



دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان: دراسة وتقييم لخطط وبرامج التنمية في الاذاعة والتلفزيون

المصدر: مجلة الآداب

الناشر: جامعة بغداد - كلية الآداب

المؤلف الرئيسي: سعيد، سنان

المجلد/العدد: ع 23

محكمة: نعم

التاريخ الميلادي: 1978

الصفحات: 107 - 136

رقم MD: 252069

نوع المحتوى: بحوث ومقالات

قواعد المعلومات: HumanIndex, AraBase

مواضيع: الاجهزة الاعلامية، التنمية القومية، الدول النامية، وسائل الاعلام، نشر الوعي، المشروعات التنموية، الاذاعة، التلفزيون، العراق، التخطيط الإعلامي

رابط: <http://search.mandumah.com/Record/252069>

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علماً أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الإلكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

دراسة وتقييم

لخطط وبرامج التنمية في الاذاعة والتلفزيون

الدكتور سنان سعيد
رئيس قسم الاعلام
في كلية الآداب - جامعة بغداد

للاعلام صلة وثيقة بالتنمية ، وله دور لا يستهان به في تحقيقها وتنفيذ برامجها ومشاريعها . ويكاد يتفق المتخصصون في الاعلام والمعيون بالتنمية والمسؤولون عنها ، على تعذر تحقيق التنمية كما ينبغي بدون مشاركة من الاعلام او وسائل الاتصال بالجمهير . لكن ذلك لايعني ان الاعلام هو الذي يصنع التنمية . ينطبق هذا القول على كل البلدان ، وبصورة خاصة ، النامية منها .

يقول ويلبور شرام : (بغير القيادة الوطنية ذات العزم والتصميم وبغير الموارد الوافية ووفرة السكان ، وبغير مصادر رأس المال ، بغير ذلك كله لا يستطيع اكفاً نظام للاتصال في العالم ان يحدث التنمية الاقتصادية . ولكننا نستطيع على الاقل ان نقول في ثقة : انه اذا لم تتوافر الوسيلة الجماهيرية او ما يعادلها من اداة اعلام سريعة وفعالة فلا أمل هناك على الاطلاق في التفكير في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في النطاق الزمني الذي يرتبط بمثل هذه الخطط اليوم)⁽¹⁾

ماهية التنمية القومية :

وقبل الخوض في الموضوع الذي نحضن بصدده ، نرى ان نجيب عن السؤال التالي : ما هي التنمية •• ولماذا ؟ ان التنمية تغيير واسع وعريض في قاعدة المجتمع وبنيته وتحريك لقدراته وتنشيط لطاقاته واستثمار لثرواته وامكانياته لتحسين الحياة فيه ، والنهوض بمستوى معيشة وثقافة افراده ، وزيادة موارده ، من أجل تقدمه ورخائه •

ان التنمية القومية عملية متعددة الاطراف ، لا بل هي مجموع عمليات متداخلة يتصل بعضها ببعض الآخر • انها تنمية صناعية • على ان الامر لا يتوقف عند حد بناء المصانع واقامة المنشآت الصناعية والياتيان بأحدث المعدات والمكائن ، فألى جانب بناء الصناعة وتطويرها ينبغي بذل وتطوير الجهود التي تساندها وتدعمها : كالتغيير في الزراعة وتطوير الخدمات وتعبئة الموارد البشرية وتحسينها • بل ان الاهم من كل شيء هو ضرورة تغيير الناس انفسهم • وتظل التنمية الاقتصادية بالزيادة السريعة للقوة الانتاجية الاقتصادية للمجتمع ، هي جوهر العملية والمفتاح لحلها(٢) •

ان التنمية الاقتصادية ، تغيير اقتصادي انتاجي في الاساس يتطلب تغييرا اجتماعيا ايضا ، وتحولات في الافكار والذهنيات والمواقف والسلوك البشري معا • أي أن التحول الاقتصادي يتطلب التحول الاجتماعي ، وهذا بدوره يعني خلق وضع بشري جديد ينسجم مع ظروف ومتطلبات التنمية ويساهم فيها •

وبالتالي ، فإن التنمية تتخطى نطاق الانعاش الاقتصادي ، وتعني شيئا اكثر من ذلك وخارج حدوده • انها تستهدف (التغيير التدريجي في سلوك الفرد والجماعة ، بحيث يستفيد الجميع من عملية التنمية

ويتقبلونها • وهذا يتطلب تنمية الموارد البشرية ، الى جانب تدفق مستمر في المعلومات والوقائع ، واساليب السلوك والمعرفة والاراء ، وكذلك انتشار الوعي بالاهداف الوطنية وما تبذله الحكومة من الوان النشاط (٣) •

وتعتبر مسألة التنمية ، في القطر العراقي اليوم ، مسألة مركزية بالغة الاهمية ، وهي تبرز ، في كثير من الاحيان في بلادنا وفي البلدان المماثلة على انها « القضية الاولى للاستقلال السياسي والاقتصادي والتنمية الاكثر الحاحاً والتي تتطلب حلاً عاجلاً وشاملاً » (٤) •

تطرح التنمية القومية ، كحاجة ملحة ، لازالة الفجوة القائمة بين اقتصاد متخلف في بلد ما وبين الاقتصاد المتقدم في بلدان اخرى • فمشة بلدان ، وهي التي تدعى بالنامية او المتخلفة في الاصل ، تعيش ظروف تخلف فرضته عليها عوامل تاريخية وسياسية ، وعقود من سنين او فرون من السيطرة الاستعمارية والتبعية السياسية والاقتصادية لدول اخرى اقوى ، هيمنت عليها وتحكمت في مصائرهما ورقاب ابناءهما واستغلت ثرواتها وابقت اقتصادها في وضع متخلف ضعيف وحييد الجانب في كثير من الاحيان •

والتنمية القومية في هذه الحالة تعني اختصار الوقت والمسافة ، وتخطي الفجوة التي خلقتها القرون ، في عقود من السنين ، او في بضع سنوات • ان البلدان النامية او المتخلفة وهي في سبيل تحقيق تنمية قومية ، مدعوة الى ان تنجز في سنوات ، ما يستغرق انجازه في ظروف تخطي الفجوة واختصار الزمن الطويل الذي يحتاجه البلد السائر في طريق التطور وهو ينجز عملية التنمية الاقتصادية في العادة •

هذه صورة يعرضها فورست • د • ميردن وهو يتحدث عن

الأراضي المتخلفة :

« ان ما يشترك فيه هؤلاء الناس هو المشكلات كما يشتركون في وحدة التاريخ التعيس ، انهم فقراء وفي اجسامهم مرض وفي بطونهم جوع ، سكانهم رديئة ، لا يقرأون ولا يكتبون ، يموتون في سن باكرة ويتكاثرون بمعدل مليون في كل شهر » (٥) •

ولعل هذه الصورة تنطبق على كثير من البلدان النامية التي ما يزال التخلف قائما فيها بكل مظاهره وتأثيراته السلبية ، حيث الفوارق كبيرة واسعة في الدخل والصحة والخدمات والمعيشة والاعمار (٦) ، قياسا الى الدول المتقدمة ، وحيث الموازنة غير قائمة او غير طبيعية بين الموارد والحاجات ، و بين الزيادات السريعة للسكان الذين تنتشر الامية في صفوفهم ويعاني كثرتهم من الفقر والجهل والمرض والجوع (٧) ، وتختلف ، دون شك البلدان المذكورة في درجة معاناتها من حالات ومظاهر التخلف •

