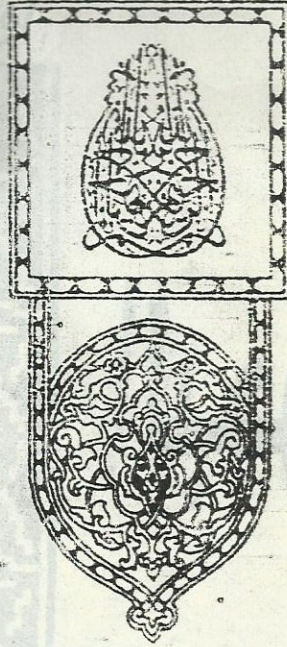


البحوث الإعلامية

العدد الأول
أكتوبر ١٩٩٣

رئيس مجلس الإدارة: د. عبدالمنعم مسينه الشبيخ
رئيس التحرير: د. أحمد شليخ





البحوث الإعلامية

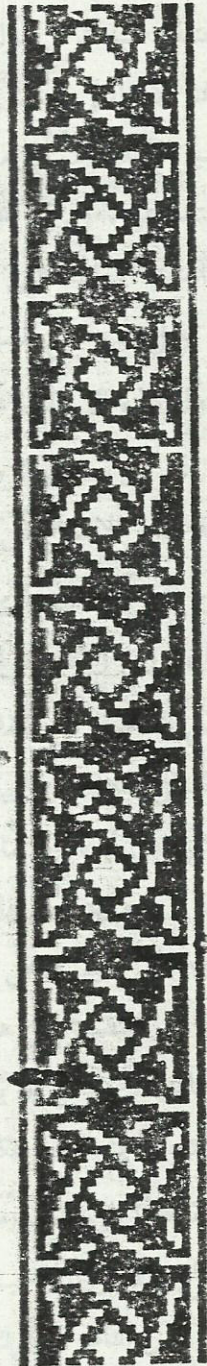
تصدر عن جامعة الأزهر

المراسلات : جامعة الأزهر - مدينة نصر - القاهرة

ت : ٢٦١١٤١٤ فاكس : ٢٦١١٤٠٤

الإعلام الأنمائى
النظرية والتطبيق

الدكتور سعيد محمد السيد
كلية الإعلام - جامعة القاهرة



مقدمة :

يختلف الباحثون حول تحديد وظائف وسائل الإعلام ، فالبعض يرى أن الاقتناع هو الهدف الأساسي لهذه الوسائل ، بينما يؤكد البعض الآخر على وظيفة الأخبار وتوصيل المعلومات . وهناك فريق ينظر لوسائل الإعلام بوصفها القوة الرئيسية للتغيير الاجتماعي ، وفريق آخر يذهب إلى أن الإعلام يقوم بتثبيت وتقوية المعتقدات والاتجاهات السائدة التي تؤدي إلى الإجماع Consensus ومقاومة التغيير ، أو بكلمات أخرى تقبل الأوضاع السائدة Status quo .

تحاول هذه الورقة الإجابة على سؤالين محددين :

أ- إلى أي مدى أثرت هذه القناعات أو المواقف النظرية المختلفة على الأبحاث الخاصة بدور الإعلام في التنمية .

ب- إلى أي مدى أدى اختلاف مواقف الباحثين ، وقناعاتهم الشخصية حول دور الاتصال ، إلى زيادة معرفتنا بالدور الذي يمكن أن يقوم به في دفع عملية التنمية .

وقبل الدخول في التفاصيل ، يجب أن نحدد مفهومنا للتنمية . فالتنمية أساساً عملية تغيير ثقافي متصلة وواعية وسوجية تتم في إطار اجتماعي معين وترتبط بازدياد أعداد المشاركين من أبناء الجماعة في دفع هذا التغيير وتوجيهه ، وكذلك الانتفاع بنتائجه ، فالتنمية لا يحوز قصرها على النمو الاقتصادي وحده ، وإنما يجب أن تشمل بشكل جوهري على تغيير ثقافي عام ، وعلى تغييرات محددة في البناء الاجتماعي القائم . ولا شك أن كل عنصر من هذين العنصرين يؤثر على الآخر بشكل متبادل . فالنمو الاقتصادي لا يمكن أن يهتمر على المدى البعيد دون تغيير في الاتجاه نحو تعديل المؤسسات الاجتماعية ، فكلما يعمل على خدمة الآخر ويوصل إليه .

يقودنا هذا إلى تحديد معنى الثقافة . وفي هذا المجال ، نحن نأخذ بتعريف علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا لها بأنها طريقة الحياة الخاصة بأى مجتمع إنساني ، فهي تشمل على أنماط السلوك المكتسبة المتعارف عليها التي يستخدمها الكل ويتوقعون استخدامها من جانب الآخرين . والثقافة بهذا المعنى الشامل هي البناء العلوي

للمجتمع *Supra structure* التي تحدد أساليب الانتاج وتؤثر عليها. ولذلك فإن دراسة أنماط السلوك في المجتمعات الإنسانية والعادات والاتجاهات الفكرية وتطورها هي من بين المؤشرات التي يعتمد عليها في تحديد مسار التطور الإجتماعى والاقتصادى للمجتمع الإنسانى .

وبالرغم من أن الثقافة تعبير عن الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية السائدة إلا أنها ليست انعكاسا كليا مباشرا ، فهي «الوسيلة» الفعالة لتغييره . فلا يمكن أن نتصور تغييرا رشيدا للبيئة الاجتماعية يقوم به غير الإنسان. والإنسان لا يمكن أن يقدم على هذا التغيير ما لم يتغير هو أولا ، تغييرا ثقافيا بهذا المعنى الواسع ، أى تغييرا يتناول تصوراتهِ وعلاقاتهِ وقيمه وغاياته . فالثقافة تلعب دورا وظيفيا في المجتمع من أجل حمايته والدفاع عن ذاتيته بل وكذلك من أجل دفعه للتطور والتغيير. (١)

دور وسائل الاتصال في التنمية :

لا يزال دور وسائل الاتصال في التنمية ماثرا للخلاف بين الباحثين . فبالرغم من أنه قد ثبت احصائيا وجود معامل ارتباط بين التعرض لوسائل الاتصال من ناحية ، والتغيرات الاقتصادية الاجتماعية المرتبطة بالتنمية من ناحية أخرى ، إلا أنه لم يثبت وجود علاقة سببية بينهما.

