

رضا طلاب جامعه عين شمس عن أساليب الدعاية الإعلامية المستخدمة في الترويج للمشروع القومي لمحو الأمية بجامعه عين شمس وعلاقتها بزيادة اقبالهم على المشروع

د. عبدالرحمن شوقي محمد *

ملخص البحث باللغة العربية :

هدف البحث إلى مجموعه من الأهداف تتلخص في التعرف على الاساليب المستخدمة في الدعاية عن مشروع مج طلاب جامعه عين شمس في المشروع القومي لمحو الامية ، وكذلك بيان اهميه الدعاية والاساليب الأقتناعية المستخدمة ومدى تأثيره على طلاب الجامعات في تنفيذ المشروع وتحديد مدى رضا الطلاب عن الدعاية المستخدمة للترويج للمشروع القومي لمحو الأمية كما وكيفاً ، وقد أجرى البحث علي عينه قوامها (554) طالب من الكليات المعنية بتنفيذ القرار في مرحلته الأولى ، وتوصل البحث إلى مجموعه من النتائج توضح رضا الطلاب عن الدعاية المستخدمة للترويج للمشروع القومي لمحو الأمية كما وكيفاً ، رغم وجود بعض العراقيل الدعائية من وجهه نظر بعضهم اهمها عدم اهتمام تلك الدعاية بوضعهم كطلاب ، ثم انتهى البحث إلى مجموعه من التوصيات كان من أهمها ضرورة العمل بتدريب الطلاب وحث أعضاء هيئة التدريس ليكونوا سفراء لجامعتهم مع طلابهم كواجب وطني يتطلب تضافر الجهود من أجل انجابه لتحقيق حلم إعلان مصر خالية من الأمية بمشيئة الله تعالى في القريب العاجل ، وكانت مشكله قدم الدراسات السابقه من أكثر المشكلات التي أرقت الباحث أثناء إجراء البحث الحالي .

الكلمات المفتاحية :

جامعه عين شمس ، الرضا عن الدعاية الإعلامية ، المشروع القومي لمحو الأمية

*مدرس بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية - جامعه عين شمس

**Satisfaction of Ain Shams University students with the media
propaganda methods used in Promoting the national project to
eradicate illiteracy at Ain Shams University and its relationship to
increasing their completion of the project**

Dr.Abdelrahman SHawky Mohammed Younis*

Abstract:

The research aims to a set of objectives is to identify the methods used in propaganda to integrate Ain Shams University students in the national literacy project, as well as to indicate the importance of propaganda and the persuasive methods used and the extent of its impact on university students in the implementation of the project and to determine the extent of students' satisfaction with the propaganda used to promote the national project Literacy qualitatively and quantitatively, The research was conducted on (554) students from the faculties concerned with implementing the decision in its first stage, and the research reached a set of results that show students' satisfaction with the propaganda used to promote the national project to eradicate illiteracy in terms of quantity and quality, despite the presence of some propaganda obstacles from the point of view of some of them, the most important of which is the lack of the interest of that propaganda in their status as students, Then the search ended on a set of recommendations, the most important of which was the necessity of work by the Adult Education Center and the literacy units in the faculties entrusted with implementing the decision to train students and urge faculty members to be ambassadors for their university with their colleagues as a national duty that requires concerted efforts for its success

To achieve the dream of declaring an Egypt free of Illiteracy, God willing, will come soon, and the problem of the previous studies being presented was one of the most troublesome problems that troubled the researcher while conducting the current research.

KEY WORDS:

Ainshams University, Satisfaction with Media Propaganda, The National Literacy Project

* Lecturer in Educational Media – Department of Educational Media – Faculty of Specific Education – Ain Shams University

مقدمة البحث :

تعد مشكله الأمية الباب الرئيسي لقضية تعليم الكبار أيا كان المعنى الذي يتم الاستناد عليه سواء بالنسبة لمحو الأمية أو لتعليم الكبار فمصطلح محو الأمية ينطوي بداخله ، وأحد أهم أهدافها عملية التعليم الموجود بمصطلح تعليم الكبار فلا جدوى لجهود التعليم بدون محو الأمية (1)

وتبلغ جملة الأميين في العالم (750) مليون شخص، في حين أن (250) مليون طفل يفشلون في اكتساب مهارة الكتابة والقراءة حسب احصائية اليونسكو عام 2021 (2) وفي عام 1990 أتخذ الرئيس مبارك رئيس مصر آنذاك قراراً باعتبار العشر سنوات التالية لعام 1990 هي سنوات محو الأمية في الفترة من (1990: 1999) وإعلان مصر مشاركتها واستجابتها لمنظمة اليونسكو للدول الاعضاء بإعلان خطه الدولة للقضاء على الأمية، وتم اقرارها من قبل المجلس الأعلى لمحو الأمية وتعليم الكبار في 24 فبراير 1990 (3)

وقد اختلفت اساليب الدعاية والحشد للجماهير عبر الزمن ، فمنذ قديم الزمن استخدمت وسائل الاعلام المختلفة في الدعاية لمشروع محو الأمية ثم استخدمت للمشاركة في المشروع القومي لمحو الأمية ، فقد استخدم التلفزيون والراديو لبث برامج لمحو الأمية وتعليم الكبار في مصر وقد تمت العديد من الدراسات على مناطق الجمهورية لمعرفة مدى تأثير الأميين فيها بالتلفزيون كوسيلة تعليمية كما استخدمت العديد من الاعلانات لدفع الناس للتعلم فقد تبني التلفزيون المصري برامج محو الأمية وذلك ببرنامج يذاع ثلاث مرات اسبوعيا على القناة الأولى مدة الحلقة نصف ساعه ويصل بالدارس الي مستوى الصف الرابع الابتدائي وبدعت اذاعه الدروس في نوفمبر 1968 وانتهت في اغسطس 1969 الي جانب ثلاث فصول داخل مبني التلفزيون كمراكز للمشاهدة الجماعية لتعليم الأميين من العمال والسعاه وكذلك تم طباعه كتاب (نحن نتقدم ونتعلم) (4) ، ولعل المتابع للإذاعة المصرية يتذكر صوت عبدالبديع قمحاوي المميز في الإذاعة في برامج محو الامية عبر اثير الراديو بعنوان "يا أهل بلدي" ، ونال عنه جائزة اليونسكو ، و عدة جوائز دولية ، وكذلك برنامج (الفاتحة ام الكتاب) الذي كان يبث عبر اثير اذاعه القراءن الكريم ويعلم من خلاله الناس القراءة من خلال سورة الفاتحة ، ثم اتجه للتلفزيون ليراه عدد اكبر ويتفاعل معه اكثر (5) ومعلوم أن المنظمة العالمية للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) ترى أن هناك صلة بين الإعلام والتربية والثقافة والعلوم وأهم ما يميز تلك الصلة الترابط ولا بد ان تظل مترابطة ، وترى ايضا أنه لا يمكن الحديث عن التطور الاجتماعي والاقتصادي بدون المستوى المناسب للتعليم وتغلغل وسائل الاعلام الجماهيري ، فالمستحدثات في اساليب الاتصال تقدم فرصا خاصة للتعجيل في عمليه التعليم وتسهم في حل مشكلاته التي تعتبر من الاستراتيجيات المهمة للتنمية (6)

وقد اتخذ مجلس جامعه عين شمس برئاسة ا.د/ محمود المتيني القرار رقم 36 بتاريخ السادس عشر من اكتوبر عام 2019 بإلزام بعض الكليات النظرية بمحو أمية (4)

من الأفراد كشرط أساسي للحصول على شهادة التخرج ، واستطاعت منذ ذلك التاريخ محو أمية (31641) مواطناً على مدار (4) دورات امتحانيه لعام 2021 ، حيث نجح طلاب جامعه عين شمس في محو أمية (7995) مواطناً في دورة يناير 2021، ومحو أمية (5417) مواطناً في دورة أبريل 2021، بالإضافة إلى محو أمية (9408) مواطناً في دورة يوليو 2021، فضلاً عن محو أمية (8821) مواطناً في دورة أكتوبر 2021 ، كما استطاعت الجامعة الحصول على جائزة اليونسكو في مجال استخدام التكنولوجيا في محو الأمية خلال جائحه كورونا (7).

ومنذ ذلك الوقت يتعرض الطلاب للعديد من الرسائل التي قد يكون الهدف منها أحداث خلل في توازنه لخلق تنافر داخلي معرفي لديهم ، وبالتالي تلعب الدعاية التي تقوم الجامعة عبر مراكزها المعنية بتنفيذ قرار مجلس الجامعة دورا في إقناع الطلاب بتغيير مواقفهم السلبية نحو المشروع عن طريق مواقف اتصاليه تأخذ أشكالاً مختلفة من قبل القائمين علي تنفيذ المشروع ، كما يحدث اتصال متبادل فيما بينها وبين الطلاب ، ولا يقف عند حد تقديم وجهات نظر وأفكار وقناعات الطلاب بل أن يتفهم القائمين علي التنفيذ ويبحثون بآراء الطلاب ومن ثم يكونوا مستعدين الي الاستماع لهم من أجل فهم ما يرغبون في توصيله للإدارة العليا بالجامعات لتحقيق الاستقرار والرضا للطلاب أثناء التنفيذ (8)

ولا بد ان تتميز تلك الدعاية بالمصداقية كونها تصدر في شكل اختياري عن جهات محايدة وغير مدفوعة الاجر (9) ، وقد استخدمت الجامعة عبر وحداتها المختلفة ومركز تعليم الكبار العديد من الوسائل الدعائية لحشد الطلاب للمشروع القومي لمحو الامية للحد من مشكله الأمية بقصد الترويج للمشروع في الكليات المعنية عن طريق عمليات اتصاليه عديدة تهدف الى اقناع الطلاب بأهداف المشروع السامية بقصد زيادة اقبال الطلاب علي المشروع دون ضجر او شعور بالإحباط نتيجة زيادة شروط التخرج بهذا المشروع ، وبدء استخدام طرق اتصاليه مختلفة ومنها : (تصوير فيديوهات للطلاب لشرح المشروع للطلاب - عمل فيديو تعريفى للمشروع بعنوان (فيلم مفتاح الحياه) (10) - عمل محاضرات عبر برنامج ZOOM - الدعاية على موقع المركز الاعلامي والعلاقات العامة لجامعه عين شمس - الدعاية بصفحات وحدات محو الأمية - اشراك الطلاب بالقوافل التنموية) .

والرضا عما يقوم به الشخص من أعمال حتى ولو كانت إلزامية واحدة من أهم ما يدفع الشخص للإنجاز ، وقد أكدت نتائج العديد من البحوث في مجال السلوك التنظيمي أهمية الرضا عما يقوم به الشخص من أعمال ، وأثر ذلك على زيادة الروح المعنوية والمشاعر النفسية و على سلوكهم ودوافعهم للعمل وزيادة أدائهم (11) .

ولو اتفقنا ان الرضا هو محاولة للوصول الي درجة من القبول والموافقة والارتياح والاعجاب (12) وبين ما يريده الطلاب المكلفين بالدمج في المشروع القومي لمحو الامية بشكل إلزامي وبين ما يحصلون عليه من دعاية ومعلومات وسبل اقناعيه

مختلفة تدفعهم لتكوين استعداد لتقبل تنفيذ المشروع القومي لمحو الأمية في هذا الموقف من هنا كانت محاولة الباحث للقيام بهذا البحث من أجل معرفه مدي رضا طلاب جامعه عين شمس عن الاساليب المستخدمة في الدعاية للمشروع وبيان اهميه كل منها ومدى تأثيره على طلاب الجامعات في تنفيذ المشروع .

