



بسم الله وبعد: تم الرفع بحمد الله من طرف

بن عيسى قرمزي متخرج من جامعة المدية

تخصص: إعلام آلي

التخصص الثاني: حفظ التراث بنفس الجامعة

1983/08/28 بالمدية – الجزائر-

الجنسية الجزائر وليس لي وطن فأنا مسلم

للتواصل **وطلب المذكرات** مجاناً وبدون مقابل

هاتف : +213(0)771.08.79.69

بريدي إلكتروني: benaisa.inf@gmail.com

MSN : benaisa.inf@hotmail.com

فيس بوك: <http://www.facebook.com/benaisa.inf>

سكايب: benaisa20082

دعوة صالحة بظهر الغيب فر بما يصلك ملفي وأنا في التراب

أن يعفو عنا وأن يدخلنا جنته وأن يرزقنا الإخلاص في القول والعمل..

ملاحظة: أي طالب أو باحث يضح نسخاً لصق لكامل المذكرة ثم يزعم أنه المذكرة له

فحسبنا الله وسوف يسأل يوم القيامة وما همدنا إلا النفع حيث كان لا أن تنبئ أعمال

الغير والله الموفق وهو نعم المولى ونعم الوكيل....

لا تنسوا الصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم

صلى على النبي – سبحانه الله وبحمده سبحانه الله العظيم-

بن عيسى قرمزي 2012



دور الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونسيف

- معاً.... نحو بيئة مدرسية آمنة - من وجهة نظر المعلمين

(دراسة ميدانية)

**The Role of Personal Communication in UNICEF Media Campaign
"Together Towards a Secure School Environment" from Teachers'
Perspectives**

إعداد الطالبة

فاتن عبد الفتاح محمد العبهرى

الرقم الجامعي :

400820021

إشراف الدكتور

كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

2011-2010

تفويض

أنا فائق عبد الفتاح محمد العبهري ، أئوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسائلي ورقياً وإلكترونياً المكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم : فائق عبد الفتاح محمد العبهري

التاريخ : ٢٠١١ / ١٤ / ٢١

التوقيع : 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها : دور الاتصال الشخصي في العملية الإعلامية لمنظمة
 التأسيس - معاً نحو بيئة مترسبة أمنة - من وجهة نظر المعلمين (دراسة ميدانية) *

وألجزت بتاريخ : 21 / 12 / 2011

التوقيع	أعضاء لجنة المناقشة
	رئيساً الأستاذ الدكتور اطفي ساري
	عضواً / مشرفاً الدكتور الكامل خورشيد مراد
	عضواً / منتقداً خارجياً الأستاذ الدكتور السيد أحمد أبو عريجه

الشكر والعرفان

أشكر الله سبحانه وتعالى لما أمدني به من قوة تحمل، وصبر، وسعة إدراك، ونعم، لإكمال هذا الجهد الذي لطالما حلمت بتحقيقه ولا أنسبه للكمال المطلق لأن الكمال لله سبحانه وتعالى. وأتوجه بالشكر إلى جامعة الشرق الأوسط التي منحتني هذه الفرصة ممثلة في كلية الإعلام، والشكر الكبير للدكتور كامل خورشيد مراد الذي تفضل بالمتابعة، والإشراف، فلم يبخل بعلمه ووقته وجهده وحلمه، فقد كان خير دليل ومرشد في مشواري العلمي تقبل الله عطاءه خالصاً لوجهه الكريم، والشكر لكل من عميد كلية الإعلام الأستاذ الدكتور حلمي خضر ساري، والأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي، و الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم، والدكتور محمد صاحب سلطان، و الأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي، والدكتور إبراهيم أبو عرقوب، و الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجة، والدكتور عبد الكريم الدبيسي ، وإلى مديري ومديرات مدارس وكالة غوث الأردن شمال عمان وإلى كل من قدم إلي العون من وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين وأخص بالذكر مكتب إدارة وكالة غوث الأردن شمال عمان، وكل من أسهم بالمساعدة من وزارة التربية والتعليم ومنظمة اليونيسيف، وكل من أسهم بالمساعدة من مكتبة الجامعة الأردنية، ومكتبة عبد الحميد شومان، وأسأل الله لهم السداد والتوفيق في الدنيا والآخرة. والشكر والتقدير لوالدي الحبيبين فدائماً شكرهما يكون في غاية الصعوبة لأنه يشعرنا دوماً بعدم إيفائنا حقهما فكان صبرهما مفتاحاً لنجاحنا أسأل الله العظيم أن يمد بعمرهما ويبارك لهما فيه. كما أشكر أفراد أسرتي وفاءً لوقفهم بجانبني دائماً و كواجب للإعتراف بفضلهم بعد الله سبحانه وتعالى لما قدموه لي، وأخص بالشكر أخي الحبيب أمجد لما قدمه لي من دعم مادي و معنوي خصني به دائماً، والصلاة والسلام على سيدنا محمد .

الاهداء

إلى من كلله الله بالهبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون انتظار .. إلى من أحمل اسمه
بكل افتخار .. أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثماراً قد حان قطافها بعد طول انتظار
وستبقى كلماتك نجوماً أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد..

والدي العزيز

إلى الروح التي عانقت روحي

إلى القلب الذي مستقر أسرار ه في قلبي

إلى اليد التي أوقدت شعلة دربي

إلى الروح النبيلة التي علمتني ... كيف أصبر في العواطف

إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أعلى الحبايب

إلى من بها أكبر وعليها أعتد .. إلى شمعة منيرة تنير ظلمة حياتي..

إلى من بوجودها أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها..

إلى من عرفت معها معنى الحياة

أمي الحبيبة

..إلى من هم سند في هذه الحياة

إلى من دعموا مسيرتي

إلى إخواني الأعزاء

إلى من تاهت ...في شكرهم

حروف الابدجية بكل اللغات

إلى عائلتي الحبيبة

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	العنوان
ب	تفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	شكر وتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
ي	قائمة الملحقات
ل	الملخص باللغة العربية
ن	الملخص باللغة الانجليزية
1	الفصل الأول: مقدمة الدراسة
2	تمهيد
3	مشكلة الدراسة
3	هدف الدراسة
4	أهمية الدراسة وأسئلتها
5	مصطلحات الدراسة
10	حدود الدراسة
10	محددات الدراسة
12	الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة
13	الأدب النظري
65	الدراسات السابقة
71	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
72	منهج الدراسة
72	مجتمع الدراسة
72	عينة الدراسة
74	أداة الدراسة
75	صدق أداة الدراسة

77	ثبات الاستبانة
78	المعالجة الإحصائية
79	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
91	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
98	المراجع
98	أولاً: المراجع العربية
104	ثانياً: المراجع الأجنبية
105	الملحقات

قائمة الجداول

الصفحة	المحتوى	رقم الجدول	التسلسل
73	عدد عينة المعلمين حسب المناطق	(1)	1
73	تصنيف أفراد عينة الدراسة	(2)	2
75	مقياس ليكارت الخماسي	(3)	3
76	معاملات ارتباط فقرات كل محور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه	(4)	4
77	معاملات ارتباط كل محور بالدرجة الكلية لها	(5)	5
77	معاملات ثبات الفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لها	(6)	6
80	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لإجابات أفراد العينة للفقرات المتعلقة بوسائل وأساليب الاتصال الشخصي	(7)	7
82	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لإجابات أفراد العينة للفقرات المتعلقة بنشاطات الاتصال الشخصي التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة	(8)	8
84	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لإجابات أفراد العينة للفقرات المتعلقة بتحقيق أهداف الحملة من وجهة نظر	(9)	9

	المعلمين		
85	نتائج اختبارات لدلالة الفروق في محاور الدراسة لمتغير الجنس	(10)	10
86	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة حسب الخبرة	(11)	11
87	نتائج إختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في محاور الدراسة تبعاً لمتغير الخبرة	(12)	12
88	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة حسب المؤهل العلمي	(13)	13
88	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة حسب المؤهل العلمي	(14)	14
89	نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين وسائل وأساليب الاتصال الشخصي وبين أهداف الحملة	(15)	15
92	نتائج إختبار بيرسون لقياس العلاقة بين النشاطات التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة وبين أهداف الحملة	(16)	16

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	رقم الملحق
105	كتاب تسهيل مهمة من الأستاذ الدكتور العميد حلمي خضر ساري ومن وكالة الاونورا	(1)
106	كلمة لوزير التربية والتعليم للدكتور تيسير النعيمي عن (معا.... نحو بيئة مدرسية آمنة)	(2)
107	الكلمة التوجيهية لوزير التربية والتعليم للحملة الوطنية معاً.... نحو بيئة مدرسية آمنة	(3)
108	دور مجموعات المناصرة في إيجاد بيئة مدرسية آمنة كما ورد من اليونيسيف	(4)
110	كتاب تسهيل المهمة من الدكتور محمد طرخان لتنفيذ الاستبانة في مدارس شمال عمان	(5)
111	البطاقة الصفراء	(6)
111	شعار الحملة	(7)
112	بوستر لا للضرب نعم للحوار (بوستر لليونسيف)	(8)
113	بوستر لليونسيف نحو بيئة مدرسية آمنة(دعوى لخفض العنف)	(9)
114	نموذج الاستبانة	(10)
121	العنف المدرسي	(11)

129	منظمة اليونسيف (تاريخها ومهمتها)	(12)
133	قائمة المحكمين	(13)
134	قائمة المقابلات العلمية	(14)

دور الاتصال الشخصي في الحملة الاعلامية لمنظمة اليونيسيف
- معاً نحو بيئة مدرسية آمنة - من وجهة نظر المعلمين
(دراسة ميدانية)

**The Role of Personal Communication in UNICEF Media Campaign
"Together Towards a Secure School Environment" from Teachers'
Perspectives**

إعداد الطالبة

فاتن عبد الفتاح محمد العبهري

الرقم الجامعي :

400820021

إشراف الدكتور

كامل خورشيد مراد

جامعة الشرق الأوسط-كلية الإعلام

2011-2010

الملخص باللغة العربية

تناولت هذه الدراسة دور وسائل الاتصال الشخصي في الحملات الإعلامية ودورها في التنمية الاجتماعية ، و انتهجت هذه الدراسة المنهج الوصفي من خلال استخدام أداة الاستبيان و جماعات التركيز .

و هدف البحث إلى الوقوف على تقييم معلمي مدارس وكالة غوث الأردن للاتصال الشخصي في الحملات الإعلامية لمنظمة اليونيسيف الموجهة للحد من العنف ضد الأطفال في الأردن ،

و الوقوف على المتغيرات الخبرة ,الجنس,المؤهل العلمي للمعلمين في تحديد وجهات نظرهم بهذه الحملة ، بيان مساهمة الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونيسيف في تشكيل أداء المعلمين .

و توصلت الدراسة الى عدد نتائج من أبرزها ظهور وسائل و أساليب الاتصال وسائل وأساليب الاتصال الشخصي تم تطبيقها بدرجة متوسطة في مدارس وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين في منطقة شمال عمان كما تبين أن مستوى تطبيق نشاطات الاتصال التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة كانت جميعها بمستوى متوسط

وأن مستوى تحقيق أهداف الحملة من وجهة نظر المعلمين كانت جميعها بمستوى متوسط أيضا . كما أنه يوجد فروق ذات دلالة احصائية في محاور الدراسة الثلاثة(وسائل وأساليب الإتصال الشخصي، ونشاطات تعريف الطلبة وأولياء أمورهم , وتحقيق أهداف الحملة) تعزى لمتغيرات الخبرة أو الجنس أو المؤهل العلمي.

وظهر من نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية مرتفعة ذات دلالة احصائية بين وسائل وأساليب الإتصال الشخصي التي تم تطبيقها أثناء الحملة الإعلامية وبين تحقيق أهداف الحملة.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أهمية دور الاتصال الشخصي في الحملات الإعلامية وبدوره الفاعل في تعديل أنماط سلوكية للأفراد خاصة عندما تكون واقعية في طرحها للأهداف والوسائل.

Abstract

This study discusses the role of interpersonal communications in the outreach campaigns and their role in social development. The study adopted the descriptive method by using questionnaires and focus groups.

The research discusses the evaluation of UNRWA schools teachers in Jordan of the interpersonal communication in UNICEF outreach campaigns for reducing violence against children in Jordan. It also discusses the variables of experience, sex and academic qualification of teachers in determining their viewpoints in this campaign, and shows the contribution of interpersonal communication in UNICEF outreach campaign in shaping teachers' performance.

The study arrived at a number of results, most prominently is the emergence of communication means and methods that were applied at a medium scale in UNRWA schools in northern Amman region. Moreover, it demonstrates that the level of applying communication activities, which aimed to introduce the students and their parents to the campaign, was medium, and the level of applying the campaign's objectives from the teachers' perspective was medium as well. Furthermore, there are statistically significant differences in the study's three main points (interpersonal communication means and methods, introduction of the campaign to students and their parents, and achieving the campaign's objectives) which are attributed to the variables of experience, sex and academic qualification.

The study's results demonstrated a statistically significant high correlational relationship between the means and methods of interpersonal communication applied during the outreach campaign and the realization of the campaign's objectives.

Study's results point out the importance of the role of interpersonal communication in the outreach campaigns and its effective role in adjusting the individuals' behavioral patterns, especially if they were realistic in addressing the objectives and means.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

تمهيد

مشكلة الدراسة

هدف الدراسة

أهمية الدراسة

أسئلة الدراسة

المصطلحات الإجرائية

محددات الدراسة

الفصل الاول

مقدمة الدراسة

تمهيد:

أصبحت الحاجة إلى الحملات الاعلامية أمراً ملحاً وضرورياً عند القدوم على تعديل أنماط سلوكية للمؤسسات أو الأفراد، ويظهر ذلك واضحاً في الدول المتقدمة حيث يعيش الأفراد فيها يومياً وسط كم هائل ومتنوع من حملات الإعلام التي تستهدف إقناعهم بأفكار وسلوكيات معينة. وتتصب هذه الأهمية في التأثير على الأفكار، أو الاتجاهات لتكوينها، أو تعديلها، أو تغييرها، أو تطويرها.

وفيما يخص عالم الطفولة فإن الحملات الإعلامية الموجهة لقضايا التنمية الاجتماعية غدت استثماراً مهماً في هذا المجال وفق الجهود المعطاة والتطلعات المستقبلية خاصة إذا ركزت تلك الحملات على الدعم والمناصرة ورفع مستوى الوعي الاجتماعي بأهمية الطفولة المبكرة وتوضيح قضايا الأطفال الملحة، بطرق هادفة وجاذبة والعمل على تخطيطها وتدعيمها بالتقنيات الحديثة وفق رؤية تربوية هادفة باستخدام الوسائل المسموعة والمقرؤة والإلكترونية.

إن هذا البحث أعد بعداً من أبعاد الحملات الإعلامية مركزاً على أهمية الاتصال الشخصي انطلاقاً من أهمية الحملات الإعلامية التي تحمل في ثناياها المسؤولية الاجتماعية ودورها الثقافي والتنموي والتربوي والاجتماعي وحتى الترفيهي ، والإشارة إلى دور الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية التي قامت بها منظمة اليونيسيف (UNICEF) تحت عنوان (معاً..نحويئة مدرسية آمنة) في مدارس وكالة غوث الأردن في عامي 2009-2010 .

وبما أن منظمة (اليونيسيف) أخذت على عاتقها تبني الاهتمام بالأطفال في المجتمعات كافة فكان موضوع العنف هو الذي أخذ شوطاً كبيراً في حملتهم الإعلامية (معاً نحو بيئة مدرسية آمنة) لأهمية مثل تلك القضايا في تنشئة الأطفال والمجتمعات، فقامت بتشكيل "مجموعات المناصرة" التي هي في الأصل مجموعه تربوية تتكون من مدير المدرسة والمرشد التربوي واثنين من المعلمين الذين يستخدمون أساليب إيجابية في توجيه وتعديل سلوك الطلبة واثنين من الطلبة ممثلين مجلس الطلبة واثنين من أهالي الطلبة من مجلس أولياء الأمور لتقوم هذه المجموعة بتعريف المعلمين بأنشطة الحملة الوطنية "معاً..... نحو بيئة مدرسية آمنة" و الأسلوب الجديد في توجيه وتعديل سلوك الطلبة من خلال جلسات الحوار الشهرية.

مشكلة الدراسة:

تتبع مشكلة الدراسة من سؤال رئيسي يدور في ذهن الباحثة و هو: كيف ينظر معلمو المدارس الحكومية في الأردن إلى الحملة الاعلامية التي تنظمها منظمة (اليونيسيف) صندوق الأمم المتحدة للطفولة في المملكة تجاه الحد من العنف ضد الأطفال من خلال دراسة حملة (معاً..... نحو بيئة مدرسية آمنة) ودور الاتصال الشخصي في هذه الحملة .

هدف الدراسة:

1. تقييم معلمي المدارس الابتدائية للحملة الإعلامية لمنظمة اليونيسيف (معاً.... نحو بيئة مدرسية آمنة) الموجهة للحد من العنف ضد الأطفال.
2. الوقوف على دور المتغيرات (الخبرة، الجنس، المؤهل العلمي) للمعلمين في تحديد وجهات نظرهم تجاه الحملة.

3. بيان مساهمة الاتصال الشخصي (INTERPERSONAL COMMUNICATION) في

الحملة الإعلامية لمنظمة اليونيسيف في تشكيل آراء المعلمين.

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها من جانبين أولهما أهمية موضوع الطفولة و ما يجب أن يتمتع به الأطفال من اهتمام خاص بالنواحي النمائية والنفسية ، لهم و ثانيهما من أهمية منظمة اليونيسيف كمنظمة دولية إنسانية أخذت على عاتقها مسؤولية حماية حقوق الطفل بشكل خاص والإنسان بشكل عام وأن انتهاك حق الطفل في الحقوق والحماية له عواقب وخيمة تعيق بقاء الطفل ونماءه.

وتطمح هذه الدراسة الوصول إلى نتائج ذات دلالات احصائية وقيم ذات نوعية عالية، وهي بهذا السبيل سعت للحصول على بعض البيانات ذات الصلة والتي يصعب الحصول عليها بدون دراسات ميدانية تخص المنظمات و المؤسسات المعنية حيث ستستفيد هذه المنظمات من نتائج مثل هذه الدراسات و أخذها بعين الاعتبار، مع توضيح أيضا ما للاتصال الشخصي من أهمية في التأثير على السلوك العام للفرد.

أسئلة الدراسة:

تتمحور أسئلة الدراسة حول حملة (معاً نحو بيئة مدرسية آمنة) التي تنظمها منظمة اليونيسيف ببعض مدارس المملكة الأردنية الهاشمية من خلال الأسئلة الفرعية الآتية النابعة من سؤال رئيسي لهذه الدراسة وهو: كيف ينظر معلمو مدارس الوكالة في الأردن إلى حملة اليونيسيف (معاً نحو بيئة مدرسية آمنة) من خلال الدور الذي لعبه الاتصال الشخصي للحد من العنف ضد الأطفال في الأردن.

الاسئلة الفرعية:

1. ما رأي المعلمين المبحوثين في الحملات الإعلامية لمنظمة اليونيسيف من خلال

الاتصال الشخصي لمجموعة المناصرة؟(سيتم تعريف مجموعة المناصرة في مصطلحات

الدراسة).

2. هل تختلف آراء المبحوثين نحو الحملة طبقاً لمتغيرات الجنس ، الخبرة ، المؤهل

العلمي؟

3. ما دور الاتصال الشخصي ووسائله المستخدمة في هذه الحملة؟

4. ما النشاطات التي تهدف لتعريف الطلبة و أولياء الأمور بالحملة من خلال الاتصال

الشخصي؟

5. ما مدى تحقيق الحملة الإعلامية لأهدافها من خلال الاتصال الشخصي؟

المصطلحات الإجرائية:

الاتصال الشخصي:

يعني هذا النوع من الاتصال أن يلتقي شخص بشخص آخر أو أكثر،وجهاً لوجه، فيتبادلا

الرموز مستفيدين من الحواس الخمس(التي تقوم بدور القناة) ، كما يحدث هذا النوع من الاتصال

بشكل مستمر ،حين يشترك الإنسان في حوار، أو يجري مقابلة مع غيره أو يتلقى تعليمات

(الموسى، 1986، ص48).

الحملة الاعلامية:

كما يراها (دينيس ماكويل) فهي تسخر عادة من أجل تطوير سلوكيات معينة لدى الجماهير وتتميز هذه السلوكيات بكونها ذات طبيعة مؤسسية معينة أي أنها تتسجم مع النظم والمعايير والقيم الاجتماعية السائدة وغالباً ما يكون الهدف تعديل أو تعزيز توجهات جماهيرية نحو أهداف مقبولة اجتماعية (ماكويل، 1992، ص 159)

مدارس وكالة غوث الأردن ،تاريخها ، وتأسيسها:

في أعقاب الحرب العربية الإسرائيلية لعام 1948 كان تقديم المساعدات الطارئة للاجئين الفلسطينيين يتم من خلال منظمات دولية مثل اللجنة الدولية للصليب الأحمر و جمعيات دولية أخرى و منظمات غير حكومية . وفي تشرين الثاني نوفمبر 1948 أسست الأمم المتحدة منظمة تسمى (هيئة الأمم المتحدة لإغاثة اللاجئين الفلسطينيين). و ذلك لتقديم المعونة -للاجئين- الفلسطينيين وتنسيق الخدمات التي تقدمها لهم المنظمات غير الحكومية و بعض منظمات الأمم المتحدة مثل اليونيسيف، منظمة الصحة العالمية، منظمة الأغذية و الزراعة الدولية والمنظمة العالمية للاجئين . وفي 8 كانون أول ديسمبر 1949 و بموجب قرار الجمعية العامة رقم 302 تأسست وكالة الأمم المتحدة لإغاثة و تشغيل اللاجئين الفلسطينيين في الشرق الأدنى (الأونروا) لتعمل كوكالة مخصصة و مؤقتة . أما الخدمات التي تطبقها الأونروا فهي :التعليم ،الصحة، الإغاثة، الخدمات الاجتماعية، برنامج القروض البسيطة لمناطق عملياتها في الأردن، سوريا، لبنان، غزة، الضفة الغربية. ولطالما أن هذا البحث في صدد الحديث عن مدارس الأونروا في الأردن فسيفتصر على التعليم الذي هو يستأثر بنصيب الأسد من بين أنشطة الأونروا فهي تضم

172 مدرسة في الأردن تضمن لهم التعليم الأساسي من الصف الأول الى العاشر. كما تعمل الوكالة على تدريب المعلمين أثناء الخدمة وقبل الخدمة وأساسي إثرائي وقصيرة الأجل و طويلة الأجل (www.Unurwa.org) .

وللمزيد من المعلومات عن مدارس وكالة غوث الأردن ير جى زيارة الموقع أعلاه.

منظمة اليونيسيف:

منظمة اليونيسيف هي اختصار لـ (United Nations Children's Emergency Fund) أو صندوق الأمم المتحدة للطفولة تأسس في كانون الأول / ديسمبر 1946 بفضل تصويت بالإجماع في الدورة للجمعية العامة للأمم المتحدة، وتقرر وقتئذ أن يقدم صندوق الأمم المتحدة الدولي لرعاية الطفولة، كما كان يعرف آنذاك بتقديم إغاثة قصيرة الأجل للأطفال في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية في أوروبا وكانت اليونيسيف كما هي الآن تمول بالكامل من التبرعات وعندما لبيت حاجات الأطفال في أوروبا فور انتهاء الحرب استمرت اليونيسيف في عملها بعد الحرب بوصفها منظمة تابعة للأمم المتحدة. واليونيسيف هي الوكالة الحكومية الوحيدة المكرمة للأطفال على وجه الحصر والمفوضة من قبل حكومات العالم لتعزيز وحماية حقوق الأطفال ورفاهيتهم، وتشترك منظمات المجتمع المدني بما فيها الشركاء من المنظمات الدولية غير الحكومية بشكل كبير في اليونيسيف في 158 دولة تمارس فيها اليونيسيف نشاطاتها (www.wikipedia).

مجموعة المناصرة:

مجموعة تربوية تتشكل من مدير المدرسة والمرشد التربوي واثنين من المعلمين الذين يستخدمون أساليب في توجيه وتعديل سلوك الطلبة و اثنين من الطلبة ممثلين مجلس الطلبة و اثنين من أهالي الطلبة من مجلس أولياء الأمور والمعلمين . لتعريف المعلمين بأنشطة الحملة "معاً.....نحو بيئة مدرسية آمنة" و الأسلوب الجديد في توجيه وتعديل سلوك الطلبة من خلال

جلسات الحوار الشهرية. (www.Unicef.org/jordan)

العنف المدرسي:

يعرف (أبو عليا) العنف المدرسي على أنه: من جملة الممارسات (الايذائية) البدنية أو النفسية التي تقع على الطلبة من قبل معلمهم أو من بعضهم في المدرسة(أبو عليا، 2001 ص107) .

الطفولة (حسب تعريف اليونسيف):

عرفت الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل أن الطفل هو كل إنسان لم يتجاوز الثامنة عشرة ما لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المتفق عليه . وتتمثل مهمة اليونسيف في الاعتراف بحقوق الأطفال، وتوسيع الفرص المتاحة لهم لبلوغ الحد الأقصى من طاقاتهم وقدراتهم ضمن نصوص ومبادئ اتفاقية حقوق الطفل ، تلك الحقوق التي تستند بالأصل إلى أنظمة قانونية وتقاليد ثقافية متنوعة تشكل مجموعة من المعايير والالتزامات المتفق عليها عالمياً وغير الخاضعة للتفاوض.

(www.Unicef.org/jordan)

وتعرف الباحثة العنف إجرائيا: القوة اللفظة التي يستخدمها شخص ما للتأثير على شخص آخر وقد تكون هذه القوة جسدية كالضرب المبرح أو لفظية كالكلام النابي مما ينتج عنه أضرار نفسية جسدية جمة.

العقاب:

العقاب الطفيف:

ويتمثل في سحب المزايا مثل: منع مشاهدة التلفزيون، إلغاء الخروج، عدم إعطاء الحلوى، أو منع الخروج للأندية الرياضية.

العقاب المتوسط:

ويشمل منع الحركة أو الوقوف في زاوية محددة، أو خارج المنزل كما يتضمن زيادة الواجبات المرهقة.

الإساءة الانفعالية: قد تكون (لفظية) أو غير (لفظية)

الإساءة اللفظية:

وتتمثل مؤشراتها في التوبيخ، أو الإلحاح أو التعبير عن عدم الرضا واستخدام الإهانة والتحقير.

الإساءة غير اللفظية:

وتتمثل مؤشراتها في عدم التحدث إلى الطفل و تجنب الاتصال أو التواصل معه، بالإضافة إلى عدم توفير الاحتياجات الأساسية، مثل الطعام، أو الصف، أو إخراجه من المدرسة.

الإستغلال المادي:

وتتمثل مؤشراتها في إجبار الطفلة على الزواج للاستقلال المادي، أو عمل شيء مغل بالعرف لكنه مربح اقتصاديا، أو دفعه للعمل لأسباب تغطية مصروفه .

الإساءة البدنية: وقد تكون (طفيفة) أو (متوسطة) أو (شديدة)

الإساءة البدنية الطفيفة: وتتمثل مؤشراتها في الصفع، أو القرص..... إلخ أو ثورات مفاجئة.

الإساءة البدنية المتوسطة: تتمثل مؤشراتها في الضرب و تكون مركزة على إيذاء الطفل.

الإساءة البدنية الشديدة: تتمثل مؤشراتها في استعمال ،العصا، أو القضبان، أو اللدغ بالماء

الحر، أو التعذيب مثل (استنشاق مادة حارة) .

الإساءة الجنسية: وقد تكون (طفيفة) أو (متوسطة) أو (شديدة).

الإساءة الجنسية الطفيفة: وتشمل التعليقات الفاحشة و النكات البذيئة ،ومشاهدة أفلام هابطة

بوجود الأطفال.

الإساءة الجنسية المتوسطة: تتمثل في التحرش و التلميحات المخلة بالأداب .

الإساءة الجنسية الشديدة: تشمل الاغتصاب الذي يتسبب في الإيذاء الجسدي والضرر بالطفل .

(اليونيسيف، العنف ضد الأطفال في الأردن، 2007)

حدود الدراسة:

الحدود الزمانية : تجري الدراسة على منظمة اليونيسيف فرع الأردن خلال عام 2010

الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على مدارس وكالة غوث اللاجئين الفلسطينيين في منطقة شمال

عمان.