يدعى فيجن Fagen أن الإعلام سبب ونتيجة في نفس الوقت في عملية التحديث (٢) إلا أن دراسته كانت موضع انتقاد ، ويشكل خاص لافتقارها إلى الوضوح ضرورى للصبغة النظرية *Theoretical Statement* ، ومن ناحية أخرى ، يذكر وجرر أن دور الإعلام مساعد أو غير مباشر للعوامل الاجتماعية الأخرى المؤدية للتنمية. (٣) وهذه صياغة أكثر دقة وأقرب للصحة ، وعلى حد تعبير بلتران Beltran فإن ما يهم بالأخص هو أن تتوصل الدول الأثقل نموا إلى الظروف الخاصة التي تجعل من الإعلام منها *Stimulator* مؤثرا لعملية التنمية. (٤)

يلخص ماك نيلسى أربعة مواقف للباحثين حول دور الاتصال في التنمية . تبدأ أولها من انكار أى تأثير *Null Position* للإعلام ، وتنتهى آخرها إلى اعتباره مؤثرا

حاشما Enthusiastic Position . وبين الموقفين المتطرفين هذين ، هناك موقف حذر
Cautious Position وآخر عملي Pragmatic Position . أما الموقف الحذر فمؤداه أن
وسائل الإعلام يمكنها أن تصل إلى الجماهير بشكل غير مباشر فقط من خلال قادة
الرأى أو وسطاء آخرين . وأخيراً فان الموقف العملي ينظر إلى الاتصال الجماهيرى
كعملية متعددة الخطوات ، متعددة الاتجاهات ، وبإمكانها إحداث تأثير ظاهر على المدى
القريب ، أو غير ظاهر على المدى البعيد . (٥)

على أن هناك اتفاقاً شبه عام على أن الاستخدام المنظم لوسائل الاتصال يشكل
عنصراً هاماً من مجموعة مؤثرات تؤدي إلى الاسراع بالتغيير الاجتماعى فى مجال
النمو المرغوب فيه . تكمن أهمية وسائل الاتصال فى عملية التغيير الاجتماعى فى
الوظائف التالية التى يمكن لهذه الوسائل القيام بها :

١- وظيفة الاخبار (News Function) التى تهدف إلى مراقبة البيئة المحيطة ،
وتزويد النظام الاجتماعى بالمعلومات اللازمة له ، كما حددها لازويل (Lasswell) .

٢- الوظيفة التعليمية (Teaching Function) أى مساعدة النظام الاجتماعى على
نقل ونشر القيم ، وعلى ما اصطلح على تسميته بالرموز ذات المعنى (Significant
Symbols) كما يذكر شرام وروبرنس (Schramm and Roberts) .

٣- الوظيفة السياسية (Policy Function) أى المساعدة فى وضع السياسات وتوسيع
قاعدة المشاركة الشعبية فى عمليات اتخاذ القرار ، على نحو ما ذهب إليه ماك نيللى
(Mc Nelly) .

٤- وظيفة قياس رجوع الصدى (Feedback Function) بمعنى اثناء نظام معرفة رد
الفعل داخل النظام الاجتماعى ، وأيضاً بين هذا النظام والبيئة المحيطة .

٥- وظيفة التردد Multiplier Function بمعنى نشر نتائج المستودعات الناجمة من
أحد أجزاء النظام الاجتماعى إلى الأجزاء الأخرى أو من المصادر الخارجية إلى
الجمهور المناسب داخل النظام الاجتماعى ، كما يذكر روجرز وشومبكر (Rogers and
Shoemaker)

٦- وظيفة تحقيق المساواة (Egalitarian Function) لمساعدة أفراد الطبقة الاقتصادية الاجتماعية الدنيا على تضييق الفجوة المعرفية بينهم وبين أفراد الطبقات الأخرى ، بأمل رفع مستواهم المعيشي حيث أنهم أكثر من غيرهم اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيرى ، كما يقول ماك نيللى (Mc Nelly) .

ويجب أن ننبه عند هذه النقطة أن دور الإعلام يختلف باختلاف نماذج وأساليب التغيير الاجتماعى الذى تأخذ به كل دولة . فاستراتيجيات التنمية ليست قاصرة بالكامل على رجال الاتصال . وكل استراتيجية للتنمية هى التى تحدد استراتيجيتنا لاستخدام قنوات الاتصال ونوع الرسائل (٦) .

النموذج الأول للتنمية :

حتى وقت قريب ، قاد نموذج التنمية الذى وضعه رجال الاقتصاد فى الخمسينيات ، معظم الأبحاث الغربية حول علاقة الاتصال بالتنمية الوطنية . يعادل هذا النموذج التنمية بزيادة الإنتاج القومى ومؤشرات النمو الأخرى على المستوى الماكرو اقتصادى . وفى وقت نال ، اتسع تعريف التنمية ليشم مجموعة أكبر من المتغيرات الاجتماعية والثقافية . وقد أظهر ليرنر (Lerner) فى دراسته الكلاسيكية مدى أهمية هذه المتغيرات . وقد استخدم فى هذه الدراسة مفهوم الاتصال على أنه أداة للوصول إلى الجماهير مباشرة برسائل التحديث ، وليس على أنه مجرد شيء مكمل فى نظم تعتمد أساسا على الاتصال لشخصى . وقد اعتبر أن الاتصال يضاعف الحراك الاجتماعى مؤديا بذلك إلى زيادة كبيرة فى الإمباتية والاشتراك الاجتماعى . ويتم ذلك عن طريق تقديمه لمواقف جديدة لم يتعرض لها الجمهور الذى يحتسب بذلك خبرات جديدة لم تتوفر له فى ظل ظروف التنشئة الاجتماعية (٧) .

وقد قامت دراسات لاحقة بتأكيد هذه النتائج مع بعض التعديلات الطفيفة . فقد توصل فرأى (Frey) إلى أن الاتصال يلوعم عملية التنمية عندما يقدم بالإضافة إلى المعلومات ، نماذجا مناسبة للتغيير . وهكذا فإن تعرض الأفراد لوسائل الإعلام فى حد ذاته ليس كافيا ، ولكن الأهم هو المضمون الاتصالي الذى تنقله هذه الوسائل ،

وبشكل خاص كم التغيير الذى تحمله إلى جمهور معين . ويذكر فرأى أن «علم تقدير بعض الابحاث لدور الاعلام كأداة للتنمية تنقصه الادلة الكافية ، اذ يعتمد هؤلاء أساسا على نتائج البحوث الخاصة بالحملات السياسية قصيرة المدى ، واتجاهات البيع والمشاركة ، وعلى تجارب الجماعات الصغيرة» . (٨)

ويشئى بوول (Pool) على ليرنر وماك كليلاند (Lerner and Mc Clelland) لمساهمتها البارزة فى النظرة الخاصة بالتأثير الايجابى للاتصال الجماهيرى على اتجاهات الأفراد ، ويضيف أن «ذلك يعنى بأن النظرة الخاصة بأن تأثير الاعلام يتوقف على ارتباطه بتنظيم جيد من الاتصال المواجهى ، نظرة سطحية إلى حد كبير . وقد يكون هذا صحيحا بالنظر إلى بعض التأثيرات المحتملة للاتصال الجماهيرى ، ولكن لا يمتد إلى النواحي الأخرى العديدة» . (٩)

وقد ظهرت نظرة مختلفة إلى حد ما لدور الإعلام فى التنمية فى بداية الستينيات . وتصنف الابحاث التى نبتت عن هذا الاتجاه تحت عنوان ما عرف به «نشر المستحدثات Diffusion of Innovation وتؤكد هذه الدراسات على عملية الاتصال الشخصى وتأثيره ، وبموجب هذا النموذج ، فإن الاتصال الجماهيرى هام فقط من ناحية تقديم للمعلومات الخاصة بالتحديث التى تصبح موضع اهتمام الأفراد ، واحتمال قبولهم لها نتيجة المناقشات التى تثيرها بينهم» . (١٠)

ويأخذ نموذج نشر المستحدثات كشيء مسلم به مجموعة المبادئ التالية التى يعتقد أنها أساسية لخطط التنمية :

- نمو اقتصادى سريع من خلال التركيز على التصنيع .
- تكنولوجيا متقدمة تحتاج لاستثمار رؤوس أموال كبيرة ولعدد أقل من العمال .
- أن يتم التخطيط مركزيا .