الدراسات السابقة:

توجد العديد من الدراسات التي تناولت قضية محو الأمية كقضية تؤثر في الحراك الاجتماعي للمجتمع المصري، كما يوجد العديد من الدراسات التي بحثت في الدعاية المستخدمة في محو الأمية ولكنها قديمة نسبيا للأسف الشديد ومن هذا المنطلق سيتناول الباحث أهم تلك الأدبيات التي تزخر بها المكتبة الجامعية المصرية والعربية والعالمية عن قضية محو الأمية وربطها بالإعلام كما سيتم تناول الأدبيات الخاصة بالتأثير الإعلامي على طلاب الجامعات:

1. ورقه عمل (عبدالله فكرى 1967) (13) و التي تحدث فيها الباحث عن دور وسائل الاتصالات الجماهيرية في مجال تعليم الكبار ومحو الأمية وأكدت علي أنه يمكن لوسائل الاتصال الجماهيرية أن تلعب دورا تربويا وتقوم بوظيفه تعليميه سواء أكان المشرفون عليها مدركين وأهدافها التربوية أم لا مادامت هذه الوسائل الجماهيرية تقوم بنقل المعلومات حيث أن نقل المعلومات في حد ذاته يعد منشط تعليمي ثم تحدث عن خصائص وسائل الاتصال الجماهيرية (الإذاعة و التلفزيون) ودورها في مجال محو الأمية وتعليم الكبار ، وتنمية واكتساب المهارات لما لهما من مميزات سمعيه وبصريه وغيرها من الخصائص وانتهت الورقة إلى مجموعه من التوصيات أهمها للبحث الحالي : أن الحاجه ماسه لوضع سياسه واضحه المعالم لاستخدام الإذاعة والتلفزيون في مجال تعليم الكبار ومحو الأمية بما يضمن عائدا حقيقيا لاستخدامها ، كما أنه لايد من إنشاء جهاز قادر علي تقويم ومتابعه الآثار التعليميه للإذاعة والتلفزيون في مجال محو الأمية وتعليم الكبار والقيام بدراسات لتحديد خصائص المتابعين وقيمتهم وميوله واهتماماتهم نحو تلك البرامج المقدمة .

2. دراسة بعنوان (مشروع استخدام التلفزيون في محو الأمية 1980) (14) : والتي وضعت تصورا لتعليم الدارسين الأميين من خلال وضع أهداف عامة لمشروع محو الأمية وصنفتها إلى أهداف معرفية ووجدانية ونفسحركية وغيرها من الأهداف من خلال تعليم الدارس 3 مجالات (التربية الإسلامية – اللغة العربية – الحساب) وصنفتها لمستويات يكتسب الدارس في كل مستوى مجموعه من المهارات المختلفة على ان لا تزيد مدة بث البرنامج عن (25) دقيقه ولا تقل عن (15) دقيقه في جميع ايام الأسبوع ماعدا الخميس والجمعة وان تبث لمدة عاميين دراسيين بواقع مرتين يوميا في الساعة التاسعة صباحا والرابعة عصراً ، كما وضعت عناصر محددة للتقييم و التقويم والتحفيز .

3. دراسة (على عبدالطلب 1982) (15) : والتي رأت أن الاستخدام الأمثل لوسائل الاتصال الجماهيري كقوى تربية ذات فاعليه في المجتمع يقتضي حشد جهود هذه القوى جميعاً ، وأن يكون هناك تخطيط وتنسيق في العمل بينهما لتكون جهودها متكاملة تهدف لتحقيق غايات موحدة ، مما يعني أن وسائل الإعلام الجماهيري يمكنها أن تكون أدوات التطوير الذاتي والتماسك والتقدم الوطني والقومي والتفاهم بين الشعوب أو يمكنها أن تصبح وسائل مؤديه إلى الهبوط بالقيم الثقافية ، وأن وسائل الإعلام الجادة تستطيع أن تشرك الرأي العام في الحملة الشاملة لمحو الأمية وتعمل على اختفاء كثيراً من المشكلات التقليدية التي يعاني منها نشاط محو الأمية ، كما أن مخاطبه الناس في لقاءات تناقش مشاكلهم ويوضح فيها الارتباط بين هذه المشكلة ومشاكل المجتمع الاخرى أمر جوهري ، وقد توصلت الى مجموعه من النتائج والمقترحات أهمها للبحث الحالي : أنه إذا لم تتوفر وسائل الاعلام الجماهيري فإنه يستحيل التفكير بإنجاز التنمية الاجتماعية والاقتصادية في المدد المقررة وأن استثمار رؤوس الأموال في الإعلام هو استثمار في سبيل أهم التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي لا غني عنها للتنمية الوطنية والقومية وأنه يجب على وسائل الاعلام كمؤسسات ذات سلطة كبرى في حد ذاتها واستخدامها في عمليه تعليم الأميين .
4. ورقه عمل (ياسر المالح، 1985) (16) : و التي تهدف إلى وضع أسس فنيه لإعداد البرامج الإعلامية لمحو الأمية وتعليم الكبار وقد قام الباحث بتخطيط هيكل تنظيمي للبرنامج ووضع جدول زمني وميزانية محددة ، كما قام بوضع مقترح لتنفيذ البرنامج علي مرحلتين : مرحله أولى: تتمثل في وضع الأهداف المنهجية ودليل الكاتب وتنفيذ ما اسماء بالحلقة الرائدة التجريبية وتقويمها ، المرحلة الثانية : مرحله إنتاج حلقات البرنامج وبحثها وتقويمها . وأهم هدف للبرنامج المقترح توفير مادة تليفزيونية تعليميه مشوقة تعين الأفراد والجماعات من الأميين علي الإلمام بالمستوى الأساسي في القراءة والكتابة ومبادئ الحساب والمعلومات الأساسية في المجالات الرئيسية في حياتهم ، وذلك باستخدام شكل واحد من الأشكال التالية : المشهد التمثيلي _ الفيلم التسجيلي _ الرسوم المتحركة التعليمية _ الأغنية _ المقابلة _ الحديث المباشر خلال الحلقة ، وقد خلصت الورقة الي وضع تصور لعدد من الحلقات التي يمكن استخدامها في مجال محو الأمية وتعليم الكبار .
5. دراسة بعنوان (الحملة الوطنية الشاملة لمحو الأمية في جمهورية مصر العربية 1990) (17) : والتي نادت بضرورة اشتراك الوزارات وكذلك القوات المسلحة وجميع الجهات المعنية في تنظيم برامج لمحو أمية العاملين بها من الأميين ، وكذلك نادت الحزب الوطني الديمقراطي وهو أكثر الأحزاب تأثيراً في ذلك الحين حيث كان يرأسه رئيس الجمهورية بعمل مبادرة اساسيه والرقابة الشعبية على تنفيذ المشروع تحقيقاً للفائدة العامة ، كما نادت بضرورة تحقيق التكامل في مجال

- تعليم الكبار بين الدول العربية للحد من أعداد الأميين على مستوى الوطن العربي ، وعمل خطة قومية تبدأ من عام 1990 وتنتهي في 1999 للحد من الأمية مما يساعد على زيادة القدرات الإنتاجية لدى الأمي وتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص وربط محو الأمية وتعليم الكبار بخطة التنمية الشاملة للدولة وذلك على الأميين الذين تقع أعمارهم بين 15 – 35 أو 45 سنة خلال فترة عشر سنوات .
6. دراسة (صلاح سمهان 1994) (18) : والتي قدمت تأصيلاً تاريخياً عن استخدام التلفزيون في مجال حو الأمية منذ عام 1963 ، وتحدثت عن مدي الحاجه الي برامج لمحو الأمية بالتلفزيون في ضوء الجهود المبذولة في مجال محو الأمية ، كما قدمت تأصيلاً عددياً للأميين ومقارنه تفصيليه بين تلك الأعداد من عام 1960 : 1986 في الريف والحضر ، وقد توصلت إلى مجموعه من التوصيات والنتائج أهمها للبحث الحالي : أن التلفزيون يستطيع أن يقدم برامج للمتعلمين لحثهم على المشاركة في علاج مشكله الأميه ، وضرورة تضمين بعض المسرحيات والتمثيلات اتجاهات خاصه توضح جوانب مشكله الأميه وأثارها السيئة على الحياه العائليه ونتاج برامج وأفلام تسجيليه وتمثيلات قصيرة حول الأميه وأثارها السلبية على التنمية المستدامة.
7. ورقه عمل (تهناني حلاوة 2004) (19) : تناولت ورقه العمل تجربة القنوات التعليمية لتعليم الكبار في التلفزيون المصري وبالتحديد تحدثت عن تجربة إطلاق القنوات التعليمية المتخصصة في مجال تعليم الكبار والقضاء علي الأمية وأهميتها في مجال الدعوة لتعليم الكبار وتفعيل دور المرأة في حركة التنمية ، واستعرضت نماذج للبرامج التي تم تنفيذها لتحقيق تلك الغاية مثل (برنامج الله علي المستقبل _ أتعلم أنتور _ مهنة للجميع _ أضحك علي الأمية وغيرها من البرامج) كما تناولت القنوات تغطيه عدة أنشطة من أبرزها (القوافل الإعلامية للتوعية وإبراز دور المدارس الصديقة والتغطية الإعلامية ليوم محو الأمية العالمي ومؤتمرات محو الأمية وغيرها من الفاعليات ، وأقترحت مجموعة من المقترحات أهمها للبحث الحالي : تحقيق التكامل بين أجهزة الإعلام والمؤسسات الثقافية وغيرها من وسائل الاتصال الجماهيرية لإيجاد منظومة عمل مجتمعية لتفعيل حركة محو الأمية وتعليم الكبار ، كما اقترحت متابعه وتقييم الأداء وإعداد آليات ومؤشرات للمتابعة والتقييم .
8. دراسة (Sebastian 2009) (20) : والتي هدفت إلى محاولة معرفه ما إذا كان Facebook أحد أبرز مواقع شبكات التواصل الاجتماعي شيوعاً في الاستخدام بين طلاب الجامعات ، وهل ذلك التأثير مرتبطاً بالمواقف والسلوكيات والتفاعل الاجتماعي للشباب في محيطهم ، وذلك علي عينة قوامها (2603) طالب جامعي بتكساس بالولايات المتحدة الأمريكية ، وأظهرت الدراسة مجموعه من النتائج كان من أهمها للبحث الحالي : وجود علاقة ايجابية بين

- كثافة استخدام الطلاب الجامعيين عينة الدراسة لصفحات Facebook ورضاهم عن الحياه ومشاركتهم في خدمة المجتمع المدني المحيط بهم .
9. دراسة (عاشور عمرى 2018) (21) : والتي هدفت الى تقديم رؤية مستقبلية لدور الجامعات المصرية في مكافحة الأمية ، واعتمدت على المنهج (الاثنوجرافي) لرصد واقع دور الجامعات في مكافحة الأمية ، وتضمن الجانب الميداني للدراسة التعرف على واقع الدور الحالي للجامعات المصرية في مكافحة الأمية ، ورصد التحديات والمشكلات الداخلية والخارجية التي تعوق تفعيل دور الجامعة في مجال محو الأمية من وجهة نظر المسؤولين ، وصولاً إلى طرح رؤية مستقبلية لتعزيز دور الجامعات في مكافحة الأمية وقد توصلت الدراسة الى مجموعه من النتائج أهمها للبحث الحالي : أنها رصدت العديد من التحديات التي تواجه الجامعات في مجال محو الأمية مثل : عدم وجود خطة موحدة لمشاركة الجامعات في مشروع محو الأمية وضعف التنسيق بين الجامعات وضعف التمويل و عدم اقتناع المجتمع الجامعي (قيادات – طلاب – اعضاء) بجدوى مشاركة الجامعات في مكافحة الأمية .
10. دراسة (فاطمة بكر 2021) (22) : هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به البرامج التعليمية المقدمة للكبار ، والتعرف على الاحتياجات المختلفة التي يجب تدعيمها للبرامج التعليمية لتحقيق التنمية وكذلك وضع رؤية مستقبلية من اجل رفع كفاءه البرامج التعليمية وبالتالي رفع قدرات الأفراد وتحسين أحوالهم المعيشية ، واعتمدت على المنهج الوصفي وتوصلت الى مجموعه من النتائج أهمها للبحث الحالي : أن معلم تعليم الكبار له دور هام وبارز في تهيئة المناخ الملائم الذي يسمح بحريه التعبير عن الرأي وتشجيع الدارسين على التعلم وضامن لعدم حدوث صراعات داخل الفصول لذا لا بد من تطوير المعلم لتحديث عمليه التنمية المستدامة.