محددات الدراسة:

إن محددات الدراسة تتمثل في أن نتائج هذه الدراسة ربما تكون غير قابلة للتطبيق على

مجتمعات أخرى غير الأردن لتعلق الدراسة بالبيئة الاجتماعية والموروث الثقافي في الأردن ،

وقد واجهت الباحثة صعوبات أخرى تعلقت بعدم إمكانية الوصول إلى بعض المعلومات وربما
صعوبة استجابة المبحوثين لهذه الدراسة . (www.UNICEF.Org)

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الإطار النظري

تعريف الحملات الاعلامية

أهداف الحملات الاعلامية

الحاجة إلى الحملات الاعلامية

أهمية التخطيط من أجل حملة إعلامية تنموية

أسباب ظهور الحملات الاعلامية وأسباب نجاحها و عوامل إخفاقها

مفهوم الاتصال الشخصي و أهميته وعناصره

الاتصال الشخصي في التنمية الاجتماعية

الدراسات السابقة .

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

مقدمه:

إن التغيير الذي حدث في العالم من انفجار معرفي وتغيير اقتصادي وثقافة جديدة تجلت واضحة في (تكنولوجيا المعلومات) حتم على المؤسسات التعليمية أن تعيد النظر في كل شيء من أسس اختيار المناهج، إلى المحتوى الدراسي ، إلى أساليب التعامل مع المعرفة من حيث طرق التدريس، إلى أساليب تعامل التلاميذ والمعلمين معها . وأخذ مفهوم البيئة الآمنة صدى واسعاً في أديبات المختصين فالبيئة الآمنة بحسب قطامي هي "تلك البيئة التي تمكن الطلبة من أن يستشعروا الأمن، والديمقراطية، والحب، والدفء ليحدث التعلم" (قطامي، 2007، ص3).

ودعا الاهتمام الواسع بالبيئة المدرسية الآمنة إلى النظر في ما يكمن وراء جدران تلك المدارس، للنظر في قضايا كثيرة من أهمها العنف المدرسي لوضع رؤى مستقبلية تتطوع لخلق بيئة مدرسية آمنة تتسم بالأمن ليشعر الطالب أنه بمكان خصب للتعلم، وليس بجوليء بهدم الدافعية، وبخفض العزيمة. ومن أجل ذلك صممت منظمة اليونيسف بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم بالأردن، حملة معاً..نحويئة مدرسية آمنة.

فانطلق مشروع المدرسة الآمنة والجاذبة في وكالة الغوث الدولية منذ عام (2006) في الأردن ولا يزال مستمراً حتى الآن (2011) وتحددت المسوغات لتبني هذا المشروع بوجود عنف يمارس ضد الأطفال في بعض مدارس وكالة غوث الأردن ، وتناولت إحدى الدراسات التي أجرتها وكالة غوث الأردن للأجئيين الفلسطينيين ظاهرة العنف بالمدارس وتم الحصول على

النتائج من خلال زيارة (35) مدرسة من مدارس وكالة الغوث الدولية ومقابلة (1973) فرداً من المجتمع الفلسطيني منهم الآباء والمعلمون والطلبة، أوضحت النتائج بشكل واضح وجود عنف في المدارس، لذلك وضعت وكالة الغوث ضمن خطتها الاستراتيجية ضرورة إيجاد المدرسة الآمنة من خلال تنفيذ حملة مخططة ضمنت تدريب جميع العاملين التربويين في وكالة الغوث على موضوعات ذات علاقة بإيجاد المدرسة الآمنة (عياش، 2009، ص32).

وتعتبر تجربة وكالة الغوث الدولية في إيجاد البيئة المدرسية والجاذبة تجربة متميزة في الشرق الأوسط وذلك لأنها انطلقت من رسالة وكالة الغوث وهدفها الأساسي هو تحسين كفايات الطفل الفلسطيني ومساعدته على مواجهة تحديات العصر وتمكينه من العيش في المجتمع الإنساني والمشاركة الفاعلة في تقدم مجتمعه.

وأدخلت مدارس وكالة الغوث برنامج حقوق الانسان والطفل إلى برامجها الأساسية منذ عام (2001) حيث تنبها إلى ضرورة تفعيل حقوق الطفل، التي تعتبر ميثاقاً دولياً لحماية الأطفال في كل بقاع الأرض بلا استثناء والتي اعتمدت بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة المؤرخ في 20-10-1989 واعتبرت نافذة للتطبيق منذ أيلول 1990.

وتشارك وكالة الغوث بصفتها واحدة من منظمات الأمم المتحدة الدول التي وقعت على هذه الاتفاقية ضرورة الاعتراف بالكرامة المتأصلة لجميع أفراد الأسرة وبحقوقهم المتساوية وغير القابلة للتصرف، ومن الجدير بالذكر أن الأردن قد شارك دول العالم بالتوقيع على هذه الاتفاقية وإقرارها.

ومن هنا نجد أن برنامج حقوق الإنسان الذي أدخلته وكالة الغوث الدولية ليكون واحداً من البرامج المساندة الذي يشرف عليه مركز التطوير التربوي (نقلاً عن عياش، 2009، ص29) .

حملة (معا...نحو بيئة مدرسية آمنة) :

حملة (معا...نحو بيئة مدرسية آمنة) هي حملة وطنية للحد من العنف من قبل المعلمين ضد الأطفال، وهي مصممة لتصل إلى جميع المدارس الحكومية ووكالة الغوث في الأردن، وبدأت الحملة مع المعلمين ومديري المدارس تحت رعاية جلالة الملكة رانيا العبدالله. وجوهر الحملة هو إنشاء مجموعة من المدافعين عن تخفيض العنف ضد الأطفال في المدارس على مستوى المدرسة الذي سيتم تعزيز الانضباط بطريقة جديدة مع جميع المعلمين ومديري المدارس. وترتكز الحملة على ثلاثة محاور رئيسية في الاتصال الشخصي هي: النشاطات المدرسية لتتشر الأساليب التربوية الإيجابية بين المعلمين في توجيه وتعديل السلوك، وتنظيم لقاءات مجتمعية واحتفالات لتشجيع خفض حالات العنف في المدارس، وحملة إعلامية موسعة.

كما تركز الحملة على الحد من العنف في المدارس من قبل المعلمين ضد الطلبة كإجراء تدريبي والاستعاضة عن ذلك بأسلوب إيجابي في تعديل السلوك و توجيهه للطلبة وتبني معلمي المدارس الحكومية والوكالة الإجراءات البديلة في تعديل السلوك .

أما عن عناصر الأسلوب البديل في تعديل السلوك، فإنه يتمثل بتوجيهه في مجموعة من الخطوات يتبعها المعلم أو المعلمة عند قيام أحد الطلبة بسلوك غير مرغوب فيه، بحيث يسحب المعلم من جيبه بطاقة صفراء مكتوب عليها :

لنتوقف لنسأل لنحاور..... لتتخذ إجراء

ويبرزها أمام الطالب الذي صدر عنه الموقف غير المرغوب فيه إشعاراً للطلاب بأنه ارتكب عملاً يستحق عليه التوجيه والتعديل ، على أن يتخذ المعلم أو المعلمة إجراءً غير عنيف مع

الطالب أو الطالبة بحيث لا يكون نفسياً ولا جسدياً لتنفيذ الحل المتفق عليه.

(www.unicef.org)

وحتى تتعمق هذه الأساليب في المجتمع أصبح من ضمن خطة مدارس الوكالة واستراتيجيتها تدريب جميع المعلمين والطلبة وأولياء الأمور على بنود الحملة، فتضمنت هذه الحملة عقد مؤتمر تربوي بعنوان نحو بيئة مدرسية آمنة وجاذبة بتاريخ 22-3-2007 وتضمن العمل أوراق عمل حول المدرسة الآمنة، والعنف بأشكاله، والعقاب البدني وابداله، وأساليب تعديل السلوك. وخرج المؤتمر بمجموعة من معايير المدرسة الآمنة (عياش، 2009، ص33).

1. وجود رؤية خاصة بأن المدرسة تتضمن مفاهيم المدرسة الآمنة.

2. تدعيم الأجواء الديمقراطية في المدارس.

3. تنمية شخصيات الطلبة.

4. تنمية تفكير الطلبة.

5. تعميق التواصل في المدرسة.

6. تحسين البيئة المادية للمدارس.

7. تحسين الشروط الصحية.

8. تحسين شروط الأمن والسلامة.

الهدف من الحملة الوطنية:

تهدف الحملة الوطنية (معاً....نحو بيئة مدرسية آمنة) و كما مر آنفاً، إلى الحد من ممارسة المعلمين للعنف ضد الطلبة كإجراء تأديبي، والاستعاضة عن ذلك بأسلوب جديد في تعديل وتوجيه سلوك الطلبة. وذلك تنفيذاً لتوجيهات القيادة الهاشمية الحكيمة والتزاماً من الأردن

بالاتفاقيات الدولية التي أقرتها المملكة، والدستور الأردني، وتعاليم الدين الحنيف السمحة الخاصة بحقوق الأطفال . وتهدف الخطة إلى تبني معلمي المدارس في المملكة البالغ عددهم (68) ألف معلم ومعلمة في المدارس الحكومية والخاصة ومدارس وكالة الغوث، وتوجيههم لاستخدام الإجراءات الجديدة في توجيه وتعديل سلوك الطلبة، بحيث تنخفض نسبة حالة العنف بنحو 40% في نهاية السنة الأولى من تطبيق الخطة وبنحو 90% في نهاية السنة الثالثة 2012 (اللجنة المشرفة، 2009، ص140).

9. زيادة الاهتمام بالأنشطة اللاصفية.

ما إنجازات الحملة:

1. توجيه رسائل للمعلمين والمعلمات والطلبة لتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم.
2. تطبيق الدراسة القبليّة لقياس أنواع العنف.
3. إعداد الدليل التدريبي لإيجاد بيئة مدرسية آمنة خالية من العنف، وعقد الورش التدريبية للمعنيين.
4. حفل إطلاق الحملة برعاية جلالة الملكة رانيا العبد الله المعظمة، الرئيس الفخري للتحالف الوطني.
5. تشكيل مجموعات المناصرة في المدارس بهدف الإشراف على تنفيذ أنشطة الحملة ومتابعتها.
6. تطوير وتطبيق استبانة المسح الشهري للتعرف على حالات العنف في المدارس ونسبها.
7. إنتاج فيلم وثائقي حول العنف ضد الأطفال ونصوص روائية للإعلانات التلفزيونية والإذاعية.

8. قياس فعالية الحملة عن طريق الزيارات الميدانية للمدارس ومتابعة سير الأنشطة

وتقييمها . (www.moe.gov.jo)

دوافع الحملة:

نشطت الكثير من المؤسسات الدولية والوطنية لدراسة أوضاع الأطفال في الأردن واقتراح الوسائل التي تضمن حمايتهم من العنف، ومن هذه المؤسسات وزارة التربية والتعليم ومنظمة الأمم المتحدة للطفولة (اليونيسيف)، ووزارة التنمية الاجتماعية والمركز الوطني لحقوق الإنسان وقد كان الأردن من أوائل الدول في الشرق الأوسط التي أقرت أكبر عدد من المعاهدات العالمية لحقوق الإنسان، وقد وقع الأردن على اتفاقية حقوق الطفل عام 1990 وأقرها بمرسوم ملكي عام 1991، وصدر قانون اتفاقية حقوق الطفل وتم نشره في الجريدة الرسمية بتاريخ 16-10-2006 (اللجنة المشرفة، 2009، ص139).

وتنص المادة التاسعة عشرة من اتفاقية حقوق الطفل على أن "تتخذ جميع الدول الأطراف جميع التدابير التشريعية والإدارية والاجتماعية والتعليمية الملائمة لحماية الطفل من كافة أشكال العنف أو الضرر أو الإساءة البدنية أو العقلية والإهمال أو المعاملة المنطوية على إهمال، وإساءة المعاملة والاستغلال. كما تنص المادة 29 من هذه الاتفاقية على أن "تسعى لأن يكون التعليم موجهًا للتنمية الشخصية للطفل ومواهبه وإعداده لممارسة حياة نشطة ومنتجة في المستقبل". كما أن دافع الحملة تتبع من تعاليم ديننا الحنيف التي تحت على الرفق بالصغار. فقد روى عن النبي عليه الصلاة والسلام " من لم يرحم صغيرنا ويعرف حق كبيرنا فليس منا" كما قال "إن الرفق لا يكون في شيء إلا زانه ولا ينزع من شيء إلا شانه". وقد نصت تعليمات الانضباط الطلابي في

المدارس الحكومية والخاصة وتعديلاتها رقم(1) لسنة 2007 على أنه ينبغي للمدرسة عدم اللجوء إلى العقاب البدني والنفسي والعاطفي بأي صورة من الصور. وعدم اللجوء إلى العقاب الجماعي لمخالفة ارتكبتها أحد الطلبة (المصدر نفسه).

الأنشطة المستقبلية:

1. تأسيس التحالفات الوطنية في المحافظات، وعقد اجتماعات مع الحكام الإداريين فيها.
 2. تكثيف الحملة الإعلامية للترويج للحملة من خلال كتابة المقالات ونشر الأخبار الصحفية وبت البرامج الحوارية والإذاعية والتلفزيونية، وعقد المؤتمرات الصحفية وإنشاء الموقع الإلكتروني.
 3. عقد الاجتماعات مع أعضاء المجتمع المحلي بالتعاون مع مجموعات المناصرة ومجالس الأهالي والمعلمين لمزيد من التوعية والدعم.
 4. عقد مؤتمرات إقليمية للوعاظ وتطوير الخطب الدينية لدعم مفاهيم الحملة.
 5. تنظيم حفل تعهد وطني على مستوى المحافظات، وحفل للجوائز السنوية وتكريم المدارس التي أحرزت تقدماً في خفض نسب العنف فيها، وروجت للأساليب الإيجابية في تعديل سلوك الطلبة
 6. الاستمرار في الأنشطة التي بدورها ستساهم في التعريف بالحملة والترويج لها
- (www.moe.gov.jo) .

وسائل الإعلام المستخدمة للحملة:

تتوعد وسائل الاتصال في حملة اليونيسيف باستخدام وسائل متعدده من وسائل الاتصال ومنها الاتصال الشخصي الذي كان يتم من خلال النشاطات المدرسيه اللاصفية واللقاءات والاجتماعات والاحتفالات واللقاءات الفردية والثنائية إضافة إلى جلسات الحوار التي كانت تعقد شهرياً من منسقي الحملة , واستخدام وسائل إعلام تقليدية مثل الإذاعة والتلفزيون والملصقات والبوسترات والاعلانات وكان لكل منها الأثر في الحملة الوطنية بحسب نوع الوسيلة المتاحة ولكن كان للاتصال الشخصي الدور الكبير في المدارس كما أن وسيلة الاتصال الشخصي كان من أكثر الوسائل ملاءمة للدراسة من قبل الباحثة لاستطاعتها بالإلمام الكامل بالمحتوى حيث استطاعت الإلمام ببؤود الاتصال الشخصي من المدارس المشار إليها بالدراسة.

الحملات الإعلامية

تعريف الحملات الإعلامية:

لطالما كانت الحملات الإعلامية أحد أشكال الاتصال التي تهدف للارتقاء بمستوى الأفراد من خلال تعزيز السلوكيات القويمة لتجعل من المواطن العادي مشاركاً فعالاً في صناعة أو تغيير القرار، ولأنها من النشاطات الاتصالية المهمة، مما دعا الكثير من الباحثين والمهتمين بشؤون الاتصال إلى تقديم تعريفات وتحديد مفاهيم مختلفة لها منطلقاً من اهتماماتهم وطبيعة اختصاصهم والوظائف التي تؤديها الحملة والأهداف المراد تحقيقها من جراء تنظيمها.

ويلاحظ أنه لدى تناول تعريف الحملات الإعلامية لدى عدد من الباحثين أنهم يتفقون في جانب ويختلفون في جانب آخر، فتعريف (غوران هديرو) يتفق مع تعريف الدكتور كرم شلبي للحملات الإعلامية بأنها جهود مكثفة ولفترة معينة، ولموضوع معين، حيث عرفها (هديرو) على أنها "النشاط المكثف، الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل " (نقلاً عن ذهبية، 2009، ص15).

أما كرم شلبي فعرفها " جهود مكثفة ومستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر، وبكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة متابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما ويمكن أن تكون الحملة مع شيء أو ضد شيء آخر " (نقلاً عن ذهبية، 2009، ص15).

إلا أن كلا التعريفين لم يتطرقا للقائمين بالحملة أو الجمهور الموجه إليه إضافة إلى أهداف الحملة الإعلامية.

وهناك من عرف الحملة الإعلامية على أنها "عبارة عن خطة مكتوبة، وشاملة وقصيرة الأمد تحتوي على سلسلة من الوسائل الاتصالية المتصلة والمتراطة التي تظهر في وسائل الاتصال أو الإعلام في فترة زمنية محددة قد تمتد إلى سنة أو أقل من ذلك" (أبو عرقوب، 1993، ص 215).

أما دينيس ماكويل فيرى أن الحملات الإعلامية تسخر عادة من أجل تطوير سلوكيات معينة لدى الجماهير وتتميز هذه السلوكيات بكونها ذات طبيعة مؤسسية معينة أي أنها تنسجم مع النظم و المعايير والقيم الاجتماعية السائدة وغالباً ما يكون الهدف تعديل أو تعزيز توجهات جماهيرية نحو أهداف مقبولة اجتماعية (ماكويل، 1992، ص 159).

ويعلق أحد الباحثين على مفهوم ماكويل بأنه ينظر للحملة على أنها دائماً مؤشر لتحقيق أهداف اجتماعية مقبولة، مما يتناقض مع أدبيات الحملات الإعلامية لأنها تقوم أحياناً على الحملات الدعائية السياسية التي تعتمد إلى التضليل والخداع لتحقيق أهداف مغرضة (ذهبية، 2009، ص 13).

و أشار كل من (كنلر) و(التمان) (1970) إلى أن الحملة الإعلامية بمفهوم التسويق ولكن للقضايا الاجتماعية حيث يريان أن الحملة الإعلامية هي: "محاولة جادة لتطبيق المفاهيم الأساسية للتسويق ولكنها إلى قضايا اجتماعية واقتصادية وسياسية محددة، بهدف التأثير على السلوك الاجتماعي المراد تعديله، مثل حفز الأفراد للإقلاع عن التدخين، أو التزام الأفراد الهدوء أثناء القيادة أو كما هو بصدد موضوعي وهو تقليل العنف اتجاه الأطفال" (نقلاً عن عبيدات، 2004، ص 32).

ونلاحظ من التعريفات السابقة أن كل باحث من الباحثين عرف الحملات الإعلامية بالطريقة التي تتوافق مع آرائه بالجوانب التي يراها مهمة إلا أن جميعهم أجمع على أنها تغيير في جوانب معينة من السلوك والقناعات للجمهور.

واستناداً للتعريف السابقة فإن الباحثة تقدم التعريف الإجرائي التالي للحملات الإعلامية على أنها: ((عملية اتصالية هادفة، ومقنعة، تهدف إلى إحداث تغيير في السلوك أو المعتقد الإنساني، باستخدام وسائل الإعلام المختلفة التي تتفق مع غرضها من الاتصال، وقد تقوم بالحملة مؤسسة أو مجموعات أو أشخاص لتحقيق أهدافهم، كما تختص كل حملة بموضوع معين، فقد يكون موضوع الحملة تربوي، أو تثقيفي، أو صحي، أو سياسي، أو اجتماعي، أو بيئي أو ما إلى ذلك.))

ولأن الحملات الإعلامية تمثل سلسلة من الرسائل الإقناعية للمستهدفين لمدة من الزمن، أو هي سلسلة هادفة لتحريك المجتمع وتوجيه الرأي العام فيه لاتخاذ موقف بناء اتجاه قضية معينة، فإن لها عدة خصائص تتمحور حولها الحملات الإعلامية لتلبي فعلاً الأهداف المرجوة (موسى و أحمد، 2010، ص234) :

1. تخلق حملات الإعلام حالة (إيجابية أو سلبية) في أذهان المستهدفين حول الأفكار أو غيرها من الموضوعات المطلوب إقناعهم بها.
2. تكون حملات الإعلام مصممة عن قصد وتتطور مع الوقت، فتبدأ بجذب انتباه المستهدفين، ثم تهيئتهم لأداء فعل معين اتجاهها، وبعد ذلك استدعائهم لأداء الفعل.
3. تتولى حملات الإعلام عملية الإقناع بالأفكار، ويسهم المستهدفون في المشاركة في تحقيق أهدافها بطرق فعلية أو رمزية.
4. لها القدرة على التعامل مع كم هائل من المستهدفين بالاقناع تفصل بينهم مسافات شائعة

أهداف الحملات الإعلامية :

تتطلق الحملات الإعلامية للعديد من النشاطات المشروعة وبالتالي فإن الأهداف تختلف بحسب النشاط الذي توجه إليه الحملة، ولكنها تستند إلى أهداف عامة يمكن تلخيصها بشكل عام كما يلي(عبيدات، 2004، ص17):

1. تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم والمطلوب إحداث التعديلات المطلوبة فيها.
2. التأثير على مواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة وبما يخدم السياسات العامة للمؤسسات أو الدولة بأجهزتها المختلفة.
3. إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أهداف سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، وحول قضايا مهمة كقضايا البيئة والتسول والبطالة وغيرها وباستخدام استراتيجيات وتكتيكات مقبولة من قبلهم.
4. تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة بما يحقق وفورات مادية وتحاليل عن حجم الخسائر في أنماط سلوكية شرائية واستهلاكية محددة خاصة في أوقات الأزمات أو الكساد الاقتصادي وخاصة في مجال استخدام الهاتف الخليوي أو المياه والكهرباء وغيرها.

وفي حقيقة الأمر فإن الأهداف المنوي تحقيقها من قبل الحملات الإعلامية يجب أن تتميز بالدقة حتى تكون أكثر فعاية للجمهور وتعتبر الحملات الإعلامية التي تعمل على إثراء المعلومات والمعارف للأفراد أسهل من تلك التي تعمل على تغيير في السلوك .

يضيف (دعديس) أنه حين تعين المقاصد والأهداف، يجب مراعاة النقاط الهامة التالية : (جامعة اليرموك، 1990، ص24)

1- لما كان من المألوف تضارب مصالح الجمهور المستهدف، لذلك يجب مراعاة أن أي هدف يرجى بلوغه، ينبغي أن يكون وسطاً بين هذه المصالح المتضاربة. أما إلى أي حد ينبغي التوسط بين المصالح المتضاربة، فذلك يتوقف على الظروف التي تفرضها كل حالة على حدة.

2- يجب الأخذ بعين الاعتبار أن القائمين على الحملة يتعاملون مع بشر يجري عليهم ما يجري على الآخرين من البشر، من حيث اختلاف الأمزجة، والمعاندة، والتعامل، وعدم الانصياع إلى العقل أحياناً، والتقلب، والقصور الذاتي، وغيرها. فإن وضع الأهداف يتطلب الأخذ بعين الاعتبار كل هذه الأمور.

3- يفترض كذلك، عند وضع الأهداف، أن ترسم في ضوء الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية العريضة السائدة بين أفراد الجمهور المستهدف، وما تعززه من قيم ومعتقدات وعادات وتقاليد.

4- يجب وضع الخطة بأسلوب ديمقراطي و شفاف للعاملين المساهمة في المشاركة وبالتالي تنفيذ الأهداف .

الحاجة للحملات الإعلامية:

تظهر الحاجة للحملات الإعلامية بشكل ضروري عند الشروع بتعديل أنماط سلوكية للمؤسسات والأفراد ، خاصة إذا اتسمت أهدافها و برامجها و وسائلها بالواقعية . و أصبحت الحملات الإعلامية تسيطر تقريباً على جميع تفاصيل حياة الأفراد في جميع دول العالم، ولذلك يمكن تسمية

هذا العصر بعصر حملات الإعلام الإقناعية، ويظهر ذلك واضحاً في الدول المتقدمة إذ يتعرض الأفراد فيها يومياً إلى وسط كم هائل ومتنوع من حملات الإعلام التي تستهدف إقناعهم بأفكار وسلوكيات معينة (موسى وأحمد، 2010، ص232) .

ونظراً لأهمية الحملات الإعلامية في ترويج الأفكار و المنتجات وإعادة تشكيل السلوك، فإن الدول المتقدمة أنشأت مراكز ومعاهد متخصصة في تدريب الأفراد على كيفية إعداد وتنفيذ الحملات الإعلامية لتكون على أسس متينة و ذات أطر عالية الأهداف. وتصب هذه الأهداف في المحاولة للتأثير على الأفكار، أو الاتجاهات، لتكوينها أو تعميقها أو تعديلها، أو تغييرها، أو تطويرها، الأمر الذي ينعكس في سلوكيات الأفراد واستجاباتهم، تجاه المواقف المختلفة، المتضمنة في الموقف الاتصالي، على اختلاف أبعاده ومستوياته.

أهمية التخطيط في الحملات الإعلامية

منذ انتهاء الحرب العالمية الثانية عام 1945 و حصول الدول النامية على استقلالها السياسي ، أصبحت هذه الدول سمة العصر و العلامة المميزة له، فراحت تجاهد كي تنفي عن واقعها وصمة التخلف فبدأت تبحث في قضايا التنمية بهدف إيجاد حلول لمشكلاتها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية. و قد اختلفت الدول النامية في أساليب تنمية ذاتها بسبب ظروف و عوامل خاصة بكل دولة ، و لكن جميع الدول كانت متفقة على وجوب أولوية وطنية تكمن في الرغبة بنيل التحرر من التبعية للأجنبي الوعي الحقيقي بحجم مشكلاتها فأدركت أن التنمية الشاملة تستدعي ربط القضايا الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و أن إيجاد حلول لهذه القضايا يجب أن يكون على أساس تخطيط شامل و متكامل يتناول التعليم و العنف..... الخ . ومع ضخامة مشاكل التنمية برز الدور التنموي للحملات الإعلامية التي تتوجه لتعالج قضايا معينة، وهو دور بالغ الأهمية ، نظراً لما لوسائل الاتصال و أجهزة الإعلام من تأثير على الجمهور و صياغة سلوكياتها .

فكان للحملات الإعلامية دور في توعية الجمهور بمشكلاتهم و مدى خطورتها، فإذا كانت وسائل الإعلام قادرة على إحداث تغيير، والتنمية هي عملية التغيير، فإنه بينهما إذن علاقة متينة تبرز لنا دور الحملة الإعلامية كأحد وسائل الاتصال و ما تستخدمه من وسائل شتى بدفع عملية التنمية. فمع الاعتراف الكامل الذي تقوم به الدولة أية دولة بأجهزتها المركزية على المستوى القومي العام في مجال التنمية إلا أنه لا بد من الالتقاء بين أجهزة الدولة الإعلامية و

خطتها و بين الهيئات الأخرى، فبرامج الدولة في مجال التنمية لاتصبح حقيقة حية و واقعاً متحركاً إلا إذا تبنها الناس في مجتمعاتهم المحلية و عملوا على التخطيط الصائب ازاء أي ظاهرة اجتماعية يشهدها المجتمع . وقد أصبحت عبارة (تنمية المجتمع المحلي) من التراث الإنساني المعترف به على المستوى الدولي، و يقصد بها إحداث تغييرات اقتصادية و اجتماعية و ثقافية مقصودة عن طريق الاستفادة من الطاقة و الإمكانيات الموجودة في المجتمع و الاعتماد على الجهود المحلية و التعاون بينها و بين الجهود الحكومية في تنفيذ الخطة و البرنامج المجه لتحسين الأحوال المعيشية للأفراد. و حتى نحدد مفهوم تنمية المجتمع فإن الباحثة تعود الى مفاهيم هيئة الأمم المتحدة التي وضعت تعريفين أحدهما عام 1955 و الآخر عام 1956 وينص التعريف الأول على أن التنمية الاجتماعية: "هي عملية مرسومة لتقديم المجتمع كله اجتماعياً و اقتصادياً و المعتمدة على مبادرة المجتمع المحلي" (أبو اصبع، 1989، ص353) .

و أما التعريف الثاني فكان ينص على أن التنمية الاجتماعية هي :

((تدعيم الجهود ذات الأهمية للمجتمع المحلي بالجهود الحكومية ، و ذلك لتحسين الحالة الاقتصادية و الاجتماعية و الحضارية لهذا المجتمع ، و تكامل هذه المجتمعات و الشعوب وتمكنها من الإسهاب الفعال في التقدم القومي)) (أبو اصبع، 1989، ص353).

كما أن هناك تعريفات كثيرة لمفهوم (تنمية المجتمع) و لكنها جميعها تقوم على:

1- أن هذا المدخل يعد التطبيق السليم لمبادئ الديمقراطية

2- العدالة الاجتماعية في المجتمع الحديث إذ تقوم على توزيع الخدمات بين الأفراد على

أساس المساواة .

3- التغيير السليم هو الذي ينبعث من المجتمع ذاته و لا يفرض عليه (أبو اصبع ، 1989،

ص353).