يرجع هذا النموذج أسباب التخلف أساسا إلى التقسيم الثقافية السائدة فى البلدان «المختلفة» . ولهذا توجهت مجهودات الابحاث التى تبنت هذا الاتجاه إلى تحديد صفات الأشخاص الذين يأخذون بالتحديث ومدى اختلافهم عن الآخرين . وقد

وجد روجرز Rogers فيما يتعلق بالسلوك الاتصالي أن الأشخاص الذين سبقوا في الأخذ بالتحديث يتميزون باستخدام أكبر لوسائل الإعلام ، وانصرافهم عن الاعتماد على قنوات الاتصال الشخصي المباشر . (١١)

أما بالنسبة للدوار السيكولوجية لقرار الأفراد ذوى التأثير فى مجتمعاتهم ، فيذكر لينورجر Lionberger وروجرز Rogers أن الاتصال الجماهيري مؤثر بشكل خاص خلال دور الإدراك Awareness Stage ، أما فى الدور الأخير فى الأخذ الفعلى بالتحديث ، فيبدو أن الاتصال الشخصي مع القرناء هو العامل الحاسم . (١٢)

وقد أكد هذه النتائج دارسو علم الاجتماع الحضرى مثل كاتز ولارز فلد Katz and Lazarfeld وكلاير Klapper . فقد وجد أن الاتصال الجماهيري ليس له تأثير يذكر فى تغيير الاتجاهات . أما عندما يحدث هذا التغيير ، فيرجع السبب فى الأغلب الى الاتصال الشخصي بأفراد آخرين من ذوى الشقة ، (١٣) وهكذا ظهرت فكرة تدفق المعلومات على مرحلتين ، من وسائل الإعلام إلى قادة الرأى ، ومن هؤلاء إلى الجمهور العام من خلال قنوات الاتصال الشخصي .

وبالرغم من أن هذه الفكرة انتشرت انتشارا واسعا خلال فترة من الفترات ، إلا أن معظم الباحثين يرونها كتبسيط مخل للأمور على أساس أنها لا تأخذ فى الاعتبار الأبعاد المختلفة المؤثرة على أنماط استخدام وسائل الإعلام ، والتفسير الاجتماعى ، والملاقات الاجتماعية كالتغيرات الوسيطة ، والتعرض الانتقائى لوسائل الإعلام ، والتبعية ، الخ . (١٤)

وقد أثبتت الدراسات التجريبية أن الاتصال على مرحلتين لا ينجح فى كل الظروف أو كل الأوقات . ويقول روجرز أن هذه الفكرة مجرد تعبير عن عجز وسائل الإعلام فى الوصول إلى الجماهير سواء بسبب التغطية الجغرافية غير الكافية ، أو نوعية الرسائل التى تحملها ، أو كليهما معا .

وبالرغم من تأكيد هذا النموذج على الاتصال الشخصي ، إلا أنه يعلق أهمية خاصة على وسائل الإعلام (المحلية بشكل أخص) بوصفها وسيلة لنقل المعلومات لقادة الرأى .

يذكر كيرل Kears أن النماذج المشابهة مثل نموذج البرامج المتعددة النواحي أو المتكاملة Package Programs لم تفعل الشيء الكثير في تحويل أكبر لمضمون هذه الوسائل والاحتياجات الخاصة للزراع في الحصول على المعلومات التي تهمهم. (١٥)

ويانتهاء العقد الأول للتنمية، وبسبب الفشل المستمر للعديد من برامج التنمية، فقد أعيد تقييم دور وسائل الإعلام في عملية التنمية، وقد تركز النقد في الأوجه التالية.

١- توفر وسائل الاتصال الجماهيري . فقد لوحظ أن هذه الوسائل تتركز بالأخص في المدن والمراكز الحضرية ونادرا ما تصل إلى أهالي الريف وهم أكثر الناس احتياجا للرسائل . فقد وجد أن ٨٥٪ من توزيع الصحف يتم في المدن، وأن اشارات التليفزيون قاصرة في معظم الوقت على المناطق الحضرية . بل أن هذا يمتد إلى الراديو، حيث لا تغطي اشاراته بعض المناطق الريفية والثابتة في العديد من بلدان العالم. (١٦)

٢- إمكانية الحصول Access على خدمات وسائل الاتصال . والمثال الواضح على ذلك أمريكا اللاتينية حيث نجد أن توزيع وسائل الاتصال يتبع الأنماط الواضحة للتركيب الاجتماعي الاقتصادي السائد في هذه المنطقة . فكلما زاد الدخل والتعليم والمركز الاجتماعي كلما زادت إمكانية الحصول على وسائل وسائل الاتصال ، وفي نفس الوقت ، فإن إمكانية حصول الغالبية العظمى من السكان - الطبقات الدنيا في المدن والريفيون - على وسائل الاتصال أقل ، إذ يقع على نفس مستوى إمكانية حصولهم على الغذاء الجيد والسكن المناسب والتعليم الجيد . أن حصول سكان الريف على خدمات وسائل الاتصال منخفض إلى الحد الذي يمكن أن نقول أن معظم الفلاحين يقعون خارج النظام الاتصالي. (١٧)

٣- مضمون وسائل الإعلام . تقوم هذه الوسائل على خدمة سكان المدن أساسا . وهذا انعكاس لتوجهها لخدم مستهلكيها الحقيقيين حيث أن أغلب جمهورها من سكان المدن . وقد وجد أن القليل الذي تساهم به وسائل الإعلام في تنمية يعود لنشرها رسائل عامة لا تحتوي على معلومات متعلقة بالمستحدثات أو كيفية استخدامها . وقد أثبت تحليل مضمون بعض صحف أمريكا اللاتينية أن معظم الأخبار الزراعية بها كانت خاصة بأنشطة كبار الملاك ، والقليل الباقي عن صغار المزارعين. (١٨)

٤- كود وسائل الاتصال . نتيجة لتوجه الاتصال الجماهيري نحو سكان المدن ، فإن الكود الذي تستخدمه هو الخاص بهؤلاء السكان . وهكذا فإن تجاهل الفلاحين ليس قاصرا على المضمين فقط ولكن حتى تلك الرسائل القليلة الموجهة لهم صعبة الفهم عليهم .