مدى افادة الباحث من الدراسات السابقة :

- توجد العديد من الدراسات التي تناولت قضية محو الأمية كقضية تؤثر في الحراك الاجتماعي للمجتمع المصري، لكن لا يوجد العديد من الدراسات التي بحثت في الدعاية المستخدمة في محو الأمية و الموجود قديمة نسبيا.
- اشارت نتيجة ورقه عمل عبدالله إلى أن هناك حاجه مستمرة لوضع سياسه واضحه المعالم لاستخدام الاذاعة والتلفزيون في مجال محو الأمية وتعليم الكبار وكذلك ضرورة التقويم المستمر لهذا الاستخدام لمعرفة أثره ومن هنا جاءت الفكرة البحثية لقياس أثر الدعاية المستخدمة من قبل الجامعة ومدى تأثيرها علي الطلاب
- الدراسات التي نادى بإشراك المجتمع المدني والوزارات والهيئات المختلفة في محو الأمية قديمة جداً ولكنها غير مفعلة وكانت تهدف الى اشراك الهيئات

- للخروج لتعليم الأميين بداخلها دون مناداتهم للمشاركة في تعليم الأميين بصفه عامة في المجتمع.
- أشارت ورقه عمل ياسر إلى عدد من الأشكال الفنية التي يمكن استخدامها في برامج محو الأمية وتعليم الكبار مما ساعد الباحث في وضع أسئلة الاستبيان الذي تم اجراءه علي الطلاب عينه البحث الحالي .
- أشارت دراسة على عبدالطلب أن وسائل الإعلام وأدوات الاتصال الجماهيري لها دور هام وفاعل في اشراك الناس في المشاريع القومية كمشروع محو الأمية بتسليط الضوء على الخطر الذي سيحدث لهم من تلك الأمية، ومن هنا كان على الباحث معرفة اثر الخطاب الذي يقدم للطلاب ومعرفة أهم الطرق المستخدمة والأساليب الأقتناعية التي يستخدمها مركز تعليم الكبار ووحدات محو الأمية والمركز الإعلامي للجامعة وغيرهم من الوسائل المستخدمة للدعاية للمشروع في مخاطبة طلابهم.
- اشارت دراسة عمري إلى ان هناك عدم اقتناع من قبل المجتمع الجامعي (قيادات - طلاب - اعضاء) بجدوى مشاركة الجامعات في مكافحه الأمية وكان لابد من القيام بدراسة لمعرفة مدي تأثير ذلك على رضا الطلاب المشاركين في المشروع.
- أشارت دارسه فاطمة إلى أهمية دور المعلم في البيئة التعليمية للأميين لذا كان هناك ضرورة لمعرفة مدي رضا الطالب المعلم المكلف بمشروع محو الأمية عن المشروع وفهمه الصحيح لأهداف ذلك المشروع وخلق دوافع له كي ينجح المشروع ويحقق مبنغاه عن طريق الدعاية المقدمة له .
- اقترحت دراسة تهاني ضرورة تحقيق التكامل بين أجهزة الإعلام والاتصال الجماهيري لإيجاد منظومة عمل مجتمعية لتفعيل حركة تعليم الكبار ، مما دفع الباحث الإجابة علي تساؤل هام يدور في ذهنه : هل هناك تكامل بين مركز تعليم الكبار ووحدات محو الأمية المختلفة في الكليات المعنية بقرار إشراك طلابها في مشروع محو الأمية بحيث يعمل هذا التكامل علي تنوع أساليب الدعاية الإعلامية المستخدمة للترويج للمشروع و تكاملها لخدمة المشروع وبالتالي تحقيق رضا الطلاب عليه ؟
- اشارت ننتيجة سمهان إلى اهمية التليفزيون كعنصر دعائي لتحقيق التنمية الشاملة وحث الناس على المشاركة في محو الأمية ومحاولة جعل المشروع ذو اتجاه قومي يهم كل المتعلمين في المجتمع ومن هنا جاءت الفكرة البحثية بضرورة فهم الدعاية التي تستخدمه الجامعة عبر وحدات محو الأمية ومركز تعليم الكبار ومراكزها الإعلامية في حث الطلاب على الاشتراك في المشروع كاتجاه قومي وليس اتجاه إلزامي لابد من القيام به من قبل الطلاب كشرط للتخرج .

التعليق على الدراسات السابقة :

أثناء استعراض الباحث لأدبيات التراث العلمي لموضوع البحث وقراءاته في الدراسات السابقة لاحظ التالي :

_ قدم الدراسات التي تناولت الدعاية المستخدمة في محو الأمية و علاقه وسائل الإعلام بمحو الأمية بصفه عامة .

_ معظم ما نشر عن ربط محو الأمية بالإعلام كان لمتخصصين مهنيين وليس لباحثين علميين وبالتالي لا توجد دراسة علميه قائمة علي منهج علمي وإجراءات منهجية واضحه عن علاقه الإعلام بمحو الأمية بل معظمها أوراق عمل .

_ عدم وجود دراسات عن الرضا عن الدعاية المستخدمة في مجال محو الأمية بصفه عامة .

مشكله البحث:

من منطلق المسئولية المجتمعية للجامعات المصرية بصفه عامة وجامعه عين شمس بصفه خاصه وتماشيا مع الجهود المبذولة من قبل الدولة للقضاء على الأمية منذ صدور القانون رقم (8) لعام 1991 والذي ينص في مادته الأولى على أن محو الأمية وتعليم الكبار واجب وطني ومسئولية قومية وسياسية تلتزم بتنفيذه كافة قطاعات الدولة ، ويقصد بمحو الأمية في هذا القانون تعليم المواطنين للوصول بهم الى مستوى نهاية الحلقة الابتدائية من التعليم الاساسي(23)، ولأن الجامعة مؤسسة تربوية قائمه على فلسفه نابعه من قيم المجتمع وأهدافه ، حيث تقوم باستخدام مدخلات عديدة تخضع لعمليات وأنشطة متنوعه ، وتنتهي بمخرجات محددة ، كما أنها تقوم بدور مهم جداً في تبني ونشر العلم والمعرفة (24) ، ولما كانت جامعه عين شمس واحده من ابرز تلك القطاعات في عدد المتعاملين معها والمتخرجين منها سنويا اتخذ مجلس جامعه عين شمس قرار رقم (36) لعام 2019 بشأن دمج بعض طلاب الكليات النظرية (7) كليات (التربية - الآداب- الألسن - الحقوق - التجارة - البنات - التربية النوعية) في المشروع القومي لمحو الأمية والزام طلاب تلك الكليات بمحو أمية (4) دارسين أميين كشرط اساسي للتخرج ، ومن هذ المنطلق بدء مركز تعليم الكبار بجامعه عين شمس باتخاذ عدد من الخطوات للدعاية ودمج الطلاب بالمشروع فقاموا : بإنشاء وحدة لمحو الامية بكل كلية ، وتسجيل فيديوهات توعوية و ارشادية واشراك الطلاب بالقوافل التنموية و لقاءات عبر zoom لتسهيل مهمه الطلاب وربطهم بالمشروع لجعل القرار اكثر قبولا وهنا كان من المنطقي القيام ببحث لقياس دور تلك الدعاية ومدى رضا الطلاب عنها ومدى جدواها في زيادة اقبال الطلاب على المشروع .

أهداف البحث:

I- التعرف علي الاساليب المستخدمة في الدعاية لدمج طلاب جامعه عين شمس في المشروع القومي لمحو الامية.

- 2- بيان اهميه الدعاية والاساليب الأفناعية المستخدمة ومدى تأثيره على طلاب الجامعات في تنفيذ المشروع
- 3- تحديد مدى رضا الطلاب عن الدعاية المستخدمة للترويج للمشروع القومي لمحو الأمية.
- 4- توضيح انعكاسات الاهتمام بالدعاية الإعلامية للمشروع القومي لمحو الامية على رضا الطلاب وزيادة اقبالهم عليه.
- 5- تساعد دراسة درجة الرضا لدى الطلاب عن مستوى الخدمات المقدمة لهم في التعرف على الجوانب التي تسبب عدم الرضا وتحديد القرارات التي يمكن اتخاذها والامكانيات الواجب توفيرها للتغلب على عدم الرضا وبالتالي تحسين جودة العملية التعليمية ككل.
- 6- تقييم حدود المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات التعليم العالي ومدى مساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة .

أهمية البحث:

الأهمية النظرية: تنبع الأهمية النظرية للبحث من خلال:

- 1- محاولة الإضافة لمكتبة الإعلام التربوي بحثا حول رضا الطلاب عن الدعاية المقدمة لهم في تكليفاتهم في مجال خدمة المجتمع وتنمية البيئة .
- 2- قد تساهم نتائج البحث الحالي في تبني باقي الجامعات التي ألزمت طلابها بمشروع محو الأمية لنفس السياسات والدعاية المستخدمة لجذب طلابها للمشروع أو تلافي اخطاء الدعاية في حال وجود اخطاء.
- 3- تساهم دراسات قياس درجة الرضا لدى الطلاب على ما يقوموا به من أنشطة مجتمعية وخدمات قومية في الحفاظ على سمعه الجامعة في المجتمع المحلي والإقليمي والدولي وتحسين ترتيبها بين الجامعات.
- 4- تحديث الدراسات في مجال ربط محو الأمية بالإعلام ودور الإعلام فيها .

الأهمية العملية: تنبع أهمية البحث العملية من:

- 1- تقديم بعض المقترحات التي يمكن أن تساهم في زيادة فاعليه أداء تكليف محو الأمية من خلال تحليل جهود جامعه عين شمس المستخدمة في الدعاية للمشروع.
- 2- التعرف على الأبعاد التي من شأنها أن تساهم في تطوير تكليف محو الأمية والارتقاء به إلى الأفضل وزيادة الأقبال علي تنفيذه في ضوء حاجه المجتمع الملحة للقضاء على الأمية لتحقيق النمو المجتمعي المنشود وسعي الدولة الحثيث لتحقيق التنمية المستدامة .
- 3- توجيه النشاط المبذول من قبل المعنيين بتنفيذ نشاط محو الأمية بالجامعه (مركز تعليم الكبار) أو في الكليات (وحدات محو الأمية) للمسار الصحيح

ووضع أيديهم على أهم نقاط القوة لزيادة العمل عليها والضعف لمحاولة تلافيها وذلك من وجهة نظر الطلاب المعنيين بتنفيذ تكليف محو الأمية .
4- تحديد العقبات التي قد تؤثر على أداء الطلاب في تنفيذهم تكليف محو الأمية وبالتالي زيادة الرضا لديهم عن المشروع وتنفيذه دون أي غضاضة منهم .

الاطار النظري للبحث :

يعتبر موضوع البحث من الموضوعات القومية على المستوى الأكاديمي والمجتمعي حيث يرتبط بالمسئولية الاجتماعية للمؤسسات الأكاديمية متمثلة في الجامعات (جامعه عين شمس نموذجاً) حيث تعد قضية محو الأمية قضية اجتماعية لها عظيم الأثر على التنمية المستدامة وتطور نمو المجتمع وثقافته ، ومن هذا المنطلق استخدم الباحث مدخل المسئولية الاجتماعية لتوظيف الدعاية الإعلامية المستخدمة في الترويج للمشروع القومي لمحو الأمية بجامعه عين شمس وعلاقتها بزيادة اقبالهم على المشروع حتي يتم تحقيق الهدف العام للمشروع في خدمة المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة .

ولا شك أن هناك عدة مستويات للمسئولية الاجتماعية وهذا ما أكدت عليه دراسة (هبة شاهين 2015) (25) ، فهناك الاطار القانوني الذي تحددته الدولة لمسئوليات المؤسسات الحكومية وهو ما تحاول ان تقوم به جامعه عين شمس بدمج طلابها في المشروع القومي لمحو الأمية ، وهناك الاطار المهني الذي تحددته جامعه كمؤسسة حكومية من خلال القيام بمسئولياتها في تذليل كافة العقبات أمام طلابها المنوط بهم تنفيذ المشروع ويعتبر توضيح المشروع عن طريق الدعاية والاعلانات بكيهاتها السبعة المنوط بهم تنفيذ المشروع واحداً من سبل تيسير الأمر على الطلاب حتي تكون لديهم دراية تامة بكيفية تنفيذ المشروع قبل واثناء وبعد تنفيذه ، وهناك الاطار الذاتي الذي يحدده الطلاب حول مسئولياتهم تجاه وطنهم ورد الجميل للوطن من خلال القضاء على الأمية للمساهمة في عمليات التنمية المستدامة التي تسعى لها البلاد بكل ما أوتيت من وسائل وطرق وآليات لتحقيق أهدافها ، و قد أكدت دراسة (سناء على 2012) (26) أن واحدة من أهم وظائف جامعه وظيفة خدمة المجتمع التي توجب على الجامعة أن تقدم خدماتها مباشرة للمجتمع المحيط سواء في صورة برامج تعليمية تفويضية أو تكاملية وتهدف التنمية الوطنية الشاملة للشباب الجامعي إلي تنمية وعية بمتطلبات المشاركة في بناء المجتمع وتلبية احتياجاته وأن تكون التربية من أجل المواطنة بجوار التفوق العلمي وأن تقوم علي أساس إعداد الشباب الجامعي للدخول في الحياه العملية عن طريق اشراكهم في دعم الاتجاه الوطني للتنمية .

