفاءة من المادة المطبوعة ، وربما ان التليفزيون والافلام تحتل المرتبة التالية للاتصال المباشر ويليهما الراديو ، وان كان لا يمكن القول أن هذه قاعدة عامة .

وفيما يتعلق بمستقبل الرسالة الاعلامية فيؤخذ في الاعتبار طرق المعرفة والقيم والمواقف والمعتقدات والآراء وأنماط السلوك والسن والجنس والتعليم والوضع الاجتماعي والاقتصادي والأقليم الجغرافي والاعتماد ؛ وهذا يفيد في تحديد فاعلية الرسالة الاعلامية .

أما المناهج الاستنباطية فتحدت في النظرية السلوكية ونظرية المعرفة *cognitive theory* ، وركز السلوكيون على التغير في المواقف وتكوينها وتعديلها أما مؤيدو نظرية المعرفة فيركزون على تعديل المواقف مع الأخذ في الاعتبار معتقدات وعواطف الفرد ، وبمقتضى نظرية المعرفة يعمل الفرد على تحقيق التوافق المنطقي فيما يعرفه ، وتعمل نظرية المعرفة على شرح تكوين المواقف وتعديلها والتنبؤ بأثر الاتصال .

أما بحوث التقييم فهي خليط من قياس الراى والاتجاه وقياس الأثر .

- بحوث تحليل المضمون (١) :

عرف بيرلسون Berelson تحليل المضمون بأنه تكتيك للبحث يعمل على الوصف الموضوعى وانظامى والكمى للمحتوى المعلن للاتصال .

وقد اهتم عالم السياسة الامريكى هارولد لازويل بهذا المنهج وظهر ذلك واضحا في كتابه لغة السياسة *Language of politics* .

وإذا كان لازويل وآخرون يركزون على المحتوى المعلن للاتصال فإن فريقا آخر يمد المنهج الى المحتوى غير المعلن .

ويرتبط تحليل المضمون بالتحليل الكمي والتحليل الكيفى ، ويعتمد التحليل الكمي على ترجمة المحتوى الى أرقام واحصاءات ، ويؤخذ في الاعتبار فئات التحليل الاصلية والفرعية ومعدل التكرار .

أما التحليل الكيفى فيعمل على الوصول الى المنطق الاعلامى أو الدعائى فى المضمون ، وان كان يواجه صعوبة التحيز إذا اعتمد على فرد

(١) انظر :

- Fernandol. Perrone. **Image du chllidans la Presse Quotidienne de Paris : une Analyse de Dentenu**, Univ. René Descartes, Paris V. Serbonne, Thèse de Doctorat 3e cycle. 1973.
- Denise Bombardier, **Le Traitement de la Politique Etrangère dans les Journaux Télévisés de 1, O.R.T.F**, Thèse pour le Doctorat de Spécialité c 3e Cycle), Paris. Juin-1974.

واحد ، ويحاول بعض الباحثين التغلب على هذه المشكلة بالاعتماد على فريق من الباحثين للوصول الى درجة أكبر من الموضوعية .

ويذهب بعض الباحثين الى أن هناك نوع آخر من التحليل هو التحليل النوعي وذلك بتحديد نوع الاهتمام وصفته ، فقد يكون متفاوتا فيما بين التأييد والحياد والمعارضة وهنا فالتحليل يعمل على التوصل الى القول أن برنامجا معينا مؤيدا أو محايدا أو معارضا لقضية معينة .

ويرى اثيل دي سيولابول Ithel de sola Pool أنه ليس هناك تفرقة أساسية بين التحليل الكمي والتحليل الكيفي فالعلاقة بين الاثنين علاقة دائرية ، فكلتاها تكمل الأخرى .