وينظر بعض الباحثين الى الفجوة التي تعاني منها البلدان النامية وتسعى لتجاوزها في ضوء الاعتبارات الرئيسة التالية :

١ - الابقاء على العالم النامي كمصدر للمواد الخام ، وسوق لتصريف البضائع المنتجة في الدول الصناعية الغنية ، مع التحكم في اسعار تلك المواد المشتراة او السلع المباعة وفرض القيود على ما تنتجه الفئة الاولى •

٢ - الاختلال في ميزان الصادرات والواردات واحتياج البلدان النامية الى رساميل اجنبية لمعالجة الاختلال، واستيراد ما تحتاجه خطتها

التنمية وتمويلها بقروض تقيدها باقساط وفوائد تلتزم بدفعها .
٣ - وجود فجوة واسعة في امتلاك واستخدام التكنولوجيا
الحديثة بين فئتي البلدان النامية والمتقدمة (٨) .

وثمة مشاكل تواجهها اغلبيه البلدان النامية ، وتؤثر على ظروفها الاقتصادية والاجتماعية وعلى سير تنفيذ خططها التنموية ، منها الزيادات الكبيرة في السكان (٩) ، وانخفاض معدل الوفيات ، وخاصة مع تنفيذ مشاريع التنمية وتحسين الخدمات الصحية وظاهرة الهجرة من الريف الى المدن ، وتباين الكثافة السكانية من منطقة الى اخرى اى عدم التكافؤ في توزيع السكان ، الامر الذي يؤثر على الموارد الوطنية والخدمات الاجتماعية والتعليمية والصحية على نحو سلبي ويؤدي الى ارتفاع نسبة البطالة واستمرار الهجرة . وفي ظروف الدخول في مرحلة التصنيع تبرز أمام هذه البلدان مشاكل اجتماعية وغيرها كثيرة تتأتى من ارتباط التحول الاقتصادي بعناصر التحولات الاخرى (١٠) .

ان الامم الناهضة تسعى جاهدة لازالة هذه الفجوة العريضة وانعميقة ، والشطب على مظاهر التخلف المديد ، وازالتها ، فحن كما يقول شرام ، نشهد « فصلا دراميا في تاريخ العالم ، ثلثا شعوب الارض يتهيأون - او على الاقل يحاول قادتهم تهيئتهم - للدخول في الثورة الصناعية فاذا نجحوا فسيغيرون وجه العالم » .

ويتساءل شرام : ولماذا الآن ؟ .. وهو سؤال مهم ، نرى ان نقف عنده بعض الشيء ، فالخارطة الاقتصادية للعالم ، لم تكن متوازنة ، والفقير كان نصيب الكثيرين دون البعض ، دوما ، ولم تكن الخدمات

الصحية عادلة في كثير من المناطق ، وكان التمييز والفوارق الاجتماعية مكتوبة فوق صفحات التاريخ جميعا ، ولم تكن هذه المشكلات خافية على العموم ، على أن الذي حدث هو ان « وسائل المواصلات جعلت الموقف واضحا » • ووسائل الاتصال وصلت من المدن الى القرى ،

وأصبح ميسورا للرجال والنساء في القرى ان يقارنوا طرق معيشتهم بطرق معيشة اقرانهم في المدينة • وللدول المتخلفة ، ان تقارن مستواها بمستوى الدول النامية اقتصاديا • الفجوة بين الذين عندهم والذين ليس عندهم اصبحت اكبر من ان تتجاهلها العين^(١١) •

ولعل اسباب الفجوة ليست في الاساس افتقارا الى الموارد الطبيعية بقدر ما هي ضعف في الموارد البشرية او تخلف في استخدام انطاقات والقدرات البشرية وافتقارها الى المهارات الجديدة الضرورية للمساهمة في التنمية • ذلك ان الموارد والقدرات البشرية هي الضمان - اذ هيئت ووظفت على النحو المطلوب والصحيح - لتحقيق ونجاح كل تحول وتغير يدخل في اطار التنمية القومية ، وبالتالي ، فإن التعريف الحقيقي البسيط للتنمية القومية يعني بين ما ينطوي عليه : - تدفق المعلومات ، ونحو الامية ، وتحسين الصحة ، والتدريب المهني ، والتوعية الاجتماعية ، والتثقيف السياسي • الخ ، والسبيل الذي يؤدي بنا الى الهدف هو الاستخدام الامثل لوسائل الاتصال الى جانب تحقيق الاجراءات ذات الصلة وتنفيذ الخطط الموضوعة لكل هذه الاغراض ، وفق السياسات المرسومة •

دور وسائل الاعلام في التنمية

وتلعب وسائل الاتصال بالجمهير دورا مهما في تحقيق هدفين رئيسين بهذا الصدد وهما الاعلام والاقناع . ومتى ما تحقق الاقتناع بفضل الاعلام المناسب والناجح ، سهل تقبل الرأى ، او الموقف الجديد والقبول بالهدف الجديد واتباع سلوك جديد .

وينبغي هنا عدم تجاهل الواقع القائم والظروف المحيطة بالجمهير وعدم الاستخفاف بتأثيرها المقابل ، ويرى بعض الباحثين ان تأثيرات وسائل الاعلام تكون « ظاهرة » او « كامنة » وتختصر عادة في : -

- ١ - التنشيط .
- ٢ - التدعيم .
- ٣ - التحويل .

ويقوى تأثير وفاعلية وسائل الاتصال في قبول الجمهور لموقف جديد وآراء جديدة تبعا للموضوعات التي تكون لديه تصورات سابقة عنها ، ويكون مدى التأثير مرتبنا بطبيعة التعرض لوسائل الاتصال وحجمها وباتجاهات وانحيات الجمهور السابقة ، وما يخبزونه من آراء ويتمسك به من مواقف وعادات . وبطبيعة وسيلة الاتصال وانتشارها وشعبيتها تأثير ينبغي ان يؤخذ بنظر الاعتبار . والتلفزيون، هنا خصوصية ينفرد بها بفضل قدرته على الانتشار السهل والسريع ، والجمع بين تأثير الصورة والصوت .

ومن الضروري « التعرف على الهدف »^(١٢) أى الجمهور المستهدف ، وينبغي ان يكون الجمهور معروفا لكي يتحقق « ارضاء وسائل الاعلام له » وتأثيرها عليه^(١٣) والتأثير في الاوساط والبيئات على

اختلافها (المدينة والريف وسط المتعلمين ووسط الاميين .. الخ)^(١٤) .
جاء في قرارات وتوصيات الدورة التدريبية حول استخدام وسائل الاعلام في نشر الوعي العلمي : -

« الامة العربية في حاجة الى تقدم حضاري من العلم مضمونا واسلوبا وتحتاج الى تفاعل بين الحركة العلمية وانشطة الاتصال الجماهيري والتطور الصناعي والاتاجي كحجر اساس ضروري للنهوض بها جميعا »^(١٥)

وينحصر دور وسائل الاعلام في التنمية القومية في ما يلي : -

• خلق وعي بالتنمية .