كما أكدت دراسة (وفاء بنت نياي 2016) (27) على أن هناك ضرورة لبذل مزيداً من الأهتمام من قبل وسائل الإعلام الجامعية بالتوعية لنشر ثقافة المسئولية الاجتماعية ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها لتحقيق عائد ايجابي علي كل من الجامعات وطلابها والمجتمع ككل ، كما أن هناك ضرورة لوجود إدارات متخصصة للمسئولية الاجتماعية داخل الجامعات تتولي تخطيط وتنفيذ البرامج

المختلفة والتنسيق مع الجهات ذات الصلة مثلما هو الحال في مشروع محو الأمية الذي يتم عن طريق التنسيق بين إدارة الجامعة ممثله في رئيس الجامعة ونائب رئيس الجامعة لشئون الطلاب من جهة وقطاع خدمة البيئة وتنمية المجتمع ممثلاً في نائب رئيس الجامعة لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة من جهة أخرى و مركز تعليم الكبار بجامعه عين شمس من جهة ثالثة لينتهي التنفيذ في وحدات محو الأمية في الكليات المعنية بتنفيذه عن طريق منسقيها ووحدات محو الأمية بها بقصد إنكفاء التنافسية بين الكليات وكذلك محاولة تنفيذ المشروع على أكمل وجه لتحقيق التوسع في تنفيذ نطاقات المسؤولية الاجتماعية ، وترى (هايدي 2017) (28) أن المسؤولية الاجتماعية تتكون من ثلاث عناصر يكمل كل منهما الآخر ويدعمه ويقويه ولا يغني واحد دون الآخر وهي :أ- الأهتمام : ويتضمن الارتباط العاطفي من قبل الطالب بالجماعة وحرص الطالب على سلامتها وتماسكها واستمرارها وتحقيق أهدافها ، ب- الفهم : وتتضمن فهم الطالب للجماعة والمغزي الاجتماعي من تنفيذ تكليف محو الأمية ، ج- المشاركة : وتعني مشاركة الطلاب المنوط بهم تنفيذ المشروع مع أقرانهم في تنفيذ التكليف الخاص بمحو الأمية وما يتطلبه من فهم الأعمال التي تساعد الجماعة (الجامعه) في تحقيق أهدافها .

ويحاول البحث الحالي من خلال تساؤلاته ايضاح درجه رضا الطلاب عن أساليب الدعاية الإعلامية المقدمة لهم من قبل القائمين علي تطبيق تكليف محو الأمية وعلاقة ذلك الرضا بزيادة إقبالهم على المشروع كنوع من أنواع المساهمه في التنمية المستدامة للدولة كمسؤولية أصيلة لابناء من طلاب الجامعات لدفع عجلة الحراك الاقتصادي والاجتماعي للوطن .

تساؤلات البحث :

- 1- ما مدى معرفه طلاب جامعه عين شمس المعنيين بقرار محو الأمية بالقرار ومشروع دمجهم فيه ؟
- 2- ما الوسيلة التي عرف من خلالها الطلاب عن قرار تكليفهم بمحو الأمية ؟
- 3- ما مدى مساعدة أعضاء هيئة التدريس بالكليات المعنية في الدعاية لمشروع دمج الطلاب بمحو الأمية ؟
- 4- ما الأساليب الأقتناعية المستخدمة في الدعاية الخاصة بمشروع محو الأمية ؟
- 5- ما تقييم الطلاب للدعاية المقدمة لهم عن مشروع دمجهم في المشروع القومي لمحو الأمية ؟
- 6- ما مدى اقتناع الطلاب بالدعاية المقدمة لهم في مشروع دمجهم في مشروع محو الأمية ؟
- 7- ما اسباب عدم اقتناع الطلاب بالدعاية المقدمة لهم عن مشروع دمجهم في محو الأمية ؟
- 8- ما مدى مشاركة الطلاب في الدعاية المقدمة في مشروع دمج الطلاب في مشروع محو الأمية ؟

- 9- ما مدى رضا الطلاب عن أهداف المشروع ووسائل دعائيه ؟
10- ما مدى رضا الطلاب عن الدعاية المقدمة لهم في مشروع محو الأمية ؟

أدوات البحث:

استخدم الباحث استبيان لقياس رضا الطلاب عن الدعاية المستخدمة للمشروع القومي لمحو الأمية ومعرفة أكثرهم تأثيراً عليهم .

مجتمع البحث:

يعتبر طلاب الجامعات وصفحاتها وادواتها المستخدمة في الترويج لأنشطتها هي مجتمع البحث الحالي

عينه البحث:

قام الباحث بتطبيق الاستبيان عن طريق انشاء استبيان الكتروني وتوزيع رابط الاستبيان من خلال مركز تعليم الكبار بجامعه عين شمس على عدد (554 طالب) بطريقة عشوائية في الكليات عينه البحث من طلاب كليات (التربية – التربيه النوعية – التجارة – الألسن – الأداب – الحقوق- البنات) وهم الطلاب المعنيين بتنفيذ المشروع .

مفاهيم البحث :

الرضا الطلابي :

يعرفه الباحث على أنه مجموعه من العوامل النفسية والوظيفية والبيئية التي تجعل الطالب راضياً عن ما يقوم به من أعمال خلال تنفيذ قرار مجلس الجامعة بدمجه في المشروع القومي لمحو الأمية ويظهر ذلك في المواقف التي تظهر على الطالب خلال تنفيذ التكليف المنوط به دون إبداء أي ضرر أو ضرر . (29)

الدعاية :

يقصد بها محاوله التأثير في الناس وجذب اهتمامهم وتغيير سلوكياتهم لأغراض تهم صانع الدعاية . (30)

الترويج :

هناك عدة تعريفات للترويج ولكن الباحث يتفق مع تعريف علي الزغبى 2011 بأنه (نشاط يتم ضمن الجهد التسويقي وبنطوي عليه الاتصال الإقناعي ، ومحاوره : أنه ديناميكي وهذا يؤكد علي انه عنصر حيوي ، و أنه إقناعي وهذا يؤكد على أنه ذو مضمون اتصالي . (31)

ويعرفه الباحث على أنه عملية اتصال اقناعي هادف من أجل الترويج لنشاط محو الأمية بقصد الأقبال على النشاط وزيادة اعداد المتعلمين .

الإقناع :

يقصد به عملية تحويل أو تطويع آراء الآخرين نحو رأي مستهدف ، يقوم المرسل أو المتحدث بمهمه الإقناع أما المستهدف أو المستقبل فهو القائم بعملية الإقناع ، وتحتاج عملية الإقناع لمهارة من قبل القائم بالاتصال ووجود استعداد لدي المستهدف أو مساعدته لتكوين هذا الاستعداد . (32)

المسئولية الاجتماعية للدعاية الإعلامية :

يقصد بها مجموعه القيم والمبادئ المهنية الواجب مراعاتها في الدعاية (33) الإعلامية للترويج للمشروع القومي لمحو الأمية والتي تتصل بمعايير الاداء الأخلاقية المكتوبة وغير المكتوبة والتي ينبغي أن توجه أسلوب تلك الدعاية لحث الطلاب علي المشاركة في تنفيذ تكليف محو الأمية دون كلل أو ملل علي نحو يتسم بالفهم الكامل لكافة جوانب المشروع والهدف من اشراكه كطالب جامعي فيه ، مما يؤدي إلي حدوث تغييرات جذرية في تنفيذ للمشروع وادائة خلال ذلك التنفيذ على المستوى الاجتماعي وفي البناء الثقافي للطلاب واتجاهاتهم (34) .

نتائج البحث :

1- ما مدى معرفه طلاب جامعه عين شمس المعنيين بقرار محو الأمية بالقرار ومشروع دمجهم فيه ؟

جدول رقم (1) يوضح مدى معرفة الطلاب بمشروع دمجهم في محو الأمية

هل تعرف شيء عن مشروع دمج الطلاب والطالبات بمحو الأمية	ك	%
نعم	455	82.1%
لا	99	17.9%
مج	554	100%

ينتضح من بيانات الجدول التالي ان (455) طالب من اجمالى العينه وقوامها (554) طالب يعرفون ان هناك قراراً من مجلس الجامعه بدمجهم في مشروع محو الأمية وذلك بإلزامهم بمحو أمية (4) أفراد خلال الأربع سنوات الدراسية لهم ، أى أن (82.1 %) من الطلاب عينه البحث يعلمون بقرار تكليفهم في مشروع محو الأمية ، بينما (99) طالب وما هو نسبته (17.9 %) من الطلاب عينه البحث ليس لديهم دراية بالمشروع وقد يرجع ذلك لأنهم طلاب بالفرقة الأولى في كلياتهم علي الرغم من توقيعهم علي اقرارات خاصة بتنفيذ المشروع اثناء تقديمهم لمستندات التقدم للمرحلة الجامعية ، أو لأنهم لم يتعرضوا للدعاية التي تقدم عن المشروع في الكلية عبر مصادر الدعاية المختلفه سواء أفلام او فيديوهات مركز تعليم الكبار بالجامعه او وحدات محو الأمية بكلياتهم ، أو ان يكون هناك أخطاء تهدد الحمله الدعائية للمشروع كالأستهداف الخاطئ للجمهور ، وليس شرطاً أن يكون الأستهداف الخاطئ بذهابها لجمهور خاطئ ؛ بل قد تكون الدعايه موجهه للفئات الصحيحه من الجمهور ولكن هناك خطأ في الرساله التي تحتويها تلك الدعايه تجعلها مشوشه للطلاب وغير دقيقه بما فيه الكفاية (35) ، وقد يرجع ذلك لقله البيانات لدي القائم بالدعايه عن الجمهور الموجه لهم الدعايه حيث أن انماط الطلاب مختلفه طبقاً لاختلاف الكليات والتخصصات لكل كليه ، لذا ينصح الباحث أن يقوم بالدعايه أساتذة متخصصين في التخطيط للدعايه مع اساتذة في التخصصات المختلفه بكل كليه على ان ينفذها متخصص في الإعلام بعد أخذ البيانات المختلفه من المتخصصين طبقاً لطبيعة التخصصات المختلفه لكل كليه .