ويعمل تحليل المضمون على توضيح الاتجاه في مضمون الرسالة ، وكشف التغطية المختلفة لوسائل الاعلام الدولي للأحداث المختلفة ، والمقارنة بين وسائل الاعلام ، وتقييم مضمون الاتصال وكشف اساليب الدعاية ، والتعرف على أهداف القائمين بالاتصال وتحديد الوضع السيكولوجي للجماعات والأفراد والحصول على نتائج سياسية وعسكرية تفيد سياسات الدول وتحديد أهتمامات الجماهير ودراسة تأثير الاتصال .

وهكذا يمكن من خلال بحوث المستمعين التوصل الى معرفة مدى تحقيق أهداف التنمية السياسية ، سواء من خلال بحوث قياس الرأي والاتجاهات ، أو بحوث قياس الاثر أو الفاعلية أو بحوث التقييم ، أو بحوث تحليل المضمون ، وان كانت بحوث قياس الرأي والاتجاه وبحوث قياس الاثر ترتبط بالمستقبلين ، أما بحوث تحليل المضمون فتحلل محتوى الاتصال ، ويمكن الاستفادة من هذه البحوث مجتمعة .

وتهتم الاذاعات بهذه البحوث ، فتصدر هيئة الاذاعة البريطانية مثلا كتابا سنويا عن نتائج بحوث المستمعين والمشاهدين ، وتجري هيئة الاذاعة البريطانية أكثر من ألفي مقابلة وجها لوجه يوميا ، وتبعث بأسئلة الى ٦٠٠٠ مستمع ومشاهد أسبوعيا ، بالإضافة الى الدراسات التي تجريها في هذا المجال ، وقد بدأت الاذاعات العربية الاهتمام بهذه البحوث .

وبدأت الاذاعات العربية فرادى وجماعات في الاهتمام بهذه الدراسات ، وفي الاطار الجماعي ثم انشاء المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ببغداد .

ويمكن أن نشير الى بحث أجراه اتحاد الاذاعة والتليفزيون في مصر كمؤشر بالاهتمام بهذه الدراسات (١) وأجرى البحث عن حالات الاستماع والمشاهدة في مدينة القاهرة خلال اسبوع بدأ من السبت ٧٧/١١/٥ وانتهى يوم الجمعة ١٩٧٧/١١/١١ بهدف قياس حجم الاستماع والمشاهدة لبرامج الاذاعة والتليفزيون . وأجرى البحث على عينة قوامها ٥٠٠ حالة يوميا . ويتغير أفرادها من يوم لآخر وعلى مدى سبعة أيام متصلة . وروعي في اختيارها ان يكون تركيبها من سكان الاحياء المختلفة . وان يكون الجنس والسن والمستوى التعليمي مطابقا نسبيا لتركيب المجتمع من هذه المتغيرات .

وشمل البحث ٣٥٠٠ حالة من السكان البالغين من العمر ١٥ سنة فأكثر . وفيما يتعلق بمعدل الاستماع للاذاعة بلغ معدل الاستماع عام ١٩٧٧ ٧٢٤٪ من اجمالي العينة البالغ عددها ٣٥٠٠ وسجل معدل الاستماع انخفاضا عن بحث مماثل أجرى ١٩٧٤ حيث بلغ معدله ٧٨٨٪ . وبلغت نسبة من يمتلكون أجهزة الراديو ٩٨٪ . وبلغ معدل الرضا العام عن برامج الاذاعة ٧٦٨٪ وهذا يقل عن ما أسفر عنه بحث مماثل سنة ١٩٧٤ اذ بلغ المعدل ٨٦٦٪ .

وفيما يتعلق بالمحطات والقنوات التي حازت على اعلى نسب الأستماع والمشاهدة في اليوم السابق للبحث ، جاء ترتيب البرنامج العام في المقدمة بنسبة ٧٨٨٪ ، يليه محطة ام كلثوم بنسبة ٥٤٣٪ ، ثم الشرق الأوسط بنسبة ٤٩٥٪ ، ثم صوت العرب بنسبة ١٩٢٪ فالقرآن الكريم ١٦٩٪ .