- دعم الجوانب الرئيسة الخاصة بالمشروعات والخطط التنموية .

- تأهيل وتحريك المواطنين للاسهام في عملية التنمية .

وبالتالي ، فإن الاعلام يساعد على تسريع التنمية ، ويساهم في ضمان نجاحها بتعبئة القدرات البشرية الضرورية لها ، ودفعها الى المساهمة في خطط التنمية بصورة مباشرة او غير مباشرة^(١٦) .

ان السبيل الامثل لتحقيق الاسهام الفعال للاعلام بأجهزته ومؤسساته وبأوجه انشطته ، في التنمية القومية يبدأ من التخطيط لذلك .

تخطيط برامج التنمية وتطبيقاتها :

ويعني التخطيط وضع خارطة لتنظيم العمل الاعلامي وتوجيه انشطته من خلال برامج الاذاعة والتلفزيون ، مثلا ، ولدى يحدد مسبقا لفترة تنحصر في سنوات خطة التنمية القومية ، للوصول الى تحقيق

اهداف معينة باستخدام الامثل للامكانات المادية والفنية والبشرية المتوفرة او التي يمكن توفيرها .

وفي خطة العمل الرئيسة التوجيهية تثبت المهمات العامة السياسية والوطنية والقومية ، ويسترشد بها في وضع الخطط التنفيذية المرحلية وتكون هذه الخطط : -

١ - بعيدة المدى .

٢ - قصيرة المدى .

او تكون بمثابة خطط فصلية تتمثل في دورات البرامج الاذاعية والتلفزيونية لثلاثة اشهر او تكون لنصف سنة (١٧) .

ومما لاشك فيه ان النشاط والتوجه الاذاعي والتلفزيوني ، الى جانب سائر الانشطة الاعلامية يكون اكثر اعتمادا على التخطيط ، حيث يبنى او يقوم نظام اشتراكي ، وبعبارة ادق ، يكون التخطيط الاساسي لكل نشاط او توجه في ميادين الاعلام ، شأنها شأن مختلف ميادين الانشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وتنسيق مع التخطيط لها وبرامجها التنفيذية .

ان التوجهات الاعلامية (من خلال الصحافة والاذاعة والتلفزيون والانشطة الثقافية والفنية ، كالاعمال الادبية والسينمائية والمعارض والموسيقى والفنون الشعبية . . الخ) ، في الاتحاد السوفيتي ، مثلا لم تكن بعيدة او بمعزل عن خطط سنوات بناء النظام التعاوني والقاعدة المادية للاشترابية ، وفي سنوات الخطط الخمسية والسباعية وفي حملات استثمار الاراضي البكر في كازخستان ، وخطط زيادة انتاجية القطن في اوزبكستان والنفط في باكو وبحر الخزر ، واعمار سبيريا ومد السكك

الحديد الى الشرق الاقصى وزيادة انتاج الغلال وتسريع وتأثر بغاء
المساكن ، حيث كانت وسائل الاتصال وفي مقدمتها الاذاعة « مدعوة
الى الاضطلاع بدور غير صغير في المهمات المطروحة امام البلاد في مجال
الاصلاح الاقتصادي ، والتي تتطلب النهوض الشامل بوعي الشغيلة
ونشاطهم الابداعي »^(١٨) وحيث كان الامر يتطلب « البناء الجديد
للمدينة والقرية ونشر المباريات الاشتراكية وتعميم تجربة احسن
الفرق الانتاجية ، والنضال من اجل الاقتصاد والقيام بحملات النقد في
وسائل الاتصال والتصدي لهذا النقص او ذلك »^(١٩) .

وفي كل ذلك فان التخطيط للنشاط والعمل ، في الراديو
والتلفزيون « يساعد على اختيار المواضيع الملحة والمهمة ، وايجاد
السبل لعرضها على المشاهدين بأحسن الصيغ »^(٢٠) . وتسعى البلدان
النامية ، وخاصة تلك التي اخذت تمضي في طريق بناء حياة جديدة
وتأخذ بالنمط الاشتراكي الاقتصادي الى وضع الاعلام في خدمة خطط
التنمية ، او الاستفادة من الاعلام في التنمية القومية .

ونجد ان حكومات العديد من هذه البلدان ، ادراكا منها لاهمية
وخطورة الاجهزة الاعلامية ، هي التي تمتلك الاجهزة وتشرف عليها
وتمولها وتوجهها ، ومثل هذا الوضع دونما شك من شأنه ان يحقق
قدرا اكبر من التنسيق بين النشاط الاعلامي والنشاط في المجالات
الاخري ، وفي مقدمتها المجال الاقتصادي (التنمية) .

وفي قطرنا العراقي ، لم تكن أنشطة الاجهزة الاعلامية تخضع
للتخطيط ، بالمعنى العلمي الصحيح للتخطيط . فمذ ان تأسست الاذاعة
العراقية في عام ١٩٣٦ ، وانشئ تلفزيون بغداد عام ١٩٥٦ ، ولفترة

طويلة من الزمن ظلت البرامج الاذاعية والتلفزيونية تقدم وفق سياسات الحكومات ، على العموم ، وتعد وتستحدث بمبادرات شخصية او غير مركزية في الاغلب . . . بعيدة عن الضوابط .

ويمكننا ان نقول ان التخطيط بمعناه الحقيقي دخل اجهزتنا الاعلامية ، وفي مقدمتها المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون ، بعد ثورة السابع عشر من تموز . ولقد كان طبيعيا ان يتحقق ذلك ، في ظروف العناية التي خصت الثورة الاعلام ، والاجهزة الاعلامية بها . ولقد جاء في التقرير السياسي ان حكومة الثورة مع اشرافها المباشر على الاجهزة الاعلامية الرئيسية وضعت تحت تصرفها امكانات جيدة « لتسريع تطورها في النواحي الفكرية والبشرية والتقنية ، وجعلها قطاعا طليعا متقدما ومبدعا في المجتمع وفي عملية التغيير الثوري التي يقودها الحزب واداة نشيطة من ادوات نشر افكار الثورة وبرامجها » (٢١)

وجاء في التقرير السياسي « في المرحلة المقبلة اكثر من أى وقت مضى ستبرز الحاجة وبشدة للاعلام الاشتراكي والثقافة الاشتراكية لمواجهة الدعايات الامبريالية والرجعية واليمينية وتوضيح الرؤية في مسيرة التحول الاشتراكي وكسب تأييد الجماهير للنهج الاشتراكي وتعزيز ايمانها به وثقتها بصوابه ونجاحه » .