2- ما الوسيلة التي عرف من خلالها الطلاب عن قرار تكليفهم بمحو الأمية؟ وما مدى مساعدة أعضاء هيئة التدريس بالكليات المعنية في الدعاية لمشروع دمج الطلاب بمحو الأمية؟

جدول رقم (2) يوضح الوسيلة التي عرف من خلالها الطلاب عن قرار تكليفهم بمحو الأمية و مدى مساعدة أعضاء هيئة التدريس بالكليات المعنية في الدعاية لمشروع دمج الطلاب بمحو الأمية

الترتيب	%	ك	كيف عرفت مشروع دمج الطلاب بمشروع محو الأمية وما مدى مساعدة أعضاء هيئة التدريس بالكليات المعنية في الدعاية لمشروع دمج الطلاب بمحو الأمية
1	42.1%	233	عن طريق الاتصال المباشر بزملائي
3	13.9%	77	عن طريق صفحة المركز الإعلامي لجامعه عين شمس علي فيسبوك
6	3.4%	19	عن طريق صفحة العلاقات العامة لجامعه عين شمس علي فيسبوك
2	17.7%	98	عن طريق الإعلانات المعلقة بكليتي
8	0.3%	2	عن طريق الفيلم التسجيلي (مفتاح الحياة)
5	7.4%	41	عن طريق لقاءات مركز تعليم الكبار عبر برنامج zoom
4	12.5%	69	عن طريق جروب مركز تعليم الكبار علي فيسبوك
7	2.7%	15	الاتصال المباشر باساتنتي بالجامعه أو المعيدين
100%		554	مج

يتضح من بيانات الجدول التالي ان (233) طالب وبما نسبته (42.1%) عرف عن قرار تكليفهم بمشروع محو الأمية عن طريق الاتصال المباشر بزملائهم وهذا ما يؤكد أهمية الاتصال الشخصي المباشر بين الطلاب ، فالأصل الشخصي المباشر يتم فيه تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الطلاب بالطريقة المباشرة وجها لوجه دون قنوات وسيطة أو وسائل نقل صناعية ويتميز بالمرونة مما قد يدفع الطلاب للبحث عنه واستخدامه لفهم القضايا المبهمة لهم لسهولة وتوافره ، وينصح الباحث مركز تعليم الكبار بجامعه عين شمس بتدريب كوادر طلابية وشرح أبعاد وخفايا وجميع الاستفسارات التي قد تدور في ذهن الطلاب عن مشروع محو الأمية لهؤلاء الكوادر المدربة وتأهيلهم ليكونوا سفراء للجامعه في كلياتهم لشرح المشروع لزملائهم وازاله الغموض لدي البعض من الطلاب عن المشروع (36) ، بينما عرف (17.7%) من الطلاب عينه البحث عن مشروع محو الأمية عن طريق الإعلانات المعلقة بكليتهم ، وجاء في الترتيب الثالث معرفه الطلاب عن طريق الأخبار المنشورة عبر صفحة المركز الإعلامي لجامعه عين شمس علي فيسبوك بما نسبته (13.9%) بينما يعادل 77 طالب ، وجاء في الترتيب الرابع من حيث معرفة المشروع للطلاب جروب مركز تعليم الكبار علي فيسبوك بما نسبته (12.5%) أي ما يعادل (69) من الطلاب عينه البحث ، وجاء في الترتيب الخامس معرفه الطلاب بالمشروع عن طريق لقاءات مركز تعليم الكبار عبر برنامج zoom بما يعادل (41) طالب أي ما نسبته (7.4%) من الطلاب عينه البحث ، وجاء في الترتيب السادس

معرفتهم عن طريق عن طريق صفحة العلاقات العامة لجامعه عين شمس علي فيسبوك بما نسبته (3.4 %) أي ما يعادل (19) طالب من الطلاب عينه البحث، وجاء في الترتيب السابع معرفتهم عن طريق الأتصال المباشر بأساتذتهم والمعيدين في كليتهم بما يعادل (15) طالب بما نسبته (15.7 %) وهو ما يؤكد تدني المعرفه عن طريق الأساتذة والمعيدين بالكليات مما يدفع الباحث بتوصية مركز تعليم الكبار بصفته المنوط به نشر المعرفة عن المشروع بتدريب بعض الأساتذة و المعيدين بصفة إلزامية ليكونوا سفراء للمشروع في جامعتهم عن طريق استصدار قرار بذلك عبر ادارة الجامعه كأن تضم دورات الترقى الحصول علي دورة في تعليم الكبار حتي يكون الطلاب مؤهلين تماما للمشروع ، وجاء في المرتبة الأخيرة (الفيلم التسجيلي (مفتاح الحياه) في تعريف الطلاب بالمشروع بما نسبته (0.3 %) من الطلاب عينه البحث وقد يرجع ذلك لنقص الدعايه التي قدمت عن الفيلم ونشرة في بدايات جائحه كورونا قبل عاميين مع توقف العمل بالمدارس والجامعات و لذلك قلت نسبة تأثيره على الطلاب بشكل كبير .

ومما سبق يتضح ان الطلاب قد تنوعوا ما بين معرفتهم للمشروع عن طريق الأتصال المباشر – الأتصال الجماهيري عن طريق صفحات وجروبات الفيسبوك والفيلم المعد للترويج للدعاية للمشروع وهو ما يعني تنوع الدعاية و تأثيرها بنسب وأشكال مختلفه. فلو قمنا بتجميع معرفة الطلاب عن طريق الأتصال المباشر بصفه عامه من الزملاء و الأساتذة نجد ان اجمالي معرفتهم عن طريق الأتصال المباشر سيصبح (44.8 %) من الطلاب عرفوا عن المشروع عن طريق الأتصال المباشر الشخصي ، بينما لو جمعنا معرفه الطلاب عن طريق وسائل الأتصال الجماهيري من صفحات وجروبات علي فيسبوك سواء للجامعه او مركز تعليم الكبار أو الأعلانات المعلقه بالكليات أو الفيلم التسجيلي نجد ان الطلاب عرفوا عن المشروع بوسائل الأتصال الجماهيري بما نسبته (55.2 %) وهو ما يعني تفوق الأتصال الجماهيري عبر الأنترنت أو الدعاية المباشرة عن طريق الأعلانات المعلقه أمام وحدات محو الأمية بالكليات وهو ما يدعو الباحث للقيام بحس مركز تعليم الكبار بالتركيز في دعايتها عن طريق وسائل الأتصال الألكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي جنباً إلى جنب مع تدريب الطلاب على الأتصال المباشر لما لوسائل التواصل الاجتماعي من مميزات ذكرها العديد من الباحثين واكدتها النتيجة الحالية ، ومن أبرز تلك المزايا ما ذكره (ثائر) في ورقته البحثية (37) والتي أكد فيها تمتع الأتصال الألكتروني بعدد من الخصائص أهمها التوافر حيث يمكن للأفراد الحصول على أي معلومة ثم نشرها دون طلب الرخصه لأعطائه المعلومة وفي أي وقت ويمكنه أيضا عمل أرشيف إلكتروني من تلك الأخبار دون قيود ، كما يتميز بالشموليه و التنوع في المحتوى كما يتميز بالمرونة والتواصلية التي يمكن من خلالها بناء جسور من التواصل بين القائمين بالأتصال ومستقبلين الرساله تمكن الرساله من التطور عن طريق رجع الصدى الفوري الذي يتم من قبل

المستقبل للرسالة وهو ما يمكن استغلاله في الدعاية المقدمة لدمج الطلاب في مشروع
محو الأمية.

3- ما الأساليب الأفعائية المستخدمة في الدعاية الخاصة بمشروع محو الأمية؟
جدول (3) يوضح اهم الأساليب التي يراها الطلاب مستخدمة معهم في الدعاية
الخاصة بمشروع محو الأمية

الترتيب	%	ك	من وجهه نظرك ما أهم الأساليب التي تراها مستخدمة بشدة معك كطالب في الدعاية الخاصة بمشروع محو الأمية : (يمكن اختيار أكثر من اختيار)
3	22.7%	126	الاقناع العقلاني
7	1.8%	10	الاقناع العاطفي
5	4.5%	25	الاقناع الديني
2	26.2%	145	وضوح الأهداف الخاصة بالمشروع
4	5.8%	32	تقديم الرسالة بالأدلة والشواهد
6	3.4%	19	عرض رأي زملائك وكيف يرون قرار دمجهم في المشروع على انه ايجابي
1	35.6%	197	التخويف
	100%	554	مج

يتضح من بيانات الجدول التالي أن الدعاية التي قامت بها الجامعة عن مشروع محو الأمية اعتمدت في الأساس وفي الترتيب الأول علي أسلوب التخويف من وجهه نظر الطلاب عينه البحث بتكرار قدرة (197) طالب وبنسبة (35.6%) وذلك لأقناع الطلاب بتنفيذ تكليف محو الأمية ، وهنا الرسالة قد تكون محفوفة بالمخاطر لو زادت حدة التخويف ، فلا بد أن تكون حدة التخويف معتدلة ومبنيه علي الحقائق التي يستطيع الطلاب الاستماع إليها وتصديقها والعمل بها ، فالرسالة القائمة علي إثارة الخوف يقل تأثيرها كلما زادت درجة التخويف فيها ، ويرجع السبب في ذلك أن المستهدفين بالرسالة ترتفع درجة توترهم نتيجة التخويف الشديد ويؤدي ذلك إلي التقليل من شأن التهديد أو أهميته أو الابتعاد عن الرسالة الدعائية من الأساس ، بدلا من التعلم منها أو التفكير في مضمونها(38) ، فلا بد أن يتعرض الطالب لمضمون ينطوي علي حقائق يلبسها تهديد بخطر قد يصيبه ، هذا المضمون يجعل الطالب يشعر بالتوتر العاطفي ، وبينما يعاني هذا التوتر لابد و أن يتعرض لعبارات تجنبه الخطر و توصيه بالقيام بعمل معين وهو تنفيذ المشروع تجنباً لذلك الخطر ، وعندما يفسر عقل الطالب التوصية التي تبعث علي الاطمئنان هذا التسلسل في الحجج سيصبح اعتياديا ويشعر برغبة في تنفيذ تلك التوصية لتجنب الخطر (39) ، وجاء في الترتيب الثاني من بين الأساليب المستخدمة في الاقناع بالرسالة الدعائية اعتماد الدعاية علي أسلوب وضوح الأهداف الخاصة بالمشروع وذلك بتكرار قدرة (145) طالب بما نسبته (26.2%) ، فالرسالة تكون أكثر اقناعا وفعالية عندما نحدد اهداف الرسالة او نتائجها بوضوح ، بدلا من ان نترك للطلاب دور استخلاص النتائج بأنفسهم ، فالرسالة حين تكون واضحة الأهداف تغير اتجاهات المستقبل فكلما كان الهدف من الدعاية واضح ومحدد

ازدادت فاعليتها وتنفيذها من قبل الطلاب نظرا لاختلاف درجه ذكاء المتلقين علي الرغم من انهم ذو مستوى تعليمي واحد وهو التعليم الجامعي والأمر مهم لهم لذلك سيسعون للبحث عنها وفهمها حتي يسهل تخرجهم ولا يتعطل او يتأخر في التخرج(40)، بينما يري (126) طالب بما هو نسبته (22.7%) أن الاقتناع العقلاني هو الثالث من حيث الترتيب الخاص بالأساليب المستخدمة معهم لإقناعهم بالدعاية الخاصة في محو الأمية، ويعتمد هذا الأسلوب في الدعاية في الأساس علي مخاطبة العقل وذلك بتوضيح الحقائق المادية الخاصة بمشروع محو الأمية، كما يعتمد هذا الأسلوب علي البيانات والإحصائيات او الرسوم البيانية ويطلق عليها البعض دعاية تقديم المبررات (41) ، وجاء في الترتيب الرابع من حيث الأساليب المستخدمة في الدعاية لمشروع محو الأمية من قبل القائمين على تنفيذ المشروع من وجهه نظر الطلاب اسلوب تقديم الرسالة بالأدلة والشواهد بما نسبته (5.8%) بتكرار قدرة (32) طالب ، و جاء في الترتيب الخامس اسلوب الاقتناع الديني من وجهه نظر الطلاب عينه البحث بتكرار قدرة (4.5%) بتكرار قدرة (25) طالب ، وجاء في الترتيب السادس من حيث الأساليب المستخدمة في الدعاية لمشروع دمج الطلاب بمحو الأمية من قبل القائمين علي تنفيذ المشروع من وجهه نظر الطلاب عينه البحث اسلوب عرض آراء زملائهم وتجاربهم الإيجابية ونقل خبراتهم لزملائهم في تنفيذهم للمشروع والعقبات التي تعرضوا لها وكيف تخطوها لنقل خبراتهم لزملائهم بتكرار قدرة (19) طالب بنسبه (3.4%) ، وجاء في المرتبة الأخيرة من حيث الأساليب المستخدمة في الدعاية للترويج للمشروع من وجهه نظر الطلاب عينه البحث الأسلوب القائم علي الاقتناع العاطفي وذلك بنسبه (1.8%) بتكرار قدرة (10) طالب .