وبلغ متوسط ساعات الاستماع لفرد الواحد من جميع الاذاعات ساعة . ٣٧ دقيقة في الأيام العادية . يرتفع قليلا يوم الجمعة ليصل الى ساعة ، ٥٦ دقيقة .

وفيما يتعلق بأحسن البرامج من وجهة نظر الجمهور ، فقد تبين أنها برامج غير سياسية في المقام الأول . فاستولت برامج ما يطلبه المستمعون على الصدارة في كل الاذاعات . وفيما يتعلق بالبرنامج العام كانت اولوبة البرامج المفضلة كما يلي :

- ١ - على الناصية .
- ٢ - الى ربات البيوت .

(١) مؤشرات الاستماع والمشاهدة في القاهرة عام ١٩٧٧ ، الإذاعات العربية ، العدد / ١٠٢ ،

- ٣ - همسة عتاب .
- ٤ - كلمتين وبس .
- ٥ - الغلط فين ..

وفيما يتعلق بصوت العرب كان الترتيب كالتالى :

- ١ - أغاني وعجبانى .
- ٢ - اللقاء المفتوح .
- ٣ - فى الحياة والحب والامل .
- ٤ - سهرة الأحد .
- ٥ - الف سلام .

وهذه الدراسة يمكن أن تفيد فى تحقيق التنمية السياسية ، وذلك بترجمة أبعادها من خلال البرامج المفضلة أصلا ، ثم تحسين مستوى البرامج الأخرى ولا سيما السياسية كمدخل للتأثير على عادات الاستماع

وتمثلت أهم رغبات الجمهور فى عدة نقاط يهمنى منها تقديم المواد الأخبارية بأسلوب متطور وحديث ، ونقل جلسات مجلس الشعب على الهواء مباشرة ، والاهتمام بالتربية القومية للشباب والاطفال ، وخروج الكاميرات الى الشارع وتقليل المواد المسجلة بالاستوديوهات ، وهذا يدخل فى إطار التنمية السياسية ، وما زلنا فى حاجة الى بحوث أخرى أكثر تخصصا تعالج قضايا بعينها مثل دور الراديو فى التنمية السياسية أو دوره فى التغيير الاجتماعى ... الخ .

خاتمة

نتائج الدراسة

يمكن إيجاز نتائج لدراسة ، في عدة نقاط تتعلق بالتنمية السياسية والراديو كوسيلة اعلام جماهيرى ، ودور الراديو في التنمية السياسية ، والعلاقة بين التنمية السياسية من جانب ، وتخطيط البرامج وتنفيذها ومتابعتها من جانب آخر .

وفيما يتعلق بالتنمية السياسية فيمكن تعريفها بأنها الاحتياجات السياسية للتنمية . وترتبط بالتحديث السياسي ، اى تغيير القيم والمعتقدات والبنىات بما يكفل التحول السياسي نحو المجتمعات الحديثة . وترتبط بقيام الدولة الوطنية . وتعبئة الجماهير . والاستقرار السياسي والتغير المنظم .

وترتبط عملية التنمية السياسية بتحقيق تغيرات بنيانية في المؤسسات السياسية ، وهناك عدة قضايا ترتبط بالتنمية السياسية منها قضية الهوية وأزمة الشرعية ، والمشاركة والاندماج والتوزيع . كما ترتبط بقضايا الديمقراطية والشخصية وتغيير القيم والاتصال .

ويزداد دور الراديو في الدول النامية ، إذ يمكن أن يسمع من جميع السكان . دون التأثير بمعدل الامية . كما لا يتأثر بصعوبة المواصلات ولا يحتاج لمجهود من المستمعين ، ومن هنا يزداد دور الرسالة المذاعة عن غيرها من الرسائل .