وهكذا بدأ الباحثون في أمريكا اللاتينية والبلاد الأخرى الأقل نمواً يتقيدون النموذج الأمريكي الذي قامت على أساسه الأبحاث في هذه المناطق . يلخص ماترلارت Matterlart أوجه النقد الموجهة لهذه الأبحاث في النقاط التالية :

١- تصف أبحاث الاتصال الأمريكية باهتمامها الأول بتأثير الإعلام على الجمهور التي ينظر إليه كمستهلك محتمل .

٢- نقل هذا النوع من الأبحاث مركز الثقل بعيداً عن وسائل (الأداة) إلى الجمهور (الموضوع) حيث أن الاهتمام الأول لها يتركز في اكتشاف دوافع الجمهور حتى يصبح فريسة سهلة للافتعاع السياسي والتجاري .

٣- يحدد منهج البحث المستخدم من امكانية فهم النظام الاجتماعي الذي تعمل وسائل الاتصال من خلاله . ويوضح تحليل هذه المناهج تميزها الواضح لاستمرار الوضع القائم حيث تقدم تبريرات وظيفية له ولا تبحث عن امكان وجود نظام بديل .

ويتهى ماترلارت إلى أن الأبحاث الاجتماعية الخاصة بوسائل الاتصال تصبح بهذا أداة لتدعيم المبادئ التي تقوم عليها العلاقات الاجتماعية . وهي بذلك تستبعد أية إمكانية لبحث الموقع الذي يشغله القائم بالاتصال في تركيب القوى الاجتماعية . وهكذا فإن الباحثين من هذا النوع أصبحوا أدوات مكرسة لتقوية ميكانيزم السيطرة الاجتماعية. (١٩)

ومن أعنف الانتقادات التي وجهت للاتصال الجماهيري تلك التي وجهها بولوفريير (Paulo Freire) الذي وصف نظامي الاتصال والتعليم القائمين بأنهما أدوات للسيطرة على الجماهير . وقد أشار إلى أن مجرد نقل المعارف من مصدر ذي سطة ومعرفة إلى مستقبل سلبى لا يمكن أن يؤدي إلى تشجيع النمو الشخصي للأفراد مما يجعلهم عاجزين عن المساهمة في بناء مجتمعاتهم أو التأثير عليها. (٢٠)

ومن الملاحظ أيضا أن وسائل الاتصال تميل في العادة إلى مناصرة السلطة القائمة .
ولهذا فأنه من النادر أن يتم تصميم محتوى هذه الوسائل بحيث يؤدي إلى تعديل البناء
الاجتماعى القائم . فهي عادة ما تتبنى مفهوما للتفسير التلويحي بحيث يتم مثل هذا
التغيير فى اطار البناء الاجتماعى القائم ، عوضا عن محاولة ازالة المعوقات التى
يفرضها مثل هذا البناء على عملية التنمية . (٢١)

وإذا كانت وجهة النظر هذه صحيحة ، فيتبع عن ذلك أن دور وسائل الاتصال
رأسى ، موجه ويهدف إلى المناورة وتلقين وجهات نظر محددة . وهذا التوجه نتيجة
منطقية للنظرة إلى التنمية التى تؤكد على التحديث ، والتى تعنى أن الاتصال
الجماهيرى يجب أن يستخدم لتشجيع قيم ومؤسسات وتكنولوجيا كالمسوخية على
ثقافات البلدان الأقل نموا . على أى حال ، فإن النظرة للاتصال كأداة لا يمكن أن
توضع فى اطار أشمل . يقول ديار بورديناف Diaz-Bordave : (نحن مناورون
Manipulator . ولا يمكن أن نكون غير ذلك . أكرر مرة أخرى ، نحن مناورون .
نحن عملاء أو دفاع للتأثير . حينما نقوم بعملية الاتصال ، فاننا نريد من جمهورنا أن
يفهم أن بعض التفسيرات التى نقدمها له صحيحة وأن الأخرى ليست كذلك ، كما
نراها نحن . نحن نتصل لتناور . نحن نتصل لتفسير . إن الذى يقول أنه لا يقصد
المناورة أو الإقناع أو أحداث تعديل لدى الجمهور ، لما أنه يحاول اخفاء قصده
الحقيقى ، أو أن يظهر عدم وعيه بطبيعة العملية الاتصالية .) (٢٢)

وهناك باحث آخر ينكسر استخدام النماذج غير المناسبة والتى لم يتم التحقق من
جدواها ، والتي تسبب تشويش الإدراك حول دور الاتصال وعلاقته بالنظم
الاجتماعية والساوكية ، ويدعى فلستهارزن Felstehausen . وهو يرى أنه من غير
المجدى التحدث عن نظرية منفصلة خاصة بالاتصال ، لأنه يجب أن ينظر إلى
الاتصال على أنه نظام فرعى Subsystem يعتمد على النظام الاجتماعى الأشمل .
وهكذا فإن دراسة الاتصال يجب أن تتم عن خلال نظرية عامة للشامل الاجتماعى ،
حيث يجب أن يعالج الاتصال كعملية تكشف الواقع وتحوله فى ذهن كل من المرسل
والمستقبل . (٢٣) وتقوم هذه النظرية على مراجعة النواصير التجريبية التى أظهرت أنه

لا يمكن فصل عملية الاتصال وتبنى التكنولوجيا الجديدة عن العوامل المحددة للنظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية . يقول فلستهاورن :

ان المشكلة النظرية Theoretical Problem قد نتجت عن افتراضين مترابطين .
الاول هو أن الاتصال مجرد تبادل للمعلومات بين الأشخاص . والثاني هو أن الاتصال يلعب دورا مستقلا في التأثير على التغير الاجتماعي والسلوكي بدون اختبار مناسب لمثل هذا الافتراض سواء في البلدان النامية أو غيرهما . ويمكن أن تكون فكرة استقلالية الاتصال مقترنة جزئيا بالأفكار السائدة حول أهمية التكنولوجيا والمعلومات الخاصة بها لأغراض التنمية ، ولكنها مشكلة تتعلق بشكل خاص بنظرية الاتصال نفسها . (٢٤)

ان الافتراض القائل بأن الاتصال يسبب تغييرا في النظم الاجتماعية والسلوكية ، قد شجع العديد من الدارسين على محاولة البحث عن تأثيرات الاتصال وتصنيفها . كان الباحثون يهدفون للتوصل للروابط السببية عن طريق تحليل عوامل الارتباط ، ولكن ذلك لم يؤدي إلى نتائج قاطعة . وقد أصبح هذا الافتراض شائعا وبذلك صرف نظر الباحثين عن ضرورة إيجاد صيغ جديدة لحل مشكلات الاتصال في ظروف التغير الاجتماعي والتنمية . وتؤكد التجربة من واقع حالات فعلية الحاجة لبحث العلاقة بين الاتصال والعمليات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية . ان اعتبار الاتصال كمتغير مستقل أو وسيط يقلل من امكانية مراقبة التفاعلات المختلفة داخل النظام الاجتماعي الشامل .