4- ما تقييم الطلاب للدعاية المقدمة لهم عن مشروع دمجهم في المشروع القومي لمحو الأمية؟

جدول (٤) يوضح تقييم الطلاب الدعاية المقدمة لهم عن مشروع دمجهم في محو الأمية

ما تقييمك للدعاية المقدمة عن مشروع محو الأمية	ك	%
ممتازة	79	14.3%
جيدة جدا	73	13.2%
جيدة	144	26%
ضعيفة	81	14.6%
سيئة جدا	177	31.9%
مج	554	100%

يتضح من بيانات الجدول التالي أن (177) طالب بما نسبته (31.9%) من الطلاب عينه البحث يرون الدعاية المقدمة لهم عن مشروع محو الأمية سيئة جدا من وجهه نظرهم و تحتاج لمزيد من العمل لترضي طموحاتهم ، وقد يرجع ذلك لقله المعلومات المتاحة لهم في تلك الدعاية أو للخلط بين الدعاية للمشروع والمشروع ككل ، بينما يري (144) طالب بما نسبته (26%) من الطلاب عينه البحث أن

الدعاية المقدمة لهم عن المشروع جيدة ، ويرى (81) طالب من الطلاب عينة البحث أي بما نسبته (14.6 %) ان تلك الدعاية ضعيفة وتحتاج لمزيد من العمل من قبل مركز تعليم الكبار ووحدات محو الأمية بكلياتهم كي تحقق طموحاتهم ، بينما يرى (79) طالب أي ما نسبته (14.3 %) من الطلاب عينة البحث أن الدعاية المقدمة لهم عن المشروع ممتازة وكافية جدا للغرض منها ، بينما يرى (73) طالب أي ما نسبته (13.2 %) من الطلاب عينة البحث أن الدعاية المقدمة لهم جيدة جدا وكافية ، والملاحظ هنا تقارب نسب التقييم من قبل الطلاب عينة البحث الي حد كبير مما يعني عدم الاستقرار من الطلاب في التقييم ، وحين نجمع التقييم الإيجابي (ممتاز + جيد جدا + جيد) سنجد أن اجمالي التقييم الإيجابي من قبل الطلاب عينة البحث يقدر ب (296) طالب بنسبه (53.5 %) من الطلاب عينة البحث قاموا بتقييم الدعاية علي انها إيجابية ومرضية بالنسبة لهم، بينما قام (258) طالب من إجمالي العينة البحثية وبنسبة (46.5 %) بتقييم للدعاية المقدمة لهم علي انها (ضعيفة + سيئة جدا) وبذلك يتفوق التقييم الإيجابي للدعاية المقدمة للطلاب عن مشروع محو الأمية علي التقييم السلبي بنسبة ضئيلة تجعل الباحث يناشد المسؤولين عن الدعاية للطلاب في هذا المشروع بالعمل بصورة أكبر حتى لا يفقدون ذلك التفوق ويجذبون تقييم طلابي إيجابي أكبر.

5- ما مدى اقتناع الطلاب بالدعاية المقدمة لهم في مشروع دمجهم في مشروع محو الأمية؟

جدول (٥) يوضح مدى اقتناع الطلاب عينة البحث بدور الدعاية عن محو الأمية

هل انت مقتنع بالدعاية المقدمة لك عن مشروع محو أميه غير المتعلمين كواجب قومي ووطني	ك	%
نعم	239	43.1%
لا	211	38.1%
إلى حد ما	104	18.8%
مجموع	554	100%

يتضح من بيانات الجدول التالي أن (239) طالب من الطلاب عينة البحث اي بنسبه (43.1 %) مقتنعون بالدعاية المقدمة لهم من قبل المسؤولين عنها بالجامعة ، بينما (211) طالب من الطلاب عينة البحث أي ما نسبته (1.38 %) غير مقتنعين بالدعاية المقدمة لهم عن المشروع وسيفسر لنا جدول (6) أسباب عدم اقتناعهم عن دور الدعاية المقدمة لهم عن المشروع ، بينما (104) طالب من الطلاب عينة البحث وبنسبة (18.8 %) مقتنعون بدور الدعاية المقدمة لهم عن مشروع محو الأمية إلي حد ما.

6- ما اسباب عدم اقتناع الطلاب بالدعاية المقدمة لهم عن مشروع دمجهم في محو الأمية ؟
جدول (٦) يوضح أسباب عدم اقتناع بعض الطلاب عينه البحث عن الدعاية
المقدمة لهم عن المشروع

ما أسباب عدم اقتناعك بدور الدعاية المقدمة لك	ك	%
المبالغة في الدعاية	5	2.1%
خرقها للعادات والتقاليد	1	0.4%
عدم مراعاتها ظروف كطالب	190	79.5%
تركيزها على الرسالة المقدمة فقط دون شرح للخفايا التي اريد استيضاحها	27	11.3%
عدم مصداقيتها من وجهه نظري	16	6.7%
مجموع	239	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الطلاب غير المقتنعين بالدعاية المقدمة لهم عن مشروع دمجهم بمحو الأمية يرجع لعدم مراعاتها لظروفهم كطلاب في المرتبة الاولى بتكرار قدرة (190) طالب ونسبه (79.5 %) من بين الطلاب الغير مقتنعين بدور الدعاية المقدمة لهم وعددهم (239) من اجمالي (554) طالب هم عينه البحث الاجمالية ، بينما يري (11.3 %) بما يعادل (27) طالب منهم انها تركز علي الرسالة بشكل غير متعمق دون ان تشرح خفايا المشروع وكافه جوانبه او ما يريد الطلاب معرفته عنه، بينما يري (16) طالب اي ما نسبته (6.7 %) ان الدعاية المقدمة لهم عن المشروع لا تخضع للمصداقية من وجهه نظرهم ، يري (2.1 %) من الطلاب الغير مقتنعين بالدعاية المقدمة لهم عن المشروع وباجمالي (5) طلاب أن هناك مبالغة في تلك الدعاية المقدمة لهم ، في حين يري (0.4 %) بتكرار قدرة (طالب واحد) أن الدعاية المقدمة له تخرق العادات والتقاليد ، ومما سبق يتضح ان هناك اجماع للطلاب غير المقتنعين بالدعاية المقدمة لهم الى حد كبير ان الدعاية المقدمة لهم لا تراعي ظروفهم كطلاب وفي تعليقاتهم يرون ان المشروع يعد عبأ اضافيا تم زيادته عليهم رغم نبل الهدف منه ولكنهم يحاولون التأقلم مع الأمر، ومن هنا يتضح نجاح الجامعه في محاولتها للقيام بمسئوليتها المجتمعية في جانب مستوى الاطار الذاتي الخاص بالمسئولية الاجتماعية حيث جعلت الطالب يشعر بأهمية المشروع وهناك مساعي منه لتنفيذه رغم رؤيته له على انه عبأ اضافيا عليه .

7- ما مدى مشاركة الطلاب في الدعاية المقدمة في مشروع دمج الطلاب في مشروع محو الأمية ؟

جدول (٧) يوضح مدى مشاركة الطلاب عينه البحث في الدعاية المقدمة عن مشروع محو الامية من خلال القوافل التنموية التي تقوم بها الجامعة في المحافظات والمناطق المختلفة

أ- شاركت في محو الأمية لبعض الأفراد عبر القوافل التنموية التي تقوم به الجامعة او الكلية	ك	%
نعم	139	25.1%
لا	415	74.9%
مجموع	554	100%

يتضح من بيانات الجدول التالي ان (79.9%) من الطلاب عينه البحث أي ما يعادل (415) طالب لم يشتركوا في الدعاية الخاصة بمحو الأمية عن طريق القوافل التنموية التي تقوم بها الجامعة في المحافظات والمناطق المختلفة بينما (25.1%) اي ما يعادل (139) طالب من الطلاب شاركوا في الدعاية المقدمة عن المشروع من خلال القوافل التنموية التي تقوم بها الجامعة في المحافظات والمناطق المختلفة وهذا الامر يعد منطقيا جدا بل علي العكس يعد عدد كبير نسبيا نظرا لأن القوافل تحتاج لأعداد محددة وتخصصات ايضا محددة وعدد محدد من الطلاب لخروجها خارج اسوار الجامعة و هذا العدد يعد مؤشر ايجابي جدا ويدل علي قيام الجامعة بدمجهم في القوافل لتدريبهم واعدادهم للمشاركة المجتمعية كدور اساسي من ادوارها في تحمل مسئوليتها الاجتماعية ، حيث تعد القوافل امر تقني للغاية وكون الجامعة تشارك طلابها فيها فهذا مؤشر يحسب لها رغم العدد الذي يبدو في النسبة اقل لكنه علي ارض الواقع جيد جدا .

جدول (٨) يوضح مدى مشاركة الطلاب عينه البحث في الدعاية المقدمة عن مشروع محو الامية من خلال الاشتراك في اعداد الدعاية التي تقوم بها الجامعة في داخل الجامعة او في المحافظات والمناطق المختلفة

ب- شاركت في اعداد الدعاية التي تقوم به الجامعة او الكلية	ك	%
نعم	94	17%
لا	460	83%
مجموع	554	100%

يتضح من بيانات الجدول التالي أن (460) طالب بما نسبته (83%) من العينة البحثية لم يشاركوا في اعداد الدعاية التي تقوم بها الجامعة عن المشروع سواء كانت مقروءة او مرئية او الكترونية، بينما شارك (94) طالب اي بنسبه (17%) من الطلاب عينه البحث في اعداد تلك الدعاية ، وهذا مؤشر ايجابي ايضا لدمج الطلاب وتدريبهم وتحميلهم المسؤولية المجتمعية المنوطة بهم و لأن الدعاية المنوط بها متخصصين و اشراك هذا العدد يعد مؤشرا ايجابيا .

8- ما مدى رضا الطلاب عن أهداف المشروع ووسائل دعائيه ؟

جدول رقم (٩) يوضح مدى رضا الطلاب عينه البحث عن أهداف المشروع

الرضا عن اهداف المشروع			
نعم		لا	
ك	%	ك	%
309	55.8%	245	44.1%
328	41.1%	326	58.8%

يتضح من بيانات الجدول التالي أن هناك رضا من قبل الطلاب عن وجود اهداف واضحه لدمجهم في مشروع محو الأمية فقد عبر الطلاب عينة البحث عن رضاهم بوضوح تلك الأهداف بتكرار قدرة (309) وبنسبة (55.8%) بينما عبر (245) طالب أي بنسبة (

44.1%) عن عدم رضاهم عن وضوح الأهداف الخاصة بدمجهم في المشروع مما يعني أن هناك تقارب شديد في النسب بين الرضا وعدم الرضا عن وضوح الأهداف بفارق (11.7%) وبعدهد (64) مفردة ولذا يدعو الباحث القائمين على المشروع بضرورة العمل علي عمل دعاية واضحة وفي أماكن مختلفة وبطريقة مبتكرة وابداعية داخل الكليات من قبل وحدات محو الأمية في الكليات وكذلك دعاية داخل الجامعة من قبل مركز تعليم الكبار عن تلك الأهداف التي تسعى الجامعة لتحقيقها من دمج الطلاب في مشروع محو الأمية، ويرى (41.1%) من الطلاب عينه البحث الحالي أي بتكرار قدرة (328) طالب لديهم رضا عن المعلومات والبيانات المتوفرة لديهم للقيام بالمشروع القومي لمحو الأمية على أكمل وجه ، بينما (326) طالب أي بنسبة (58.8%) يرون عكس ذلك وليس لديهم المعلومات اللازمة للقيام بالمشروع وهو ما يؤكد ضرورة العمل من قبل الوحدات بالكليات ومركز تعليم الكبار لتوفير المعلومات اللازمة للقيام بالمشروع للطلاب حتي يسهل عليهم تنفيذة بسهولة وتحقيق الرضا التام التام لديهم عن اهداف المشروع ، ووضوح الأهداف هو خط الدفاع الأول عن المشروع ضد الدعاية المحبطة والتي تستخدم ضده، فعلي الرغم من أن الدعاية تتغلغل بسهولة في أفكارنا وأفعالنا إلا أن وضوح الأهداف والتفكير النقدي والوعي بأهداف المشروع أفضل سبل الدفاع عن الدعاية ضد الوقوع في فخ الدعاية المضلله التي قد تستخدم مع الطلاب لخفض حماسهم وتشوية صورة المشروع لجعلهم يمثلون للوقوع في فخ الأحباط بالمشروع واهدافه (42)

9- ما مدى رضا الطلاب عن الدعاية المقدمة لهم في مشروع محو الأمية ؟

جدول رقم (10) يوضح مدى رضا الطلاب عينه البحث عن الدعاية المقدمة لهم في مشروع محو الأمية