وفيما يتعلق بالراديو كعملية اتصالية . فان ذلك يثير عناصر العملية الاتصالية ، وهى الفائمين بالاتصال وخصائصهم ، ومضمون الرسالة ، والراديو كوسيلة اتصال ، والمستقبل ، وفاعلية الاتصال . اذ يعمل الراديو على نقل الرسائل الاعلامية الى قطاع عريض من المستقبلين ، وهناك عدة تكتيكات يمكن الاستفادة منها عند توجيه الرسائل الاعلامية بالراديو ، وتعد الجوانب النفسية للاتصال من المسائل التى يتعين اخذها بعين الاعتبار ،ومن الأهمية أن يؤكد الراديو على القابلية للتصديق ، وأن يجذب انتباه مستقبلية ، ويربطهم به .

وهناك عدة نظريات يمكن ان تفيد الاعلام الاذاعى المسموع وهى نظرية

الاختلافات الفردية ، ونظرية الفئات الاجتماعية ، ونظرية العلاقات الاجتماعية ونظرية الانماط الثقافية .

ويمكن للراديو أن يساهم في التنمية السياسية من خلال تحقيق الوعي الوطني ، ويمكن ان يكون له دور في التغيير ، وتهيئة المناخ اللازم للتنمية . واتساع نطاق المشاركة ، ويعد الراديو محركا من محركات التنمية ، ويساهم في تحقيق الولاء الوطني ، والوعي به ، ويلى ذلك الولاء المحلى وابعى المحلى . ويمكن للراديو ان يستعمل كتعبير عن التخطيط السياسي ، وكوسيط ينقل أبعاده الى الجماهير ، بالإضافة الى دوره في تعليم المهارات الضرورية ، كما يقوم بدور في دخول دائرة التحديث من خلال التغير السياسي والاجتماعي وقد يبرر الالتزام السياسي لوسائل الاعلام على حساب الموضوعية ويزداد دور الراديو في التغير الاجتماعي والسياسي ، عندما ترتفع درجة التعرض له ، ومن الاهمية أن يركز الراديو على النخبة الجديدة ، ويدعم من دورها في التنمية السياسية ، بالإضافة الى تطوير دور النخبة التقليدية بما لا يعوق التنمية ، ويمكن أن يساهم الراديو في مضاعفة مصادر المعرفة ، ويمكن أن يقوم بدور المفتش العام على سياسة الحكومة ، ويمكن أن يساهم في ترشيد الجماهير سياسيا لتشارك في التنمية .

وحيث أن تخطيط البرامج يرتبط بأهداف ، من المفروض أن تفسر في اطار التنمية الوطنية ، والتنمية السياسية جزء منها ، وبالتالي فان التنمية السياسية يجب أن تترجم في اطار تخطيط البرامج الى واقع ، بالإضافة الى جوانب التنمية الاخرى .

ويتعين وضع أولويات للأهداف ، وفقا للمراحل المختلفة ، وخصائص الجماهير . اما البدائل فتتطلب دراسة أنواع البرامج ، ومدتها وتوقيتها ، أما اختيار البدائل الملائمة فقد يتطلب الامر التركيز على برامج معينة ، وهذا يتطلب إعادة النظر في مضمون البرامج ، وأولويات اذاعة الاخبار وترتيبها ، وطرق التقديم ، والتكنيكات المتبعة وطرق الالتقاء ، وربط المستقبل بالاحداث من خلال المؤثرات المختلفة ، وايجاد شبكة قوية من المرسلين في الداخل والخارج ، والاستعانة بالكوادر المؤهلة ، ومنافسة الاذاعات الاجنبية الموجهة للعالم العربي باللغة العربية وفيما يتعلق بالدور السياسي غير المباشر للبرامج الاخرى الدينية والثقافية والسياسية فهو هام للغاية .