وجاء في موضع اخر من التقرير السياسي : « فما تزال قطاعات واسعة من شعبنا واقعة تحت تأثير القيم والممارسات الضارة التي كانت سائدة قبل مرحلة الثورة وتنتظرنا في المرحلة القادمة جهود واسعة وشاقة لاستئصال تلك القيم والممارسات وغرس القيم والممارسات الجديدة ، ولا بد من التأكيد على العلاقة الوثيقة بين التقدم الذي نحرزه في هذا

الميدان والميادين الاخرى • ان كل خطوة نقطعها على طريق غرس القيم
والممارسات الجديدة في المجتمع تمنحنا امكانات معنوية ومادية اكبر
للسير قدما على طريق تحقيق المهمات الوطنية والقومية والاجتماعية
الاخرى» (٢٢) •

وهنا نستطيع ان نتلمس فهم العلاقة بين تحقيق هذه الاهداف
والاعلام من جهة ، وبينها وبين التنمية من جهة اخرى ، وتنعكس
هذه العلاقة في خطط الاذاعة والتلفزيون • ونود ان نعرض هنا الى خطة
البرامج الاذاعية والتلفزيونية لفترة السنوات الخمس الممتدة لغاية عام
١٩٧٩ ، وهي الفترة المجارية لخطة التنمية القومية (١٩٧٦ - ١٩٨٠)
ولاحقة لخطة تنمية خمسية قبلها •

خطة المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون وبرامج التنمية :

تطوى خطة الاذاعة والتلفزيون على فهم واسع لدور الاعلام في
دعم الجهود الرامية الى تحقيق تحولات جذرية في حياة المواطنين وبناء
المجتمع ، واهميته في المرحلة التاريخية المهمة التي يمر بها القطر •
ولتحقيق الاهداف المرسومة ترى المؤسسة ان تتم جملة من الامور
بينها : -

- تحديد الاهداف التي ترسمها المؤسسة لتحقيق ذلك •
- حصر الامكانيات البشرية والمادية والفنية المتوفرة لاستخدامها
لتحقيق الاهداف •
- العمل على تطوير هذه الامكانيات •
- وضع خطط تنفيذية مرحلية في اطار الخطة العامة (دورات
البرامج الاذاعية والتلفزيونية) •

– المتابعة والتقييم .. لمعرفة مدى نجاح الخطة التنفيذية في تحقيق الاهداف العامة (٢٣) .

وتحدد الخطة مؤشرات العمل والتوجه في مختلف القطاعات نخص بالذكر منها الريف ، والصناعة ، والتنمية بصورة عامة ، والتنمية الثقافية والتعليم ومكافحة الامية ، وهي مؤشرات سليمة تدل على فهم صحيح لدور الاعلام في التنمية .

برامج التنمية في الاذاعة والتلفزيون

ان اعلام التنمية يتحرك من خلال نوعين من البرامج :

١ – برامج تنمية مباشرة .

٢ – برامج تنمية غير مباشرة ، او برامج غير تنموية في الاساس تخدم التنمية بهذه الصورة او تلك . (وبينها الاعمال الدرامية ، والمسلسلات ، وحتى الاغاني والموسيقى) وقد تضمنت الخطة ، في باب برامج التنمية التلفزيونية البرامج التالية :-

– الثقافة الصحية (مديرية التفتيش والارشاد الصحي) .

– مجلة المرأة (الاتحاد العام لنساء العراق)

– الثورة الزراعية (اعداد مكتب النشر والاعلام في وزارة

الاصلاح الزراعي)

– تحقيقات تلفزيونية

– الاقتصاد والتنمية (شعبة الاعلام في وزارة الاقتصاد)

– السلامة العامة (مديرية المرور العامة – مديرية العلاقات)

– مجلة الشباب (الاتحاد العام لشباب العراق)

– مجلة الداخلية (شعبة الاعلام في وزارة الداخلية)

— مجلة الطلبة

— الثورة الصناعية (اعداد شعبة الاعلام في وزارة الصناعة)

— ركن العمال

— العمل والشؤون الاجتماعية ٠٠٠ الخ

ان مقررات لجنة تخطيط البرامج التلفزيونية ، مثلا، تعطي الاولوية في الفترة المتعلقة بأهداف الدورة لـ « التركيز على عملية التنمية في القطر مع التأكيد على مسألة التكامل الاقتصادي العربي » وينعكس ذلك في ازدياد عدد البرامج المكرسة للتنمية ، فضلا عن ارتفاع نسبة الوقت الذي تشغله برامج التنمية من مجموع ساعات البث المخصصة للبرامج العامة ، غير التنموية ، وهي نسبة كانت في فترة سابقة قريبة ٥٠٪ او (١٦٠) دقيقة في الاسبوع (٢٤) . ونجدها في الخطة التي نحن بصدها قد وصلت الى ١٠٥ دقائق في اليوم (٧٣٤ دقيقة في الاسبوع) وبلغت النسبة ٨٣٪ من مجموع ساعات البث في اذاعة بغداد .

وتبلغ نسبة برامج التنمية وفترتها الزمنية في برامج اذاعة صوت الجماهير ٥٪ (٦١ دقيقة في اليوم / ٤٢٧ دقيقة في الاسبوع من حيث المعدل من مجموع بث عام يبلغ ١٢٢ دقيقة في اليوم و ٨٥٤٠ دقيقة في الاسبوع) .

وقد ادرجت ضمن برامج التنمية في دورة اذاعة بغداد التي نحن بصدها البرامج التالية :

مدتها بالدقائق	البرامج اليومية
٣	صباح الخير
١٥	دنيا الاسرة
٢٠	عالم الاطفال

٥	قصة مساءية
مدتها بالدقائق	البرامج اليومية
١٥	بصراحة
١٥	المسيرة الطلابية
١٥	المجلة العسكرية
١٥	الشباب
١٥	في طريق التنمية
١٠	جريدة الوقائع العراقية
١٥	صوت العمال
١٥	عالم الرياضة
١٥	نحو غد افضل

في قائمة برامج الدورة البرامج الريفية التالية (ادرجت مستقلة عن

غيرها) :-

يومي	٢٠ دقيقة	الارض لمن يزرعها
يومي	٦٠ دقيقة	البرنامج الريفي
اسبوعي	٦٠ دقيقة	الوان للريف

ويمكن لنا ان نعتبر البرامج الريفية في عداد برامج التنمية ، فهي موزفة للتوجهات العامة التي تدخل في نطاق خدمة اهداف التنمية ، والبرامج المكرسة لها • وثمة برامج مستقلة تخدم التنمية ، بصورة غير مباشرة ، او تتضمن فقرات تتصل بما يخدم اهداف التنمية من قريب او بعيد ، نذكر منها التمثيليات ، والبرامج السياسية والثقافية ، والبث المباشر ، وبعض المنوعات ، والنشرات الاخبارية والمواجز ، وحتى بعض الاغانى •

وينبغي بالتالي ان نأخذ كل هذه البرامج بعين الاعتبار في قياس حجم البرامج المكرسة للتنمية في الاذاعة والتلفزيون وتقدير نسبتها الى مجموع البث العام للبرامج ، وهكذا تتجاوز حصة التنمية في البرامج ٨٣٪ في برامج اذاعة بغداد ، مثلا بكثير . وينطبق الشيء ذاته على برامج اذاعة صوت الجاهير ، وتلفزيون بغداد ايضا . ولتوضيح الصورة نعرض ارقام معدلات البث اليومي والاسبوعي والنسب المئوية لبرامج دورة اذاعة بغداد المكرسة للتنمية بصورة مباشرة ، وتلك التي لها صلة غير مباشرة بها :