و انطلاقاً من أهمية الحملات الإعلامية في تطبيق برامج التنمية الاجتماعية ، فإنه يمكن القول أن المنظمات تحتاج إلى التخطيط الإعلامي باعتباره أداة قياس مهمة في تتبع آثار الحملة وأسباب نجاحها وأسباب فشلها وتأثيراتها السلبية والإيجابية وباعتباره علماً جديداً فقد حاز على اهتمام الإعلاميين واختصاصي الإعلام في مختلف المجالات. فالتخطيط أساساً "عبارة عن مجموعة من المراحل والخطوات التي تتخذ لمواجهة الظروف خلال فترة زمنية مستقبلية، ويبدأ التخطيط _ كنظرة مستقبلية _ بالتفكير ومحاولة التنبؤ بما يمكن أن تكون عليه الظروف المستقبلية مع الأخذ في الاعتبار بالمتغيرات والظواهر التي يمكن أن تلعب دوراً أساسياً في التحكم في الصورة المستقبلية، ودراسة كل الإمكانيات والموارد والجهود التي يمكن استخدامها وكيفية الاستخدام الأمثل لها، ثم تأتي أخيراً مرحلة تحديد الأهداف ورسم السياسات التي يجب اتباعها خلال الفترة الزمنية القادمة التي يوضع لها التخطيط بغية تنفيذ هذه الأهداف ، واتخاذ القرارات، على ضوء التصورات والتنبؤات والموارد المتاحة . والممكنة التي يمكن بمقتضاها مواجهة ظروف المستقبل وتحقيق الأهداف المطلوبة التي أمكن تحديدها" (حسين، 1984، ص369).

ويرى باحث آخر أن التخطيط الإعلامي يتوافق مع النشاطات المختلفة في الحياة و المجالات المتعددة سواء كانت عسكرية أو اجتماعية أو تربوية و التخطيط الإعلامي مجاله الفكر و الاتجاهات و العادات و الرأي العام (المبيضين، 2001، ص20).

وتتظر الباحثة إلى التخطيط على أنه عملية مقصودة تتطوي أساساً على مرحلة من البحث العلمي وتحديد خصائص الجمهور واهتماماته، وتحديد الأهداف وما يناسبها من وسائل الاتصال، وتنسيق البرامج، وذلك لتحقيق الأهداف المرجوة .

فالدور الذي تؤديه الحملة الإعلامية في التنمية الاجتماعية يحتاج إلى خطة قائمة واستراتيجية مدروسة. فإذن لطلما اتفقنا على مفهوم التخطيط حيث أنه استراتيجيات وتنظيمات وتتبع بالمستقبل لتحقيق أهداف مرسومة، أصبح يلزمنا الإيمان واليقين التام بأن التخطيط ضرورة عصرية يجب أن تقوم على (المبيضين، 2001، ص 20-21):

1. وضع البرامج التنفيذية والإستراتيجيات لعملية الاتصال مع الجماهير.
 2. توخي الدقة عند وضع الأهداف على المدى البعيد وأن تكون الخطة ممكنة التحقيق مع أخذ الطوارئ بعين الاعتبار.
 3. الاستناد إلى آراء العلماء والخبراء والمختصين في جميع الميادين ويقوم الإعلامي بتنفيذ كل ذلك لأن مهمته إيصال المعلومات من القيادات إلى الجماهير.
- إن العلاقة بين التخطيط والتنمية علاقة تبادلية فالتخطيط يجب أن يخلق للمستهدف الحاجة للتنمية ويتم ذلك عن طريق المراحل الآتية (الدليمي، 1998، ص 53):

1. مرحلة إثارة الانتباه وخلق الوعي بضرورة النمو والارتقاء والانفتاح على المستجدات الفكرية والمادية بخصائصها وأهدافها وهذه مهمة الاتصال لجماهيري.
2. المساهمة في تغيير الأفكار والاتجاهات وهنا يجري الاتصال الشخصي بتكامله مع الجماهيري للحصول على أفضل النتائج.
3. خلق التآلف والانسجام بين الموروث المحلي والمستحدث العصري وذلك بالتدريب والتعليم.

4. تهيئة المناخ الفكري والقيمي اللازم للتغيير النمائي.

فالتخطيط لايقوم بشكل عشوائي لأنه إذا قام بشكل غير مدروس فإنه يفقد أحد مهامه التي هي توضيح الرؤية المستقبلية ولذلك فإن التخطيط يقوم على عدة مراحل كما سيتم شرحها .

كما أن التخطيط للإعلام التنموي يعتمد على أسس و أطر واسعة وعريضة لتخطيط أو برمجة أنشطة الاتصال المختلفة، لغرض إنجاز أو المساهمة في التنمية الاجتماعية و الفردية ضمن إطار عملية التنمية و يعتمد التخطيط التنموي على تصميم خطط لدعم الحملات الإعلامية في نطاق كل قطاع على حدة أو مجتمعة بالتتابع ، كالصحة و التعليمالخ. وتستخدم الحكومات الإعلام التنموي لغرض تنمية الشعور بالهوية القومية و إعلام الناس بأهداف التنمية و برامجها و لهذا يتجه تخطيط الإعلام التنموي نحو استخدام مصادر الاتصال من ناحية و أهداف الإقناع من ناحية أخرى (الدليمي، 1998، ص53):

ويتضح لنا أن التخطيط هو تعبئة الطاقات البشرية و القوى المادية و المعنوية لتحقيق أهداف اقتصادية و ثقافية و اجتماعية في إطار يرضاه المجتمع كاملاً، و قد تكون هناك خطة طويلة الأجل و المدى تسعى لتحقيق هدف معين أو خطة تفصيلية إقليمية تهدف لتوزيع المشاريع على الأقاليم ، لذلك فإن التخطيط الإعلامي و الإعلام التنموي ضرورة حتمية وعصرية للكثير من البلدان.وعلىنا أن لا نغفل عن أهمية التخطيط في ظل التحديات و الظروف الاجتماعية التي تحيط بالوطن العربي و الحبات التي تواجهنا من كل حدب و صوب فعلى الإعلام الموجه لتنمية المجتمعات أن يأخذ هذه الظواهر الاجتماعية بعين الجدية و يخطط تخطيطاً سليماً ليدعم الثقافة العربية المستقلة و يوحد الهوية و يقلل من انتشار الأجهزة الضارة بوحدة الوطن العربي و نمائه .

ولكي يكون التخطيط واقعياً وسليماً ويحقق أهدافه يجب أن يأتي ضمن مراحل محددة و مرتبة أولوياته مما يستدعيني أن أضع بين طيات هذا المبحث مراحل التخطيط من أجل حملة إعلامية تنموية.

مراحل تخطيط الحملة الاعلامية :

1. تحديد المشكلة و جمع المعلومات والبيانات و الإحصاءات:

بحيث يبدأ تحديد المشكلة بجمع المعلومات عن الوضع المحيط بالمشكلة، وتمثل هذه الخطوة المدخل العلمي في التخطيط، ويتم جمع المعلومات من مصادر مختلفة لأن توشي المعلومات المطلوبة سيسهم في وضع الخطة و صياغتها على نحو محكم مع ملاحظة تحديد طبيعة المعلومات المطلوبة ومعرفة مصادرها المختلفة كالمعرفة الشخصية أو المصادر الأولية و معرفة أساليب جمعها حتى يتم تحليلها و تحديد العلاقات بينها و جدولتها و تفسيرها بدقة ، الأمر الذي يساعد المخطط في كشف العلاقة بين المعلومات التي تتعلق بمجال التخطيط الإعلامي في المؤسسة المعنية و بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية و القانونية التي تحكم العمل في البلد وتبين حدود عملها و الأنظمة المتصلة بها .

(الدليمي، 2010، ص54)

فيعتبر تحديد المشكلة و جمع المعلومات أولى خطوات معالجة المشكلة لأن التنمية الاجتماعية لا تتحقق بالشكل المطلوب إلا إذا وضع يده القائم بالاتصال على المشكلة الحقيقية في المجتمع لأن باقي الخطوات مترتبة على أساس ماهية المشكلة .

2. تحليل الجمهور المستهدف:

الجمهور كلمة تطلق على مجموعة من الأفراد تجمعهم خصائص معينة أو رغبات مشتركة. والقائم بالاتصال يجب أن يحدد جمهوره ويحلل خصائصه فهذا الجمهور هو المستهدف لذا فعليه دراسته من عدة جوانب . والتعرف على الجمهور المستهدف لا يقتصر على طبيعة له دون

غيرها فيجب الإلمام بخصائصهم النفسية والاجتماعية، والديموغرافية (أبو عرقوب، 1993، ص215).

والجمهور هو محور اهتمام المخطط الإعلامي الذي يتعامل مع الجمهور من خلال النقاط الآتية (الدليمي، 1998، ص115):

1- إن العلاقة بين الإعلام و الجمهور علاقة أحادية تعتمد على ما يسمى بالمثير و الاستجابة و بالتالي فإنها علاقة بسيطة لا تأخذ بعين الاعتبار جدياً العوامل الأخرى التي من الممكن أن تؤثر على موقف الجمهور من جهة و فهم المخطط للجمهور من جهة أخرى .

2- يأخذ بعين الاعتبار التداخلات المعقدة التي تكثف العملية (الاتصالية) الإعلامية و خاصة فيما يتعلق بموقف الجمهور من الرسالة الإعلامية ، كيف يفهمها ، وكيف يتعامل معها، و ما ردود الفعل التي يفرزها الجمهور اتجاه المضامين التي تقدم له.

ونجد أن دراسة الجمهور و أنواع الجمهور من الدراسات التي لقيت عناية من قبل ذوي الاختصاص و ذلك يرجع إلى جملة متغيرات كثيرة كالعمر ، و الجنس ، و الوضع المادي ، و الوضع المادي ، و الوضع الاجتماعي ، و العرقي . لأن نجاح أي عملية اتصالية يرتبط أساساً بمدى معرفتنا لنوعية الجمهور و خصائصه سواء الديمغرافية أو الشخصية .

3- بحث العوامل الاجتماعية وتحديدها:

لأنه من الضروري معرفة العوامل الاجتماعية، والنفسية والديموغرافية للجمهور المستهدف لمعرفة مدى إدراكه للمشكلة، ولموضوع الحملة، وضرورتها، وأهميتها، والفائدة من حلها. وللوقوف على العوامل الاجتماعية التي يجب إجراء البحوث المستمرة لمعرفة مايلي:

- اتجاهات الجمهور المستهدف "مؤيد . أو موافق . محايد . معارض . لا رأي له . غير موافق" .
- معلومات الجمهور المستهدف .
- مشاعر الجمهور المستهدف " يحب . يكره " .
- الأعراف الاجتماعية المرتبطة بموضوع الحملة .
- القيم الاجتماعية المرتبطة بالسلوك .
- إمكانية تغيير السلوك الخاطئ .
- اتفاق الجمهور والقائم بالاتصال من حيث إدراكهم للمشكلة (ابوعرقوب، 1993، ص215).

فلأن التخطيط يستهدف التنمية فيجب أن يقوم على دراسة المجتمع لأن التنمية الاجتماعية بالأساس تستهدف المجتمع وتغيير الخصائص الاجتماعية للبلدان النامية، وإزالة المعوقات المترابطة عبر السنين لتحل محلها علاقات جديدة تفي باحتياجات الأفراد وتلبي رغباتهم، وعلى القائم بالاتصال الاستمرار بعملية التغيير المقصود لتحقيق عملية التنمية بالتعرف على الموارد المادية و المعنوية للمجتمع و التعرف على الجماعات المتجانسة و غير المتجانسة و أن يتصل بالشخصيات القيادية في المجتمع و يتعرف على أنماط الاتصال بين أفراد المجتمع أيضاً.

4- تحديد العقبات الدينية والسياسية والاجتماعية والأخلاقية والقانونية:

قبل البدء بالحملة يجب أن تحدد العقبات التي قد تؤثر على إنتاج الرسالة الاتصالية وتوزيعها تطبيق الحملة الإعلامية. فحراس البوابة الذين يتحكمون في توزيع الرسائل الاتصالية مثل

رؤساء التحرير للصحف والمجلات ، والمخرجين ، ومديري الإذاعات والتلفزيونات، فإذا لم يقتنع هؤلاء بأهمية الرسالة الاتصالية وفائدتها، فإنهم يوقفون نشرها أو توزيعها، فالعقبات السياسية والقانونية والأخلاقية قد تؤدي إلى تقليل فاعلية الحملة الإعلامية بشكل كبير (المصدر نفسه) .

5- تحديد الأهداف الإعلامية:

على القائمين بالحملة وضع أهداف واقعية وقابلة للتحقيق ومناسبة للفترة الزمنية المحددة كما أن القائم بالاتصال يجب أن لا يغفل عن أهمية الوضوح للأهداف، فقد يكون الهدف تغييراً في السلوك، أو تنمية سلوكيات مرغوبة، أو تعديل خبرات سلبية. وتحديد الأهداف تعد خطوة أساسية في تخطيط برنامج الاتصال الفعال، ويؤدي تحديد هذه الأهداف بدقة إلى إمكانية قياس أثر الاتصال وتقويم فعاليته. ويفضل أن يعبر عنهما كمياً حتى يجد القائم بالتخطيط مجموعة أهداف يعمل على تحقيقها. كما يجب أن تقسم إلى أهداف طويلة الأجل وأهداف قصيرة الأجل فضلاً عن تقسيمها إلى أهداف أساسية أو استراتيجية، أو أهداف جزئية أو تكتيكية، وأهداف عامة، وأهداف متخصصة (حسين، 1984، ص375).

بمعنى أن أهداف التخطيط التي تستهدف عملية التنمية يجب أن تتماثل مع أهداف التنمية أي مكملات لبعضهما بعضاً . فعلمية التنمية لا تتسم بالنضوج إن لم تسير في اتجاه محدد لتحقيق الأهداف المحددة حتى تضمن عملية التغيير، وترجع ضرورة تحديد الأهداف إلى الأسباب

التالية: (عليق وآخرون، 2004، ص266-268) :

1- تحديد الهدف من الاتصال يساعد في تحديد نوعية الأفراد أو تحديد الجمهور المستهدف، وكذلك تحديد الهدف من الاتصال يساعد في تحديد نوع المعلومات والمهارات التي يمكن تزويدهم بها، كذلك تحديد واختيار الوسيلة المناسبة لتحقيق هذا الهدف.

2- تحديد الهدف يساعد في تقييم عملية الاتصال، إذ إن عملية التقييم هي عملية مقارنة بين الأهداف المتوقعة والأهداف الفعلية التي تم تحقيقها، وفي غيبة هذه الأهداف يصعب تقسيم عملية الاتصال.

3- في المجال الإداري والعلاقات العامة نجد أن تحديد الأهداف هي الخطوة الأساسية للتخطيط لأنها تحدد الخطوات العامة خلال فترة زمنية، وتساعد على حصر الموارد المتوفرة لتحقيق تلك الأهداف، كما تستخدم كأداة إدارية لتقويم الأداء والتنسيق في العمل. فإدارة العلاقات العامة تقوم بالحملة الاتصالية وتنفيذ البرامج التي تهدف إلى كسب رضا الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة وتفاهمه وثقته، أو تقيس وتقوم وتتنبأ بالاتجاهات والآراء وردود الفعل المتوقعة من طرف جمهورها. فقد تكون أهداف الحملة في العلاقات العامة مثلاً هو ترويج المنتجات وتنشيط الخدمات أو تحقيق السمعة الطيبة وتدعيم صورة المؤسسة، وكسب تأييد الجمهور الداخلي والخارجي والجمهور التجاري والخاص.

6- تحديد الوسيلة الاعلامية للحملة:

فللوسيلة قيمة كبيرة لأنها أهم صلة بين المرسل و المستقبل لذلك يجب الاهتمام بانتقائها لكونها أيضاً من أكثر الجوانب تأثيراً على زيادة الاهتمام بالحملة بالإضافة إلى الآثار السيكولوجية التي تتركها الوسيلة الإعلامية في نفوس المستقبل و يرتبط اختيار الوسيلة الإعلامية بحسب

الموضوع الذي تتوجه الحملة لتنميتها و الميزانية أيضاً والوضع المادي للجمهور. (حسين ،1991، ص68)

فلا بد من اختيار وسيلة ملائمة مع الظروف المحيطة بكل عناصر عملية الاتصال ، وعلى المخطط اتباع الأسس العلمية عند اختياره الوسائل مثل اختيار الوسائل التي تصل إلى الجمهور المستهدف و التي تناسب الأهداف المرسومة و الملائمة لإمكانات المؤسسة. و يتم اختيار الوسيلة وفقاً لعدة أمور أهمها: الاختيار المناسب للوسيلة المناسبة للأهداف و متفقة مع المنهجية و لا بد من معرفة مزايا و عيوب كل وسيلة ، و يتم اختيارها بمراعاة عدة نقاط مثل:

التغطية الجغرافية ، التوزيع ، التكلفة المالية لكل وسيلة ، خصائص مستخدمي الوسيلة ، ملاءمة الوسيلة للرسالة (الدليمي، 2010، ص57).

وتشتمل الوسائل استمالات معينة كأن تكون استمالات العاطفة أو استمالات المنطق ، والواقع أن الاستمالات العاطفية قد تتوقف إلى حد كبير على إقناع الأفراد بالتفكير بشكل منطقي في بعض الأمور التي تثار و لكي تكون الحجج المنطقية فعالة فيجب أن تعتمد إلى حد ما على دوافع الفرد و دراسة الاختلافات الفردية التي تحدد أي أفراد من الجمهور يتأثرون أكثر بأنواع الاستمالات المختلفة ، و هنا جانب مهم في المقارنة بين الاستمالات السلبية و الإيجابية فالإيجابية معدة لتحقيق نتيجة معينة مرغوبة ، في حين السلبية معدة لتجنب نتيجة غير سارة.

كما أن هناك من يلجأ لاستمالات التخويف التي يحتمل أن يكون لها تأثير على دوافع الجمهور تلك التي تنتبأ بشكل محدود أو ضمني بأن قبول توصيات القائم بالاتصال سوف تجعل الفرد يتجنب عدم القبول الاجتماعي أو يتجنب خطراً أو حرماناً ما و يعمل مثل هذا النوع من الاستمالات على التوتر العاطفي تزيد و نقل بحسب مضمون الرسالة. كما أنه لم يثبت أي

الاستمالات أجدى و إن كان الجميع متفقين على أن الأجدى هو بحسب المجال. (رشتي، 1978، ص 464).

7- تحديد الرسالة الإعلامية:

الرسالة هي العنصر الثابت في العملية الاتصالية، فهي التي تحمل الرموز، والدلالات، والمعاني، والأفكار. والرسالة هي محور العملية الاتصالية وقد تكون الرسالة معلومات متوافرة في مجال معين لدى شخص معين، أو قد تكون خبرات في عمل أو وظيفة، ويوجد نوعان من الرسائل اللفظية: وتشمل كل ما ينطلق به من كلمات أو ألفاظ.

الرسائل غير اللفظية: وهي الإيماءات أو التغيرات (هاتيرسلي وآخرون، 2000، ص 21). ويجب على القائم بالاتصال أن يأخذ مضمون هذه الرسائل ومناسبتها من حيث اللغة، والشكل، وإعداد المحتوى، والمخاطب في حال الرسالة لفظية بعين الاعتبار لما لذلك من وقع وأثر على العملية الاتصالية بشكل عام والحملة الإعلامية بشكل خاص. وفي هذا المجال يشير شرام إلى شروط ينبغي توفرها في الرسالة حتى تحدث التأثير المطلوب (حجاب، 2007، ص 263).

1- ينبغي أن تصمم وترسل بطريقة تمكن من كسب انتباه المستقبل ويضم ذلك عناصر

التوقيت والعناوين والكلمات التي تثير انتباه المستقبل .

2- الرسالة: يجب أن تثير حاجات المستقبل ثم تخلق لديه الحل.

8- الاختبار المسبق:

الاختبار المسبق أو القبلي هو عبارة عن قراءة أولية أو دراسة منهجية لإستجابات أو ردود فعل عينة ممثلة من الجمهور لجزء من الرسالة الاتصالية المنطوقة أو المكتوبة وكليهما معا، لإجراء

التعديلات عليها ونتاجها في شكلها النهائي لتكون مدققة ومنقحة من حيث الشكل والمضمون والتأثير (أبو عرقوب، 1993، ص 230) .

والاختبار المسبق هو أساس النجاح في الحملات الإعلامية لما له من إيجابيات في التخطيط ومفاداة الأخطاء أولاً بأول.

9- بدء البرنامج ومراقبته:

إن التزام الأعضاء بالتوقيت المناسب واجب عليهم حتى لا يتعارض ذلك مع مصالح الأهل و أعمالهم الأساسية إلا في حالة أنه ستستخدمهم الحملة في هذه الأعمال بالذات فبدء البرنامج يقصد به ذلك البرنامج التنفيذي الذي سينشر المادة الإعلامية أو تعرض أو تذاع بمقتضاه خلال الفترة التي سيتم تحديدها لتقديم الحملة الإعلامية ، ويتضمن البرنامج التنفيذي:

حجم المادة الإعلامية ، عدد تكرار المرات ، استمرار النشر أو العرض أو الإذاعة في مجموعة الوسائل الإعلامية المختارة. كما أنها ترتبط بمتغيرات أساسية مثل :

- الرغبة في تحقيق أقصى تغطية إعلامية ممكنة للجمهور المستهدف.
- ضرورة إحداث أقوى تأثير ممكن.
- ضرورة استمرار حدوث هذا التأثير بشكل متواصل (حسين، 1984، ص 378-379).

فالمراقبة تساعد القائمين على الاتصال في استجابة الجمهور، وتعديل الأخطاء التي قد تنتج عن سوء فهم الرسائل. فالهدف منها هو التأكد من حسن سيرها. وتحديد المشكلة فور ظهورها، وإجراء التعديلات اللازمة على الرسائل الاتصالية، وإعادة توزيع الرسائل بالسرعة الممكنة لحدوث التأثير المطلوب. وبعد انطلاق الحملة يجب على القائمين عليها أن يتدارسوا النشاطات التي تمت في الحملة ، لمعرفة مدى تحقيق الأهداف التي رسمت للحملة ومناقشة المشكلات التي

ظهرت خلال التنفيذ و التعرف على جوانب القصور لتفاديها ، ولأهمية هذا الجانب فإن تقييم الحملة الإعلامية يعد خطوة مهمة من خطوات التخطيط للحملة الإعلامية وعليه فالخطوة الآتية هي تقييم الحملة.

10- تقييم الحملة الإعلامية:

فإنه لمن العيب أن تسير حملة إعلامية دون متابعة لخطوات تحقيق الهدف سواء من دراسة لأهدافها أو تأثيرها على الجماهير، ويعد هذا القياس مهماً لأنه بمثابة مرشد وقائد للقائم بالاتصال، فلا بد إذن من خطوات علمية جادة لدراسة مدى نجاح الحملة أو فشلها للتأكد من أن خطأ الحملة تسير في المسار الصحيح، فقد يتضح من خطوات التقييم أن الدراسة تسير في الطريق الصحيح أو أن الأهداف صعبة مما يستحيل تحقيق هذه الأهداف وقد يتضح أن الخلل في التنفيذ أو المعطيات مما يجعل القائم بالحملة يتدارك هذه الأخطاء ويصححها فور اكتشافها. وتهدف عملية تقييم الحملة الإعلامية إلى مقياس فعالية مراحلها سواء التي سارت حسب الخطة المرسومة، أو التي انحرفت عنها، فالتقييم يعرفنا بأوجه النجاح، والفشل، أو التقصير ويعرفنا بالجمهور والوسائل الأنجح، والرسائل الأكثر اقناعاً، علاوة على أنه يسهم في تحديد النتيجة النهائية للحملة (أبو عرقوب، 1993، ص 233).

ومن أكثر أنواع التقييم تأثيراً هو التقييم المستمر كالمسوح السنوية لاتجاهات الناس وكذلك عن طريق استقبال رسائل الجمهور المستهدف وقراءتها، والمكالمات التلفونية، ومقابلة الجمهور المستهدف في الميدان للتأكد من اتجاهاتهم وردود فعلهم، ففي مجال العلاقات العامة تستطيع معرفة أثر الخطة أو البرنامج من أدوات التقييم كالمقابلات التي يتم جمعها من الصحف والمجلات التي تتضمن أخباراً ومعلومات تخص المؤسسة وما يبيث في الإذاعة والتلفزيون والعروض السينمائية (عجوة، 2001، ص 215).

وكما أن اتخاذ القرارات التصحيحية والمتابعة والرقابة والتقييم مهم لجزيئات الخطة الإعلامية فإن التنسيق والتكامل بين نشاطات الحملة وبين عناصرها يعد أمراً جوهرياً وركناً من أركان التخطيط الناجح. فالتنسيق إذن، ينطوي على دراسة كافة الأقوال والأفعال، وتقدير مدى تأثيرها على الآخرين ممن لا توجه إليهم الدعاية والإعلام، ويتضح أهمية التنسيق في التفاعل المستمر والترابط المطرد بين أجهزة الإعلام وأجهزة التنمية الأخرى، فلا شك أن الإعلام يساعد على اكتساب المهارات الجديدة والأفكار الحديثة اللازمة للتنمية (إمام، 1975، ص 234-236).

ويرى الدكتور إبراهيم أبو عرقوب أن هناك ثلاث طرق لقياس وتقييم أثر الحملة الإعلامية (أبو عرقوب، 1993، ص 233-235):

- التقييم أثناء الحملة.
 - التقييم فور انتهاء الحملة لتحديد نجاحاتها وإخفاقاتها وأوجه القصور بالنسبة لإحداث الأثر المطلوب والذي يعرف بالتقييم البعدي.
 - التقييم الاسترجاعي: ويجري هذا التقييم بعد ستة أشهر على الأقل من انتهاء الحملة الإعلامية لاختبار وقياس تأثير البرنامج على المدى الطويل، فتقييم الحملة يهدف إلى قياس مدى فعالية البرنامج الاتصالي كما تظهر في الاختبار البعدي والقبلي وكذلك لمعرفة أفضل لمعالجة المشكلات حال حدوثها في المستقبل.
- والتقويم بكل مراحلها يهدف إلى تقديم قيمة لما تم إنجازه من أنشطة اتصالية خلال الحملة الإعلامية والتعرف على التأثيرات المختلفة لهذه الأنشطة على الجمهور. لهذا ينبغي على القائمين بالاتصال في الحملات الإعلامية ألا تقتصر مهمته على تقديم محتويات الحملة وإنما يجب أن تمتد لمتابعة خطوات الحملة للتأكد من مساراتها وبالتالي تفادي المشكلات وقت ظهورها وإحداث

التعديلات المطلوبة فجميع هذه المراحل أو الخطوات بداية من خطوة تحديد المشكلة أو القضية ونهاية بمرحلة التقييم لا تعني أن القائم بالإتصال ينتظر كل خطوة تنتهي ليأتي بالخطوة التي بعدها، بل إن هذه الخطوات متداخلة ومكاملة لبعضها بعضاً، وأن كل عنصر لوحده لا يستطيع إنجاز أي هدف ولكي يلاقي تخطيط الحملة الإعلامية النجاح المؤمل فإن هناك قواعد فنية لتخطيط الحملة تؤخذ بعين الاعتبار وتحت قاعدتين مهمتين (لونات، 1993، ص 29):

1-قاعدة التصور: وتبنى على مبدأ ثلاث وحدات وحدة الموضوع، وحدة الزمان، وحدة الشمولية.

- وحدة الموضوع: إذ يقتضي التمسك بتناول موضوع واحد في صلب حملة .

فالحملة المتعلقة بأمن الطريق تستهدف استعمال حزان الأمان أو احترام علامات تحديد السرعة. لكن لا يكون ذلك بالنسبة إلى عدة مظاهر في آن واحد وهوما يترتب عليه حتماً تشتت الانتباه المقصود بالذات.

- وحدة الزمان: التي تقتضي أن تتواصل عملية الإعلام مدة مضبوطة ومدققة وحسب طريقة علمية وبدون انقطاع غير مبرمج.

- وحدة الشمولية: التي تركز على مبدأ يقتضي بذل أقصى المجهود بالنسبة إلى حملة واحدة بدل توزيع ذلك المجهود على عدة عمليات مجزأة.

2- قاعدة التنفيذ : والقاعده العملية تفترض هي الأخرى وضع مذهب يعتمد على ثلاثة مبادئ التخطيط، الشعار، والرمز.

شروط التخطيط الفعال الجيد:

ولكي يكون التخطيط سليماً ومحققاً للغرض الذي يمارس من أجله يجب أن تتوافر فيه مجموعة من الشروط (عليان، الطوباسي، 2004، ص288):

- 1- الواقعية: بأن يقوم التخطيط وفقاً للاحتياجات الفعلية وفي حدود المواد المتاحة.
- 2- المرونة: وذلك لمواجهة المشكلات الطارئة التي لا يمكن التنبؤ بها عند وضع الخطة، وحتى لا تحول هذه المشكلات دون تنفيذ الخطة.
- 3- الاستمرارية: بمعنى الاستفادة من مشكلات الماضي ووضعها في الحسبان ووضعها في الحسبان ووضع الاحتياطات اللازمة لعلاجها وتقاديها في المستقبل.
- 4- التعاون والتنسيق: بين جميع المختصين والقيادات المختلفة على مستوى المنشأة
- 5- أن تقسم الخطة لمراحل ترتب حسب أهميتها.
- 6- أن يتوفر لتنفيذ الخطة عدد كاف من المختصين.
- 7- وجود خطوات للمراجعة والمتابعة بحيث يجري تقويم الخطة لكل مرحلة بعد إتمامها حتى تبدأ المرحلة التي تليها على أساس سليم.