وفيما يتعلق بتنفيذ البرامج ، يمكن للبرامج غير السياسة أن تحتوى

على بعض الرموز المتعلقة بالتنمية السياسية ، اما البرامج السياسية فيمكن التركيز عليها ، ومن الأهمية إعادة النظر في نشرات الأخبار ، وأن يراعى اذاعتها في أوقات محددة تسمح بالاستماع اليها ، من قبل عدد كبير من السكان . وأن يتسم التوقيت بالثبات النسبي حتى يتعود المستمعون عليه . وتعطى الأولوية للأخبار التي تهم الناس بالتعليقات بمصالحهم ، ويجب ان تصاغ الشرة بما يتشبي مع مستقبلها ، وفيما يتعلق بالتعليقات السياسية ، فمن الأهمية وصف الأحداث بدقة وتفسيرها بوضوح وأن تكون اللغة سهلة وواضحة ، ويجب أن تغطي رسائل المراسلين ، مختلف الجوانب الداخلية والخارجية ، وأن تربط المستقبل بالأحداث في مكانها . وأن يكون المراسلون مؤهلين لهذه المهمة ، ويعد بدقة للندوات السياسية وأن تكون رسائل المستمعين انعكاسا لرغباتهم ، مع الاستعانة بالكفاءات المناسبة للاجابة على استفساراتهم .

وتفيد بحوث مستقبلى الرسالة الاعلامية او ما يسمى بحوث المستمعين في معرفة رد فعلهم ، وهذا يفيد في عملية تخطيط البرامج وتنفيذها . وكلما كانت بحوث التقييم ، وبحوث تحليل المضمون ، أكثر دقة . كلما ساعد ذلك على زيادة فاعلية التخطيط والتنفيذ ، وهذا يدعم بدوره من دور الراديو في التنمية السياسية .

المراجع العربية

أولا - الكتب :

- ١ - **الإذاعة في الثمانينات** ، تقرير عام ، الندوة الثانية ، دراسات وبحوث إذاعية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية .
- ٢ - **الإذاعة في عشر سنوات** ، ٢٣ يوليو ١٩٦٢ ، القاهرة ، مطبعة الاستقلال الكبرى ، ١٩٦٢ .
- ٣ - د. جيهان أحمد رشتي ، **الاسس العلمية لنظريات الاعلام** ، القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٥ .
- ٤ - د. محمد على العويني ، **الاعلام الدولي بين النظرية والتطبيق** ، القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٨ .

ثانيا - المقالات :

- ١ - د. عبد الجبار ولي ، **المفاهيم الاساسية لعملية الاتصال اللغوي والتصويري، الإذاعات العربية** ، نشرة شهرية يصدرها اتحاد إذاعات الاول العربية ، القاهرة ، العدد / ٨٤ ، أكتوبر ١٩٧٦ .
- ٢ - عبد اللطيف ماضي ، **الاستخدامات المختلفة للإذاعات المسموعة والمرئية، الإذاعات العربية** ، العدد / ٨١ ، يوليو ١٩٧٦ .
- ٣ - عبد اللطيف ماضي ، **وسائل الاتصال هل هي وسيلة للهو والترفيه أم وسيلة للتقدم والتغيير** ، **الإذاعات العربية** ، العدد / ٨٢ أغسطس ١٩٧٦ .
- ٤ - عصام عيسى السامرائي ، **سيكولوجية الاتصال ، الإذاعات العربية** ، العدد ٩٢ يونيو ١٩٧٧ .
- ٥ - د. فوزية فهمي ، **تحليل المضمون ، الإذاعات العربية** ، العدد ٨٥ ، نوفمبر ١٩٧٦ .

- ٦ - د. مصباح محمد الخيرو ، أهمية بحوث الجماهير في التخطيط والتقييم ، **الإذاعات العربية** ، العدد / ٧٥ ، يناير ١٩٧٦ .
- ٧ - مؤشرات الاستماع والمشاهدة في القاهرة عام ١٩٧٧ ، **الإذاعات العربية** ، العدد / ١٠٢ ، أبريل ١٩٧٨ .
- ٨ - يوسف مرزوق ، الإذاعة وتأثيرها على سلوك الانسان واتجاهاته ، **الإذاعات العربية** ، العدد / ٨٥ ، نوفمبر ١٩٧٦ .
- ٩ - د. يوسف مصطفى الحاروني ، دور وسائل الاتصال الجماهيري في التنمية القومية بالبلاد العربية ، **الإذاعات العربية** ، العدد / ١٠٠ ، فبراير ١٩٧٨ .