البرامج	معدل البث اليومي بالدقائق	معدل البث الاسبوعي	النسبة المئوية
التنمية	١٠٥	٧٣٤	٨٣٪
الريفية	٩٠	٦٣٥	٧٤٪
السياسية	١٣٤	٩٤٠	١٠٦٪
الثقافية	٤٤	٣١٠	٣٥٪
التمثيلات	٣٨	٢٦٥	٣٪
البث المباشر	٦٠	٤٢٠	٤٨٪
النشرات والمواجيز	١٣٥	٩٤٠	١٠٧٪
المجموع الخاص بهذه البرامج	٦٠٦	٤٢٤٤	٥٠٪ تقريبا
مجموع البرامج العام*	١٢٦٠	٨٨٢٠	١٠٠٪

× الارقام والنسب مستقاة من برامج الدورة

ويشكل مجموع النسب المئوية للنشرات الاخبارية والنشرات والنشرات الموجزة والبرامج السياسية والثقافية والريفية مع الفترات الدينية ٣٧٧٪/ وتساوي ٤٧٣ دقيقة في اليوم ، و ٣٣٢٠ دقيقة في الاسبوع . اما مجموع نسب برامج المنوعات والتنمية والتمثيلات والابث المباشر والاغاني فهو ٦٢٣٪/ وتساوي النسبة ٧٨٧ دقيقة في اليوم و ٥٥٠٠ دقيقة في الاسبوع .

وفي ضوء تقوية البث الاذاعي وتوسع مساحة البث التلفزيوني في القطر ، وخاصة بفضل تقوية الارسال وزيادة عدد المحطات (٢٥) ، واخيرا 'انجاز مشروع الميكروويف واتصال محطات شبكته والارتفاع المطرد في عدد اجهزة الاستقبال المستخدمة من قبل المواطنين (٢٦) فضلا عن الماضي قدما في كهرة الريف ، تبرز اهمية وفاعلية البرامج الاذاعية التلفزيونية ذات الصلة بالتنمية والتي استعرضناها وتحدثنا عن حجمها ونسب الوقت المخصص لها .

ثمة مصادر تشير الى ان البث التلفزيوني العراقي يغطي ٩٤٪/ من مساحة العراق و ٩٦٪/ من نفوسه (٢٧) (حسب تقديرات عام ١٩٧٢) . وواضح ان هذين الرقمين غير دقيقين ، سيما وانهما يعودان الى الفترة السابقة لانجاز مشروع شبكة الميكروويف ، وحيث لم يكن عدد محطات تلفزيون في القطر قد وصلت الى ست محطات . وقد ينطويان على مبالغة حتى اذا كانت المساحة المقصودة في التغطية المناطق الآهلة بالسكان . اذ تقديرات اليونسكو ، مثلا تشير الى ان ٦٠٪/ من السكان في الاقطار

العربية يستطيعون استقبال برامج التلفزيون ، وان نسبة التغطية تختلف من المدن الى الريف ، ومن الاراضي الآهلة ، او الكثيفة بالسكان الى سواها (٢٨) . ومهما يكن من أمر فان اتساع نطاق البث حقيقة ثابتة وجلية ولا يقبل القياس بما كان عليه الامر قبل بضع سنوات . وبالتالي فان رقعة تأثير البرامج الاذاعية والتلفزيونية المتسعة باطراد تضاعف اهميتها ودورها ومفعولها .

تقييم ومعطيات برامج التنمية :

ان هذه البرامج حققت دون شك ، الشيء غير القليل في خدمة الاهداف الموضوعية امام الاذاعة والتلفزيون والمثبته في خطة اعلام التنمية وفي مقدمتها : -

- توعية المواطنين بمفهوم التنمية وتقريبها الى اذهانهم .
- شرح طبيعة وابعاد السياسة المتعلقة بالتنمية .
- القاء الضوء على طبيعة واهمية واهداف التحولات الجارية في القطر .

- توضيح مفاهيم التنمية في العالمين الاشتراكي والرأسمالي والعالم الثالث والصعوبات التي تواجهها في تطبيقاتها .

- توضيح صلة التنمية بالاقتصاد القومي وحياة المواطنين .
- توضيح سمات وخصوصيات حركة التنمية في القطر .

- توضيح صورة التنمية وحجمها بالادلة وبالمقارنة مع ما كان قائما وما تحقق . ولذلك اهميته ، فاستخدام الرسالة الاتصالية للادلة والشواهد امر وثيق العلاقة بادراك المتلقي للرسالة واقتناعه بها وتصديقه للمصدر (٢٩) .

- النهوض بمستوى الجماهير الثقافي والاجتماعي والصحي •
 - نشر المعرفة وتعميم الخبرات العملية •
 - ابراز دور المواطنين في دعم وانجاح خطط التنمية •
 - غرس المفاهيم وتثبيت الممارسات والمواقف الجديدة ازاء العمل والانتاج والمعيشة والمجتمع^(٢٠) •
- ولقد اكدت الخطة على مسائل اساسية بهذا الصدد كمحو الامية والصحة وعلاقة الفلاح بالارض ، والعلاقات الاجتماعية ، والمنظمات الفلاحية ... الخ •

ومن الجوانب الايجابية للخطة انها تضمنت تقويما للمناسبات القومية والوطنية والاحداث التاريخية ، من شأنه ان يساعد الاقسام المعنية على التهيؤ لها في وقت مبكر ، واعداد برامج بالمناسبة او تغطيتها على نحو افضل •

وقد توجهت هذه البرامج لمعالجة وازالة ترسبات كثيرة خلفتها الجهود السابقة وللتصدى لظواهر سلبية في السلوك والمواقف والمعيشة والعمل (الاتكالية والتبذير ، العلاقات الاجتماعية السلبية ، الوساطات غير المشروعة ، الروتين الاداري ... الخ) •

كما القي الضوء على صعوبات معينة ومشاكل تعترض حركة التنمية وسير تنفيذ مشاريعها وبرامجها ومعوقات تقف امام الانتاج •

ان المهم في مسألة استخدام وسائل الاتصال على نحو فعال ومثمر في اغراض التنمية القومية ، هو جعلها قادرة ليس على نقل رسالة ما الى الجمهور المستهدف فقط ، بل على « تبادل الرسائل » ايضا • فهذه الوسائل مدعوة الى ان تحمل « المعلومات والمناقشات التي تصل الامة