وتلخيصا لما سبق ، فان هذا النقد قد أشار إلى خطأ الافتراضات حول دور الاتصال في التنمية حيث كان البعض ينظر إلى الإعلام كمجرد وسيلة لنقل المعلومات ، وآخرون على أنه أداة مؤثرة للانواع .

النموذج الثاني للتنمية :

ظهر في منتصف السبعينيات نموذج جديد للتنمية يقوم الاتصال فيه بدور مختلف أهم سمات هذا النموذج تلخص في التنمية الذاتية أو العملية . ويعنى ذلك تفاعل نو

التماهي بين المشتركين في عملية الاتصال، بحيث أن الفروق بين المرسل والمستقبل تختفي تماما.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن مفهوم تنمية المجتمعات المحلية لم يكن ابتداءً جديداً ، ولكن فشل خطط التنمية التي أتت النمذج السابق مثل الثورة الخضراء Green Revolution وغيرها، هي التي أدت إلى إعادة التفكير في استراتيجيات التنمية. ويقصد بهذا المفهوم «أحداث تغييرات اقتصادية واجتماعية وثقافية مقصودة على طريق الاستفادة بالطاقات والإمكانات الموجودة بالمجتمع والاعتماد على الجهود المحلية والتعاون بينها وبين الجهود الحكومية في تنفيذ البرامج الموجهة نحو تحسين الأحوال المعيشية للأفراد ، على أن يأتي هذا التعاون نتيجة فهم وإقناع لا نتيجة فرض والتزام» (٢٥).

ولتحديد مفهوم تنمية المجتمع وتأكيد عنصر المحلية فيه كانت الأمم المتحدة قد وضعت تعريفين أحدهما في سنة ١٩٥٥ والآخر سنة ١٩٥٦. يشير التعريف الأول إلى أن تنمية المجتمع هي «العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعياً واقتصادياً ، والمعتمد بأكبر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلي وإشراكه أما التعريف الثاني فيشير إلى أن تنمية المجتمع هي العملية التي تستهدف الرتبط بين الجهود الأهلية ، وجهود السلطات الحكومية لتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية، وتكامل هذه المجتمعات في حياة الأمم والشعوب ، وتمكينها من الإسهام الفعال في التقدم القومي .

وبهذا المفهوم ، فإنه يعتقد أن المستويات المحلية تأخذ على عاتقها المسؤوليات التالية:

- ١ - تقرير نوع التنمية التي يحتاجها مجتمعهم المحلي .
- ٢ - وضع الخطط المناسبة لتحقيق هذه الأهداف .
- ٣ - الحصول على المساعدات الضرورية مالية كانت أو فنية من الحكومة ، على أن يتم ذلك بعد أن يستفد للمجتمع المحلي إمكانية توفيرها بالجهود الذاتية .
- ٤ - أن يحتمل المجتمع المحلي مسئولية تنفيذ هذه الخطط .

ذلك أن المشكلة الحقيقية التي تواجه عمليات التنمية في المجتمعات التقليدية هي ضعف استجابة هذه المجتمعات لها. فجمود تراكيبها الاجتماعية والاقتصادية يقف عقبة صلبة أمام التجديدات والتغيرات المفروضة التي تتناول في كثير من الأحيان قيسهم وتقاليدهم الراسخة. وعن طريق اشراك أعضاء المجتمع المحلي في عمليات التنمية التي هي في الواقع عمليات تغيير ثقافي، يمكن الوصول الى عدة أهداف منها:

- إقناعهم بالتغيير - ذلك أن قبولهم الاشتراك في العمل يتضمن الاقتناع به ، ومن ثم تكون الفرصة أكبر في نجاح البرامج واستمرارها .

- وكتيجة لذلك يتحقق تغيير اتجاههم نحو المشروعات الجديدة ويتبنونها . وهذا التغيير يحدث دون استكراه، إذ يتولد تلقائياً من مجرد مشاركتهم في البرامج الجديدة فتتفى تبعاً لذلك ردود الفعل الضارة اجتماعياً. كذلك يبرأ المجتمع من الانتكاسات والانحرافات التي يولدها الاكراه على تغيير النمط الحضارى القائم دون تهيئة سابقة. (٢٦)

يقصر دور الدوائر الحكومية على الاستجابة لامتطلبات المحلية وليس التخطيط لحملات اتصال رسمية والقيام بها . ويصبح دور الاتصال الجديد تزويد المجتمعات المحلية بالمعلومات المتعلقة باحتياجاتهم الخاصة . وهكذا يصبح دور الإعلام أكثر فاعلية من المفهوم الأسبق حيث كانت وسائل الاتصال تحدد لسكان المحليات مشكلاتهم وتقوم باقناعهم باتباع خط معين من الأنشطة لحل هذه المشكلات ، وعادة ما كان ذلك يتضمن درجة كبيرة من الاعتماد على الحكومة .

يحدد دياز بوردينيف Diaz Bordenave إحدى عشر مهمة محددة للإعلام يعتقد أنها ضرورية لنجاح برامج التنمية :

Conscienjization

١ - رفع مستوى الوعي عند القادة

٢ - تدريب الزارعين على مهارات الاتصال .

٣ - إيجاد وسائل لقياس رد فعل الجمهور .

٤ - التعليم الجمعي Mass Education من خلال وسائل الاتصال .

٥ - تنظيم جماعات الضنط الريفية .

٦ - اشتراك وسائل الاتصال فعليا فى وضع خطط التنمية .

٧ - تطوير المؤسسات المحلية والتعاون بين بعضها البعض .

٨ - نقل التكنولوجيا وتعميم نتائج الأبحاث .

٩ - تنظيم المعلومات وتوزيعها .

١٠ - التدريب الفنى للفلاحين المعدمين .

١١ - تزويد المزارعين بمعلومات كافية عن تنظيم الأسرة . (٢٧)

يقترح فريير Freire أن تتحول وسائل الاتصال من تقديم كل أنواع المعلومات Banking Education الى ما أطلق عليه بعلم تدريس للمحرورين Pedagogy of the Oppressed الذى يركز على المبادئ التالية :

١- الثقة فى قدرة الشعب على التعلم، وعلى التغير، وعلى تحرير نفسه من الجهل والفقر والاستغلال .

٢ - الاتصال المباشر بين المتعلمين الجدد وواقعهم الخاص ومشاكله ، وتحليل القيود التى يفرضها عليهم البناء الاجتماعى والأيدولوجيا الرسمية . .