مما دعا اللجنة الفنية لمشروع الاتصال السكاني إلى الاسترشاد بخمسة تصميمات بهدف العمل على تغيير الاتجاهات لدى الأفراد (اللجنة الفنية لمشروع الاتصال السكاني، 1990، ص28):

1. تصميم اللجنة والاستجابة: ويرتكز هذا التصميم على نتائج البحوث، التي أظهرت أن

التعلم يحدث عن طريق الربط والتكرار، وهدفه الربط بين منبه واستجابته. ويمكن

استخدام هذا التصميم في الحملات الإعلامية ذات الطابع الصحيح أو الاجتماعي فمثلاً في

مجال العنف، يمكن الربط بين بدائل العنف والسعادة النفسية لأطفالنا التي ستعمل على

سعة الانتاج لهم في المستقبل فهذا الكلام من شأنه بث الأمان في نفوس الأفراد من ذوي

الدخل المتدني.

2. تصميم الدافعية ويقوم على ركيزتين: منها معرفة الحاجات التي تحفز الناس، ور بطها بالرسائل الإعلامية الموجهة إليهم.

3. التصميم المعرفي: هذا التصميم هو في حقيقته افناعي، يرتكز على النقاش العقلاني ويفترض أن الكائن البشري مخلوق عقلائي، يحاول باستمرار بناء صور ذات معنى لنفسه وللعالم الذي يحيط به.

4. التصميم الاجتماعي: وتقوم هذه الفكرة على أن الإنسان فرد في المجتمع، يعتمد بشكل يفوق الإدراك على الآخرين من أبناء مجتمعه، لذا فإن هذا التصميم يركز على أن مبدأ الاتفاق الجماعي يساعد على تغيير الاتجاهات السائدة، ويقول إن هذا التصميم يمكن استخدامه إذا ما أردنا خلق رغبات وميول لدى قاعة باتخاذ موقف معين وذلك بالتركيز على أهمية هذا الموقف للجماعة ككل.

5. تصميم الشخصية: يعتمد على الأخذ في الاعتبار الحاجات الشخصية لأفراد الجمهور المستهدف عندما نقوم بمحاولة إقناعهم وهذه الحاجات يمكن تصنيفها في فئتين اثنتين وهما: حاجات التعبير عن القيم ، وحاجات الدفاع عن الذات .

أسباب ظهور الحملات الإعلامية وعوامل النجاح وأسباب الاخفاق

أسباب ظهور الحملات الإعلامية:

تعد حملات التوعية التي تتبناها منظمات دولية ووزارات الدولة، هي ضرورية لأنه من شأنها أن تعمل على التوعية وتعزز مشاركة الجماهير في التنمية، كما أنها ترفع ثقة المواطنين بأجهزة الدولة مما يساهم في قبول الأهداف وتبنيها بمرونة مما ينعكس إيجاباً على تحقيق الأهداف

المرجوة من الحملة ونظراً لأهمية مثل تلك الحملات فإن هناك خطوات تستدعي الانتباه لها لضمان نجاح الحملة ونجد أنفسنا أمام سؤال ما العوامل المؤدية لنجاح الحملة الإعلامية ؟

إن نجاح الحملة الإعلامية لمن الأمور الهامة جداً والا لم يكن هناك لزوم من إجرائها إن لم نتخذ الإجراءات اللازمة لنفاذ أهدافها وتحقيقها. فعمل ما ذكره الدكتور إبراهيم إمام من لزوم لوجود التشابه والمشاركة في الخبرات بين كل من المرسل والمستقبل عامل مهم لنجاح الحملة الإعلامية، لأن ذلك من شأنه أن يتحقق التناسق بينهما وكما أن إثارة انتباه المستقبل، واستعمال رموز مفهومة وربط الموضوع بحاجات المستقبل مع اقتراح حلول لها من العوامل التي تدفع بالمستقبل للاهتمام بما يقع عليه من بنود بشرط أن لا تتنافى هذه الحلول مع التقاليد والنظم الاجتماعية فهذه جميعها عوامل مهمة لنجاح الحملة كما لا بد أن تتفق الحملة الإعلامية مع المفاهيم والاتجاهات الاجتماعية السائدة في البيئة لكي تتجح (إمام، 1980، ص199).

كما نجد (شرام) يركز على أن الرسالة يجب أن تثير الحاجات الشخصية للمستقبل مثل الحاجة إلى الأمان أو إلى المكانة أو إلى الانتماء أو الفهم أو الحب، أو التحرر من القلق، أي أنها يجب أن تخلق أو تثير لدى الشخص اقتناعاً بأنه يحتاج إلى القيام بتصرف ما للخروج من حالة القلق، أو إشباع الحاجة (حجاب، 2007، ص263).

ف نجد أن الحملة الإعلامية تتخذ أشكالاً عديدة لإثبات نفسها وقيمتها في المجتمع، فيجب على القائمين بالحملة إدراك كامل لهذه الأشكال وبالتالي تحقيق ما تسعى له الحملة.

فالحملة الإعلامية الناجحة هي التي تسخر جميع وسائل الاتصال الممكنة إما الجماهيرية مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفاز أو التقليدية مثل الاتصال الشخصي وقادة الرأي وأي وسيلة أخرى يمكن أن تساعد في إيصال الرسالة المطلوبة إلى الجمهور المستهدف، فالرسالة الناجحة

هي التي تكون قريبة من البيئة الاجتماعية من حيث المضمون والاحتياجات والإشباع وبعيدة عن خصوصيات الأفراد (عبدالجواد، 2003، ص417).

أما عن المرسل فالحمل يقع على عاتقه لأنه أساسي في توصيل الحملة فيجب أن يكون موضع ثقة التي يبني على أساسها تصديق الرسالة، كما يجب عليه اختيار الوسائل الاتصالية المناسبة فالحملة التي تبذل جهوداً مضيئة في إعدادها مع عدم توفر الوسيلة المناسبة تصبح عديمة الجدوى. (فهيم، 2010، ص78)

وأخيراً، هناك نشاطات يمكن أن تزيد من فرص نجاح الحملة الإعلامية وتحقيق النتائج المطلوبة يمكن تلخيصها على النحو الآتي (عبدالجواد، 2003، ص417):

تخصيص برنامج مختص بموضوع الحملة أو أكثر في وسائل الاتصال يناقش القضايا المعنية، وإصدار منشورات بصورة منتظمة وتنظيم المؤتمرات والندوات المتخصصة وإقامة علاقات طيبة بين المؤسسات المعنية بموضوع الحملة أنفسهم والمجتمع بشكل عام من خلال الاهتمام بالشكاوي وحلها بالطرق السريعة والشاملة.

أهمية الحملات الإعلامية :

نستخلص من تلك التعريفات التي ذكرناها سابقاً للحملات الإعلامية اهتمام الباحثين في مجال الاتصال بالحملات الإعلامية وتنفيذها، ونرى أن جل الاهتمام في تنفيذ الحملات الإعلامية هو إحداث التغيير في السلوك المطلوب والتأثير بالقناعات ولكن السؤال الذي يطرح نفسه هنا، ما

الأسباب التي تدعو إلى إحداث مثل هذه التغييرات في القناعات أو السلوكيات وبالتالي تنظيم

حملات إعلامية ونستخلص هذه الأسباب فيما يلي (عبيدات، 2004، ص17):

1. يعد التغيير المستمر في البيئة المحيطة بعمل المؤسسات من الأمور الداعية لتخطيط

الحملات الإعلامية الرامية وتنفيذها لتحقيق أهداف محددة مثل توعية المستهدفين بأمور

اجتماعية أو صحية أو اقتصادية كالتقليل من عدد الولايم في المناسبات أو استخدام

الرعاية الصحية بالإضافة إلى وسائل ترشيد الاستهلاك.

2. طرح أفكار جديدة حول موضوع يهم أغلبية أفراد المجتمع من الأمور التي تنشأ لها

الحملات الاجتماعية.

3. ظهور مشاكل أو عراقيل في أي مجال كان سواءً اجتماعياً أو اقتصادياً يستوجب إعداد

الحملات الإعلامية.

4. التقدم التكنولوجي في المجالات التي تؤثر على حياة الأفراد أو الأسر، يفرض تخطيط

وتوجيه حملات إعلامية عامة أو خاصة لتوعية المستهدفين .

5. تزايد الوعي بين الأفراد يفرض إعادة النظر في العديد من الصناعات التي تكونت لديهم

حول قضايا اجتماعية مختلفة وذلك من خلال تخطيط حملات إعلامية .

6. بروز الأزمات الاقتصادية والاجتماعية في المؤسسات

معوقات الحملة الإعلامية:

يرى بعض الباحثين أن هناك أسباباً للفشل في الحملات الإعلامية، كما النجاح أيضاً ومن هذه

الأسباب (موسى وأحمد، 2010، ص246):

1- إخفاق في تحديد طبيعة الجمهور المستهدف بالإقناع بصورة دقيقة.

- 2- غياب خطة دقيقة تبين الأهداف المطلوب تحقيقها من الحملة الإعلامية.
- 3- فشل العمليات المتعلقة بإعداد الرسالة الإعلامية وتصميمها وتوصيلها إلى الجمهور المستهدف بالمكان والزمان المناسبين.
- 4- تدني كفاءة إدارة الحملة في تحديد وتنفيذ الأعمال المطلوبة لتحقيق أهداف الحملة بكفاءة عالية.
- 5- التهاون في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتجاوز الاخفاقات حال وقوعها.
- 6- غياب المرونة التي تسمح بإجراء التغييرات الضرورية انسجاما مع التطورات الفجائية التي تحدث.
- 7- نقص الامكانيات البشرية والمادية المطلوبة لتنفيذ الحملة الإعلامية بكفاءة.

مفهوم الاتصال الشخصي وأهميته وعناصره

كانت وسائل الاتصال و مازالت تقوم بدور بالغ الأهمية في إضفاء سمات خاصة على وجه العالم و قد أضفت هذه الوسائل على عمليات الاتصال القدرة على إحداث الأثر المطلوب في ناحية ، ووسعت دوائره في ناحية أخرى ، على نحو جعلها تتعدى النطاقات المحلية و القوية فاتسعت

مجالات الاهتمامات الإنسانية. كما و يبقى الإنسان دائماً بحاجة إلى منطق الكلمة و ردة فعلها، لذلك سأتناول في هذا المبحث نبذة عن الاتصال ثم سأوضح الاتصال الشخصي كجزء من البحث.

والاتصال بالمعنى العلمي لغوياً (Communication) مشتقة من الأصل اللاتيني لكلمة (Communis) و معناها الشيء المشترك (Schramm ,1971,p3).

و يعرف الاتصال (لاسويل) أحد علماء الاتصال بأنه: من يقول ، ماذا يقول ، بأي وسيلة ، لمن ، وبأي تأثير (Schramm).

وركز (شانون و ويفرز) في تعريفه على التركيز على نماذج حاولت شرح عناصر الاتصال و يضم نموذج شانون خمسة عناصر (المصدر، المستقبل، المرسل، الإشارة، الهدف) (المصدر نفسه).

أما شرام فيعرفه بأنه "الإدارة التي تجعل المجتمعات ممكنة، و هو بطبيعته يميز بين المجتمع الإنساني و غيره من المجتمعات" (المصدر نفسه).

ولأن الاتصال مصدر أساسي للعلاقات الاجتماعية و الحياة بشكل عام إن له وظائف ينفرد بها فيرى الباحثون أن وظائف الاتصال كثيرة ومتعددة ومن أهمها:

1. وظيفة الإعلام ونشر المعرفة حول ما يحدث داخل المجتمع أو خارجه (القليني وشومان

، 2006، ص22).

2. وظيفة التفسير و التوجيه للفكر، و تشكيل الرأي العام و السلوك و قيم و سلك جمهور

المتلقي من خلال تطوير أشكال و قوالب متعددة في اختيار المادة و ترتيبها و التعليق

عليها لتفسيرها و توضيح أبعادها(المصدر نفسه).

3. وظيفة نقل التراث الثقافي عبر الأجيال، و كذلك المعايير و القيم السلوكية وعرضه في ذهن الأفراد من أجل إحداث تطور آمن لكل الأجيال المتعاقبة (المصدر نفسه).
4. التعليم والتنشئة الاجتماعية وتهدف إلى تزويد الأفراد بالخصائص الثقافية و المعرفية والتأكيد عليها، حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعي (المصدر نفسه).
5. الوظيفة السياسية التي يقوم بها الاتصال: حيث يسهم في التنقيف السياسي و يسهل كذلك الاتصال بين الحاكم و المحكوم ويوطد العلاقة بين القائد و شعبه كما أنه يساهم في تشكيل الرأي العام و الرد على الدعاية المغرضة. والتفاهم و السلم العالمي عن طريق الدبلوماسية الواعية والذكية (أبو عرقوب، 1993، ص49).
6. للاتصال دور كبير في نشر الوعي الديني و التعاليم، فالاتصال مثلاً يسهم في نشر الدين الإسلامي في شتى بقاع الأرض لكونه رسالة عالمية لكل الناس في كل زمان ومكان. (المصدر نفسه).

مفهوم الاتصال الشخصي:

وبهذا النوع من الاتصال يلتقي شخص بشخص آخر أو أكثر، وجهاً لوجه ، فيتبادلون الرموز مستفيدين من الحواس الخمس (التي تقوم بدور القناة) و الرجوع - يعني الرجوع feed back افادة المرسل من ردود فعل المتلقي بحيث يضبط المرسل رسائله و يوضح معانيها بشكل يحقق الفهم الكامل لأفكاره. كما و يحدث هذا النوع من الاتصال بشكل مستمر ،— حين يشترك الإنسان مثلاً في حوار، أو يجري مقابلة مع غيره أو يتلقى تعليمات (الموسى ، 1986 ، ص48).

فالالاتصال الشخصي يتميز ببعض المزايا السيكولوجية ، فالالاتصال الشخصي يتم بشكل عفوي و غير مقصود ، كما أنه أكثر مرونة حينما يحاول أي شخص مقاومة المعلومات ، فوجود

الأشخاص بجانب بعضهم بعضاً يسهل عملية الفهم لبعضهم بعضاً كما أن الاتصال الشخصي يشجع على حل الاختلاف في القضايا أولاً بأول (رشتي، 1979، ص369) .

ومن هذا الاهتمام في الاتصال الشخصي انبثقت له عدة ميزات لعل أهمها :

أ- محدودية عدد الأفراد الداخلين في علاقة الاتصال حيث يفترض ألا يتجاوز عدد الأفراد (45 فرداً، فإذا زاد عن ذلك تعقد الاتصال وفقد ميزة الاتصال الشخصي) (النمر، دت، ص98).

ب- حدوث ترجيح أثر فوري ومباشر في الموقف الاتصالي حيث يستطيع المرسل ملاحظة نتائج اتصاله على المتلقين بصورة فورية ومباشرة (المصدر نفسه).

ج- توافر مراقبة مباشرة ومتبادلة بين المرسل والمتلقي نتيجة لتوافر عنصر المواجهة واختفاء الوسيط التكنولوجي (المصدر نفسه).

د- يتيح الاتصال الشخصي الفرصة للمشاركين في الاتصال تحديد أهدافهم المشتركة وتطوير أو تعديل رسائلهم الاتصالية عن طريق زيادة وحذف أو اكتشاف معلومات جديدة ذات قيمة عالية بالنسبة لهم (أبوعرقوب، 1993، ص124).

هـ- اجتماع المرسل والمستقبل في مكان وزمان واحد يساهم في تقوية العلاقات الاجتماعية الشخصية لأنه يتيح لهم الفرصة للتعرف عن قرب والتعرف على خصائص بعضهم بعضاً (المصدر نفسه).

فالاتصال الشخصي له دور كبير في التعارف الاجتماعي و الاحتكاك حتى لو من ناحية تبادل وجهات النظر فنجد أن هذا النوع من الاتصال يقوي العلاقات الاجتماعية و يزيد من تفهم الآخرين لبعضهم بعضاً.

و- الاتصال الشخصي هو عملية حيوية وأساسية لتقوية العلاقات الإنسانية بين بني البشر أفراداً ومؤسسات وشعوباً. ولا يمكن لأي أمة من الأمم أن تعيش دون استخدامه مهما تقدمت في تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال (المصدر نفسه) .

ي- يتم الاتصال الشخصي بحضور الحواس الإنسانية مما يسهم في فاعلية الاتصال الشخصي (الموسى، 1986، ص48).

ويتضح من ذلك كله مرونة الاتصال الشخصي خاصة عند تبادل وجهات النظر لأنه عند الاتصال الشخصي يسعى كل شخص لفهم وجهات النظر المختلفة مما يسهم في خلق جو من التقارب.

ولكن برغم هذه الميزات فإن الاتصال الشخصي كغيره من وسائل الاتصال لا يخلو من قصور حصرها الدكتور محمد فهمي في:

1. أنه يتطلب نفقات عالية وجهداً كبيراً ووقتاً أطول خاصة إذا كان المطلوب نقل أفكار أو معلومات الى عدد كبير من الأفراد.

2. لا يتيح الاتصال الشخصي المباشر نقل وتوصيل المعلومات الحديثة أولاً بأول نتيجة لحاجته لوقت طويل. (فهمي، 2010، ص99).

أهمية الاتصال الشخصي:

يحدد (فهمي، 2010، ص97) أهمية الاتصال الشخصي في:

1. يحقق الاتصال الشخصي التفاعل بين المرسل والمستقبل حيث يتم هذا النوع من الاتصال بطريقة مباشرة وجهاً لوجه، ويسير هذا النوع في اتجاهين أي من المرسل إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل مما يجعل فرصة المشاركة في الخبرة أكبر.

2. يتيح الاتصال الشخصي المباشر للمرسل إدخال تعديلات مستمرة في الرسالة طبقاً للمستقبل، اما عن طريق التكرار أو استخدام أسلوب غير الذي كان يستخدمه، ولذلك فإن هذا النوع يمتاز بتعديل الرسائل المتبادلة في ضوء رجع الصدى من المستقبل إلى المرسل.

3. تأثير الاتصال الشخصي الذي يحدده المرسل في المستقبل يتميز بالعمق لأنه غالباً يكون ناتجاً عن الاقناع والافتناع وهذا العمق في التأثير يؤدي إلى استخدامه فترة أطول ويعمل الباحثون من أمثال لازار سفياد، وبيرسلون وجوديت وميرفون وكاتز أن سر تقدم الاتصال الشخصي في التأثير بأنه إذا كان من السهل أن ينصرف الناس عن المواد الإعلامية في الاتصال الجماهيري خاصة التي لا تتفق مع ميولهم فإنه ليس من السهل أن يتجنب الحديث مع زميل أو قريب لهم.

4. الاتصال الشخصي له أهمية خاصة من حيث تكوين أو تعديل الإتجاهات عند الناس.

5. وتوّه ليلي العقاد إلى أهمية الاتصال الشخصي بحكم ما يحمل من قضايا لا نستطيع تجاهلها(العقاد، دت، ص18).

1. حيث ما زال يتمتع بحبوية بجميع أنحاء العالم.

2. أن معظم الشعوب في العالم و على الأخص سكان الريف في البلدان النامية الذين يشكلون من 60-70% من سكام العالم ، يبعثون و يستقبلون من خلال هذه الوسائل التقليدية للاتصال.

3. الاتصال الشخصي لا يسير بمعزل عن بقية أنواع الاتصال فإنه يحوي عناصر كغيره من الوسائل فنجد أن للاتصال الشخصي عناصر مهمة كل واحد منها يؤثر في الآخر ويتأثر به، فالقائم بالحملة عليه أن يتصف بصفات معينة لينقل رسالته إلى الجمهور المستهدف وبالتالي تصل الرسالة بمعناها الصحيح ومن خلال استخدامه لوسيلة اتصالية مناسبة، وإذا غاب أحد هذه العناصر لا يمكن أن تتم الحملة الإعلامية.

وعناصر الحملة تظهر في:

1- المرسل (القائم بالحملة):

المرسل هو مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عندها عملية الاتصال في الحملة الإعلامية، عادةً، وقد يكون هذا المرسل هو الإنسان أو الآلة، أو المطبوعات في حالة الاتصال الجماهيري (فهيمى، 2010، ص28).

ويجب أن تكون الفكرة واضحة في ذهن المرسل، ويحسن التعبير عن فكرته، وأن يتخير أفضل الرموز لتوصيلها وأن يراعي طبيعة الوسيلة التي سيستخدمها، كما عليها الأخذ بعين الاعتبار مراعاة ظروف وخبرات المستقبل بمعنى و يكون قادراً على التعاطف مع المستقبل وفهم مشاعره واتجاهاته.

2- الرسالة: وهي العنصر الثاني في العملية الاتصالية، التي تجيب عن جزء ماذا في سؤال (لاسويل). ويقصد بها المحتوى الذي يراد نقله من المرسل إلى المستقبل، وقد تكون هذه الرسالة عبارة عن معلومات أو أفكار مطلوب توصيلها إلى المستقبل ليعرفها أو مهارات ينبغي أن يكتسبها أو اتجاهات سلوكية ينبغي اتباعها (غريب، 2006، ص18).

فمن ضمن الأمور التي يجب مراعاتها هو سهولة استيعاب الرسالة ، و يرتبط بهذا خمسة متغيرات أسلوبية طالب بها جورج كلير في كتابه (قياس الانقرائية) فيرى أنها:

القابلية للاستماع وأن تكون ذات صلة بإهتمامات المتلقي، و تحتوي على تنوع المفردات، وتكون ذات واقعية ويعني بذلك تجنب التجريد. كما ركز على أن هناك مغيرات متصلة أيضاً بأسلوب استمالة الرسائل الإقناعية:

Emotional Appeals	الاستمالة العاطفية
Rational Appeals	الاستمالة الفكرية
Fear Appeals	استمالة غريزة الخوف

(أبو اصبع، 1989، ص30)

وبذلك تعد الرسالة أهم مكونات العملية الاتصالية، وأكثرها فعالية لطالما حققت خصائص عامة تزيد من تأثيرها وفعاليتها مثل:

أ- الإعداد الجيد للرسالة

ب- أسلوب عرض وتقديم الرسالة (منصور، 2000، ص259).

المستقبل:

هو الموجه إليه الرسالة سواء أكان هذا المستقبل شخصاً أو جهة أو جماعة أو فئة معينة والمستقبل هنا يقع عليه دوراً مهم في عملية الاتصال حيث يستقبل الرسالة المرتدة ويقوم بفك رموزها وفقاً لإطاره المرجعي، محاولاً فهم الفكرة التي أراد المرسل إرسالها، والتي تتوافق مع

الهدف منها، وإذا كان هناك تطابق بين المرسل والمستقبل بالنسبة لرموز الرسالة، أصبحا مشتركين في الفكرة وتكون عملية الاتصال ناجحة وفعالة (منصور، 2000، ص29).

وهناك أربعة احتمالات متوقعة من المستقبل للرسالة (فتح الباب، وحفظ اللثة، 1985، ص87):

1. فهم الرسالة فهماً كاملاً وبالتالي المشاركة في الاحساسات والأفكار التي ينقلها المرسل

2. فهم الرسالة فهماً غير كامل كأن يفهم أجزاء دون أخرى من الرسالة.

3. فهم الرسالة فهماً خاطئاً بسبب عدم التشابه في الخبرات بين المستقبل والمرسل وبالتالي

تفسير المستقبل للرموز المستخدمة في ضوء خبرته.

4. عدم فهم الرسالة بتاتاً بسبب استخدام المرسل لرموز غير مألوفة للمستقبل، أو كأن

يستخدم المرسل كلمات صعبة فوق المستوى اللغوي للمستقبل.

الوسيلة:

هي تلك الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل ويجب أن نؤكد هنا على أهمية الوسيلة في عمليات الاتصال المختلفة فهي ضرورية لها ولا يمكن أن تتم في غيابها كما أنها تحتل ركناً أساسياً فيها فهي بذلك ليست ثانوية أو كمالية، فلا يمكن أن يتم اتصال بين شخصين دون لغة تفاهم. والوسيلة تؤثر تأثيراً كبيراً على الرسالة المنشودة بل إن كثيرين يعتقدون أن الوسيلة تعمل على تشكيل الرسالة والهدف حتى أنه لا يمكن الفصل بينهما فيشيرون إلى أن الوسيلة هي الرسالة (فهيم، 2010، ص319).

الاتصال الشخصي في حملات التنمية

تتنوع وسائل الاتصال بمكوناتها وأشكالها فهي تجمع ما بين الوسائل التكنولوجية، أو الاتصالية، أو القدرة التي تعتمد على الأشخاص. وبأية حال فإن وسائل الاتصال مهما تنوعت فإنها في

النهاية يبقى هدفها واحداً من حيث تعريف الأفراد، وتثقيفهم، وتزويدهم بالمعلومات، وإعطاءهم الحق في تعريفه بالواقع أو المستقبل الذي يعيشه، وإعطاؤه الحق في الأخذ والعطاء، وهذا بدوره يساعد على تنمية المجتمعات والاتصال والتنمية كلمتان مكملتان لبعضهما بعضاً فوسائل الاتصال بدورها تعمل على تحويل المجتمعات من التخلف إلى التقدم، كما تعمل على تشكيل البنية القيمية والأخلاقية لدى الأفراد وخاصة الأطفال منهم، وهناك العديد من الدراسات التي تؤكد نتائجها أن الإعلام يتدخل في تكوين المنظومة القيمية للأفراد سواءً قيم شخصية ذاتية أو اجتماعية، وكذلك في تكوين وتشكيل الأخلاقيات الذاتية لدى الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين (الشرعة، 1430، ص53).

وقد احتفظ الاتصال الشخصي الصدارة بين وسائل الاتصال الأخرى في قوة التأثير على مر العصور، فهو يتمتع بصفة هامة كالقدرة على معرفة الصدى عند المستقبل، وتوجيه الاتصال على أساس هذا الصدى مما يساعد على إحداث التأثير المنشود. كما أن الاتصال الشخصي مهم كوسيلة للإقناع لعدة أشخاص يتمثل ذلك في الندوات والمحاضرات كإقناعهم بحقوقية معينة أو أمر معين أو محاولة لتغيير الاتجاهات أو الأفكار.

ولأن من أهم ما يميز الإنسان هو تلك القدرة على الاتصال فالإنسان دائماً بحاجة ماسة لوسيلة تعطيه وتعرفه ما يدور من حولنا، فلذلك تقوم هذه الوسائل بهذا الدور لما لها من قوة التأثير، فالدور التنموي للإعلام يقف بدرجة كبيرة على رأسه الوسائل الاتصالية المستخدمة فهي تلعب دوراً كبيراً من خلال دورها الإرشادي والتوعوي وذلك من حيث تكريس الإمكانيات التقنية والغنية ومهارات العاملين في طاقم الانتاج الصحفي والتلفزيوني والدرامي في إبراز القضية المراد تغطيتها كأهم مشكلة تواجه المجتمع ومن ثم إيجاد الطرق المناسبة والممكنة لكسب تأييد الرأي العام الاجتماعي للوقاية من انتشارها. (عقبات، 1432، ص68).

ومع كل هذه المهام التي تقوم بها وسائل الاتصال يأتي سؤال يطرح نفسه : مادور الاتصال

الشخصي في تنمية المجتمع ونشر الوعي بثقافة اللاعنف المدرسي؟

خاصة وأن التنمية الاجتماعية بشتى أبعادها تشكل دوراً أساسياً للإعلام. حيث يمثل الاتصال

كأحد الوسائل آلية قوية في تنمية هذا الوعي، أو تزييفه، ذلك الوعي الذي يعد البذرة الأساسية

لعمليات التنمية المتواصلة، لما يمتلك من قدرة على تهيئة وتكييف البيئة الاجتماعية.

وكما أن موضوع التنمية أخذ يلح علينا في الربع الأخير من القرن العشرين من نوافذ إعلامية

شتى. وهو على حق في ذلك لأسباب عديدة، أو لها أن المتغيرات الدولية طرحت المشكلة بطريقة

مكثفة في العقد الثامن من القرن العشرين، وثانيها أن الأمة العربية طرف في المتغيرات الدولية،

وأنها بدأت تدرك الاتجاه الجديد نحو التضامن ولوبحد أدنى في التنمية، وبطبيعة الحال فإن التنمية

هي الشغل الشاغل لقيادات البلدان النامية (محمد، 1979، ص 10).