بمقتضاها الى فهم الاحتياجات المختلفة والاتفاق على الخطط ..
فيجب ان تنقل وسائل الاعلام على نطاق واسع الى كل الامة الاهداف
المتفق عليها ، والقرارات القومية وتنقل تقارير التقدم الذي يتم
تحقيقه في مختلف المجالات (٣١) ان ما نعنيه هو تحقيق الاتصال المتبادل
ذي الصدى ، او المتوازي ذي الاتجاهين ، وهو ما يسميه الباحثون
TWO - WAR اي الاتصال من القمة الى القاعدة ومن اسفل الى
اعلى ، وجانبيا ايضا فالجمهور طرف في العملية له شأنه ودوره
وصوته ، وينبغي ان يصغي الى هذا الصوت جيدا الى جانب دعوة هذا
الجمهور ليكون على بينة من الخطط وللإصغاء الى صوت القيادة
وواضعي المخطط المذكورة . فادراك الجمهور لدوره وموقعه واهميته
في عملية التنمية ، ينبغي ان يؤخذ بنظر الاعتبار كعامل مساعد مؤثر
وكأحد الاطراف الرئيسية للعملية ، ويمكن لوسائل الاتصال ان تؤدي
دورها في هذا الصدد ، بنقل « احتياجات واهتمامات ومطالب وانجازات
الجماعة الاولية المحلية الى القادة السياسية علاوة على نقل تعليمات
القيادة السياسية ومبررات سياستها الى أسفل (٣٢) ، وتكون وسائل
الاتصال بمثابة المنافذ « لتقده السياسات والتطبيقات » لاتاحة الفرص
« لعمل مناقشات وجدال . ففي الدولة التي تمر بعملية التطور يزيد
قدر الاتصال بشكل كبير . وقدر كبير من ذلك الاتصال يجب ان يركز
على نقل صوت الجماهير ومشاكلها الى السلطة السياسية » (٣٣) . ومن
هذا الفهم لدور وسائل الاتصال واستخدامها على نحو فعال وصحيح ، لنا
ان نقيم الندوة التي كرسنا لمناقشة عوامل انخفاض الاتاجية والتي نقلها
تلفزيون بغداد في حينه وكانت موضع اهتمام الرأي العام على نطاق واسع .
وقد قدمت مواد ذات دلالات تنموية من خلال برامج ثابتة في الدورة

او طارئة اعدت وقدمت بالمناسبة . فالمقابلات والاحاديث التي قدمت في مناسبة يوم المرأة العالمي (٨ آذار) نماذج لما اشرنا اليه .

كما تضمنت برامج اخرى رموزا حية لمدلولات تنمية مقنعة^(٣٤) ونجد معالجات لقضايا ذات صلة بالتنمية في العديد من التمثيليات والمسلسلات التلفزيونية كالاسراف والتخزين والزواج ، والتقاليد والعادات المادية المرتبطة به . . . الخ .

وقد ساعدت تلك الندوة في بلورة تصورات الجماهير عن التنمية وسياسة البلاد التنموية والوقوف على المعوقات وسليات الواقع الاقتصادي وعوامل انخفاض الانتاجية وسبل وآفاق معالجتها وتجاوزها .

نتيجة البحث (ملاحظات نقدية) :

ان التخطيط الجيد للبرامج في الاذاعة والتلفزيون هو البداية الصحيحة لممارسة عملية الاتصال ولكنه ليس كل شيء . وليس يكفي لنجاح برنامج ما ، وتحقيق التأثير المطلوب منه ، ان يكون موجها فقط ، وان يرتبط في محتواه بخطة واهداف . لتنمية .

فالى جانب المضمون الجيد للرسالة التي تنقلها وسيلة الاتصال، ثمة شرط اخر لتحقيق الهدف ، هو الاعلام والاقناع والتأثير ، هو الاسلوب الجيد والمناسب . ولناقل الرسالة ، « القائم بالاتصال اهمية ودور لا يقلان عن اهمية ودور مضمون الرسالة »^(٣٥) وفي ضوء هذا الفهم لجوانب ودور اهمية اركان العملية الاتصالية ، ومن خلال قراءتنا

لخطط الدورة الاذاعية والتلفزيونية وبرامج التنمية فيها ومتابعتها لبعض هذه البرامج ، يمكن لنا ان نخلص ، بعد ان اشرنا الى بعض الجوانب الايجابية ، الى تثبيت بعض الملاحظات النقدية كمحصلة ونتيجة للبحث :

١ - ثمة برامج غير تنموية او ذات صلة غيروثيقة ، او مباشرة بالتنمية ، وضعت في قائمة برامج التنمية الى جانب برامج ادرجت في قائمة اخرى ، وهي ذات صلة بالتنمية .

٢ - ضياع وغياب الهدف الحقيقي في بعض البرامج ، وتحولها الى برامج اعلام للجهة المعدة او المقدمة لها أى للبرامج (٣٦) .

٣ - اعداد وتقديم عدد غير قليل من برامج التنمية من قبل جهات اخرى خارجية (شعب ومديريات واقسام العلاقات والاعلام والنشر في الدوائر والمؤسسات والوزارات) ، وفي هذه الحالة ، نجد ان دور اقسام التنمية في الاذاعة والتلفزيون يقتصر على تسلم المواد او النصوص وتنفيذ البرامج . وفي بعض الاحيان ، تجهل تلك الاقسام مضامين الحلقات التي تقدم من تلك البرامج مسبقا ، وتفاجأ بها قبل موعد التقديم بوقت قصير ، الامر الذي يؤثر على مستوى عرض وتنفيذ البرامج على نحو سلبي .

ويطرح هنا هذا السؤال : من يعد ويقدم البرنامج ؟

أ - القسم المختص في الاذاعة والتلفزيون ؟

ب - ام الجهة المختصة في خارج مؤسسة الاذاعة والتلفزيون ؟

ج - ام الاثنان معا ؟

وليس من شك في ان الاختصاص في موضوع ما لا يكفي وحده .

توفير اهلية وصلاحية تولي اعداد الموضوع وعرضه في الاذاعة والتلفزيونية • وليس من الصحيح ايضا اعداد غير المختص، في الاذاعة والتلفزيون، لمادة في موضوع يتطلب التخصص • ونرى ان السبيل الوحيد للتوفيق بين جوانب المسألة التخصصية العلمية والفنية الاذاعية والتلفزيونية هو : -

أ - استعانة القسم المختص في الاذاعة والتلفزيون باستشاريين ومختصين من خارج المؤسسة (الجامعة او الوزارات والمؤسسات ذات العلاقة) (٣٧) في اعداد برامج معينة وتقديمها •

ب - التعاون والتنسيق في اعداد برامج معينة بين القسم المختص في المؤسسة ، والجهة ذات العلاقة خارجها •

ج - وضع خطة عمل لكل برنامج يتطلب اسهام جهات او اختصاصيين من خارج المؤسسة بالاتفاق بين القسم المختص في المؤسسة والجهات المكلفة باعداد البرنامج او الاسهام فيه •• ووضع الخطوط العريضة له ولقراته ، بغية اعداده ، على نحو افضل والوصول الى صيغة احسن لعرضه وتنفيذه (٣٨) •

٤ - اعتماد بعض البرامج على الارقام والسر الطويل وتحميل بعضها الاخر اكثر من طاقتها ، وقدرة المواطنين على الاستيعاب •

- عدم الاستعانة بالرموز والدلالات في بعض الاحايين • فوجود الرمز الحي الموحى يجعل ما يقدم من خلال البرنامج اكثر واقعية واقناعا •

- عدم التعرف ، احيانا على الهدف ، او الجمهور المستهدف • ذلك ان الاسس الصحيحة لعملية الاتصال تتطلب من رجال الاتصال ، بين ما