٣ - إلغاء الفروق بين القائمين بالتعليم ولتلقين باعتبار أن كل فريق يتعلم من الفريق الآخر .

٤ - التبادل الحر للأراء ووجهات النظر وطرحها للمناقشة .

٥ - المشاركة فى العمل على التحرر من كافة القيود . (٢٨)

وهناك مخزون كبير من المقترحات ولكنها كلها تدور حول نفس المبادئ. وفى ظل هذا كله، يبدو من الضرورى لميجاد وسائل اتصال محلية قوية مثل الصحف المحلية، ومطبوعات الهيئات الريفية، ومحطات الراديو المحلية « وما شابهها. هذه الوسائل كلها ضرورية إذا كان لبرامج التنمية أن تدفع المجتمعات المحلية الى أقصى مشاركة ممكنة. وهكذا فإن تحقيق اللامركزية فى الاتصال أمر ضرورى للغاية. وبالرغم من أن

هذه اللامركزية جغرافية بالدرجة الاولى، إلا أنه يقصد بها توسيع إمكانيات الاتصال للقطاعات المحرومة اقتصاديا واجتماعيا .

على أن تحقيق هذه الاستراتيجية تواجه بصعوبات عديدة منها على حد قول كيرل Kearl أن القرارات الخاصة بتوزيع الموارد الانسانية وغيرها يتم على أساس تحقيق أهداف قومية غالبا ما تعتبر رغبات سكان الريف واختياراتهم عقبات يجب إزالتها. (٢٩)

من الواضح أن نموذج التنمية الجديد ينظر الى الاتصال في المجتمعات الأقل نموا على أنه عملية متعددة الخطوات Multi-step ومتعددة الاتجاهات Muti-directional وأن تأثيره المحتمل يمكن أن يكون قريب المدى أو بعيد المدى. ويأخذ هذا في الاعتبار الاختلافات الاجتماعية وتوفر وسائل الاتصال، اختلاف المواقف الاجتماعية، مدى ملائمة الرسائل، بناء القوى الاجتماعية، واختلاف ادراك الأفراد.

استراتيجيات الاتصال :

يتضح من العرض السابق أن هناك ثلاث استراتيجيات اتصالية للتغيير الاجتماعي نلخصها فيما يلي :

أولا : استراتيجية تنادى بالاعتماد على الاتصال الشخصي :

وهي تقوم على أساس أن هذا النوع من الاتصال وحده يمكن أن يؤدي الى تغيير سلوك الأفراد ، يقف مؤيدو هذا الاتجاه من الاتصال الجماهيري موقفا سلبيا Null Position أضربنا اليه في بداية هذه الورقة .

كما يؤكدون عموما عن ذلك على محور الأمية ، وتعليم الصغار ، وعلى دور المختصين بالارشاد Extention Agents

ويكتفى المسئولون عن التنمية الذين يعتقدون هذه النظرة، بارسال تعليماتهم للمقاتمين بالارشاد في المحليات بغرض تنفيذ برامج التنمية من خلال قنوات الاتصال الشخصي . يقول بوول Pool أن بعض المسئولين في الدول النامية يشكون في أن الإعلام الجماهيري يمكن أن يعطل التقدم القومي بتوجيه انتباه الجمهور تجاه قضايا سياسية واجتماعية وخلافية. (٣٠)

وهناك بمض الباحثين الذين يستهيئون بدور الاتصال الجماهيري في التنمية ، إذ يعتقدون أن التغيير يجب أن يبدأ أولا ثم يأتي دور الاتصال الجماهيري في مساعدة الفرد على التكيف مع البيئة الجديدة . فيؤكد جرونج Grunig أن الإعلام يساعد في عملية التنمية ولكنه لا يمكن أن يبدأها . (٣١) وتتلخص فكرته في أنه لا يمكن مناقشة التنمية والإعلام كشيئين منفصلين . وهذا لا يعني أنه ليس للإعلام أى دور في التنمية ، فيذكر شرام Schramm أن الاستراتيجيات الأساسية للإعلام الاتماني ليست استراتيجيات إعلامية فقط ولكنها استراتيجيات سياسية واجتماعية كذلك تمتد جذورها بعمق في طبيعة المجتمع . (٣٢)

وبصفة عامة ، يمكن تقسيم أصحاب هذا الاتجاه الى المجموعات التالية :

- الشموليون الذين يفترضون أن وسائل الإعلام يمكن أن يكون لها تأثير معاكس ، حيث أنها تعطي أفراد الجمهور معلومات أكثر مما يجب عن الأحوال الجارية في العالم . فالشعب المستنير أصعب قيادا ويمكن أن يمثل تهديدا للقانون والنظام العام .
- المحتشرون الاقتصاديون الذين يؤمنون بأن البناء الاقتصادي هو الذى يحدد المتغيرات الاجتماعية الأخرى .

- التقليديون الذى يرون أن اطلاع الجمهور على بعض المسائل مثل تحديد النسل أمر غير مرغوب فيه .

من الواضح أنه فى هذه النظرة للإعلام الجماهيري تبسيط للأمور أكثر مما تحتمل ، وأنها تميل الى مساندة الأراضع القائمة كما أنها تحرم الجمهور من المميزات التى تقدمها له وسائل الإعلام للمساعدة فى عملية التغيير . يقول شرام وروبرتس Schramm and Roberts أنه الحد الأدنى لمساهمة الإعلام فى عملية التنمية يتمثل فى هذا :

- تقديمه لمعلومات عن ضرورة التغيير .

- تهيئة قبول عام للتغيير المطلوب .

- المساهمة فى تعليم المهارات الضرورية لهذا التغيير . (٣٣)

وأخيرا ، فإن هذه النظرة لا تتفق مع نتائج البحوث الكمية التى تؤكد باستمرار

على وجود علاقة بين الإعلام الائتماني وعدد كبير من المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية . (٣٤)

ثانيا : استراتيجية تستخدم الإعلام للوصول الى قادة الرأي .

يتبنى مؤيدو هذه الاستراتيجية موقفا وسطا يرفض نقيضين : الاول ، القاضي بأنه ليس للإعلام أى اثر فى التغيير الاجتماعى . والثانى أن للإعلام تأثيرا شاملا يشبه تأثير الرصاصة Bullet Effect مثل فكرة الابرة تحت الجلد Hypodermic Needle Model التى انتشرت بعد الحرب العالمية الثانية . وهى تنظر الى الجمهور كمجموعة من الافراد المتفرقين Atomized ، مستقلين عن بعضهم البعض Autonomous والذين لا يملكون وسيلة للدفاع Defenseless والذين يكونون هدفا للمناورة المباشرة .

بكلمات أخرى ، فإن مؤيدى الموقف الحذر يعتقدون فى نموذج للتاثير المتصاقل لوسائل الإعلام Trickle Down ، بمعنى أن وسائل الإعلام تؤثر على قادة الرأي Opinion Leaders الذين يؤثرون بدورهم على اتباعهم ويحملونهم هم والافراد الآخرين فى المجتمع على اعتناق هذه الآراء .