فالتنمية الاجتماعية تشمل البعد الاجتماعي للتنمية كتحليل القوى الاجتماعية السائدة في المجتمع،

وطبيعة السلطة، ومدى مشاركة الأفراد في صنع القرار، ثم الجانب الموروث في عادات المجتمع

وتقاليد و الحوار بين قديمه وجديده، ووضع المرأة في المجتمع، ثم الشخصية القومية وأبعادها

كل ذلك يمثل لنا معنى التنمية الاجتماعية (محمد، 1979، ص 24).

فالحياة الاجتماعية تكون ممكنة فقط من خلال القدرة على الاتصال وعلى نقل المعنى بين

الأفراد، وسيكون نشاط أي جماعة مستحيلاً بدون وسائل معينة لتبادل الخبرات حيث الاتصال

عامة والاتصال الشخصي خاصة يمثل تلك العملية الخاصة التي تجعل التفاعل بين البشرية

ممكناً لأنه يساعد الناس على أن يكونوا كائنات اجتماعية، فعن طريق الاتصال تحافظ

المجتمعات على كينونتها الحضارية و الثقافية. لذلك فلالاتصال الشخصي دور كبير في التنمية

الاجتماعية التي تعرفها الأمم المتحدة :

"تدعيم الجهود ذات الأهمية للمجتمع المحلي بالجهود الحكومية ، و ذلك لتحسين الحالة الاقتصادية و الاجتماعية و الحضارية لهذا المجتمع، و تكامل هذه المجتمعات و الشعوب و تمكّنها من الإسهام الفعال في التقدم القومي" (أبو اصبح، 1989، ص353).

فالتمتية الاجتماعية تعني تغييراً أساسياً في كل أنماط الحياة السائدة مما يخلفه تغييراً في صور العلاقات الاجتماعية، و تنمية المجتمعات المتخلفة و نقلها من حالة أو مستوى إلى حالة أفضل. فهناك العديد من الدراسات التي تؤكد دور الاتصال الشخصي كمصادر للتوعية المجتمعية.

أذكر منها دراسة الدكتورة منى عمران في معهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس، بعنوان أثر الاتصال الشخصي في تنمية الوعي بمفاهيم الحماية من الإساءة الجنسية للأطفال ذوي التخلف العقلي البسيط، فخرجت نتائج دراستها إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعة قبل و بعد تطبيق برنامج الاتصال الشخصي لتنمية الوعي بمفاهيم الحماية من الإساءة الجنسية للمتخلفين عقلياً لصالح القياس البعدي (عمران، 2006، ص85).

كما أن الاتصال الشخصي ظهر في العراق كأحد الأساليب الرئيسية المستخدمة في محو الأمية تدعمه دروس في التلفزيون و ترافقه توعية مستمرة بأهمية الحملة في بقية وسائل الإعلام الجماهيرية و الشخصية (أحمد، 1982، ص270).

ففي إحدى الدراسات التي أجريت في الهند عن دور الاتصال الشخصي في إنجاح الحملات الإعلامية حول الاستماع إلى الراديو في محيط القرويين، تبين أن المستمعين لم تمارس عليهم أي تأثيرات، ولكن عندما نظمت جماعات الاستماع و المناقشة حول البرامج بعد إذاعتها مباشرة، أحدثت هذه البرامج تأثيراً كبيراً، و اتبع أغلب المستمعين الاقتراحات التي قدمتها (مهدي، دت، ص205).

وهذه الدراسة تؤكد أن الاتصال الشخصي له دور في تحقيق أهداف الحملة الإعلامية من خلال نشر الفكرة ومناقشتها وشرحها وتقديم البراهين، فيظهر الاتصال الشخصي هنا كمدعم للإعلام ومكمل له ومؤازر.

فالالاتصال الشخصي يلائم بصورة خاصة تعليم المهارات الجديدة التي لاتستطيع وسائل الإعلام الأخرى تعليمها بمفردها ويبرز دوره في التعليم بكافة أنواعه النظامي وغير النظامي، كما أن أبرز دور للاتصال الشخصي هو دعم الاتصال الجماهيري عن طريق وسائل الإعلام الأخرى. حيث أن تأثير وسائل الإعلام يتوقف في النهاية على الاتصال وجهاً لوجه فما يجري قوله أو فعله بين الناس يقوي من الأثر (أحمد، 1982، ص270).

ونظراً لأهمية الاتصال الشخصي في التنمية الاجتماعية يقسم لنا الدكتور سعد الدين إبراهيم النظريات الاجتماعية في التنمية على (محمد، 1979، ص84):

1. اتجاه الأنماط المثالية للمؤشرات : ويقوم هذا النوع على استخلاص علماء الاجتماع

الغربيين السمات الأساسية لمجتمعاتهم المتقدمة ومقابلتها بنقيضها المختلف.

2. اتجاه الانتشار الثقافي والحضاري: يقوم هذا الاتجاه على أن التنمية باعتبارها شكلاً من

أشكال التغيير الاجتماعي تتم بواسطة الانتشار الثقافي أو الحضاري.

3. اتجاه تغيير الأفراد نفسياً: يركز هذا الاتجاه على أن عملية التنمية رهن بتغيير أفراد

المجتمع قيماً وحواجز وسلوكاً.

ويعتبر الاتصال شكلاً من أشكال القوة لأنه من خلالها تنساب المعلومات للرأي العام فيخلق

تأثير المستهدفين، للآخرين بشرط أن تكون مقنعة ومؤثرة و منبثقة من اهتمامات المجتمع،

ولذلك نجد أن الاتصال يستهدف التأثير في الأفراد باختلاف ثقافتهم و مستوياتهم و اهتماماتهم.

فله تأثيرات في كل المؤسسات الاجتماعية والتربوية والثقافية والاقتصادية والسياسية وغيرها

كما أن الكثير من الممارسات السائدة سواء السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أصبحت تستند في بث رسائلها على وسائل الإعلام لما لها من قدرة في التأثير على المجتمعات. فتطور وسائل الاتصال الكبير أثر في حياة الأفراد والمجتمعات سواء في الدول النامية أو المتقدمة، مما ساهم ذلك إلى حد كبير في استخدام هذه الوسائل لتحقيق أهداف التنمية، والتي تتطلب الاستعانة بكل الإمكانيات والموارد المتاحة في تلك المجتمعات. بحيث تتلاءم مع واقع تلك المجتمعات، حيث أن متطلبات العصر الحديث جعلت من قضية التنمية قضية ملحة. فنجد بعض العلماء في مجال الإعلام والإجتماع حاولوا التركيز على دور وسائل الإعلام والاتصال في عملية التنمية، خاصة في الربع الأخير من القرن العشرين، وذلك من خلال التواجد الإعلامي المتطور والذي ازدادت فعالياته بعد انتشار التلفزيون في معظم انحاء العالم، وزيادة الإقبال عليه وتعدد قنواته الرئيسية وكذلك التطور الهائل الذي حدث في مجال الاستقبال، والذي تأثر بطبيعة التغيرات الدولية التي حدثت خلال تلك الفترة (رشتي، 1975، ص54-367، 56-368).

فالالاتصال الشخصي له دور كبير في نشر الوعي الثقافي لدى النشء، باعتبار أن الاتصال عملية ضرورية في حياة البشرية ونشأت لتلبية احتياجاتها، ولكي يتصل الفرد بغيره من الأفراد ويتبادل معهم المعلومات والأفكار ويعبر بها عن نفسه، فأصبح من المتفق عليه في هذا العصر أن الأفراد يستقون المعلومات بدور رئيسي وبصورة مباشرة أو غير مباشرة في غرس أو تدعيم اتجاهاتهم. (ربيعات، 2007، ص219-220).

فيجب اختيار وسائل الاتصال وفق اعتبارات تتناسب بالقائم بالاتصال وإمكاناته وطبيعة الجمهور المستهدف ومضمون الرسالة لتتناسب المجتمع الذي تنقل إليه الصورة. لذلك يجب أن نأخذ بعين الاعتبار محددات تدخل في اختيار وسائل الاتصال في الحملة التي تستهدف التنمية الاجتماعية:

1. تحديد أهداف الحملة وما يريده الجمهور والفئات المقصودة وما يريده الجمهور والفئات

المقصودة (بن صفير، 2004، ص45).

2. إقصاء الوسائل الدعائية التي لا تتناسب والحملة الإعلامية فقد يكون استخدام بعض

الوسائل مستحيلا نظرا لارتفاع سعر الكلفة (المصدر نفسه).

3. اختيار الوسائل الإعلامية التي تتناسب وموضوع الحملة، حيث تتناسب الوسائل مع

الرسائل لتحقيق الهدف من الحملة (المصدر نفسه).

4. أن تتناسب الوسيلة القائم بالاتصال من حيث إمكانياته، المادية المتاحة ومقوماته

وقدراته، وكفاءاته الاتصالية والعلمية (حافظ، 1998، ص133).

أما عن القائم بالاتصال في مجال التنمية فإن من أولى الشروط التي يجب توافرها فيه أن تكون

لديه الرغبة في إحداث التحول، وأن لا يتردد في الإجابة عن أسئلة الناس برحابة صدر، وأن

لا يعتبر عمله هذا عبئاً عليه يعمل له لكسب عيشه، وأن لا يتعالى على السكان. فالمعاملة اللينة،

والترحيب، وتقديم المعونة إلى هؤلاء يعزز الثقة ببرامج التنمية وفائدتها، وينمي حاجتهم إلى

طلب المشورة، ويزيد ترددهم على أصحاب التنمية (أحمد، 1982، ص271).

ومنها هذه الوسائل ما هو بطيء الأداء ومنها ما هو سريع الأداء فنحن لا نستطيع تفضيل وسيلة

على أخرى بصفة عامة وبصفة قاطعة قبل دراسة الموقف دراسة دقيقة واختيار الأداء الأكثر

مناسبة . لأنه مما لا شك فيه أن كل وسيلة من هذه الوسائل تحقق غايات معينة وتوجه إلى فئات

خاصة من الجمهور تتناسب مع ظروفهم ويمكن تحديد نوع الجمهور حيث مستوياته العلمية

والاجتماعية والثقافية ومدى الإقبال أو الصد الذي يبديه الجمهور والثقافات التي تستلزم استخدام

نوع معين من الوسائل الإعلامية دون غيرها (عليق وآخرون، 2004، ص339).

متطلبات نجاح الدور التنموي للاتصال:

ولكي تتجح عملية الاتصال بتحقيق الهدف المنشود فيجب أن تبقى عملية الاتصال مستمرة فضلاً عن ما يلي:

أ- الاتصال بالمجتمع للتعرف على حاجاته ومشكلاته واتجاهات أفرادهِ والتعرف على موارده المادية والمعنوية المتوفرة، والتي يمكن توفرها (النمر، دت، ص 228).

ب- الاتصال بالمجتمع للتعرف على جماعته المتجانسة وغير متجانسه (المصدر نفسه).

ج- الاتصال بالمجتمع للتعرف على أنماط الاتصال في المجتمع، وشبكة العلاقات التي تربط الأفراد بعضهم ببعض (المصدر نفسه).

د- الاتصال بالقيادات المحلية بالمجتمع والتي تمثل جماعات المجتمع سواء كانت قيادات نابعة من الأهالي، أو قيادات بحكم مراكزها (المصدر نفسه).

هـ- الاستناد إلى السياسة الإعلامية الواضحة والمفهومة التي تعي قضايا الجماهير والمجتمع ويتضح ذلك فيما تقدمه من معلومات، وما توفره من أسباب ترفيحية، وما تحمله في الوقت ذاته بين ثناياها من قدرة هائلة على الإنتاج، سواء بشكل واضح وصريح أو بشكل خفي ومستتر. وتكون هذه الاستراتيجية مرتبطة بالأهداف المتنوعة للتنمية المتواصلة في مجتمعاتهم (منصور، 2000، ص 141).

وإذا كانت هذه هي متطلبات نجاح الدور التنموي للاتصال، فنجد أنفسنا هنا أمام سؤال ما الحواجز الرئيسية التي تعترض الاستخدام الفعال للاتصال الشخصي كأداة تغيير في التنمية الاجتماعية؟

خاصة وأن هناك القوى العامة التي تعزز الوضع القائم وبالتالي تشكل حواجز تعوق التنمية والاتصال الفعال في المجتمعات النامية. فيمكننا تصور بعض الحواجز التي تعرقل التغيير من خلال مصطلحات حضارية مثل: الطباع الأساسية، والمعتقدات، وتجارب المجتمع السابقة،

ومفاهيم المجتمع عن الخطأ والصواب، وطبيعة ترابط عناصر الحضارة، والتكامل الأساسي لأجزائها. كما توجد بعض الحواجز الأخرى في طبيعة البنيان الاجتماعي للجماعة : مثل نمط الأسرة والعلاقة بين أعضائها، والطبقة وعوامل الطبقة، ومركز السلطة في الوحدات العائلية والسياسية، وطبيعة الأقسام والفئات وغير ذلك (الخطيب، 1983، ص93).

ويمكننا القول أن هذه الحواجز ذات أساس مجتمعي وبعبارة أخرى (حواجز اجتماعية) تعرقل التغيير. وعند تحديد هذه المعوقات وغيرها من المعوقات تأتي ضرورة تزويد الهيئة المشرفة على برامج التنمية في وزارة الإعلام، لأن العاملين يجب أي يكونوا على اضطلاع بكل العقبات ومصادر المقاومة. ودراسة المعوقات بعد تحديدها يجب أن يتم من قبل اختصاصيين في مختلف صنوف العلوم السلوكية وبعد الاستعانة بنتائج البحوث التي تجري لمعرفة المشاكل والحلول، ومن ثم يخطط لبرامج، تقدم بالوقت والوسيلة والشكل الذي يتفق مع نتائج هذه البحوث.

وبعد ذلك يأتي دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية من خلال التصدي للعادات والتقاليد التي تتعارض مع عملية التنمية، من عمليات تحديد النسل أو تهذيب الناس أو أضرار التدخين والمسكرات وتقديم الحقائق، ونشر الوعي الصحي الصحيح والعادات الفضلى بين الناس وتعمل على زيادة إيمانهم بالمبتكرات الحديثة سواء في مجال الصناعة أو الطب. ويأتي هنا دور الاتصال الشخصي مما له أثر أقوى من بقية الوسائل وذلك لأنه يتيح للمرسل مراقبة المستقبل أثناء تلقيه الرسالة ورد الفعل الذي ينتج من ذلك سواء بالقبول أو الرفض فهي تسمح بالتغذية الرجعية (احمد، 1982، ص241_264).

وفي إطار التفاعل المستمر بين الإعلام والاتصال الشخصي، فإن الحملات الإعلامية تؤتي ثمارها، وفقاً لمراحل حددها " روجرز " (مهدي، دت ،ص206):

1. مرحلة الإدراك أو الشعور: حيث يتعرض الفرد للفكرة، ويحيط بها علماً، ولكنه يحس بحاجته للمعلومات.
 2. مرحلة الاهتمام: حيث يصبح المرء راغباً في التعرف على دقائق الفكرة الجديدة، ويسعى إلى تنمية معلوماته بشأنها، من خلال الاستشارة والحوار مع من يأنس فيهم القدرة على إثباع فضوله.
 3. مرحلة التقويم: حيث يطبق المرء الفكرة المستحدثة تطبيقاً عقلياً على موقفه الراهن، وفي المستقبل، ويحدد بينه وبين نفسه مدى تحققه من مزايا.
 4. مرحلة المحاولة: حيث يستخدم المرء الفكرة ويجربها على نطاق ضيق، للوقوف على مدى ملاءمتها لإمكانياته وظروفه.
 5. مرحلة التبني: حيث يقرر المرء الاستقرار على الفكرة، واستخدامها استخداماً كاملاً، على أساس من الفهم والوعي والاقتناع.
- ومما سبق يتضح لنا أن التنمية غايتها الإنسان متيقظة لدرجة وعية وقدرته على المشاركة لأنهما لهما شأن بمدى دافعيته للتنمية وتطبيق قوانينها. مما يضع على عاتق القائمين بالاتصال التيقظ للاستراتيجية الشاملة، والبعد المترابط من اجتماعي إلى سياسي إلى اقتصادي إلى تربوي لأن التنمية ليست حكراً على إتجاه دون الآخر فهي مترابطة وشاملة.

الدراسات السابقة

1- (دراسة حبيب الله للحملة الإعلامية للتوعية باللايدز، 1998 دراسة تطبيقية لدور صحيفتي السودان الحديث والانقاذ الوطني في التوعية بالمرض و هي دراسة حالة محافظة الخرطوم):

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مقومات و عناصر الحملة الإعلانية بشكل عام والحملة الإعلامية بشكل خاص و ذلك من خلال دراسة وتحليل و تقييم التجربة الحالية و الخاصة بحملة التوعية و التعريف باللايدز. وقد اتبع الباحث المنهج المسحي، وتوصل إلى عدة نتائج من أهمها:

- أن الصحف تشكل وسيلة الاتصال الثالثة في نظر الجمهور، وتعد مصدراً هاماً من مصادر المعلومات لكل من الجمهور والقائم بالاتصال. كما أن الصحافة استطاعت إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى رسم صورة للايدز مساوية للموت نفسه باعتباره مرضاً غير عادي(حسن، 1998، ص3-7-126).

2- (دراسة السلايمة 2005 لدور وسائل الاتصال الجماهيري في الحملة الإعلامية لمركز الحسين للسرطان في جمع التبرعات المادية لمرضى السرطان).

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى انتشار الحملة الإعلامية لمركز الحسين للسرطان بين الشباب الجامعي. كما تهدف إلى معرفة الدور الذي لعبته كل وسيلة من وسائل الاتصال المستخدمة في الحملة كمصدر تعريف بهدفها وهو جمع التبرعات المادية أنماط الاستجابة للشباب الجامعي نحو الحملة وكان الدوافع وراء التبرع المادي للحملة هو مدى ثقة الشباب الجامعي بمركز الحسين للسرطان والجهات الأخرى المساهمة. واستخلصت الدراسة نتائج منها:

▪ أن الجهود التي بذلها القائمون بالحملة إلا أنها لم تؤد إلى غرضها المرجو حيث لم تصل إلى ما نسبتها (8 . 51%) من أفراد العينة، كما قامت وسائل الاتصال الجماهيري بأدوار مختلفة بالتعريف بالحملة، فكان التلفاز المرتبة الأولى ثم الصحف ثم الرسائل القصيرة على الهاتف الجوال . وتفاوتت قدرة وسائل الاتصال الجماهيري في الحث على التبرع فكانت الأساور الصفراء كأول مرة تظهر في الأردن لها أقوى دور. و جاء اختيار الهاتف النقال والأساور الصفراء طريقة جاذبة لهذه الفئة العمرية في جمع التبرع فكانت الاستجابة المادية من خلالهما موفقة وكبيرة (السلامة، 2008، ص93-100-114).

3- (منى أحمد عمران ، 2006 أثر الاتصال الشخصي في تنمية الوعي بمفاهيم الحماية من الإساءة الجنسية للأطفال ذوي التخلف العقلي البسيط، ، القاهرة)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الاتصال الشخصي في تنمية الوعي بمفاهيم للحماية من الإساءة الجنسية للأطفال. و استخدمت الباحثة استمارة تحديد المستوى الاجتماعي و الاقتصادي و الثقافي (اعداد صلاح مخيمر 1979م، واختيار جود انف - هاريس للذكاء ، ومقياس الوعي بمفاهيم الحماية من الإساءة الجنسية للأطفال ذوي التخلف العقلي البسيط (اعداد الباحثة) و برنامج الاتصال الشخصي لتنمية الوعي بالمفاهيم.

كما استخلصت هذه الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعة التجريبية قبل و بعد تطبيق برنامج الاتصال الشخصي لتنمية الوعي بمفاهيم الحماية من الإساءة الجنسية للمتخلفين عقلياً.

(عمران ، 2008 ، ص85)

4- (دراسة سمية أحمد محمد ، 2007 ، الحملات الإعلامية و دورها في التنمية الاقتصادية، دراسة وصفية تحليلية للحملات الإعلامية بمشروع سد مروري بالتطبيق على الحامدا اب الجديدة ما بين 2002-2005).

تناولت هذه الدراسة الحملات الإعلامية ودورها في التنمية الاقتصادية دراسة وصفية للحملات الإعلامية بمشروع سد مروري بالتطبيق على الحامدا ب. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وشملت أدوات البحث الاستبيان ،المقابلة والملاحظة. وهدفت هذه الباحثة من دراستها الى: معرفة طرق الحملات الإعلامية، و معرفة الدور الذي قامت به الحملات الإعلامية في التنمية الاقتصادية كما هدفت إلى الإلمام بدور الحملات الإعلامية في مشروع سد مروري .كما استخلصت عدة نتائج كان من أهمها:

ضعف قوة العلاقة بين إدارة الإعلام بسد مروري والمتأثرين ، و أن مشروع سد مروري ساعد في التنمية الاجتماعية بالمنطقة كما أكدت الدراسة أن هناك نسبة كبيرة من أفراد العينة غير راض بالرحيل و استخلصت الدراسة لعدم زيارة المسؤولين لأهالي المنطقة. وعدم اختيار إدارة الإعلام للوقت المناسب للحملات. (محمد، 2007،، رسالة ماجستير غير منشورة)

(Jay Doglass mar، 2009 دراسة الاتصال الشخصي والعلاقات المهنية بين أعضاء

الكلية والإدارين في التعليم العالي ، في الولايات المتحدة الامريكية ، اطروحة دكتوراة)

استخدم الباحث عينة عشوائية مكونة من 500 إداري و 500 عضو كلية واختيرت هذه العينة من مؤسسات معتمدة محلياً في الولايات المتحدة وتم استدعاء 1000 فرد للمشاركة في الدراسة وذلك من خلال إتمام أداة المسح الالكتروني.

تتركز الدراسة حول الاتصال الشخصي والعلاقات المهنية بين أعضاء الكلية والإداريين في التعليم العالي وركز الباحث على عرض نماذج متعددة للاتصال الشخصي والعلاقات المهنية وضم هذين العاملين مع بعضهم بعضاً إن هدف المؤلف أن تزود هذه الدراسة ونتائجها قطاع التعليم العالي بنظرة حول الاتصال الشخصي بين أعضاء الكلية والإداريين ومساعدته على تقليص مشاكل الاتصال والعلاقات بين المجموعتين.

كما استخلصت الدراسة التي تم إكمالها والمكونة من 65 عضو كلية و 55 إدارياً إلى عدة نتائج إنه يفضل أعضاء الكليات والإداريين التواصل شخصياً ويؤمنون الاتصال الشخصي هو أكثر الأنماط الاتصالية ملاءمة لتعزيز العلاقات المهنية الإيجابية وأشارت الدراسة أيضاً إلى الحاجة إلى إظهار متزايد للاحترام بين المجموعات إضافة إلى تحسين مستوى الاتصال الشخصي .

(Dareen Schuster ، مساهمة الاتصال الشخصي في الحملات الإعلامية : ، 2005 دراسة

دور التأثير الاجتماعي على الحملة الإعلامية لمكافحة التبغ على مستوى ولاية كاليفورنيا
إطروحة دكتوراه الولايات المتحدة الأمريكية) .

استخدم الباحث الملاحظة لمكافحة أثر صناعة التبغ تم القيام بالعديد من الحملات على مستوى الولاية لمكافحة التبغ من خلال أنماط كثيرة أو عديدة بما فيها برامج المجتمع (مكان العمل، السياسة المحلية، التنفيذ... الخ)

و كان الهدف من هذا المشروع فحص النموذج المقترح لنتائج إعلانات مكافحة واستخدام البيانات التي تم تجميعها من التقييم الذي أجري على البرنامج التعليمي الوقائي لمكافحة التبغ في ولاية كاليفورنيا ولذا تم الشروع بثلاث دراسات منفصلة ولكنها مترابطة لتقييم العلاقات ما بين المتغيرات الوسيطة، خصوصا معيار النتائج الاجتماعي على المستوى الفردي (والسلوكيات والمعتقدات ذات الصلة) ووسطاء استخدام التبغ على المستوى الفردي وذلك من خلال استخدام

موجه واحدة من البيانات التي تم تجميعها من مختلف شرائح السكان وتم تطوير الحملة الإعلامية بالاعتماد على النظريات حول التعلم الاجتماعي والاتصال المقنع .

وكان الهدف من هذه الدراسة دراسة التقنية التي أحدثت الحملات بواسطتها تغييراً فيما يتعلق في سلوكيات التدخين الفردية ودعم سياسة مكافحة التبغ .

و استخلصت الدراسة لعدة نتائج أهمها أنه لزيادة احتمالية التوصل إلى نتائج إيجابية يجب تصميم الرسالة على نحو تثير به العواطف وتحفز النقاش كما يجب ضم مقاييس الاستبانة الفعالة والاتصالات الشخصية خصوصاً طبيعة النقاش بما فيها التكرار والمحتوى ومع من تمت المناقشات والمحادثات في عمليات التقييم المستقبلية للحملات الإعلامية .

علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: تتفق الدراستان من جهة أنها كزت الحملات الإعلامية في هذه الدراسة على الابتعاد أو الاجتناب لمرض (الايذز) كما تركز الدراسة الحالية أيضاً بحملاتها الإعلامية على تجنب ظاهرة العنف المدرسي للأطفال.

الدراسة الثانية : تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية على أن كليهما تركزان على معرفة دور وسائل الاتصال المستخدمة في الحملة و إن اختلفتا في كون الدراسة الحالية تبحث عن دور الاتصال الشخصي بينما هذه الدراسة تبحث عن دور الاتصال الجماهيري.

الدراسة الثالثة: تتفق الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في كون الدراستين تتناولان دور الاتصال الشخصي في التنمية، بالإضافة إلى أن الدراستين تهدفان إلى تحقيق مستوى أفضل في تحسين الصورة الذهنية، وتحقيق مستوى أفضل في حماية الأطفال.

الدراسة الرابعة: تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيثية اتباع المنهج الوصفي، كما أن الدراستين توجهتا لمعرفة دور الحملات الإعلامية في التنمية فكانت هذه الدراسة تدرس

الحملة الإعلامية و أثرها في التنمية الاقتصادية بينما الدراسة الحالية تدرس دور الحملات الإعلامية في التنمية الاجتماعية.

الدراسة الخامسة: تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في دراسة فعالية الاتصال الشخصي في الحملات الإعلامية من منظور تربوي وتتفق الدراستان على أهمية الاتصال الشخصي في تطوير العمل وتحسين العلاقات .

الدراسة السادسة: تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث دراستها لأهمية الاتصال الشخصي كما تتفقان الدراسة لدراستهما ظواهر اجتماعية ولكن تختلفان في نوع الظاهر فأحدهما عن تناول التبغ والأخرى عن العنف ضد الأطفال في الأردن .

الفصل الثالث

منهج الدراسة و إجراءات الدراسة

- منهج الدراسة
- مجتمع الدراسة
- عينة الدراسة
- أداة الدراسة
- صدق و ثبات الأداة
- المعالجة الإحصائية

الفصل الثالث

منهج وإجراءات الدراسة

منهج الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي والذي يعرف بأنه طريقة في البحث تتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي دون تدخل الباحث في مجرياتها ويستطيع الباحث أن يتفاعل معها فيصفها ويحللها، كما أن المنهج الوصفي يتناسب مع أهداف الدراسة الحالية ويجب عن أسئلتها وفرضياتها، حيث تهدف هذه الدراسة إلى دراسة دور الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونسيف (معاً ... نحو بيئة مدرسية آمنة) من وجهة نظر المعلمين.

مجتمع الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة على معلمي ومعلمات مدارس وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين في منطقة شمال عمان اعتماداً على التقسيم الذي تتبعه اليونسيف والبالغ عددهم (1125) معلماً ومعلمة في مختلف المراحل الدراسية.

عينة الدراسة

تتألف عينة الدراسة من (273) معلماً ومعلمة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية وبنسبة (23.2%) من معلمي مدارس شمال عمان كافة، موزعة حسب المناطق كما يلي:

جدول رقم (1)

عدد عينة المعلمين حسب المناطق

النسبة المئوية	حجم العينة	عدد المعلمين	عدد المدارس	المنطقة
26.0%	71	230	10	النزهة
9.9%	27	81	4	جبل الحسين
10.3%	28	130	4	الهاشمي
25.3%	69	514	16	البقعة
12.5%	34	71	4	القصور
7.3%	20	49	2	صويلح
8.8%	24	50	2	وادي السير
100.0%	273	1125	42	المجموع

والجدول التالي يبين يوضح تصنيف أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة:

جدول رقم (2)

تصنيف أفراد عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	التصنيف	الخاصية
61.9%	169	ذكر	الجنس
38.1%	104	أنثى	
25.1%	68	أقل من 5 سنوات	الخبرة
21.8%	59	من 6 - 10 سنوات	
13.7%	37	من 11 - 15 سنة	

16 سنة فأكثر	107	39.5%
دبلوم بعد الثانوية	9	3.3%
بكالوريوس	203	74.9%
دبلوم عالي	17	6.3%
ماجستير	36	13.3%
أخرى	6	2.2%

أداة الدراسة:

تم إعداد الاستبانة وعرضها على مجموعة من المحكمين والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يلزم، وقد تم تقسيم الاستبانة إلى ثلاثة أقسام ، كما تمت مقابلة ستة من المسؤولين والمختصين ملحق(14) بموضوع حملة اليونسيف و قد تم الاستفادة من معلوماتهم في إثراء هذه الرسالة وكانت مقسمة كما يلي:

القسم الأول : يتكون من البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ويتكون من 3 فقرات.