المراجع بالانجليزية والفرنسية

أولا - الكتب :

- 1 — Aladji, Waye V; **Information en Afrique Traditionnelle : Maded, expression et de transmission de nouvelles en Afrique de le Ouest**, Ecole, Supérieurs de Journalisme, lille, 17, Juine. 1974.
- 2 — Balle, francis, **institutions et Publics des Moyens d, Information-Pressé Radion diffusion - Télévision**, Paris, Editions Montchrestien, 1973.
- 3 — Berlo, David, K., **The Process of Communication : Introduction to Theory and Practice**, New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960.
- 4 --- Bombardier, Denise, **le Traitement de la Politique Etrangère dans les Journaux Télévisés del, O.R.T.F**, Thèse pour le Doctorat de Spécialité (3e Cycle) Paris, Juin 1974.
- 5 — Cot, Jean - Pierre and Mounier, Jean-Pierre, **Pour une Sociologie politique**, Tome 2. Paris, Editions du Seuil, 1974.
- 6 — De fleur, Melvin 1, **Theories of Mass Communication**, New York : David Mckay company, Inc., 1970.
- 7 — Dessouches, **Dominique, information et Developpement en Cote de Lvoire**, Thèse Présentée en vue du Doctorat en Sciences Politiques, Université de Paris 1, 1973.
- 8 — Escarpit, Robert, **Communication et Développement, in systèmes partiels de communication**, Paris, Mou ton. la Haye, 1972
- 9 — Fischer, Heinz- Dietrich and Merrill, John Cahoun, **International and Intercultural Communication**, New York . Hastings House Publishers 1976.

- 10 — Hennessy, Bernard. **Essentials of Public Opinion**,
Massachusetts : Duxbury press, 1975.
- 11 — Holloran, James D. (Editor) **Mass Media and Socialization**,
International Association for Mass Communication Research
1976.
- 12 — Horley and sanfridsson, **Communication Policies and Planning**
Paris : Unesco, April, 1973.
- 13 — Klapper, Joseph T., **The Effects of Mass Communication**,
New York : Free Press, 1960
- 14 — Lerner and Schramm (ed). **Communication and Change in
the Developing Countries**, Hawaii : An East - west Center
Book, 1972.
- 15 — Muellet clauss, **The Politics of communication : A study
of the Political sociology of language Socialization and legi-
timation**, London, Oxford University Press, 1973.
- 16 — Ould Abdou, Mohamed Habiboullah. **L. information en Mau-
ritanie**, Thèse de Doctorat de 3e Cycle, U.E.R. Institut fran-
çais de Presse et des Sciences de l'Information, Université de
Paris 11. 1975.
- 17 — Perioner, fernande L. **image du ch filidans la presse Quoti-
dienne de paris : Une Analyse de Contenu**, Univ., René Des
cartes, Paris V.Sorbonne. Thèse de Doctorat 3e cycle 1973.
- 18 — Pye Lucian W., **Aspects of Political Development : An Ana-
lytic study**, Boston : Little Brown and Company, 1966.
- 19 — Pye. Lucian W. (Editor), **Communication and Political De-
velopment**, Princeton : Princeton University press, 1972.
- 20 — Sauvy Alfred, **L. Opinion Publique, Paris : Presses Univer-
sitaires de france**. 1971.
- 21 — Silvey, Robert, **who's Listening ? the story of BBC Audience
Research**, London Alen and Unri-in, 1974.

- 22 — Steetzel and Girard. **Les Sondages d, Opinion Publique**, Paris Presses Universitaires de France, 1973.
- 23 — Teer and Spence : **Political Opinion Polls**, London : Hutchinson University Library. 1973.
- 24 — Welcy, Susan and Cemer, John, **Public Opinion, Its formation, Measurement and Impact**, California Mayfield Publishing company, 1975.
- 25 — **World communication, A 200 Country Survey of Press**, The Unesco Press, 1975.