ويتبع الأساس النظرى لهذا الموقف من فكرة التدفق على مرحلتين التى ظهرت نتيجة للدراسة كاتز ولأورفيلد Katz and Lazarsfeld لانتخابات الرئاسة الأمريكية سنة ١٩٤٠ . وتتلخص الفكرة فى نشر وسائل الإعلام للمعلومات لقادة الرأي الذين يقومون بدور المصفاة Filter لتسريبها الى الأغلبية التى لا تكون وسائل الإعلام قد أثرت فيها مباشرة ، وقد قمتا بعرضها فى موضع سابق .

وقد قام عدد من الباحثين بتكييف هذه الفكرة وتطبيقها فى نشر المستحدثات Diffusion of Innovations فى عدد من البلدان الأقل نموا ، وخاصة روجرز Rogers . ويقترح هذا الاتجاه أن وسائل الإعلام الجماهيرى لا يمكنها أن تنافس الاتصال الشخصى بالنسبة للذين لا يتعرضون باستمرار لوسائل الاعلام .

وهناك أشكال مختلفة لهذه الفكرة قدمها باحثون آخرون مثل ماك نيللى Mc Nelly وروينى Chaffee الذى يقترح أنه يمكن تفضيل وسائل الإعلام لنقل المعلومات العامة

غير التخصصية ، ولكن الاتصال الشخصي أكثر ارتباطا بالمعلومات ذات الطبيعة الشخصية ، كما أنه العامل المؤثر عند اتخاذ القرار . (٣٥) وقد أشرنا الى ما توصل اليه روجرز أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما في مرحلة الوعي Awareness Stage أي عندما يتعرض الفرد لأحد المتحدثات ولكن ينقصه معلومات كاملة عنه .

والواقع أن دراسات شيفي ، وماكنلي ، وروجرز ، بين دراسات أخرى قد بعدت كثيرا عن الفكرة الأصلية لنقل المعلومات على مرحلتين . وهكذا يبدو أن هذه الفكرة قد انتهت بحيث لا تصلح كأساس لاستراتيجية تستخدم الإعلام في التنمية .

ثالثا : استراتيجية تنادى باستخدام وسائل الإعلام لنقل رسائل الى الجماهير مباشرة بحيث يتم تشكيل هذه الرسائل لتفي باحتياجات هذه الجماهير واهتماماتهم ، وليس احتياجات واهتمامات الطبقة الاقتصادية والاجتماعية العليا . ويمكن لوسائل الاتصال بهذه الطريقة أن تؤدي الى تضيق الشفرة المعرفية بين من يملك ومن لا يملك .

وتبنى أصحاب هذا الاتجاه موقفا عمليا Pragmatic ، يقوم على الأسس التالية :

١ - ان وسائل الإعلام غير قادرة في العادة على تغيير الاتجاهات Attitudes التي

تتميز بالثبات .

٢ - ولكن وسائل الإعلام قادرة على أن توجه الاتجاهات الأقل ثباتا الى مسارات

مختلفة .

٣ - يمكن لوسائل الإعلام أن تؤثر على الاتجاهات التي لم تستقر بعد أو التي لم

تأخذ صفة الثبات ، وخاصة في المواقف التي تكون المعلومات فيها جديدة ولم تكن الآراء قد تكونت نحوها بعد .

٤ - الاتصال الشخصي هام في اقناع الأفراد بتجربة الأفكار والممارسات الجديدة

وتبنيها . والاحتمال الأكبر أن يستمر هؤلاء الأفراد في استخدام المتحدثات إذا ما اشتركوا في عملية اتخاذ القرار في وضع برامج التنمية وتقييم عناصرها .

٥ - يمكن لوسائل الإعلام أن تزود الجمهور بالمعلومات وأن تساهم في وضع

الاولويات ، وتوضيح القضايا ، وتثبيت القيم ، وتوفير قنوات لمعرفة رد الفعل .

٦ - ملاءمة الرسائل للمتلقين أهم من توفر وسائل الاتصال .

٧ - العوامل الاجتماعية المتعلقة بالموافق تحدد شكل الرسالة ، وحجمها ، وفاعلية القناة ، ونوع التأثير المحتمل . (٣٦)

كما يجب وضع مفاهيم الملاءمة Relevance ومستويات توزيع المعلومات Srtatification ، الأولية في أى استراتيجية لاستخدام الإعلام في التغيير الاجتماعى .

يعترف هذا الاتجاه ، كما هو واضح ، بأن الإعلام في الدول النامية عملية متعددة الخطوات والاتجاهات والتأثيرات . وترجع أصول هذا التفكير سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية الى دراسات مكتب كولومبيا للأبحاث التطبيقية الذى قام بتطوير نموذج التدفق على مرحلتين الى نموذج متعدد المراحل للتدفق . وتأخذ المبادئ الأساسية لهذا الاتجاه فى الاعتبار ، بناء القوة فى المجتمع ، والاختلافات الاجتماعية ومتغيرات الموقف ، ومدى توفر وسائل الاتصال ، ومدى ملاءمة الرسائل ، كما أشرنا .

ويشير خان Khan الى ضرورة اتصاف الرسائل بالسمات التالية حتى تكون فعالة :

١ - القدرة على فهم الجمهور للمحتوى .

٢ - أن تكون المعلومات التى تتضمنها مكتملة .

٣ - كما يجب أن تكون هذه المعلومات محددة .

٤ - وضرورة أن يتم تقديمها فى الوقت المناسب .

٥ - أن يكون فى قدرة المتلقين تطبيق هذه المعلومات .

٦ - ويتم ذلك إذا كانت هذه المعلومات ذات قائمة مباشرة .

٧ - وأن يكون لدى المتلقين الرغبة فى استخدام هذه المعلومات .

٨ - وأخيرا أن يكون هناك قدر كبير من التكيف بين الرسالة ومتغيرات الموقف

الذى يحيط بالجمهور المستهدف . (٣٧)

كلما كانت الرسائل ملائمة كلما كان فى امكانها تضيق الفجوة المعرفية بين الفقراء والأغنياء ، لأن أفراد الطبقة الاجتماعية السفلى يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر

رئيسي للمعرفة ، ويشترط أن يتم توفير هذه الوسائل لهم . وبغير هذا ستظل وسائل الإعلام أدوات لتأكيد التقسيم الطبقي القائم ، ويتنفي دورها كأدوات للتغيير .
الخلاصة :

ان تعدد جوانب موضوع الإعلام الانمائي لا ينفى إمكانية التوصل الى صيغ محددة لتحقيق الفاعلية المطلوبة له . وتتلخص الدروس المستفادة من الدراسات النظرية والتطبيق العملي فيما يلي :

١ - ان استراتيجية التنمية نفسها هي التي تحدد أسلوب استخدام وسائل الإعلام .