القسم الثاني: يتناول قياس دور الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونسيف (معاً

... نحو بيئة مدرسية آمنة) من وجهة نظر المعلمين، وتم تقسيمها إلى ثلاثة محاور كما يلي:

المحور الأول: يناقش تطبيق وسائل وأساليب الحملة خلال جلسات الحوار الشهرية التي تهدف

لتعريف المعلمين بأنشطة الحملة، ويتكون من (17) فقرة.

المحور الثاني: يناقش تطبيق نشاطات الحملة والتي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة وأنشطتها، ويتكون من (6) فقرات.

المحور الثالث: يناقش أهداف الحملة الإعلامية من خلال مجموعات المناصرة، ويتكون من (5) فقرات.

وقد كانت الإجابات على كل فقرة مكونة وفق مقياس (Likert) الخماسي، كما في الجدول التالي:

جدول رقم (3)

مقياس ليكارت الخماسي

درجة الموافقة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

صدق وثبات الاستبيان:

تم تقنين فقرات الاستبانة وذلك للتأكد من صدق وثبات فقراتها كالتالي:

صدق الإتساق الداخلي:

تم التعرف على صدق الاستبانة عن طريق حساب معامل الارتباط بين كل عبارة من عباراتها والمحور الذي تنتمي إليه وكذلك بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لها وذلك باستخدام معامل ارتباط بيرسون، ويوضح ذلك الجداول التالية:

1- معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين فقرات كل محور والدرجة الكلية للمحور

المنتمية إليه:

جدول رقم (4)

معاملات ارتباط فقرات كل محور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

المحور	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط
وسائل وأساليب الحملة	1	*0.607	7	*0.841	13	*0.706
	2	*0.619	8	*0.613	14	*0.846
	3	*0.480	9	*0.752	15	*0.653
	4	*0.633	10	*0.812	16	*0.786
	5	*0.649	11	*0.704	17	*0.704
	6	*0.750	12	*0.771		
تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة	1	*0.860	3	*0.892	5	*0.878
	2	*0.908	4	*0.764	6	*0.874
أهداف الحملة	1	*0.742	3	*0.859	5	*0.908
	2	*0.892	4	*0.905		

* دالة عند مستوى 0.05

يتضح من هذا الجدول أن جميع معاملات الارتباط بين الفقرات والمحور المنتمية إليه كانت موجبة وتتراوح قيمها بين (0.480 - 0.908) وهي معاملات ارتباط مرتفعة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

2- معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لها:

جدول رقم (5)

معاملات ارتباط كل محور بالدرجة الكلية لها

المحور	معامل الارتباط
وسائل وأساليب الحملة	*0.963
تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة	*0.872
أهداف الحملة	*0.869

** دالة عند مستوى 0.05

ويبين هذا الجدول معاملات ارتباط كل محور من محاور الاستبانة بالدرجة الكلية لها وجميعها كانت موجبة وتتراوح قيمها بين (0.869 - 0.963) وهي معاملات مرتفعة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

وهذا يدل على أن جميع فقرات الاستبانة صادقة ونقيس الهدف الذي وضعت من أجله.

ثانياً: ثبات الاستبانة:

تم استخدام معامل ثبات الفا كرونباخ للتحقق من ثبات كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لها وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (6)

معاملات ثبات ألفا كرونباخ

لكل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لها

المحور	معامل الثبات
وسائل وأساليب الحملة	0.931
تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة	0.931

أهداف الحملة	0.913
الدرجة الكلية للاستبانة	0.961

ويتضح من هذا الجدول أن معاملات الثبات تتراوح قيمتها بين (0.913 - 0.961) وهي معاملات ثبات مرتفعة جدا مما يطمئن إلى أن الاستبانة تتمتع بقدر مرتفع من الثبات.

المعالجة الإحصائية:

استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية الآتية:

- معامل ثبات الفاكرونباخ (**Cronbach's alpha**) لقياس ثبات الاستبانة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، للإجابة عن أسئلة الدراسة الأول والثاني والثالث.
- اختبار "ت" للعينات المستقلة (**T test**) لمعرفة دلالة الفروق في محاور الدراسة الثلاثة حسب الجنس عند الإجابة عن الفرع الأول من السؤال الرابع.
- اختبار تحليل التباين الاحادي (**One Way Anova**) لمعرفة دلالة الفروق في محاور الدراسة الثلاثة حسب المؤهل العلمي والخبرة عند الإجابة عن الفرعين الثاني والثالث من السؤال الرابع.
- معامل ارتباط بيرسون (**Person Correlation**) لقياس مدى العلاقة بين محاور الدراسة والدرجة الكلية لها، والإجابة عن السؤالين الخامس والسادس من أسئلة الدراسة.

الفصل الرابع
نتائج الدراسة (التحليل الإحصائي)

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

1. وسائل الاتصال الشخصي و أساليبه في حملة (اليونيسيف):

أظهرت نتائج الدراسة، فيما يتعلق بوسائل الاتصال الشخصي وأساليبه كما في السؤال الأول، التي طبقت في حملة (اليونيسيف) والتي هدفت تعريف المعلمين بأنشطة الحملة، أن (اجتماعات مجموعة المناصرة) كان لها الدور الأهم في هذه الوسائل، فقد جاءت بالمرتبة الأولى بعد احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، التي طبقت على فقرات الاستبانة. ويظهر الجدول رقم (7) مجمل النتائج المتعلقة بالاجابة عن السؤال الأول من أسئلة الدراسة والمتعلق بالوسائل و الأساليب وكانت النتائج كما يأتي:

جدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لاجابات أفراد العينة

للفقرات المتعلقة بوسائل وأساليب الاتصال الشخصي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوسائل	الرقم كما في الإستمارة
1	1.065	3.81	دور اجتماعات مجموعة المناصرة مهم	5
2	0.986	3.75	أجواء النقاش خلال مجموعة المناصرة مريح	11
3	0.94	3.72	كانت نقاشات مجموعة المناصرة تدور حول أهداف الحملة	10
4	0.971	3.71	وضّحت جلسات الحوار في مجموعة المناصرة الغاية	3
5	0.951	3.69	مجموعة المناصرة تنظم اجتماعاتها بانتظام شهري	1
6	0.975	3.65	جلسات الحوار في مجموعة المناصرة جدية كما يجب	2
7	1.08	3.60	أعطت اجتماعات مجموعة المناصرة نبذة هامة عن أبدال	4

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوسائل	الرقم كما في الإستمارة
8	0.968	3.57	اشتملت جلسات الحوار الشهرية على خطة عمل لكيفية تطوير قواعد سلوكية بالتعاون مع الطلبة	15
9	1.005	3.56	تمت مناقشة الرؤية العامة لحملة (معا) في اجتماعات مجموعة	14
10	1.03	3.54	أعد منسق المجموعة محضر اجتماع حول كل جلسة بحيث يتضمن عدد الحاضرين والقضايا الرئيسية التي تمت مناقشتها	8
11	1.056	3.49	كان لي نصيب كاف من إبداء الرأي بجلسات الحوار	17
12	1.038	3.49	ما يدور في جلسات الحوار لمجموعة المناصرة رسائل مقنعة	7
13	1.054	3.49	جلسات الحوار لمجموعة المناصرة سهلة ومن السهولة متابعتها	6
14	1.035	3.46	شملت الاجتماعات أدواراً تدريبية لتوضيح استخدام إجراءات ابدال العقاب	12
15	1.025	3.43	يتم توزيع بطاقة خاصة من خلال الاجتماعات تزودني بالاسلوب البديل في تعديل سلوك التلاميذ للحملة الوطنية	13
16	1.039	3.43	الرسائل تخاطبني مباشرة	16
17	1.166	3.26	زودتني اجتماعات مجموعة المناصرة بنتائج المسح الشهري لحالات العنف	9
	0.773	3.57		المجموع

• المتوسط الحسابي من 5 درجات

ويوضح الجدول رقم (7) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تطبيق وسائل وأساليب الاتصال الشخصي من وجهة نظر المعلمين تراوحت بين (3.26 - 3.81) كما حصلت الدرجة الكلية لتطبيق وسائل وأساليب الاتصال الشخصي على مستوى متوسط ومتوسط حسابي قيمته (3.57)، حيث تم اعتبار المتوسط الحسابي ما بين (1-2.33) مستوى منخفض وما بين (2.34-3.66) مستوى متوسط وما بين (3.67-5) مستوى مرتفع.

كما يتضح أن الفقرة (5) " دور اجتماعات مجموعة المناصرة مهم " جاءت بالترتيب الأول من بين وسائل وأساليب الاتصال الشخصي حيث حصلت على متوسط حسابي مرتفع وقيمته (3.81)، تليها الفقرة (11) " أجواء النقاش خلال مجموعة المناصرة مريح " وحصلت على

متوسط حسابي مرتفع وقيمه (3.75)، تليها الفقرة (10) " كانت نقاشات مجموعة المناصرة تدور حول أهداف الحملة الوطنية " وحصلت على متوسط حسابي مرتفع وقيمه (3.72)، تليها الفقرة (3) " وضّحت جلسات الحوار في مجموعة المناصرة الغاية المقصودة" وحصلت على متوسط حسابي مرتفع وقيمه (3.71)، تليها الفقرة (1) " مجموعة المناصرة تنظم اجتماعاتها بانتظام شهري " وحصلت على متوسط حسابي مرتفع وقيمه (3.69).

بينما حصلت الفقرات الأخرى على متوسط حسابي بمستوى متوسط، وحصلت الفقرة (9) "زودتني اجتماعات مجموعة المناصرة بنتائج المسح الشهري لحالات" على ادنى متوسط حسابي وقيمه (3.26).

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما النشاطات التي تدخل ضمن الاتصال الشخصي التي هدفت

إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لكل فقرة من الفقرات المتعلقة بالنشاطات التي دخلت ضمن الاتصال الشخصي التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لإجابات أفراد العينة للفقرات

المتعلقة بنشاطات الاتصال الشخصي التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النشاط	الرقم
1	1.045	3.62	عقد لقاءات مجتمعية لأولياء الأمور عن الحملة	2
2	1.121	3.59	عقد محاضرات لأولياء الأمور عن الحملة	3
3	1.101	3.59	تنظيم الطلبة لعمليات المسح الشهري لحالات العنف من خلال الاستبانات	4

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النشاط	الرقم
4	1.098	3.52	مناقشة نتائج مسح الطلبة الشهري المتعلق بالاسلوب الجديد في توجيه وتعديل سلوك الطلبة	5
5	1.080	3.45	تم عقد لقاءات مجتمعية ومحاضرات لمناقشة رسالة الطالب مع الطلبة	6
6	1.149	3.37	تم تطبيق يوم نشاط مدرسي حول الحملة	1
المجموع				
0.941		3.52		

* المتوسط الحسابي من 5 درجات

ويوضح الجدول رقم (8) أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بنشاطات الاتصال الشخصي التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة من وجهة نظر المعلمين كانت جميعها بمستوى متوسط حيث تراوحت بين (3.37 - 3.62) كما حصلت الدرجة الكلية لهذه النشاطات على مستوى متوسط ومتوسط حسابي قيمته (3.52).

كما يوضح الجدول أن الفقرة (2) " عقد لقاءات مجتمعية لأولياء الأمور عن الحملة " حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمته (3.62)، بينما حصلت الفقرة (1) " تم تطبيق يوم نشاط مدرسي حول الحملة " على أدنى متوسط حسابي وقيمته (3.37).

أما النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: هل تحققت أهداف الحملة من وجهة نظر المعلمين؟

للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لكل فقرة من الفقرات المتعلقة بتحقيق أهداف الحملة من وجهة نظر المعلمين، وكانت النتائج كما يلي:

يلي:

جدول رقم (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لاجابات أفراد العينة

للفقرات المتعلقة بتحقيق أهداف الحملة من وجهة نظر المعلمين

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الهدف	الرقم
1	0.9571 3	3.70	أنا أطبق كل ما خرجنا به من نتائج حوارات مجموعة المناصرة	4
2	1.0805 9	3.62	زودتني مجموعة المناصرة بمعلومات مفيدة	5
3	1.0503 1	3.59	مجموعة المناصرة بمثابة معلم جديد للأهالي	1
4	1.0805 5	3.51	لعبت مجموعة المناصرة دوراً كبيراً في تغيير أساليب المعلمين في التعامل مع العنف	3
5	1.1217 1	3.48	ساهمت اجتماعات مجموعة المناصرة بخفض العنف بشكل كبير	2
	0.925	3.58		المجموع

المتوسط الحسابي من 5 درجات

ويوضح الجدول رقم (9) أن المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بتحقيق أهداف الحملة من

وجهة نظر المعلمين كانت جميعها بمستوى متوسط حيث تراوحت بين (3.48 - 3.70)

كما حصلت الدرجة الكلية لهذه الفقرات على مستوى متوسط ومتوسط حسابي قيمته (3.58).

كما يوضح الجدول أن الفقرة (4) "أنا أطبق كل ما خرجنا به من نتائج حوارات مجموعة

المناصرة" حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمته (3.70)، بينما حصلت الفقرة (2)

ساهمت اجتماعات مجموعة المناصرة بخفض العنف بشكل كبير " على أدنى متوسط حسابي

وقيمته (3.48).

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: هل يوجد أثر لمحاور الدراسة الثلاثة (وسائل وأساليب

الاتصال الشخصي، نشاطات تعريف الطلبة وأولياء أمورهم، تحقيق أهداف الحملة) تعزى

للمتغيرات (الجنس، الخبرة، المؤهل العلمي)؟

أولاً: أثر محاور الدراسة حسب الجنس: وللإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات

الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة حسب الجنس واستخدام اختبار "ت" لمعرفة

دلالة الفروق بين هذه المتوسطات، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (10)

نتائج اختبارات دلالة الفروق في محاور الدراسة تبعا لمتغير الجنس

المحور	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
وسائل وأساليب الاتصال الشخصي	ذكور	3.54	0.736	0.786-	0.433
	إناث	3.61	0.832		
نشاطات تعريف الطلبة وأولياء أمورهم	ذكور	3.45	0.968	1.571-	0.117
	إناث	3.64	0.889		
تحقيق أهداف الحملة	ذكور	3.51	0.918	1.548-	0.123
	إناث	3.69	0.930		

يتضح من الجدول رقم (10) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في

محاور الدراسة الثلاثة تعزى لمتغير الجنس.

ثانياً: أثر محاور الدراسة حسب الخبرة:

وللإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور

الدراسة حسب الخبرة، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة حسب الخبرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الخبرة	المحور
0.711	3.40	أقل من 5 سنوات	وسائل وأساليب الاتصال الشخصي
0.822	3.57	من 6 - 10 سنوات	
0.774	3.65	من 11 - 15 سنة	
0.777	3.63	16 سنة فأكثر	
0.857	3.42	أقل من 5 سنوات	نشاطات تعريف الطلبة وأولياء أمورهم
0.917	3.58	من 6 - 10 سنوات	
1.018	3.55	من 11 - 15 سنة	
0.975	3.56	16 سنة فأكثر	
0.848	3.44	أقل من 5 سنوات	تحقيق أهداف الحملة
1.003	3.59	من 6 - 10 سنوات	
1.003	3.54	من 11 - 15 سنة	
0.909	3.66	16 سنة فأكثر	

ولمعرفة دلالة هذه الفروق تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (12)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي

لدلالة الفروق في محاور الدراسة تبعا لمتغير الخبرة

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
وسائل وأساليب الاتصال الشخصي	بين المجموعات	2.484	3	0.828	1.394	0.245
	داخل المجموعات	158.639	267	0.594		
نشاطات تعريف الطلبة وأولياء أمورهم	بين المجموعات	1.060	3	0.353	0.399	0.754
	داخل المجموعات	234.499	265	0.885		
تحقيق أهداف الحملة	بين المجموعات	2.199	3	0.733	0.851	0.467
	داخل المجموعات	223.975	260	0.861		

يتضح من الجدول رقم (12) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في

أي من محاور الدراسة تعزى لمتغير الخبرة.

ثالثاً: أثر محاور الدراسة حسب المؤهل العلمي:

وللإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور

الدراسة حسب المؤهل العلمي، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاوَر الدراسة حسب المؤهل العلمي

المحور	المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
وسائل وأساليب الاتصال الشخصي	دبلوم بعد الثانوية	3.67	1.004
	بكالوريوس	3.56	0.793
	دبلوم عالي	3.67	0.622
	ماجستير	3.57	0.668
	دكتوراة	3.32	0.837
نشاطات تعريف الطلبة وأولياء أمورهم	دبلوم بعد الثانوية	3.91	1.026
	بكالوريوس	3.52	0.940
	دبلوم عالي	3.57	1.049
	ماجستير	3.50	0.824
	دكتوراة	3.19	1.176
تحقيق أهداف الحملة	دبلوم بعد الثانوية	3.84	0.942
	بكالوريوس	3.54	0.952
	دبلوم عالي	3.80	0.718
	ماجستير	3.63	0.796
	دكتوراة	3.23	1.335

ولمعرفة دلالة هذه الفروق تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (14)

اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في محاوَر الدراسة

حسب المؤهل العلمي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
وسائل وأساليب الاتصال الشخصي	بين المجموعات	0.661	4	0.165	0.274	0.895
	داخل المجموعات	160.46 2	266	0.603		
نشاطات تعريف الطلبة وأولياء أمورهم	بين المجموعات	2.057	4	0.514	0.582	0.676
	داخل المجموعات	233.50 2	264	0.884		

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
تحقيق أهداف الحملة	بين المجموعات	2.563	4	0.641	0.742	0.564
	داخل المجموعات	223.61 1	259	0.863		

يتضح من الجدول رقم (14) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في أي من محاور الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: هل هناك علاقة بين وسائل وأساليب الاتصال الشخصي التي

تم تطبيقها أثناء الحملة الإعلامية وتحقيق أهداف الحملة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم إجراء اختبار بيرسون بين وسائل وأساليب الاتصال الشخصي التي تم تطبيقها أثناء الحملة الإعلامية وبين أهداف الحملة، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (15)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين

وسائل وأساليب الاتصال الشخصي وبين أهداف الحملة

مستوى الدلالة	قيمة الارتباط
0.000	0.771

وتبين هذه النتيجة وجود علاقة ارتباطية مرتفعة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين وسائل وأساليب الاتصال الشخصي التي تم تطبيقها أثناء الحملة الإعلامية وبين أهداف الحملة.

النتائج المتعلقة بالسؤال السادس: هل هناك علاقة بين النشاطات التي هدفت إلى تعريف الطلبة

وأولياء أمورهم بالحملة وتحقيق أهداف الحملة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم إجراء اختبار بيرسون بين النشاطات التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة وبين تحقيق أهداف الحملة، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (16)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين

النشاطات التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة وبين أهداف الحملة

مستوى الدلالة	قيمة الارتباط
0.000	0.680

وتبين هذه النتيجة وجود علاقة ارتباطية مرتفعة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين

النشاطات التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة وبين أهداف الحملة.

الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

1- أشارت النتائج فيما يتعلق بالسؤال الأول الى أنه تم استخدام وسائل وأساليب الاتصال الشخصي بدرجة متوسطة في مدارس وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين في منطقة شمال عمان ، وتعتقد الباحثة أن ذلك يعود إلى وجود عدد لا بأس به من المعلمين ليس لديه قناعة كافية بهذه الحملة، برغم كانت قناعتهم بأهمية الاجتماعات لأنه كان يترأسها مجموعة من المعلمين يحرصون على الحوار بما فيه المصلحة للجميع وتعويضهم الشيء الذي يعتقدون أن اليونيسيف تجاهلته وهو حق المعلمين المعنوي والمادي، فاعتبروا المعلمين أن النقاشات التي كانت تدور فيها كانت هادفة لأنها تعرض نماذج من المعلمين سواء كانت سلبية أو إيجابية، مما يساهم في إعطاء المعلمين صورة عن الأسلوب الأنسب في البيئة التربوية التي تخص مدارس وكالة غوث الأردن، ومناقشة قضايا المعلمين و ما يتعرضون له من جراء تطبيق بنود الحملة أو إهمالها. مما يدل على أن الاجتماعات لعبت دوراً فعالاً في التحسين والتطوير حيث كما علمت الباحثة أن الاجتماعات وضعت برامجاً مدروسة و تخطيطات منسقة لعقد الاجتماعات واختيار الأوقات المناسب وهذا يبرهن ماتوصلت إليه الفقرة رقم (5) من السؤال الأول "دور اجتماعات المناصرة مهم" حيث جاءت بالترتيب الأول من بين وسائل الاتصال الشخصي حيث حصلت على متوسط حسابي مرتفع وقيمته (3.81) وتليها الفقرة (11) "أجواء النقاش خلال مجموعة المناصرة مريح" حيث حصلت على متوسط حسابي مرتفع وقيمته (3.75) مما يؤكد أن الجو العام للاجتماع ملائم للجميع وإثبات أنه لم يكن هناك مكان للمناقشات الفوضوية أو المجابهات الشخصية، خلال مجموعة المناصرة، مما يثبت أن "نقاشات مجموعة المناصرة كانت

تدور حول أهداف الحملة الوطنية معا" والتي حصلت بدورها على متوسط حسابي مرتفع وقيمته (3.72) كما يدل على أن الاتصال الشخصي (الاجتماعات) هي الوسيلة الأنسب في حال توضيح أهداف حملة ما.

كما يثبت أن جلسات الحوار أوضحت الغاية المقصودة منها وكانت البنية العامة لجلسات الحوار ملائمة لمتطلبات و أهداف الاجتماع، وهذا يدل على الطابع المرن الذي اتخذته الاجتماعات بسبب توافق نوعيتها مع الهدف المطلوب منها، مما يبرهن ارتفاع المتوسط الحسابي لفقرة" وضحت جلسات الحوار في مجموعة المناصرة الغاية المقصودة" حيث حصلت على متوسط حسابي قيمته (3.71).

و يرجع ارتفاع هذه النسب إلى الانتظام الشهري لاجتماعات مجموعة المناصرة ، حيث تبين من خلال المتوسط الحسابي لتنظيم مجموعة المناصرة بشكل شهري أنها مرتفعة حيث حصلت على متوسط حسابي وقيمته(3.69) لأن قناعات المعلمين بما تدور حوله الاجتماعات كانت كبيرة لأنها تناقش قضايا يعيشها المعلم طوال تواجده بالمدرسة.

في حين حصلت الفقرة رقم 9 "زودتني اجتماعات المناصرة بنتائج المسح الشهري" على أدنى متوسط حسابي وقيمته (3.26) ، علماً بأنها كانت موجودة ولكن عدم اهتمام المعلمين بنتائج المسح، وعدم قناعة أغليبيتهم ببؤد الحملة جعلتهم ليسوا حريصين على التزود بها.

2- أما فيما يتعلق بالسؤال الثاني فقد أشارت النتائج إلى أن مستوى تطبيق نشاطات الاتصال الشخصي التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة كانت جميعها بمستوى متوسط حيث تراوحت ما بين (3.37) و (3.62) أما الدرجة الكلية لهذه النشاطات حصلت على مستوى متوسط و متوسط حسابي قيمته (3.52).

فكانت فقرة (2) "عقد لقاءات مجتمعية لأولياء الأمور عن الحملة" أعلى متوسط حسابي حيث حصلت على متوسط وقيمتها (3.62) فلقد توضح للباحثة أن المدرسة كانت تحرص على توحيد الأسلوب المتبع ما بين المدرسة والأهل اتجاه التلاميذ. ويبدو أن هذا كان على حساب النشاطات الأخرى فكانت هذه المدارس تعتبر أن إقناع الأهل بالأسلوب المتبع هو أفضل الأنشطة لأن إقناع الأهل قد يجزي عن عمل أنشطة أخرى ليست بصلب الهدف المرجو مما يبرهن أن فقرة "تطبيق يوم نشاط مدرسي حول الحملة" حصلت على أدنى متوسط حسابي وقيمتها (3.37).

3- وفيما يتعلق بالسؤال الثالث فقد أشارت النتائج إلى أن مستوى تحقيق أهداف الحملة من وجهة نظر المعلمين كانت جميعها بمستوى متوسط أيضاً حيث تراوحت بين (3.48 - 3.70) والدرجة الكلية لهذه الفقرات حصلت على مستوى متوسط و متوسط حسابي قيمته (3.58). وترجع نسبتها المتوسطة إلى عدم القناعة الكافية ببند الحملة من قبل المعلمين لأنه برأيهم أن العنف تعالج من جهة واحدة فقط وهي العنف من المعلمين على التلاميذ، ولكنه أصبح من التلاميذ على بعض أو من التلاميذ على المعلمين (العنف اللفظي). مما يعني أن تطبيق البنود لا يعني الاقتناع وإنما مفاداة للعواقب فنجد أن الفقرة رقم (4) "أنا أطبق كل ما خرجنا به من نتائج حوارات مجموعة المناصرة" حصلت على أعلى متوسط حسابي فيما يتعلق بأهداف الحملة. و الفقرة المتعلقة بخفض العنف حصلت على أدنى متوسط وقيمتها (3.48). فهذا المتوسط يعني كما ذكرت آنفاً أن العنف أخذ أشكلاً أخرى كعنف التلاميذ على بعض أو العنف اللفظي الموجه للمعلمين أو العنف الجسدي في أصعب الأحوال. فبرأي المعلمين أن السيطرة خرجت عنهم مما جعل هناك تمادياً للتلاميذ.

4- أما النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع فتشير الى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في محاور الدراسة الثلاثة (وسائل وأساليب الاتصال الشخصي، ونشاطات تعريف الطلبة وأولياء أمورهم، وتحقيق أهداف الحملة) تعزى لمتغير الجنس أو الخبرة أو المؤهل العلمي. ويرجع ذلك إلى سبب رئيس و جوهري وهو أنه جميع المعلمين بمختلف أجناسهم و مؤهلاتهم وخبراتهم يتلقون نفس التعليمات و الجزاءات من نفس الجهات ويطبقونه في بيئات متشابهة وبالتالي فهم يتشابهون في مسببات التطبيق و أشكاله.

5- أما فيما يتعلق بالسؤالين الخامس والسادس فقد أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية مرتفعة ذات دلالة إحصائية بين وسائل وأساليب الاتصال الشخصي التي تم تطبيقها أثناء الحملة الإعلامية وبين تحقيق أهداف الحملة، وكذلك إلى وجود علاقة ارتباطية مرتفعة ذات دلالة إحصائية بين النشاطات التي هدفت إلى تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة وبين تحقيق أهداف الحملة. وتشير هذه النتيجة إلى أهمية دور الاتصال الشخصي في الحملات الإعلامية ودوره الفاعل في تعديل أنماط سلوكية للأفراد عندما تكون واقعية في طرحها للأهداف والوسائل والبرامج. فتحقيق العلاقة الارتباطية المرتفعة للاتصال الشخصي (الاجتماعات) في مدارس الوكالة يرجع للدور الذي لعبه الاتصال الشخصي من تحقيق التآلف والتواد بين المعلمين وتبادل الآراء والخبرات الإيجابية والسلبية مما انعكس إيجاباً على تحقيق أهداف الحملة. فانسجام المجموعات معاً ، واستخدام تواصل العيون (EyeContact) ، والاقتراب من الآخرين أثناء التحدث معهم ، واستخدام الألفاظ المرنة ، وإتاحة الفرص للآخرين للحديث عن آرائهم من شأنه أن يكمل الأهداف المرجوة بالنجاح. فالاجتماعات أفضل الطرق لنقل معلومات إلى أعضاء مجموعة صغيرة لأنها تعطي كل شخص مساحة لا بأس بها من التعبير.

التوصيات

في ضوء نتائج هذه الدراسة توصي الباحثة القائمين على الحملات الإعلامية التي تهدف لحماية الأطفال في المدارس من التعرض للعنف إلى تبني التوصيات التالية للوصول إلى بيئة مدرسية آمنة:

1. إجراء دراسات مختلفة حول دور الاتصال الشخصي في الحملات الإعلامية لوقاية وحماية الأطفال من التعرض للعنف.
2. الاستمرار في توعية الكوادر المسؤولة عن تطبيق وسائل الاتصال الشخصي.
3. الاستناد إلى سياسة إعلامية واضحة ومفهومة مبنية على خطة دقيقة تبين الأهداف المطلوب تحقيقها من الحملة الإعلامية.
4. التركيز على البحوث الإجرائية المتعلقة بحل المشكلات المرتبطة بالمدرسة الآمنة.
5. الاستناد إلى آراء العلماء والخبراء والمختصين وتوخي الدقة عند وضع أهداف الحملات الإعلامية في مجال حماية الأطفال من العنف وأن تكون الخطة ممكنة التحقيق، وأن تكون عملية مستمرة ومتجددة ومنسقة وليست نشاطاً مؤقتاً.
6. توحيد الجهود ما بين القائمين على الحملة (اليونيسيف) و القائمين على الاجتماعات.
7. تدعيم الجهود الوطنية الإعلامية ليكون هدفها تكثيف الحملات و وضع وسائل أكثر مرونة في تطبيق الحملات .