تطلبه ، معرفة الهدف - المشاهدين - و « تثقيف انفسهم فيما يتعلق
 بخصائص وقيم مشاهديهم » • وعلى مخططي ومعدّي وحتى مقدمي
 البرامج الاذاعية والتلفزيونية ان يدركوا ، بطبيعة وظائفهم ، مسؤوليتهم
 عن الملائمة بين الخدمة التي يقدمونها وبين الجمهور الذي تقدم اليه •
 فهي خدمة لا تقدم في فراغ •• بل تقدم الى جمهور محدد له مواصفاته
 واحتياجاته (٤٠) وينطبق ذلك على البرامج ، والتمثيلات ايضا ، فكس
 برنامجا كتبه معده ، في الموقع ذى العلاقة ، وكم تمثيلية وضعها مؤلفها
 بعد ان عاش جوها وتنفس هواءها ، والتقى بابطالها وعاشرهم ووقف على
 على ظروفهم وطباعهم واطلع على مشاكلهم وهمومهم وتطلعاتهم ، واصنعى
 الى اصواتهم ولغتهم ؟ ان القليل من الكتاب والمؤلفين فعلوا او يفعلون
 ذلك (٤١) •

- تقديم بعض البرامج من قبل مقدمين غير صالحين ، وبصورة
 خاصة البرامج التي تعد خارج المؤسسة •
- ركاكة وضعف لغة التقديم •
- اجراء لقاءات ومقالات تقليدية لاتتعدى في فحواها توجيه
 الاسئلة الرتيبة المملة •
- تقديم مواد جافة ومكررة احيانا •
- قراءة المادة ، في كثير من الفقرات او البرامج ، من نصوص
 مكتوبة •

اقتفاء الاثر •• ومعرفة الصدى :

من الجوانب الايجابية في خطة المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون
 تأكيدا على المتابعة والتقييم ، لمعرفة مدى نجاح الخطة التنفيذية في

تحقيق الاهداف العامة . ذلك ان الاذاعة والتلفزيون كوسيلة اتصال غير مباشرة « تتعامل مع جمهور لا تراه » وبالتالي ينبغي على المسؤولين عنها ان يعرفوا ما اذا « وصلت برامجها الى الجماهير المستهدفة فعلا ام انها لم تصل لاي سبب من الاسباب »^(٤٢) وعليهم ان يعرفوا ايضا كيف كان رد الفعل لدى الجماهير ، او الصدى . ويعرفوا ايضا ما اذا كانت هذه الجماهير قد تأثرت بها ، واخذت عنها ، وتعلمت منها . . ام لا . واقتفاء الاثر ، بالتالي ، يساعد على تبيين الصدى ومعرفة التأثير . ويتطلب الامر اجراء ما نعينه بقياس الرأى ، او الاستبيان للوقوف على نطاق وحجم الاستقبال ، وردود الفعل ، ومدى التأثير ، ووضع معطيات كل ذلك تحت تصرف المسؤولين عن تخطيط ووضع واعداد وتقديم البرامج للاسترشاد بها ، واخذها بنظر الاعتبار في العمل اللاحق والخطط البرمجية المقبلة ، كعامل مساعد على فاعليتها ونجاحها ، ولتحقيق الموازنة الصحيحة بين « اعطاء الجمهور ما يريد واعطاؤه ما يحتاج اليه . . » وهي موازنة صعبة ، تتطلب قدرا كبيرا من الفهم والمعرفة والبراعة ، وتحقيقها امر مفيد وضروري معا .

د . سنان سعيد

مصادر وهوامش البحث :

- ١ - ويلبور شرام • اجهزة الاعلام والتنمية الوطنية • دور الاعلام في البلدان النامية • ترجمة محمد فتحي ، القاهرة ١٩٧٠ ص ١٢٥ •
- ٢ - انظر ويلبور شرام • المصدر السابق ، ص ٣٨ •
- ٣ - استخدام الفضاء للتربية والتنمية في الدول العربية • تقرير لليونسكو • باريس (مايو/ايار) ١٩٧١ ، القاهرة ١٩٧٣ ص ٢٢ •
- ٤ - التقرير السياسي للمؤتمر القطري الثامن لحزب البعث العربي الاشتراكي ، بغداد ١٩٧٤ ، ص ١٢٧ •
- ٥ - ويلبور شرام • المصدر السابق • ص ٣٢ •
- ٦ - حددت اليونسكو الحد الادنى لمعدل دخل الفرد السنوي بـ ٣٠٠ دولار • ويقل الدخل الفعلي للفرد في كثير من البلدان النامية حيث يعيش ثلث سكان العالم ، عن ذلك من حيث المعدل • مقابل معدل قد يبلغ ٢٠٠٠ دولار او يزيد في دول متقدمة • ويصيب ، في بعض هذه البلدان طيبب واحد كل ٣٥٠٠٠ نسمة من السكان او اكثر • في حين ان النسبة في دول متقدمة هي : طيبب واحد لكل الف ، او لكل ٦٠٠ ، وحتى ٥٠٠ نسمة من السكان • وينخفض معدل الاعمار في بعض البلدان النامية الى ٣٥ سنة او أقل ، مقابل معدل قد يصل الى ٧٠ سنة (البلدان الاشتراكية) •
- د • جيهان احمد رشتي • نظم الاتصال • دار الفكر العربي • القاهرة ١٩٧٢ ، ص ٦٤ •
- ٧ - تصل نسبة الامية في بعض البلدان الى ٩٠٪ من السكان ، والنسبة في البلدان العربية من حيث العموم ٧٠٪ وثمة ٢٨ دولة نامية تعاني من المجاعة • (د • عبدالجبار ولي ، اليونسكو والاعلام . (الصحافة) العدد (٣٨ ، ١٩٧٦) •
- وقد تغيرت نسبة الامية في كثير من البلدان النامية ، بتوسع شبكة التعليم • ففي القطر العراقي مثلا ، كان عدد التلامذة والطلبة في مراكز التعليم بمختلف مراحل ٢٤١ و ١٤٨٧ في الفترة ١٩٧٢/٧١ ، وارتفع الى ٢٦٢ر٤١٦ في الفترة ١٩٧٦/٧٥ • وهذا يعنى تبديلا جذريا في وضع