٢ - ان العنصر المشترك لنجاح خطط التنمية أو لنجاح وسائل الاتصال هو المشاركة الشعبية سواء في وضع الخطط أو تنفيذها .

٣ - لا بد أن يتم التعاون والتنسيق بين الأجهزة الحكومية التي يتصل عملها بالتنمية مع أجهزة الاتصال الجماهيري من خلال مجموعة واضحة وثابتة من الإجراءات والتنظيمات .

٤ - ان مسئولية التغيير لا تقع على عاتق وسائل الإعلام وحدها ، فهناك المؤسسات والأجهزة الثقافية والتعليمية القائمة ، وهناك المنظمات الاجتماعية والدينية كالمدرسة والمسجد ، الأمر الذي يحتم ضرورة التنسيق بين هذه المؤسسات والأجهزة بحيث تسير كلها في اتجاه متناسق .

٥ - ان عملية التغيير لا يمكن أن تتم عن طريق المؤثرات الخارجية وحدها ، بل لا بد أن تنبع من داخل الفرد والجماعة ، فهي التي تتخذ القرار بالتغيير فيما بينها . ومن هنا لا بد من وضع خطة اتصالية متكاملة بين أجهزة الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي .

٦ - يحتم تحقيق هذه الأهداف أن يتحول الاتصال الى اتصال أفقي لنقل خبرات وتجارب الجماعات الاجتماعية المختلفة الى بعضها البعض . وبذلك يستعيد الاتصال ، بالإضافة الى كونه أداة تغيير ، وظيفته الأصلية في تحقيق التواصل الاجتماعي .

المراجع :

- ١- سعد لبيب ، مذكرات في «التخطيط الإذاعي» لطلبة السنة التمهيدية للماجستير، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٨١ ، ص ٥٠ - ٥١ .
- ٢- Fogen, Richard R., "Politics and Communication", Boston: Little, Brown 1977, and Co., Brown
- ٣- Rogers, Everett, M., "Communication and Development. The Passing of the Dominant Paradigm", in Everett M. Rogers (ed.) Communication and Development. Critical Perspectives, Sage Contemporary Social Science Issues, No. 32, pp. 121-148. Reprint of Communication Research, Vol. 3, No. 2, 1976.
- ٤- Beltran, Luis Ramiro, "Alien Premises, Objects and Methods in Latin American Communication Research" in Everett M. Rogers (ed.) Cited, Op Critical Perspectives. Communication and Development
- ٥- Mc Nelly John T., "Mass Communication in the Development Process," in Fisher and Merrill (eds.) International Communication, New York: Hasting House, 1970, pp. 164-165.
- ٦- Golding Peter, "Media Role in National Development. Critique of a theoretical Orthodoxy." Journal of Communication, 1974, Vol. 24, No. 3, pp. 39-53.
- ٧- Lerner, Daniel, "The Passing of Traditional Society : Modernizing the Middle East," New York: Free Press, 1958.
- ٨- Frey, Frederick W., "The Mass Media and Rural Development in Turkey", Cambridge, Massachauetts: MIT, Center for International Studies, Rural Development Research Report 1977, 2.

Pool, Ithiel de Sola, "The Mass Media and Politics in the Modernization Process," in Pye, Lucian (ed.), *Communication and Political Development*, Princeton, NJ: Princeton University Press, 1973,

Rogers, Everett and Shoemaker, Floyd, "Communication of Innovation-A Cross-Cultural Approach," New York: Free Press, 1951,

Rogers, Everett, "Diffusion of Innovation," New York: Free Press, 1962; Rogers, Everett, "Modernization among Peasants: The Impact of Communication," New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1974,

Rogers, E. (1962) Op. Cited.

Klapper, Joseph T., "The Effects of Mass Communication", New York: Free Press, 1960; Katz, Elihu and Lazarsfeld, Paul, "Personal Influence: The Part Played by the People in the Flow of Mass Communication" 1955, Glencoe: Ill., Free Press,

De Fleur, Melvin, "Theories of Mass Communication", New York: 1970, McKay Co., Inc,

Quoted in Golding, Op. Cited.

Pool, Ithiel de Sola, "Factors Contributing Towards Modernization and Socioeconomic Performance: Communication," in Peter Lengyel (ed.) *Approaches to the Science of Socio-Economic Development*. Paris:

UNESCO, 1971, pp. 191-206.

Beltran, Op. Cited.

- Ibid. -١٨
- Matterlart, Armand and Siegelau, Seth (eds.), "Communication and -١٩
Class Struggle: Capitalism, Imperialism," Vol. I, New York:
1٩٧٤, International General,
- Freire, Paulo, "Pedagogy of the oppressed", Translated by Myra -٢٠
1٩٧٠, Bergman Ramos, New York: Herder and Herder,
- Rogers (1976), Op. Cited. -٢١
- Bordenave, Juan Diaz, "Communication of Agricultural Innovations in -٢٢
1٩٧٦, Latin America," Communication Research 3:2, April,
- Quoted in Schramm, Wilbur and Lerner, Daniel (eds.), -٢٣
"Communication and Change: The Last Ten Years and the Next,"
1٩٧٦, Honolulu: East-West Center Press,
- Ibid. -٢٤
- ٢٥ سعد لبيب ، المصدر السابق ص ٥٠ .
- ٢٦ نفس المصدر ، ص ٥١ .
- Bordenave, Diaz, Op. Cited. -٢٧
- Freire, Paulo, Op. Cited. -٢٨
- Quoted in Golding, Op. Cited. -٢٩
- Pool, Ethil De Sola, "Mass Media and Politics in the Modernization -٣٠
Process," in Lucian Pye (ed.) Communication and Political
Development, Op. Cited.
- Quoted in Portes, Alejandro, "On the sociology of National -٣١
Development. Theories and Issues", American Journal of Sociology,

1976, Vol. 82, No. 1, pp. 55-85.

Schramm, Wilbur, "Communication and Change", in Lerner, Daniel ٣٢
and Schramm, Wilbur, Communication and Change in the Developing

1٩٧٢, Countries, Honolulu: The University Press of Hawai,

Schramm, Wilbur, and Roberts, Donald, "The Process and Effects of ٣٣

1٩٧1, Mass Communication," Urbana: University of Illinois Press,

Mc Nelly, John T., et al., "Perspectives on the Role of Mass ٣٤

Communication in the Development Process," in Mass Communication

and the Development of Nations, East Lansing: Michigan State

University, International Communication Institute, 1968, pp. 1-11.

Ibid.

-٣٥

Frey, Frederick, W., "Communication and Development," In Ithiel de ٣٦

Sola Pool and Wilbur Schramm (eds.) Handbook of Communication,

Chicago: Ran McNally, pp. 337-461.

Wells, Alan, "Communication and Development: The Relevance of ٣٧

Mediacontent," The Sociological Quarterly, Winter 1971, Vol. 12, pp.

95-99.