8. العمل على توفير بيئة مريحة للمعلمين وزيادة الدعم المادي والمعنوي لهم ليشعر المعلمين بأريحية اتجاه الحملة .
9. الأخذ بعين الاعتبار طبيعة البيئة الأردنية عند وضع استراتيجيات التطبيق.
10. إجراء دراسات تهتم بفه البنيات الاجتماعية التي يعيشها التلاميذ لمعرفة الأسس القويمة عند وضع الأهداف و آلية التطبيق.
11. عدم أخذ أهداف دولية جاهزة بدون تدويرها لما يناسب البيئة المحلية ، فليس ما يناسب دولة يناسب دولة أخرى .بسبب الاختلاف في الصورة النمطية ، والتكوين الثقافي وغيرها.

المراجع و المصادر:

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: المصادر باللغة العربية:

- 1- أبو اصبغ، صالح، (1989). دراسات في الإعلام والتنمية العربية. دبي: مؤسسة البيان.
- 2- أبو عرقوب، ابراهيم (1993). الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- 3- أحمد، محمد عبدالقادر، (1982). دور الإعلام في التنمية. الجمهورية العراقية: منشورات وزارة الثقافة والإعلام.
- 4- اللجنة المشرفة للبيئة المدرسية الآمنة، (2009). الدليل التدريبي معاً لإيجاد بيئة مدرسية آمنة خالية من العنف. عمان: وزارة التربية والتعليم.
- 5- الدليمي، حميد جاعد، (1989). التخطيط الإعلامي/ المفاهيم و الاطار العام. عمان: دار الشروق للدعاية والإعلان.
- 6- الدليمي، عبدالرزاق، (2010). الإعلام اشكاليات التخطيط والممارسة. عمان: دار جرير.
- 7- المبيضين، عبدالرحمن، (2001). وسائل الاتصال، إعلام، علاقات عامة، دعاية وإعلان، اتصالات وتواصل. عمان: دار البركة.
- 8- الموسى، عصام، (1986). مدخل إلى الاتصال الجماهيري. اربد: مكتبة الكتاني.

- 9-النمر، محمدصبري، (د.ت). أساليب الاتصال الاجتماعي. الاسكندرية: المكتب العلمي للكمبيوتر للنشر والتوزيع.
- 10-العقاد، ليلى، (د.ت). مدخل إلى نظريات الاتصال ووسائله. دمشق: كلية الآداب جامعة دمشق.
- 11-الخطيب، عمر، (1983). الإعلام التنموي. الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر.
- 12-إمام، ابراهيم، (1975). الإعلام والاتصال بالجمهورية. مكتبة الأنجلو المصرية: القاهرة
- 13-إمام، ابراهيم، (1980). فن العلاقات العامة والإعلام. القاهرة: مكتبة الأنجلو المعرفية.
- 14-بن صفير، زكريا، (2004). الحملات الانتخابية، مفهومها، ووسائلها وأساليبها. الجزائر: دار الحزونية.
- 15-جامعة اليرموك واللجنة الفنية لمشروع الاتصال السكاني، (1990). تأثير الحملة الإعلامية على مستويات الممارسة المتعلقة بتنظيم الأسرة. نموذج تطبيقي. اربد.
- 16-دهبية، محمد محمود، (2009). الإعلام المعاصر. عمان: دار المكتبة العربي للنشر.
- 17-هاتيرسللي، ميشيل وجلعوط، سامر و ماكجينت ،ليندا، (2000). الاتصال والاتصال الإداري : المبادئ والممارسة ترجمة دار الرضا للنشر. سوريا: دار الرضا للنشر.
- 18-حجاب، محمد منير، (2007). الاتصال الفعال للعلاقات العامة. القاهرة: دار الفجر للتوزيع.
- 19-حسنين، محمد حسين، (1991). وسائط الاتصال في التنمية على مستوى القرية. عمان: جمعية عمال المطابع التعاونية.
- 20-حسنين، سمير محمد، (1984). الاعلام والاتصال بالجمهورية والرأي العام. القاهرة: عالم الكتب.

- 21-لونات، ميشيل، (1993)، الإعلام الاجتماعي. ترجمة صالح بن حليلة. تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
- 22-ماكويل، دينيس، (1992). الإعلام وتأثيراته دراسات في بناء النظرية الإعلامية. ترجمة عثمان العربي بيروت.
- 23-مهدي، محمد محمود، (د،ت). المدخل في تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- 24-موسى، غانم فنجان و أحمد ، فاطمة فالح، (2010). استباق مقاومة الإقناع. السويد: فيشون ميديا فكتشو.
- 25-محمد، سيد محمد،(1979). الإعلام والتنمية. القاهرة: دار المعارف
- 26-منصور، هالة، (2000). الاتصال الفعال- مفاهيمه وأساليبه ومهاراته- الاسكندرية: المكتبة الجامعية.
- 27-عبيدات، محمد، (2004). التسويق الاجتماعي الأخضر والبيئي. عمان: دار وائل للنشر.
- 28-عجوة، علي، (2001). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- 29-عليان، ربحي مصطفى والطوباسي، عدنان محمد(2004) الاتصال والعلاقات العامة . عمان:دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 30-عليان، خليل، (2007). العنف ضد الأطفال في الأردن. عمان: اليونيسيف المجلس الوطني لشؤون الأسرة.

31-عليق، أحمد محمد وشومان، محمد، عبد الناصف يوسف والملاح، ماهر عبدالوهاب وعمار، محمد محمد جاب الله، (2004). وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

32-عايش، آمال، (2009). مشروع بيئة مدرسية آمنة وكالة الغوث/كنموذج عمان: بدعم من الصندوق الكندي للمبادرات المحلية.

33-فتح الباب، عبدالحليم و حفظ الله، ابراهيم، (1985)، وسائل التعليم و الإعلام القاهرة: عالم الكتب.

34-فهيم، محمد سيد، (2010). فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية. الاسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.

35-صالح، فريال حسن، (1996). العنف في المدارس في الأردن، محاضرة في جمعية مراكز الانماء الخيرية. عمان: اليونيسيف.

36-قطامي، يوسف محمد، (2007). برنامج تهيئة البيئة التربوية للمعلم: البيئة الآمنة. عمان: دار بينو.

37-رشتي، جيهان، (1975). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. القاهرة: دار الفكر العربي.

38-رشتي، جيهان، (1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام ط2. القاهرة: دار الفكر العربي

39-شابسوغ، يوسف شمس الدين، (د،ت). دور الشرطة في التعامل مع العنف المدرسي، محاضرة في جمعية مراكز الانماء الخيرية. عمان: يونيسيف.

40-غريب، غريب عبد السميع، (2006). الاتصال الفعال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر. الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.

ثالثاً: المجلات والدوريات:

- 1- أبو عليا، محمد (2001) "أثر العنف المدرسي في درجة شعور الطلبة بالقلق و تكيفهم المدرسي"، الجامعة الأردنية : مجلة دراسات العلوم التربوية،المجلد 28،آذار ، العدد 1 ، ص107
- 2-الربيعات، علي فياض(2007) " دور وسائل الاتصال في نشر الوعي الثقافي لدى النشئ"،مجلة جامعة اليرموك سلسلة العلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 23، العدد 1 ، ص219-220.
- 3-الشرعة ،ضيف الله،(1430) " قدرة الإعلام الأمني على الإقناع"،مجلة الأمن و الحياة ،العدد 328،ص53.
- 4-عقبات ،أحمد مطهر ،(1432) " طرق انتاج برامج التوعية الإعلامية من أضرار المخدرات"، العدد 344، ص68
- 5-عبد الجواد ،عبد الجواد ،" دور حملات الاتصال في تغيير السلوك الانساني"،(2006) ، المجلد 20 ،العدد 2،ص417
- 6-العرمان ،عبد الحمن سعد ،(1428) " حقوق الطفل في المواثيق الدولية "،العدد 301،ص39
- 7-عكروش، لبنى و زيد، يعقوب فرح (1430)،"تحليل الدراسات الأردنية في مجال بحوث الإساءة للطفل في الفترة ما بين 1999-2007 " ، المجلد 24، العدد 48، ص228

8- مجلة دراسات الطفولة ،(2006) " أثر الاتصال الشخصي في تنمية الوعي بمفاهيم الحماية

من الإساءة الجنسية للأطفال ذوي التخلف العقلي البسيط " المجلد 11، العدد ابريل.

رسائل الماجستير و أطروحات الدكتوراه:

1- حافظ ، عزة ،(1998). (الأثار المعرفية للحملات الإعلامية بالتلفزيون على الجمهور

المصري)، (أطروحة دكتوراه غير منشورة) ، جامعة القاهرة.

2- حسن ،حبيب الله صالح ،(1998). (الحملة الإعلامية للتوعية بالإيدز ،دراسة تطبيقية لدور

صحيفتي السودان الحديث و الإنقاذ الوطني في التوعية بالإيدز) ،(رسالة ماجستير غير

منشورة) ،جامعة أم درمان الاسلامية.

3- السلايمة، أسماء(2005)(دور وسائل الاتصال الجماهيري في الحملة الإعلامية لمركز

الحسين للسرطان في جمع التبرعات المادية لمرضى السرطان)،(رسالة ماجستير) ، الجامعة

الأردنية.

4- dareen, Schuster (2005) (مساهمة الاتصال الشخصي في الحملات الإعلامية :

دراسة دور التأثير الاجتماعي على الحملة الإعلامية لمكافحة التبغ على مستوى ولاية

كاليفورنيا) (أطروحة دكتوراه) (جامعة كاليفورنيا) .

5- Marr ، jay doglass ،(2009) (الاتصال الشخصي والعلاقات المهنية بين أعضاء الكليات

و الإداريين في التعليم العالي) (أطروحة دكتوراه) (spalding university)

رابعاً: المواقع الإلكترونية:

www.Unicef.org/jordan

www.Unrwa.org/Jordan

www.moe.gov.jo

www.wikipedia.jo

www.culture.gov.jo

www.nouratfal.org – عبد الملك أشهبون، العنف المدرسي 2009

خامساً: المقابلات العلمية:

- 1- الأستاذ سمير بدران: بتاريخ 2010/11/9 مسؤول الاعلام والاتصال بمنظمة اليونيسيف.
- 2- الدكتور محمد طرخان: رئيس برنامج التربية والتعليم في وكالة الغوث الدولية بتاريخ 2011/3/21 .
- 3- الأستاذة فاطمة المغربي: مسؤولة البرنامج التربوي للحملة الإعلامية بتاريخ 2010/10/21
- 4- الأستاذة سهاد : العلاقات العامة في وكالة الأونروا 2011/1/16
- 5- الأستاذ عماد العاروري مرشد الحملة الإعلامية في مدارس وكالة غوث الاردن 2011/3/27.
- 6- الأستاذة مها الحمصي مسؤولة البرنامج التدريبي في منظمة اليونيسيف 2011/4/16 .

سادساً: المراجع الأجنبية:

Schramm, w. the proess and effct of mass communication,urban,

university of Il ionis press, (1971).

الملحقات

(ملحق 1)

جامعة الشرق الأوسط
MEU MIDDLE EAST UNIVERSITY

كلية الإعلام
Faculty of Media

التاريخ: 2018/11/24
38 رقم لعمارة

لمن يهمه الأمر

الطالبة: فائق عبدالقناح محمد العبهري
الرقم الجامعي: '400820021'
التخصص: الإعلام

يرجى تسجيل مهمة الطالبة فائق العبهري في جمع المعلومات وتلقي الاستشارة الخاصة بقراس مدى جدوى الحملات الإعلامية التي قامت بها منظمة اليونسيف للتقليل من العنف ضد الأطفال في الأردن تحت عنوان (معاً، نحو بيئة مدرسية آمنة). وذلك استكمالاً للحصول على متطلبات درجة الماجستير في الإعلام.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

عيد كلية الإعلام
أ.د. حنسي خضير ساري

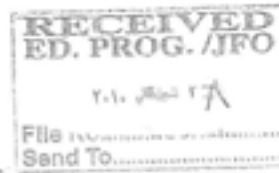
2018/11/24



طابعا: 4790222 +962 4129613 فاكس: 4129613 +962 4129613 ص.ب. 383، عمان 11831، الأردن
Tel: +962 4790222 Fax: +962 4129613 P.O. Box 383, Amman 11831, Jordan
E-mail: info@meu.edu.jo Website: www.meu.edu.jo

للاطلاع على سير العمل
الدراسات والبحوث
24.11.2018

0799651492



(ملحق 2)



وكانت المملكة الأردنية الهاشمية من أوائل الدول التي صادقت على معاهدات الأمم المتحدة الخاصة بحقوق الطفل وحظر العنف ضد الأطفال في المدارس.

وتعزيراً لهذا التوجه، ولضمان حماية أكثر لأطفالنا من العنف في المدارس، فقد بدأت الوزارة بالتعاون مع منظمة الأمم المتحدة للطفولة وشركاء من القطاعين العام والخاص حملة لمكافحة العنف الذي يمارسه بعض معلمي المدارس على الطلبة، وذلك من خلال خطة شاملة لإحداث تغيير سلوكي لدى المعلمين في المملكة البالغ عددهم نحو (٦٨) ألف معلم لوقف العنف ضد طلابهم، وتوجيههم إلى اتباع أسلوب بديل في تأديب الطلبة بحيث تنخفض نسبة حالات العنف نحو ٤٠٪ في نهاية السنة الأولى من تطبيق الخطة، وتنخفض نحو ٩٠٪ بنهاية السنة الثالثة.

ويعتزل الأسلوب الجديد البديل لتأديب الطلبة في مجموعة من الإجراءات البسيطة يتبناها المعلم عند صدور مخالفة من الطالب تستحق التأديب، وهذه الإجراءات هي على التوالي:

- توقف لمدة ثلاث ثوانٍ بعد صدور المخالفة من الطالب.
- أسأل الطالب عما فعل، وما الذي دفعه إلى ذلك، على أن تتحلّى بالصبر وأنت تستمع إليه.
- أشرك الطالب والصف في مناقشة أسباب المشكلة وما ينبغي فعله.
- اتخذ إجراءً تأديبياً غير عنيف مع الطالب (لومع الصف) بحيث لا يكون جسدياً ولا نفسياً، لتنفيذ الحل المتفق عليه.

إن هذه الإجراءات الهادفة للحد من العنف الواقع على الطلبة تتوافق مع توجهات القيادة الهاشمية الحكيمة، ومصادقة الحكومة الأردنية على اتفاقية حقوق الطفل ومع الدستور والقوانين الأردنية التي تكفل حماية الأطفال من العنف، كما أنها تتسجم مع المبادئ الدينية السمحة التي تدعو للرفق بالأطفال وتجنب إلحاق الأذى بهم، وقد قال تعالى في كتابه الكريم: "فبما رحمة من الله لنت لهم، ولو كنت فظاً غليظ القلب لانقضوا من حولك" (آل عمران ١٥٩). كما أن الأسلوب الجديد في تأديب الطلبة يحتاج من المعلم إلى التحلّي بالصبر والأناة والثريث والتفكير الهادئ، مما يؤدي إلى نتائج سليمة وقرارات حكيمة في معظم الأحيان؛ وكل ذلك يؤدي إلى تعزيز التعلم لدى الطفل وسلامة نموه النفسي والاجتماعي، وكلنا ثقة بأن الزملاء والزميلات من المعلمين والمعلمات والإدارات المدرسية على درجة عالية من المسؤولية الأخلاقية والمهنية التي توفر عناصر النجاح لهذه الخطة.

إن وزارة التربية والتعليم وهي تدعو المعلمين والمربين الأحرار إلى ضرورة نبذ العنف في التعامل مع فلذات أكبادنا وعدة مستقبلنا، تشدّ على أيدي المعلمين الذين اتبعوا هذا الأسلوب مبكراً وما زالوا يتبعونه، وتشكرهم على جهودهم الثميرة في هذا المضمار، وتتمنى أن يحذو سائر المعلمين في أردنتنا العزیز حذوهم مذكّرين بأن التربية هي أساس التعليم وأن لا تعلم فاعلا من قبل الطلبة في بيئات مدرسية تسودها أجواء التهديد والشعور بانعدام الأمن الشخصي لدى المتعلم.

وزير التربية والتعليم
د. تيسير النعيمي



(2)

(ملحق 3)



الكلمة التوجيهية لوزير التربية والتعليم للحملة الوطنية معاً... نحو بيئة مدرسية آمنة

تقوم رسالة وزارة التربية والتعليم في المقام الأول على إعداد نشء صالح مؤمن بالله تعالى، منتم لوطنه وأمته، إيجابي وفاعل في مجتمعه، يتحلى بقيم الولاء والانتماء، يتسلح بالمعرفة والعلم، ويتمتع بالخلق القويم وسلامة العقل والنفس والروح والجسد، وذلك من خلال اتباع أفضل السبل في تربية الطلبة وتعليمهم، وقد أولت وزارة التربية والتعليم عناية أكبر للتربية وقدمتها على التعليم، وذلك لأن النجاح في التربية بغضى حتماً إلى نجاح في التعليم ويوفر حافزاً قوياً للتحصيل. ولذلك فإن أي إخلال بالوسائل والأساليب المؤدية إلى تحقيق هذا الهدف يعدّ بلا شك مخالفة لرسالة التربية وتجاوزاً لقواعدها وأهدافها.

والذي أثبتته الدراسات والأبحاث وأجمع عليه علماء الاجتماع والنفس والتربية أنّ استخدام الضرب والإهانة في تأديب الطلبة يؤدي إلى خلاف ما تسعى إليه التربية من تنمية شخصية الطفل، وتعزيز قدراته، وشدّ أزره، وتقوية عزيمته، وتفعل طاقاته، وغير ذلك مما يجعل منه ومن زملائه جيلاً صالحاً منتجاً ومفعماً بالثقة بنفسه وأتمته، ويسهم في بناء المجتمع وتطويره وتحسينه وزيادة منعته وقوته.

ومن الأضرار التي تلحق بأطفال المدارس نتيجة إهانتهم وممارسة العنف ضدّهم، نفورهم من المدرسة وتكرار غيابهم عنها، وربما انقطاعهم الكامل عن الدراسة. كما أنه يؤدي إلى أضرار بالغة في شخصية الطالب لأنه يزرع في نفسه الخوف والقلق ويحدّ من روح المبادرة لديه ويفقده الثقة بنفسه وبغيره.

ولعلّ من أهمّ الآثار التي تنجم عن ضرب الأطفال وإهانتهم من قبل أساتذتهم انتشار العنف في المجتمع وانتقال ثقافة العنف من جيل إلى جيل، وذلك لأن الطالب يرى في أستاذه قدوة، وإذا كان هذا القدوة يلجأ للضرب والإيذاء والعنف الجسدي والنفسي في تعامله مع أي مشكلة تواجهه، فإن تلاميذه سيتعلمون ذلك منه، ويعتقدون أن العنف الذي يمارسه أساتذتهم وسيلة طبيعية مشروعة ووحيدة لمواجهة المشكلات، وربما أدى ذلك فيما بعد إلى قيام هؤلاء الطلبة - ولاسيما في المراحل الدراسية المتأخرة - بممارسة العنف ضدّ أساتذتهم ورفاقهم في المدرسة وأفراد أسرهم وأبناء جيرانهم، فإحساس الطالب بالظلم يجعله لا يذخر فرصة لإيقاع الأذى بالآخرين إلا ويقتنصها.

ولذلك تقع علينا جمعياً أيها الأخوات العزيزات والأخوة الأعزاء مسؤولية رعاية فلذات أكبادنا وحمايتهم من الممارسات غير المسؤولة من قبل بعض الزملاء الذين لا يدركون الأبعاد السلبية لما يقومون به. وعلينا أن نعمل بدأ بيد لتوفير بيئة صالحة للتعليم بحيث تغدو المدرسة حراً آمناً لأبنائنا.

وحرصاً من وزارتنا على وضع حدّ للعنف الذي يمارسه بعض المعلمين على الطلبة، فقد دعت الوزارة الأخوة المعلمين إلى عدم اللجوء للعقاب البدني والنفسي، وأصدرت قوانين وتعليمات وتوجيهات وأوامر إدارية مشددة تحظر فيها الضرب والإيذاء البدني والنفسي ضدّ الطلبة، وأقرت إجراءات للتعامل مع الشكاوى المقدّمة ضدّ المعلمين الذي يخالفون هذه التعليمات، مما يعكس مدى الجدية التي تبديها هذه الوزارة ممثلة بكم جميعاً لمواجهة مثل هذه المخالفات.

(ملحق 4)

هذا جدول إلقاء الطلاب بسلوك غير مرغوب لدى المدة رسة	
• تكون فائتاً فلا تعمل.	
• تكون متسلسلاً، ولا تستدك بالصلوات ولا تستمع الامور.	
• احاطل على النظام بحسب ومصر مع طلبة.	
• اعاطل بالنسبة كما اصبر بالانطس.	
• اواجه المشكة وتعامل معها ولا تجوب منها.	
• اكسب ثقة الطالت واعمل على ايجاد علاه مسببة على الحزم والتصرح المتبادلين.	
• القعل للزواجر الصلبة ومودرة السلوك.	
• اسمح والمناظرة والتعبير لربى الطلبة.	
• اشره طرف ثالث ليجتد حل للمشكة.	
• استخدم اسلوب التفاوض إذا اختلف طلمان للوصول الى حل مشترك للمشكة.	
• اصغي الى الطالب العوائق والقوم بالتقاء طبع عندما يحسن التصرف.	
• ليستخدم العزوات الزبوية (التوجوه) ... الصفوف الأساسية.	
• اصبر عن حزم الرضا عن سلوك الطالت من خلال الاشارة أو النظر باتجاه معين.	
• اعزز الطالت إذا عدل من اللظام بالسلوك غير المرغوب للقرؤنية معينة.	
• اطمح السلوك غير المرغوب به للاعطاء، فاطمط السلوك وقد يتوقف نهائياً بعد فترة.	
• اعمم الطالت من جزء من العزوات التي في حوزته جزأه له طر القيام والسلوك غير المرغوب.	
• اضع الطالت باستثنائي السلوك الذي قام به وأطلب منه إزالة الاضرار التي نتجت عن سلوكه مثل الاعتذار لزمياه.	

دور مجموعات المناصرة في إيجاد بيئة مدرسية آمنة

تتشكل مجموعات المناصرة من مدير المدرسة والمركز التربوي في المدرسة (إن وجد) والتي من الغرض التيمن يستخدمن أساليب إيجابية في توجيه و تعديل سلوك الطلبة والتيمن من الطلبة ممسكين مجلس الطلبة والتيمن من أهالي الطلبة من مجلس (ولياء الأمور والمعلمين ... أيا مهاتهم فهي

تعريف المعلمين بأششطة النجحة الوظيفية "معاً... نحو بيئة مدرسية آمنة" والأسلوب الجديد في توجيه وتعديل سلوك الطلبة من خلال جلسات الحوار الشهيرة و ذلك عن طريق:

- مناقشة رسالة المعلم السمة الوظيفية.
- ترويج السمة الصغراء ومناقشة آية استخدامها.
- مناقشة رؤية وزارة التربية والتعليم في إيجاد بيئة مدرسية آمنة من خلال مناقشة الميثاق الأخلاقي ومدورة السلوك وطرائد الأخلاق الصلبة وتعليمات التلميذات الملتزمي.
- تعريف المعلمين على نظريات فرائد الأخلاق الصلبة لكل صنف من صفوف القرسة بمشاركة الطلبة أنفسهم.
- التماور حول طرق إدارة الصف والأساليب التوجيهية التي دعم تعلم الطلبة وتعديل وتوجيه سلوكهم.
- تعريف المعلمين بأساليب ضبط النفس والإسترخاء حول المشكلات ونفس الزايعات.

تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالنجحة الوظيفية "معاً... نحو بيئة مدرسية آمنة" وأنشطتها من خلال:

- تطبيق يوم شاط مدرسي حول السمة الوظيفية معاً... نحو بيئة مدرسية آمنة
- مناقشة رسالة الطالت مع الطلبة.
- عقد لقاءات مجتمعية ومختبرات لولياء الأمور عن الصلة الوظيفية معاً... نحو بيئة مدرسية آمنة.

بؤود جلسات الحوار الدورية

- ١- مناقشة نتائج مسح الطلبة الشهري المنطق بالأسلوب الجديد في توجيه وتفعيل سلوك الطلبة .
- ٢- مناقشة عامة حول المعلمين الذين قاموا بتطبيق أساليب جديدة في توجيه وتفعيل السلوك وأساليب تواجهم.
- ٣- كما يتم مناقشة إيجابيات وإل بعض المعلمين يستخدمون الأسلوب السابق دون الإندرة لأي منهم بالاسم حيث أن الهدف ليس الإخراج بل التعلم وتفعيل السلوك والصوبات التي تواجهم في تطبيق الأسلوب الجديد.
- ٤- تشمل جلسات الحوار على العديد من الأساليب التربوية مثل لعب الأدوار لتوضيح كيفية استخدام إجراءات (مسا) وكيف يمكن التعامل مع المواقف دون اللجوء للعنف.
- ٥- من المهم أن يقدم المدير/الدولة أو منسق مجموعة المتابعة مختصاً عاماً عن القرارات وخطة العمل وبعض الإرشادات حول كيفية استخدام الأسلوب الجديد والدعوة لمراسة الالتزام بتطبيق هذا الأسلوب.
- ٦- التطرق للقياس والتقارير حول كيفية إدارة الصف والأساليب الجديدة المتبعة التي يمكن استخدامها المخطط على النظام وتحسين أداء الطلبة.
- ٧- يقوم منسق مجموعة المتابعة بإعداد محضر أوجماع حول كل جلسة بحيث يتضمن ذلك عدد المتابعين والقضايا الرئيسية التي تم مناقشتها، على أن يتم تسليمه لتدوير المرسة ومطابقه في ملف خاص بمجموعة المتابعة.

تقديم عملية المسح المنهوق لحالات الهدف في المدرسة من خلال :

- تدريب معلمي الطلبة على تدوين الإسهانات وتطبيقها؛
 - تعريف معلمي الطلبة على تحليل الإسهانات.
 - المشاركة في تحليل الإسهانات وإعداد التقارير.
 - رفع التقارير الإحصائية من قبل المدرس إلى مديرات التربية والتعليم عن الحالات لورقة (الإيجابية والسلبية) بشكل دوري كل ثلاث أشهر.
- إشراك المعاملين بمناقشة أداء المدرسة في مجال استخدام الأساليب الإيجابية التي لودحه و تفعيل سلوك الطلبة من خلال :

- مناقشة نتائج المسح الشهري لحالات العنف خلال جلسات الحوار الشهرية.
- مناقشة حالات العنف المدرسية وأساليب معالجتها باستخدام الأساليب الإيجابية في توجيه و تفعيل سلوك الطلبة.

جلسات الحوار الشهري لمجموعة المتابعة

في اجتماعات شهرية تعقد لمناقشة الأسلوب الجديد في توجيه وتفعيل سلوك الطلبة. وعادة ما تكون مدة الجلسة فيه (١٠) دقيقة، وتعقد شهرياً أثناء السنة الدراسية في كافة المدارس، ويقوم منسق مجموعة المتابعة بالتنسيق مع مدير المرسة بتحديد موعد الجلسة ودعوة المعنيين وإعداد الاجندة.

اجندة جلسة الحوار الأولى

- ١- مناقشة هدف الأسلوب الجديد في توجيه وتفعيل سلوك الطلبة ومبرراته وإيجابياتها وأساليب التقييم.
- ٢- مناقشة رسالة المعلم وهدفه الإرسادات التي تتعلق بالأسلوب الجديد في توجيه وتفعيل سلوك الطلبة ومبرراته وكيفية وضعه موضع التطبيق من خلال إجراءات (مسا).
- ٣- توزيع البطاقة الخاصة بإجراءات الأسلوب الجديد في توجيه وتفعيل سلوك الطلبة المملة الوطنية "معاً... نحو بيئة مدرسية آمنة"
- ٤- وضع خطة عمل لكلية تطوير برامج سلوكية صلبة بالتعاون مع الطلبة أنفسهم.
- ٥- إجراء حوار ومناقشة من قبل المعلمين وعرض بعض التجارب التي تعرضوا لها (إيجابية أو سلبية).