ثانياً - المقالات :

- 1 — Holloran. James D., **The Mass Media and Socialization : An Introduction to the Theme of the Monograph, in Mass Media and Socialization, 1976.**
- 2 — Hyman, Herbert, **Mass Media and Political Socialization : The Role of Patterns of Communication, in Communications and political Development, Princeton, 1972.**
- 3 — Lerner, Daniel, **International Cooperation and Communication in National Development, in Communication and Change in the Developing countries, Hawaii, 1972.**
- 4 — Lerner, Daniel, **Toward a Communication theory of Modernization. A set of Considerations, in Communications and Political Development, Princeton, 1972.**
- 5 — Lowensetin, Ralph L., **Use of Foreign Media by Developing nations, in international and Intercultural Communication. New York, 1976.**
- 6 — McClelland, David C., **National Character and Economic Growth in Turkey and Iran, in Communications and Political Development, Princeton, 1972.**

- 7 --- Mc Nelly, John T., Media exposure in Developing urban societies in **International and Intercultural Communication**, New York. 1976.
- 8 --- Merrill, John C., Media and National Development, in international and **Intercultural Communication** edited by Fisher and Merrill, New York, 1976.
- 9 — Meyer-Dohm Peter, Investments in communication and the Development Process in **International and Intercultural Communication**, New York, 1976.
- 10 — Millikan, Max F., Most fundamental Technological Change in Lerner and Schramm (ed), **Communication and change in the Developing countries**. Hawaii : An East-West center Book. 1972.
- 11 — Meeller, Leslie, G., Mass Media and National Goals, in **International and Intercultural Communication**, New York. 1976.
- 12 -- Mosel, James N. **Communication Patterns and Political Socialization**, in **Communications and Political Development**, Princeton, 1972.
- 13 --- Passin, Heibert, Writer and Journalist in the Transitional society, in **Communication and Political Development**, Princeton, 1972.
- 14 -- Pool, Lthiel de Sola, The Mass Media and Politics in the Modernization Process, in **Communications and Political Development**, Princeton, 1972.
- 15 — Pye, Lucian W., **Communication, Institution Building and the Reach of Authority**, in **Communication and Change in the developing Countries**, Hawaii, 1972.
- 16 — Schramm and Ruggers, How Mass Media Systems Grew in **Communication and Change in the Developing Countries Hawaii**. 1972.
- 17 — Schramm, Wilbur, **Communication and Change, in Commu-**

nication on and change in the Developing Countries, Hawaii, 1972.

- 18— Schramm, Wilbur, **Communications Development and the Development Process**, in **Communications and Political Development**, Princeton, 1972.
- 19 — Shils, Edward, **Demagogues and cardes in tye Political Development of the New stares**, in **Communications and Political Development**, Princeton, 1972.
- 20 — Ya, Frederick, T.C., **Communications and Politics in Communist China**, in **Communications and Political Development**, princeton, 1972.

المحتويات

صفحة	
٥	تصدير
٧	مقدمة
٩	الفصل الاول :
١١	مفهوم التنمية السياسية
١٧	الفصل الثاني :
٢٠	الراديو كوسيلة اعلام جماهيرى
	الفصل الثالث :
٢٢	دور الراديو فى التنمية السياسية
	الفصل الرابع :
٤٩	التنمية السياسية وتخطيط البرامج
	الفصل الخامس :
٦٢	التنمية السياسية وتنفيذ البرامج
	الفصل السادس :
٧٣	التنمية السياسية ومتابعة البرامج
٨٣	خاتمة
٨٦	المراجع

رقم الايداع ٨١/٢٧٦٨
الرقم الدولي ٦ - ٢٦ - ٧٣٢٥ - ٩٧٧

دار
البخارى للطباعة

٢٧ شارع ابن الكوراني - روض الفرج