لا		نعم		مدي رضا الطلاب عن الدعايه المقدمة بالمشروع بصفه عامه :
%	ك	%	ك	
43.6%	242	55.8%	309	أعرف أن هناك صفحات عبر وسائل التواصل الاجتماعي خاصه بطرحنا للأسئلة والرد عليها من قبل مديري وحدات محو الأمية بكلتي
58.6%	325	41.4%	229	توجد اساليب متنوعه للدعايه للمشروع القومي لمحو الامية داخل وحدة محو الامية بكلتي
28.7%	159	71.3%	395	شاهدت الفيديوهات التي قام بعملها مركز تعليم الكبار بالجامعة
38.9%	215	61.2%	339	هناك اساليب دعاية مختلفه من قبل جامعتي لجذبنا للمشروع القومي لمحو الأمية
31.4%	164	68.5%	380	انا راضي عن الدعايه المستخدمة لحث الطلاب على الاشتراك في المشروع القومي لمحو الأمية بجامعه عين شمس من حيث الكم
32.5%	180	67.4%	374	انا راضي عن الدعايه المستخدمة لحث الطلاب على الاشتراك في المشروع القومي لمحو الأمية بجامعه عين شمس من حيث الكيف

يتضح من بيانات الجدول التالي أن (309) طالب أي نسبة (55.8 %) من الطلاب عينه البحث يعرفون ان هناك صفحات عبر وسائل التواصل الاجتماعي خاصة بطرحهم للأسئلة والرد عليها من قبل مديري وحدات محو الأمية بكمياتهم وبمقارنة تلك النسبة مع النسبة الخاصة بعدم رضا الطلاب عن انهم ليس لديهم معلومات كافية عن المشروع بجدول (9) والتي كانت (326) طالب أي بنسبة (58.8 %) أي أن هناك تقصيرا ما سواء من قبل الطلاب في طرحهم للأسئلة او رد أدمن الصفحات الخاصة بوحدة محو الأمية في بعض الكليات علي تساؤلات الطلاب ولا بد من بحث ذلك الأمر لحله وتحقيق الرضا التام عن المشروع والدعاية المقدمة لهم ، ويوجد رضا من (61.2 %) أي (339) طالب من وجود اساليب دعائية مختلفه من قبل جامعتهم لجذبهم للمشروع القومي لمحو الأمية وهناك رضا عن ذلك ، بينما (215) طالب أي بنسبة (38.9 %) أجابوا بأنه لا توجد اساليب دعائية مختلفه من قبل جامعتهم لجذبهم للمشروع القومي لمحو الأمية ، بينما شاهد (395) طالب أي بنسبة (71.3 %) الفيديوهات التي قام بعملها مركز تعليم الكبار بالجامعة ، و لم يشاهد (159) طالب أي بنسبة (28.7 %) من الطلاب عينه البحث تلك الفيديوهات وبمقارنه النسبتين نجد أن الحد الأعلى من الطلاب عينه البحث شاهدوا تلك الفيديوهات مما يعني نجاح الدعاية التي قام بها مركز تعليم الكبار ووحدات محو الأمية للترويج لتلك الفيديوهات ، كما يلاحظ وجود رضا من الطلاب عن الدعاية المستخدمة لحث الطلاب على الاشتراك في المشروع القومي لمحو الأمية بجامعه عين شمس من حيث الكم حيث عبر (380) طالب من الطلاب عينه البحث أي بنسبة (68.5 %) برضاهم عن الدعاية من حيث الكم ، بينما عبر (164) طالب من الطلاب عينه البحث أي بنسبة (31.4 %) عن عدم رضاهم عن الدعاية من حيث الكم ، وهذا يدل على نجاح الدعاية المقدمة للطلاب للترويج للمشروع وحثهم للاشتراك فية بصفة رضائية وليست اجبارية من حيث الكم ، والملاحظ ايضا ان (374) طالب أي بنسبة (67.4 %) عبروا عن رضاهم عن الدعاية المستخدمة لحث الطلاب على الاشتراك في المشروع القومي لمحو الأمية بجامعه عين شمس من حيث الكيف والمضمون المقدم لهم ، بينما عبر (180) طالب من الطلاب عينه البحث أي بنسبة (32.5 %) عن عدم رضاهم عن الدعاية من حيث الكيف والمحتوى المقدم فيها .

ومن جميع النتائج السابقة يتضح الآتي (قراءة في نتائج البحث):

- 1- أغلبية طلاب جامعه عين شمس عينه البحث المعنين بقرار مجلس جامعهه بنسبة (82.1%) لديهم علم وعلى دراية بقرار إلزامهم بمحو أمية (4) افراد كشرط أساسي لتخرجهم.
- 2- تعددت الوسائل الاتصالية التي تعرف من خلالها الطلاب عينه البحث على قرار تكليفهم بمحو الأمية ما بين الاتصال الجماهيري والشخصي كوسائل مستخدمة في الدعاية للمشروع من قبل مركز تعليم الكبار ووحدات محو الأمية بالكليات و تفوقت وسائل الاتصال الجماهيري على الاتصال الشخصي في الدعاية بنسبة (10.4 %) ، وقد أكدت دراسة (فاتن 2010) وجود علاقة ارتباطية مرتفعة ذات دلالة احصائية بين وسائل و أساليب الاتصال الشخصي التي تم تطبيقها أثناء الحملات الاعلامية وبين تحقيق أهداف تلك الحملات (43).
- 3- جاء اسلوب التخويف في المرتبة الأولى بين باقي الأساليب الدعائية التي استخدمت مع الطلاب لأقناعهم بالمشروع من وجهه نظر الطلاب عينة البحث بنسبة (9.4 %) عن أسلوب التوضيح للأهداف الخاصة بالمشروع ، كما تفوق أسلوب الأقتناع بالتخويف على أسلوب الأقتناع العقلاني بنسبة (12.7 %) من وجهه نظر الطلاب عينه البحث عن اهم الأساليب التي يرونها مستخدمة معهم في الأقتناع بالدعاية الخاصة بقرار دمجهم في مشروع محو الأمية .
- 4- قيم الطلاب الدعاية المقدمة لهم عن مشروع قرار دمجهم في المشروع القومي لمحو الأمية بطريقة إيجابية تنوعت بين (ممتاز – جيد جدا – جيد) بنسبه اعلي عن تقييمهم السلبي ب (ضعيفة – سيئة جدا) بنسبة (7 %) .
- 5- يقتنع الطلاب عينه البحث بمشروع محو الأمية بنسبة تتفوق عن عدم اقتناعهم تقدر ب (5 %) .
- 6- من اكثر اسباب عدم اقتناع الطلاب عينه البحث بالدعاية المقدمة لهم عدم مراعاتها لظروفهم كطلاب بنسبة (79.5 %) من إجمالي (239) طالب من العينة البحثية ليس لديهم اقتناع بتلك الدعاية .
- 7- شارك (25.1 %) من الطلاب عينه البحث في محو أمية بعض الأفراد عبر القوافل التنموية التي تقيمها جامعهه مما يعد مؤشراً إيجابيا من قبل جامعهه في تدريب الطلاب على القيام بمسئوليتهم المجتمعية وتدريبهم على التعليم ضمن تجمعات عديدة و إكسابهم مهارات العمل الجماعي .
- 8- شارك (17 %) من الطلاب عينه البحث في إعداد الدعاية التي يقوم بها مركز تعليم الكبار بالجامعه أو وحدات محو الأمية لديهم ، وهو ما يعد مؤشراً ايجابيا لمشاركة الطلاب وتحميلهم المسؤولية وتدريبهم على ذلك خارج المقررات الدراسية كأنشطة مجتمعية تهدف لرفي المجتمع ، وهنا لا بد من التأكيد على القائمين على المشروع انه لا بد من تحليق الدعاية للمشروع بجناحين : جناح الفكر والمعرفه والحضور المتجدد للطلاب وجناح الإعلام والدعاية بكافه

- الوسائل المتاحة من قبل القائمين على المشروع حتى لا تتقلص فرص الحضور من قبل الطلاب ، وربما غياب هذا الحضور في المستقبل القريب حتى الشكلى منة و الأخطر لو غاب الحضور المؤثر فية (44) .
- 9- ليس هناك رضا من قبل الطلاب عن المعلومات والبيانات المتاحة لديهم للقيام بمشروع محو الأمية بفارق (17.7 %) عن الطلاب الذين لديهم رضا عن ذلك ومتاح لديهم المعلومات اللازمة للقيام بالمشروع،بينما هناك تفوق للطلاب الذين يرون ان أهداف المشروع والغرض من دمجهم فية كطلاب واضحه تماما لديهم بنسبه (11.7 %) عن الطلاب الذين يرون عكس ذلك ، مما يعني انه بالرغم من وضوح أهداف المشروع امام الطلاب إلا أن هناك قصوراً ما في وصول تلك الأهداف لهم ويتطلب ذلك بذل بعض المجهودات من قبل مركز تعليم الكبار ووحدات محو الأمية بالكليات لوصول تلك الأهداف للطلاب بطرق اسرع وأحدث .
- 10- هناك رضا عام من قبل الطلاب عينه البحث عن الدعايه المستخدمة لحثهم على الأشتراك في قرار مجلس جامعه عين شمس بدمجهم في المشروع القومي لمحو الأمية من حيث الكم ، يتفوق عن الطلاب غير الراضيين بالقرار بنسبة (37.1 %) مما يعد مؤشراً إيجابياً لا بد من التحرك من خلاله لزيادة الرضا لديهم .
- 11- هناك رضا عام من قبل الطلاب عينه البحث عن الدعايه المستخدمة لحثهم على الأشتراك في قرار مجلس جامعه عين شمس بدمجهم في المشروع القومي لمحو الأمية من حيث الكيف ، يتفوق على عدم رضا بعضهم بنسبة (34.9 %) ، ولو أحسن استخدام هذا الرضا باستخدام دعاية أكثر ابتكاراً وتأثيراً من قبل المنوط بهم القيام بالترويج للمرحلة الأولى لدمج الطلاب في المشروع القومي لمحو الأمية زاد الأهتمام والأبهار والمعرفه الواعية من قبل الطلاب(45) لأهداف المشروع وجدواه لهم مما سيكون له عظيم الأثر على التخطيط الجيد لهم للقيام بالمشروع وعدم ضياع أوقاتهم في الجدل عن الغائة وبالتالي جني ثمار المشروع وتطبيقه بشكل أكبر وأوسع وباقتناع تام من قبل الطلاب .
- 12- كلما زادت الدعاية وكانت أكثر تأثيراً و إختلافاً وتنوعاً زاد الرضا لدي الطلاب عن المشروع و بالتالى زيادة الأقبال عليه من قبل الطلاب المستهدفين .
- 13- نجاح جامعه عين شمس في القيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه الوطن ومساهمتها في محاولة تحقيق التنمية المستدامة .

التوصيات :

- 1- يوصي البحث بضرورة القيام بعدد من الدراسات التحليلية عن الأساليب الدعائية المستخدمة في محو الأمية لمعرفة مدي جدواها كما وكيفاً من حيث الشكل والمضمون التي تحتوية تلك الدعاية .

- 2- يوصي الباحث بتدريب الطلاب من قبل متخصصين في مجال الإعلام علي أن يكونوا سفراء للمشروع باستخدام أساليب دعائية غير تقليدية لما للاتصال الشخصي من جدوى وأهمية .
- 3- يوصي الباحث بضرورة تنوع الأساليب الدعاية داخل الحرم الجامعه وفي وحدات محو الأمية عن المشروع وتكثيفها والتعاون ما بين الهيئة العامة لمحو الأمية و الجامعه في تلك الدعاية ومتابعه تنفيذها بحيث لا تكون مجرد بانرات موضوعه في الأدرج او معلقه على ابواب وحدات محو الأمية او بداخلها في الكليات و أن يتخطى الأمر ذلك بالتكثيف لتلك الدعاية بأن تكون في كل مكان يذهب إليه الطلاب ويتعاملون معه (كثنون الطلاب ورعاية الشباب وفناء الكليات والجامعه) بل لا بد أن تكون داخل مكاتب التنسيق داخل الجامعه ليراهها الطلاب قبل التقدم للجامعات .
- 4- ضرورة ايجاد وسائل للمنافسه بين الطلاب ووحدات محو الأمية بالكليات عن طريق اقامة المسابقات في شكل الدعاية بين الطلاب في الكليات عن المشروع من قبل مركز تعليم الكبار بالجامعه لحث الوحدات والطلاب على الاشتراك والتجديد في دعائها للمشروع وضمان استمرار العمل بلا فتور من قبل الوحدات في الكليات لضمان استمرارية المشروع والأقبال التطوعى بجانب الألزامي عليه.
- 5- ضرورة تنظيم قوافل تنموية مشتركة في مجال محو الأمية بين الكليات المنوط بينها تنفيذ القرار مع ترك الحرية للطلاب للدعاية للمشروع في اماكن القوافل لأستمرار الابداع في الدعاية و نقل الخبرات بين الطلاب عن طريق اشراف غير مباشر من متخصصي الدعاية بأقسام الإعلام بكليات الجامعه المنوط بها تنفيذ القرار .