- الامية ونسبتها . انظر : (التعليم في العراق بالارقام . وزارة التربية . المديرية العامة للتخطيط التربوي . الاحصاء . ايار ١٩٧٦) .
- ٨ - انظر د . جيهان احمد رشتى . المصدر السابق . ص ٦٧ .
- ٩ - لا تشكل نسب الزيادة السكانية في بعض البلدان مشكلة امامها . ففي العراق مثلا افترضت النسبة ٢٪ على ان النمو السكاني بلغ اثناء سنوات الخطة (٧٠-١٩٧٥) ٢٥٪ في المتوسط . (انظر : تقرير اليونسكو ص ٥٠) على ان هذه النسبة في بلدان لها ظروفها الخاصة بمشكلة مستعصية . حيث عدد السكان كبير بالنسبة الى الموارد كجمهورية مصر العربية ، والهند . (كانت نسبة الزيادة في مصر ٢٧٪ في الفترة ٧٠-١٩٧٥) .
- ١٠ - د . جيهان احمد رشتى . المصدر السابق . ص ٦٧/٦٩ .
- ١١ - ويلبور شرام . المصدر السابق ، ص ٢٨ .
- ١٢ - د . عبدالجبار ولي . اليونسكو والاعلام « الصحافة » العدد ٣٨ ، ١٩٧٦ .
- ١٣ - انظر د . جيهان احمد رشتى . الاسس العلمية لنظريات الاعلام . دار الفكر العربي ، القاهرة ١٩٧٥ . ص ٤٦٦-٥٠٤ . ايضا : ماجد احمد السامرائي . المهمات الثورية للثقافة والاعلام . منشورات دار الثورة . بغداد ١٩٧٦ ، ص ٤٨/٤٩ .
- ١٤ - د . احمد بدر . الاتصال بالجمهور والدعاية الدولية . دار انقلم . الكويت ١٩٧٤ ص ١٠٢ .
- ١٥ - قرارات وتوصيات الدورة التدريبية حول استخدام وسائل الاعلام في نشر الوعي العلمي (بغداد ٢٢-٢٩/١٠/١٩٧٤) .
- ١٦ - انظر بهذا المعنى : عبدالغنى عبدالغفور . الاعلام والثقافة والتنمية القومية . منشورات وزارة الاعلام بغداد ١٩٧٤ . ص ١٥ ، ايضا ، د . احمد سويلم العمري . مجال الرأي العام والاعلام . القاهرة ١٩٧٥ . ص ٢٠ .
- ١٧ - تنظم وتوجه البرامج الاذاعية والتلفزيونية في الاتحاد السوفيتي وفي بعض البلدان الاشتراكية الاخرى في اطار خطط سنوية ، واخرى فصلية ، فضلا عن خطط عمل تنفيذية شهرية واسبوعية ايضا ، وتثبيت في ضوء التوجيهات المركزية .

١٨ - غالينا نيتمسوفا • قضايا الحياة الاقتصادية في الاذاعة المحلية -
موسكو ١٩٧٠ ، ص ٨ .

١٩ - المصدر نفسه ، ص ١٩ .

٢٠ - غايماكوفا • طرائق وتطبيقات تحرير البرامج التلفزيونية •
موسكو ١٩٧٥ • ص ٣١ .

٢١ - التقرير السياسي للمؤتمر القطري الثامن لحزب البعث
العربي الاشتراكي ، بغداد : ١٩٧٤ • ص ٦١ .

٢٢ - انظر الخطة الاعلامية للمؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون
للفترة المذكورة اعلاه .

٢٤ - انظر • د • ابراهيم الداوقوي • آفاق الانتفاع من البرامج
التلفزيونية في التنمية القومية في الريف العراقي • آفاق عربية • العدد
١١ تموز ١٩٧٦ ص ١٢٨ .

٢٥ - في القطر العراقي الآن ست محطات للتلفزيون تبث اسبوعيا
اكثر من ثلاثة آلاف دقيقة (لكل محطة) بخمس لغات وباربع قنوات •
٢٦ - يستخدم في ارجاء القطر الان اكثر من نصف مليون جهاز
استقبال تلفزيون ، واكثر من مليون جهاز استقبال راديو • انظر : (الزبير
سيف الاسلام • الاعلام والتنمية في الوطن العربي «الدراسات الاعلامية» •
العدد ٧ • يوليو - سبتمبر ١٩٧٦ ص ١٨) ، ايضا (الدكتور ابراهيم
امام • الاعلام عبر القمر الصناعي العربي ودوره في التنمية • المصدر
نفسه ص ٢٦) .

٢٧ - د • ابراهيم الداوقوي • المصدر السابق • كذلك : اجهزة
الاعلام الجماهيري في العراق • الواقع والمعوقات • دراسة مقدمة الى الملتقى
الدولي للاعلام لدول عدم الانحياز بغداد ، دار الحرية ١٩٧٦ ص ٢١ .

٢٨ - اعلى نسب التغطية التلفزيونية تلاحظ في الكويت لصغر
مساحتها ، وفي دلتا مصر على سبيل المثال • فالقناة الاولى في تلفزيون
جمهورية مصر العربية تغطي ببشها اكثر من ٩٠٪ من المناطق الأهلية
بالسكان في البلاد • انظر : (استخدام الفضاء للتربية والتنمية في الدول
العربية • تقرير لليونسكو ص ٨٧) .

٢٩ - انظر : د • جيهان احمد رشتي • الأسس العلمية لنظريات
الاعلام ص ٤٣٧ .

- ٣٠ - الخطة الاعلامية . باب « اهداف اعلام التنمية » .
- ٣١ - ذ . جيهان احمد رشتى . الاسس العلمية لنظريات الاعلام
ص ١٨٤/١٨٣ .
- ٣٢ - د . جيهان رشتى . نظم الاتصال . ص ١٨٤ .
- ٣٣ - المصدر نفسه .
- ٣٤ - الاحاديث والمقابلات التي اجريت مع الفتيات المظليسات
والمضيفات والمرضات ، والعاملات في محطات تعبئة بنزين السيارات . الخ
دلالات رمزية مؤثرة وحية واقعية لا يراز دور المرأة في المجتمع واسهامها
في الانتاج والتنمية .
- ٣٥ - د . جيهان احمد رشتى . الاسس العلمية لنظريات الاعلام
ص ٢٧٣ .
- ٣٦ - انتهت المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون الى ظاهرة الدعاية
الذاتية في بعض البرامج للجهة التي تعدها . فقد تضمنت توصيات لجنة
البرامجيين الدعوة الى رفع عبارة (القسم الفلاني يقدم . .) واستبدالها
بعبارة (تلفزيون الجمهورية العراقية يقدم . .) انظر : خطة البرامج .
- ٣٧ - تتجه النية في المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون الى الاستعانة
بخبرات اساتذة الجامعة في حقول معينة بصفة استشاريين لاقسام او
برامج معينة . وقد عقدت لهذه الغاية عدة اجتماعات بين المسؤولين في
المؤسسة واساتذة الجامعة مؤخرا .
- ٣٨ - يبدو ان المؤسسة لاحظت نوعا من الانقسام بين الاقسام
المسؤولة ومعدي البرامج فالزمت ، في خطتها ، البرامجيين كتوصية ،
بتقديم خطط لبرامجهم . والمسألة في الاصل هي مسألة كل البرامج ،
وليس ما يقدمه البرامجيون فقط . فالمفروض في كل برنامج اذاعي او
تلفزيوني ان يخضع للتخطيط وتكون له خطة شهرية ، او خطة لدورة
كاملة .
- ٣٩ - د . ي . د . راو . نظرة فاحصة حول الموضوعية ، ثورة في وسائل
الاتصال الجماهيري . ص ١١٤ .
- ٤٠ - سعد لبيب . دراسات في الفنون الاذاعية . معهد التدريب
الاذاعي والتلفزيوني بغداد ١٩٧١ ، ص ٢٧ .

٤١ - ورد في مقابلة مع السيد معاذ يوسف، وهو من كتاب التمثيليات التلفزيونية المعروفين قوله : « الامر يستدعى زيارات ميدانية الى المعامل والحقول . . لا يستطيع الكاتب ان يؤلف وهو قابض خلف طاولة . . وبالنسبة لي شخصيا فانا عاجز عن القيام بهذه الزيارات الميدانية . . لاني مدرس مرتبط بدوام يومي » مجلة الاذاعة والتلفزيون - ٨ ايار ١٩٧٧ .

٤٢ - سعد لبيب . دراسات في الفنون الاذاعية . ص ٨٦ .