(ملحق 5)



unrwa
الأونروا

Peace
Starts Here

السلام
يبدأ هنا

لسادة مديرى البرامج التربوية والتعليمية
السيد مدير التعليم بمنطقة شمال عمان المحترم
السيد مدير التربية والتعليم بمنطقة شمال عمان المحترم
مع الاحترام
عبدالله
2011/3/21

برنامج التربية والتعليم

ترقيم: دت / 21 - 137

التاريخ: 2011/3/21

السيد رئيس منطقة شمال عمان المحترم

السيد مدير التربية والتعليم بمنطقة شمال عمان المحترم

الموضوع: بحث

يرجى العلم بأنه لا مانع لدينا من قيام معلمي الأونروا ومعلماتها في منطقتكم بتعبئة الاستبانة المرفقة، حيث أننا مشاركون قاطنون في حملة ((معا...)).

واقبلوا فائق الاحترام،،،

الدكتور محمد طرخان

رئيس برنامج التربية والتعليم في وكالة الغوث الدولية

الأردن

(ملحق 6)



(ملحق 7)



(ملحق 8)



(ملحق 9)

نحو بيئة مدرسية آمنة

التواصل
التعلم
التفكير
تعزيز الجهد

300,000 طفل يتعرضون للعنف في مدارسنا
لتعمل معاً على خفض العنف
بنسبة 90% بحلول عام 2012

يقول 90% من المعلمين في المدارس العربية
أنهم يواجهون العنف في المدارس

معاً

UNICEF

(ملحق 10)

استمارة استقصاء

لبحث ميداني بعنوان

دور الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونسيف

(معا ... نحو بيئة مدرسية آمنة)

من وجهة نظر المعلمين

إعداد الطالبة :

فاتن عبد الفتاح محمد العبهرى

بإشراف الدكتور:

كامل خورشيد

استمارة استقصاء

حضرة الأستاذة/ة

تحية طيبة وبعد :

أقدم لكم هذه الإستبانة البحثية راجياً منكم التكرم بالإجابة عن أسئلتها، حيث وقع الاختيار عليكم ضمن عينة هذا البحث الدراسية وتأتي هذه الاستبانة ضمن البحث الذي أجريه حول:

دور الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونسيف
(معاً ... نحو بيئة مدرسية آمنة) من وجهة نظر المعلمين

مع خالص شكري وتقديري لكم

فاتن عبد الفتاح محمد العبهرى

أرجو وضع إشارة (X) عند الإجابة المناسبة:

1. الجنس :

ذكر أنثى

2. الخبرة

أقل من 5 سنوات 6 - 10 سنين 11 - 15 سنة 16 فأكثر

3. المؤهل العلمي:

دبلوم بعد الثانوية بكالوريوس دبلوم عالي ماجستير أخرى (تذكر)

4. محور وسائل وأساليب الحملة:

لطفًا حدد درجة موافقتك على تطبيق الوسائل والأساليب التالية خلال جلسات الحوار الشهرية التي تهدف لتعريف المعلمين بأنشطة الحملة من وجهة نظرك بوضع إشارة X عند الاختيار المناسب:

درجة الموافقة					الوسائل	الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مجموعة المناصرة تنظم اجتماعاتها بانتظام شهري	1.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	جلسات الحوار في مجموعة المناصرة جدية كما يجب	2.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	وضّحت جلسات الحوار في مجموعة المناصرة الغاية المقصودة	3.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	أعطت اجتماعات مجموعة المناصرة نبذة هامة عن إبدال العقاب	4.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	دور اجتماعات مجموعة المناصرة مهم	5.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	جلسات الحوار لمجموعة المناصرة سهلة ومن السهولة متابعتها	6.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ما يدور في جلسات الحوار لمجموعة المناصرة رسائل مقنعة	7.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	أعد منسق المجموعة محضر اجتماع حول كل جلسة بحيث يتضمن عدد الحاضرين والقضايا الرئيسية التي تمت مناقشتها	8.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	زودتني اجتماعات مجموعة المناصرة بنتائج المسح الشهري لحالات العنف	9.

درجة الموافقة					الوسائل	الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10. كانت نقاشات مجموعة المناصرة تدور حول أهداف الحملة الوطنية (معا)	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11. أحواء النقاش خلال مجموعة المناصرة مريح	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12. شملت الاجتماعات أدواراً تدريبية لتوضيح استخدام إجراءات ابدال العقاب	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13. يتم توزيع بطاقة خاصة من خلال الاجتماعات تزودني بالاسلوب البديل في تعديل سلوك التلاميذ للحملة الوطنية	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14. تمت مناقشة الرؤية العامة لحملة (معا) في اجتماعات مجموعة المناصرة	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	15. اشتملت جلسات الحوار الشهرية على خطة عمل لكيفية تطوير قواعد سلوكية بالتعاون مع الطلبة	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	16. الرسائل تخاطبني مباشرة	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	17. كان لي نصيب كاف من ابداء الرأي بجلسات الحوار	

5. محور تعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة الوطنية:

لطفًا حدد درجة موافقتك على تطبيق النشاطات التالية التي تهدف لتعريف الطلبة وأولياء أمورهم بالحملة وأنشطتها من وجهة نظرك بوضع إشارة X عند الاختيار المناسب:

درجة الموافقة					النشاط	الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تم تطبيق يوم نشاط مدرسي حول الحملة	1.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عقد لقاءات مجتمعية لأولياء الأمور عن الحملة	2.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عقد محاضرات لأولياء الأمور عن الحملة	3.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تنظيم الطلبة لعمليات المسح الشهري لحالات العنف من خلال الاستبيانات	4.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مناقشة نتائج مسح الطلبة الشهري المتعلق بالاسلوب الجديد في توجيه وتعديل سلوك الطلبة	5.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تم عقد لقاءات مجتمعية ومحاضرات لمناقشة رسالة الطالب مع الطلبة	6.

6. محور أهداف الحملة:

لطفًا حدد درجة تحقق أهداف الحملة الإعلامية من خلال مجموعات المناصرة من وجهة نظرك بوضع إشارة X عند الاختيار المناسب:

درجة الموافقة					النشاط	الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مجموعة المناصرة بمثابة معلم جديد للأهالي	1.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ساهمت اجتماعات مجموعة المناصرة بخفض العنف بشكل كبير	2.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	لعبت مجموعة المناصرة دوراً كبيراً في تغيير أساليب المعلمين في التعامل مع العنف	3.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	أنا أطبق كل ما خرجنا به من نتائج حوارات مجموعة المناصرة	4.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	زودتني مجموعة المناصرة بمعلومات مفيدة	5.

ختاماً أتوجه لكم بجزيل الشكر والتقدير لمساهمتم في إثراء هذه الدراسة

الباحثة : فاتن عبد الفتاح محمد العبهري

(ملحق 11)

العنف المدرسي

العنف المدرسي: مفهومه، أشكاله، ودوافعه:

إن حقوق الإنسان من أكثر المجالات التي تستقطب الإهتمام في العلاقات الدولية، و أصبح الإنسان في ذاته مجالاً للدراسة بالنسبة للحقوق التي يجب أن يتمتع بها ، كحق الحياة وحرية التفكير و العقيدة ، و تحريم التمييز العنصري والتعذيب و الاسترقاق و الإبادة ، وحق التعليم و العمل....الخ

وهذا الإهتمام الدولي يعد امتداداً لنطاق العلاقات الدولية . و أصبح الانسان عامة و الطفل خاصة شخصاً من أشخاص القانون الدولي العام تتوفر له الحماية من خلال المعاهدات الدولية ، أو من خلال الرعاية التي تضيفها إليه مباشرة المؤسسات الدولية المختلفة . و الطفل اكتسب حقوقاً دولية بصفته تلك ، إلى جانب ما تقرر له بصفته فرداً كغيره من أفراد المجتمع الإنساني. (العرمان ، 1428، ص38-39)

لذلك أقرت الأمم المتحدة حقوقاً تلتصق بشخصية الطفل في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي أقرته الأمم المتحدة سنة (1948)م:

1- حق الطفل في الاعتراف بشخصيته.

2- حق الطفل في الحياة و الحرية و السلامة الشخصية.

3- الحق في التعليم.

4- المساواة وعدم التمييز و تكافؤ الفرص.

5- حق الطفل في أن يكون له اسم و جنسية.

6- الحق في الرعاية و الحماية الخاصة. (العرمان ،1428،ص38-39)

لذلك فان كل هذا الاهتمام كان من شأنه أن يتقصى لظاهرة العنف بشكل عام و العنف المدرسي بشكل خاص ، للوقوف على أسباب الظاهرة وأشكالها وطبيعة العنف المنتش رفي المؤسسات التربوية بشكل واسع ، لتدبير الطرق الوقائية والعلاجية للعنف المدرسي.وذلك لما يميز مجتمعاتنا الإسلامية من قيم ومبادئ تحث على أن يكون اللين و الرفق و الاتزان هو أسلوب حياة ولأنه نزل في الكتاب الكريم على رسول الأمة و معلمها محمد صلى الله عليه وسلم "ولو كنت فظاً غليظ القلب لانفضو من حولك. (سورة آل عمران ،159)

فها هو راعي الأمة و داعيتها كان سلوك الرفق نهجاً عملياً في حياته، فما بالنا نحن البشر . فالعنف المدرسي يأخذ أشكالاً مختلفة كالإساءة الجسدية أو اللفظية أو الجنسية ، لذلك أخذ الباحثين يبحثون في هذه الظاهرة و يقفون على أسبابها ، كما نجد منظمة الصحة العالمية عرفت الإساءة للطفل على أنها :

"الاستعمال المتعمد للقوة المادية أو القدرة سواء بالتهديد أو الاستعمال الفعلي لها من قبل الشخص ضد نفسه أو ضد شخص آخر أو ضد مجموعة أو مجتمع بحيث يؤدي الى حدوث أو رجحان احتمال اصابة أو موت أو اصابة نفسية أو سوء النماء أو الحرمان". (عكروش و فرح ،1430،ص228)

فنجد أبو عليا يعرف العنف المدرسي على أنه : من جملة الممارسات(الايدائية) البدنية أو النفسية التي تقع على الطلبة من قبل معلمهم أو من بعضهم في المدرسة (أبو عليا،2001 ، ص107)

وتذهب الباحثة إلى تعريف العنف المدرسي بأنه: كل ما يصدر في المدرسة من سلوكيات تتسم بالأذى تجعل من البيئة المدرسية بيئة تحفها الفوضى، مما يلحق الأذى بنوعية و جودة التعليم وطريقة توصيله ، لتصبح المدرسة بذلك تفقد أهدافها الحقيقية.

أنواع العنف المدرسي:

يمكن أن نصنف العنف المدرسي الى مجموعة من الأشكال تختلف حسب طبيعتها و مصدرها على النحو الآتي:

المطلب الأول: العنف الواقع بين التلاميذ.

وقد تتعدد مظاهر العنف التي يمارسها التلاميذ بينهم، إلا أنها تتراوح بين أفعال عنف بسيطة و أخرى مؤذية ذات خطورة معينة، ومن بين هذه المظاهر:

-اشتباكات التلاميذ فيما بينهم .

-اشهار السلاح الأبيض أو التهديد باستعماله أو حتى استعماله.

-التدافع الحاد بين التلاميذ أثناء الخروج من قاعة الدرس .

-اتلاف ممتلكات الغير، ونقشي اللصوصية.

-الايماءات والحركات التي يقوم بها التلميذ والتي تبطن في داخلها سلوكا عنيفا.

(أشهبون ،2004)

المطلب الثاني: العنف الواقع على المعلمين

هنالك العديد من مؤسساتنا التعليمية ظهر فيه التلميذ و هو يمارس فعل العنف اتجاه أستاذه و مربيه وذلك بأن يضرب التلميذ أستاذه و يصفعه على الملأ و في غفلة من أمره ثم يلوذ بالفرار.

أو يكون هذا التهديد مصحوباً بأنواع من السب أو الشتم البذئ في حق الأستاذ الذي تجرأ ومنع

التلميذ مما يريد فعله، أو لم يسمح له مثلا بالغش في الامتحان (المصدر نفسه)

المطلب الثالث: العنف الواقع على الممتلكات:

كالمبالاة، وعدم المشاركة، وثقافة التخريب للحجرات الصفية الدراسية، أو تحطيم سيارات المعلمين أو الكتابة على السبورة وعلى جدران الفصل، والتأخر في الدخول الى الفصل، شكلا من أشكال العنف الموجه للمعلم. (المصدر نفسه)

أشكال العنف المدرسي:

يمكن أن يظهر العنف بين الأفراد بأشكال و درجات مختلفة عندما تتوفر الظروف الملائمة لظهوره ، وتتلخص أشكاله بما يلي:

العقاب بكافة أنواعه الطفيف و المتوسط.

الإساءة الانفعالية سواءً لفظية أو غير لفظية أو استغلال مادي.

الإساءة البدنية بنوعها الطفيفة والبدنية المتوسطة و البدنية الشديدة.

الإساءة الجنسية بأنواعها الطفيفة و المتوسطة و الشديدة. (عليان،2007،ص19)

أما عن ماهي أسباب العنف المدرسي ؟

فإنها متعددة وكثيرة وإن حصرتها في سببين إلا أنه تتدرج تحتها الأسباب البيئية و الوالدية و الأسرية و الإعلامية و الاقتصادية و الانفجار السكاني وغيرها من الأسباب.

الأسباب السيكولوجية للعنف: حيث تبين في الكثير من الدراسات التي تدل على العنف أن العنف يكتسب بالتعلم . ومن هنا نجد ما يؤيد المقولة (العنف يلد العنف) نجد أن الطفل الذي يتعرض

لضرب والديه يقوم هو بضرب اخوته أو الأطفال الآخرين.

(صالح ، 1996 ، ص13)

الأسباب الاجتماعية: حيث الإحباط الشديد الذي يتعرض له الفرد يؤدي إلى استعمال العنف، و توقف سلوك العنف على الخبرات التعليمية الاجتماعية من طرق تربية الأطفال. كما أن

العلاقات السلطوية من الذكور على الإناث لها أثر كبير في تنشئة الأطفال على العنف. (صالح، 1996، ص13)

و ظاهرة العنف تشكل مشكلة خطيرة في المجتمعات لأن آثارها تمتد إلى الآخرين في المدرسة و قد تمتد إلى البيئة المحلية و يشارك بها أشخاص آخرون من خارج المدرسة، كما أنه يلحق الضرر بالمرافق المدرسية ، والعنف يحدث أثراً اجتماعية تؤثر في البنية المدرسية ، كما أنه يتداخل مع الخبرات التي يتعرض لها الطالب اثناء اتصاله بالآخرين،والعنف يزيد من احتمالية الاصابة بالاضطراب النفسي للمتلقى كما أنه يحدث أخطاراً جسيمة على الصحة النفسية للمعنف. ويمكن أن يقلد الطلاب ممارسته ضد الآخرين عندما تكون النتائج معززة لمن يقوم بهذا السلوك ، والعنف موجود لدى أفراد الجنس البشري بدرجات متفاوتة و مستويات مختلفة و أشكاله متنوعة تتطوي على الحاق الأذى المادي أو النفسي بالآخرين.

واقع العنف المدرسي في الأردن:

لا يقف العنف المدرسي على تفاعل المدرسة و التربويين فقط في هذا المجال ، وإنما أصبح للوزارات سواءً الاجتماعية أو التربوية أو حتى قسم الشرطة دور في اتخاذ اجراءات مناسبة حول العنف المدرسي. حيث بدأت بعض الحوادث التي تحدث في المدارس تلفت الانتباه إليها خاصة بعد أن تفاقمت في عدد من المواقف إلى إيذاء معلم ايذاءً بليغاً أو تكرار إيذاء طالب مما يلزم اتخاذ اجراء قانوني ضمن هذا الاطار.وفي هذا الصدد سأعرض بعض المواقف لبعض الدوائر الحكومية، و الخاصة في التصدي لظاهرة العنف المدرسي. فنظراً للدور المحوري لجهاز الأمن العام الأردني الحديث في التعامل مع المشكلات المستجدة وجدت قيادة الأمن العام لزاماً عليها أن تستجيب و تتفاعل مع هذا الطرح الجديد لتغطية وجهة نظر الجهاز من هذه المشكلة من جهة ، و لإيضاح الدور الملقى على عاتقه حيالها من جهة أخرى، و لذلك عقدت ندوة عن العنف

المدرسي في دور الشرطة في التعامل مع العنف المدرسي. واتضح من خلال هذه الندوة أن هناك غموض في الحجم الحقيقي للعنف المدرسي في الأردن و يرجع ذلك إلى (شابسوغ، 1996، ص98)

1- مواريث اجتماعية تقليدية تتسامح في معالجة الاعتداءات حيث نجد أن الأب لا يتخذ الاجراء القانوني تجاه المعتدي على ابنه إما لعلاقة بينه و بين عائلة المعتدي و إما من خوفه من نتائج الشكوى لعدم ثقته بجدوى الشكوى قانونياً خاصة في ظل إجراءات التصالح العشائرية التي تجعل صاحب الحق في الغالب لا يصل إلى حقة في معاقبة المعتدي.

2- طبيعة المشكلة: فالعنف يتراوح في طبيعته بين الايذاء اللفظي و الاعتداء الجسد مروراً بالايذاء المادي البسيط بالبلوغ فالقتل، ومن المعروف في نظام العدالة الجنائية إنه كلما كانت الجريمة(الاعتداء) جسيماً كلما مال للظهور إلى السطح وكلما كان خفيفاً كلما مال لعدم الظهور، وهذا يفسر سبب عدم ظهور عدد كبير من الممارسات العنيفة في المدرسة الى السطح نظراً لعدم جسامتها.

3- وجود نوع من الإحجام الإداري عن تسجيل الحوادث: فيلاحظ أن مدراء المدارس و اصحاب القرار في مديريات التربية يميلون لعدم متابعة العديد من الحوادث. أما عن انجازات دائرة التعليم في وزارة التربية والتعليم في الأردن اتجاه العنف ضد الأطفال في الأردن:

- 1- استحداث قسم الحماية من الاساءة في ادارة التعليم.
- 2- استقبال قسم الحماية من الاساءة لبلغات العنف ضد الطلبة من خلال القنوات المختلفة.

الخط المدفوع (5680081).

الخط الساخن المجاني (080022775).

الموقع الإلكتروني cac@moe.gov.jo.

البريد الإلكتروني للقسم cpfa@moe.gov.jo.

خط الدعم الأسري (110 للأسرة والطفل) بالاتفاق مع مؤسسة نهر الأردن.

3- الشكاوي الخطية المقدمة من أولياء الأمور للطلبة المساء اليهم ، وبصورة مباشرة داخل القسم.

4- رصد حالات العنف ضد الطلبة في المدارس في نهاية كل فصل دراسي.

5- انشاء مجموعات المناصرة للحماية من العنف و الإساءة من المدارس.

6- القيام بزيارات للمؤسسات التي تعمل على حماية الأطفال من العنف و الإساءة، لتبادل الخبرات والتعرف إلى الآليات التي تستخدمها هذه المؤسسات للتصدي للعنف.

7- تحديد الحاجات التدريبية للعاملين في المدارس للتصدي من حالات العنف.

8- تنظيم حملات تثقيفية وتوعوية للطلبة و العاملين في المدارس و أولياء الأمور في مجال الوقاية و الحماية من التعرض للعنف. (www.moe.gov.jo).

أما عن الجمعية الثقافية للشباب و الطفولة فكان من أهم انجازاتها: عقد مؤتمر علمي حول بيئة مدرسية آمنة (وكالة الغوث كنموذج) وجاءت توصيات المؤتمر بما يلي:

1- الاستمرار في تعميق وعي كافة العاملين التربويين و الطلبة و المجتمع المحلي بمفاهيم حقوق الطفل و البيئة الآمنة ، وذلك من خلال عقد المؤتمرات و الندوات و ورش العمل.

2- رفع مستوى مشاركة الطلبة في تحقيق بيئة مدرسية آمنة .

3- تعزيز الممارسات الايجابية في المدارس.

4-تكتيف تدريب التربويين.

5-التركيز على البحوث الجرائية المتعلقة بحل المشكلات المرتبطة بالمدرسة الأمنة.

6-عقد لقاءات دورية لمراجعة الانجازات في مجال المدرسة الأمنة.

(www.culture.gov.jo)

(ملحق 12)

منظمة اليونيسيف (صندوق الأمم المتحدة للطفولة)

اليونيسيف، تعريفها، المنظمات التي تتعامل معها، مهمتها، وماذا عملت من أجل العنف،

برامجها:

(UNICEF) اختصارا (United Nation Children Emergency) أو صندوق الأمم المتحدة

للطفولة. تأسس في كانون الأول /ديسمبر 1946 بفضل تصويت بالاجماع في الدورة الأولى

للجمعية العامة للأمم المتحدة و تقرر أن يقدم صندوق الأمم المتحدة الدولي لرعاية الطفولة كما

كان يعرف آن ذاك بنقيم اغائة قصيرة الأجل للأطفال في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية في

أوروبا . وكانت اليونيسيف كما هي الان تمول بالكامل من التبرعات.

اليونيسيف هي الوكالة الحكومية الوحيدة المكرسة للأطفال على وجه الحصر و المفوضة من

قبل حكومات العالم لتعزيز و حماية حقوق الأطفال ورفاهيتهم.

وتشارك منظمات المجتمع المدني بما فيها الشركاء من المنظمات الدولية غير الحكومية، بشكل

كبير في أعمال اليونيسيف في 158 دولة كما يتم التشاور مع المنظمات غير الحكومية في المقر

الرئيسي حول صياغة السياسة.

مهمة اليونيسيف:

فوضت الجمعية العامة للأمم المتحدة منظمة اليونيسيف. وكلفتها للدفاع عن حماية حقوق الأطفال

ومناصرتها من أجل مساعدتهم في تلبية احتياجاتهم الأساسية وتوسيع الفرص المتاحة لهم لبلوغ

الحد لأقصى من طاقاتهم و قدراتهم. وتسترشد اليونيسيف في تنفيذها لهذه المهمة باتفاقية حقوق

الطفل ،وتسعى جاهدة لترسيخ حقوق الطفل كمبادئ أخلاقية دائمة و كمعايير دولية للسلوكيات

الموجهة للأطفال. ومنظمة اليونيسيف هي منظم غير حزبية و الأطفال الأكثر حرمانا و الدول

الأكثر حاجة بالأولوية لديها. وتستجيب اليونيسيف في الظروف الطارئة التي تستدعي حماية حقوق الطفل اذ تضع بالتنسيق مع شركائها من منظمة الأمم المتحدة و الوكالات التي تعني بالشؤون الإنسانية امكانياتها الفريدة المخصصة للاستجابة السريعة للحالات الطارئة في متناول هؤلاء الشركاء لتخفيف معاناة الأطفال (www.UNICEF.org).

ماذا تعمل اليونيسيف للعنف بشكل خاص؟

أولت اتفاقية الأمم المتحدة في أغلب موادها - اهتماما وعناية خاصة بحماية الطفل من كل صنوف العنف و الأذى و الإهمال. وقوانين اليونيسيف هي نهج متكامل لا يمكن فصل لأحدهما عن الآخر. وكلها تسعى من أجل توفير الحماية الكافية للطفل في شتى المجالات، و بالتالي فان اهمال احداهن للاتفاقية برمتها، وبالتالى هو ضرب من ضروب العنف.

هذه المقدمة كانت ضرورية قبل استعراض بعضا من مواد الاتفاقية التي تعنى بموضوع الحماية من العنف. حيث طالبت المادة التاسعة عشرة، الدول الأطراف في الاتفاقية، باتخاذ جميع التدابير التشريعية و الادارية و الاجتماعية، و التعليمية الملائمة لحماية الطفل من كافة أشكال العنف أو الضرر أو الإساءة البدنية أو العقلية أو الإهمال أو المعاملة المنطوية على اهمال أو إساءة المعاملة أو الاستغلال. وفي الفقرة الثانية من نفس المادة نصت على ضرورة أن لاتشمل هذه التدابير الوقائية ، حسب الاقتضاء ، اجراءات فعالة لوضع برامج اجتماعية لتوفير الدعم اللازم للطفل و لأولئك الذين يتعهدون الطفل برعايتهم. ومادة أخرى (37) نصت على كفالة (ألا يتعرض أي طفل للتعذيب أو أي ضرب من ضروب المعاملة القاسية، أو اللإنسانية).

والفقرة (ب) من نفس المادة ألا (يحرم أي طفل من حريته بصورة غير قانونية أو تعسفية ، و بالتالي فإن جميع مواد الاتفاقية (تقريبا) تدور حول حماية الطفل من(العنف) المباشر و الغير

مباشر . وللمزيد من التعريف ببندود اتفاقيات الخطة العالمية انظر إلى الصفحة الالكترونية:

(www.UNICEF.org)

اليونيسيف في الأردن:

بدأت اليونيسيف في الأردن برامجها في الأردن عام 1952 بتقديم مساعدات للنساء والأطفال. ثم

وسعت نطاق عملياتها فيما بعد في كل أنحاء المملكة لتشمل برامجها الصحة و التربية و التعليم

كما أن برامج اليونيسيف في الأردن تتمحور حول خمسة برامج:

1- التنمية المتكاملة للطفولة المبكرة.

2- الحماية.

3- مشاركة اليافعين و تمكينهم.

4- تمكين المجتمع المحلي.

5- الحركة الوطنية للأطفال ومراقبة الحقوق (www.Unicef.org).

المظمات التي تعمل معها اليونيسيف في الأردن:

تعمل اليونيسيف في الأردن بالتعاون الوثيق مع الحكومة الأردنية و العديد من المنظمات

الأخرى بما في ذلك منظمات الأمم المتحدة والمجتمع المدني وتتمتع برامج اليونيسيف بالدعم

المتواصل من العائلة المالكة و الحكومة الأردنية و المنظمات الأهلية العامة في المملكة.

المناهج التي تتبعها برامج اليونيسيف في الأردن: يتبع البرنامج منهجاً مبنياً على أساس

الحقوق، حساساً للنوع الاجتماعي و لدورة الحياة وعلى المستوى الوطني و يركز البرنامج على

السياسة التنويرية و التغييرات التشريعية من خلال اجراء المسوحات والبحث وعمليات الدفاع

والتأييد والحشد ويسير حوار السياسات ووضع الأسس على كل المستويات مع قادة الرأي العام.

- الحركة الوطنية من أجل الأطفال و برنامج مراقبة الحقوق:

يعمل هذا البرنامج على ضمان ابقاء وضع الأطفال و النساء في مكان بارز على خطة العمل الوطنية الأمر الذي يؤدي الى تغيير السياسات و السلوكات ،كما يتعامل مع حشد وسائل الإعلام و صناع القرار بشكل فعال و ضمان وجود آليات و قنوات للمعلومات و الاتصال. وهناك تركيز خاص على المعلومات المتعلقة بوثيقة عالم جدير بالأطفال والأولويات التنظيمية. ووسائل الإعلام شريك رئيسي في هذا البرنامج و هي تروج بنشاط و انتظام للقضايا مثار الاهتمام. كما و يعمل البرنامج مع الحكومة والشركاء الآخرين في مراقبة وضع الأطفال و النساء.

ويتم هذا بالتعاون مع الشركاء الرئيسيين مثل وزارة التخطيط و التعاون الدولي ودائرة الإحصاءات العامة والمجلس الوطني لشؤون الأسرة وغيرها من المؤسسات العلمية والبحثية.

(www.Unicef.org / Jordan).

(ملحق 13)

قائمة المحكمين :

ت.	الإسم	الإختصاص	مكان العمل
1	الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجة	إعلام	جامعة البترا
2	الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي	إعلام	جامعة الشرق الأوسط
3	الأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي	علوم تربوية	جامعة الشرق الأوسط
4	الدكتور محمد صاحب سلطان	إعلام	جامعة البترا
5	الأستاذ الدكتور مخلد الزيود	إعلام	جامعة اليرموك
6	الأستاذ الدكتور عباس الشريفي	علوم تربوية	جامعة الشرق الأوسط
7	الدكتور عبدالكريم الدبيسي	إعلام	جامعة البترا

(ملحق 14)

المقابلات العلمية:

- 7- الأستاذ سمير بدران: بتاريخ 2010/11/9 مسؤول الإعلام والاتصال بمنظمة اليونيسيف.
- 8- الدكتور محمد طرخان: رئيس برنامج التربية والتعليم في وكالة الغوث الدولية بتاريخ 2011/3/21 .
- 9- الأستاذة فاطمة المغربي: مسؤولة البرنامج التربوي للحملة الإعلامية بتاريخ 2010/10/21
- 10- الأستاذة سهاد : العلاقات العامة في وكالة الاونروا 2011/1/16
- 11- الأستاذ عماد العاروري مرشد الحملة الإعلامية في مدارس وكالة غوث الاردن 2011/3/27.
- 12- الأستاذة مها الحمصي مسؤولة البرنامج التدريبي في منظمة اليونيسيف 2011/4/16 .