المراجع :

- 1- على سعيد اسماعيل ، العدل التربوي ، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2015 ، ص ص 151 : 209 .
<https://0811nwm4s-1103-y-https-ekbjun-ethraadl-com.mplbci.ekb.eg/Record/2032>
- 2- منظمة الأمم المتحدة للتربية والتعليم والثقافة ، 31 ديسمبر 2021 ، الساعة 4:58 عصرًا
<https://ar.unesco.org/themes/literacy>
- 3- تعليم الجماهير ، الحملة الوطنية الشاملة لمحو الأمية في جمهورية مصر العربية ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم – ادارة التربية ، س 17 ، العدد 37 ، 1990 ، ص ص 14 : 35 .
- 4- صلاح سمهان ، دور التلفزيون في الاعلام و الدعوة لمحو الامية ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، س 1 ، العدد 41 ، 1994 ، ص ص 288 : 330 .
<http://search.mandumah.com/Record/14693>
- 5- كنوز ماسبيرو ، الجمعة 31 ديسمبر 2021 ، الساعة 5:48 م ،
<https://www.maspero.eg/wps/portal/home/treasures/guests/%D9%85%D8%B1%D9%88%D8%A7%20%D9%85%D9%86%20%D9%87%D9%86%D8%A7%D8AA%D9%81%D8%A7%D8B5%D9%8A%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A8%D8AF%D8B9/e05d98ed-1adb-4ead-871c-ba8e5740eba6/>
- 6- على عبدالطلب ، مكانه وسائل الاعلام وأهميه تدريب اختصاصيها في الحملة الشاملة لمحو الأمية ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم – مركز تدريب قيادات تعليم الكبار لدول الخليج، س 4 ، ع 2 ، 1982 ، ص ص 79 : 100 .
- 7- تصريح للسيد الأستاذ الدكتور / اسلام السعيد على صفحته الشخصية على فيسبوك في 30 ديسمبر 2021 ،
https://www.facebook.com/eslam.elsaieed/posts/2337256536411436?comment_id=2337317699738653¬if_id=1640881853733969¬if_t=mentions_comment&ref=notif
- 8- امينه ميزان ، الأساليب الأتقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي _ دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة (ويب طبي) عبر شبكة فيسبوك ، رساله دكتوراه ، غير منشورة ، قسم علوم الاعلام والاتصال و علم المكتبات ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعه باتنة، ٢٠٢١ .
- 9- سامر حسين ، الدعاية والاعلان التجاري ، كلية العلوم الادارية ، جامعه الشام الخاصة ، سوريا ، 2019-2020 ، ص 47 .
- 10- الفيديو من اخراج الباحث وشارك في تصويره ومونتاجه: طلاب الفرقة الرابعة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعه عين شمس، وتم عرضة باجتماع لجنة محو الامية بالجامعة في 29 مارس 2020 .
- 11- السيد عبدالغفار ، قياس درجة رضا الطلاب عن مستوى اداء الخدمة التعليمية : دراسة ميدانية بالتطبيق على كلية التجارة – جامعه القاهرة – فرع الخرطوم ، مجله البحوث التجارية المعاصرة ، كلية التجارة ، جامعه سوهاج ، مجلد 4 ، العدد 1 ، 1990 ، ص ص 73- 126
- 12- جامعه الازهر ، ألية قياس الرضا ، السبت 1 يناير 2022 ، الساعة 6:22 م

- <http://www.azhar.edu.eg/anthropology-tafahna/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%82%D8%B3%D8%A7%D9%85/%D9%82%D8%B3%D9%85-%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE/%D8%A2%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%B3-%D8%B1%D8%B6%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%B7%D9%84%D8%A7%D8%A>
- 13- عبدالله فكرى محمد العريان ، وسائل الاتصالات الجماهيرية وتعليم الكبار ، المركز الدولي للتعليم الوظيفي الكبار، س 6 ، ع 12 ، 1976 ، ص ص 253 _ 265 .
- 14- المنظمة العربية للثقافة والتربية والعلوم – ادارة التربية ، مشروع استخدام التلفزيون في محو الأمية ، س 7 ، العدد 16 ، 1980 ، ص ص 189 : 207 ،
<http://search.mandumah.com/Record/13141> .
- 15- على عبدالطلب ، مكانه وسائل الاعلام وأهميه تدريب اختصاصيها في الحملة الشاملة لمحو الأمية ، مرجع سبق ذكره .
- 16- ياسر المالح ، الأسس الفنية والتقنية المكونة لعملية إعداد و إنتاج البرامج الإعلامية لمحو الأمية وتعليم الكبار ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم _ مركز تدريب قيادات تعليم الكبار لدول الخليج ، س 6 ، ع 10 ، 1985 ، ص ص 60 _ 83 .
- 17- المنظمة العربية للثقافة والتربية والعلوم – ادارة التربية ، الحملة الوطنية الشاملة لمحو الأمية في جمهورية مصر العربية ، س 17 ، العدد 37 ، 1990 ، ص ص 14-35 ،
<http://search.mandumah.com/Record/272893>
- 18- صلاح سمهان ، دور التلفزيون في الاعلام و الدعوة لمحو الامية ، مرجع سبق ذكره .
- 19- تهاني حلاوة ، تجربة القنوات التعليمية لتعليم الكبار في التلفزيون المصري ، المؤتمر السنوي الثاني المركز تعليم الكبار ، جامعه عين شمس ، 2004 ، ص ص 319 _ 329 .
- 20 _ Sebastián Valenzuela,Namsu Park,Kerk F. Kee, Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation1, First published: 03 August 2009
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>Citations: 67 .
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- 21_ عاشور عمرى ، دور الجامعات المصرية في مكافحة الأمية : رؤية مستقبلية ، مجله افاق جديدة في تعليم الكبار ، جامعه عين شمس ، المجلد 24 ، العدد 24 ، 2018 ، ص ص 49-180.
- 22 _ فاطمة بكر سيد ، دور البرامج التعليمية في تنمية مهارات الكبار علي ضوء أهداف التنمية المستدامة ، مجله افاق جديدة في تعليم الكبار ، جامعه عين شمس ، المجلد 30 ، العدد 30 ، 2021 ، ص ص 159-202 .
- 23_ الجريدة الرسمية ، العدد (12) ، بتاريخ 21 مارس 1991 ، ص 477 ،
<https://manshurat.org/node/44997>
- 24- رضا جبر ، جودة الخدمة التعليمية وعلاقتها بالتوافق الجامعي والدافع للإنجاز لدي طلاب كليه التربية ، مجله كليه التربية ، جامعه كفر الشيخ ، مجلد 18 ، العدد 2 ، 2018 ، ص ص 197-332 .

- 25- هبه شاهين ، المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الأرهاب : دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية و الأمنية ، الأربعاء 23 مارس 2022 ، الساعة 12:55 ظ ،
<https://csrsa.net/sites/default/files/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A6%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D9%86%D9%8A%D8%A9%20%D9%84%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85.pdf>
- 26- سناء على شقوارة ، أبعاد المسؤولية المجتمعية للجامعات ومتطلبات تطبيقها في ضوء مفهوم الجودة الشاملة ، مجلة تطوير الاداء الجامعي ، مج 1 ، العدد 2 ، 2012 ، ص ص 37 : 58 .
- 27- وفاء بنت نياح الاحمدي ، دور الجامعات السعودية في الربط بين التعليم والمجتمع : دراسة تحليلية في ضوء المسؤولية الاجتماعية للجامعات ، مجلة كلية التربية ، جامعة الأزهر ، العدد 168 ، الجزء الثالث ، 2016 ، ص ص 633 : 685 .
- 28- هايدى ابراهيم ، المسؤولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ، مجلة دراسات الطفولة ، كلية الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، مجلد 22 ، العدد 20 ، 2017 ، ص ص 117-122 .
- 29- سليمان عبدالحى على ، مقياس رضا المعلم الوظيفي عن مهنة التدريس ، مجله كلية التربية ، جامعه أسوان ، العدد 10 ، 1995 ، ص ص 2-46 .
- 30- عبدالعزيز مصطفى – على الفلاح ، هندسة الإعلان الفعال (مدخل صناعه الإعلان) ، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات ، 2014 ، ص 60 .
- 31- سامر حسين ، الدعاية والإعلان التجاري ، مرجع سبق ذكره ، ص 51 .
- 32- عبدالعزيز مصطفى ، هندسة الإعلان الفعال ، مرجع سبق ذكره ، ص 44 .
- 33- هايدى ابراهيم ، المسؤولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ، مرجع سبق ذكره .
- 34- رمضان عبدالمجيد ، مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام : قانون الإعلام الجزائري نموذجاً ، دفاتر السياسة والقانون ، العدد التاسع ، جامعه قاصدي مرباح ، الجزائر ، 2013 ، ص ص 365 : 377 .
- 35- مدونه خمسات ،التسوق والمبيعات ، -5-reasons-why-
<https://blog.khamsat.com/5-reasons-why-your-ads-not-getting-interest/> ، الأربعاء 2022/2/16 ، الساعة 6:57 مساءً .
- 36- خالد منصر ، الاتصال الشخصي في ظل الإعلام الجديد ، مركز جيل البحث العلمي ، مجله العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 12 ، أكتوبر 2015 ، ص 90 ،
https://www.academia.edu/15063520/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A_%D9%81%D9%8A_%D8%B8%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF
- 37- محمد ثامر البياني ، عصر الاتصال الالكتروني ، ورقة بحثية ، قسم الفنون السينمائية والتلفزيونية ، كلية الفنون الجميلة ، جامعه بغداد ، 2019 ،

https://www.researchgate.net/publication/337800896_The_Era_of_Electronic_Communication_sr_alatsal_alalktrwny

38_ سجا قوقازي ، ما هي استراتيجيات الاعتماد علي التخويف التي يمتلكها رجل العلاقات العامة ؟
، موقع عربن ، الاثنين ٢١ فبراير ٢٠٢٢ ، الساعة ٨:٣٥ م ،

<https://e3arabi.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA->

%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9/%D9%85

%D8%A7-%D9%87%D9%8A-

%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8

A%D8%AC%D9%8A%D8%A9-

%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D8%AA%D9%85%D8%A7

%D8%AF-%D8%B9%D9%84%D9%89-

/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AE%D9%88%D9%8A%D9%81

39_ ابرداتشة سعيد ، الاستمالات الأفتناعية في الإعلان المتلفز : دراسة تحليلية في مضمون
اعلانات قناة MBC ، رساله ماجستير ، غير منشورة ، قسم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية ، جامعه منتوري ، الجزائر ، ٢٠٠٩ .

40_ سجا قوقازي ، مرجع سابق .

41_ ابرداتشه ، مرجع سابق .

42-Fitzmaurice, Katherinem, Propaganda, Brock Education: A Journal of
Educational Research and Practice, v27 n2 p63-67 2018,

<https://eric.ed.gov/?q=propaganda&id=EJ1179955>

43_ فاتن عبدالفتاح محمد ، دور الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونسيف (معا نحو
بيئة مدرسيه آمنه - من وجهه نظر المعلمين) ، رساله ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعه الشرق
الأوسط ، 2010.

44- احمد الهلال ، غياب الرؤية الإعلامية ، مجلة الكلمة ، منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث ، س1
، ع 82 ، 2014 ، ص ص 152-155 ، دار المنظومة ،

<http://search.mandumah.com/Record/760737>

45-NJaiswal, Importance of Advertising,

<https://www.yourarticlelibrary.com/advertising/importance-of-advertising/99668>